

FAMILIENGRAPHIK *) / VON RICHARD BRAUNGART, MÜNCHEN

Das Wort Familiengraphik ist in den letzten Jahren oft und an den verschiedensten Stellen gebraucht worden, sodaß man eigentlich eine, wenn auch mehr oberflächliche, allgemeine Vertrautheit mit der Sache, die es bezeichnet, voraussetzen könnte. Aber vielleicht täuscht man sich darin ebenso wie in so vielen anderen Fällen, in denen man glaubt, kurzer Hand auf Bekanntes verweisen zu dürfen. Suchen wir uns also, bevor wir weiterschreiten, über das Begriffliche zu verständigen. Das Wort Familiengraphik spricht ziemlich deutlich aus, was es sagen will: es handelt sich da um Graphik, die in der Familie (oder noch genauer: von Familie zu Familie) Verwendung findet. Aus der ganzen Sachlage ergibt sich ohne weiteres, daß hier nur Gebrauchsgraphik gemeint sein kann. Und alles Weitere ist dann klar: man versteht unter Familiengraphik Erzeugnisse der Graphik, die immer dann in „Funktion“ treten, wenn in einer Familie sich etwas ereignet hat, das nach dem Herkommen der Öffentlichkeit mitgeteilt werden muß, also eine Verlobung, Tag und Stunde der Trauung, die vollzogene Vermählung, Geburt eines Kindes, Silberhochzeit, auch

ein Umzug*). Der Tod schaltet aus leicht begreiflichen Gründen in dieser Reihe aus. Dagegen ist das Neujahr ein wichtiger und gern benutzter Anlaß zur Versendung solcher Graphik. Ebenso gehört die Besuchskarte wie die Tisch- und Einladungskarte hierher, was ohne weiteres einleuchten wird.

Es scheint sich von selbst zu verstehen, daß man in diesem Zusammenhang nur an Graphik denkt, die das Beiwort künstlerisch verdient. Immerhin ließe sich auch über die gewöhnlichen, typographischen Familienanzeigen manches sagen; denn man kann bekanntlich auch diese gut und schlecht machen (das letztere ist sogar der normale Fall). Und die typographische Anzeige ist ja in den weitesten, bürgerlichen Kreisen die Regel. Es kann bei ihr allerdings nur eine kleine ornamentale Verzierung, eine ebensolche Umrahmung oder dergleichen in Frage kommen. Aber wie schematisch, geist- und geschmacklos das zumeist gemacht wird, davon überzeugt ein Blick in die Schaufenster der Papier-

warengeschäfte. Ausnahmen, die einige von Künstlern beratene Firmen von Zeit zu Zeit wagen, scheinen sich nicht besonders bezahlt zu machen, denn sie bleiben vereinzelt. Regelmäßig gekauft und immer wieder verlangt wird der Durchschnitt, der vor einem geläuterten Geschmack gerade noch bestehen kann, und

*) Über Umzugsanzeigen (und Exlibris) ist in diesem Heft an anderer Stelle gesondert und ausführlich die Rede.

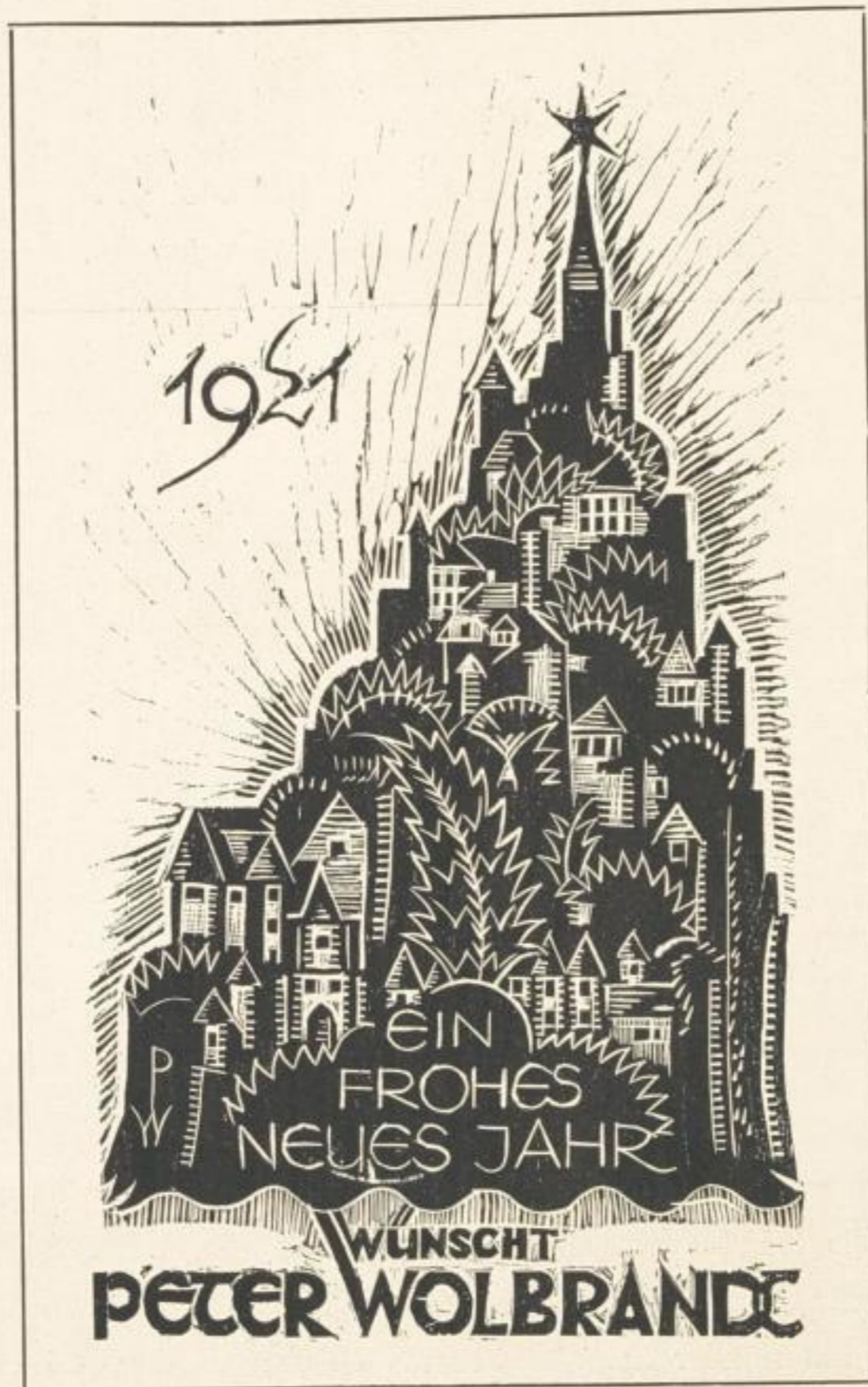


Bild 1 / PETER WOLBRANDT / Neujahrskarte 1921

*) Ein Teil der hier wiedergegebenen Druckstöcke stammt aus den beiden hervorragenden Werken unseres Ehrenmitgliedes, Senatspräsidenten Walter von Zur Westen: „Berlins graphische Gelegenheitskunst“ und „Vom Kunstgewand der Höflichkeit“ und ist uns von dem Verleger beider Werke, Herrn Otto von Holten, in freundlicher Weise überlassen worden. Besprechungen beider Werke befanden sich im Oktoberheft 1912 und im Juli-Augustheft 1921 des „Plakats“. D. H.