

Reinhold

Gebrauchs-Graphik



3. Jahrg. Heft 3 Rhein-Main

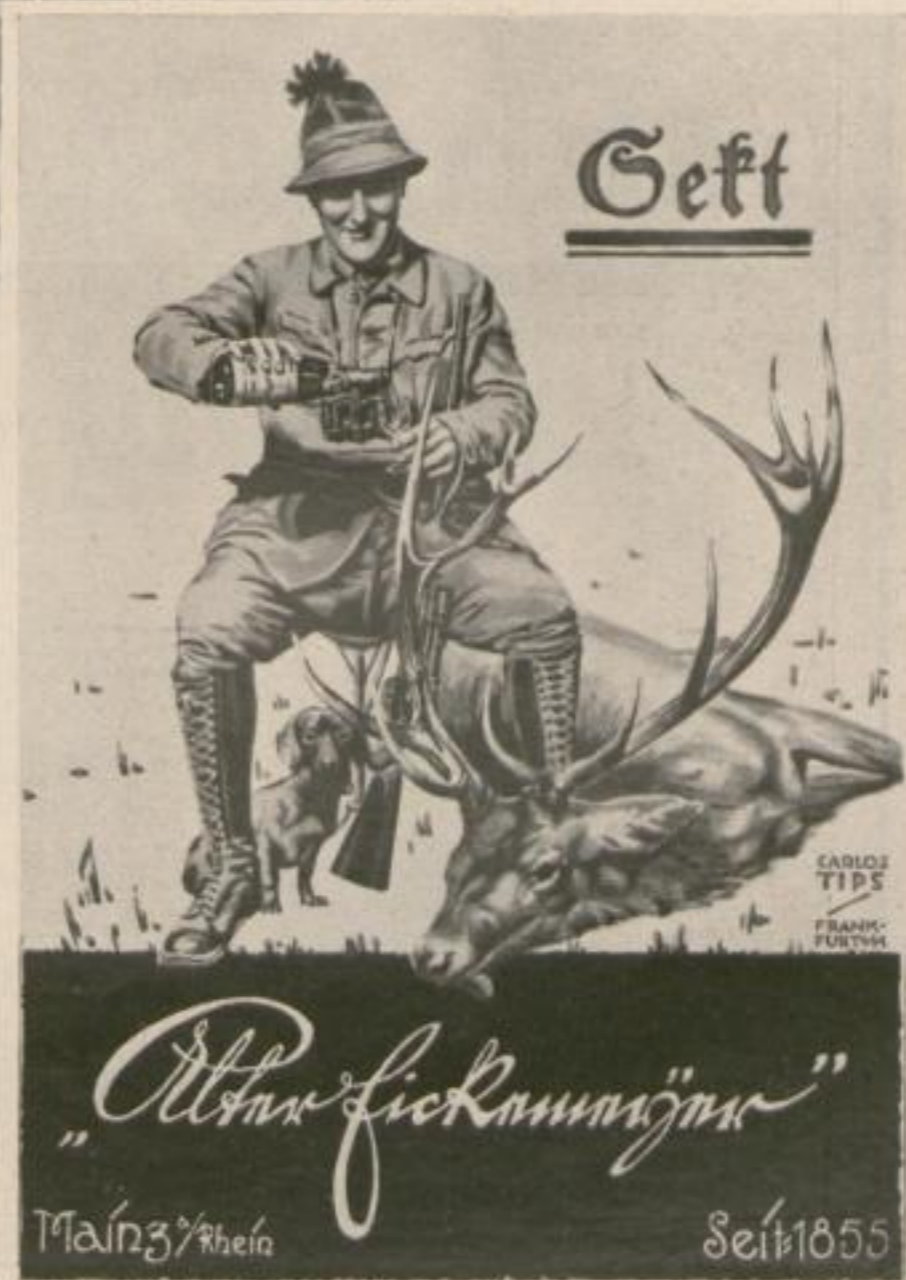


Erasmusdruck
BERLINS 42



BANG & CO
FRANKFURT A/M

Entwürfe



Klischees lieferte: Bauersche Gießerei, Abt. Graphische Kunstanstalt u. Klischeefabrik vorm. Gustav Heß, Frankfurt a. M.

„Herne“ im Herzen von Westfalen

ist a. d. Absatzgebiet zu
wichtig, a. d. daß Sie es
in Ihrer Werbung ab-
geben dürfen u.

Herne.

die bedeutende Industrie,
Kanal- und Hafenanlage ist
ein Verkaufsgebiet, mit
dem Sie rechnen müssen.

Herne,

mit mehr als 67000 Ein-
wohnern, hat großen Be-
darf in allen Artikeln —
auch in Ihren. Schreiben
Sie deshalb noch heute
um Anzeigenbedingungen
und Probenummern dem
Blatte, das Herne samt
seiner wichtigen Umgebung
mit reichem Erfolg be-
arbeitet — schreiben
Sie dem:

Sie dem:

SCHIEL



Herne Anzeiger

Ingmanns & Koethers, Herne i. Westf.

Auf Titel „Anzeiger“ besonders achten, da oft Verwechslungen!

GEBR. SCHMIDT

G M B H

DRUCKFARBENFABRIKEN

FRANKFURT/MAIN-WEST
MAINGAU 2607, 3053

BERLIN-HEINERSDORF
PANKOW 85 UND 88

ZEITUNGSFARBEN

ILLUSTRATIONSFARBEN

BUNTE FARBEN

OFFSETFARBEN

TIEFDRUCKFARBEN

FÜR ALLE MASCHINENSYSTEME

EXPORT NACH ALLEN
LÄNDERN

Ehmcke-Latein

Ludwig & Mayer



Eine Lateinschrift von Prof. F.H. Ehmcke

Geschnitten in mager und halbfett mit

Initialen, Schmuck und Vignetten

Herausgegeben von der Schriftgießerei

Ludwig & Mayer Frankfurt am Main



2
47,3



Diese vier Tageszeitungen mit ihren beiden illustrierten Wochenschriften und anderen Beilagen erschließen restlos das kaufkräftigste Gebiet Deutschlands

Verlag W. Girardet

Essen · Düsseldorf · Elberfeld-Barmen · Duisburg · Köln · Berlin



PLAKAT KUNSTDRUCK

ECKERT

BLN-SCHÖNEBERG HAUPTST. 7-8 STEPHAN 764/65

Hans Bohn
Karl Mahr
Hanns Heinz Schlosser

•
•

Die künstlerischen Mitarbeiter
der Firma Druckerei und Verlag
Englert und Schlosser
in
Frankfurt am
Main

CHROMO-PAPIER
UND KARTON-FABRIK
VORMALS
GUSTAV NAJORK

AKTIENGESELLSCHAFT
LEIPZIG-PLAGWITZ
FERNSPRECH-SAMMEL-NR. 445 41
TELEGRAMM-ADRESSE: CHROMO-
FABRIK LEIPZIG-PLAGWITZ

Sondererzeugnisse:
Chromopapiere / Chromokartons
Kunstdruckpapiere / Kunstdruckkartons
gestrichene Offset- und Tiefdruckpapiere
und Kartons / Spielkartenkartons
Faltschablonkartons

Eigene Verfahren zur Herstellung von
Kunstdruckpapieren und geklebten Kartons
D.R.P. 279444, D.R.P. 339721, D.R.P. 378850
G.M.S. 617706 und 731195, G.M.S. 787162

UNION-DRUCKEREI
UND VERLAGSANSTALT GMBH
FRANKFURT-MAIN



MODERN EINGERICHTETE BUCHDRUCKEREI : KUNSTDRUCK : ROTATIONSDRUCK : WERKE
KATALOGE : KÜNSTLERISCHE REKLAME : ZEITUNGEN

ABT. BUCHHANDLUNG: GR. LAGER SOZIAL. LITERATUR
KLASSIKER : GUTE UNTERHALTUNGSLEKTÜRE : ZUSAMMENSTELLUNG VON BIBLIOTHEKEN

SCHRIFTGIESSEREI UND MESSINGLINIENFABRIK

D. Stempel AG

FRANKFURT AM MAIN, LEIPZIG UND BUDAPEST



Schriften

in größter Auswahl für alle Druckarbeiten, insbesondere Schriften und Zierstücke nach Entwürfen führender Künstler, sowie Schriften für alle Kultursprachen. Plakat-Schriften in Holz nach den Zeichnungen unserer bekannten Werbeschriften. Messinglinien, Galvanos, Ätzungen und Holzgeräte. / Ausfuhr nach allen Ländern

Deutsche Anzeigenschrift nach Zeichnung von R. Koch-Offenbach a. M.



Willy
Meyer
 Frankfurt a. M.
 Kl. Obermainstr. 13.

Sarnighausen & Co

Gesellschaft mit beschränkter Haftung

PAPIERGROSSHANDLUNG

Berlin SW 68, Lindenstraße 3

Fernsprecher: Amt Dönhoff 2870, 2871, 2872

Telegramm-Adresse: Sarnico

Rudolf-Mosse-Code



DRUCKPAPIERE

FÜR ZEITUNGEN / WERKE

Tief- und Offsetdruck

Spezialität:

Sonderanfertigungen

SCHREIB-, POST- UND FEINPAPIERE

IN ALLEN ARTEN

Alle Papiere stets am Lager vorrätig

189

Jahre sind seit der Gründung verfloßen
 und dennoch ist das

**DARMSTÄDTER
 TAGBLATT**

Das führende Organ des Freistaates
 Hessen. Es ist die einzige 7mal wöchent-
 lich erscheinende Morgenzeitung und
 besitzt über 240 eigene Agenturen. Das
 „Darmstädter Tagblatt“ ist infolge
 seiner weiten Verbreitung in allen kauf-
 kräftigen Kreisen des Freistaates Hessen
 unentbehrlich für eine gute Werbung.



LUXUS-
 BLECH-
 PACKUNGEN

REKLAME-
 PLAKATE

IN
 GLAS-BLECH
 UND
 EMAILLE



UNIONWERKE

RADEBEUL-DRESDEN

30 JAHRE PRAXIS - DIE BESTE EMPFEHLUNG



Alle **LO** gezeichneten
**INSERATE, PLAKATE,
SCHUTZMARKEN** etc.
stammen von
**LOUIS
OPPEN
HEIM**
KUNSTMALER, BERLIN, SCHICKLERSTR.5

SCHRIFTEN

hervorragender Künstler / Einfas-
sungen / Vignetten / Messinglinien

In unserer Chemigraphischen Anstalt fertigen wir

KLISCHEES

aller Art / Strichätzungen / Auto-
typien / Galvanos / Holzschnitte
Entwurf / Zeichnung / Retusche

OFFSET-

Reproduktionen in erst-
klassiger Ausführung bis
zu den größten Formaten

BAUERSCHIE GIESSEREI

FRANKFURT AM MAIN / LEIPZIG / BERLIN / BARCELONA / MADRID

**Karlsruher
Tagblatt**
mit Industrie- und
Handelszeitung

Technik
KI-Sportblatt
Literaturbeilage
Die Pyramide
Die Musik
Frauenbeilage
Wandern Reisen
Landwirtschaftl.
Garten

Verlangen Sie
Probenummern u. Angebot

Steigende Auflage

vor allem aber:
Wir führen Ihnen das kaufkräftige Publikum zu

Das Qualitätsblatt Badens



WIGO WEIGAND
Werberat und -Tat, Insondere Texte
BADEN-BADEN




HEYSE-ANTIQUA

heißt unsere neueste Schriftschöpfung: ein Originalschnitt mit Kursiv und halbfetter Auszeichnungsschrift, hergestellt nach Entwürfen von *Friedrich Bauer*. Die meisterhaft geschnittene Schrift entspricht dem Formgefühl der Gegenwart, das schlichte, vornehm-ruhige Schriften bevorzugt. Die Heyse-Antiqua ist kein Nachschnitt alter Schriften, sondern sie ist eine zeitgemäße Neugestaltung. Als eine vorzügliche Gebrauchsschrift stellt sie sich unserer seit Jahren überall immer mehr zur Einführung kommenden Genzsch-Antiqua ebenbürtig an die Seite. Die drei Garnituren sind nahe vor ihrer Vollendung und die Hauptprobe mit zahlreichen Anwendungsbeispielen wird demnächst erscheinen.

GENZSCH & HEYSE

Schriftgießerei Aktiengesellschaft, Hamburg und München



Kuno ————— Kunstdruck
 Bergmann ————— Berlin SW 68

DAS KENNBILD
 FÜR QUALITÄTSDRUCKE

**Der Pinsel
 des schaffenden Künstlers**



V P
„RUBENS“

EIN QUALITÄTS-ERZEUGNIS
**VEREINIGTE PINSEL-
 FABRIKEN NÜRNBERG**

BEZUG DURCH DEN HANDEL



1/8 25

**ABZIEH
 PLAKATE**

FÜR
 SCHAUFENSTER
 UND
 VERKEHRS-REKLAME

CARL SCHIMPF
 Abziehbilderfabrik
 N Ü R N B E R G
 M Ü N C H N E R S T R A S S E 1 - 9

KUNSTGEWERBLICHE LEHRWERKSTATT

ERNST REHBEIN

+
Meister der Einbandkunst
Binder der Kleukens- und Ernst-Ludwig-Pressen

+
KÜNSTLERKOLONIE DARMSTADT
Ernst-Ludwig-Haus

+
Anfertigung von Einbänden jeder Art
vom Einfachsten bis zum Prunkband
Herstellung von Adressen
Mappenwerken
Alle einschlägigen Arbeiten bei tadelloser,
preiswerter Ausführung

+
SPEZIALITÄT:
Pergamentbände auf echte Bünde

Postscheckkonto 67 965 / Frankfurt am Main / Telefon: 3153, 3659



R. Bethge

ENTWÜRFE FÜR
PLAKATE
ANZEIGEN
BUCHKUNST
MAGDEBURG
GROSSE MÜNZSTR. 3

X

Abzieh-
Fenster-
Plakate

für Schaufenster,
Strassenbahn- u.
Eisenbahn-
Reklame

Nürnberg-Abzieh-
bilder-Fabrik

111 RUDOLPHSTR. 10
IBÜCKLINGI
NÜRNBERG
R.

HENZE-DESSAU



*Der Frankfurter Industrie-
Graphiker*

ALLE KLINGSPOR
SCHRIFTEN *entstehen abseits vom Tageslärm.*

*Ihre künstlerische und technische Vollendung verdanken sie hingebender und
opferfreudiger Arbeit. Nicht Hast und Vergänglichkeit, sondern Ruhe und
Langlebigkeit drücken sie aus.*

GEBR. KLINGSPOR
IN OFFENBACH AM MAIN

ADRESSENVERZEICHNIS ZU HEFT 3

KÜNSTLER

- ANTHES, A., Darmstadt, Olbrichweg 10
BAYER-PREUSSER-GLASEMANN, Niedernhausen i. Th.
BERGMANN, Walter, Offenbach a. Main, Kunstgewerbeschule, Klasse Enders
BINDER, Friedr., Saarbrücken, Petersburgstraße 79
BITTROF, Max, Frankfurt-Eschersheim,
Landgraf-Wilhelm-Str. 34
BOHN, Hans, Frankfurt a. Main, Unterlindau 51
BRANDT, Ludwig, Offenbach a. Main, Mittelseestraße 45
BREITWIESER, Georg, Bad Nauheim, Parkstraße 16
BRUST, K. F., Frankfurt a. Main, Falkensteinerstraße
CAVAEL, Rolf, Frankfurt a. Main
CISSARZ, J. V., Prof., Frankfurt a. M., Neue Mainzer Str. 47
CONRAD, Rud., Frankfurt a. Main, Eiserne Hand 3
DELAVILLA, F. K., Prof., Frankfurt a. Main
Neue Mainzer Straße 47
ENDERS, Ludwig, Offenbach a. Main, Wilhelmstraße 35
GANZLE, Albert, Offenbach a. Main, Kunstgewerbeschule,
Klasse Enders
GENGNAGEL, Theodor, Darmstadt, Erbacher Straße 61
GRUPP, Karl, Offenbach a. Main, Kunstgewerbeschule,
Klasse Enders
GUTGESELL, Hans, Offenbach a. Main, Taunusstraße
HARTUNG, Gustav, Mainz, Pfaffengasse 12
HARWERTH, Willy, Offenbach a. Main, Waldstraße 84
HAUPTMANN, Helmuth, Frankfurt a. M., Steinlestr. 1
HECHT, Max, Frankfurt a. Main, Fichardstraße 63
HEINRICHSEN, Friedrich, Offenbach a. Main,
Starkenburgring 53
HENZE-DESSAU, Frankfurt a. Main, Eiserne Hand 5
JOST, Heinrich, Frankfurt a. Main, Bleichstraße 42
KLEUKENS, F. W., Prof., Darmstadt, Weberweg 6
KOCH, Rud., Offenbach a. Main, Buchrainweg 29
KÖHLER, Georg, Darmstadt, Olbrichstraße 10
KRAMER, Ferd., Frankfurt a. Main, Oppenheimer Str. 44
KREDEL, Offenbach a. Main, Kunstgewerbeschule,
Klasse Koch
KRUSE, Albert, Frankfurt a. Main, Ottostraße 1
KUTSCHER, O. F., Bad Nauheim, Salzsteuerstraße 1
MAHR, Karl, Frankfurt a. Main, Adlerfluchtstraße 5
MEIER, Erika, Frankfurt a. Main, Leerbachstraße 89
MEYER, Willi, Frankfurt a. Main,
Kleine Obermain Straße 13
MEYER, Erich, Offenbach a. Main, Aliceplatz 4
MUNCH, Wilhelm, Frankfurt a. Main-Niederrad,
Waldstraße 45
PFEIL, Hartmuth, Darmstadt, Luisenplatz
QUANDT, Fr., Trier, Gartenfeld 12
REICHERT, Otto, Offenbach a. Main, Buchrainweg 21
RENNER, Paul, Frankfurt a. Main, Dürerstraße 10
RESCH, Alfred, Frankfurt a. Main, Schöne Aussicht 5
RITTERHAUS, Emil, Bad Kreuznach, Bismarckplatz 6
ROTH, F. W., Würzburg, Bahnhofstraße 20
SCHEELE, Kurt, Frankfurt a. Main, Klettenbergstraße 12
SCHENCK, Thea von, Darmstadt, Nikolaiweg 6
SCHINNER, Georg, Offenbach, Kunstgewerbeschule,
Klasse Enders
SCHIRMER, Georg, Darmstadt (jetzt Baden-Baden,
Fremerbergstraße 6)
SCHWERDTFEGER, Max, Frankfurt a. Main,
Leerbachstraße 71
THROLL, Richard, Offenbach a. Main,
Technische Lehrwerkstatt
TINOWITZKY, J., Offenbach a. Main, Kunstgewerbeschule,
Klasse Enders
TIPS, Carlos, Frankfurt a. Main, Wolfsgangstraße 51a
VOLK, Phil., Darmstadt, Ernst-Ludwig-Haus
VOLLMER, Karl, Aschaffenburg
WALTHER, H. H., Gießen, Liebigstraße 43
WEINSCHENK, Ernst, Mainz, Fischtorplatz 21
WIEMELER, Ign., Offenbach a. Main, jetzt Leipzig
WINDISCH, Albert, Frankfurt a. Main
Günthersburgallee 70
WOHLFAHRT, Joh., Darmstadt, Heerdweg 1

Das auf Seite 7 reproduzierte Plakat »Lübeck« mit der Unterschrift G. F. Schirmer ist von GEORG SCHINNER entworfen.

SCHRIFTSTELLER

- BINDING, Rudolf
CONRAD, Rudolf, Frankfurt a. Main, Eiserne Hand 3
EDSCHMID, Casimir, Darmstadt
HEINRICHSEN, Fr., Offenbach a. M., Starkenburgring 53
JACOBSON, Ernst, Dr., Berlin W, Linkstraße 39
WANGART, Stefan, Frankfurt a. Main, Georg Speyerstr. 48
KRUHM, August, Frankfurt a. Main, Adlerfluchtstraße 4
SCHALCHER, Traugott, Berlin, Lübecker Straße 38

DRUCKEREIEN

- BAUERSCHE GIESSEREI, Frankfurt a. Main
GERHARD BLUMLEIN & CO., G. M. B. H., Frankfurt a. Main, Lersnerstraße 23
WILH. GERSTUNG, Offenbach a. Main
R. TH. HAUSER & CO., Frankfurt a. Main, Blücherstraße 22
HELLERDRUCK, A.-G., Frankfurt a. Main, Holzgraben 28
KLIMSCHS DRUCKEREI J. MAUBACH & CO., Frankfurt a. Main, Bürgerstraße 6
C. NAUMANN'S DRUCKEREI, Frankfurt a. Main, Eschersheimer Landstraße 28-30
ROETHERDRUCK G. M. B. H., Darmstadt
WUSTEN & CO., Frankfurt a. Main

Berichtigung zu Heft 1 des 3. Jahrgangs. Die auf Seite 87 oben abgebildete Illustration ist nicht von Botho Schmidt, sondern von Alfred Rabenbauer gezeichnet, dagegen ist die auf Seite 76 unten gezeigte Illustration nicht von Rabenbauer, sondern von Botho Schmidt.

REICHSV ERBAND DEUTSCHE REKLAMEMESSE

Am Mittwoch, den 17. März 1926 wurde in Berlin der »Reichsverband Deutsche Reklame-messe« begründet. Das Überhandnehmen der Messen, das im Besonderen bei den Reklame-messen in ein Messe-Unwesen auszuarten drohte, hat die Reklameindustrie, auf deren Rücken oder Scheckbüchern alle diese Dinge ausgetragen werden, veranlaßt, gegen diese Massenveranstaltungen Stellung zu nehmen. Der oben angekündigte neue Verband macht es sich zur Aufgabe, alle wilden Messeveranstaltungen auf dem Gebiete der Reklame zu verhindern und die Veranstaltung einer Reichsreklamemesse, wenn sie wirtschaftlich vorteilhaft und notwendig erscheint, selbst in die Hand zu nehmen. Mitbestimmend für diesen Entschluß war die Erkenntnis, daß eine Reklamemesse etwas grundsätzlich Anderes sein muß als eine allgemeine Waren- und Mustermesse. Versuche, die auf der Reichsreklamemesse in Berlin im Jahre 1925 gemacht wurden, sollen systematisch vertieft und ausgebaut werden, so daß, wenn wirklich eine Reklamemesse veranstaltet wird, dies nicht nur eine Schau von Drucksachen und Reklameartikeln ist, sondern daß alle Probleme der Reklame gründlich behandelt werden, und daß weitesten Kreisen die wirtschaftliche und die kulturelle Bedeutung der Reklame wirklich erschöpfend demonstriert wird. Nur wenn eine Reklamemesse das bietet, hat sie einen Sinn.

Die Aussteller der Reichsreklamemesse von 1925 haben die Initiative zur Gründung des neuen Verbandes ergriffen. Unter Führung des Herrn W. Decher von der Firma Meißner & Buch wurde ein vorläufiger Ausschuß für die Vereinheitlichung des Ausstellungs- und Messewesens der deutschen

Reklameindustrie gebildet. Dieser Ausschuß berief zum 29. Januar 1926 seine erste Versammlung nach Berlin ein. Der Einladung waren folgende Firmen und Verbände gefolgt:

(Die in Klammern aufgeführten Namen sind Stimmberechtigte)

1. Ala-Anzeigen A. G., Berlin (Dr. Andler)
2. Akt. Ges. für Kunstdruck, Niedersedlitz (Direktor Siebels)
3. Bund Deutscher Gebrauchsgraphiker, Berlin (Winkler-Leers)
4. Blechwarenfabrik Limburg (T. A. Döring)
5. Deutsche Tageszeitung, Berlin (Leder)
6. Bund der chemigr. Anstalten, Berlin (Dir. Wende)
7. Leo Bäcker, Berlin (Bäcker)
8. Buchdr. R. Boll, Berlin (Baendel)
9. Cellofot, Berlin (Bevollm. Decher)
10. Dt. Multigraph G.m.b.H., Berlin (Klopsch)
11. Edler & Krische, Hannover-Berlin (Pauly)
12. Paul Eckert, Berlin (Bevollm. Pauly)
13. Erasmusdruck, Berlin (Dir. Steiniger)
14. Wilh. Eilers jr., Bielefeld-Berlin (F. Eilers)
15. Francken & Lang, Berlin (Mesch)
16. Falk-Reklame, Berlin (Erich Falk, zur Abstimmg. beauftr. Decher)
17. Ges. für Blechemballage und Plakatindustrie, Berlin (Rittermann)
18. Growald, Reklamebüro, Berlin (Growald)
19. Gea-Verlag G.m.b.H., Berlin (Winkler)
20. E. Gerasch G.m.b.H., Leipzig (J. Conrad)
21. Glasplakatefabrik Offenburg G. m. b. H., Offenburg (Fürstenwald)
22. Gebrauchsgraphik, Berlin (Prof. Frenzel)
23. Hollerbaum & Schmidt, Berlin (Dir. Gumprecht)

(Die in Klammern aufgeführten Namen sind Stimmberechtigte)

24. Krüger & Friedeberg, Berlin (Rosenberg)
25. Hunger & Co., Leipzig (Bevollm. Decher)
26. Kunstanst. Weyland, Berlin (John)
27. Labisch & Co., Berlin (Dir. Labisch)
28. Meißner & Buch, Leipzig-Berlin
(W. C. Meißner)
29. Meisenbach, Riffarth & Co., Berlin (Wende jr.)
30. Verband der Fachpresse, Berlin (Dr. Pape)
31. C. G. Röder, Leipzig (Werbeleiter Müller)
32. Reichspostreklame, Berlin (Direktor Duisberg)
33. Ausstellungs- und Messeamt der deutschen
Industrie, Berlin (Dr. Döring)
34. Vogel-Verlag, Pößneck-Berlin (Dir. Gutjahr)
35. Wezel & Naumann, Leipzig-Berlin (Dir. Keleti)
36. Wachsberger, Berlin (Wechsner)
37. Wübben & Co., Berlin (Wübben jr.)
38. König & Ebhardt, Hannover (Günther)
39. Carl Nestmann, Leipzig (v. Abmuth)
40. Adolf Forker, Leipzig (v. Abmuth)
41. Otto Encke, Cottbus (F. Ostermann)
42. Ver. Kunstanstalten A. G., Kaufbeuren
(H. Goering)
43. J. Wiesicke, Brandenburg (Frl. Thode)
44. Schutzverband Dt. Steindruckereibes., Berlin
(Dr. Wagner)
45. Bund Dt. Vereine des Druckereigewerbes
(Geh. Reg.-Rat Thurmann)
46. Grah, Leipzig (Gerlach)
47. C. Robert Dold, Offenburg (T. A. Döring)

Daß dieser ersten Einladung eine so große Reihe führender Firmen aus dem ganzen Reiche gefolgt war, beweist, welch starkes Interesse die Industrie an der Klärung der hier gestellten Fragen hat.

Als Beauftragter des Ausschusses leitete Herr Wilhelm Decher diese erste Versammlung. In seinem einführenden Referat erklärte Herr Decher u. a.: »Diese neue Bestrebung richtet sich, was noch einmal ausdrücklich betont werden soll, gegen niemand, weder gegen eine Organisation, noch gegen ein Messeamt; weder gegen eine Stadt, noch gegen eine Person. Ebensowenig ist sie natürlich zur Unterstützung irgendeiner Sonderbestrebung gedacht. Diese Bewegung hat lediglich wirtschaftlichen Sinn, außerdem aber soll sie der Hebung und dem Ansehen des gesamten deutschen Werbewesens dienen. Denn, meine Herren, das ist wohl unbestritten, ein einmaliges geschlossenes Auftreten all der Kräfte und Mächte, die das deutsche Werbewesen umfaßt, in einem würdigen Rahmen, wird nach außen groß und bedeutend, nach innen kräftigend und anfeuernd wirken. Jede Zersplitterung muß dagegen nach außen klein, vielleicht

lächerlich, nach innen schädigend, gar zerstörend sein.«

Nach einer eingehenden Diskussion faßte die Versammlung folgende Beschlüsse:

I.

»Um dem sinnlosen Überhandnehmen der Veranstaltung der Reklamemessen bzw. Ausstellungen entgegenzutreten, wird künftighin nur noch eine derartige Veranstaltung, die »DEUTSCHE REKLAMEMESSE« anerkannt und beschickt. Die »DEUTSCHE REKLAMEMESSE« wird höchstens einmal im Jahr stattfinden. Die im Rahmen der »Allgemeinen Mustermesse« schon bestehende »Leipziger Reklamemesse« bleibt von dem Beschluß unberührt.

II.

Ort und Zeit der jeweiligen »DEUTSCHEN REKLAMEMESSE« bestimmt der von der Versammlung zu wählende »Hauptausschuß für die Reklamemessen«.

In diesen Ausschuß werden gewählt:

1. a) Meißner & Buch, Leipzig
b) Hollerbaum & Schmidt, Berlin
(für die Steindruckereien), durch Zettel
2. a) R. Boll, Berlin
b) Edler & Krische, Hannover
(für die Buchdruckereien), durch Zettel
3. a) Herr Dr. Pape (Verein der Fachzeitschriften)
b) Hannoverscher Kurier, Hannover
(für die Zeitungen und Fachzeitschriften), einstimmig
4. a) Meisenbach, Riffarth & Co., München-Berlin
b) Richard Labisch & Co., Berlin
(für die Chemigraphischen Anstalten), einstimmig
5. Ala-Anzeigen-Aktiengesellschaft, Haasenstein & Vogler, Berlin
(für die Annoncen-Expeditionen), einstimmig
6. Deutsche Reichspost-Reklame G. m. b. H., Berlin
(für die Verkehrsreklame-Unternehmungen), einstimmig
7. Glasplakatfabrik Offenburg A. G., Offenburg
(für die Glasplakate-Industrie), einstimmig
8. Aetz- und Emaillierwerke C. Robert Dold, Offenburg
(für die Blech- und Emaillierwerke), einstimmig
9. Wilhelm Eilers jr., Bielefeld
(für die Geschenkartikel-Industrie), einstimmig
10. Wübben & Co. G. m. b. H., Berlin
(für die Buchbindereien), einstimmig

11. E. A. Krüger & Friedeberg, Berlin
(für die Reklame-Beleuchtungs-Industrie), einstimmig

12. Herr Ernst Growald, Berlin
(für die selbständigen Reklameberater und Reklamebureaus), einstimmig

Das sind aus 12 verschiedenen Ausstellergruppen 16 Vertreter. Dazu kommen gemäß *einstimmigem* Beschluß:

1 Vertreter des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker BDG.

1 Vertreter des Verbandes Deutscher Reklamefachleute VDR.

1 Vertreter des Ausstellungs- und Messeamtes der Deutschen Industrie,

so daß der gewählte »Hauptausschuß für Reklamemessen« aus 19 Mitgliedern besteht.

III.

Die gewählten Mitglieder des »Hauptausschusses für die Reklamemessen« sollen in den einzelnen Verbänden ihrer Branche (soweit solche bestehen) eine entsprechende Propaganda für die Vereinheitlichung der Reklamemessen machen und die Verbände zum Anschluß an die Idee bewegen. — Nach etwa $\frac{3}{4}$ Jahren soll eine neue endgültige Wahl des Hauptausschusses stattfinden, für dessen Mitglieder Vorschläge zu machen sind.

IV.

