

braucht sich München nicht zu schämen, im Gegenteil, es kann stolz darauf sein. Neben dem Münchener Gebrauchsgraphiker genießen die Münchener Drucker einen guten und wohlverdienten Ruf.

Sei es, daß das Brauwesen seine Kunden zur Abstinenz zu verführen befürchtet, wenn künstlerische Mitarbeit in seiner Werbung zutage tritt, — es kommt als »Bedarfer« jedenfalls kaum in Betracht.

Und die Fremden-Industrie? — Ihr genügen die »Schönen Köpfe« von Defregger bis —

Zu dieser hemmungslosen Bedarfslosigkeit tritt die erfreuliche Erscheinung des hiesigen Malerüberflusses, dank dessen in der Peripherie eines Familienkreises immer ein paar Kunstmaler sind, die die künstlerische Seelsorge bereitwilligst und zu bedeutend reduzierten Preisen übernehmen, dafür in den Geruch der Unfehlbarkeit kommen und zuletzt Familien- ja sogar Stadtheilige werden. Das sind gewöhnlich Vertreter jener Kunstart, die Kitsch für Gemühtiefe hält und denen Bewährungsfrist zu geben, zwecklos ist. Trotz all dieser Erschwerungen und Behinderungen ist eine Entwicklung auf dem Gebiete der Reklamekunst und Gebrauchsgraphik unschwer festzustellen.

In erster Linie hat das Schriftwesen eine erfreuliche Entwicklung erfahren, ein Gebiet, das man in München zu lange als nebensächlich betrachtete. Damit im Zusammenhang steht eine straffere stilistische Formung, die den Arbeiten der jüngeren Mitglieder gemeinsam ist. Von dem großen Stern, den München zu den Seinen zählen darf, — Ludwig Hohlwein — und einigen bekannteren Künstlern konnte natürlich nur ein Bruchteil des Materials gezeigt werden, genug aber, um das Wesentliche ihrer Begabung zu umreißen. (Von Ludwig Hohlwein brachten wir überdies aus Anlaß seines 50. Geburtstages ein reich ausgestattetes Sonderheft. Anm. d. Red.)

Das Wichtigste aber ist der Reichtum an jüngeren Talenten, der hier in Erscheinung tritt. Die Münchener Art hat sich gewandelt, und doch ist sie auch in der neuen Entwicklungsstufe deutlich erkennbar. Der Münchener Gebrauchsgraphiker ist »innerlich voller Figur«. Das Abstrakte, kühl Tektonische der Norddeutschen finden wir weniger, dafür sind mehr Blutwärme, mehr Temperament, Humor und Phantasie vorhanden und jener Pulsschlag des Lebens, der aus einem unverwüstlichen Volksstamm strömt, aus einer von der Natur bevorzugten Landschaft und aus der stets lebendigen Nähe einer großen Tradition.

need not be ashamed of these products of its printing- and color-presses; on the contrary, it may well be proud of them. The printers and lithographers of Munich are quite as famous, and deservedly so, as the commercial artists of the blithe city on the Isar.

It may be that the brewing industry fears that its patrons may be driven to teetotalism if it should make use of art as an auxiliary in its advertisements — at all events it scarcely comes under the head of a real consumer of such art. As for the tourist-traffic? This is content to purchase the "pretty peasant types" of Defregger, or of Herr So-and-So.

In addition to this unlimited lack of demand, we have the edifying phenomenon of the excessive supply of local painters, thanks to which there are always a couple of artists to be found within the periphery of a family-circle who are ready to supply artistic salvation at greatly reduced rates. This soon gives them a reputation for infallibility and they finally wind up by becoming household idols or even local gods. These artists are usually representatives of that species of art which mistakes "Kitsch" or rubbish for profundity of sentiment and to whom it would be useless to grant any respite. In spite of all these difficulties and hindrances it is easy to establish the fact that there is a steady development in the realm of advertising and practical art. Improvements in lettering have, for example, made great and welcome strides. — The work of Ludwig Hohlwein, Munich's great luminary in the world of the poster, as well as that of a number of other well-known artists, could, of course, be shown only in part — but nevertheless in a degree sufficient to reveal the essential features of their art. (A Special Number devoted to the work of Ludwig Hohlwein was published by us on the occasion of his fiftieth birthday. The Editor).

The most important thing, however, is the wealth of young talents which make their appearance here. The Munich type has undergone a transformation and yet it is plainly recognizable in its new stage of development. The Munich commercial artist or graphicist, if one might coin a word, has a full-bodied imagination. We find little of the abstract, of the cool technical structure of the North German, but for this very reason we find more warmth, more temperament, humor and fantasy prevailing, and that pulse-beat of life which has indestructible racial roots, in a landscape wonderfully favored by Nature and in the constant and vital proximity of a great tradition.