

Sütterlins schließt unser Werk gleichsam als Ausblick auf die damit beginnende neue Epoche des deutschen Künstlerplakates.

Der Text, dem wir hier möglichst objektiv zu folgen suchen, zeigt im wesentlichen eine historische Einstellung. Hinsichtlich der kritischen Wertung der gezeigten und besprochenen Blätter wird man häufig anderer Meinung sein als der Autor. So wird den Erzeugnissen des Holzschnittes im allgemeinen nicht die Würdigung zuteil, die

diese kräftigen, dekorativen Arbeiten nach Ansicht des Unterzeichneten gegenüber der zwar stets graziösen, oft aber auch blutleeren Kleinkunst des Rokoko verdienen.

Druck und Ausstattung des Werkes ist vorzüglich. Dem *Eigenbrödler-Verlage*, mit dessen Einwilligung wir einige Bildproben hier bringen, sei für sein Entgegenkommen freundlichst gedankt. Das Buch wird, wie wir hoffen, der Kunst in der Reklame neue Freunde werben. Paul Winkler-Leers

B U C H B E S P R E C H U N G E N

GREIFENKALENDER 1926

Greifenverlag, Rudolstadt i. Thür.

3,50 M, Buchausgabe 7,—M

Uns liegt der neue Kalender des Greifenverlages für 1926 vor. Ein Kalender, der durch rein zielbewußte graphische Durchführung des Interesses jedes Graphikers von vornherein sicher ist. Er pflegt in erster Linie den Holzschnitt und bringt hier manche starke Arbeit, so daß wir uns versagen müssen, mit einzelnen Namen aufzuwarten.

Der literarische Teil steht auf der Höhe des bildlichen.

PROF. F. H. EHMCKE, „160 KENNBILDER“
C. H. Beck'sche Verlagsbuchhdlg., München 1925
320 S. Klein-Oktav. Leinen 15 M, Ganzleder 30 M

Die Publikationen über Schutzmarken, Signets und Warenzeichen mehren sich. Nach Deffke,

Schulpig und anderen, nach verschiedenen Veröffentlichungen einzelner Landesgruppen des B.D.G. gibt jetzt Prof. Ehmcke in seinem neuesten Buch einen Überblick über sein bisheriges Schaffen auf dem Gebiet der Schutzmarke. Neben Vielem, was der größeren Öffentlichkeit unbekannt geblieben ist, finden wir alle die alten guten Bekannten, den Diederich's Löwen, die Zeichen des Delphinverlages, des Furcheverlages, der Rupprecht- und viele andere. Prof. Ehmcke zieht den Begriff der Marke sehr viel weiter, als es bisher getan wurde, und setzt sich in einem sehr interessant geschriebenen Vorwort mit der Materie auseinander. Sein Vorschlag, die Bezeichnung „Kennbilder“ einzuführen, wird ausführlich begründet.

Es bleibt abzuwarten, wie die Praxis sich zu diesem beachtenswerten Vorschlag stellt. Zabel