Der jetzt gewählte Hauptausschuß (siehe Beschluß II) tritt am Mittwoch, den 17. März 1926 in Berlin zusammen, um folgende Tagesordnung zu erledigen:

1. Beratung und Festlegung der Zusammensetzung des »Aktionsausschusses« (Anmerkung: Die Durchführung einer jeden beschlossenen Ausstellung oder Messe soll in die Hände eines kleineren Aktionsausschusses gelegt werden, der sich aus Vertretern der Industrie, des Verbandes deutscher Reklamefachleute, des Bundes deutscher Gebrauchsgraphiker, zusammensetzt. Die betreffenden Persönlichkeiten werden für jede Veranstaltung von Fall zu Fall gewählt und es ist beabsichtigt, hierbei auf die gegebenen zeitlichen und örtlichen Verhältnisse entsprechende Rücksicht zu nehmen,
2. Beratung über das finanzielle Risiko bei den künftigen deutschen Reklamemessen.

3. Besprechung des Planes einer nächsten deutschen Reklamemesse.

4. Beschlußfassung über die Aufbringung und Tragung der entstehenden Verwaltungskosten der Ausschüsse für die Vereinheitlichung des Ausstellungs- und Messewesens der deutschen Reklame-Industrie. (Anmerkung: Der Jahresbeitrag dürfte sich pro Firma zwischen M 10.— bis M 60.— bewegen.)

5. Festsetzung der nächsten Plenarsitzung.

V.

Die zusammengeschlossenen Firmen erhalten einen Bericht der heutigen Versammlung. Die Firmen werden gebeten, eine Erklärung abzugeben, mit welcher sie sich zu den Beschlüssen der heutigen Versammlung einverstanden erklären und diese als verbindlich anerkennen. Der Ausschuß faßt diese Verbindlichkeitserklärungen aktenmäßig zusammen und fordert solche auch von neuen, hinzutretenden Firmen ein.

Die Geschäftsstelle des Ausschusses verbleibt bis zum Zusammentreten des gewählten Hauptausschusses beim vorbereitenden Ausschuß:

Berlin W 35, Potsdamer Straße 122c,
Meißner & Buch.«

Am Mittwoch, den 17. März 1926 fand dann die eingangs erwähnte Sitzung des Neunzehnerausschusses statt, in welcher der oben genannte Verband gegründet wurde, gleichzeitig wurde beschlossen, im Jahre 1928 die erste deutsche Reklamemesse zu veranstalten. Prof. Frenzel erhielt den Auftrag, festzustellen, welche Städte sich in Deutschland überhaupt zur Abhaltung einer Reklamemesse eignen, des Weiteren wurde ein vorläufiger Arbeitsausschuß zur Ausarbeitung von Plänen für diese deutsche Reklamemesse 1928 eingesetzt; ihm gehören an: Ernst Growald, Professor H. K. Frenzel sowie je ein Vertreter des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker und des Verbandes Deutscher Reklamefachleute.

Die Geschäftsführung des Verbandes liegt auf einstimmigen Beschluß der Versammlung in den Händen der Firma Meißner & Buch. Die Anschrift lautet: Reichsverband Deutsche Reklamemesse, Berlin, Potsdamer Straße 122c. (Meißner & Buch). Alle Informationen werden von dort erteilt, und alle Beitrittserklärungen sind dorthin zu richten.

Frenzel

MONATSSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG KÜNSTLERISCHER REKLAME

DRITTER JAHRGANG



**VERLAG: PHÖNIX ILLUSTRATIONSDRUCK
UND VERLAG G·M·B·H·BERLIN SW 68**

BREITWIESER

OFFIZIELLES ORGAN DES BUNDES DEUTSCHER GEBRAUCHSGRAPHIKER

RUDOLF BINDING
FRANKFURT UND DER MAIN



ILLUSTRATION »ALT FRANKFURT« VON MAX HENZE · DESSAU

FRANKFORT AND THE MAIN
BY RUDOLF BINDING

HINGELAGERT in den breiten Dom deiner Ebene, die feine Linie eines Gebirges nicht zu nahe hinter dich gezogen, den Fluß, der dir ansteht, dicht an deiner Seite, so steht dein Bild, schöne Stadt Frankfurt, in meiner Seele. Aber es ist nicht die Ebene, nicht das Gebirge, es ist der Fluß, der dich bestimmt, mit dem du lebst, ohne den du nicht bist, ohne den dein Bild in meinem Innern nicht bestände.

Wahrhaftig: anders liegt diese Stadt an ihrem Strom, als andere Städte an ihren Strömen. Er durchfließt sie nicht, er beherrscht sie nicht, er ist nur in seltsamer Weise an sie geschmiegt: Ihr Antlitz hat sie der Sonne zugewendet, und der schöne Strom liegt in ihren Armen.

ESTABLISHED on the broad throne of the plains, the fine sky-line of a mountain-chain drawn not too closely behind thee, the river, thine own proper river, close at thy side, thus do I behold thee, beautiful city of Frankfort, with the eyes of my spirit. But it is not the plain, not the chain of mountains, it is the river that gives thee life and form, the river with which thou livest, without which thou wouldst not be, without which I would not behold thee in my soul.

Verily — this city does not lie upon its river like other cities upon other rivers. This stream does not flow through her, nor dominate her, it merely embraces her in strangest wise; she has turned her face to the sun and the lovely stream lies in her arms.

Sie ist mit ihm vereint in einem Bunde. Ihr Herz, mit dem sie fühlt, drängt sich zu ihm, und seine Wasser drängen sich an ihr Herz. Denn dein Herz, o Stadt, liegt nicht da, wo Markt und Treiben, Menschen und Waren in dem großen Geäder breiter Straßen hin und wider strömen, wo dein Handel blüht, dein Verkehr über die Welt hinausgeht, dein Reichthum mächtig ist, die Hunderttausende deiner Bürger wohnen — dort hast du kein Herz, dort lächelst du nicht, dort trägst du Züge ohne Gepräge deines Wesens, und es ist, als ob es dich manchmal nichts angehe.

Längs des Mains aber bist du die Stadt, die sich fühlt. Nicht die königliche, nicht die prunkende, nicht die finstere alte und steinerne, nicht die trotzig, nicht die engherzige, verschlossene, nicht die geschäftige, wie es andere sind und zu sein lieben, sondern die *freie Stadt* nach Angesicht und Wesen.

Du schwingst die lange Reihe deiner Bürgerhäuser den Strom hinauf, weiß und hell, ein ununterbrochenes Band. Gleicher Sinn, gleiche Bedürfnisse, gleicher Wohlstand, Eintracht und Zusammengehörigkeit haben sie erbaut. Dort auf der Höhe des Ufers wohnten, beständig und bestimmend, in der ruhigen Geschlossenheit einer einzigen Linie, die sich dem sanften Bogen des Flusses ergab, Frankfurts beste Bürger. »Die schöne Aussicht« haben sie ihre Straße benannt. Dann stromab, nahe und tiefer, auf dem vom Römerberg den Fluß suchenden Ufer, die rötlichen Sandsteine mittelalterlicher Bauwerke; längst verschwundene Wassersortore, fast noch zu fühlen; Rumpfe einfacher alter Kirchen, zu gebrechlich schon, um Gott zu dienen, in die Längslinie der Uferstraße eingebaut; danach, in lässiger Hingabe, nicht so dicht und gefestigt wie jenes Band stromauf, der andere Arm der Häuser, den die Stadt um den Fluß legt. Grün von Gärten drängt sich hindurch, noch einmal eine längere, geschlossene Flucht von Wohnbauten jüngerer Zeit, dann tritt die Stadt vom Fluß hinweg.

Dies ist Frankfurt, die liebliche Stirn, die du bietest. Doch wer die Stelle deines Herzens sucht, gewahrt und errät um den Römer herum hohe und steile Schieferdächer; der junge Turm des Rathauses gewinnt seinen Platz und verdeckt fast das hilflose Kuppelgebilde der Paulskirche unter dem plumpen goldenen Kreuz; und dann ein wenig stromauf, unberührt und unbetastet von Dächern und Türmen, sie in gebühlichem Abstand haltend, leicht, vertrauend, köstlich, das Wahrzeichen einer heiteren Frömmigkeit, dein Dom. — Es ist, als ob die Lieblichkeit gegen den Himmel immer Recht behielte.

She is united with this river in a common bond. The very heart with which she feels makes her cleave to it, and its waters seek to reach her heart. For thy heart, o City, does not lie where the markets and the traffic, where men and goods stream to and fro in the broad arteries of thy streets, nor there where thy trade flourishes, where thy commerce goes forth across the world, nor where thy wealth extends its power, nor where the hundreds of thousands of thy burghers live — thy heart is not there, there thou dost not smile, there thy features reveal nothing of thy inner being, and sometimes it seems as though all this were of no moment to thee.

But alongside the Main, there thou art the city that is conscious of herself. There thou art not the royal, not the splendid, not the ancient, dark and stony, not the narrow-hearted, taciturn, not the busy city, such as other cities are and love to be, but the truly Free City, free of face and free in thy essential nature.

Thou swingest the long rows of the citizens' houses upstream along thy banks, white and bright, an unbroken band. The same manner of thinking, the same needs, the same prosperity, unity and sense of belonging to one another, erected these houses. There, upon the heights of the banks, dwelt Frankfort's best burgesses, solid and deliberate, in the quiet compactness and exclusiveness of a single line, a line which merged into the gentle bend of the river. They called their street "The Beautiful View." Then, downstream, nearer and deeper, on the side which slopes from the Römerberg down to the river, glimmers the red sandstone of mediaeval structures, long-vanished water-gates, which still seem to make themselves felt, the hulks of old and simple churches, too frail to serve God any longer, are now built into the long line of the riverside street — after this, but not quite so compact like that other band of houses upstream, another arm of houses with which the city embraces the river. Here the green of gardens emerges, then follows another long, uninterrupted flight of dwellings of recent origin, and then the city retreats from the river.

This, Frankfort, is the charming forehead that thou presentest. But he who seeks thy heart, beholds and surmises the high, steep slate-roofs that cluster about the Römer; the young tower of the Rathaus asserts its place and almost covers the helpless cupola of the Paulskirche with its unwieldy golden cross, and then, a little upstream, untouched and uncontaminated by roofs or turrets, and keeping them at a respectful distance —

Unten in seinem Ernste ruhend, von vielfältiger Ehrwürdigkeit umatmet, steigt er gleichsam zu seiner eigenen Heiterkeit auf und krönt sich hoch oben im Lichte mit nichts als einer unbesorgten Anmut.

Der Bau ist dein glückliches Ebenbild, du freie Stadt. Tief in den Gründen liegt Ehrwürdiges und Ernstes; immer aber schon Freies und Festliches, von je bis zum heutigen Tage. Nie von einem Fürsten der Kirche, nie von beherrschenden Adelsgeschlechtern abhängig, wurdest du Hauptstadt des Reichs ohne die Last eines Thrones in deinen Mauern, Wahlstadt von Kaisern, Krönungsstadt.

Ehren und Feiern, nicht ohne Nutzen, wurden dein Teil. Auf dem Römerberg stand die Küche mit dem gebratenen Ochsen für das Volk, von dem der Erbtruchseß dem Kaiser ein Stück überbrachte. Der Hafer war aufgeschüttet, aus dem der Erbmarschall ein silbernes Maß füllte. Der rote und weiße Wein sprang für die Erbschenken vom Born neben dem Springbrunnen. Der Erbschatzmeister streute goldene und silberne Gedenks- und Schausmünzen über das jubelnde Volk.

Auf diese Stätte blickt der Dom zwischen Häusern mit überhängenden Stockwerken hindurch. Er blickt auf die Stätte, wo die freiesten Geister in fruchtlosen Mühen, vom reinsten Willen getragen, deutsche Einigkeit suchten, deutsches Verfassungswerk schmiedeten: Die Paulskirche. Er blickt dir recht eigentlich ins Herz, du Stadt, wo deine Märkte und Messen, bürgerlichem Sinn entsprungen, begannen; wo Obrigkeit und Rat noch jetzt ihres Amtes walten; von wo alles ausging, was jetzt deinen Reichtum, deinen Stolz ausmacht.

Er blickt über die vielen Brücken, die dich über den Fluß hinüber verbinden, zu den ehemaligen Häusern der Sachsen, angesiedelt wohl drüben im scharfen Gegensatz und in Gefangenschaft der Franken, von denen du Herkunft und Namen leitest. Aber so sehr dieses Sachsenhausen nun ein Teil deiner Selbst zu sein scheint, deine Vorstadt, eines ist allein dir vorbehalten, eines gehört dir allein: der Main. Es ist, als ob jener andere Stadtteil keinen Anteil an ihm habe. So sehr er deinem Wesen eigen ist, so sehr er deinem Bilde dient, so wenig ist er dem Wesen der jenseitigen Siedelung zu eigen, so wenig dient er ihrem Bilde. Alles an ihm gehört dem Ufer, an dessen Herz er sich schmiegt, aber unberührt und unberührend fließt er dem andern vorüber.

So stehst du, alte Stadt, mit deinem Fluß in einem schönen heiteren Bündnis; in wunderbarer Unbeschwertheit, innerer Jugend und Beweglichkeit habt ihr euch gegenseitig behagt. Ohne die Wucht und

light, full of confidence and grace — the cathedral — the Dom, the symbol of a kind of gay piety. It is as though its amiability were always able to assert that it was right — in the very face of Heaven. The cathedral is based in its own seriousness below, invested by the breath of reverence, and then it ascends by virtue of its own serenity and crowns itself high in the airs with nothing more than a careless grace.

This edifice is thy happy counterpart, thou Free City. Deep down at the roots lie the venerable and the earnest things, closely bound up with the free and the festal, from that day unto this. Independent of the princes of the church, free from the ruling families of the nobility, thou becamest the capital of the Reich, and without bearing the burden of a throne within thy walls — the electoral city of Emperors, the city of coronations!

Honors and festivals, both of service, came unto thee. The great refectory with its roast oxen stood upon the Römerberg for the good of the people, and the Hereditary Lord High Steward always brought a piece to the King. The oats were piled up here and from these the Hereditary Marshall filled his silver measure. The red wine and the white leaped forth under the hands of the Hereditary Cellarer close to the old fountain. Here the Hereditary Bursar flung memorial and keepsake coins of gold and silver among the jubilant people.

The Dom looks down upon this place between houses that have projecting stories. It looks upon the place where the freest spirits of Germany uplifted by a pure will and ideal, sought German unity, sought to weld together the German Constitution, though in vain — the Paulskirche. This Dom, this cathedral, peers into thy very heart, thou city, there where thy markets and fairs, the fruit of good bourgeois thought, began, where the authorities and the Council still exercise their offices, and from whence all things proceeded which are now part of thy wealth and thy pride.

The Dom looks across the many bridges which unite thee athwart the river, looks beyond them to Sachsenhausen the whilom houses of the Saxons, settled there no doubt in sharp opposition to the Franks and as their prisoners — the Franks from whom thou hast thy origin and thy name. But however much this Sachsenhausen may appear only as a part of thyself, thy suburb, one thing is reserved for thee alone, belongs to thee alone — the Main. It is as though this other section of the city had no part in the river. Just as much as the river is an essential part of thee, just as much as it serves

Qual einer Riesenstadt, die die Ufer der Themse bei London bedrücken, ohne die Heiligung und Heiligkeit, die Köln auf den Strom wirft, ohne die bewußte Krönung, mit der Prag seinem Fluß obliegt, haltet ihr beide, Stadt und Fluß, euer Gewicht.

In dieser deiner Vereinigung mit dem Strom, un-nachahmlich und nie erreicht von anderen, stelle ich dich, du Stadt Frankfurt, in die Reihe der Dinge auf Erden, die geliebt werden. Wohl gibt es Menschen, die die Pyramiden Ägyptens lieben, die die Insel von Notre Dame in Paris lieben, die Wien an der blauen Donau lieben, die den Hyde Park lieben im Mai, die das ewige Rom lieben. Auch ich liebe diese Dinge, aber ich liebe auch dich, Frankfurt am Main.



thy scenes and thy needs — just so little does it belong to that other settlement, just so little does it serve its scenes and needs. All that pertains to the river belongs to that bank to which its heart clings — it flows by the other untouched and untouched.

Thus, Old City, dost thou stand united in a serene and beautiful league with thy river, in a wonderful sense of lightness and aloofness, and each gives to the other an inner youthfulness and movement of the soul. Both of ye, City and River, balance each other — without the burden and the torment of a gigantic metropolis such as oppress the banks of the Thames in London, without the sanctity and sanctification which Cologne casts upon the Rhine, without the conscious sense of something crowned and crowning which Prague imposes upon its river.

In this thy union with thy river, inimitable and inachievable by others, I set thee, thou City of Frankfort, among those things on Earth which are destined to be loved. There are those who love the pyramids of Egypt, those who love the Isle of Notre Dame in Paris, others who love Vienna upon the blue Danube, or Hyde Park in May, or Eternal Rome. I too love these places, but also do I love thee, Frankfort-on-the-Main.

Translated by H. G. S.

INITIAL UND GLUCKWUNSCHKARTE
VON GEORG BREITWIESER



EIN GUTE FAHRT
IN'S NEUE JAHR
WÜNSCHET
HEUT FÜR WÄHR
GEORG BREITWIESER
DÄRMSTÄDT-BÄD-NÄUHEIM



PLAKAT VON LUDWIG ENDERS



PLAKAT VON G. R. SCHIRMER




PLAKATE VON GEORG JOH. KOHLER



entwurf und linoleumschnitt: hartmuth pfeil, darmstadt. verkleinerte
wiedergabe eines linoleumplakates der roetherdruck g.m.b.h., darmstadt.
[originalformat 70x100 cm]. die klischees zu dieser wiedergabe lieferte
die graphische kunstanstalt f. haussmann, darmstadt.

STÄDTISCHE AKADEMIE F. TONKUNST DARMSTADT



PFEIL

10 KONZERTE
LEITUNG: STÄDT. MUSIKDIR. W. SCHMITT
IM KLEINEN UND
KAMMERMUSIK · SOLISTENABENDE
GROSSEN HAUS
ORCHESTERKONZERTE MIT
DES HESSISCHEN
SOLISTEN
LANDESTHEATERS

entwurf und linoleumschnitt: hartmuth pfeil, darmstadt. verkleinerte wiedergabe eines linoleumplakates der roetherdruck g.m.b.h., darmstadt. [originalformat 78x104 cm]. die klischees für diese wiedergabe lieferte die graphische kunstanstalt f. haussmann, darmstadt.



PLAKAT VON KRUSE



PLAKAT VON ROLF CAVAE



PLAKAT VON WILLI MEYER



PLAKAT VON LUDWIG ENDERS



PLAKAT VON HARTMUTH PFEIL



PLAKAT VON LUDWIG ENDERS



PLAKATE VON GEORG JOH. KOHLER



PLAKATE VON GEORG JOH. KOHLER





PLAKAT VON HARTMUTH PFEIL



PLAKAT VON ALBERT WINDISCH



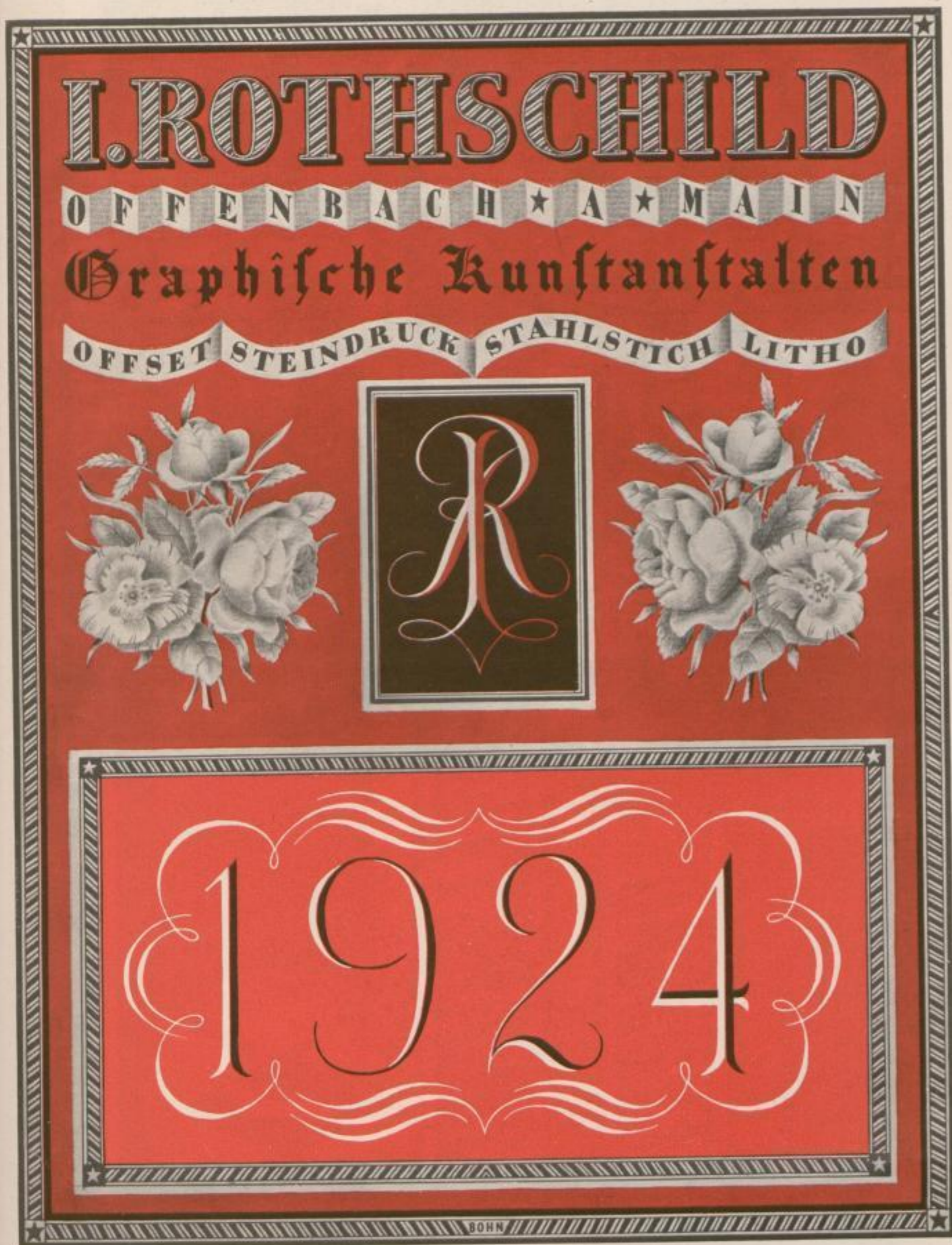
PLAKAT VON KURT SCHEELE



PLAKAT VON W. BERGMANN



PROSPEKT VON WILHELM MUNCH



KALENDER VON HANS BOHN



PROSPEKT VON BEYER-PREUSSER-GLASEMANN



PLAKAT VON MAX BITTROF



PLAKAT VON WILLI MEYER



PLAKAT VON PHILIPP VOLK



SIGNET VON WILLI MEYER

KASIMIR EDSCHMID

DIE ZAUBERSTRASSE

Die Abenteuerlichkeit der Stadt ist das Licht. Ich werde nie vergessen, wie, als ich im Krieg aus dem abgeblendeten Westdeutschland nach Göteborg und Bern kam, die Fluten Elektrizität mich erschütterten, da sie ein Symbol des Lebens schienen. Ich kenne keinen größeren Reiz, als in fremden Städten die Läden entlang zu gehen. Selbst Städte wie Brügge und Siena, die das zauberhafteste Leben des Mittelalters bergen und die Prunkstücke Europas sind, verführen mich sofort, am Abend ihre Läden zu studieren. Ich habe die Leidenschaft, den Geruch der erlebten Epochen einzuziehen, aber das Licht der Läden reißt mich auch, da ich ein entschlossener Mensch von heute bin, mit einer rätselhaften Kraft an seine hellsten Äußerungen. Die Merceria in Venedig, die Rue Royal in Brüssel, die Cannebière in Marseille, Strandvaegen in Stockholm, der Lungarno von Florenz begeistern mich ebenso wie eine kleine Geschäftsstraße hinter dem Restaurant François in Brüssel, wie die Läden in den lebensgefährlichen Straßen der Altstadt in Marseille, wie eine Fischergasse mit Läden gegen die Schären von Stockholm hin oder eine Gasse für Kleinbürger hinter der Signoria in Florenz. Die Läden haben für mich überall etwas Geheimnisvolles. Ihr Licht zieht an, ihre Auslagen reizen zum Vergleich. Wer fünfzig große Städte der Welt

in einem Jahre sieht, wird immer heftiger angezogen von den Läden, weil er immer Neues erhofft, immer mehr den Ausdruck des Persönlichen sucht. Wer wird in Mailand nicht die Lederarbeiten, auf den Grands Boulevards von Paris nicht die Herrensachen, in Florenz nicht die Seide, im Knitting House in St. Moritz nicht die englischen Stricksachen bewundern, abschätzen und vergleichen mit den Spezialitäten zu Haus oder in anderen Städten? Es gibt in Arles, in Brügge und in Korsika Läden mit Spitzen, und wie verschieden sind sie gemacht. Welche Möglichkeiten findet man im Arrangement, und man geht fast nie fehl, beim entzückenden Anblick der Fenster, denen die Preise nie fehlen sollten, auf die Qualität der Sachen zu schließen. Zwischen dem Arrangement und dem Zwang hineinzugehn wirkt eine zauberhafte Verbindung. Man sucht die Liebenswürdigekeit eines waltenden Geschmacks und wird davon ergriffen. Welche Möglichkeiten hat doch das Licht noch! Welches Erlebnis, als ich in Brüssel zum ersten Mal über die Dächer mit Lichtreklamen die Depeschen des Tages laufen sah, als in Nizza die Kurse der Börse sich an den Himmel schrieben, als in Triest die gesamten Dächer der riesenhaften Piazza dell' Unita voll Glut der Elektrizität standen, während Deutschland noch in Finsternis lag. Das Licht der Läden

macht die Grazie, aber auch den Zauber der Städte aus, es ist die stumme, aber wundervolle Sprache, in der die Dinge, die uns wollen, mit uns reden.

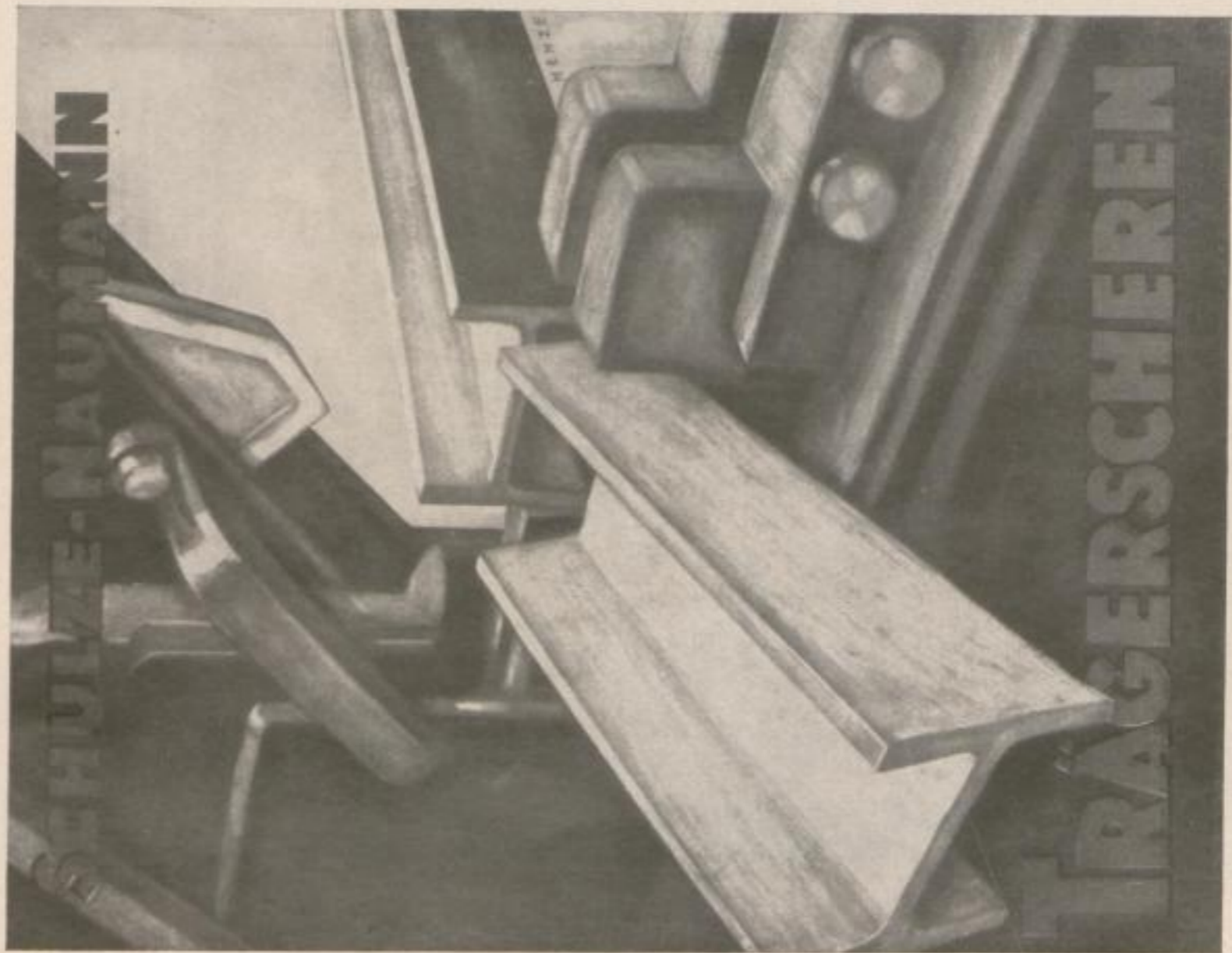
Aber auch in Deutschland hielt der Reiz des Abenteuerlichen an, als unsere Straßen wieder hell wurden und unsere Läden sich mit Dingen füllten, die der Deutscher längst vergessen hatte. In Deutschland, wo das Bezaubernde des fremden Dialektes, der fremden Sitten wegfiel, behielt die abendliche Straße eine der größten Lockungen, ob es sich um Bernburg oder Toelz gehandelt hat. Eine meiner phantastischsten Jugenderinnerungen ist die Einfahrt über den Main in Frankfurt und das strahlende Geländer der Läden die Kaiserstraße hinauf.

In der Tat, dies Flanieren an den Läden setzt Phantasie voraus. Das Bild einer Stadt wird nicht nur von der Architektur beschrieben, sondern wird von dem Geschmack seiner Läden abhängig sein. Der Ton und die Haltung der Plakate, die sich drehenden erleuchteten Anzeigentürme können fast schon den Charakter anzeigen, sie lassen das Temperament der Bewohner, den Geist der Stadtführung erkennen. Die Höhe des geschmacklichen

Niveaus, das man früher an den ausgehängten Kästen der Photographen erkannte, zeigt sich in der Gliederung der Läden. Das Publikum weiß genau zu unterscheiden, ob ein Geschäft schön gezeichnete Etiketten hat, oder ob es sich mit Klischees begnügt, ob ein Laden mit Tabaken das Auge durch seine vornehmen exotischen Bilder erfreut, oder ob er den alten Neger mit der goldenen Zigarre am Kopf draußen aufgehängt hat. Die Parfümerien beweisen ihre Fähigkeit nicht nur durch die Masse, sondern durch die noble Haltung der Flacons, durch die Prägungen und Steingravüren. Es ist tatsächlich so, daß jedermann, der eine Sache zur Geltung bringen will, es nicht nur durch ihre Qualität kann, sondern durch die Form, die er seinen Auslagen gibt. Das Gesicht der Straße setzt sich aus vielen Zügen zusammen und wird im Osten anders sein wie im Westen, wo gerade in der Rhein-Main-Ecke das aufgeklärteste und gebildetste Deutschland an die französische Eleganz stößt. Das Gesicht der Straße besteht aus vielen Zügen, aber wenn die Hälfte schön und hell ist, muß es auch, um nicht zu mißfallen, die andere sein.



