

der auch weitere noch erscheinende Blätter nachliefert: eine ausgezeichnete Art der Werbung. In dieser Größe wirken die Zeichen geradezu bezwingend. Es geht eine starke suggestive Kraft von Kerstings Mappe aus.

Die Macht der Suggestion empfindet man auch in Wilhelm Schnarrenbergers Kunst (vgl. „Plakat“ 1916, Heft 5/6). Nur aus ganz anderen Quellen. Jetzt ist dem jungen kühnen Badenser ein neuer Herold und trefflicher Beiredner entstanden in Ludwig Steinmeh, der in den „Flugblättern über bildende Kunst“ (Verlag „Der Bücherkasten“, Wien) ein Heft über Wilhelm Schnarrenberger erscheinen ließ. Soweit das Wort überhaupt zu umschreiben, zu verdeutlichen vermag, ist hier das Äußerste geschehen. Allein man vermisst die Zeugnisse Schnarrenbergerscher Kunst selbst doch recht schmerzlich. Das Ganze mutet in dieser Form ziemlich unfertig an.

Um so reifer, abgeschlossener und überzeugender wirkt die Werbeschrift eines staatlichen Kunstinstituts, das offenbar eine ganze Reihe ähnlicher Veröffentlichungen herauszubringen beabsichtigt, weil es diese bei Hugo Matthäus in Stuttgart verlegte Arbeit „Aus den Werkstätten der Württembergischen Staatlichen Kunstgewerbeschule“ als „Erstes Heft“ bezeichnet. Professor Bernhard Pantof, der Leiter des Instituts, konnte nicht besser für dieses werben als durch Herausgabe einer inhaltlich und äußerlich so gediegenen Drucksache. Außer der „Allgemeinen Abteilung als Vorschule“ sind auch sämtliche Fachabteilungen der Anstalt hier mit Bildproben ihrer Werkstattarbeit vertreten, die Gruppe „Graphische Künste und Buchgewerbe“ mit Titelblättern, Plakaten, Bucheinbänden und zwei Bruchstücken aus handgeschriebenen, farbig illustrierten Büchern von Georg Trupp und Richard Döllner.

Auch der Buchdruck und die Schriftgießerei haben wieder eine ganze Reihe guter Werbedrucksachen aufzuweisen. Genssch & Heyse in Hamburg-München ließen ein üppiges Folioblatt in die Welt hinausgehen, das Schriftproben der Glas-Antiqua in allen Größen von 12 bis 84 Punkten zeigt und die Eignung dieser Type für Reklamedrucke zweifelsfrei erhellt. Mit einem größeren Aufwand und in einer mehr ansprechenden, weil für den Interessenten handlicheren und überzeugenderen Form tritt die gleiche Firma für einen anderen Künstler-Mitarbeiter ein, für E. D. Gzeschka, dem sie ein eigenes, üppig ausgestattetes Heft von 36 Seiten widmet, bei dem man nur bedauert, daß es eines Umschlagtitels ermangelt und daß es so unter Preisgabe eines wichtigen Werbehelfers sich in einen — wenn auch noch so gutpapiernen — fatalen Mantel der Anonymität hüllt. Beim Durchblättern hat man seine helle Freude an der Grazie und Munterkeit der Gzeschka'schen Muse, die sich freilich weniger für durchgehenden Prosasatz eignet als für das bewegtere Bild, das die Typographie beim Satz dichterischer Erzeugnisse bieten darf. Das Spielerische, Spinnenzarte ihrer Formen und gewisse Mutwilligkeiten im Schnitt (das große „F“ hat nahezu jedes Gefühl für Unterordnung im Schriftbild und für Rücksicht auf die Augen des Lesers verloren!) nehmen der Gzeschka-Schrift von vornherein die Verbreitungs- und Verwendungsmöglichkeiten etwa der Bernhard-Schriften. Eine sehr reichhaltige und mit praktischen Satzbeispielen gut bestellte Sammlung von „Bernhard-Typen“ hat die Schriftgießerei Flinsch in Frankfurt a. M. kürzlich herausgebracht. Nicht weniger als acht Schriftfamilien mit dem dazugehörigen Linien- und Ziermaterial sind da vereinigt, um dem Fachmann und dem Laien die Zweckmäßigkeit und Schönheit Bernhard'scher Schriften recht eindringlich vor Augen zu führen, und auf vierundzwanzig Seiten wird die Nutzenanwendung aus diesem Reichtum in einer Fülle von Satzbeispielen gezogen.

