

Heinrich Jost, E. R. Vogenauer, E. Heigenmooser, J. v. Schnellenbühl) wird sich mit der geplanten Erweiterung des Unternehmens hoffentlich noch verbreitern. Gern sähe man darin auch andere Gruppen vertreten, vor allem die Berliner Meister mit Hoyer an der Spitze und weiter seinen Vorgänger im Lehramt für Schriftkunst an der Hochschule für die bildenden Künste, den jetzt nach Baden-Baden übergesiedelten Heinz Keune.

Neben diesen bemerkenswerten Prospekten verdient noch eine Anzahl weiterer Aufklärungs- und Werbeschriften hier Erwähnung. Da ist „Der Werbebund und seine Arbeit“: der erste Jahresbericht eines in Stuttgart neu gegründeten Verbandes, der zwar nur 80 Mitglieder umfaßt, nach seinen Mitteilungen aber eine rege Tätigkeit entwickelt hat und im übrigen, wie die abschließende Erläuterung seiner Zwecke und Ziele dartut, sich ein bißchen viel vorgenommen hat. Ob solche Dinge wie Adressennachweis, Bewahrung vor geschmacklichen Mißgriffen, Unterrichtung über Neuerscheinungen im Werbewesen nicht besser aus einer über alles unterrichteten und über ein Aufklärungsorgan von der Bedeutung des „Plakat“ verfügenden Zentralstelle und ihren Ortsgruppen zu erledigen sind, bleibe dahingestellt. Jedenfalls ist die graphische Ausstattung dieser Werbeschrift, für die Max Körner und Karl Sigrift verantwortlich zeichnen, anzuerkennen. Der drucktechnischen Ausführung kann man bedauerlicherweise nicht das gleiche Lob zollen.

Dagegen decken sich Inhalt und Form in glücklichster Weise bei der Aufklärungsschrift „Die Reklame auf der Messe“, die nach einem Vortrag des Direktors der Literarischen Abteilung des Messamts für die Mustermessen in Leipzig, H. Behrmann, als erstes Heft einer unter dem Titel „Werbedienst“ im gleichen Verlag erschienenen „Sammlung von Abhandlungen und Arbeitsproben aus allen Gebieten des Werbewesens“ herausgekommen ist. Professor Hugo Steiner-Prag entwarf einen Umschlag für sie, auf dem er einen ganzen Zug Brieftauben mit bunten Umschlägen im Schnabel zu einem farbigen Reigen vereinte. Inhaltlich gibt das Heft wertvolle Aufschlüsse über alles Wissenswerte in klarem, übersichtlichem Aufbau und in einer leicht verständlichen, gefälligen Form. Ein Anhang „Organisation und Werbemittel der Leipziger Messe“ bringt ein reiches Anschriftenmaterial und vieles sonst für die Praxis noch Wissenswerte.

Als gute Erzeugnisse hannoverscher Gebrauchsgraphik stellen sich zwei Schriftchen vor, die beide von Edler & Krüske in Hannover gedruckt wurden. Dr. Fr. Edler, der sich um die Förderung der werbegraphischen Kultur viele Verdienste erworben hat, läßt unter dem Titel „Kunst und Kaufmann“ eine kleine Aufklärungsschrift in die Welt hinausgehen, die nach Entwürfen von Chr. Prella gestaltet wurde und in einer ganzen Reihe von Offset-Abbildungen nach Kontobüchern, Packungen und Wertpapieren einen guten Überblick über die kunstfördernde Tätigkeit der Firma gestattet. Die zweite Veröffentlichung bringt „Werkproben hannoverscher Druckgewerbe-Künstler“ und wird eingeleitet von einem Werbeblatt mit der Frage „Warum nach Berlin?“ Als Herausgeber zeichnet der „Bund hannoverscher Druckgewerbe-Künstler“, der zwar nur zehn Namen umfaßt, aber mit einigen recht lebenskräftigen Schaffensproben seiner Mitglieder Prella und Kersting hier aufwartet.

Als eine wohlgelungene Vereinigung von Werbe- und Widmungsschrift stellt sich „Das Lob der Druckkunst“ vor, eine ganz vorzüglich ausgestattete Gabe, die von der Schriftgießerei D. Stempel u. S. in Frankfurt a. M. geschaffen und den Teilnehmern an der Tagung des Deutschen Faktorenbundes im Mai 1921 in Weimar zugeeignet wurde. Es sind Satzproben der Schriften von Gmüde, Kleukens, Buhe u. a., aber nicht irgendwelchen beziehungslosen Texten entrisen, sondern als Träger von Lobsprüchen der Druckkunst, deren Auswahl mit

gutem Geschick erfolgte. Da erscheint die berühmte Schlusschrift des Catholicon von 1460 im lateinischen Urtext mit der Gmüde-Rusika und in deutscher Übertragung mit der Gmüde-Schwabacher gedruckt. Es folgen Denkschriften auf Gutenberg und seine Erfindung von Adam Selthus, Jacob Wimpfeling, Sebastian Brant u. a., alles nicht gassenlaute Sätze, die auch der Belesene gern vernimmt, zumal sie in so gediegener typographischer Fassung geboten werden.