PROSPEKT VON BEYER-PREUSSER-GLASEMANN



ZWEI INDUSTRIEPROSPEKTE
VON MAX HENZE, DESSAU

PETERS UNION



ROTSIEGEL-CORD



PREISLISTE NR.11 VOM 15.FEBRUAR 1926

PROSPEKT VON MAX HENZE-DESSAU



INSERAT VON HEINRICH WALTHER



KALENDER VON GEORG JOH. KOHLER



Die Industrie u. Handel
druckt

PLAKATE-PROSPEKTE
KATALOGE - GESCHAFTS-
DRUCKSACHEN-WERTPAPIERE

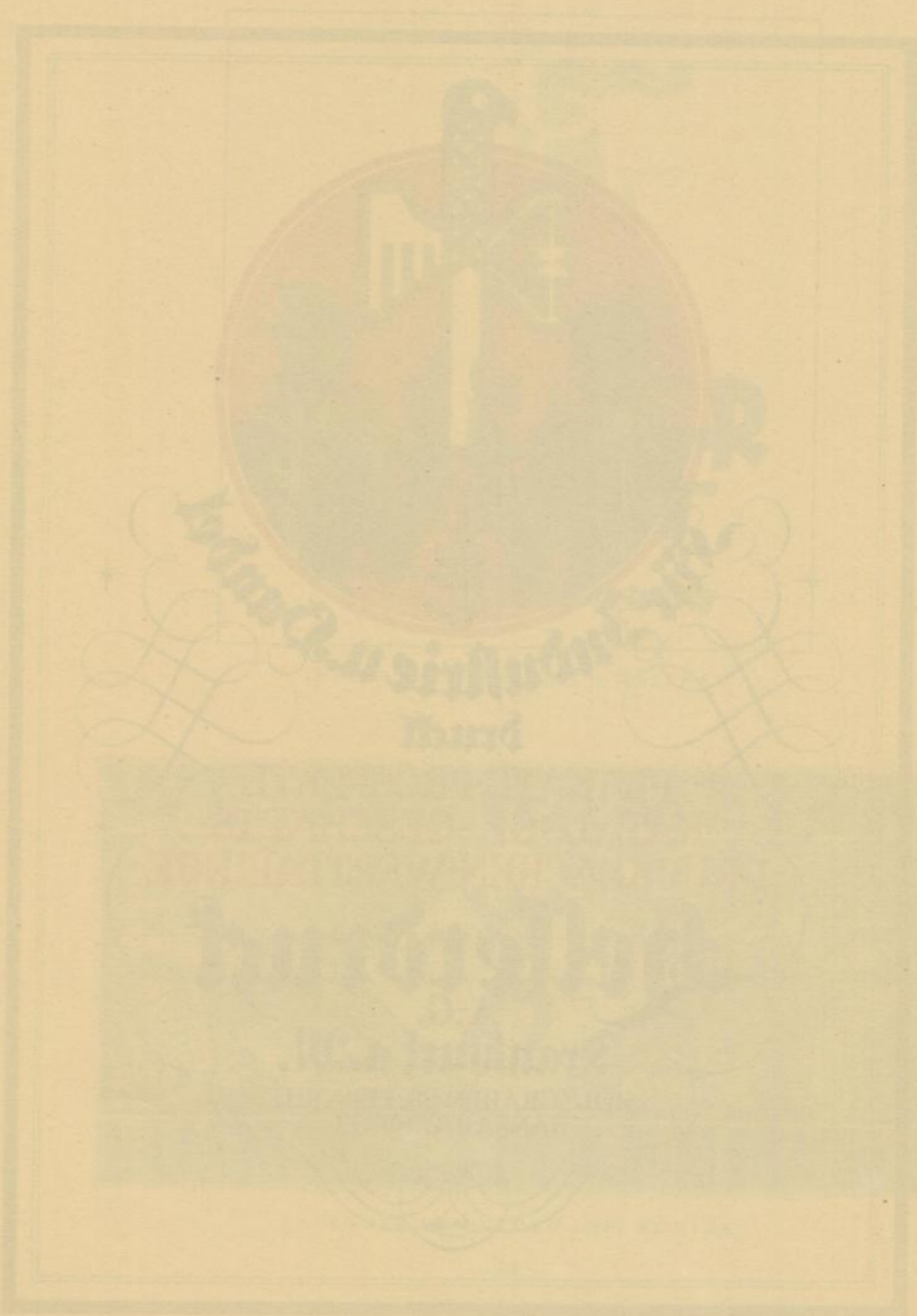
Hellerdruck

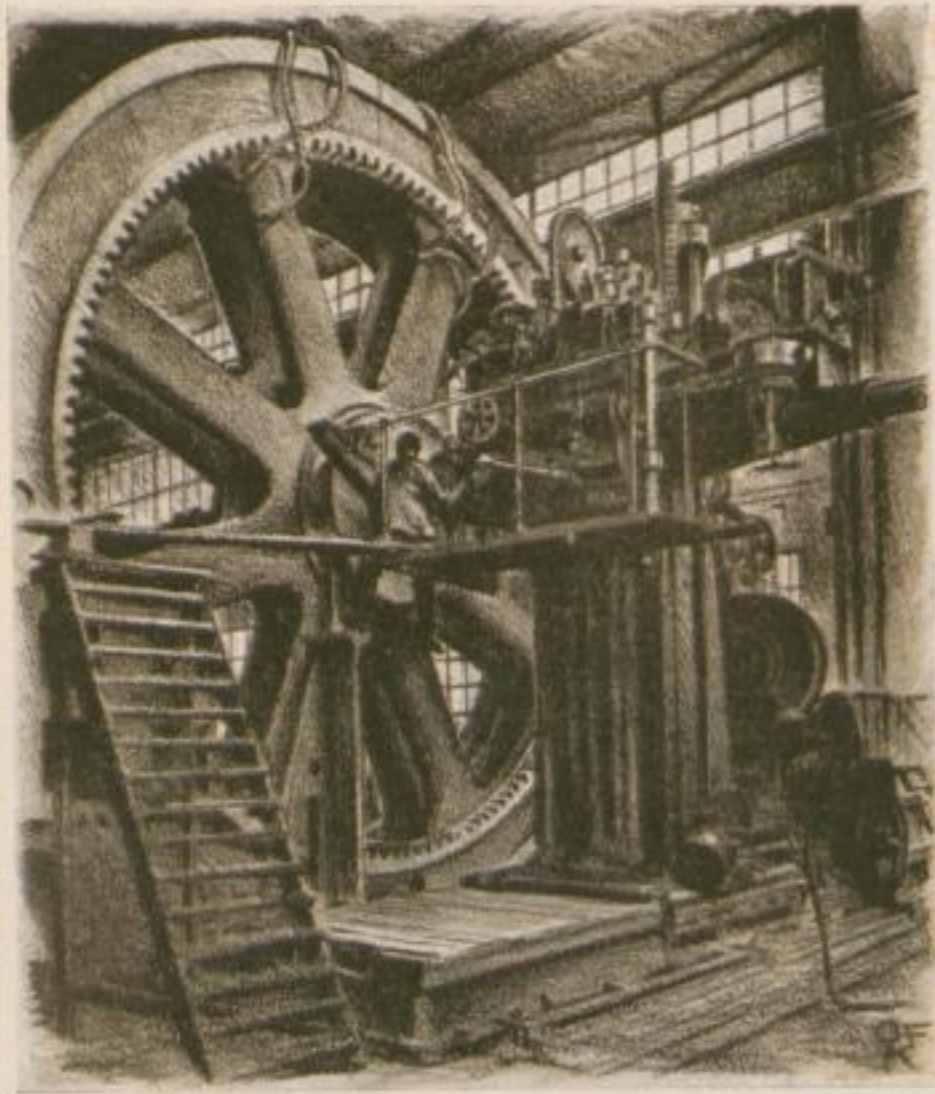
A.-G.

Frankfurt a. M.

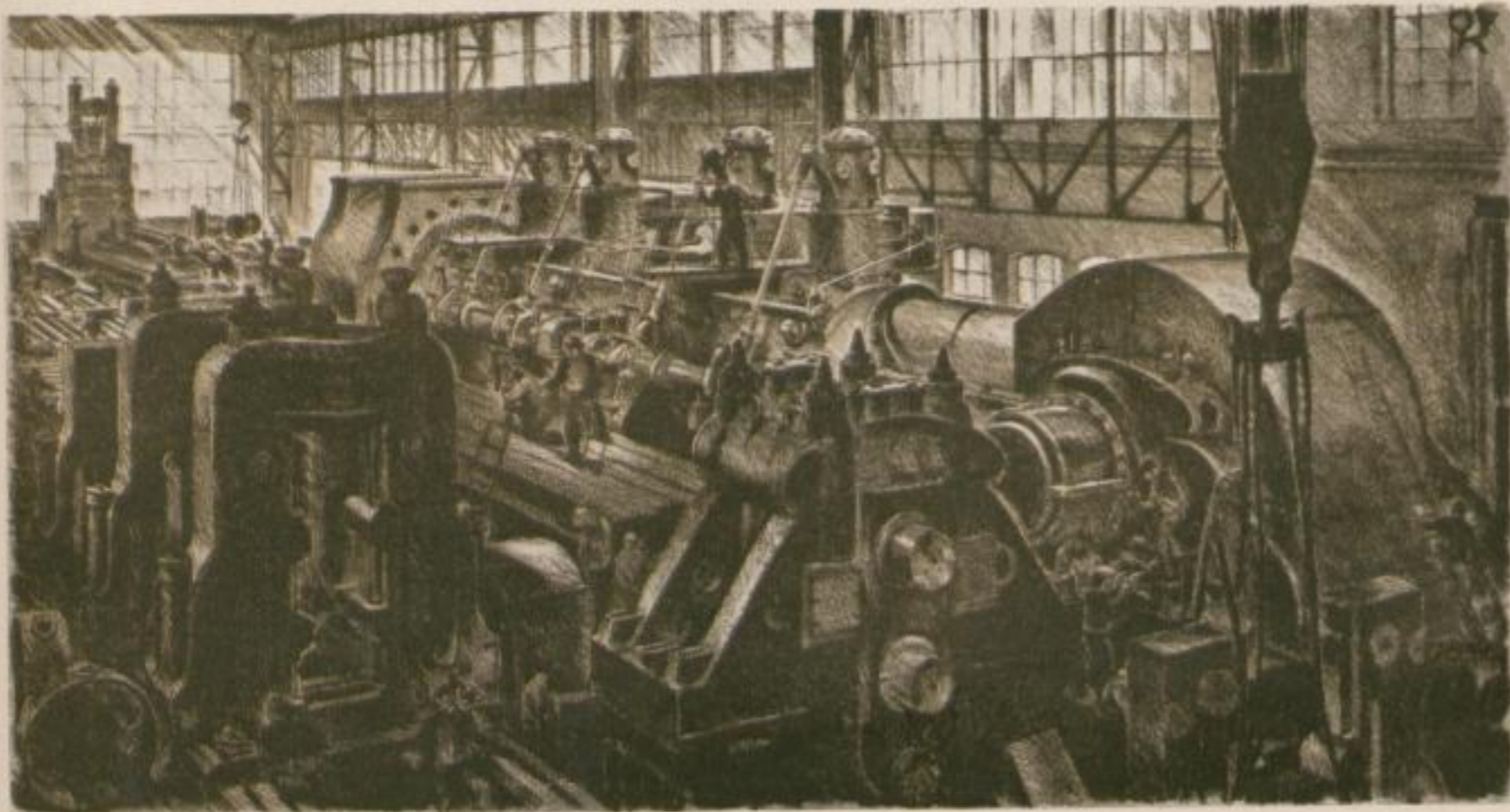
HOLZGRABEN 28. FERNRUF
HANSA 9700-9702

317102





AUS DER FESTSCHRIFT DER FIRMA EHRHARDT & SEHMER AG, SAARBRÜCKEN
LITHOGRAPHIEN VON OTTO FRANZ KUTSCHER





SIGNET / HARTMUTH PFEIL



SIGNET / G. R. SCHIRMER



AUS DER FESTSCHRIFT DER FIRMA EHRHARDT & SEHMER AG, SAARBRÜCKEN



SCHUTZMARKE / MAX BITTROF



SCHUTZMARKE / MAX BITTROP



SCHUTZMARKE / HARTMUTH PFEIL



LITHOGRAPHIEN VON OTTO FRANZ KUTSCHER



SCHUTZMARKE / EMIL RITTERHAUS



ALBERT WINDISCH



FRIEDRICH BINDER



ALBERT WINDISCH



GEORG BREITWIESER



GEORG BREITWIESER

SIGNETE



SIGNET / HARTMUTH PFEIL



EXLIBRIS / GEORG BREITWIESER



DREI EXLIBRIS
GEORG
BREITWIESER



SIGNET / ERICH MEYER



FERDINAND KRAMER



ALBERT WINDISCH



WILHELM MÜNCH



GUSTAV HARTUNG



MAX HENZE-DESSAU



F. W. ROTH



FRITZ QUANDT



F. W. ROTH



CARLOS TIPS

MARKEN UND SIGNETE

D
vo
fo
üb
ein
Z
wi
es

de
be
O
O

Tod wo ist
dein Stachel
Golle wo ist
dein Sieg?

WANDSPRUCH / RUDOLF KOCH

SCHRIFTSCHREIBEN IN UNSEREN TAGEN

VON FRIEDRICH HEINRICHSEN
OFFENBACH

DER Niedergang der Schreibkunst am Ende des vorigen Jahrhunderts machte eine tiefgreifende Reform notwendig. Es wurde viel Staub aufgewirbelt über das »wie?« und die phantastischen Versuche einer bestimmten Stilperiode überboten sich an Zwecklosigkeit. Die tagtägliche Handschrift verwilderte zu einem »graphologisch grandios interessanten« Zustand. Alles schoß üppig ins Kraut.

Da ging in England eine Umformung vor sich, deren allmähliche Auswirkungen auch bei uns zielbewußtes Arbeiten möglich machten. An mehreren Orten, ich führe an Wien, Düsseldorf, München, Offenbach, Leipzig, entstanden blühende Schreib-

schulen. Ernsthafte Vorkämpfer schufen neue Formen und wiesen in ihrer fruchtbaren Unterrichtsarbeit immer und immer wieder darauf hin, daß das Schreiben die Grundlage jeder ornamentalen und ästhetischen Ausbildung werden müsse. Ihnen folgend haben die Kunstgewerbeschulen dem Schriftunterricht gebührenden Platz eingeräumt. Möchten doch endlich auch die Volksschulen dilettantische Reformversuche aufstecken und sich an naheliegende Vorbilder halten.

Wir haben an dem vortrefflichen Buch des englischen Meisters *Johnston* (Schreibschrift, Zierschrift und angewandte Schrift) eine gute Grund-

CHRIST

Die Innen und außen fliegt Linsen
her zu mir. Frohen Friedens in Gottes Hut sollt
Ihr heimkommen gut. Sitze wie Biene da. du
gebot es Sankt Maria. Hutschverlaub nicht habe du. zu hohe
nicht fleuch du. daß du mir nicht entrinnest. dich nur
nicht entwinnest. Sit immer stille. wicke
+ Gottes + Willen +

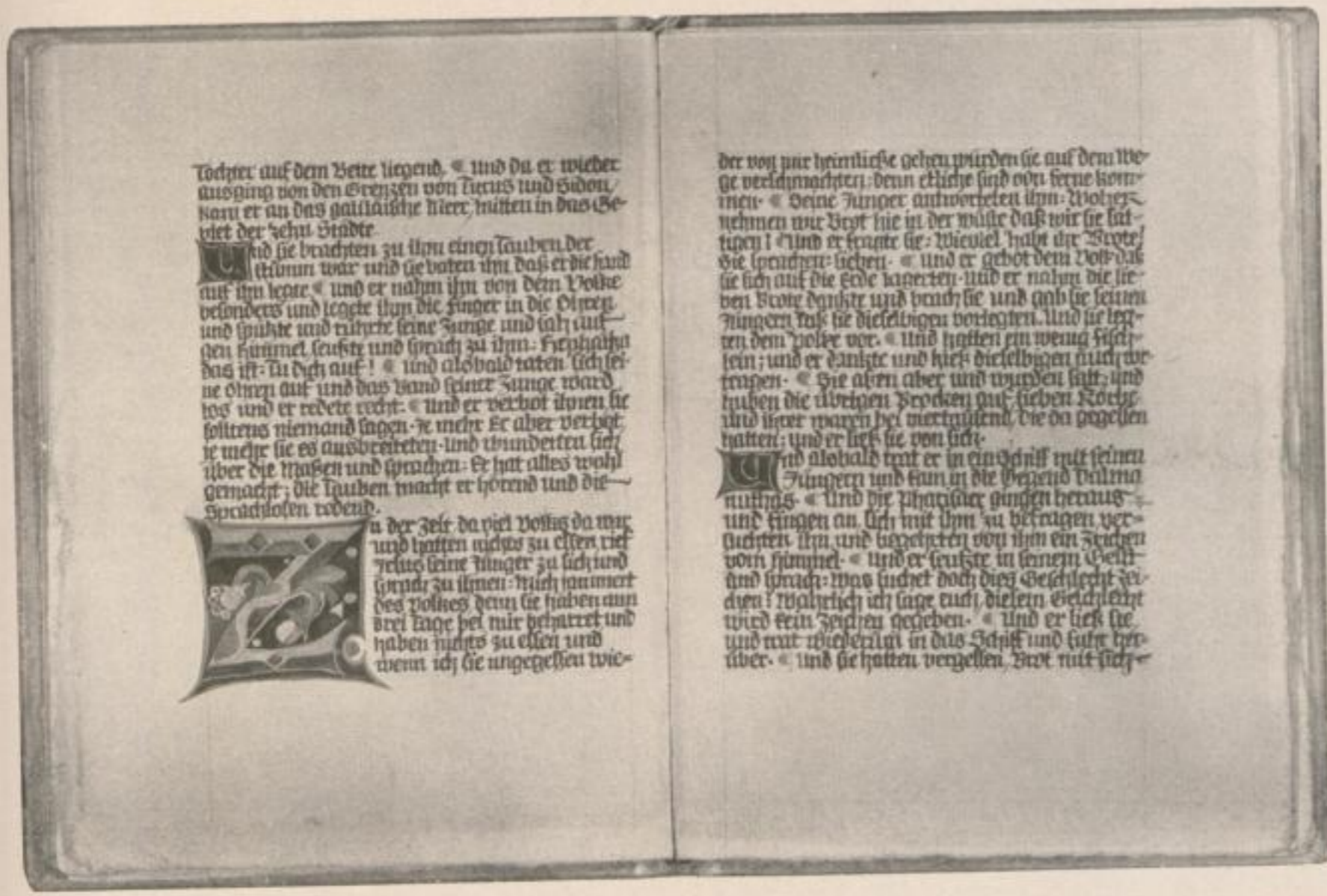
IMMENSEGEN / F. HEINRICHSEN

lage, auf welcher wir aufbauen können. In Deutschland gibt es nun schon eine ganz stattliche Zahl vorzüglicher Schreiber, und ist es zu hoffen, daß mit Zunahme dieser Kräfte sich auch ein größeres Betätigungsfeld auftut. Allerdings treten auch schon allerhand Aufgaben heran an einen zünftigen Schreibmeister. Hier wünscht man eine Trauredede, hier eine Grabrede auf Pergament geschrieben, dort hingegen soll eine Ehrenurkunde für eine würdige Amtsperson ausgestellt werden, und dem »Personal« jucken schon die Finger, markige Züge darunter zu setzen. Wo anders wiederum läßt einer für eine zierliche Gedichte auf Büttchen schreiben zum Geschenk; vielleicht ist auch ein anderer über Nacht ein gottbegnadeter Dichter geworden und will die Kinder seiner Muse in ein würdiges Gewand kleiden lassen. (Tischkarten, Visitenkarten, Verlobungsanzeigen, Glückwunschkarten gehören bereits ins Gebiet der Gelegenheitsgraphik.) Aber wirklich bedeutende Schreibaufgaben größeren Umfangs gibt es leider fast gar nicht. Man denke sich nur ein geschriebenes Evangelienbuch für

kirchlichen Gebrauch! Wie schön könnte da einer seine ganze Fertigkeit entwickeln.

Es kann ein heutiger Schreiber nicht wie ein Mönch seligen Angedenkens in stiller Zelle sitzen und Seite für Seite gemächlich herunterschreiben. Dazu allerdings reichen Schreibaufträge nicht. Er muß allenthalben mit seiner Handfertigkeit den Dingen des tagtäglichen Lebens nützen. Die Industrie benötigt die Schrift für die verschiedenartigsten Zwecke, die Druckereien und Verlage benötigen gute Kräfte, Architektur und das Gewerbe der Steinmetzkunst stellen dem ernsthaften Schriftmanne immer neue Aufgaben. Wir fassen dies zusammen in die Worte: Der moderne Schreibmeister ist kein romantischer Außenseiter, seine Arbeit dient dem praktischen Zwecke. Das zeigen auch die Neuschöpfungen auf dem Gebiete der Druckschriften.

Jedoch ist es sehr nötig für einen echten, rechten Schreiber, ab und zu ein Blättlein, eine Handschrift zu schreiben, ganz für sich selbst. Wir bringen in diesem Hefte eine Reihe von Abbildungen solcher



Tochter auf dem Bette liegend. Und da er wieder
ausging von den Grenzen von Tirus und Sidon/
kam er an das galliläische Meer mitten in das Ge-
biet der zehn Städte.
And sie brachten zu ihm einen Tauben der
Königin war und geboten ihm das er die Hand
auf ihn lege. Und er nahm ihn von dem Volke
besonders und legte ihm die Finger in die Ohren
und spülte und rührte seine Zunge und sah auf
den Himmel seufzte und sprach zu ihm: Freyhähig
das ist: Tu dich auf! Und als bald räten sich sei-
ne Ohren auf und das Band seiner Zunge ward
los und er redete recht. Und er verbot ihnen sie
solten niemand sagen. Er aber verbot
er mehr sie es ausbreiteten und wunderten sich
über die Massen und sprachen: Er hat alles wohl
gemacht; die Tauben macht er hörend und die
Sprachlosen redend.



An der Zeit da viel Volk da war
und hatten nichts zu essen rief
Jesus seine Jünger zu sich und
sprach zu ihnen: Mich jammert
des Volkes denn sie haben nun
drei Tage bei mir beharrt und
haben nichts zu essen und
wenn ich sie ungeessen wie-

der von mir heimliche gehen würden sie auf dem We-
ge verdammten: denn etliche sind von ferne kom-
men. Seine Jünger antworteten ihm: Woher
nehmen wir Brod hier in der wüste das wir sie sat-
tigen? Und er fragte sie: Wieviel habt ihr Brod?
Sie sprachen: sieben. Und er gebot dem Volk das
sie sich auf die Erde lagerten. Und er nahm die sie-
ben Brod dankte und brach sie und gab sie seinen
Jüngern das sie dieselbigen vorlegten. Und sie leg-
ten dem Volke vor. Und hatten ein wenig Fisch-
lein; und er dankte und brach dieselbigen auch und
trug sie. Sie aßen aber und wurden satt; und
haben die übrigen Broden auf sieben Körbe
und diese waren bei Mächtigen die da gegeben
hatten; und er ließ sie von sich.

And als bald trat er in ein Schiff mit seinen
Jüngern und kam in die Gegend Dalma-
nias. Und die Pharisäer gingen heraus
und fingen an sich mit ihm zu befragen ver-
suchten ihn und begehrten von ihm ein Zeichen
vom Himmel. Und er seufzte in seinem Welt-
und sprach: Was suchet doch dies Geschlecht Zei-
chen? Wahrlich ich sage euch die dem Geschlecht
wird kein Zeichen gegeben. Und er ließ sie
und trat wieder in das Schiff und fuhr hin-
über. Und sie hatten vergessen Brod mit sich

EVANGELIENHANDSCHRIFT / F. HEINRICHSEN

Arbeiten, Einzelblätter und Doppelseiten von ge-
schriebenen Büchern, welche allein aus Gestaltungs-
bedürfnis entstanden sind. Zwar haben solche
Werke keinen sofort ausmünzbaren Nutzen, doch
ist der Gewinn, den die Schreiber, für ihre tagtägliche
andere Arbeit davon angeregt, ohne Zweifel haben,
derart, daß sich die Berechtigung, Handschriften
anzufertigen, ganz von selbst ergibt. Man denke
nur, wie die einzelnen moderen Druckschriften in
der Hauptsache entstanden sind.

Nun zum geschriebenen Buche selbst: Das Buch
ist immer als Einheit aufzufassen, welche durch
Zutaten nicht störend unterbrochen werden darf.
Die Frische der Handschrift ist der Vorzug
gegenüber dem gedruckten Buch. Wir können die
verschiedenartigste Wirkung anstreben, den dicht
aufgeschlossenen Schriftblock, wo ein Buchstabe
den andern stützt, oder weitdurchschossene Zeilen,
die wie kostbare Bänder über die Seiten gespannt
sind, oder freie Anordnung, die Schrift und Ver-
zierungen wie Blüten über die schneeweiße Fläche
gestreut, erscheinen lassen. Wir dürfen klassische

Einfachheit bekunden und können wiederum in
krausen barocken Formen spielen. Immer kommt
es nur darauf an, darzustellen, was der Text für
Empfindungen in uns auslöst. Die reichhaltige Ab-
wechslung unserer Schriften macht es uns möglich,
uns an die verschiedenartigsten Texte, an denen
unsere Literatur so reich ist, anzugleichen. Selbst-
verständlich äußert sich die Persönlichkeit des
Schreibenden nicht in der Wahl der Form, sondern
in der Formenführung selbst. Erlaubt ist alles, was
gutaussieht. Mit diesem Satze fallen viele Bedenken
weg. Prinzipien führen zur Leblosigkeit.

Eins aber tut not: Achte das Material! Schöne
Papiere, echte Farben, sorgfältige Vorarbeit sind
Ehrensache. Die Federformen müssen ihre Eigen-
art behalten, der Pinselstrich darf seine Frische
nicht einbüßen durch ängstliche Nacharbeit. Das
Schreibwerkzeug und seine Haltung geben der
Schrift ihr vornehmstes Gesetz. Für Schreibarbeiten
mit Tusche hat sich die Stahlfeder bewährt, für
Tinte ist nach wie vor die Gänsefeder das ideale
Schreibwerkzeug. — Über die lateinischen Schreib-

und zum andern heißt es: Ich habe
 kein Wort gefallen am Tode besser
 der den Tod ver-
 dient hat, hebet
 ihn und bleibet
 leben.
Kaddisch
 ehrt und ge-
 lügt in Gottes heiliger Name in-
 der Welt die er geschaffen nach sei-
 nem Willen. Möge er sein Reich
 kommen lassen zu ewen Lebren
 und solange lebendig ist das
 ganze Jnno Israel bald und in
 der Zeit. Darauf spricht: Amen
 es sei sein großer Name gepriesen
 in alle Ewigkeit. Gepriesen und
 verherrlicht gerühmt und erhöht
 gekühmt und erhoben sei der
 Name des Heiligen. Preis
 gebühret ihm weit hinaus über al-
 le Lobpreisungen Lieder und
 verherrlichungen, die je in der Welt ge-
 sprochen worden sind. Darauf spr-
 chet: Amen. Neicher Friede komme
 aus Himmels Höhen und Leben ü-
 ber uns und ganz Israel. Darauf
 spricht: Amen. Der Frieden sit-
 tet in seinen Höhen er stühet stän-
 den über uns und ganz Israel. 23
 Darauf spricht: Amen.

Aus dem Mogenge-
 het für den Sabbat.
 Alle Lebenden stam pre-
 se ständig deinen Namen, Ewig
 unser Gott und König; von Ewig-
 keit zu Ewigkeit bist du mächtig
 und außer dir haben wir keinen
 König der wie du erlöst und hilfst
 befreit und errettet, verbezt und sich
 erbaert in jeglicher Not haben wir
 keinen König außer dir. Du bist
 der Gott derer die vor uns waren
 und derer die nach uns sein wer-
 den. der Gott aller Geschöpfe. Der
 Herr aller Geschlechter, die Hülle
 der Lobpreisung verherrlicht dich
 du leitest deine Welt in Liebe und

Aus dem Mogenge-
 het für den Sabbat.
 alle kommen die Ewigkeit
 vor die Ewigkeit unser Gott
 über alle deine Geschöpfe und
 die Ewigkeit vor die über alles
 was du erschaffen hast. auf das Ewig-
 keit vor die haben alle Geschöpfe
 und sich vor die befragen alle Wesen
 und auf das sie alle bilden einen Bund
 deinen Willen zu tun mit ganzem Her-
 zen so wie wir es heute wissen. Ewig
 unser Gott das dein ist die Ewigkeit
 das Macht ist in deiner Hand und
 die Ewigkeit in deiner Rechten und dein
 Name erhaben über alles was du er-
 schaffen. Gib Wille Ewigkeit, dei-
 nem Volk Israel denen die vor dir
 sind haben Hoffnung denen die
 dich suchen und ihre Rede denen die
 dich suchen Freude deinem Lande und
 Wonne deiner Stadt. laß wachenden
 Ersehntes deines Dieners da und
 laß aufleuchten das Licht des Sch-
 nes Israel deines Geschlechtes als bald
 in unseren Tagen. Die frommen
 werden es schauen und sich freuen und
 die Rechten werden sich freuen und
 die Götzen in Israel frohlocken. al-
 les Misset wird seinen Mund ver-
 schließen und alle Bosheit wie Rauch
 verwehen wenn du die Ewigkeit der
 Ewigkeit verurteilst von der Ewig-
 keit. Denn wirst du allein König sein. o E-
 wigkeit über alle deine Geschöpfe auf
 dem Berge Zion der Wohnung dei-
 ner Ewigkeit und in Jerusalem
 deiner heiligen Stadt wie es geschrie-
 ben steht in deinem heiligen Wort:
 König wird sein der Ewigkeit für im-
 mer dein Gott o Zion von Geschlecht
 zu Geschlecht hallt es. Ewig bist
 du und erhaben dein Name und es
 gibt keinen Gott außer dir wie es ge-
 schrieben steht. erhaben ist der Herr
 der Herrscharen im Reich und
 der heilige Gott wird geheigt durch
 Ewigkeit gelobet sein du Ewig
 heiliger König.
K Die große Schuldigung
 kommen werden alle um die zu

AUS EINER JUDISCHEN GEBETSAMMLUNG / F. HEINRICHSEN

formen ist bereits in *Johnstons* Buch alles gesagt. Die gotischen Alphabete lassen sich am besten an Hand alter Vorschriften studieren. Von neuen Schreibmeistern sind gleichfalls gute Vorbilder zusammengestellt.¹⁾

Die sogenannte Bilderhandschrift würde guten Malern ein dankbares Betätigungsfeld eröffnen, wenn sie sich in gemeinsamer Arbeit mit einem Schreiber zusammenfänden.

