

# TYPOGRAPHISCHE MITTEILUNGEN

ZEITSCHRIFT DES BILDUNGSVERBANDES DER DEUTSCHEN BUCHDRUCKER



## WETTBEWERB ZUR ERLANGUNG EINES KÜNSTLERISCHEN UMSCHLAGES FÜR DAS NÜRNBERGER STADTTHEATER- PROGRAMMBUCH

Bei sehr vielen Kollegen hat es wohl ein Kopfschütteln gegeben, als sie in den Septembertagen 1920 in den Nürnberger Zeitungen eine Kritik seitens der Typographischen Gesellschaft über das neuausgegebene Stadttheater-Programmbuch lasen. Es wurde nicht allein in den Druckereien, sondern auch in Künstlerkreisen die Frage eifrig besprochen, ob der Typographischen Gesellschaft das Recht der Kritik zusteht an einem Erzeugnis, das ein Künstler entworfen und bisher auch von den dazu Berufenen — der Künstlerchaft — keiner abfälligen Besprechung unterzogen wurde?

In der in der Tagespresse veröffentlichten Kritik, unterzeichnet von der Typographischen Gesellschaft, hieß es ausdrücklich, daß sie, als Hüterin des guten Geschmacks im Buchdruckgewerbe, sich die Freiheit, Kritik zu üben, nehme. Doch um was handelte es sich in diesem Streitfalle? Konnte man den Umschlag als ganz besonders künstlerisch und geschmackvoll bezeichnen, oder gehörte er zu der Sorte, die wir mit dem kakophonischen Sammelnamen Kitsch bezeichnen? Hier handelte es sich nicht um das Diametrale. Mit Rot und Blau war eine Wirkung erzielt, die, reklametechnisch gesprochen, sogar eine sehr gute gewesen wäre — für ein Varieté, eine Überbrettelbühne, Kino usw.; nur für ein Kunstinstitut, wie es doch ein Theater sein soll, in dem die Muse zu Gast geladen ist, war es ein verfehltes Erzeugnis. Es trifft hier in vollem Maße zu, daß sich über den Geschmack nicht streiten läßt. Das heißt nicht etwa, daß man wünschen möchte, alle Menschen sollten dieselben Begriffe von geschmackvoll oder geschmacklos haben, oder sie sollten in ihren Anschauungen über Kunst einer Meinung sein. Ebenjowenig wie man wünschen könnte, daß die ästhetischen Gesetze unverrückbar und unwandelbar sind, wie anders wäre es denn möglich, daß Geschmack und Kunst in die Niederungen des Meinungsstreites hinabgezogen werden. Aber unleugbar und feststehend ist, daß es gerade für uns Buchdrucker gilt, eine Trennungslinie zu ziehen zwischen dem, was schön oder geschmacklos ist. Und von diesen Beweggründen geleitet, übten wir Kritik. Wir blieben, als der Bann gebrochen war, nicht allein, andre Kritiker folgten.

Ende Oktober wurde in einer Besprechung, die wir mit

dem neuen Leiter unfres Nürnberger Stadttheaters, Herrn Intendant Willi Stuhlfeld, hatten, uns die Ausarbeitung eines neuen Umschlages übertragen. Aus den Wettbewerbsbedingungen ist folgendes von allgemeiner Bedeutung: Papier und Format sowie Wortlaut waren genau vorgeschrieben, die Umschlagseite mußte außer dem Programmtitel noch Raum für ein 4 cm hohes Inserat bieten. Die Entwürfe konnten ein- oder zweifarbig angefertigt werden. Es waren zwei Gruppen vorgesehen. Gruppe A: nur aus vorhandenem Gießereimaterial; Gruppe B: gezeichnete oder geschriebene Entwürfe, auch unter Verwendung von vorhandenem Material. Hauptbedingung bei allen eingelieferten Entwürfen war jedoch vornehme, künstlerisch einwandfreie Arbeit: Aufteilung der Flächen und geschickte Ausnützung der Farbenwirkung. An Geldpreisen stellte uns die Druckerei des Sebaldu-Verlags 200 M., typographisch einwandfreie Ehrendiplome und außerdem auch die zweifarbigen Wettbewerbsbedingungen zur Verfügung. Als Preisrichter waren aufgestellt: Stadtbaurat Dr. Wagner (Vertreter des Stadtrats), Intendant W. Stuhlfeld (Vertreter des Stadttheaters), Prof. Schiesl (Kunstgewerbeschule), Buchdruckereibesitzer Schwemmer und Betriebsleiter Gast (Angehörige unfres Typographischen Gesellschaft). Die Aufgabe war also gestellt, und unfre Kollegen setzten eine Ehre darein, sie zu lösen. 78 Entwürfe liefen ein, darunter sehr schöne Arbeiten — wenig Spreu, viel Weizen. Es sind Arbeiten darunter, die den Beweis erbringen, daß unfre Kollegen in der Lage sind, technisch und künstlerisch einwandfreie Arbeit aus eigener Kraft herzustellen.

Das Preisgericht hatte nun die Frage, *welche Zwecke muß ein Programmbuch für ein Kunstinstitut, wie es das Nürnberger Stadttheater ist, erfüllen*, zu beantworten. Diese Frage haben eigentlich schon viele Kollegen durch die Art ihres Entwurfes selbst beantwortet. Ein Theater-Programmbuch — wir haben hier immer nur die wirklichen Theater, staatliche, kommunale oder private im Auge — muß schon in seinem Äußeren Stimmung erzeugen für das, was man später, wenn sich der Vorhang hebt, dem Beschauer als geistige Nahrung darbietet. Und dies um so mehr, wenn das Theater gezwungen ist, neben der Ankündigung der Spielfolge sich noch der Reklame auf dem Programm als Einnahmequelle zu bedienen. Bedauerlicherweise sind jetzt bei allen Pflegestätten der Kunst die Ausgaben bedeutend höher als die Einnahmen. Um nun das Gleichgewicht einigermaßen herstellen zu können, muß man sich notgedrungen überall der Reklame bedienen. Ein einwandfreies Theaterprogramm muß aber die scharfen Gegensätze, die eben durch diese Verquickung von Kunst und Reklame entstehen, mindestens differenzieren, wenn nicht ganz aus-