

Die Entwicklung Pfaffs und seine Konzentration zeigen das. Er würde nicht zu so guten Leistungen gekommen sein, wenn er sich nicht auf Schriftgestaltung konzentriert hätte. Man wird auch noch Besseres von ihm erwarten dürfen. Die gleiche Auffassung spricht aus Fiedlers Kopf der „Dresdener Volkszeitung“, jetzt einem der klaren Dresdener Zeitungsköpfe, und besonders aus der Schrift, die Sinkwitz aus dem Holzschnitt herausarbeitet und die noch manche gute Buchausstattung von ihm wird entstehen lassen. – Auch die dreidimensionale Gestaltung der Packung erfordert von vornherein eigentlich ein Spezialistentum. Man lernt nicht im Vorbeigehen die Fähigkeit, in einen meist gegebenen Körper Schrift und Schmuckform so einzufügen, daß eine suggestive Wirkung von der Packung ausgeht, ohne die sie eigentlich ihren Reiz verliert, zumal dazu noch gleichzeitig Warenerfahrung hier mehr eine Rolle spielt, wie in anderen Gebieten. Daher die Güte Osangscher Packungen. Auch Molge schuf seine Teebüchsen in dieser Weise. Ebenso sind Börnig und Schache mit seiner Javanospackung, ganz besonders aber Herbert Lehmann mit seinen Arbeiten zu erwähnen. Herbert Lehmanns vollkommen sicherer und feiner Geschmack schafft Packungen, die man als kunstgewerbliches Erzeugnis schon gerne um ihrer selbst willen, wenn die Ware entnommen ist, behält – ein werbetchnisch für alle Luxusartikel besonders in Frage kommender Gesichtspunkt. Ihm kommt sein Einfühlungsvermögen zugute, das er betätigt, gleichviel ob er eine Wand in einem Bad der Jahresschau in Dresden bemalt oder ein Titelblatt für die „Jugend“ schafft. – Aber zurück zu Spezialgebieten.

In Schutzmarken hat sich vor allem Grimmer betätigt. Was früher das Handwerkszeichen in schmiedeeiserner Arbeit an der Hausfront war, einfach, schlicht, phantasievoll und einprägsam – ist jetzt das Warenzeichen, wenn es gut gemacht wird. Die Grimmerschen Zeichen hinterlassen eine schlichte, bleibende Wirkung. Neuerdings hat Grimmer noch ein anderes Gebiet sich gangbar gemacht, das ebenfalls Phantasie, Beweglichkeit und leichte Erfäßbarkeit voraussetzt: Kinderbilderbücher. In ihnen hat er nach Holland und England Bemerkenswertes geliefert. – Auch Schütze, an Einfällen reich und in der Verwendung sinnfällig expressionistischer Formen sehr glücklich, hat für Schutzmarken besondere Begabung, ebenso Schache und Teuscher mit seinen Rühle-Arbeiten und den Plakaten für den „Dresdener Anzeiger“, die Schutzmarkenauffassung haben. – Die strenge, geometrische Form des Expressionismus hat die Signete, Warenzeichen

und dergl. gefördert. Es war nur ein Haken dabei. Rechtecke, Kreise, geometrisierte Gegenstände usw. lassen sich leicht machen, auch von denen, die nicht zeichnen können. Für den Laien ist oft die Entscheidung schwer, ob es sich um zeichnerische Hilfslosigkeit oder um gestaltende Abstraktionsfähigkeit handelt. Das Mitläufertum war zu groß. Figuren konnte man nicht zeichnen, also malte man Geometria. Daher die Belanglosigkeit mancher expressionistischen Leistungen. Guten Expressionismus, auf der Grundlage des Könnens und dem Wege über die Darstellung zur Gestaltung erworben, hat Bruno Gimpel gezeigt. Sein vorzügliches Alkoholplakat, seine Kunstausstellungsplakate, seine Reklamedrucksachen gehören zu den kulturschöpferischen Leistungen. Seine formstrenge Art ist besonders für amtliche Graphik geeignet oder solche, die aus bestimmten Gründen einen offiziellen Charakter tragen soll. Aber leider – die Amtsstellen sind oft so gar nicht überzeugt, daß ihre Drucksachen eigentlich scheußlich sind. – Aber ich komme wieder ab von Spezialleistungen. Spezialistentum wird nicht nur von den einzelnen Gebieten der Gebrauchsgraphik erzeugt; auch die Branchen im Geschäftsleben können seine Ursache sein. Beispielsweise die Technik. Gutes Maschinenzeichnen ist eine Sache für sich, wie die Arbeiten von Leibner zeigen. Oder: auch die Konfektion erfordert ihren Spezialisten. Entweder wird im Modezeichnen das künstlerische Moment in der Figur zu sehr betont und das Kleid ist Nebensache; oder der Schneider kommt auf seine Rechnung und es fehlt künstlerischer Charme. Beim ersten Fall kommt außerdem noch die Existenzunfähigkeit der Figur, d. h. die Tatsache hinzu, daß die angepriesenen Moden eben für Figuren passen, die es nirgendwo gibt. Die Kataloge von Schäffer sind in der Vermeidung dieser Fehler Musterleistungen. – Ähnlich ist auch die besondere Tätigkeit Biebrachs für das Warenhaus Renner. Notabene: Hier ist der Künstler einmal in der glücklichen Lage, sein eigener Reklamedirektor zu sein. Biebrach hat für seine großzügige Warenhausreklame, die in erster Linie Konfektion behandelt, einen Stil gefunden, der seine Plakate über das allgemeine Niveau hoch hinaushebt. Geistvoll und graphisch interessant wirft er einen Typ von Plakaten im Hochformat hin, die überlegen gekonnt gezeichnet sind, gleichviel ob er einen Damenhut, Herrenmoden oder sonst etwas bringt. Für das „Einhämmern“ – dieses viel mißbrauchte Tun – findet er eine taktvoll geistreiche und großzügige Form. – Ein ganz für sich bestehendes Spezialgebiet bearbeitet Martin Claus, der Megendorfer-Zeichner.