

sich sowohl auf den politischen wie auf den künstlerischen Gehalt der Blätter bezog, zeigte sich auch in der Beurteilung eines Aufsatzes, der am Eröffnungstage der Ausstellung aus der Feder unseres Vorsitzenden in einer holländischen Zeitschrift erschien, sowie in Besprechungen der Ausstellung in der holländischen Presse.

Die Veranstaltung darf als ein voller Erfolg deutscher Kunst angesehen werden, der umso erfreulicher ist, da die gleichzeitig im Haag veranstaltete Ausstellung der Berliner Sezession einen sehr geringen Erfolg hatte und sehr ungünstige Besprechungen in der Presse erzielte. Dr. Sachs wurde eingeladen, im Herbst in mehreren holländischen Städten gleichfalls Vorträge zu halten.

Auf dem Rückwege sprach Dr. Sachs in der Künstlervereinigung in Dortmund über den gleichen Gegenstand. Auch hier war trotz der warmen Witterung ein zahlreicher und lebhaft folgender Zuhörerkreis anwesend.

Nachwort zum „Fall Deffke“.

Herr Hanns Kropf in Köln, dem wir die Mitteilungen im Aprilheft 1920 auf Seite 206 und 207 über die wiederholte Verwendung der Pelikanzeichnung verdanken, hat, wie er uns mitteilt, von Wilhelm Deffke den durch Nachnahme im voraus erhobenen Betrag von 200 Mark zurückerhalten und die Klage deshalb zurückgezogen. Bemerkenswert ist, daß das Wilhelmwerk in einem Brief über diesen Gegenstand an den Genannten „die volle Verantwortung“ Herrn Deffke überläßt und sich „mit diesem Vorgehen in keiner Weise identifiziert“. Wir erfahren aus dem Brief weiter, daß Herr Deffke „nicht mehr an dem Wilhelmwerk beteiligt ist, vielmehr eine eigene Entwurfsabteilung führt“. Das ist wohl der Augenblick, wo wir von allen Beiden, hoffentlich auf die Dauer, Abschied nehmen können.

Der Plakatschlag in Österreich.

Vor Kurzem hat sich in Wien der Zentralverband der österreichischen Plakatierungsinstitute gebildet. Der „Zentralverband“ will den Verkehr der Plakatierungsunternehmen mit den Kunden vereinfachen und durch ein gemeinsames Werbebüro in Wien die Inanspruchnahme der Plakatreklame fördern. Ihm gehören eine große Zahl von Plakatierungs-Unternehmungen der österreichischen Provinz an, darunter solche in Linz, Wels, Salzburg, Baden, St. Pölten und anderen Städten, die die „Geschäftsstelle deutschösterreichischer Plakatierungsinstitute“ (Gedöp) übernehmen. Außer dieser Vereinigung für den Straßenanschlag ist auch die Verkehrswerbung in Österreich vereinheitlicht worden, indem die beiden Unternehmungen für Eisenbahnreklame, der „Globus“ in Wien und das „Österreichische Propagandabüro“ in Innsbruck, gleichfalls ein gemeinsames Werbebüro errichtet haben. Die Leitung der „Gedöp“, des „Globus“ und des „Propagandabüros“ liegt bei unserm Mitgliede, Herrn Direktor Ludwig Sallmayer, Wien. Diese Zusammenfassung eines wesentlichen Teils des Plakatschlages in Österreich wird sicherlich kaufmännische wie künstlerische Vorteile bringen.

Der Reklame-Umzug auf der Leipziger Messe.

Im Maiheft des „Plakats“ habe ich über die Reklame der Leipziger Messe gesprochen und dabei auch den Umzug der Plakatträger erwähnt. Die Schriftleitung hat zwar in einer Fußnote bezweifelt, daß die Besichtigung der Umzugsreklame durch den künstlerischen Berater des Messemamts von etwelchem Nutzen gewesen sei. Wir sind jedoch hier nicht etwa verschiedener Meinung. Denn ich bin mir vollkommen bewußt, daß der Reklameumzug viel mehr Unschönes als Schönes enthält und in seiner Gesamtheit durchaus kein ästhetisches Bild gibt. Die Tätigkeit des Messemamts, dem ja

keine Befugnis irgend welcher Art zusteht, wollte durch gütliche Einwirkung wenigstens grobe Auswüchse beseitigen und das hat sie in der Tat. Daß sie etwelchen Nutzen gehabt hat, ist also unbestreitbar.