Im Gegensatz zu diesen Schriftprobenwerkchen, die alle nur für jeweils einen Künstler zu werben bestimmt sind, will nun ein vorzüglich gebundenes und bis ins Kleinste musterhaft ausgestattetes

Bändchen der Druckerei C. S. Naumann G. m. b. H. in Leipzig ganz allgemein für erlesenes Typenmaterial und beste Druckkultur Reklame machen. „Schriften für das schöne Buch“ nennt sich diese Sammlung, die dem Verleger guter Bücher ein nützlicher Berater sein will. Hier ist alles auf Qualität gestellt, nur wenige erprobte Schriften haben Ausnahme gefunden, aber alle in ganzen Seiten und mit verschiedenem Zeilenabstand, Deutschem Wort und deutschem Werk wollen sie den Weg bereiten, und ich muß sagen: ich habe noch keine deutsche Werbedrucksache gesehen, die geeigneter wäre, zerrissene Fäden wieder anzuknüpfen und die Achtung vor deutscher Werkarbeit neu zu festigen, als diese kleine Werkschriften-sammlung.

Daß eine Firma von Weltruf wie die Klingsporsche in Offenbach a. M. dem Streben nach Wiederaufbau unserer Kultur in jeder Weise großzügige Unterstützung zuteil werden lassen würde, war ohne Weiteres anzunehmen. Schon im Vorjahre wurde hier (Seite 167) mit Genugtuung auf die Werbeschrift der Firma hingewiesen: „Wie bei Gebr. Klingspor eine Druckschrift entsteht“. Heute mag in diesem Zusammenhang die letzte Weihnachtsgabe der Firma Erwähnung finden, „Die Geschichte vom Weihnachtsstern“, die würdig sich jener Leistung an die Seite stellt und den Ruhm des Hauses in aller Welt zu mehren bestens berufen ist. Wie die Schlußschrift eines Gutenbergdruckes mutet das Explicit dieser köstlichen Festgabe an, die in allem ein Werk Rudolf Kochs, des künstlerischen Beirats der Firma ist: „Die Bilder wurden als Papierschnitte erdacht, die Druckplatten vorgeätzt und in Zink geschnitten, die Geschichte wurde erfunden, die Satzschrift erfunden, geschnitten und gegossen, das Buch gesetzt, gedruckt und gebunden, alles bei Gebr. Klingspor in Offenbach a. M.“

Eine besondere Freude ist es mir immer, zu sehen, wie die gute Überlieferung eines solchen Hauses sich auf diejenigen vererbt, die in ihm ihre Ausbildung genossen haben, und wie nun im Schaffen einer neuen Generation das Qualitätsstreben der früheren sich fortsetzt. Heute kann ich wieder voller Anerkennung auf die Leistung eines Klingspor-Schülers, des Verlegers Emil Glauber d. J. in Görlitz hinweisen, von dessen Bemühungen um handwerkliche und künstlerische Hochleistungen hier schon verschiedentlich Erwähnung getan wurde und der in seiner „Verlagsanstalt Görlitzer Nachrichten und Anzeiger“ kürzlich ein Bilderbuch von Florry Scholl (Wien) „Allerlei für brave Kinder“ erscheinen ließ, das eine erfreuliche Nachfolge zu dem früher schon gebotenen Guten bedeutet. Die Ausstattung des kleinen, in der Hupp-Fraktur gesetzten und mit Klingspor-Vierfarbendruckungen geschmückten Schriftchens ist vorzüglich und läßt den Preis von zwölf Mark als durchaus angemessen erscheinen.

Wirkt es demgegenüber nicht im ersten Augenblick befremdlich, wenn man hört, daß ein Bücherprospekt fünfundsiebzig Mark kostet? Freilich: man muß es sehen, dieses schimmernde Juwel im Kranze der guten Werbedrucksachen! Dann ist man belehrt und bekehrt, und man versteht, warum ein solches Werbeheft im Handumdrehen eine gesuchte Seltenheit bei den Antiquaren werden konnte. Denn dieser Prospekt für die vierte Reihe der „Drucke der Marées-Gesellschaft“ ist so ungefähr das Reizvollste, was die Gebrauchsgraphik im Bunde mit der Typographie in den letzten Wochen zuwegegebracht hat. Der „Verein der Freunde der Marées-Gesellschaft“ (Dresden, Kaiserstraße 4) konnte nicht geschickter für seine Zwecke werben als mit diesem Herold, den E. R. Weiß in ein strahlend buntes Gewand kleidete und mit einer Fülle farbiger Zeichnungen durchwebte. Ihre Vielfältigkeit erfolgte in der Technik des Offsetdrucks, die hier in geradezu fabelhafter Weise (durch die Spamersche Kunstdruckerei in Leipzig) zur Entfaltung ihrer tausend Reize und Schönheiten gebracht wurde. Die überragende Kulturstufe, auf der sämtliche Veröffentlichungen