

zwar da ist, aber nicht, wie sie entstand, d. h. zu ihrer Entstehung die einzige sowohl hinreichende als notwendige Bedingung ist. Damit ist aber jeder Rückschluß auf ihre Anwendungsmöglichkeiten als irrig erwiesen.

Es ist notwendig auf die Mängel in dem ganzen System hinzuweisen, damit in den Kreisen der Reklame und Propaganda, denen die Farbe mit der wesentlichste Faktor ist, von vornherein Klarheit herrscht über die guten Seiten und die Grenzen der neuen Sache. Besteller wie Künstler müssen sich darüber klar sein, daß die Orgel, soweit sie Koordinatensystem ist, schon beträchtlich anwendbar ist, — soweit sie aber Harmonielehre sein will, noch sehr an der Oberfläche tappt und erst noch das Problem der Form lösen muß, was ihr schwerlich schnell gelingen wird. Auf alle Fälle muß man sich bei ihrer Anwendung der großen Gefahren bewußt sein, die ein Schema F an sich hat; und Halbkünstler werden gut tun, sich nicht einzureden, ihnen sei nun die Kunst und der Stein der Weisen aufgegangen, und der Fabrikant soll nicht glauben, er sei nun in der Lage, den Künstler über farbige Erscheinungen zu belehren.

* Dr. Georg Paech, Dresden.

Wettbewerbsergebnisse.

Das Ergebnis des Hoch-Wettbewerbs („Plakat“, Februar 1921, Seite 127) hat eine Änderung erfahren. Infolge gleicher Kennworte war als Träger des ersten Preises fälschlicherweise Georg Reiz in Nürnberg bekanntgegeben worden. Der wirkliche Verfasser ist jedoch Otto Kienzle in Traisa bei Darmstadt.

Der Wettbewerb des Stuttgarter Landesgewerbe-Museums für Farbbanddosen („Plakat“ Dezember 1920, Seite 609) war von nicht weniger als 1454 Arbeiten besetzt, deren hohen Durchschnitt die Preisrichter besonders anerkannten. Erste Preise von je 2000 Mark erhielten Franz Paul Glas und Willy Schmid in München, 1000 Mark bekam Kishner in Bremen, 800 Mark Wilhelm Langer in Leipzig. Für je 150 Mark angekauft wurden Arbeiten von Karl Bältmann und Eugen Schmidt in Berlin, H. Ehlers und Willi Wolf in München, Albert Heim und Max Körner in Stuttgart, J. Jäger in Reichenberg, Paul Meinke und C. A. Müller in Köln und Carl Strüwe in Bielefeld.

Im Tapeten-Wettbewerb des „Siedlungsverbandes Ruhrkohlenbezirk“ („Plakat“ ebenda) erhielten Preise B. Parzinger in München, A. D. Holub in Essen, H. Gerard in Köln, P. Arnoul in Offenbach, R. Rumpf in Wattenscheid, J. Borst in Essen und E. Schulze in Berlin. Ankäufe erzielten Ruth H. Raack in Berlin, R. Zacharias in Hildesheim, C. E. Beck in Leipzig und W. Dyk in Düsseldorf.

Im Wettbewerb unserer Breslauer Ortsgruppe („Plakat“ Februar 1921, Seite 127) für ein Plakat und eine Werbemarke fielen unter 140 Einsendungen die Preise für Plakate an Adolf Betau in Schweidnitz, Heinrich Leistikow (2) in Tampadel, Van Hout und Alfons Niemann in Breslau, für Marken an Hans Sachs in Neusalz, Alfons Niemann (2), Ruth Hoffmann, Kurt Ahrendt, Wilhelm A. Lössow und Alfred Buchwald in Breslau.

*

Hans Meyer.

Neue Wettbewerbe.

Ein fesselnder und lohnender Wettbewerb der Kunstanstalt Kramp & Co. in Offenbach für Parfümeriepackungen zum 25. März ist bereits im Anzeigenteil unseres Februarheftes bekannt gegeben worden. Ausgesetzt sind 16000 Mark in drei Preisen und zwanzig Ankäufe. Im Preisgericht sind Delavilla in Frankfurt, Rudolf Koch in Offenbach, Hans Meyer vom B. d. P. und zwei Vertreter des Ausschreibenden. Den Teilnehmern unseres Wettbewerbsdienstes sind die Bedingungen sofort zugegangen. — Immer noch erlebt man

