

man sich keine graphische und farbige Wirkungsmöglichkeit eines Originals denken kann, deren ganzen Zauber sie nicht in der Vielfältigkeit zu erreichen vermöchte. Für Wierh ist Offset die gegebene Drucksprache. Seine bewegliche Phantasie, seine rasche Hand, die den freidigen Strich und die tonige Fläche liebt, hatten hier eine gute Gelegenheit, ihr Können zu beweisen. Wo es um straffere Leistung geht, gibt es eine Enttäuschung; so, wenn Richard Strauß porträtmäßig beschworen wird. Aber in den freien Rhythmen fühlt sich der Rheinländer zu Hause, im Seltgeperl der Laune und der Impression klingt überall die fröhliche, unverwüßliche rheinische Note auf.

Wir mögen sie im vielstimmigen Orchester der neuzeitlichen Gebrauchsgraphik nicht missen, solange sie sich nicht selbst gefällig hervor-drängt. Allein, sobald sie zu häufig ertönt oder von zu vielen Musikanten aufgenommen wird, wirkt sie ermüdend. Auch Wierh ist nicht immer ihr sicherer Beherrscher. Was er sich beispielsweise in dem „Kosmetischen Hauslexikon“ der Kolberger Anstalten für Exterikultur geleistet hat, läßt sich selbst durch die Schönheitsalbe nachträglicher Handkolorierung nicht wiedergutmachen. Mag der Randzierrat noch eben hingehen, das halbe Duzend ganzseitiger Bilder wäre besser weggeblieben. Künstler von seinem Ruf und Können sollten dem Kitschbegehren der Besteller gegenüber mehr Rückgrat bezeigen. Sonst rauben sie uns die Überzeugung von der Echtheit ihres Qualitätsstrebens und verleiden uns den reinen Genuß an der fröhlichen Note ihrer Kunst.

Grundton, tragender Bau der ganzen nutzgraphischen Symphonie wird im übrigen immer die schlicht zweckgemäß gerichtete, nicht körperlich, sondern rein flächig, zweidimensional gestaltete Graphik sein. Einer der besten Könner auf diesem Gebiet ist Karl Schulpig, der die Kunst der Kraftsteigerung durch Vereinfachung meisterlich beherrscht. Sein Prospekt für die Veltener Ofenfabrik von Richard Blumenfeld, den Runo Bergmann in Berlin in Offset druckte, verrät auf den ersten Blick die Sicherheit des Schuhmarkenzeichners, der mit den knappsten Mitteln die stärksten Wirkungen zu erreichen gewohnt ist. Ein breites, hellblaues, weißgeferntes Band umgibt die einzelnen Seiten. Auf Weiß und Hellblau ist das Ganze gestimmt, selbst der Randschnitt leuchtet in Hellblau. Nur der dem Schornstein enteilende Rauch ist durch ein dunkleres Blau gekennzeichnet. Das gibt dem Umschlag die typische, freundlich-fröhliche Grundstimmung, die so warm in allen Werken Schulpigs weht. Keine feste Linie umreißt das Haus. Ein paar weiße Flecke sind über das Hellblau gestreut. Und doch steht alles so sicher im Raum, als ob es gar nicht anders sein könnte.

Daß sich auch ohne Offsetdruck noch immer recht wirkungsvolle Kataloge herstellen lassen, zeigen die neuesten „Mitteilungen“ der Zigarettenfabrik „Haus Neuerburg“ in Trier. Da einige Lichtbilder in den Text gegeben werden sollten, wählte man Autotypie und mattes Kunstdruckpapier. Risner entwarf den Umschlag und steuerte einige Bignetten bei, die ein liebenswürdiges Talent offenbaren, aber im Druck wenig sorgfältig behandelt wurden.

Von Lucian Zabel liegt ein technisch seitens der Spamerschen Buchdruckerei in Leipzig sehr gut bewältigter, in Kornähung durchgeführter Prospekt für den neuen Heizkörper „Pyrocit“ vor, der auf einem erlesenen Büttenpapier um den Text eine Fülle von kleinen, lustigen Randzeichnungen vereinigt. Reich und schön ist die Titelseite gestaltet, überaus einprägsam die am Schluß erscheinende Schutzmarke.