Der Einband eines handgeschriebenen Buches muß aus dem ganzen Werke herauswachsen. Erst er stempelt das Buch zu einem vollendeten Gegenstand.

Wir wissen, daß unser Beruf, die Graphik, von *γράφειν*, schreiben kommt. — Also schreiben wir munter!

¹⁾ »Schreiben als Kunstfertigkeit« von Rudolf Koch. Verlag des Deutschen Buchgewerbevereins Leipzig
 »Neue Schreibvorlagen« von Rudolf Koch. Verlag Wolfgang Jessen in Dresden

Et postquam illuserunt ei
 exuerunt eum chlamyde
 et induerunt eum vesti-
 mentis eum et duxerunt eum ut cru-
 cifigerent. Exeuntes autem invene-
 runt hominem Cyrenaeum nomi-
 ne Simonem: hunc angariaverunt
 ut tolleret crucem eius. Et venerunt
 in locum qui dicitur Colgotha,
 quod est Calvariae locus. Et dede-

HANDSCHRIFT / F. HEINRICHSEN

D E R T E P P I C H

Herschlingen menschen mit geschlehen
 sich fremd zum bund umrahmt von weidner franze
 und blaue süheln weiße sterne zieren
 und queren sie in dem erstarren tanze.
 Und kahle linien ziehen in reihgestückten
 und teil um teil ist wirr und gegenwändig
 und keiner ahnt das rätsel der verstrickten...
 da eines abends wird das werk lobendig.
 Da regen wäuernd sich die toten äste
 die wesen enig von urch und kreis umspän
 und toten klar vor die geknüpften quäste
 die lösung bringen über die ihr sannot!
 Sie ist nach willen nicht: ist nicht für jede
 gewohnte stunde: ist kein schatz der gütte
 sie würden vöten nie und nie durch rede
 sie wird den selbsten im bilde.

GEDICHT / KARL VOLLMER

DIE GEFALLENEN UNSERER GEMEINDE

+ 1914 + 1918 +		
Emil Lub. Adelb. Adl.	Willi Fischer	Walter Kopp
Heinz Röhrens	Joh. M. Förschner	Günther Zib. H. J. J. J.
Jacob W. D. D. D.	Friedrich Föcher	Walter Zib. H. J. J.
Hans Hermann Beyer	Georg Föcher	Heinrich Kälte
Karl Aug. Beyer	W. H. D. Frank	Franz Heim
Aug. Herm. Beyer	Herm. G. Franz	Karl Klingler
H. Aug. Blomede	W. D. D. Frise	Ernst Emil M. M.
Hans G. D. D. D.	P. H. H. H. H.	Hans Klug
Hans Doremann	Aug. Rich. G. G.	Friedr. G. G. G.
Joh. D. D. D.	Er. Aug. H. H. H.	Friedrich G. G.
Karl J. D. D.	W. H. D. G. G.	Ernst H. H. H.
Heinr. H. D. D.	Adam G. G.	Hermann G. G.
Heinrich Brunne	Karl G. G.	Wilhelm G. G.
Konrad B. D. D.	Walter G. G.	Adam G. G.
Gust. Walter B. D.	Wolff G. G.	H. H. H. H.
Thomas C. D. D.	Peter G. G.	Georg G. G.
W. H. D. D.	Hans G. G.	Heinrich G. G.
Konrad D. D.	Joh. H. G.	Karl G. G.
Robert D. D.	Robert G. G.	Karl G. G.
Karl Dietz	Wilhelm G. G.	Ernst G. G.
Johannes D. D.	Joh. W. G.	Georg G. G.
Heinrich D. D.	Georg G. G.	Georg G. G.
M. D. D.	Thedo G. G.	Felix G. G.
Edward D. D.	Georg G. G.	Friedr. G. G.
Karl D. D.	Hermann G. G.	Hans G. G.
Ono D. D.	Heinrich G. G.	August G. G.
Walter D. D.	Ludwig G. G.	Wolff G. G.
Adam E. D. D.	Ernst G. G.	Ernst G. G.
Bernh. E. D. D.	Gerhard G. G.	Friedr. G. G.
Friedr. E. D. D.	Friedr. G. G.	Georg G. G.
Friedr. E. D. D.	Georg G. G.	Heinr. G. G.
Karl E. D. D.	Georg G. G.	Heinr. G. G.
Ernst E. D. D.	Ono G. G.	Heinr. G. G.
Aug. E. D. D.	Ono G. G.	Heinr. G. G.
Joh. E. D. D.	Heinr. G. G.	Heinr. G. G.
Karl E. D. D.	Georg G. G.	Georg G. G.

KRIEGERGEDENKTAFEL / KARL VOLLMER

Das Harteste auf Erden
 überwindet das Harteste
 auf Erden. Das Loth dringt
 in das Feste. So begreift man
 die Wirkung der Ohnmacht.
 Belehrung ohne Lehre. Erfolg
 ohne Folgen. Wirkung ohne
 Werke. Vermögen nur wenige
 auf Erden.

ANSPRUCH DES LAOTSE

SPRUCH / ERICH MEYER

Küsse mich

mit dem süß seines Mündes, denn deine Liebe ist lieblicher, denn Wein. Das man deine gute Salbe rieche. Dein Name ist eine ausgeschüttete Salbe, darum lieben dich die Mägde. Zieh mich dir nach, so lassen wir. Der König führet mich in seine Kammer. Wir freuen uns und sind frohlich über dir; wir gedenken an deine Liebe mehr, denn an den Wein. Die Frommen lieben dich. Ich bin schwarz, aber gar lieblich, ihr Töchter Jerusalems

AUS DEM »HOHELIED SALOMOS«
ERICH MEYER

In der Zeit, da der Franz von Sickingen mit den Wormsern Krieg führte, beschlossen etliche Kaufleute von Antwerpen, ihre Güter auf der Landstraße gen Frankfurt auf die Messe geben zu lassen und selbst als Gesellen und Seilsleute mitzureiten. Es

HANDSCHRIFT
F. HEINRICHSEN

Credo in unum
deum patrem omnipotentem, factorem caeli et terrae, visibilium omnium et invisibilium. Et in unum dominum Iesum christum, filium dei unigenitum; et ex patre natum ante omnia saecula. Deum

CREDO
F. HEINRICHSEN

Wer unter dem Schirm des Höchsten lüthet und unter dem Schatten des Allmächtigen bleibt, der spricht zu dem Herren: Meine Zuversicht und meine Bürg, mein Gott auf den ich hoffe. Denn er errettet dich vom Strich des Jägers und von der schädlichen Pestilenz. Er wird dich mit seinen Fittichen decken und

HANDSCHRIFT
F. HEINRICHSEN



W. BERGMANN



DREI HOLZSCHNITTE / HELMUTH HAUPTMANN

RUDOLF CONRAD (BDG)
FRANKFURT-OFFENBACH UND DIE
DEUTSCHE SCHRIFTENTWICKLUNG SEIT DER
JAHRHUNDERTWENDE

FRANKFURT-OFFENBACH AND THE
DEVELOPMENT OF GERMAN TYPE SINCE THE
BEGINNING OF THE NEW CENTURY

ES ist kein Zufall, daß die Mehrzahl der in diesem Heft abgebildeten Arbeiten die Schrift als Hauptausdrucksmittel benutzen; der Wettbewerb für den Umschlag dieser Nummer zeigte dieselbe Erscheinung: Über die Hälfte der eingelieferten Entwürfe waren Schriftlösungen. Wie in einer Art Wahlverwandtschaft bedient sich die Mehrzahl der Mitglieder der Landesgruppe Rhein-Main der Schrift bei ihren Schöpfungen. Ja, in gewisser Hinsicht stellen Frankfurt-Offenbach das Zentrum für die deutsche Schriftentwicklung dar. Das weltberühmte Schriftgießereigewerbe und die Offenbacher Schreibschule Rudolf Kochs haben diesen Ruhm begründet! Da die Bedeutung Kochs schon mehrfach und gründlich erörtert wurde, will ich heute vor allem der noch viel zu wenig betonten Tatsache des großen Einflusses auf die Schriftentwicklung der letzten 25 Jahre durch die Frankfurter Gießereien einige Worte widmen. Die gute Tradition ist hier schon sehr alt. Anno 1530 wurde von Christ. Egenolf in Frankfurt die erste Schriftgießerei der Welt gegründet. (Egenolf schnitt zuerst zur Kursive passende schräge Versalien; Aldus Manutius hatte noch einfache Antiquaversalien verwandt.) Egenolfs Nachfolger Jakob Sabon, war ein weit über Deutschlands Grenzen bekannter Schriften- und Stempelschneider. Der Schriftgrad von 72 Punkt trägt heut noch seinen Namen. In der späteren Lutherschen Gießerei erwirbt sich der nachmals in Holland zu großer Berühmtheit gelangte Michael Fleischmann die Anfangsgründe seiner Kunst. Dieselbe Gießerei war es, die um die Mitte des 18. Jahrhunderts die ganze damalige Welt mit ihren Schriften versorgte, vor allem Amerika. 1839 gründete in Frankfurt Johann Christian Bauer seine Schriftgießerei, die wegen

IT is not mere chance that in the majority of the designs shown in this number type was chosen as the chief means of expression. The competition-designs for the cover of this issue revealed the same phenomenon; more than half of the designs sent in were based upon type-faces and script. There must be a kind of affinity between the majority of the members of the provincial group of the Rhein-Main, for they too use type in their creative work. In a certain sense Frankfurt-Offenbach represent the centre for the evolution of German type. The world-famous type-foundries of Offenbach and the calligraphic school of Rudolf Koch have given it this celebrity. Inasmuch as the significance of Koch's work has been frequently and exhaustively discussed, I shall devote myself today to paying attention to the none too familiar fact of the great influence exercised upon the development of printing-type during the past twenty-five years by the type-foundries of Frankfurt. A noble tradition prevails here and it is already very old one. It was in the year 1530 that Christian Egenolf established in Frankfurt the first type-foundry in the world. (Egenolf first cut slanting capitals, as fitting for the Italic; Aldus Manutius had used still simpler Roman capitals). Egenolf's successor was Jakob Sabon, a dye and type-engraver whose fame had passed far beyond the borders of Germany. The size of type known as 72-point still bears his name today. Michael Fleischmann who afterwards attained great fame in Holland, first acquired the rudiments of his art in the foundry established later by Luther. It was the same foundry which, about the middle of the 18th century, supplied the entire world, as it was then known, with type-faces, especially America. In 1839 Johann Christian Bauer started his type-

der Schönheit ihrer Erzeugnisse und ob ihrer Genauigkeit und Güte bald Weltruf erlangte.

Und dann kommt die Jahrhundertwende mit der Umwälzung auf dem Gebiete der Schrift und Buchkunst. Hier ist es das unauslöschliche Verdienst Karl Klingspors in Offenbach, sofort mit klarem Blick die wesentlichen und treibenden Kräfte erkannt und in den Dienst der Bewegung gestellt zu haben. Ihm folgten zuerst zögernd, dann bewußt die Gießereien von Flinsch, Bauer und Stempel. Man darf wohl getrost behaupten, daß keine einzige der neuen Druckschriften, die für die Entwicklung von Bedeutung geworden sind, außerhalb Frankfurt-Offenbachs erschien. Alle die Wegbereiter der rasch aufblühenden jungen deutschen Buch- und Reklamekunst haben sich, jeder auf seine Art, mit dem Problem der Schrift auseinandergesetzt, und die Frankfurt-Offenbacher Gießereien haben sie gefördert und herausgebracht und ihnen so zu Resonanz verholfen. Keiner der Namen fehlt, die auch sonst Wesentliches zu sagen wußten.

1900 eröffnete den Reigen die »Eckmann«, die Klingspor herausbrachte. Von allen Kennern freudig begrüßt, war sie aber doch eine zu persönliche und auch zeitlich bedingte Schöpfung (Jugendstil), um sich dauernd behaupten zu können.

Schon 1902 folgte die »Behrensschrift«, ebenfalls bei Klingspor. Bei dieser Schrift war nun bereits der malerische Stil Eckmanns aufgegeben, um einer mehr tektonischen und strafferen, auf die Breitfedertechnik gegründeten Richtung Platz zu machen. Peter Behrens, der Architekt, hat hier in seiner streng sachlichen Art schon alle Probleme angedeutet, die dann in der Folgezeit aufgegriffen und den verschiedenartigsten Lösungen entgegengeführt wurden. Seine 1908 erschienene Antiqua zeigt noch folgerichtiger eine diesmal auf Unzialformen aufgebaute Breitfederschrift, die außerordentlich glücklich die Verbindung zwischen Versalien und Gemeinen findet.

Ein Jahr darauf erschien dann bei Flinsch die Ehmcke-Antiqua. Auch hier ist der Versuch gemacht, den dieses Mal der römischen Steinschrift entstammenden Versalien die aus der Federtechnik kommenden Gemeinen der Minuskel anzupassen; gleichzeitig sollten die aus der Fraktur geläufigen Besonderheiten, wie langes *f* und verschiedene Ligaturen in die Antiqua übernommen werden. Wie gut dies alles gelungen ist, zeigt die von der Gießerei versandte köstliche Probe, die uns in den verschiedenartigsten Beispielen ihre klare, vielleicht etwas nüchterne Schönheit vorführt.

Zum zweiten Mal bewies Karl Klingspor seinen

foundry in Frankfurt and this soon attained to world fame owing to the exactness and excellence of its products.

And then came the beginning of the new century and with it many revolutions in the realm of letterpress and book-art. It was to the undying credit of Karl Klingspor of Offenbach that he at once clearly perceived the essential and dominant forces behind these changes and made use of them to further the movement. His example was followed, at first tentatively, then openly by the type-foundries of Flinsch, Bauer and Stempel. One might well make the claim that not a single one of the new type-faces which were significant of the movement, originated outside of Frankfurt-Offenbach. All the pioneers of the young and rapidly blossoming German bibliographic and poster art, took up the problem of new type and each solved it in its own manner, but it was always the type-casting work of Frankfurt-Offenbach which furthered these new creations, brought them upon the market and thus gave them life. Not one of the well-known names is lacking, not one that had anything vital to offer.

Klingspor opened the pageant of the type in 1900 with the "Eckmann". Although this face was met with a joyous reception by experts, it was, after all, a too personal creation and one too limited in point of time ("Jugend" Style or *art nouveau*) to be able to survive permanently.

The "Behrens Type" followed in 1902, also cast by Klingspor. This type no longer followed the picturesque lines of the Eckmann, but gave way to a more structural and rigid form, based upon the technique of the broadnibbed pen. Peter Behrens, the architect, in his characteristically severe and objective manner, indicated in this face all the problems which ensued in subsequent years and which were solved in various ways. The Roman face or "Antiqua" which he designed in 1908 reveals a still more logical use of the broad-pen lettering based this time upon the uncial forms, type which found a most happy connection between the capitals and the lower-case letters.

A year later the firm of Flinsch produced the "Ehmcke Antiqua" or Roman. Here too the attempt was made to adapt the capitals deriving from the Roman lapidary text to small letters originating in the technique of the quill. At the same time the peculiarities of German "Fraktur" or Gothic, such as the long *f* and the various connective elements were to be transferred to this Roman face. The success of this attempt is evidenced by the enchanting example which shows the clear perhaps some-

außerordentlichen Weitblick, als er schon 1906 in Vorausahnung der in ihm schlummernden Fähigkeiten Rudolf Koch für seine Gießerei nach Offenbach holte. Im Jahre 1910 erschien dann die »Kochschrift«. Ausgehend von beim Schreiben gewonnenen Formen, hat hier Koch in sicherem Gefühl wesentliche Einzelheiten der alten gotischen und Schwabacher Schriften zu einem selbständigen Neuen zusammengeschweißt. Wie sehr hier einem Zeitbedürfnis entsprochen worden war, bezeugt die große Verbreitung dieser ersten Schöpfung Kochs in den Druckereien Deutschlands.

Wieder ein Jahr später, 1911, brachte dann Lucian Bernhard bei Flinsch seine Antiqua heraus. Auch sie war etwas ganz Neues, vom Herkömmlichen Abweichendes. Hauptsächlich auf amerikanische Anregungen hin schuf hier Bernhard mit bekanntem feinen Instinkt eine Schrift von großer Wirkung. Entgegen allen bisher besprochenen Lösungen sind hier die Formen mit dem Quellstift gebildet, was der Schrift eine außerordentlich weiche und lebendige Kontur verleiht. Zusammen mit der bald danach erschienenen Kursiv und Fraktur, die aus denselben Formprinzipien entstanden, wurde den Wünschen der Buchdrucker nach guten Akzidenzschriften in glücklicher Weise Rechnung getragen, wie sich dann auch diese Schriften mit Recht schnell den deutschen, ja den Weltmarkt eroberten. Die Schriften Bernhards haben wohl von allen neueren Schriften die weiteste Verbreitung gefunden und einen merkbaren Einfluß ausgeübt.

Nach mehrjähriger eifriger Durcharbeitung brachte uns dann endlich die Bauersche Gießerei in einer wundervollen Probe 1913 die »Weißfraktur«: Weiß setzt hier Johann Friedrich Ungers Versuch zur Schaffung einer »Weltfraktur« in seiner eigenen einfühlenden Natur in glücklicher Weise fort und bereichert so unseren Bestand an guten Künstlerschriften um eine wesentliche Schöpfung. Die Probe, die gleichzeitig den erst heute recht zur Geltung kommenden köstlichen Schmuck zeigt, den Weiß passend zur Schrift erfand, bringt sie uns in vorbildlicher Weise in all ihren Möglichkeiten nahe. Schade, daß die Schrift nicht die ihr zu wünschende größere Verbreitung gefunden hat.

Mit dem Krieg wurde der Gang der Entwicklung jäh unterbrochen, und auch nach dem Kampf der alte Weg nicht mehr so folgerichtig weiterbeschritten. Einer neuen Zeitströmung nachgebend, wandten sich die Gießereien dem Neuschnitt alter, der klassischen Periode des Buchdrucks vor hundert Jahren entstammender Schriften zu und versuchten, diese neu zu beleben. Ob diesem Rück-

what sober beauty of this face in many different specimens.

Once again Karl Klingspor proved his extraordinary vision in foreseeing the capabilities that were still latent in Rudolf Koch and in procuring his services for his foundry in Offenbach. In 1910 the "Koch Type" made its appearance. Proceeding from the basis of forms based upon handwriting, Koch, relying upon a sure instinct, welded together essential details of the old Gothic and Schwabacher alphabets into a new and independent whole. The fact that he filled a long-felt want was proved by the great popularity which this first creation of Koch's enjoyed in the printing-offices of Germany.

A year later, in 1911, Lucian Bernhard produced his "Antiqua" which was put upon the market by the firm of Flinsch. This too was something quite new, something that diverged from the traditional. Bernhard, following to a great extent certain American suggestions, had created with most subtle feeling a type-face of great affectiveness. Contrary to the solutions reached in the case of the faces already mentioned, the types of the Bernhard Roman were drawn with a trembling line which gave the face a remarkably soft and live contour. This type, in connection with the Italic and the Gothic which soon followed and which originated from the same principles, proved a happy solution in giving us new and valuable faces for the use of the job-printers, and these faces soon conquered the German and then the world market. The type-faces designed by Lucian Bernhard have attained to almost universal use and have exercised a marked influence.

After several years of trial and experimentation, the Bauer Foundry finally produced a wonderful type in 1913—the "Weiss Fraktur" or Weiss Gothic. Weiss devoted himself, in this task, to realizing the dream of Johann Friedrich Unger for the creation of a world or "Universal Fraktur" or Gothic, and was able, owing to his own sensitive feeling and instinct, to enrich our stock of really artistic faces with one that was hailed as a real creation. The specimen shown, which also displays the charming decorative motifs which Weiß designed to accompany the type and which has come into use only lately, reveals the qualities of this type in a most exemplary fashion. It is to be regretted that this type-face has not found the popularity which it deserves.

This splendid development was rudely interrupted by the outbreak of the war and even after the war the old ways were not pursued with the same consistency as before. Yielding to a new tendency

fall in den Historismus Dauer beschieden sein wird, müssen die kommenden Jahre zeigen.

Natürlich war es nicht möglich, im Rahmen dieses engen Aufsatzes all der Versuche zu gedenken, die außerdem noch zur Lösung des Problems einer guten Schrift unternommen wurden. Ich konnte hier nur die Marksteine im Gang der Entwicklung aufzeigen.

Neuerdings ist es nun auch auf dem Gebiet der neueren Schriftgestaltung aus den verschiedenartigsten Anregungen heraus wieder lebendig geworden, und die Bauersche Gießerei hat in Erkenntnis der Notwendigkeit, auch dieser Zeitrichtung zu der ihr gemäßen Schrift zu verhelfen, es unternommen, eine Schrift Paul Renners herauszubringen. Ganz im Geist der neuen Sachlichkeit gestaltet, verspricht sie nicht eine Sensation, sondern eine wirkliche Bereicherung auf dem Gebiet der sonst nicht immer guten Groteskschriften zu werden. »Futura« wird sie heißen.

So scheint auch hier wieder durch den Weitblick geschmackssicherer Geschäftsleute, die sich immer rechtzeitig der wegweisenden Kräfte versicherten, für Frankfurt-Offenbach die Führerrolle auf diesem Gebiet bewahrt. Daß in solchen Städten die Schrift zu einem Hauptausdrucksmittel geworden ist, zumal eine ganze Reihe von hier ansässigen Künstlern auch noch direkt mit verschiedenen Gießereien in Verbindung stehen, wird deshalb niemand sehr verwundern. Und dieses Heft beweist deutlich, wie die erhaltenen Anregungen von den Einzelnen in immer neuer und persönlicher Art abgewandelt, umgeformt und weiterentwickelt wurden.

of the times, the foundries began to devote themselves to cutting dies which were based upon the old type of the classical period of printing, the type-faces of centuries past, — and sought to infuse these with a new life. The coming years will prove whether this relapse into the historical will have permanent value.

It was, of course, impossible within the compass of this short article, to mention all the many attempts that have been made to solve the problem of a perfect type. I have simply shown the milestones which are to be seen along the road of evolution.

Of late new impulses and suggestions have once more given new life to the designing and invention of type-faces. The firm of Bauer, recognizing the need of finding a type which would also express the spirit and tendency of the present, has undertaken to produce a new type designed by Paul Renner. It is a face which has been shaped under the impression of the new objectivity of the times, and is in no sense sensational, but a practical addition to the grotesque faces already in existence, few of which could be called good. This new type will bear the name "Futura".

Here again, as evidenced by the vision of businessmen and manufacturers of good taste and judgment, who are also wise enough to assure themselves of the services of the men who break new ground, Frankfurt-Offenbach is able to maintain its leading position in this field. It is not to be wondered at that in such cities type and letterpress have become one of the chief means of expression among the local artists, many of whom are still in close touch with various foundries. This number of "Gebrauchsgraphik" proves clearly how the suggestions and inspiration that come to the individual may be constantly converted, reformed and developed in newer and more personal forms.

Translated by Herman George Scheffauer

GESCHAFTSZEICHEN



OTTO REICHERT

KALENDER.
ENTWURF



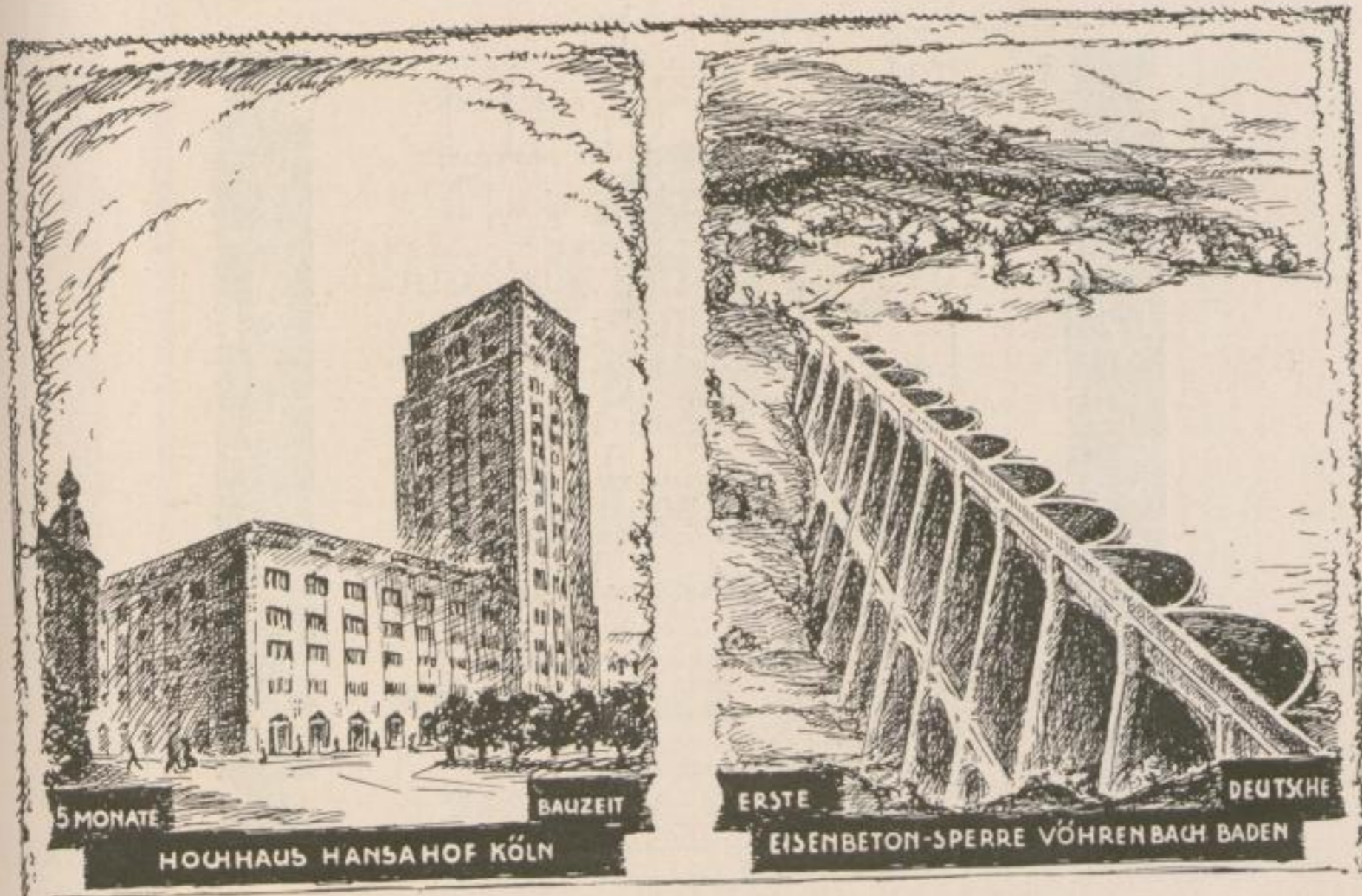
PROFESSOR
J. V. CISSARZ



PROSPEKT
MAX HENZE-DESSAU



KALENDER
BEYER-PREUSSER-GLASEMANN



INSERAT / GUSTAV HARTUNG



PACKUNG HEINRICH WALTHER



INSERAT CARLOS TIPS

Zahlreiche Zuschriften aus Künstlerkreisen sowie aus der Fachwelt zollen meiner Ausstellung auf der
DEUTSCHEN GEWERBESCHAU
 M Ü N C H E N
 hohe Anerkennung. Die neue Collection zeigt wie weit sich meine Bestrebungen auf werkbundmäßige Veredelung der Zigarrenpackung entwickelt haben.

PAUL J. LANDMANN
Lithografische Kunstanstalt
MANNHEIM-NECKARAU

INSERAT / G. R. SCHIRMER



INSERAT / HANS BOHN



H. Machers/Apotheker
Medizinaldrogerie. Offenbach. M.

FRANKFURTERSTR. 42/FERNRUF 1050

GESCHAFTSKARTE ERICH MEYER



Paul T. Landmann

HOGRAPHISCHE KUNSTANS
Mannheim - Neckarau

INSERAT HANS BOHN

Hans Eilert

Steinhausen =
Straße Nr. 15

ANNONCEN-EXPEDITION
VOM VEREIN DEUTSCHER ZEITUNGSVERLEGER ANERKANNT.

Spezialsprecher:
Spezialart 3338

Bank: Dresdner Bank, Depositenkasse „A“. Postcheckkonto Frankfurt/M. 141467.

