

bewußtsein und Arbeitsfreude der Angestellten, die sich immer besser und selbständiger in die Aufgaben der einzelnen Abteilungen – Mitgliederbewegung, Kasse, Registratur, Plakatsammlung, Wettbewerbsdienst, Ortsgruppen, Verlag usw. – einarbeiteten.

**Zeitschrift** Das Jahre 1920 brachte die Erfüllung eines langgehegten Wunsches, das zwölfmalige Erscheinen der Zeitschrift. Die Auflage wurde von 4000 im Jahre 1919 mit einer uns damals fast bange machenden, inzwischen aber glänzend gerechtfertigten Kühnheit auf 7000 im Jahre 1920 erhöht und wird, da auch diese stattliche Zahl am Ende des Jahres fast vergriffen war, im Jahre 1921 um weitere 2500 Hefte vermehrt werden. Daß die Kosten der Zeitschrift um ein Vielfaches des vorangegangenen Jahres wuchsen, ist selbstverständlich. Die größten Schwierigkeiten bereitete die Beschaffung eines einwandfreien Kunstdruckpapiers, ebenso machte die Beschaffung einer so großen Zahl von Beilagen oftmals schwere Sorgen.

Den Firmen, die auch in diesem Jahre keine Opfer gescheut haben, unsere Zeitschrift durch Stiftung von Beilagen zu bereichern, sei an dieser Stelle wie stets unser aufrichtiger Dank ausgesprochen. Zu nennen sind hier namentlich die folgenden Firmen:

Basel: W. Wassermann. Berlin: R. Barnick S. m. b. H., Dinse & Eckert, Richard Labisch & Co. S. m. b. H., Hollerbaum & Schmidt, Leo Bäcker, Gebr. Feyl, Java-Kunst, Willi Simon S. m. b. H. Danzig: Dig & Cie. Hannover: A. Molling & Cie., Edler & Krusche, König & Ebhardt, Gebr. Jänecke, Ernst Boldt, Robert Leunis & Chapman S. m. b. H. Köln: Eisfeller, Julius Fröbus, M. Du Mont Schauberg, Ziegler-Beckmann. Leipzig: Emil Gerasch S. m. b. H., Meißner & Buch, Wezel & Naumann U. S. Lübeck: Charles Coleman, Drägerwerk, H. H. Rathgens. München: Das Werk. Stuttgart: Gustav Braunbeck, Carl Ebner, Emil Hochdanz, A. Levi, Gustav Reifacher. Wiesbaden: Hanns Doenges.

So gelang es, dem Jahrgang 1920 nicht weniger als 142 farbige Beilagen beizugeben, eine Zahl, die, wie die Firtle'sche Tafel zeigt, von keiner andern deutschen Kunst- oder Reklame-Zeitschrift auch nur annähernd erreicht wird. Auf 610 Textseiten wurden außerdem 970 Bilder gebracht, von denen fast ein Drittel mehrfarbig waren, darunter 96 Vierfarbenabgebungen. Sehr bewährt hat sich die Zusammenfassung bestimmter Gebiete zu Sonderheften: „Hannover“, „Schwaben“, „Schweiz“, „Baukunst“, „Verkehr“, „Film“, „Maschinen-Industrie“.

Auch unserer Mitarbeiter, die zur Bereicherung der Hefte beigetragen haben, müssen wir dankbar gedenken, und wenn hier nur die eifrigsten namentlich erwähnt sind, so soll damit nicht die gelegentliche Arbeit anderer mißachtet werden. Zu unsern Mitarbeitern gehörten die Herren Dr. Adolf Behne, Berlin, Prof. Peter Behrens, Berlin-Neubabelsberg, Hermann Behrmann, Leipzig, Richard Braungart, München, Ernst Collin, Berlin, Prof. Frits Helmuth Ehmcke, München-Zürich, Hugo Hillig, Hamburg, Dipl.-Ing. Max Kuttner, Berlin, Geh. Reg.-Rat Dr. Hermann Muthesius, Berlin-Nikolasee, Dr. Max

Döbner, Berlin, Prof. Dr. G. E. Pazaurek, Stuttgart, Dr. Walter Schubert, Berlin, Dr. F. Rudolf Uebe, Münster i. W., Senatspräsident Geh. Reg.-Rat Walter von Zur Westen, Berlin.

Auch die „Kultur der Reklame“ wurde weiter ausgebaut und durch Aufsätze aus allen Grenzgebieten vermehrt. Namentlich waren es Erörterungen über das politische Plakat, über Briefmarken und über angestellte Künstler, die Beachtung und Widerhall fanden. Die Schriftleitung geht mit Beginn des neuen Jahres von Hermann Redendorf in Berlin auf Hermann Behrmann in Leipzig über (vgl. Seite 45 dieses Hefes).

Am Ende des Jahres entschloß sich der Vorstand, wiederum einen Wettbewerb für gute Aufsätze zu veranstalten, für den er 10 000 Mark an Preisen aussetzte. Er feierte damit gleichzeitig das fünfzehnjährige Bestehen des Vereins, das mit Rücksicht auf den Ernst der Zeiten in keiner andern Weise begangen wurde.

Der buchhändlerische Absatz der Zeitschrift ist in ständiger Zunahme begriffen; fast 1100 Buchhandel-Abonnements werden über Leipzig durch uns geliefert; hierzu treten noch 500 Jahres-Abonnements, die unser amerikanischer Vertreter, Herr Arthur Wiener, absetzt. Mit ihm wurde eine besondere Vereinbarung getroffen, die den Verein am Gewinn des amerikanischen Absatzes unserer Zeitschrift beteiligt. Über den Erfolg dieses ersten Jahres kann wegen der Langsamkeit der Verbindung noch nichts Abschließendes gesagt werden. Alte Hefte wurden ständig zurückgekauft und zu Jahrgängen zusammengestellt, die eine wertvolle Einnahmequelle für den Verein wurden.

Schwere Sorgen bereitete der Anzeigenteil. Mit einer Anzahl von Firmen waren laufende Verträge zu einer Zeit abgeschlossen worden, als man mit einer Stetigkeit der Preise rechnete. Als nun trotzdem diese für Papier, Saß und Druck weiter sprunghaft in die Höhe schnellten und die Firmen teilweise auf Innehaltung der Verträge bestanden, drohte der Anzeigenteil zu einem schweren Verlust für den Verein zu werden. Schließlich gelang es den unermüdblichen Bemühungen des Pächters unseres Anzeigenteils, die betreffenden Firmen zur freiwilligen Erhöhung ihrer Zahlungen oder zur Verringerung ihrer Forderungen zu bewegen, und wenn dem Anzeigenteil wohl auch niemals eine größere Bedeutung unter unsern Einnahmequellen zukommen wird, so ist doch vorläufig ein Verlust von uns abgewendet, sodaß wir den Anzeigenteil, der ja nicht nur geldlichen Gewinn bringen soll, sondern einen Teil unseres künstlerischen Programms darstellt und uns für unsere Geltung unerläßlich erscheint, leichteren Herzens durchhalten können.

**Verlagswerke** Die Reihe der Handbücher der Reklamekunst wurde fortgesetzt. Es erschienen im Jahre 1920 zunächst zwei Nachträge zu Band 1 und 2, enthaltend 100 neue Adressen von sammelnden Mitgliedern und 100 neue Künstlerzeichen mit Erläuterungen. Neu erschienen:

Band 3: „Schriften über Reklamekunst“, ein Verzeichnis von 764 Titeln von Büchern, Broschüren, Zeitungs- und Zeitschriftenaufsätzen aus dem Gebiete der Reklamekunst.