Bütten ist auch der Stoff, den A. M. Gay seinem üppigen Prospekt für das Kaiserhof-Atlantico-Kurhaus in Heringsdorf zugrunde legte und auf den er einige Duzend flotter (vom Qualitätsstandpunkt aus zuweilen leider allzu flotter!) Kleinbildchen in Grün

zu rostbraunem Typendruck setzte. Immerhin ist sein Prospekt künstlerisch noch wertvoller, als die ganzseitige Anzeige, mit der er in einem Berliner Mittagsblatt für diese Luxusgaststätte warb. Oder glaubte er, Neureichs und ihr Anhang hätten angesichts der Liste des ihrer an Vergnügungen und sonstigen Annehmlichkeiten dort Harrenden weder Lust noch Kennerchaft genug, um seiner Kunst Beachtung zu schenken?

Weitaus das vollkommenste, was an Verlagsprospekten während der letzten Monate in Deutschland erschienen ist, stellt der gleichfalls unter Verwendung schwersten Büttenpapiers zustandegelommene Prospekt der Mares-Gesellschaft für die sechste Reihe ihrer Drucke dar. Schon bei Gelegenheit einer früheren Sammelbesprechung („Plakat“ 1920, Seite 544) wies ich voller Bewunderung auf die köstlichen Prospekte dieser Kunstgemeinde hin. Was J. Maier-Graefe hier zustande gebracht hat, ist das Reifste und Reichste, was man sich überhaupt denken kann. Angesichts solcher Vollkommenheit drängt sich einem unwillkürlich die Frage auf, ob es in unserer Zeit der Not angebracht sei, Reihe auf Reihe kostbarer Drucke herauszugeben und mit solchen Luxusprospekten einzuleiten. Maier-Graefe mag mit seinen eigenen Worten Rede stehen: „Die Frage ist von jedem aufzuwerfen, dem Liebhaberei und Egoismus nicht den Rest von Menschlichkeit rauben. Es wäre zu antworten, daß nie die Notwendigkeit, solche Drucke wie die unseren zu machen, dringender war, wenn man überhaupt unserer Not noch das Recht zuerkennt, Kunst wollen zu dürfen.“ Wenn er im weiteren sagt, daß die Mares-Gesellschaft im wesentlichen nichts bringt, was sich auch nur mit einem Schein des Rechts Luxus nennen ließe, da aller Aufwand nicht oder nur zu einem verschwindenden Teil Form, sondern fast ausschließlich Inhalt sei, so kann man ihm wohl beipflichten. „Werke der bildenden Kunst existieren nicht in Reclam-Ausgaben. Goethe auf Zeitungspapier bleibt Goethe, wenn keine Zeile weggelassen wird. So gedruckten Werken von Rubens und Watteau fehlen immer die wichtigsten Zeilen.“ Schließlich hängt die Entscheidung, ob solche bibliophilen Veröffentlichungen als Luxus zu gelten haben, lediglich vom Konsumenten ab. Der mir vorliegende Prospekt ist wieder unter der Schutzherrschaft von E. R. Weiß entstanden, was für den Kenner genug besagt. Ihm wird es zudem eine besondere Freude bereiten, diesen Meister der Graphik hier von einer neuen Seite kennen zu lernen: als Schöpfer einer griechischen Schrift. Kein anderer konnte diese Aufgabe besser erfüllen als dieser Künstler, in dem sich feinstes Gefühl für griechische Dichtung – seine Homer-Übersetzung beweist es –, paläographisches Verständnis und schöpferische Begabung für die Arabeske des Buchstabens so glücklich einen. Er verwarf jeden Buchdruck und entschied sich für die Radierung, um die „Gedichte der Sappho“ in der Ursprache darzureichen, indessen seine Gattin Renée Sintenis ebenfalls mit Nadel und Stichel die geleitenden Bilder schuf.

Einen weniger durch sein Äußeres als durch seinen Inhalt beachtenswerten Prospekt gibt der Drei-Masken-Verlag in München für seine „Münchener Skriptor-Drucke“ heraus. Diese Bändchen sollen für den staunenswert billigen Preis von 15 Mark für die gewöhnliche Ausgabe und von 120, 250 und 300 Mark für die 110 Stück der Vorzugsausgabe geliefert werden. Dem Verlag gelang es, die Münchener Schreiber zu einer Gruppe zu vereinigen, mit deren Hilfe jetzt die erste Reihe geschaffen wurde. Jeder Künstler schrieb selbst den Text und entwarf Schmuck und Einband für sein Buch. Da die Druckseite unmittelbar von der Urvorlage übertragen wird, bleibt deren ganzer Reiz der Vielfältigkeit erhalten. Es wird nun also auch dem mit schmalen Geldbeutel Bedachten die Möglichkeit geboten, sich Erzeugnisse guter neudeutscher Schreibkunst zu kaufen. Der Kreis der bisherigen Mitarbeiter (Anna Simons,