Frankfurt/Main

BRIEFKOPF / OTTO REICHERT



Erich Meyer

OFFENBACH AM MAIN · ALICEPLATZ 4
Buchgewerbliche und graphische Entwürfe · Reklameentwürfe

MITGLIED DES B · D · G · FERNRUF 270 · POSTSCH · KONTO GEORG MEYER, FRANKFURT · M · NR · 10866

BRIEFKOPF ERICH MEYER



AKTIE / FRITZ QUANDT



EINLADUNG / ENTWURF ALBERT KRUSE



HAFEN-U.INDUSTRIE-GEBIETE FRANKFURTAM



BITTROF

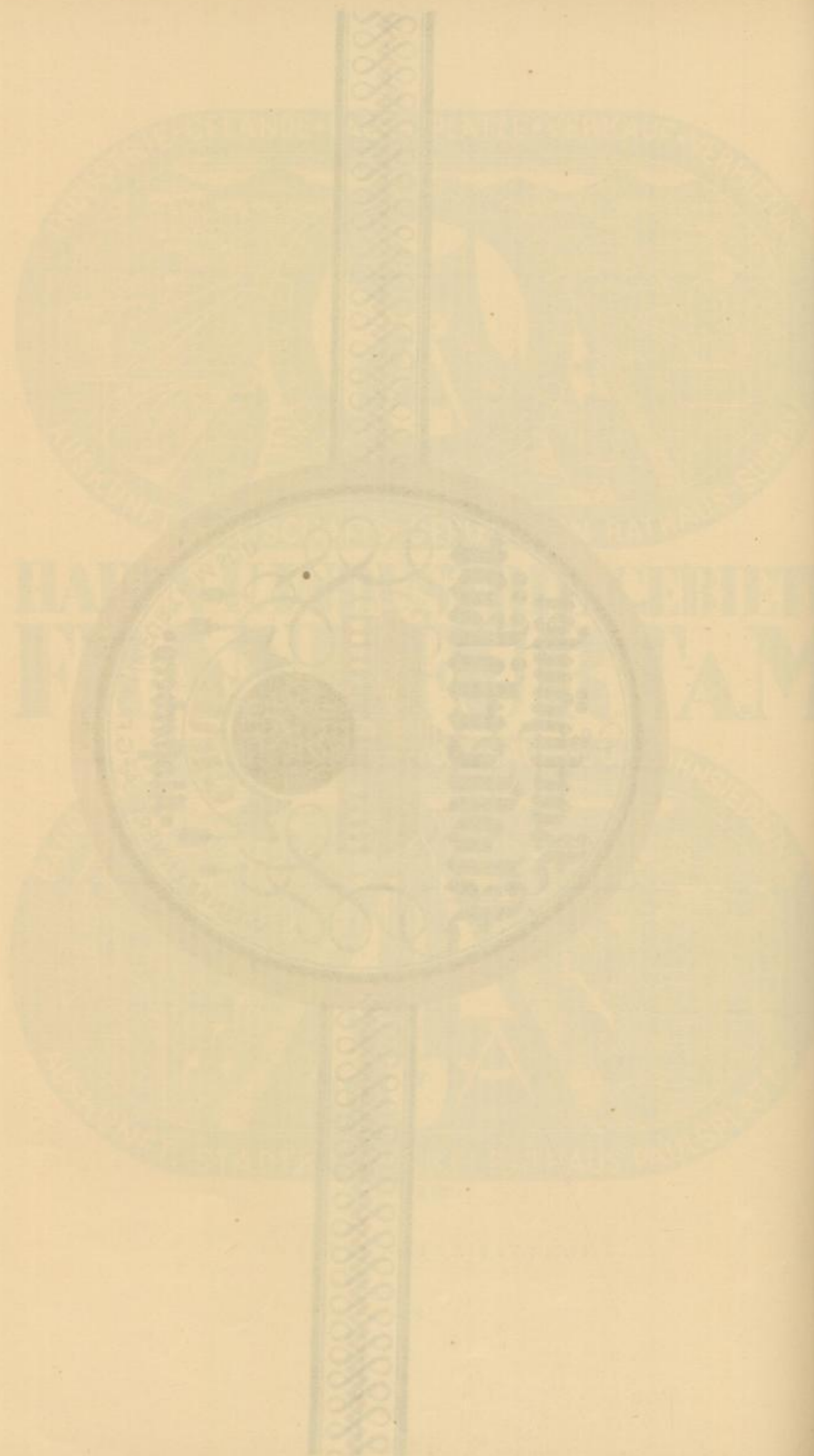
INSERAT / MAX BITTROF



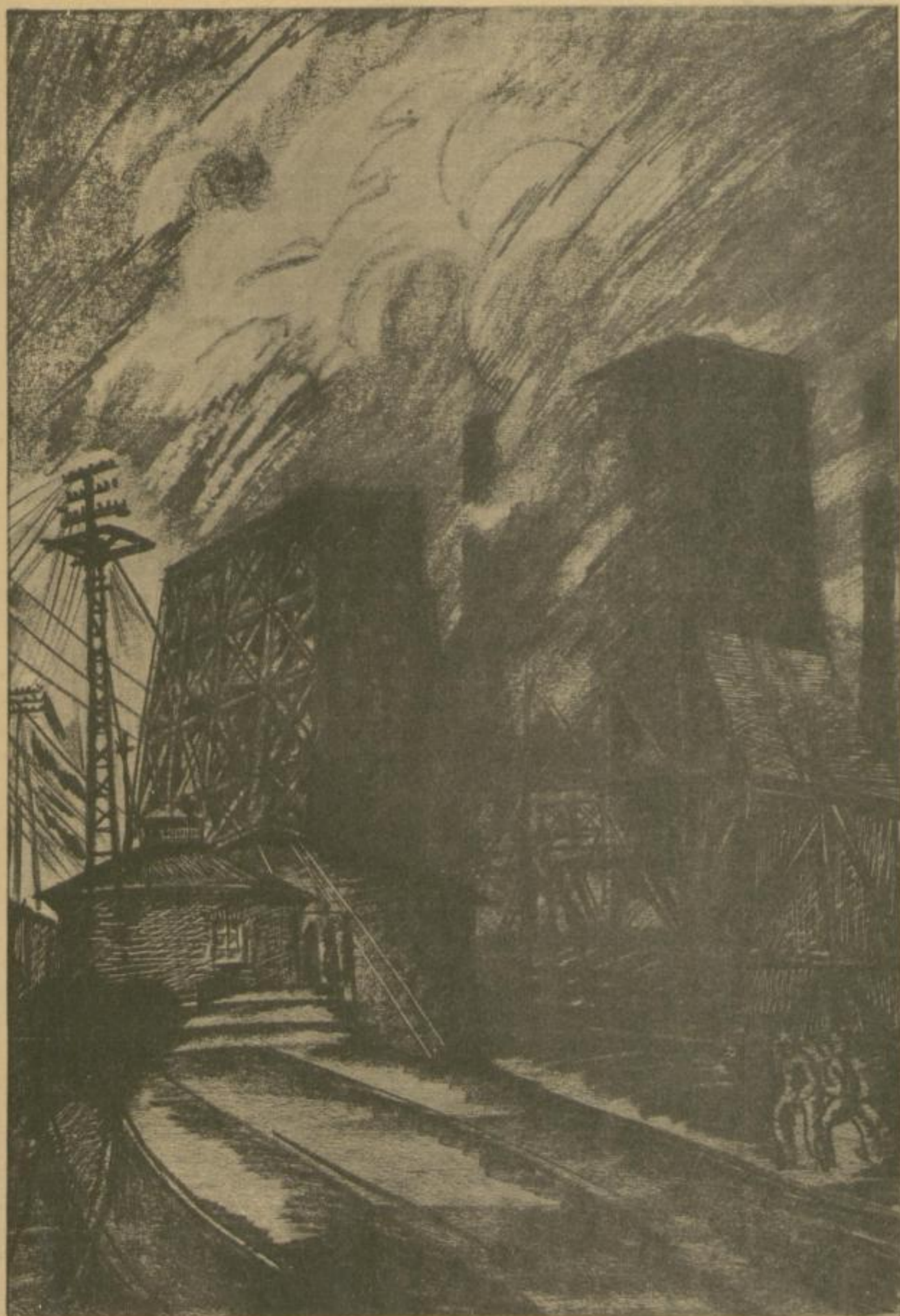
ENTWURF GRAPHIKER MAX BITTROF FRANKFURT A M
DRUCK GERHARD BLÜMLEIN & CO G M B H FRANKFURT A M
BEILAGE ZUR GEBRAUCHSGRAPHIK

E
M

ВНИМАТЕЛЬНО ПРОЧИТАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЕ СЛОВА И ПОНЯМАЙТЕ ИХ
СМЫСЛЫ ИЛИ ПОДРОБНО РАССУЖДАЙТЕ О НИХ

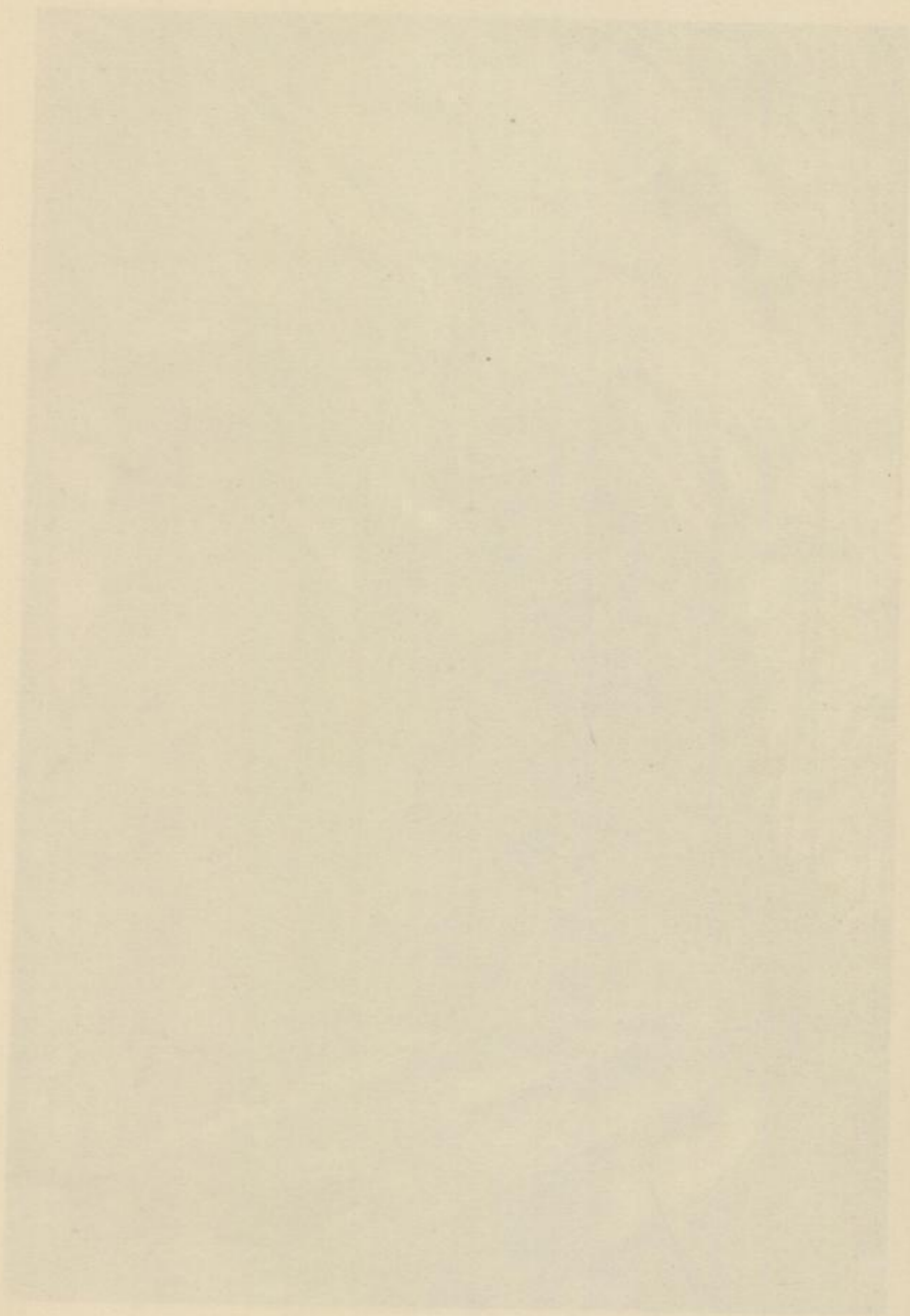


Gedr



LUDWIG ENDERS, OFFENBACH A. M.: RHEINISCHES EISENWERK
GUMMIDRUCK VON WILH. GERSTUNG, OFFENBACH A. M.

Gedruckt auf Holzfrei weiss Pfauen-Offsetpapier Nr. 9470 70 x 100 zm, 100 gr der qm, der Firma Ferdinand Flinsch, Frankfurt am Main mit Zweighäusern in Stuttgart, München, Düsseldorf.



VO
SE
druck
schlie
rische
den
meist
häufig
male
die II
ange
Erfin
stehe
wir
Erfin
ding
ler w
schm
Kün
ding
selbe
an d
zeitig
küns
karte
sind
die i
duk
ausg
aber
des
Buc
von
läßt
15.
druc
Buc
zeich
Sch
usw
schl
des
I
Buc
ges
Jah
erke
neu
unc

VERLAG DER UNIVERSITÄT ERFURT
LEHRBUCH DER MATHEMATIK
VON DR. phil. JOHANNES KEPLER

Druck und Verlagsanstalt der Universität Erfurt
Erfurt, 15. April 1825

VON DER NEUEN BUCHKUNST IM RHEIN-MAINGEBIET

SEIT es Bücher gibt — geschriebene oder gedruckte — gibt es auch Künstler, die sich ausschließlich oder gelegentlich mit ihrer künstlerischen Gestaltung befassen. Die Tatsache, daß an den Bilderhandschriften des frühen Mittelalters meist mehrere Hände gearbeitet und die Bilder häufig nicht von dem Schreiber, der als Schriftmaler selbst Künstler war, sondern von einem für die Illustrierung des Textes hinzugezogenen Maler angefertigt wurden, beweist, daß schon vor der Erfindung des Buchdrucks Künstler an dem Entstehen des Buches beteiligt gewesen sind. Betrachten wir dann die ersten Druckerzeugnisse nach der Erfindung des Buchdrucks, so wird es uns unbedingt klar, daß nicht nur die Drucker selbst Künstler waren oder aber sehr viel künstlerischen Geschmack besaßen, sondern daß sie auch stets von Künstlern umgeben und beraten waren. Es ist allerdings noch nicht untersucht, ob und wie weit dieselben Künstler, die in der Frühzeit des Buchdrucks an der Gestaltung der Bücher mitwirkten, gleichzeitig auch auf anderen Gebieten, so z. B. der künstlerischen Gestaltung von Dokumenten, Spielkarten, Siegeln und Stempeln usw., tätig gewesen sind. Die Vermutung liegt allerdings sehr nahe, denn die immerhin doch noch recht spärliche Buchproduktion der damaligen Zeit allein hätte wohl kaum ausgereicht, einen Künstler zu ernähren. Sicher ist aber, daß die Verzierungen auf den Bucheinbänden des Mittelalters nicht nur eigene Schöpfungen der Buchbinder waren, sondern daß diese zumindest von Künstlern beeinflusst wurden. Insbesondere läßt der bedruckte Buchumschlag, der bereits im 15. Jahrhundert vorkommt (als Erfinder des bedruckten Buchumschlages wird der Augsburger Buchbinder und Holzschneider Jörg Schapf bezeichnet), erkennen, daß derselbe Künstler, der als Schriftzeichner und -schneider, als Bildzeichner usw. an der Verschönerung des Buches mitwirkte, schließlich auch mit zur künstlerischen Ausstattung des Bucheinbandes beitrug.

In diesem Künstler der Vor- und Frühzeit des Buchdrucks, der uns in der weiteren Entwicklungsgeschichte des graphischen Gewerbes alle späteren Jahrhunderte hindurch immer wieder begegnet, erkennen wir leicht die Künstlergattung, der die neue Zeit die Bezeichnung Gebrauchsgraphiker und Buchkünstler gegeben hat.

Buchkunst und Gebrauchsgraphik sind allerdings nicht dasselbe. Sie sind aber doch so wesensverwandt, daß sie sich immer wieder berühren. Eine Reihe der bekanntesten Buchkünstler unserer Zeit sind aus der Gebrauchsgraphik hervorgegangen, und immer wieder wenden sich jüngere Gebrauchsgraphiker mit besonderer Vorliebe der künstlerischen Gestaltung des schönen Buches zu.

Es ist natürlich kein Zufall, daß sich gerade auch von den in der Landesgruppe Rhein-Main des Bundes deutscher Gebrauchsgraphiker vereinigten Künstlern eine ganze Anzahl mit guten Erfolgen der Buchkunst gewidmet haben. Frankfurt hat seinen Weltruf als führende Druckerstadt zwar längst eingebüßt, und auch das Buchdruckgewerbe ist andernorts zu weit größerer Bedeutung gelangt, als in seiner rhein-mainischen Heimat, die Jahrhunderte alte Tradition Frankfurts als Buchhändler- und Druckerstadt hat sich aber nicht nur bis auf unsere heutigen Tage erhalten, sondern sie lebt auch und atmet — atmet neuen Geist. Wenn auch die wiederaufgenommenen Frankfurter Buchmessen infolge der schwierigen wirtschaftlichen Verhältnisse rasch wieder aufgegeben werden mußten, so verspürt man doch sowohl in Frankfurt als auch in der ganzen Rhein-Maingegend in den letzten Jahren eine sehr große, erfreuliche Regsamkeit im gesamten graphischen Gewerbe wie auch in dem einheimischen Verlagsbuchhandel. Zu dem Wiederaufblühen des Buchgewerbes in dieser Gegend hat nicht wenig das hier ansässige Schriftgießergewerbe beigetragen. Die Bestrebungen der Schriftgießereien, mit Hilfe erster Künstler und Fachleute neue Druckschriften zu schaffen, die für eine neue Buchkultur unerlässlich waren, wirken befruchtend auf das ganze Buchgewerbe und alle darin beschäftigten Künstler. Zu dem schon seit Jahren in Frankfurt und dem Rhein-Maingebiet seßhaften Verlagsbuchhandel, der sich den neuzeitlichen buch-künstlerischen Bestrebungen und Strömungen nicht nur notgedrungen anpaßte, sondern diese von sich aus anregte und förderte, gesellten sich in den letzten Jahren eine ganze Reihe neuer Buchverlage, die, vielleicht gerade weil sie der künstlerischen Gestaltung ihrer Erzeugnisse größte Aufmerksamkeit zuwandten, rasch zu führender Bedeutung gelangt sind. Beide — Schriftgießereien und Verlagsbuchhandel — bieten dem Buchkünstler wertvolle

Anregungen und ein vielseitiges Betätigungsfeld für sein Schaffen.

Die Anforderungen, die die moderne Buchkunst an den Künstler stellt, sind sehr groß und vielseitig, und es trifft selten zu, daß ein Künstler alle Sparten der Buchkunst gleich vollkommen beherrscht. Auch sind diese Anforderungen heute ganz andere als vor dem Kriege, denn die durch Krieg und Revolution auf allen Gebieten des geistigen Lebens hervorgerufenen Umwälzungen haben auch auf dem Gebiete der Buchherstellung und Buchausstattung wesentliche Umstellungen erforderlich gemacht.

Voraussetzung für eine Buchkunst überhaupt ist eine in Form und Stil gelöste Typographie, die ohne künstlerische Schriftschöpfung undenkbar ist. Wenn hier über die im Rhein-Maingebiet gepflegte Buchkunst geschrieben werden soll, so muß man daher diejenigen Künstler zum Ausgangspunkte der Betrachtungen nehmen, die sich in erster Linie mit der Schriftschöpfung befassen. Auf diesem Gebiete leuchten zwei Namen ganz besonders hervor: Rudolf Koch-Offenbach und Professor F. W. Kleukens-Darmstadt. Die schriftschöpferischen Leistungen dieser beiden Künstler haben deren Namen weit über die rhein-mainischen Grenzen und sogar über Deutschland hinaus in der ganzen Welt bekanntgemacht. Die von Rudolf Koch und Rudolf Gerstung geleiteten Rudolfinischen Drucke, die seit 1911 im Verlag von Wilhelm Gerstung in Offenbach erscheinen, zeigen ebenso wie die von Friedrich Wilhelm Kleukens geleiteten Drucke der Ernst-Ludwig-Pressen und der Kleukens-Pressen die beiden Künstler auf der Höhe ihres schriftschöpferischen, buchgewerblichen und buchkünstlerischen Könnens. Um Rudolf Koch hat sich ein Kreis jüngerer Talente geschart, von denen bereits manche Proben ihres Könnens bekannt geworden sind. Auch Paul Renner, der als Lehrer an der Frankfurter Kunstgewerbeschule — allerdings und leider nur kurze Zeit — gewirkt hat, ist gleich an dieser Stelle zu nennen, denn auch er hat sich in neuerer Zeit in stärkerem Masse der schriftschöpferischen und typographischen Tätigkeit zugewandt. Seine hervorragenden Leistungen auf dem Gebiete des Verlegereinbandes sollen dabei nicht vergessen bleiben. Zu dem Kreise der auf dem Gebiete der modernen Typographie tätigen Frankfurter Gebrauchsgraphiker zählen auch Albert Windisch, der Schöpfer der Windisch-Kursiv, und Heinr. Jost. Die beiden Künstler haben sich dabei aber auch mit guten Erfolgen auf verschiedenen anderen Gebieten der Buchausstattung, insbesondere auf dem Gebiete des Hand- und Verlegereinbandes, erfolgreich be-

tätigt. Neben Rudolf Koch und F. W. Kleukens zählt Professor Johann Vincenz Cissarz mit zu den führenden Buchkünstlern der Gegenwart, deren Ruf weit über Deutschlands Grenzen hinausreicht. Cissarz war einer jener jungen Künstler, die sich Ende des vorigen Jahrhunderts um den Verleger Eugen Diederichs geschart haben, um mit diesem den mutigen und erfolgreichen Vorstoß zur Wiederherstellung einer neuen deutschen Buchkultur zu unternehmen. Die originelle künstlerische Ausstattung des Katalogs des deutschen Buchgewerbevereins für die buchgewerbliche Abteilung auf der Weltausstellung in Paris 1900, die Cissarz entwarf, zählte zu den ersten gelungenen Versuchen künstlerischer Ausstattung von Katalogen. Cissarz ist aber auch in den letzten Jahrzehnten nicht stehen geblieben und gilt heute noch als moderner Buchkünstler von führendem Rang.

Eine ganze Reihe Frankfurter und rhein-mainischer Künstler hat sich auch der Buchillustration zugewandt, so neben Professor Cissarz, Professor Delavilla, Ludwig Enders, Fritz Franke, Willi Harwerth, Carl Mahr u. a. Bevorzugt ist hier der Holzschnitt, der sich bei richtiger Anwendung und Anpassung an Schrift, Satzbild und Papier für die Buchillustration auch stets am geeignetsten erwiesen hat. Besondere Beachtung verdienen die zahlreichen Arbeiten des Frankfurters Carl Mahr, der auf dem Gebiete der Holzschnittillustration hervorragende Leistungen nachweisen kann. Es ist wohl dem Einfluß Rudolf Kochs zu danken, daß gerade in den Kreisen der Offenbacher Buchkünstler sich der Holzschnitt für die Illustrierung und den Schmuck von Druckwerken besonderer Beliebtheit erfreut. Ludwig Enders und Fritz Franke haben für die Illustrierung zahlreicher Bücher die farbige Lithographie vorgezogen und auf diesem Gebiet Hervorragendes geleistet.

Eins der wichtigsten Bestandteile des Buches, an dem die Künstlerhand am wenigsten entbehrt werden kann, ist der Bucheinband. Er bietet dem schöpferisch veranlagten Künstler die weitaus größten Möglichkeiten zur freien Entfaltung seines Könnens. Es ist daher nicht verwunderlich, daß sich die Künstler immer wieder mit besonderer Vorliebe der Gestaltung des Bucheinbandes annehmen. Der Bucheinband stellt aber besonders große Anforderungen an die Begabung und das buchkünstlerische Können. Unter den in Frankfurt und im Rhein-Maingebiet ansässigen Künstlern haben sich zahlreiche der Bucheinbandkunst zugewandt. Max Schwerdtfeger und Ernst Rehbein haben sich mit ihren mustergültigen Handeinbänden in biblio-

philen Kreisen Deutschlands recht klangvolle Namen geschaffen. Wichtiger als der Handeinband, der doch nur für einen kleinen Kreis bibliophiler Menschen bestimmt ist, ist der Verlegereinband, das Kleid des Massenbuches. Der Verlegereinband fordert von dem Künstler die Erreichung einer ästhetischen, aus dem Buchkörper herauswachsenden und mit dem Gesamtbuche zusammenklingenden Wirkung unter Anwendung der einfachsten und billigsten Mittel. Neben den bereits in anderen Zusammenhängen genannten Künstlern wie Rudolf Koch, Professor Cissarz, Heinr. Jost, Paul Renner, Albert Windisch usw., die sich alle in hervorragender Weise auf dem Gebiete des Verlegereinbandes hervorgetan haben, sind noch der Offenbacher Fr. Heinrichsen und der Frankfurter Hans Bohn zu nennen. Beide haben für erste deutsche Verlagshäuser wirkungsvolle und einwandfreie Einbände geschaffen. Neue Wege hat der Frankfurter Albert Fuß eingeschlagen. Seine von allem Traditionellen und Herkömmlichen abweichenden, ganz von dem Geist unserer Zeit beseelten, aber trotzdem in jeder Hinsicht der modernen Buchästhetik Rechnung tragenden Bucheinbände haben nicht nur die Beachtung der Fachleute, sondern, was weitaus interessanter und wertvoller ist, großen Anklang bei dem bücherkaufenden Publikum gefunden. Besondere Sorgfalt wendet Albert Fuß dem Buchschutzumschlag zu, der, wenn er auch

eigentlich kein wirklicher Bestandteil des Buches selbst mehr ist, sondern mehr der Reklame dient und auf äußere Wirkung eingestellt sein muß, doch von größter Bedeutung für das Buch ist. Trotzdem der Schutzumschlag im Gegensatz zu dem Bucheinband ein von dem Buchkörper losgelöster Bestandteil ist, wäre es falsch, zu sagen, daß er mit Buch und Buchkunst nichts mehr zu tun habe. Albert Fuß ist es gerade in neuerer Zeit gelungen, Lösungen für Schutzumschläge zu finden, die in weitestem Maße den beiden Anforderungen genügen, die der Schutzumschlag stellt: nämlich einerseits die reine Reklamewirkung nach außen und andererseits den, wenn auch nur noch lockeren Zusammenhang mit dem Gesamtbuche.

Fassen wir das Ergebnis unserer Betrachtungen zusammen, so können wir feststellen, daß sowohl in Frankfurt als auch im ganzen Rhein-Maingebiet die Buchkunst auf recht bedeutender Höhe steht, und daß es gerade die in der Landesgruppe Rhein-Main des Bundes deutscher Gebrauchsgraphiker vereinigten Künstler sind, die als Buchkünstler zu führender Bedeutung gelangt sind. Wenn auch kein bestimmter Stil die lokale Zusammengehörigkeit der in dieser Gegend tätigen Künstler nach außen hin kennzeichnet, so sind die Einflüsse einiger in ihrer Eigenart besonders hervortretender Künstler wie Rudolf Koch, J.V. Cissarz, Albert Fuß doch da und dort spürbar.