Ausschreibungen von völliger Ahnungslosigkeit. Der Stadtrat von Nürnberg setzte für Entwürfe von Steuermarken, die er zum 1. März unter einheimischen Künstlern ausschrieb, ganze 1000 (eintausend) Mark aus, die noch dazu auf beliebig viele Einsender verteilt werden konnten und den Erwerb der Entwürfe durch die Stadt einschlossen! Die Teilnahme konnte man sich durch Erwerbung der Bedingungen für 50 Pfennig erkaufen. Dieses Ausschreiben deckten außer vier Stadträten sechs angesehene Künstler — darunter Schiefl, Grabl, Georg Kellner u. a. — mit ihren Namen, davon die Hälfte als Preisrichter, die andern als Erfahrmänner! — Im schönen Wett-eifer mit der süddeutschen Schwester steht die norddeutsche Stadt Neustrelitz, die für Notgeldscheine von 50 und 25 Pfennigen Preise von 200, 100 und 50 Mark aussetzt. Der dritte Preisträger erhält also hundert Abdrücke seiner Arbeit als Preis! — Unkenntnis in anderer Richtung zeigte die Vereinigte Bauunternehmung Breslau, die zum 5. April drei Aufgaben, Briefköpfe und Postkarten unter schlesischen Künstlern mit 7000 Mark in vier Preisen ausschrieb. Nach Architektengepflogenheit mußten für die Bedingungen — die wir auf diese Weise auch nicht kennen lernen konnten — 2 Mark bezahlt werden, und das Preisgericht bestand aus einem Maler, einem Museumsdirektor, sechs Architekten und — keinem Gebrauchs-graphiker! Ein Breslauer Künstler, der nachträglich zum Eintritt in das Preisgericht aufgefordert wurde, lehnte begreiflicherweise ab. Warum fühlen sich Baumeister zum Urteil über Briefköpfe berufen? Sie würden sicher Bildermaler als Urteiler ihrer Bauentwürfe ablehnen! Auf unsern Einspruch gaben die Ausschreiber uns eine Erklärung für ihr Vorgehen, die gewiß ihren guten Willen zeigt, aber auch den Grund ihres Mißgriffs beleuchtet. Ein Preisgericht ist zur sachlichen Prüfung da, nicht zum Tummelplatz der Vertreter von allerhand Körperschaften, die man „anstandshalber“ auffordern muß. Unter so vielen berufenen — unberufenen — Kritikern ist natürlich kein Platz für die Forderung, die Hälfte der Preisrichter aus den Gebrauchsgraphikern zu entnehmen. Die Erhebung eines Abgabezolles für die Unterlagen wird mit dem Wunsche begründet, die Bewerbung von Dilettanten zu verhindern. Das scheint uns von allen Wegen zu diesem gewiß löblichen Ziele der verkehrteste. Wir verfehlen nicht, eine eindringliche Warnungstafel vor diesen Weg zu stellen.

*

Hans Meyer.

Berichtigungen.

Bild 23 auf Seite 567 des vorigen Jahrganges (Dezemberheft) stammt nicht von Ivo Duhonny.

Frau G. Ohrtmann-Clauder in Charlottenburg legt Wert auf die Feststellung, daß der im Novemberheft S. 531 dem Reklame-anwalt Dms-Steglich zugeschriebene Minimax-Zweizeiler von ihr als früherer Leiterin der Werbeabteilung der Minimax-Gesellschaft verfaßt worden ist. Von Dms stammt der andere Zweizeiler: Ein Schrei: „Es brennt!“ Ein Stoß, ein Knack — Zwölf Meter weit spricht Minimax.

Dr. Victor Mataja in Wien legt Wert auf die Feststellung, daß die 3. Auflage seiner „Reklame“ (vergl. Dezemberheft 1920, Seite 603) gegen die vorigen Auflagen in manchen Teilen wesentlich bereichert worden ist. So sind die jüngsten Vorkommnisse und namentlich auch die durch den Krieg geschaffenen Verhältnisse in vielen Fällen Anlaß zu Ergänzungen gewesen, so die Frage der Selbstbedienungsläden, die Hemmung des Reklamewesens u. a. Auch das Anzeigen-Monopol ist behandelt. Ganz neu eingefügt sind die Abschnitte über Reklamearten, Arbeitsnachweise und Stellenanzeigen sowie über die staatliche Werbearbeit. Besonders der zuletzt genannte Abschnitt stellt vielfach wichtige Fragen zur Erörterung. Schließlich ist die Frage der Schaffung einer umfassenden Werbelehre berührt.