In prächtigem Festkleid erscheint auch – würdig des stolzen Titels – „Die Ästhetik des Buchgewandes“, eine Festschrift aus Anlaß des fünfundsiebzigjährigen Bestehens der Großbuchbinderei H. Sperling in Leipzig. Der Einbandentwurf stammt von A. Pichler; ebenso Buchschmuck und Initialien, die sich willig um den in der Spammerschen Buchdruckerei gefertigten Satzspiegel schmiegen. Ein Bildnis des Seniorchefs in Tiefdruck nach einer Radierung von Professor B. Hérouz leitet den Band ein, und einige verkleinerte farbige Wiedergaben in eigener Werkstatt hergestellter künstlerischer Handeinbände machen den Beschluß. Gern läßt sich der Bücherfreund zwischendurch aus einem Sonderkapitel über Werke von besonderer Bedeutung unterrichten, die im Laufe der Jahre von H. Sperling gebunden worden sind.

Da hier gerade vom Buch die Rede ist, sei noch rasch eines Heftchens gedacht, das die Firma Heinrich Buschmann in Münster i. W. herausgegeben hat und dessen Inhalt sich auch an Bücherliebhaber richtet, mehr freilich an solche, die es erst werden wollen. Denn wer es sich irgendwie leisten kann, wird stets das Eigenzeichen dem Vordruckexlibris vorziehen, und gestatten ihm das seine Mittel nicht, so bleibt die handschriftliche Namenseintragung unmittelbar in das Buch selbst immer noch sicherer, schöner und charakteristischer als ein Schriftzusatz auf einem Vordruckexlibris, der sich in dessen „Stil“ einzwängen muß, dort immer als lästiger Eindringling empfunden wird und doch mitsamt dem ganzen Klebezettel von einem Ungetreuen jederzeit abgeweicht werden kann. Da die von anderer Seite im Vorjahre in Aussicht gestellte „Erweiterung“ der Sammlung glücklicherweise nicht erfolgt ist, im Gegenteil das uns vorgelegte Heft mit seinen zwanzig Blatt eine Verminderung gegenüber den früheren „Musterbüchern“ bedeutet und zugleich eine Auswahl des Besten aus dem alten Bestand darstellt, so rechtfertigt sich auch unser neuerliches Eingehen auf diesen vom künstlerischen Standpunkt aus wenig erfreulichen Gegenstand.

Wie stark überhaupt das Begehren der Zeit auf Abkehr von der Schablone und auf Hervorbringung von Eigenzeichen gerichtet ist, beweist überzeugend die während des Monats Juni in der Bibliothek des Berliner Kunstgewerbemuseums von der Landesgruppe Berlin-Brandenburg des „Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker“ veranstaltete Ausstellung „Eigenmarken und ihre Anwendung“, auf die wir im Zusammenhang mit der Betrachtung einer anderen Graphikschau noch näher zurückkommen werden. Heute soll hier nur die anlässlich der ersten Sonderausstellung von der Landesgruppe in eintausend nummerierten Stücken herausgegebene Veröffentlichung „Zwanzig Eigenmarken“ ihre Würdigung finden. Anders kann man diesem selten schönen Druckwerk nicht gerecht werden. Seine Ausstattung ist in jeder Beziehung mustergiltig, und die Standesorganisation der gebrauchsgraphisch tätigen Künstlerschaft führt sich mit dieser Werbeschrift, die als Blockbuch mit an der Außenkante längsseitig geschlossenen Blättern erscheint, auf das vorteilhafteste als Selbstverleger ein. Kraftvoll hebt sich auf dem Vorderumschlag das von Schulpig entworfene Bundesignet – die Hand mit dem Zeichenstift – aus der weißen Fläche, in der Wirkung gesteigert durch einen um sie gelegten roten Ring. Am Gegenpol verrät das gleichfalls von Schulpig stammende Eigenzeichen der Offizin von Runo Bergmann Kunstdruck – der alte Greif der Druckergilde in köstlicher, selten ein-