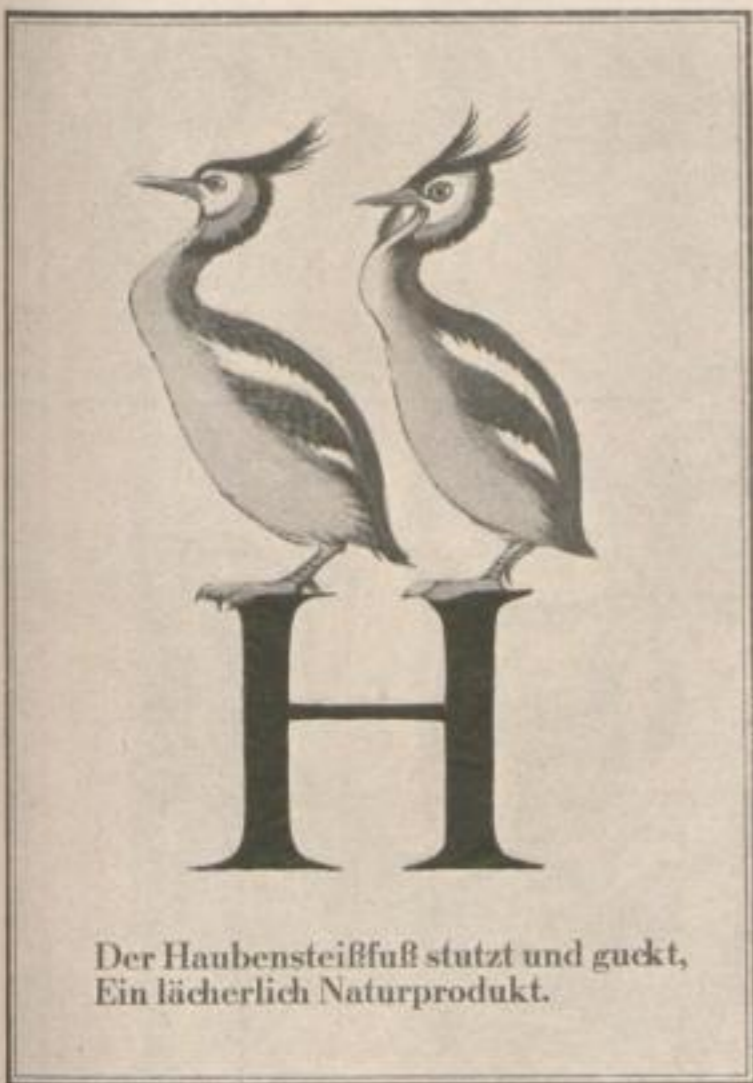


HOLZSCHNITT VON ALBERT GANZLE



BILDERBUCH / PROFESSOR F. W. KLEUKENS





BILDERBUCH / PROFESSOR F. W. KLEUKENS



10. JAHRGANG

NUMMER 10

15. JANUAR 1925

Akademische Blätter



ZEITSCHRIFT
DES KYFFHÄUSER-
VERBANDES DER VEREINE
DEUTSCHER STUDENTEN

B. BOHN

ENTWURF HANS BOHN



ENTWURF MAX HECHT



20

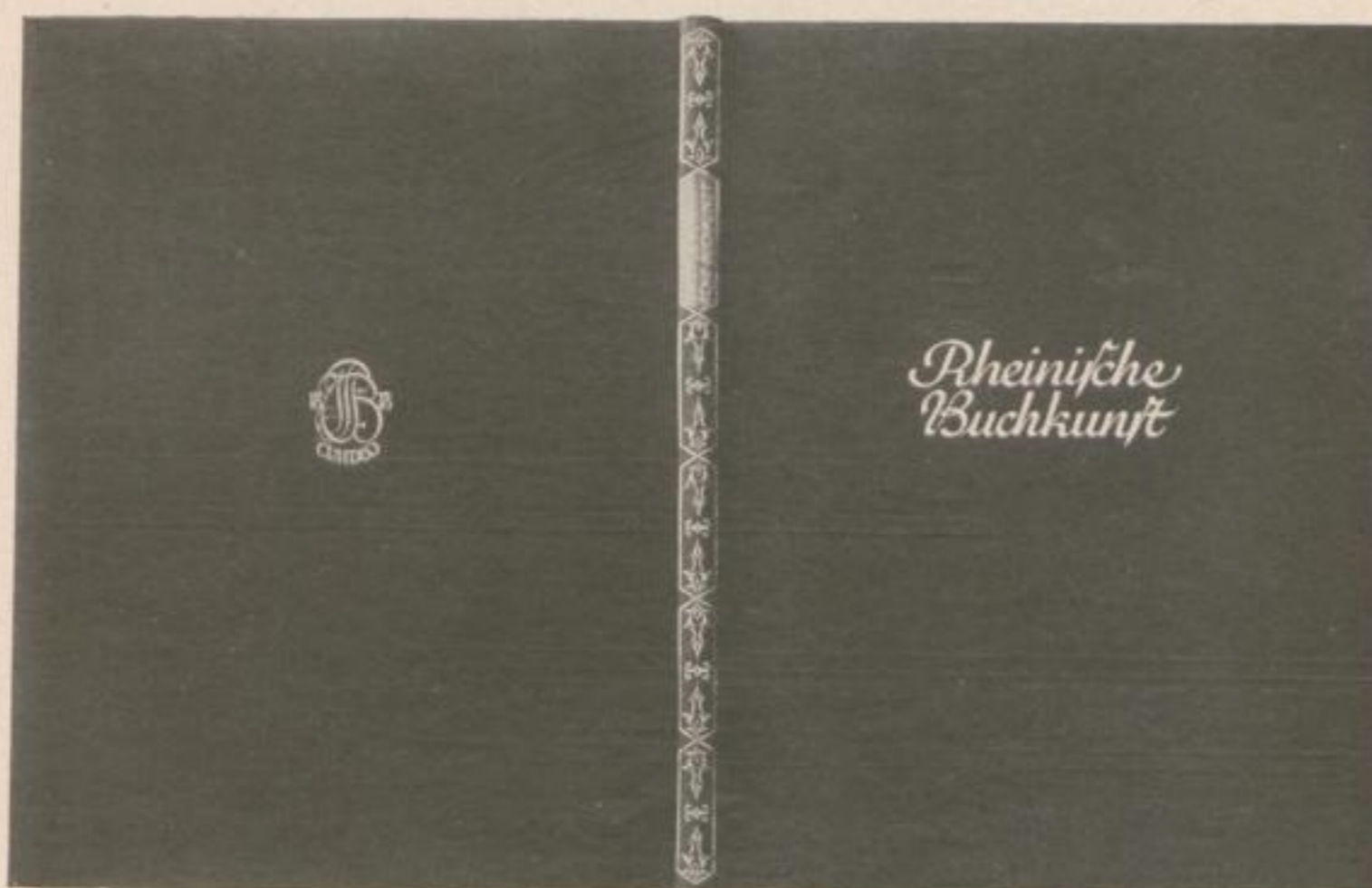


LUDWIG ENDERS

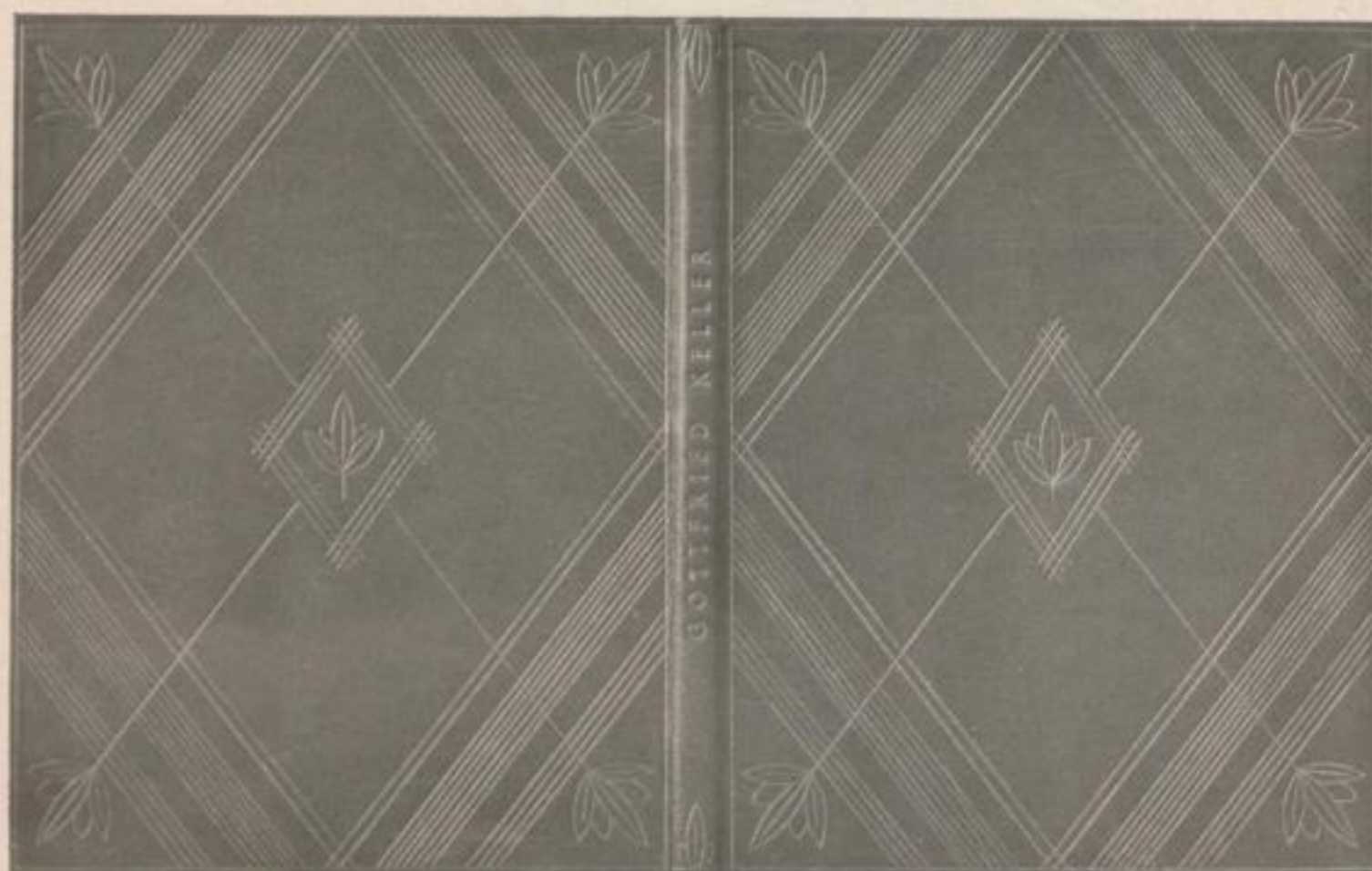
ERNST
WEINSCHENK

HEINRICH
WALTHER





BUCHHEINBAND / HEINRICH JOST



BUCHHEINBAND / ALBERT WINDISCH

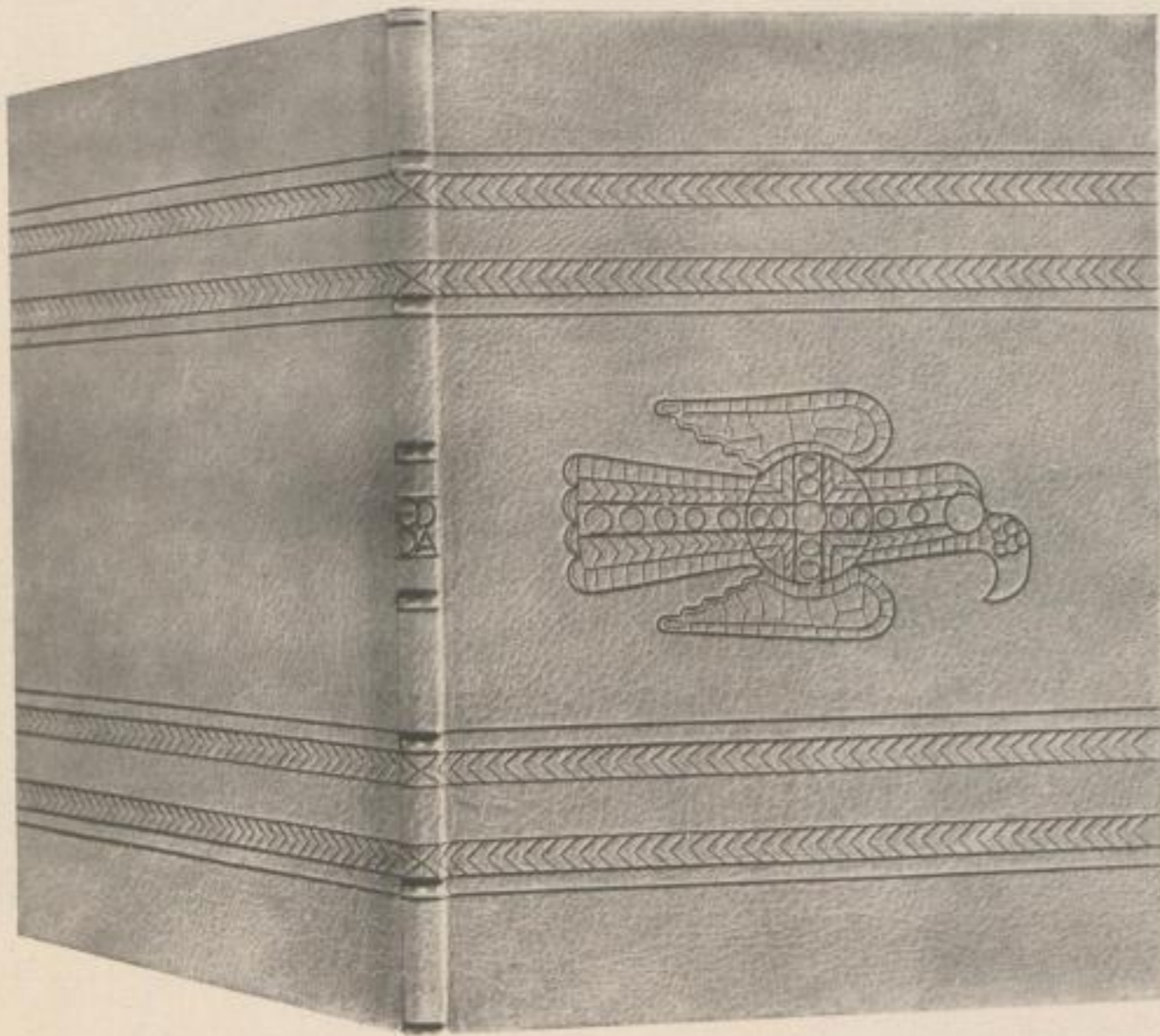


OFFSET

Reproduktionen und
lithographische Arbeiten aller Art,
bis zu den größten Formaten,
fertigt unsere neuzeitlich eingerichtete
Chemigraphische Anstalt
früher Gustav Fleß

Bauersche Gießerei
Frankfurt am Main

ENTWURF VON W. MEYER, FRANKFURT AM MAIN



BUCHEINBAND / IGNATZ WIEMELER



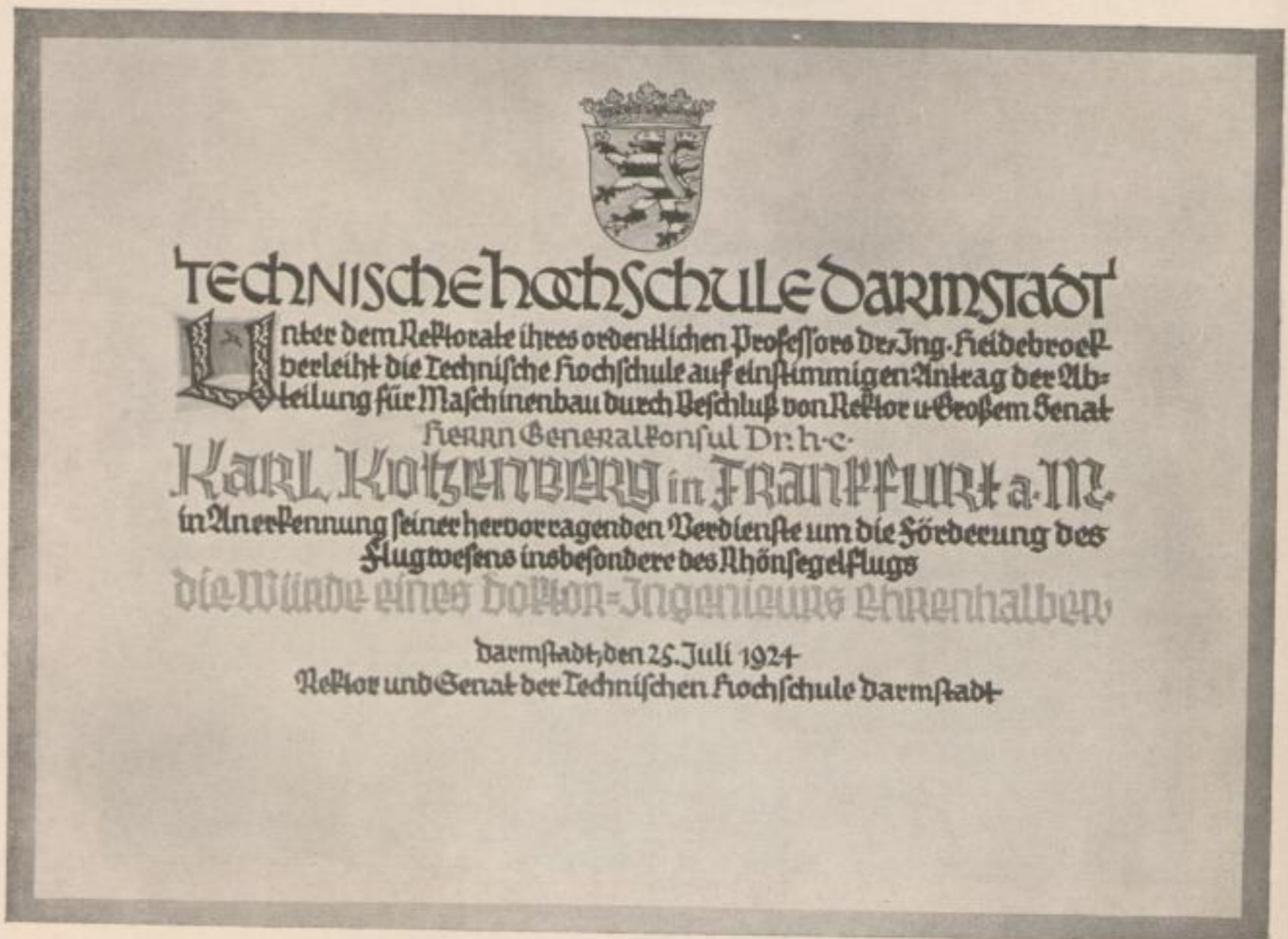
EINBANDGRUPPE / THEA SCHENK



BUCHRÜCKEN / H. BOHN



PROSPEKT / A. WINDISCH



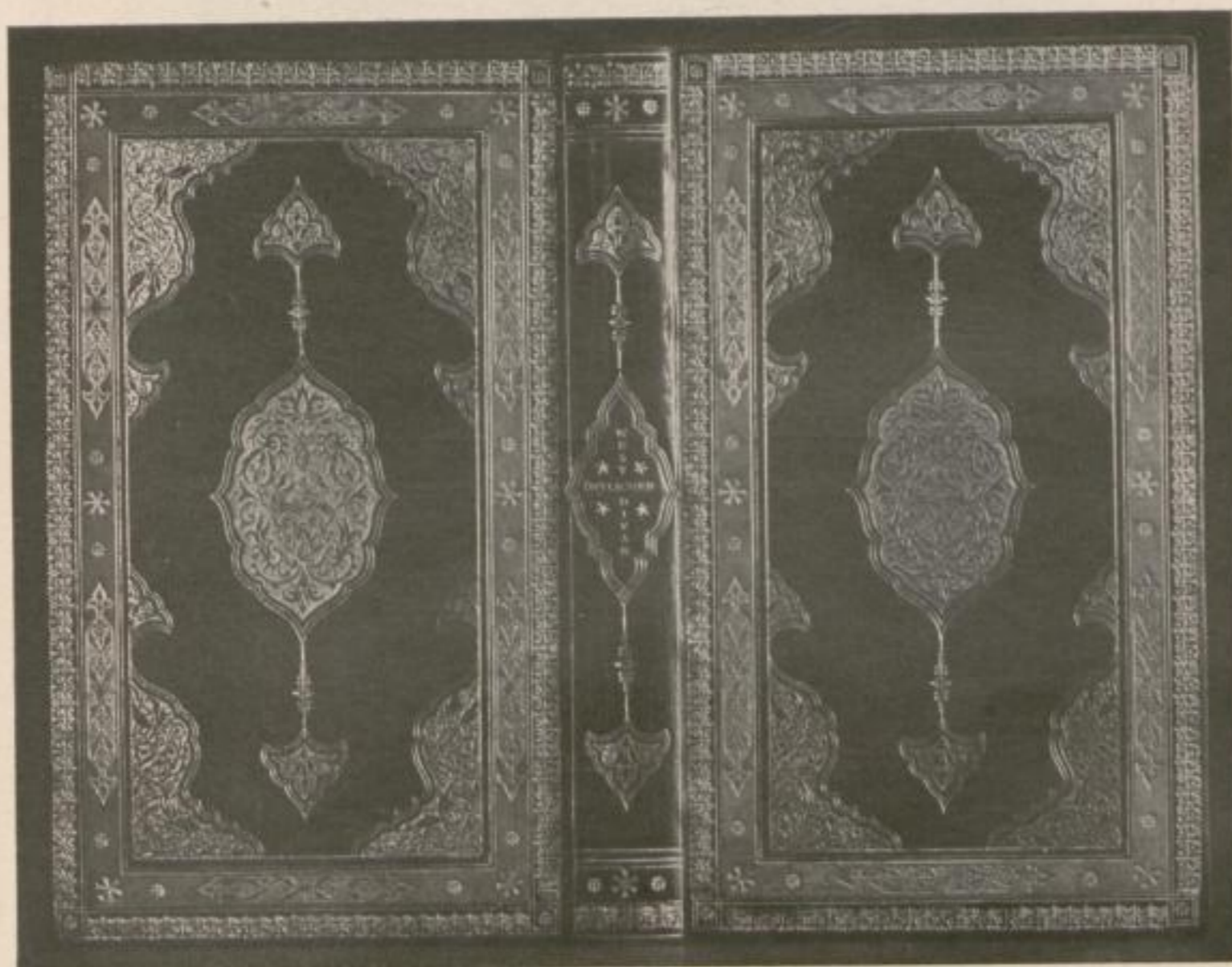
DIPLOM / OTTO REICHERT



BUCHHEINBAND
MAX SCHWERDTFEGER



BUCHHEINBAND
PHILIPP VOLK



BUCHHEINBAND / MAX SCHWERDTFEGER

Arnold Amsinck

Kampfund Untergang
eines Hamburger Kaufherrn
in der Zeit der großen Sturmflut
von 1634

VON ALBERT PETERSEN



HANSEATISCHE VERLAGSANSTALT

HAMBURG

BUCHTITEL / ERICH MEYER



ENTWURF JOHANNES WOHLFAHRT

DON CESARE BORGIA



DUX VALEN^{TINENSIS}

HIERON^{VS} SAVONAROLA



ORDINIS ^{SAVONAROLAE} PRAEDIC^{TORUM}

HOLZSCHNITTE



KARL MAHR

OLA



(C.



R



HOLZSCHNITTE VON KARL MAHR

HOLZ-
SCHNITT



THEODOR
GENGNAGEL

Lasst die
Kindlein
zu mir
kommen



ZWEI
HOLZSCHNITTE
HARTMUTH
PFEIL



HOLZSCHNITT



THEODOR
GENGNÄGEL



HOLZSCHNITT / LUDWIG ENDERS



BUCHUMSCHLAG / PROF. J. V. CISSARZ



Blumengruß
 der Strauß den ich gepflücket,
 Grüsse dich vieltausendmal!
 Ich habe mich oft gebücket,
 Ach wohl ein tausendmal!
 Und ihn uns Herz gedrückt
 Wie hunderttausendmal!

HOLZSCHNITT WILLY MEYER



ENTWURF W. BERGMANN



ZWEI HOLZSCHNITTE VON RICHARD THROLL



HOLZSCHNITT VON J. TINOWITZKY



VIGNETTE / WILLY MEYER

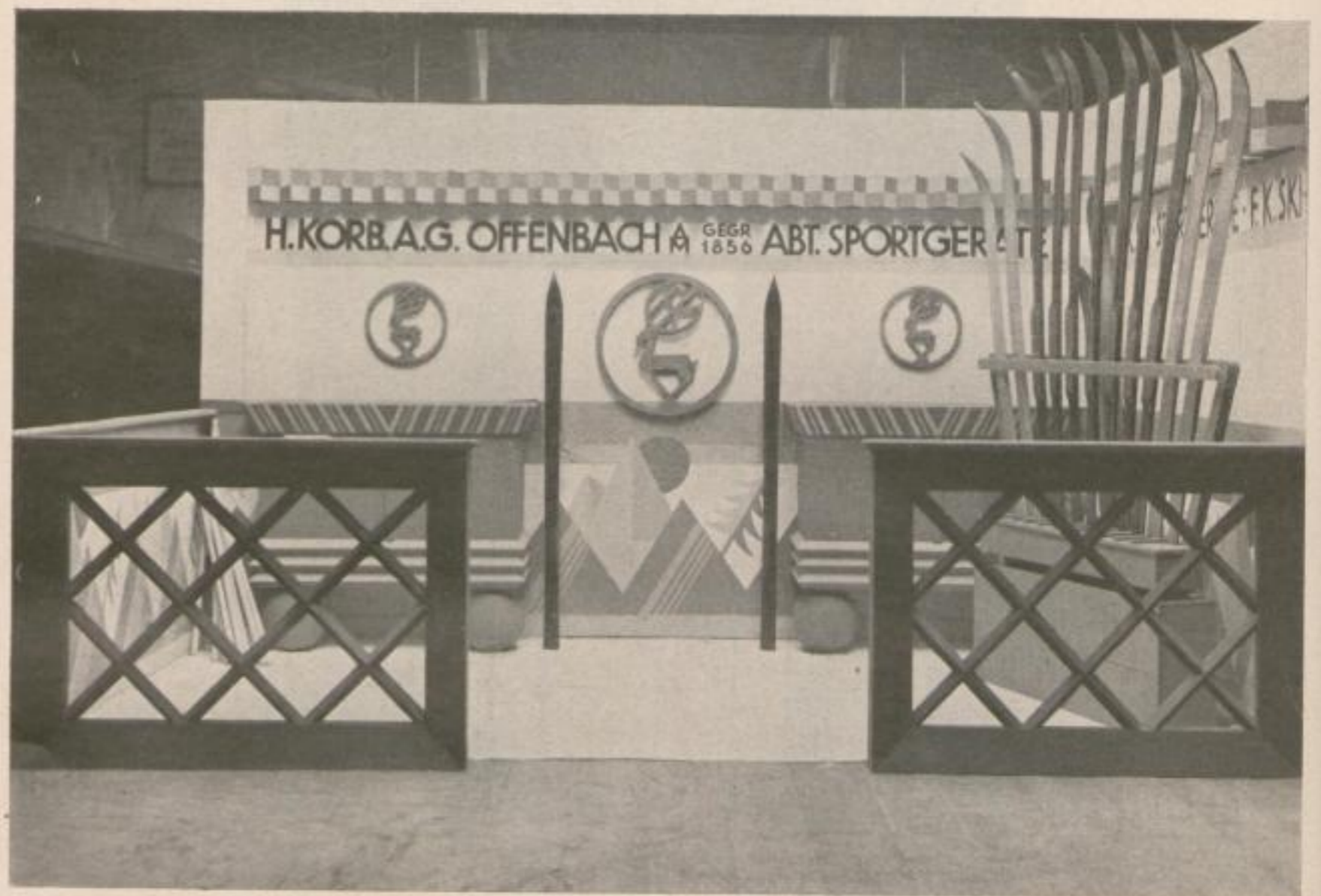


VIGNETTE / HANS BOHN





ADRESSE / LUDWIG ENDERS



AUSSTELLUNGSSTAND / LUDWIG ENDERS



FIRMENSCHILD / LUDWIG ENDERS



FIRMENSCHILD / LUDWIG ENDERS



ALFRED RESCH



BAYER-PREUSSER-GLASEMANN

VIER ARBEITEN AUS DEM WETTBEWERB FÜR DEN UMSCHLAG DES HEFTES RHEIN/MAIN



KURT SCHEELE



MAX BITTROF



ETIKETTEN

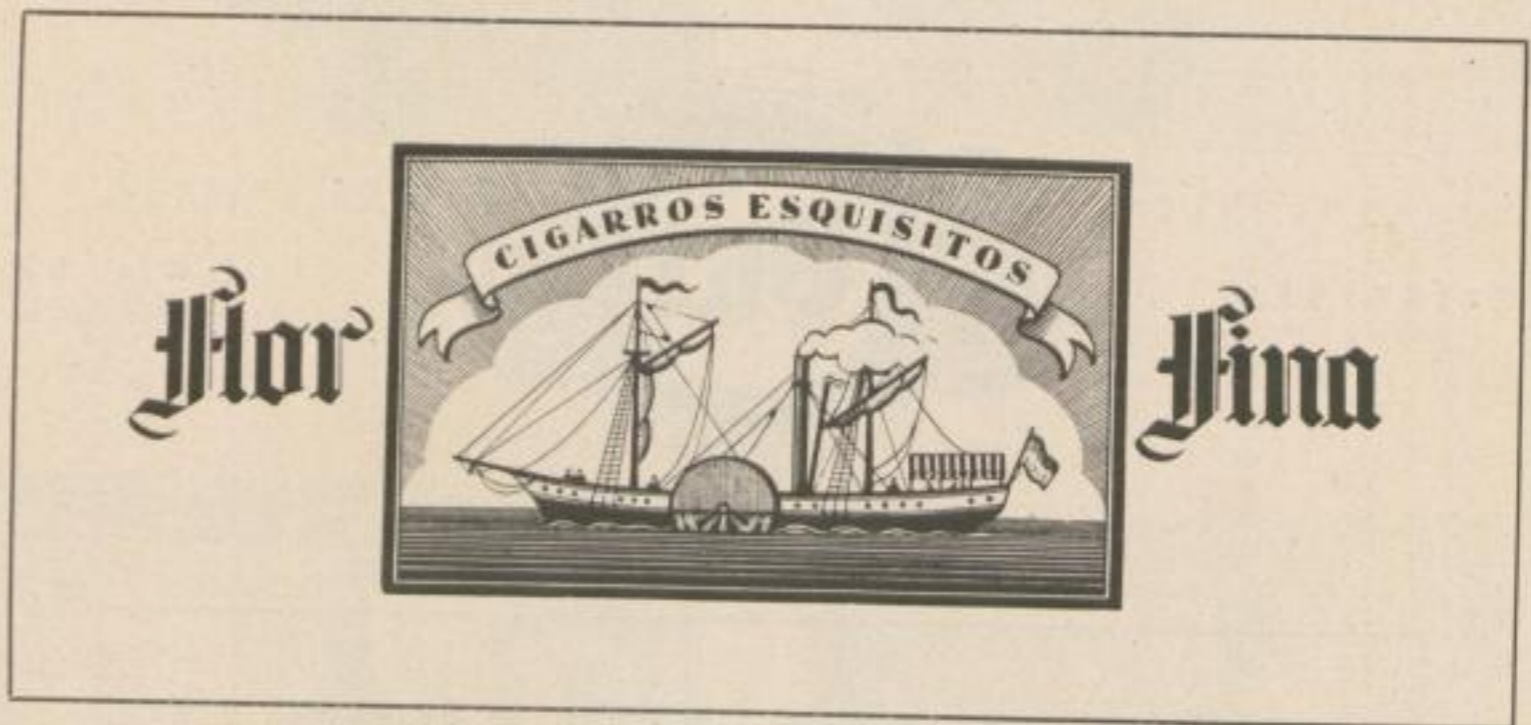


LUDWIG BRAND





ZIGARRENPACKUNG ALBERT GANZLE



ZIGARRENPACKUNG LUDWIG BRAND



ZIGARRENPACKUNG LUDWIG BRAND

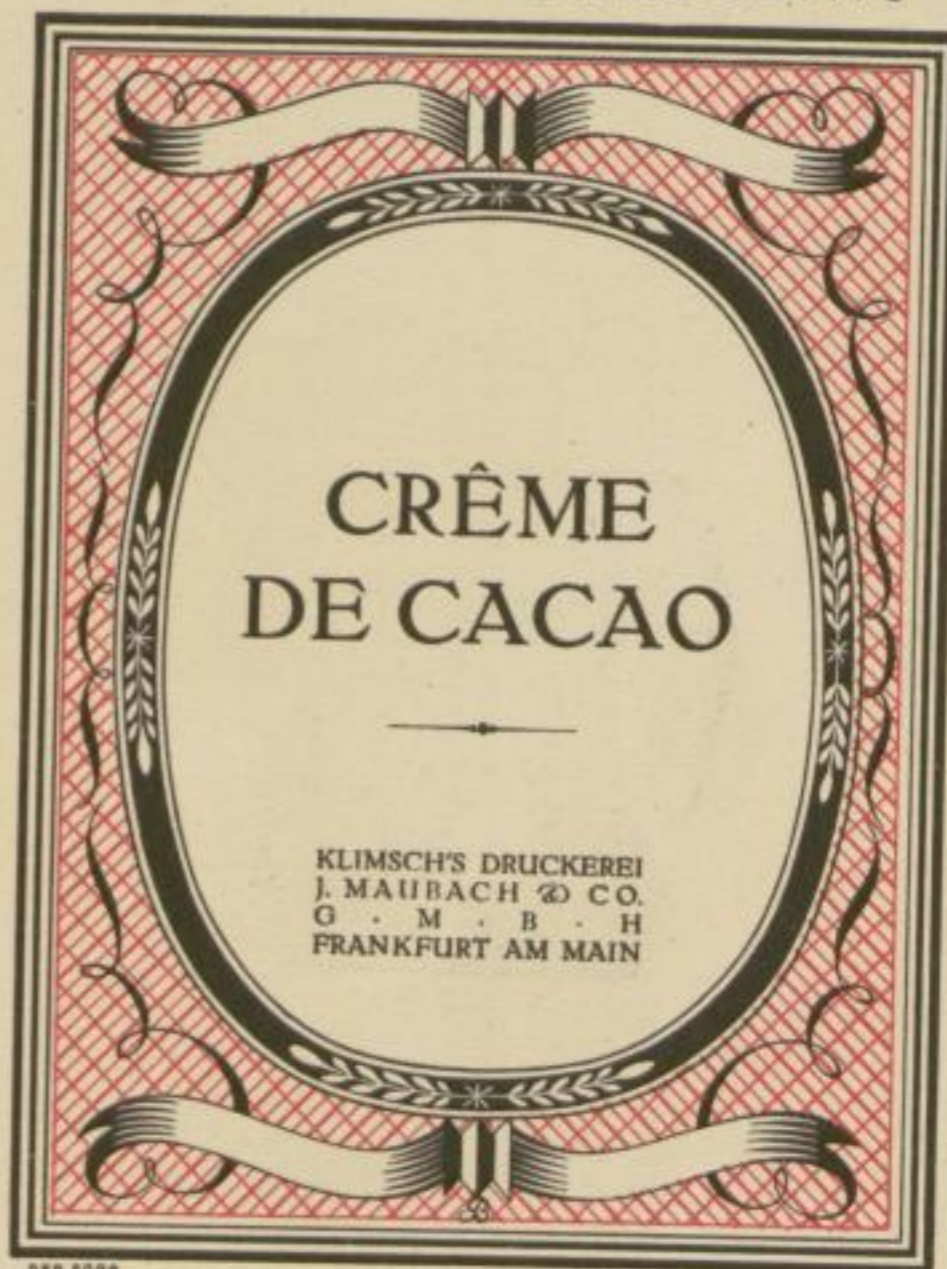
SCHÖNBERGER CABINET MAINZ



WEINKARTE

ENTWURF: HANS BOHN, FRANKFURT A.M. / WEINKARTE
DRUCK: KLIMSCH'S DRUCKEREI J. MAUBACH & CO., G.M.B.H., FRANKFURT AM MAIN

DEUTSCHES ERZEUGNIS



ENTWURF: HANS BOHN, FRANKFURT A. M.



ENTWURF: WILLI HAWERTH, OFFENBACH A. M.

WEINETIKETTEN
DRUCK UND VERLAG: KLMSCH'S DRUCKEREI J. MAUBACH & CO., G. M. B. H., FRANKFURT A. M.



Frankfurter Werbe-Woche während der Herbstmesse 1925

VERANSTALTET VOM
VERBAND DER REKLAMEFACHLEUTE E.V. ORTSGRUPPE FRANKFURT A.M.