Eine andere Frage ist es, wie dieser ganze Reklameumzug überhaupt gehoben werden kann. Ich habe schon gesagt, daß sich das nicht dadurch erreichen läßt, daß man einen Gesamtplan für den Umzug entwirft, denn er ist einfach eine Summe von Einzelheiten, die sich erst in letzter Stunde zusammen finden. Der Organisator des Reklameumzuges wüßte also niemals, aus welchen Urbestandteilen er sein Werk zusammen zu setzen hätte. Ich sehe für die Hebung des Reklameumzuges keinen anderen Weg, als daß sich ein von starkem Willen geleitetes und mit künstlerischen Kräften arbeitendes Unternehmen auf dieses Gebiet wirft, um den Bedarf nach einer guten und wirksamen Straßenreklame zu befriedigen und die vielen Unzulänglichen und Unberufenen, die sich jetzt dieser Reklame bemächtigt haben und besonders kurz vor der Messe in Leipzig breit machen, durch seine besseren Leistungen hinaus zu drängen. Was bis jetzt an guten Reklamen aufgetreten ist, verdankt seiner Entstehung keinem Fachunternehmen, sondern, wie etwa die Libelle von Morisse, der Entschlußkraft der betreffenden Firma selbst oder ihres Werbeleiters. Der Wille zum Guten ist gewiß auch bei vielen anderen Firmen vorhanden, aber er stößt in der Durchführung auf die größten Schwierigkeiten, weil der Besteller sich praktisch auf die Schnellmaler und ähnliche Unternehmungen angewiesen sieht, die seinen Wünschen keine Gestalt zu geben vermögen.

H. Behrmann.

Vorträge.

In der Dresdner Ortsgruppe des V. d. P. wiederholte am 25. April Herr Julius Pinschewer seinen in Berlin gehaltenen Vortrag über den künstlerischen Werbefilm. Das Plakat zu diesem Vortrag war aus einem eigenen Wettbewerb unter den dortigen Mitgliedern hervorgegangen und stammte von Dore Mönkemeyer-Corty. Einen anderen Vortrag hielt Herr Fritsch Müller über „Theorie und Praxis in der Werbekunst“ am 4. Juni. Auch dafür brachte die Ortsgruppe ein besonderes Plakat heraus, das aus dem Atelier des Vortragenden hervorgegangen war. Einem Zeitungsbericht über diesen Vortrag entnehmen wir, daß sich der Vortragende scharf gegen den Mißbrauch der „kostenlosen Entwürfe“ ausgesprochen hat. Das ist doppelt erfreulich, weil Herr Müller noch bis vor Kurzem, wie wir in unserm Messebericht im Novemberheft 1919 auf Seite 432 vermerkten, diesem Mißbrauch nicht sehr fern gestanden hat.

Wettbewerbsergebnisse.

Ein von der „Gruppe Schlesien“ des V. d. P. veranstalteter Wettbewerb für ein Plakat für das Bad Rudowa war von 36 Entwürfen besetzt. Den ersten und den zweiten Preis von 1000 und 800 Mark erhielt Otto Kalina, den dritten von 500 Mark Konrad Scheu, beide in Breslau.

Die Nachfrist zu dem Packungswettbewerb von Landmann in Mannheim, die auf unsere Veranlassung als Entschädigung unverschuldeter Zurückweisung zum 15. Mai ausgeschrieben worden war (Aprilheft 1920, Seite 210), ist von 50 Arbeiten wahrgenommen worden, von denen auf Vorschlag des hierfür zusammengetretenen Preisgerichts sechs angekauft wurden, und zwar zwei von Ernst Rudolf Bogenauer in München, zwei von Walter Buhe in Berlin, je eine von C. A. Müller in Köln und von L. G. Alken in Frankfurt am Main.

Der Umschlagwettbewerb des Hamburger Kunstgewerbevereins (Maiheft 1920, Seite 257) war von 251 Arbeiten besetzt. Den ersten Preis von 1500 Mark und damit die