

Die Zahl der von Meyer erteilten Auskünfte betrug 54 gegen 48 im Vorjahr. Darunter waren 10 Fälle, in denen die Zahlung von Entwurfsgebühren verweigert worden war und 10 Anfragen nach der Angemessenheit einer Forderung, in der Mehrzahl von Künstlern gestellt, die unsern Rat vor Aufstellung der Rechnung erbat. Weitere 11 Anfragen betrafen Rechtsauskünfte, 4 Literaturnachweise, 6 die Begutachtung von Entwürfen, die uns Künstler oder Besteller zur Äußerung geschickt hatten und 13 allerlei andere Anfragen.

Bleistein stand den Mitgliedern auf diesem Gebiete in 42 Fällen (im Vorjahre 35) zur Verfügung. Abgesehen von wenigen Besonderheiten — z. B. dem Wunsch nach einem künstlerischen Reklame-Alphabet aus Blechbuchstaben oder einer Anstalt für Seidendruck — handelte es sich im Wesentlichen um Nachfragen nach Kunstanstalten und ähnlichen Unternehmungen (14), Lehrstellen oder auch Schulen und Fachlehrern (12), Reklamefachleuten (3), Schriftstellern (3). Im ganzen bearbeitete die Auskunftsstelle also 96 Vorgänge. Die Künstlervermittlung ist hier nicht einbezogen.

Künstler-Vermittlung Dieser Zweig der Vereinstätigkeit ist planmäßig ausgebaut worden (Arbeitsgebiet Bleistein). Die Bedeutung der Einrichtung für den Verein ist zu selbstverständlich, als daß eine Begründung nötig wäre. Die Geltung nach außen zeigt sich aber am besten im Wachsen der Anfrage-Zahlen. Noch im Jahre 1918 wird die Summe der Fälle, in denen man uns um Künstler-Vermittlung anging, nicht mehr als 50 betragen haben. 1919 stieg sie auf 88, im Berichtsjahre 1920 wurden 149 Anfragen ausführlich von uns bearbeitet. Die aus Berlin kommenden, durch Fernsprecher erledigten Anfragen sind hierin nicht mit erfaßt.

Es galt vor allem, den inneren Wert der Auskünfte und Vermittlung für unsere Anhänger zu steigern. Auch hier sind in den drei Nachkriegsjahren drei Stufen deutlich erkennbar: 1918 mußte sich der Verein mit der einfachen Nennung von Künstlern unter Angabe ihrer Adresse begnügen. 1919 konnte diese rein listenmäßige Zusammenfassung erweitert werden durch Beifügung einer kurzen Kennzeichnung der Schaffensweise des betreffenden Künstlers, die ein Bild seiner Persönlichkeit umriß. Auch diese Bereicherung des inneren Wertes unserer Mitteilung genügte uns nicht, und so entstand ein neuer Plan, dessen Ausführung Mitte 1920 begonnen wurde. Es ist der Aufbau der „Wertproben“. Wir legten von denjenigen Künstlern, die für Empfehlungen auf Anfragen von Verbraucherkreisen in Frage kommen, Mappen an, die auf je 12 bis 14 Blatt von beträchtlicher Größe Stichproben aus dem „Wert“ des betreffenden Künstlers zeigen. Hier werden nicht nur bereits ausgeführte Arbeiten verwandt, sondern auch solche vorgeführt, die Entwürfe geblieben sind, da sie die künstlerische Persönlichkeit oft besser zeigen, als die durch den Besteller bereits beeinflussten ausgeführten Arbeiten. Dem Anfragenden werden die „Wertproben“ in der Weise zugänglich gemacht, daß ihm nach Aufzählung geeigneter Künstler anheimgegeben wird, sich genauer über die Ge-

nannten durch Bestellung von deren „Wertproben“ zu unterrichten. Die Hergabe erfolgt leihweise gegen Erstattung einer kleinen Gebühr für Versand und Abnutzung. Die Inanspruchnahme der neuen Einrichtung war sehr groß. Wir verliehen seit September in 18 Fällen 81 Mappen.

Auf unserer Liste für „Wertproben“ stehen etwa 150 deutsche Künstler; doch konnten solche vorerst nur etwa für die Hälfte zusammengestellt werden. Für den Rest liegen die Hemmungen bei den betreffenden Künstlern selbst, da sie uns trotz vielfacher unmittelbarer brieflicher Mahnungen ihr Material nicht schicken und so unser Vorgehen unter Verkennung seiner Bedeutung erschweren.

Die Anfragen nach Künstlern kommen vorzugsweise aus den Kreisen der Reklame-Hersteller und der Reklame-Verbraucher. Sie gliedern sich scharf in zwei Richtungen, da entweder Dauerverbindungen mit einem Künstler für Arbeiten aller Art, oder aber Persönlichkeiten gesucht werden, die irgend welchen Sonderaufgaben gerecht werden können. Im ersteren Falle heißt, abgesehen vom Persönlichen, die geographische Lage Beachtung. Im zweiten Falle fallen diese Bedenken häufig weg. Im Allgemeinen scheinen wir auf dem rechten Wege zu sein, denn obwohl wir dem Erfolg selten nachforschen können, sind uns vielfach Auftragserteilungen bekannt geworden.

Die gestellten Aufgaben reichen vom Aufklebezettelchen über Schutzmarken, Anzeigen und Plakate bis zur Hauswandbemalung und vom Wunsch nach einer weltabgewandten philosophischen Exlibris-Radierung bis zum „energievollen Tatsachen-Menschen“, der geeignet sein sollte, Produkte eines der Riesenwerke des Reiches mit feiner Kultur zu durchdringen.

Es sei besonders betont, daß wir uns auch dann voll eingesetzt haben, wenn der Anfragende nicht dem Verein angehörte, wir uns aber von der Erfüllung seiner Bitte irgend welchen Vorteil für Kunst und Künstler versprochen. Unsere Bemühungen, unparteiisch vorzugehen, Wiederholungen und Bevorzugungen zu vermeiden, befriedigten die dem Ausschuß angehörigen Künstler Firlé und Hertwig in jeder Weise, die auf eigenes Verlangen eine Nachprüfung dieser Vermittler-Tätigkeit am Schluß des Jahres vornahmen und unsere Arbeit mit wertvollen Winken und Anregungen für die Zukunft befruchteten.

Werbetätigkeit (Arbeitsgebiet Bleistein). Im Vorstand war man sich darüber klar, daß einzig eine wesentliche Verbreiterung des Mitgliederbestandes dem Verein die öffentliche Geltung schaffen kann, die uns als Ziel vorschwebt. Mit dieser Erkenntnis trat der Wille zur Tat gleichzeitig auf. — Alle Werbetätigkeit kann zweckvoll nur durch zwei Kanäle geleitet werden, entweder die unmittelbare Bearbeitung bestimmter Personen oder aber mittelbare Beeinflussung von Kreisen, deren gleichgerichtetes Interesse vorausgesetzt werden kann. In beiden Richtungen stießen wir vor.

Bereits im vorigen Jahre begannen wir einen umfangreichen Werbefeldzug für den Verein vorzubereiten, der — gestützt auf eine sorgfältig zusammengetragene Adressensammlung — uns neue Freunde gewinnen sollte. Im