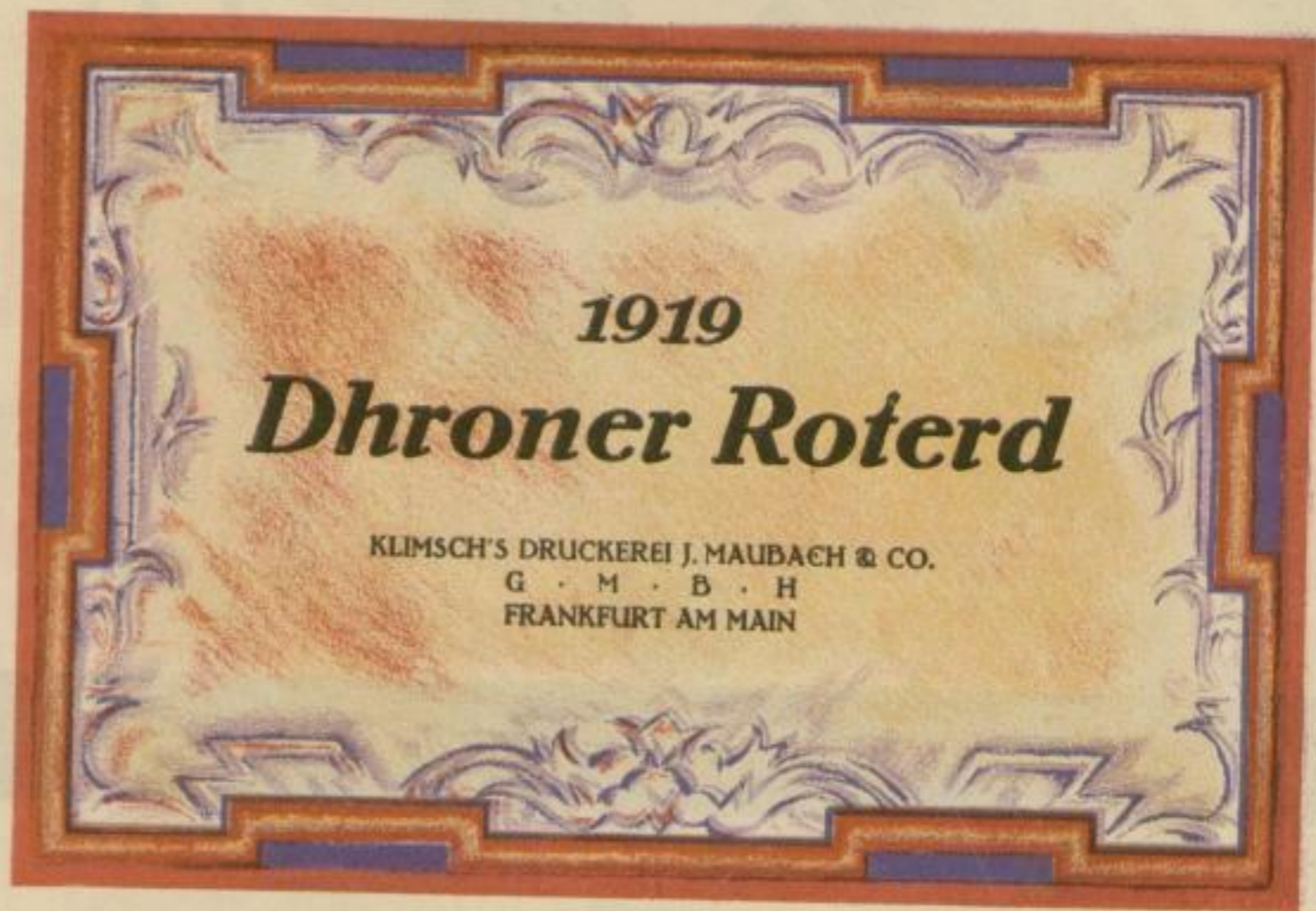
PLAKATENTWURF: MAX BITTROP, FRANKFURT A.M.
3farb. Offsetübertragung: Stritt & Co., Frankfurt a.M.

DRUCK: KLIMSCH'S DRUCKEREI J. MAUBACH & CO., G.M.B.H., FRANKFURT AM MAIN

A. M.



ENTWURF: PROF. J. V. CISSARZ, FRANKFURT A. M.

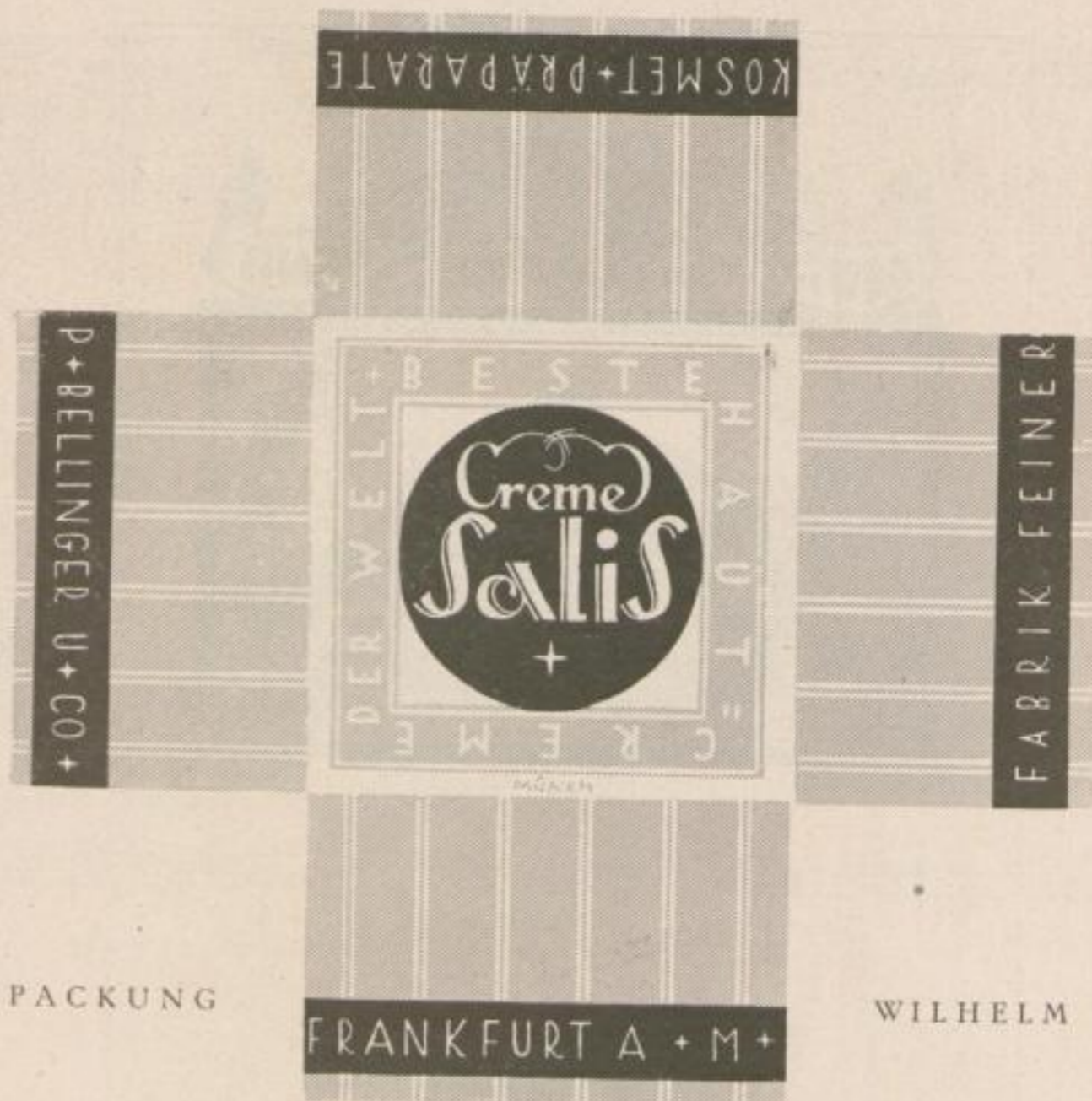


ENTWURF: PROF. J. V. CISSARZ, FRANKFURT A. M.

WEINETIKETTEN
DRUCK UND VERLAG: KLIMSCH'S DRUCKEREI J. MAUBACH & CO., G. M. B. H., FRANKFURT A. M.



ZWEI ETIKETTEN VON LUDWIG BRAND



PACKUNG

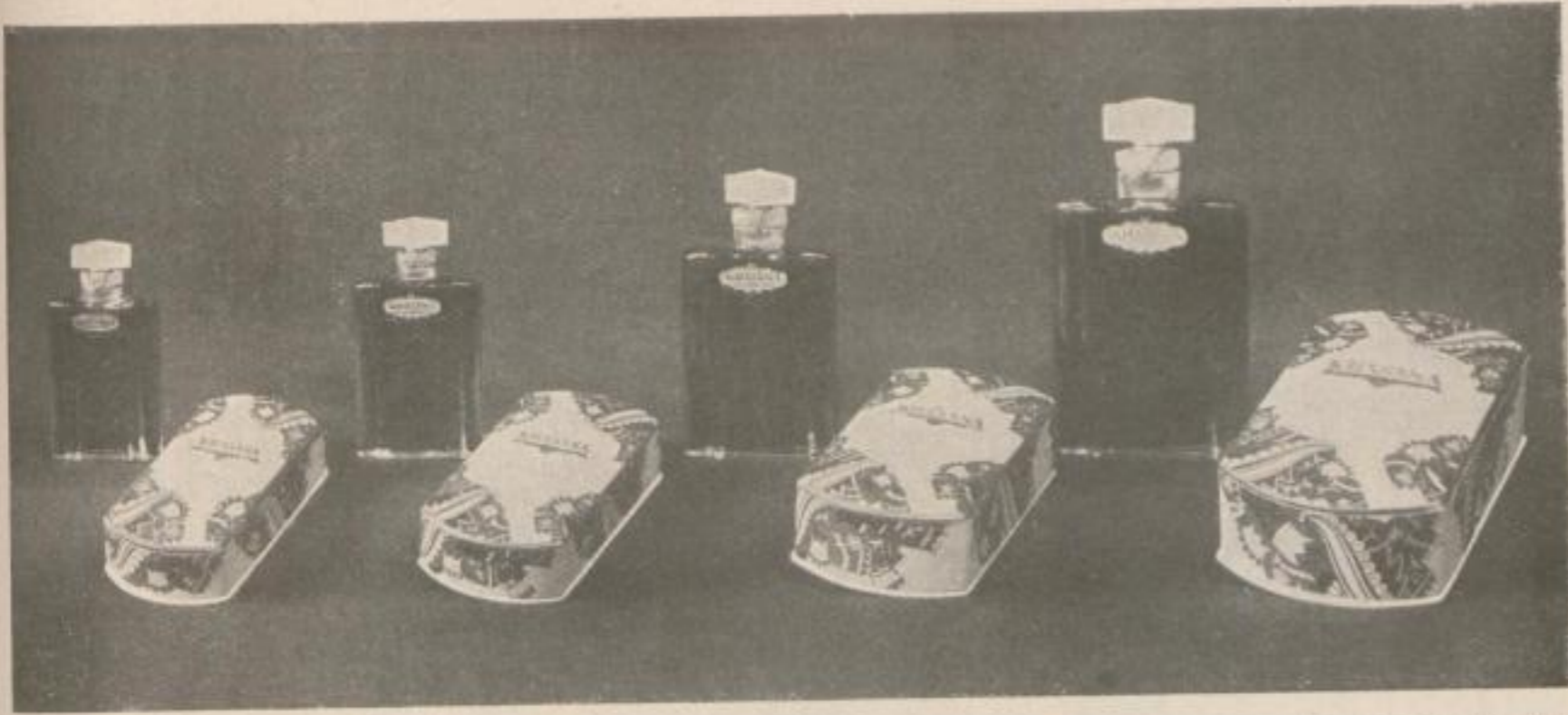
WILHELM MUNCH



ETIKETT / MAX HECHT

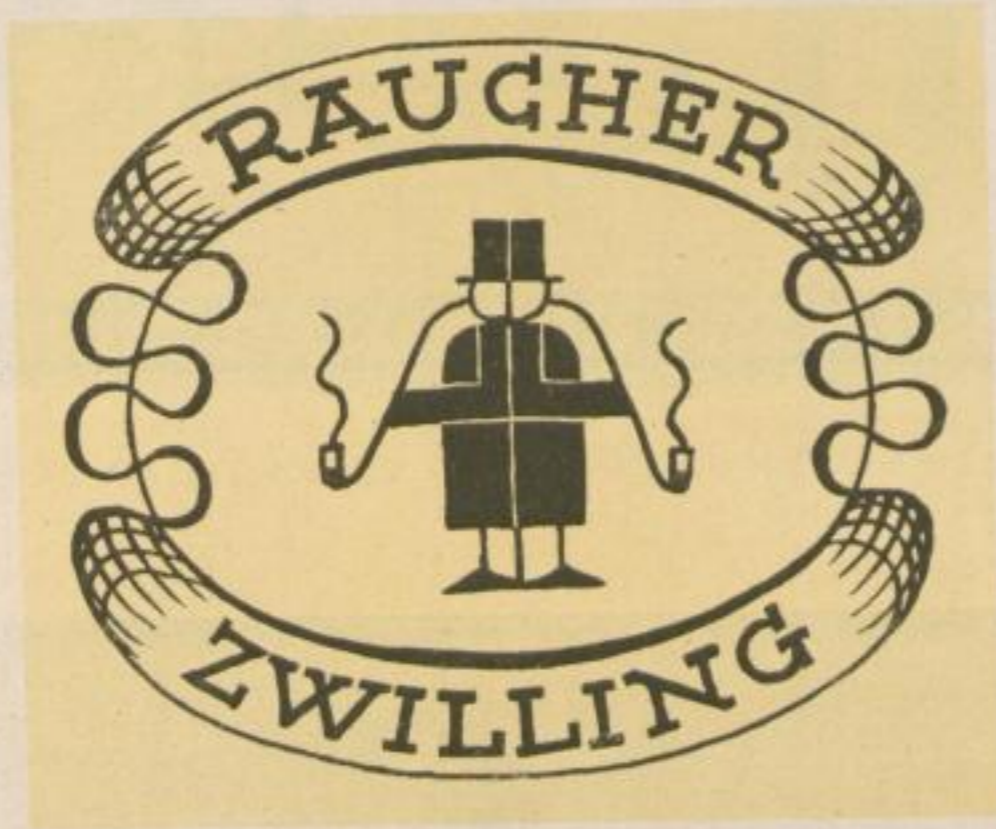


ETIKETT / WILHELM MUNCH

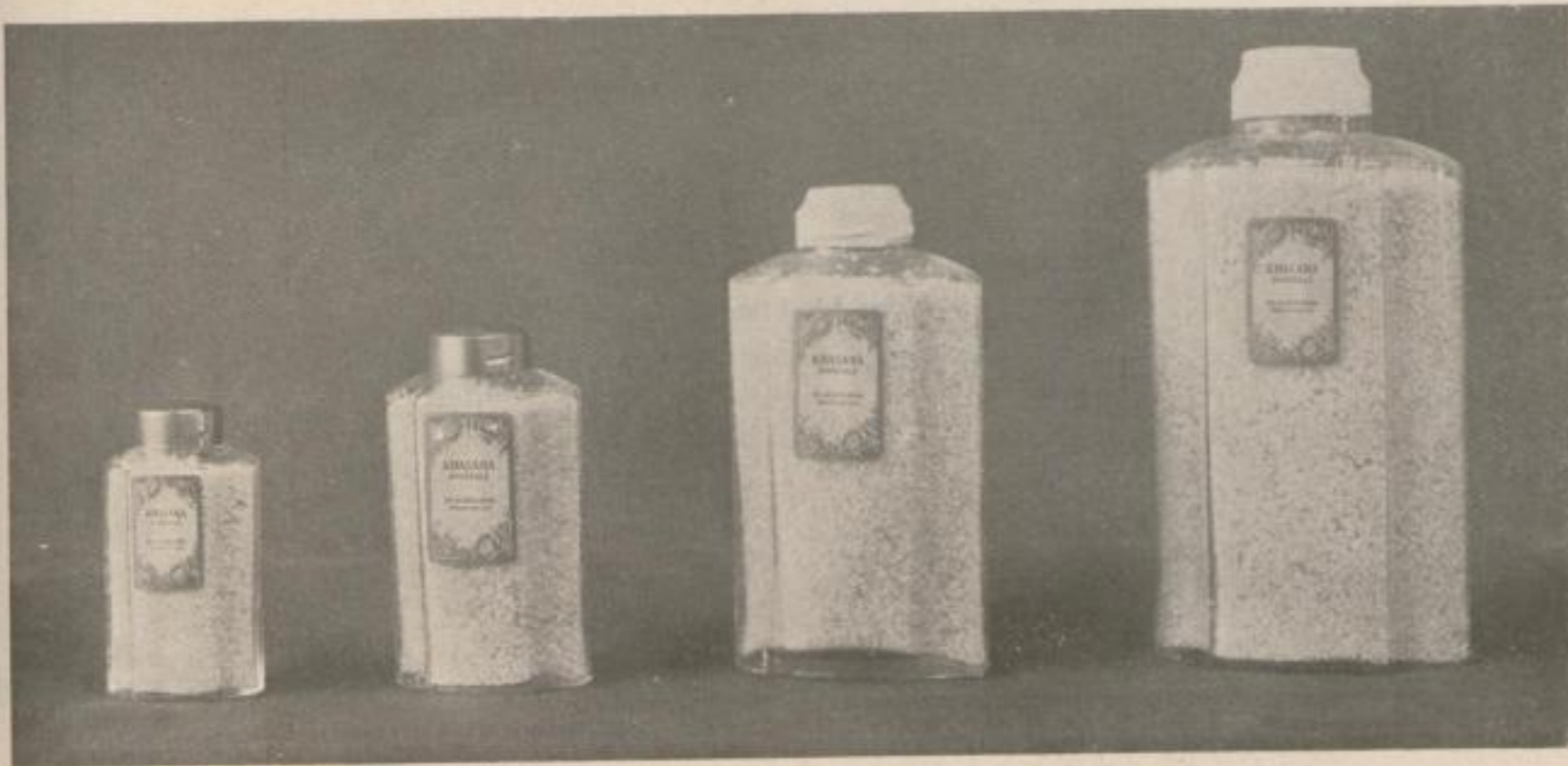


PACKUNGEN UND FLASCHENFORMEN / PROFESSOR F. R. DELAVILLA

ETIKETT



RUDOLF CONRAD



FLASCHENFORMEN / PROFESSOR F. R. DELAVILLA

NCH



ZIGARRENPACKUNG / ALBERT GANZLE



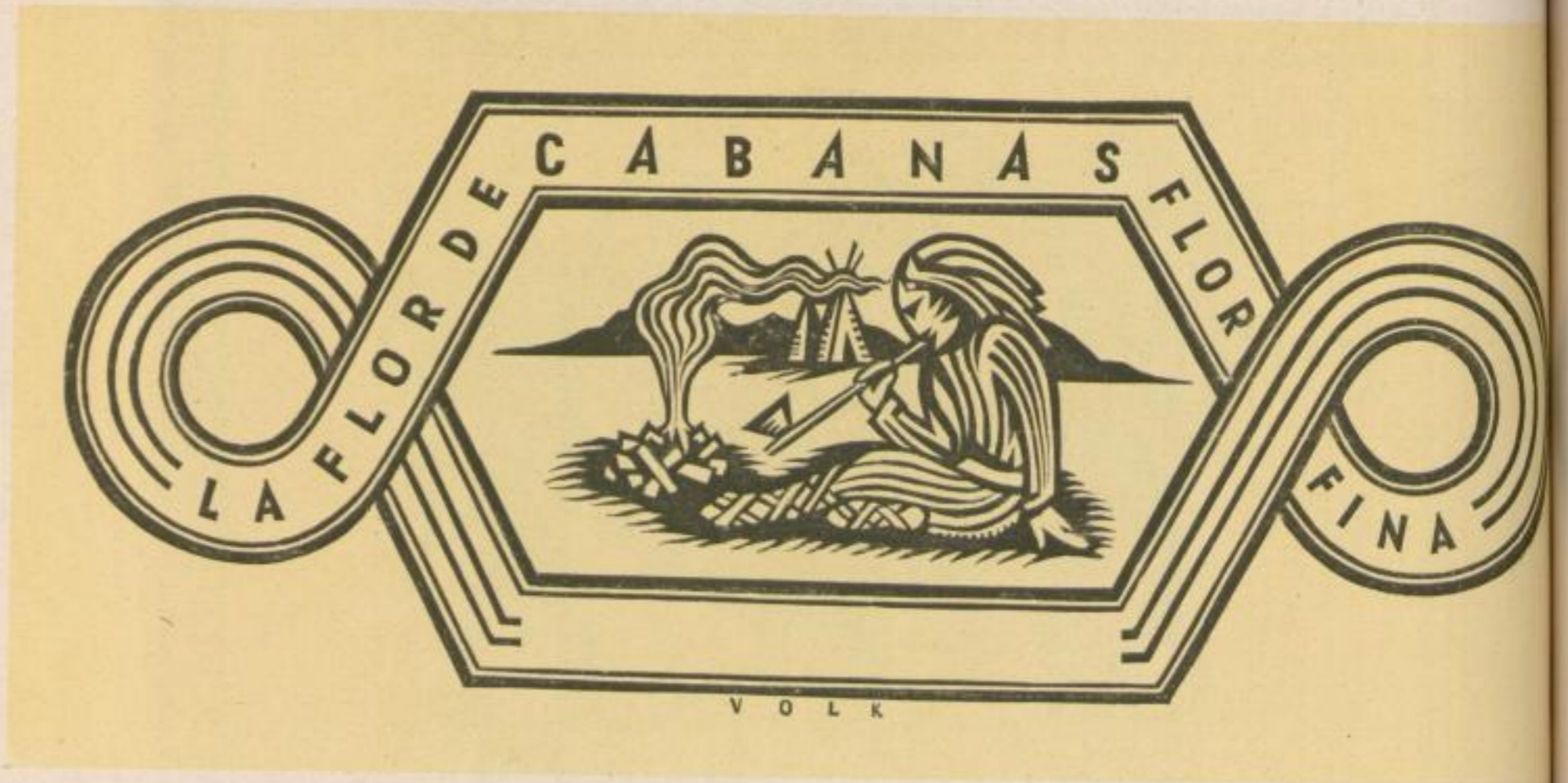
ZIGARRENPACKUNG / G. R. SCHIRMER



ZIGARRENPACKUNG / KARL GRUPP



ZIGARRENPACKUNG / GEORG SCHINNER



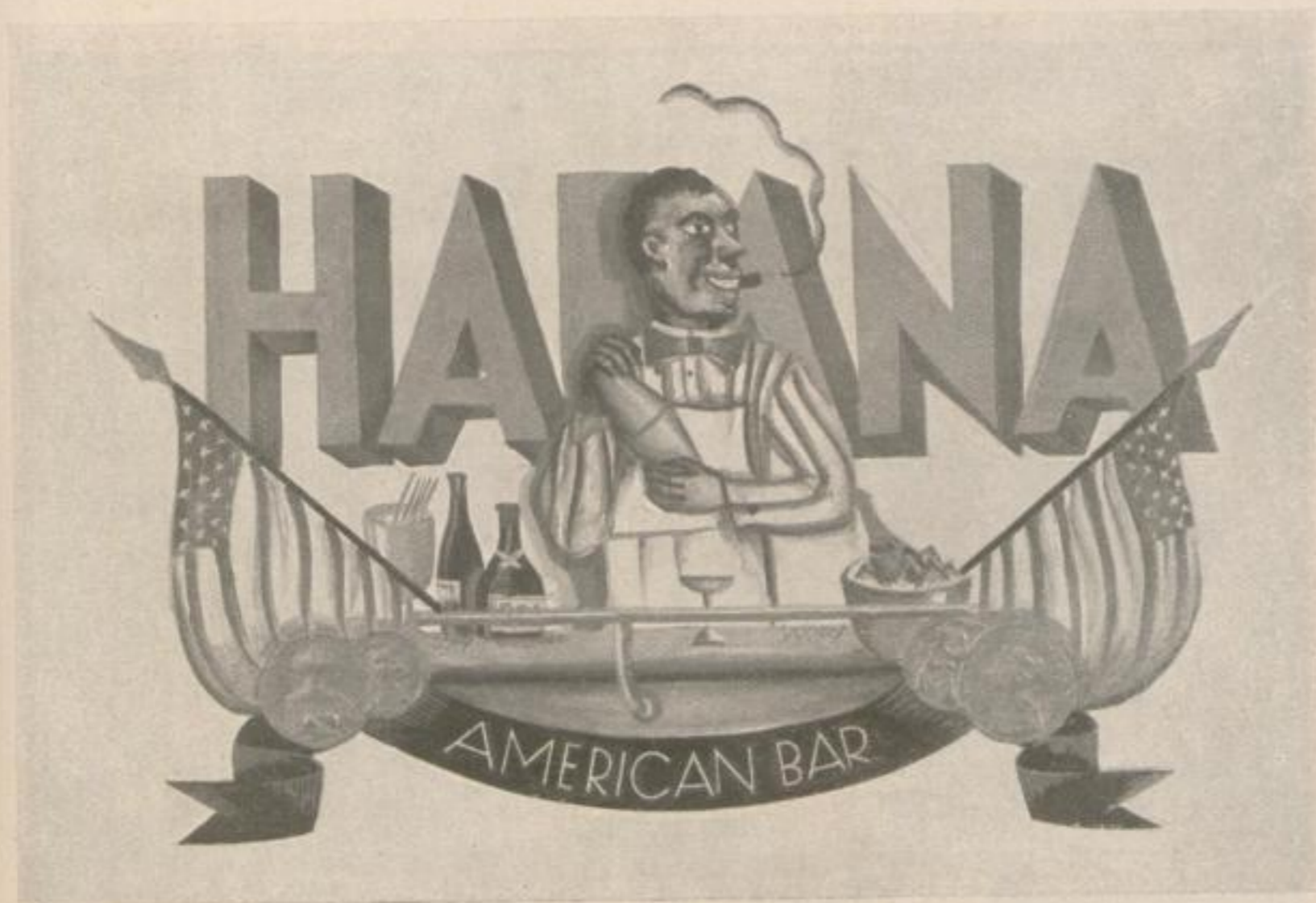
ZIGARRENPACKUNGEN

PHILIPP VOLK

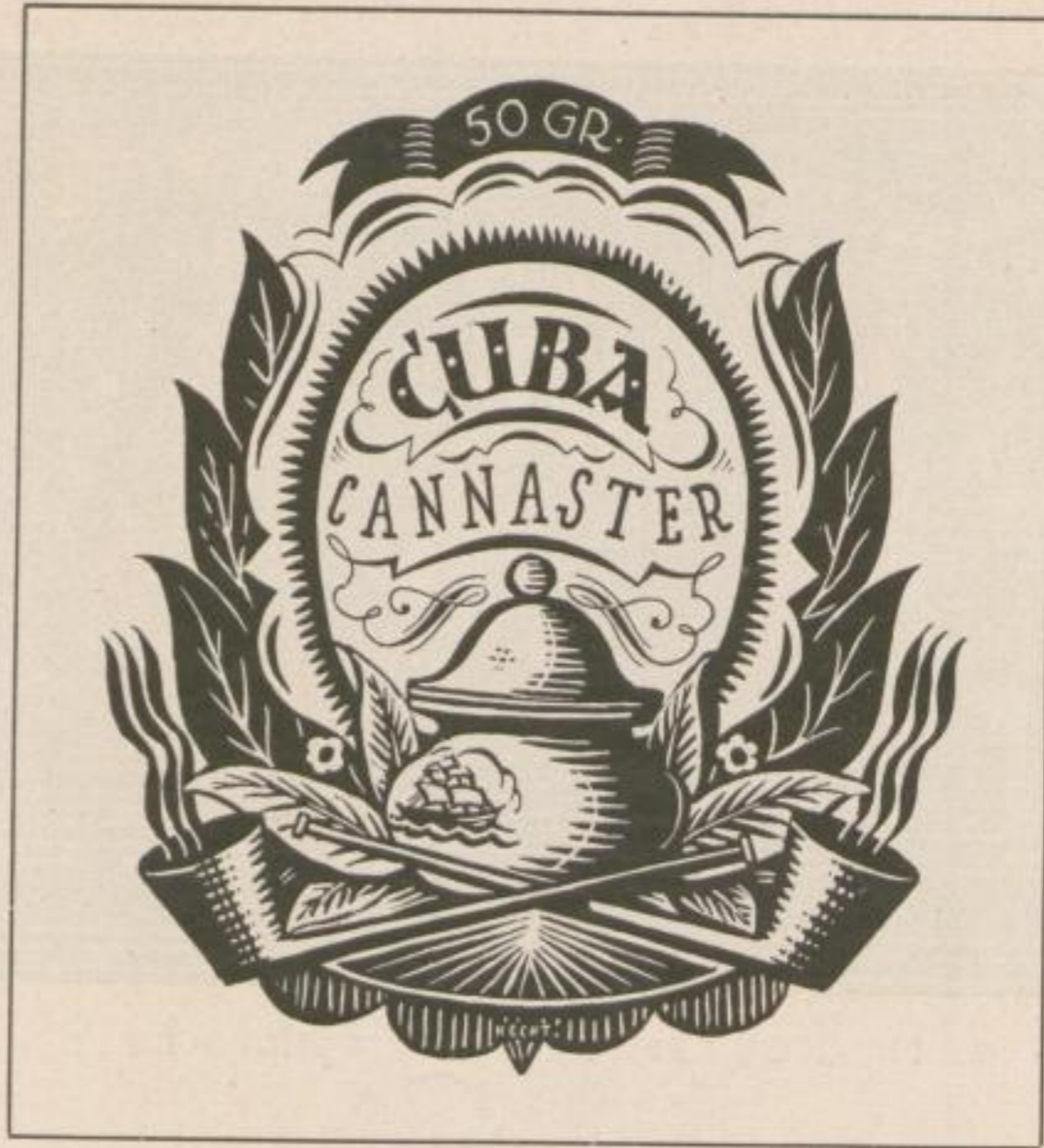




WEIHNACHTSPACKUNG / WILLI MEYER



ZIGARRENPACKUNG / ALFRED RESCH



ETIKETT / MAX HECHT



ZIGARRENPACKUNG / KARL MAHR

Hüsarenlied

Fliegendes Blatt aus dem Kriege 1813-15.

ENTWURF

FRITZ KREDEL



ZIGARRENPACKUNG / KARL MAHR



NOTENUMSCHLAG WILLI MEYER

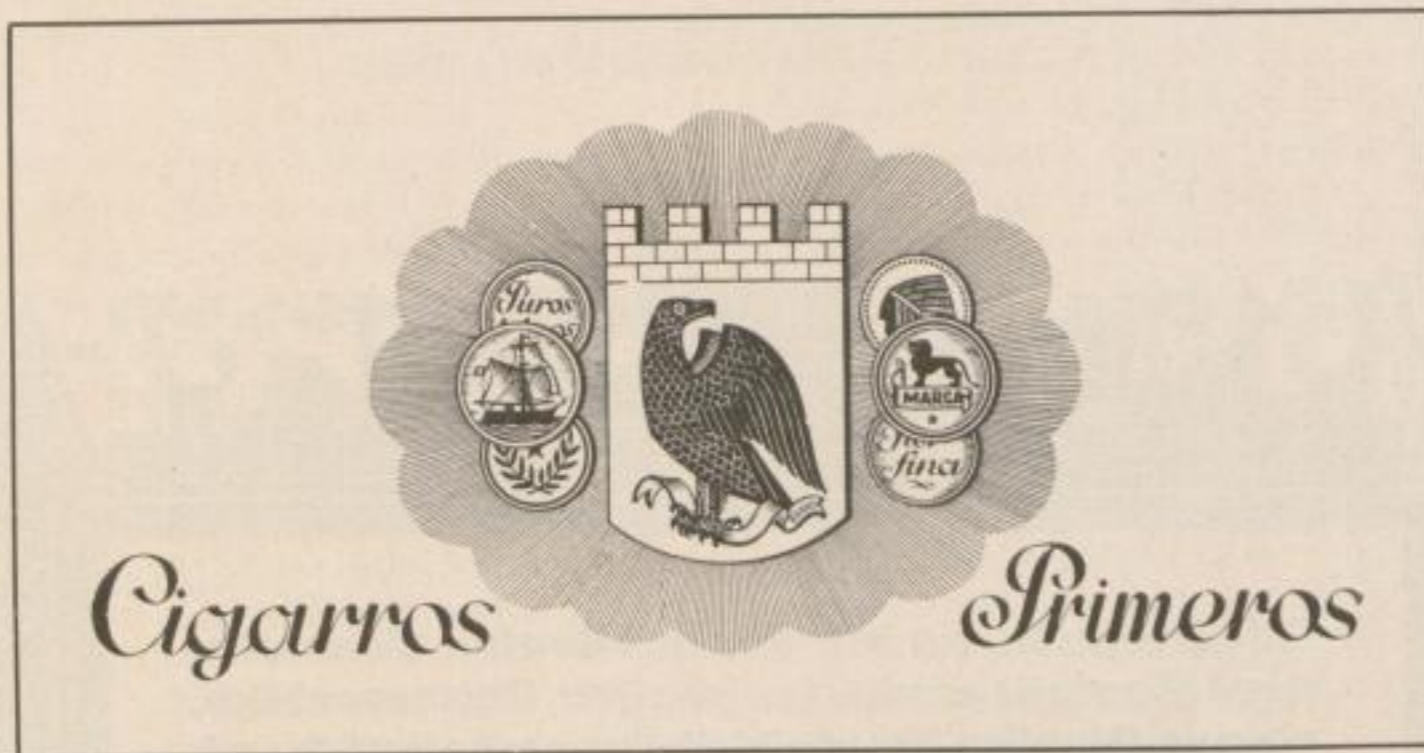


ZWEI PACKUNGEN / ALFRED RESCH

WEIN-
ETIKETT



HANS
GUTGESELL

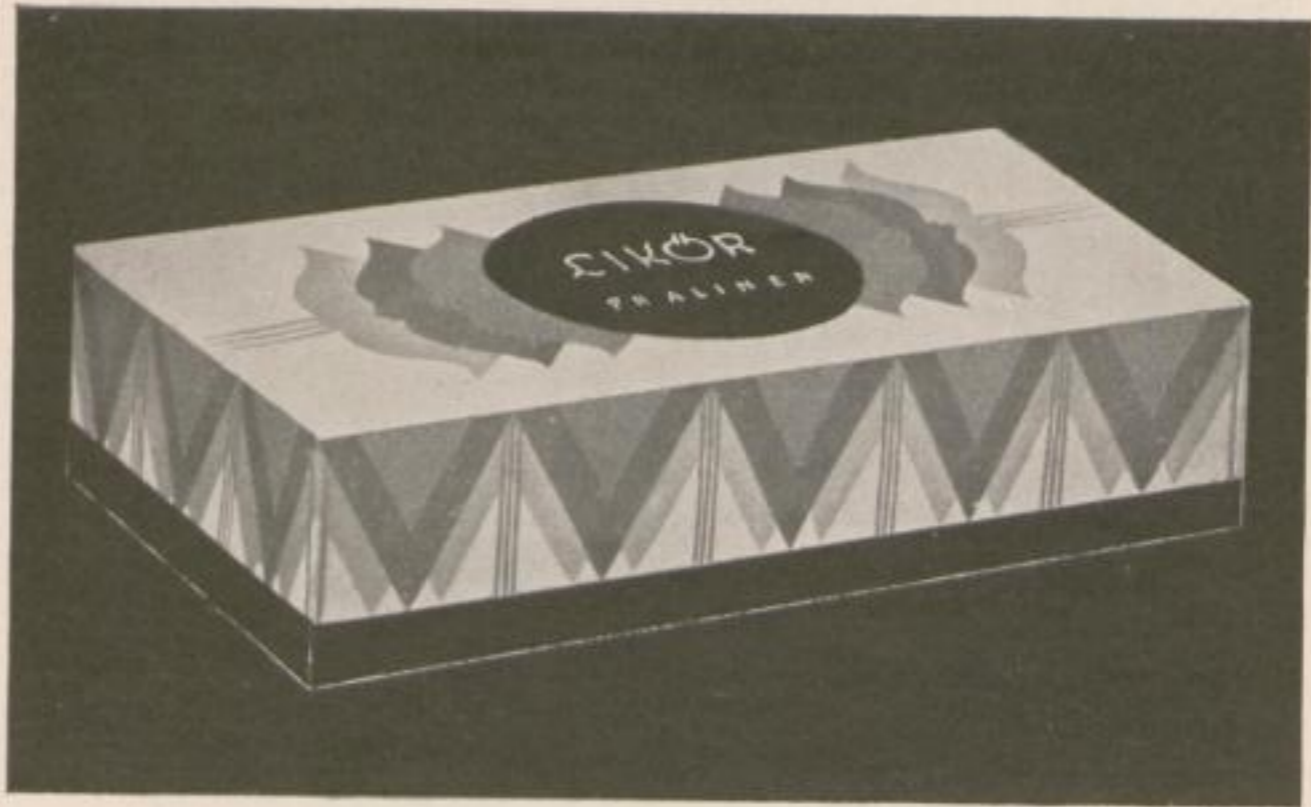


ZIGARRENPACKUNG / LUDWIG BRAND

ZIGARREN-
PACKUNG



MAX
BITTROF



PACKUNG FRIEDRICH BINDER

Alle Versuche, ein der Creme Mouson gleichwertiges Hautpflegemittel zu schaffen, sind vergeblich. Creme Mouson ist und bleibt unnachahmlich und in der Wirkung unvergleichlich. Millionen und Abermillionen, denen die Hautpflege mit Creme Mouson zum täglichen Bedürfnis geworden ist, bestätigen ihren hohen kosmetischen und gesundheitlichen Wert. Hieraus erklärt sich der riesenhafte Verbrauch von Creme Mouson, der von keinem anderen Hautpflegemittel der Welt auch nur annähernd erreicht wird.

J.G. MOUSON & CO.
FRANKFURT A.M.
 GEGRÜNDET 1798

INSERAT / MAX HENZE, DESSAU

DAS DEUTSCHE STRASSEN-PLAKAT

EIN AUFRUF AN DIE DEUTSCHE KUNSTLERSCHAFT ZUR SCHAFFUNG VON STRASSEN-PLAKATEN

VON AUGUST KRUEHM, FRANKFURT AM MAIN

ES ist seither durch Plakat-Ausstellungen, dickleibige, gelehrte Bücher und monatlich erscheinende Zeitschriften allmählich das Bewußtsein durchgedrungen, daß das künstlerische Plakat, angewandt an die Reklame, Daseinsberechtigung und Daseinswert hat. Und was sehen wir dennoch täglich an den Litfaßsäulen? Kitsch und wieder Kitsch! Durchschnittsplakate, die dem Alltagsgeschmack der breiten Menge entsprechen, aber jedes künstlerischen Ausdrucks völlig entbehren und dem Beschauer keinen tieferen Eindruck zu hinterlassen vermögen. Dem deutschen Straßen-Plakat fehlt Leben, herzlich frisches Leben, das tätig wirbt, beeinflußt und zum Erfolge führt. Darum: Künstler heraus! Zeigt mutig und selbstbewußt, was ihr könnt und daß ihr etwas könnt!

Der Aufschwung zur Schaffung moderner, künstlerischer Straßen-Plakate war vor Jahren schon einmal da in den Schöpfungen eines Ludwig Hohlwein (München), eines Lucian Bernhard (Berlin). Jetzt ist er ganz verebbt.

Künstler! Weist nicht wie Gerhart Hauptmanns heruntergekommener Maler Crampton stolz den Reklameschildauftrag eines ehrsamem Handwerkers ab, sondern schafft mit freiem Herzen kulturwertige Straßen-Plakate, betont in der Ausdrucksform, ehrlich rein in der Ausführung, nachhaltig, stark und edel im Gefühl.

Das Straßen-Plakat muß eine köstliche Mischung von Geist, Witz und Geschmack sein, dabei frech,

ANMERKUNG DES HERAUSGEBERS

Der vorstehend abgedruckte Aufsatz liegt schon ziemlich lange in meiner Mappe ungedruckter Manuskripte, und der Entschluß, ihn der Druckerschwärze zu übergeben, ist mir auch jetzt noch nicht leicht geworden. Nicht etwa, daß ich nicht gleichfalls der Meinung wäre, daß unser heutiges Straßenplakat künstlerisch so ziemlich daniederliegt, aber der Appell, den Herr Kruhm hier ausspricht, ist an die falsche Adresse gerichtet. Ein beobachtender Gang durch irgendeine Großstadt Deutschlands belehrt uns ohne weiteres, daß kaum ein bis zwei Prozent der vor unser Gesicht tretenden Reklamen irgendwie künstlerisch oder geschmacklich beeinflußt sind. So sehr bedauerlich das vom künstlerisch-kulturellen Standpunkt aus ist, so ist es noch viel betrüblicher vom kaufmännischen Standpunkt aus, denn fast immer läßt sich mit dem Kostenaufwand einer schlechten Reklame auch eine gute Reklame machen. Daß es nicht geschieht, liegt in der Hauptsache daran, daß ein großer Prozentsatz unserer Reklamen sogenannte Schnellschüsse sind. Ein zweiter Fehler ist, daß sich zwischen Hersteller und Verbraucher ein ganzes Heer von Vermittlern eingeschoben hat, die an der Reklame kein anderes Interesse als das möglichst hoher Prozente haben.

Der wesentlichste Nachteil aber ist die außerordentliche Verteuerung der Anschlagflächen. Das Plakat als Werbemittel hat in seiner Wirkung gegen früher nichts verloren, aber die

einfach, klar, gefällig und leicht. Wenig Schrift, viel Fläche, einfache Zeichnung, genügsame Farbtöne, große eindringliche Fernwirkung.

Was der Franzose Chéret, der künstlerischste Straßenplakatzeichner vermag, was die englischen Gebrüder Beggarstoff können, könnt ihr deutschen Künstler auch! Aber noch eines: Wahrt euch gegen den Reklameunfug, die Blechpest der Streckenreklame, gegen die Respektlosigkeit im Plakatstil! Brandmarkt öffentlich den geistigen Erfinder, der es wagt, auf einem Bilde Parzival zu Pferd, die Hände im Gebet gefaltet, zu zeigen, im Anblick der Gralsburg, die aus Henckel-Trocken Sektflaschen gebildet ist! Dann werdet ihr in eurem Teil mithelfen, an neuen Kulturwerten zu bauen, denn die Kunst im Dienste der Reklame, im Dienste des Kaufmanns richtig angewandt, machteuch auch bezahlt und gibt euch Brot.

Und wenn wir Großstadtkinder dann an den Litfaßsäulen vorüberhasten und daran eure geistigen Erzeugnisse erblicken, so sollen sie uns beim Beschauen ein stets willkommener Genuß sein und ein edles Gefühl erwecken, das in uns haften bleibt, und somit unbewußt, neben einem praktisch-geschäftlichen Wert, eine nicht hoch genug zu veranschlagende kulturelle, zum Schönheitsempfinden erzieherische Bedeutung erwirken.

Und darum noch einmal: Auf ihr Künstler! Steht nicht müßig träumend, schafft das deutsche künstlerische Straßen-Plakat!

Kosten für Entwurf, Druck und Anschlag sind so hoch geworden, daß die Mehrzahl der Reklametreibenden durch direkte Propaganda mit dem gleichen Kostenaufwande größere Erfolge zu erzielen glauben. Auch in der Reklame kommt es nun einmal darauf an, mit dem geringsten Aufwande von Kosten den größtmöglichen Nutzen zu erzielen. Wenn wir also dem Plakat zu einer größeren wirtschaftlichen Bedeutung und zu einer künstlerischen Vertiefung verhelfen wollen, so müssen sich die ganzen daran interessierten Fachverbände, als da sind: Verein Deutscher Reklamefachleute, Bund Deutscher Gebrauchsgraphiker, Reichsverband für das Anschlagwesen, Verband der Buch- und Steindruckereibesitzer, Reklameschutzverband (die Reklame-Großverbraucher) einmal zu einer gemeinsamen Aktion zusammenschließen und die Möglichkeiten untersuchen, wie man dem Plakat wieder auf die Beine helfen kann. Wenn sich die Plakatreklame verbilligen läßt, das Anschlagwesen besser gepflegt wird, wenn vor allen Dingen die Plakatsäulen und Plakattafeln abends beleuchtet werden, damit man auch im Winter, wenn es nachmittags um 4 Uhr in unseren Straßen schon dunkel ist, die Plakate noch lesen kann, dann wird sich die Industrie sehr gern wieder in ausgedehntem Maße des Plakates bedienen, und die Künstler werden mit Freuden daran gehen, gute Plakate zu schaffen. Denn unter allen Aufgaben, die dem Entwerfer gestellt werden, sind ihm die Plakataufträge immer am liebsten gewesen.

WORT-, BILD- UND REKLAME-GEDÄCHTNIS

WENN ein Mensch in mittleren Jahren sich einmal in einer nachdenklichen Stunde seiner Schulzeit erinnert, so begegnet es ihm, daß Gestalt und Besonderheiten einzelner Mitschüler wohl im Gedächtnis haften geblieben sind, daß er aber ihre Namen vergessen hat. Das wäre für den Reklamepsychologen ein Anlaß, allerlei Folgerungen daraus zu ziehen.

Wir sehen, daß der Name und der Träger des Namens nichts fest Verknüpftes sind, nichts Unteilbares. Wir erkennen, daß das Bild des Namens-trägers in unserem Gedächtnis verblieben, wogegen der Name uns entfallen ist. Das Bild, das Anschaubare, die Vorstellung ist also das Primäre, der Name das Untergeordnete.

Doch ist bei solchen Feststellungen Vorsicht geboten. So verschieden die Menschen sind, so verschieden sind die Gedächtnisse. Und nicht darauf kommt es hier an, ob der eine ein besseres Gedächtnis als der andere habe, sondern darauf, daß des einen Gedächtnis für gewisse Gebiete aufnahmefähiger ist als das des andern. Wir haben Spezialistengedächtnisse, weil wir alle mehr oder weniger Spezialisten sind. Trotz der Verschiedenartigkeit der Gedächtnisse bleibt aber das Geschaute das Wesentliche, denn es ist das Erlebte.

Kann man einen Namen, ein Wort erleben? Nein, nur die Vorstellung von dem, was sich in unserer Phantasie, in unserem Gehirn mit diesem Wort verbindet. Die Feststellung: das Bildgedächtnis ist bei den Menschen stärker entwickelt als das Wortgedächtnis — dürfte also keinem berechtigten Widerspruch begegnen.

Auf die Reklame angewendet: das Bilderlebnis ist stärker als das Worterlebnis. Das Wort ist jedoch für die Reklame unentbehrlich; es kommt also darauf an, das immer schwerer faßliche Wort mit dem leichter faßlichen Bild so zu vereinen, daß Wort und Bild eine untrennbare Einheit ergeben. Wie selten dies gelingt, erkennen wir daran, daß wir uns an Plakate erinnern und nicht mehr wissen, wofür sie waren, daß Namen von Dingen in unserem Gedächtnis auftauchen und wir nicht wissen, in was für eine Beziehung wir sie zu setzen haben. Es geht uns also in der Reklame wie mit manchen von unseren ehemaligen Mitschülern.

Name ist nun keineswegs immer Schall und Rauch. Der Name ist ein Wort. Das Wort hat

eine unendliche Macht, wenn es im Hörer oder Leser lebendige Vorstellungen erweckt. Solche Vorstellungen können durch das Wort allein erzeugt werden. Nicht umsonst werden Markenartikel nach berühmten Namen benannt. Doch auch darin wird zum eigenen Schaden viel gesündigt. Einen Artikel nach einem berühmten Filmstar zu nennen, mag, so lange der Star aktuell ist, erfolgversprechend sein. Doch wir wissen, wie schnell sich die Namen ablösen, wie schnell die Berühmtheiten von gestern vergessen sind. Trägt nun ein Artikel den Namen eines abgespielten Filmstars oder eines verklungenen Sängers, so kann die Vorstellung des Veralteteins auch auf den Artikel übergehen. Caruso! Welch aktueller Name war das einmal! Der »liederreiche Mund« ist längst verstummt, auch die Reklame für ihn hat begrifflicherweise aufgehört. Für einen toten Sänger lohnt sich die Reklame nicht mehr trotz Grammophon und Kantophon. In zehn Jahren werden nur noch alte Opernfreunde und Theaterfachleute wissen, wer Caruso war. Die junge Generation kennt den Namen nicht mehr. Der Name ist tot, es verbindet sich keine lebende Vorstellung mehr mit ihm. Es ist also nicht empfehlenswert, einem Artikel, der Verkaufsdauer haben soll, einen schnell vergänglichen Namen zu geben.

Übrigens machen sich fast alle Menschen über die Berühmtheit ihrer Lieblingsvorstellungen falsche Begriffe. Einige Beispiele sollen dies illustrieren:

Die Ulmer glauben, jedermann wisse, daß der Turm ihres Domes der höchste Kirchturm der Welt sei, aber tatsächlich wissen es nur die Ulmer. Sonst kümmert sich niemand drum.

Bolivar! Was ist den meisten von uns Bolivar? Ein Wort. Vielleicht ein wohlklingendes Wort. Aber weiter nichts. Fragen wir den Südamerikaner aus Bolivia, Columbia, Peru, Venezuela — so erfahren wir, daß Bolivar der leuchtendste Name ihrer vaterländischen Geschichte ist.

Im Norden Berlins steht das Denkmal für Senefelder, den Erfinder der Lithographie. Sicherlich nur die Allerwenigsten, die sich dort auf den Ruhebänken vom Kientopp des Lebens erholen, wissen, daß das, was die Marmorfigur in Händen hält, kein Buch, sondern ein Lithographiestein sein soll, und wenn sich der Berliner überhaupt über etwas wunderte, so wäre es darüber, warum wohl auf

diesem Denkmal ein mit nur einer Schürze bekleideter Knabe einen Namen in Spiegelschrift auf den Sockel schreibt.

Edward Whymper, der erste Besteiger des Matterhorns in seinem von Alpinisten noch immer geliesenen Buche »Berg- und Gletscherfahrten in den Alpen«, behauptet: Der Name Anderegg (ein damals bekannter Bergführer) ist in der Schweiz so berühmt wie der Name Napoleon. Für Hochtouristen stimmte es vielleicht damals (1865), aber auch nur für sie.

Und hier liegt das Schwierige in der Massensuggestion der Reklame: Namen, Worte, die sich dem Landmann einprägen, bleiben beim Städter wirkungslos, ja, derselbe Name ruft beim Kaufmann ganz andere Vorstellungen hervor als beim Gelehrten, wieder andere beim Handwerker. Was dem einen sein Uhl, ist bekanntlich dem andern sein Nachtigall. Für den einen ist Napoleon der größte Kriegsheld, ein Ideal, für den andern ein Verbrecher, ein verabscheuungswürdiges Subjekt. Eine Zigarette hieß einmal: Valuta. Ein harmloser Begriff der Kaufmannssprache. Wieviele empfinden ihn noch harmlos?

Das sind Dinge, auf die der Reklamer bei Namensprägungen Rücksicht nehmen muß. Nun ist es ja wirklich keine Kunst, Namen zu prägen, die gänzlich neutral sind. Aber ob sie sich einprägen, das ist die Frage. Die Gedächtnislehre basiert darauf, daß sich das neu Aufzunehmende am leichtesten durch Verknüpfung mit schon Bekanntem einprägt. Wir stoßen dabei auf einen fundamentalen Unterschied zwischen Wortschöpfung und Bildschöpfung: das Wort, das im Leser bekannte Empfindungen auslöst, wird am leichtesten aufgenommen. Beim Bild ist es beinahe umgekehrt: das Bild, das neu, überraschend uns überfällt, ist das Einprägsamste.

Hier hätte der Reklamepsychologe einzusetzen. Was prägt sich dieser Gesellschaftsschicht ein, für

die die Reklame bestimmt ist? An welches Bekannte, Geschätzte kann angeknüpft werden, um es in Beziehung zu der beabsichtigten Reklame zu bringen?

Im Anfang war das Wort, und auch am Ende wird das Wort sein. (Worte sind dauerhafter als politische Mächte! Cornelius Gurlitt.) Und dennoch! Wie hohl, kahl und nüchtern, wie phantasielos wirkt der Wort- und Sprachschatz der Reklamer! Zu verwundern ist es nicht. Die Künstler oder auch nur die Kunsthandwerker der Sprache wenden sich in Deutschland nicht der Reklame zu — oder doch nur sehr, sehr vereinzelt. Das Sprachgefühl ist nicht sehr entwickelt, selbst bei Gebildeten. So kommt es, daß die Reklamesprache auf einem ziemlich niedrigen Niveau steht, während das Reklamebild, von ersten Künstlern und Kunstgewerblern geschaffen, einen hohen Rang einnimmt.

Daß man dem Reklamegedächtnis der Kunden durch Wiederholung des Angebots aufhelfen muß, braucht wohl an dieser Stelle nicht näher ausgeführt zu werden.

Nun noch ein Wort über die schon wieder etwas abflauende Amerikanerei: Es bedeutet wirklich wenig psychologischen Einblick in die deutsche Volksseele, wenn man englische Texte übersetzt und für Deutschland verwendet oder auch nur die Methoden dieser Reklame anwendet. Der Amerikaner scheint tatsächlich ein viel intensiveres Interesse für Reklame zu haben als der Deutsche. Das Reklamegedächtnis des Amerikaners ist größer.

Der Deutsche merkt sich viele Reklameanliegenheiten wohl absichtlich nicht, er will sich sein Gehirn mit »derlei Kram« nicht belasten. Es ist darum viel schwieriger, in Deutschland erfolgreich Reklame zu machen als in Amerika. Amerika ist ein an geistigen Erlebnissen armes Land, eine originelle Reklame hat es dort viel leichter, Sensation zu werden. *Der Amerikaner ist auf die Reklame neugierig, der Deutsche vor ihr auf der Hut.*



LEITSÄTZE

FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER FORMATNORMUNG IN DER GRAPHISCHEN INDUSTRIE,

aufgestellt vom Normenausschuß für das graphische Gewerbe, unter Mitwirkung des Reichssparkommissars, des Normenausschusses der Deutschen Industrie, der Reichsdruckerei, des Vereins Deutscher Papierfabrikanten und des Verbandes Deutscher Papiergroßhändler.

Nachdem sich in den letzten Jahren die Fachkreise mit den Grundsätzen der Papierformatnormung vertraut gemacht haben, war es die Hauptaufgabe, den Verbraucherkreisen die Vorteile der Vereinheitlichung der Formate vor Augen zu führen und aufklärend zu wirken. Gute Fortschritte sind dabei gerade in der letzten Zeit durch das vom Normenausschuß für das Graphische Gewerbe, Leipzig, Ranftsche Gasse 14, kostenlos (in größerer Anzahl gegen geringe Berechnung) herausgegebene »Merkblatt über die Papierformatnormung« erzielt worden, und die Verwendung der Normformate im Geschäftsleben wächst von Tag zu Tag.

Da sich im Laufe der Zeit einige Unklarheiten herausgebildet hatten, machte sich eine Aussprache zwischen den Papierfabriken, den Händlern und den Verbrauchern nötig. Das Ergebnis dieser Besprechung, die am 26. August 1925 in der Reichsdruckerei, Berlin, stattfand und im Rahmen der seit Jahren feststehenden Bestimmungen der Formatnormung durchgeführt wurde, ist in den folgenden »Leitsätzen« zusammengefaßt:

1. Das Normformat hat sich allgemein als zweckmäßig und vorteilhaft erwiesen. Jede grundsätzliche Änderung an seinen festgesetzten Ausmaßen würde als Störung empfunden werden und muß daher unterbleiben.

Die Normformate sind auf dem Grundbogen der Formatreihe A, der einen Flächeninhalt von 1 qm hat, aufgebaut. Dieser Quadratmeterbogen gilt als Größe 0 im Format von 841 × 1189 mm, oder nach einfacher Teilung als Größe 1 mit 594 × 841 mm. Nähere Einzelheiten siehe DIN 476.

2. Das festgesetzte Bogenmaß A 0 von 841 × 1189 mm = 1 qm oder dessen Hälfte bleibt überall bestehen, wo eine weitere Bearbeitung nicht in Frage kommt.

Dies trifft überall zu, wo das Endergebnis der Verarbeitung ein leeres oder bedrucktes Blatt oder ein gefalzter nicht beschnittener, sondern nur durchgeschnittener Bogen ist.

3. Soweit Papiere im Normformat, die bei der weiteren Verarbeitung unbedingt einen Beschnitt erfordern, erzeugt, auf Lager gehalten und gehandelt werden, gilt für den Rohbogen der Vorrugsreihe A die Größe von 860 × 1220 mm. Das hierbei sich ergebende Mehrgewicht gegenüber dem Norm-*Urformat* geht zu Lasten des Käufers.

Beim Beschneiden ist genau darauf zu achten, daß kein größeres Format als das Normformat entsteht.

Die Festlegung des allgemein gültigen Formats für einen Rohbogen entspricht einem von Papiererzeugern, Papierhändlern und Druckern geäußerten Wunsch und dient sowohl der Vereinfachung im Handel als auch der leichteren Verarbeitung bei besserer Ausstattung. Der 860 × 1220 mm große Bogen bzw. ein Teilformat davon berücksichtigt den Greiferrand bei weit ausladendem Druck und ermöglicht bei beschnittener Ware das Einhalten der Normgrößen als Endformat mit genügender Genauigkeit.

4. Die Druckfläche soll nur so groß bemessen werden, daß keine größeren Bogen als 841 × 1189 mm für nicht zu beschneidende und 860 × 1220 mm für zu beschneidende Drucksachen nötig werden.

Es widerspricht dem wirtschaftlichen Ziele der Normung, die Druckfläche so weit auszudehnen, daß zum Druck größere als Normbogen verwendet werden müssen.

5. Als Endformate gelten die Normgrößen laut DIN-Blatt 476, Reihe A. Bei beschnittenen Erzeugnissen kann das Endformat der Größen A 0, A 1, A 2, A 3, A 4, und A 5 um 1,5 mm, bei den Größen A 6, A 7, A 8, A 9 und A 10 um 1 mm bei jedem Schnitt nach unten abweichen.

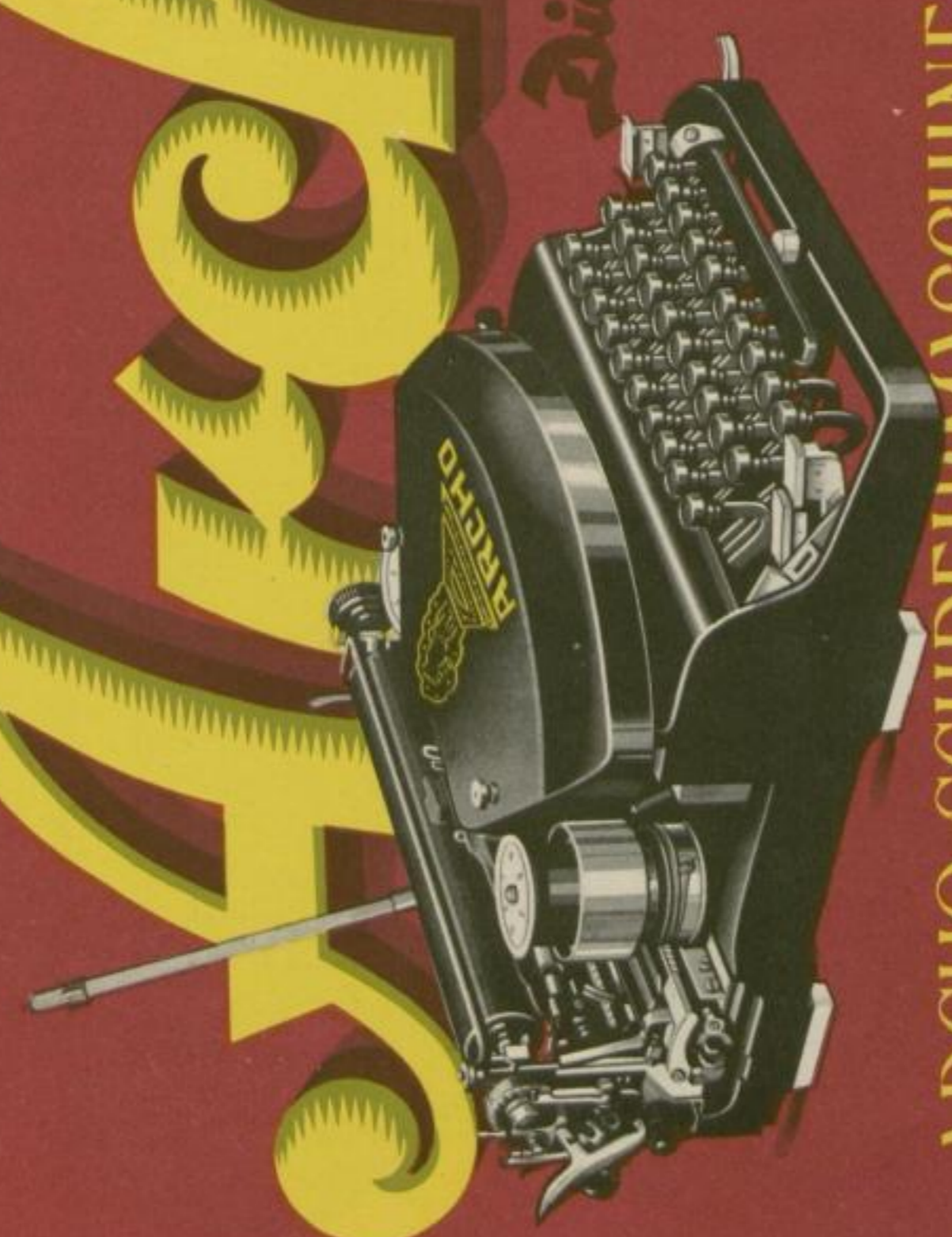
Ein Überschreiten der Normmaße ist unbedingt zu vermeiden.

Erfahrungsgemäß können bei gefalzten und beschnittenen Bogen geringe Abweichungen von den genauen Normgrößen trotz größter Sorgfalt nicht vermieden werden. Ein Höchstmaß dieser Toleranzen festzulegen, erscheint aus wirtschaftlichen wie aus rechtlichen Gründen notwendig.

Die Inanspruchnahme dieser Toleranzen soll indes nicht zur Regel werden und darf dem Streben nach Einhalten der genauen Normgrößen keinen Abbruch tun.

Archos

Die Bevorzugte!



ARCHO-SCHREIBMASCHINEN-COMPANY
WINTERLING & PFAHL * FRANKFURT A. M.

OFFSETDRUCK C. NAUMANN'S DRUCKEREI / FRANKFURT AM MAIN * ENTWURF: MAX HENZE-DESSAU

C. NAUMANN'S DRUCKEREI / FRANKFURT AM MAIN
GROSSETRIEB FÜR QUALITÄTSARBEITEN IN BUCHDRUCK, STEINDRUCK, OFFSETDRUCK
WERBEKRÄFTIGE ENTWURFE FÜR INDUSTRIE UND HANDEL AUS EIGENEM ATELIER



*C. NAUMANNS DRUCKEREI
FRANKFURT A.M.*

GEGRÜNDET 1821



WIRKSAME WERBEARBEITEN

FÜR

ALLE

ZWECKE

IN

BUCHDRUCK

STEINDRUCK

OFFSETDRUCK

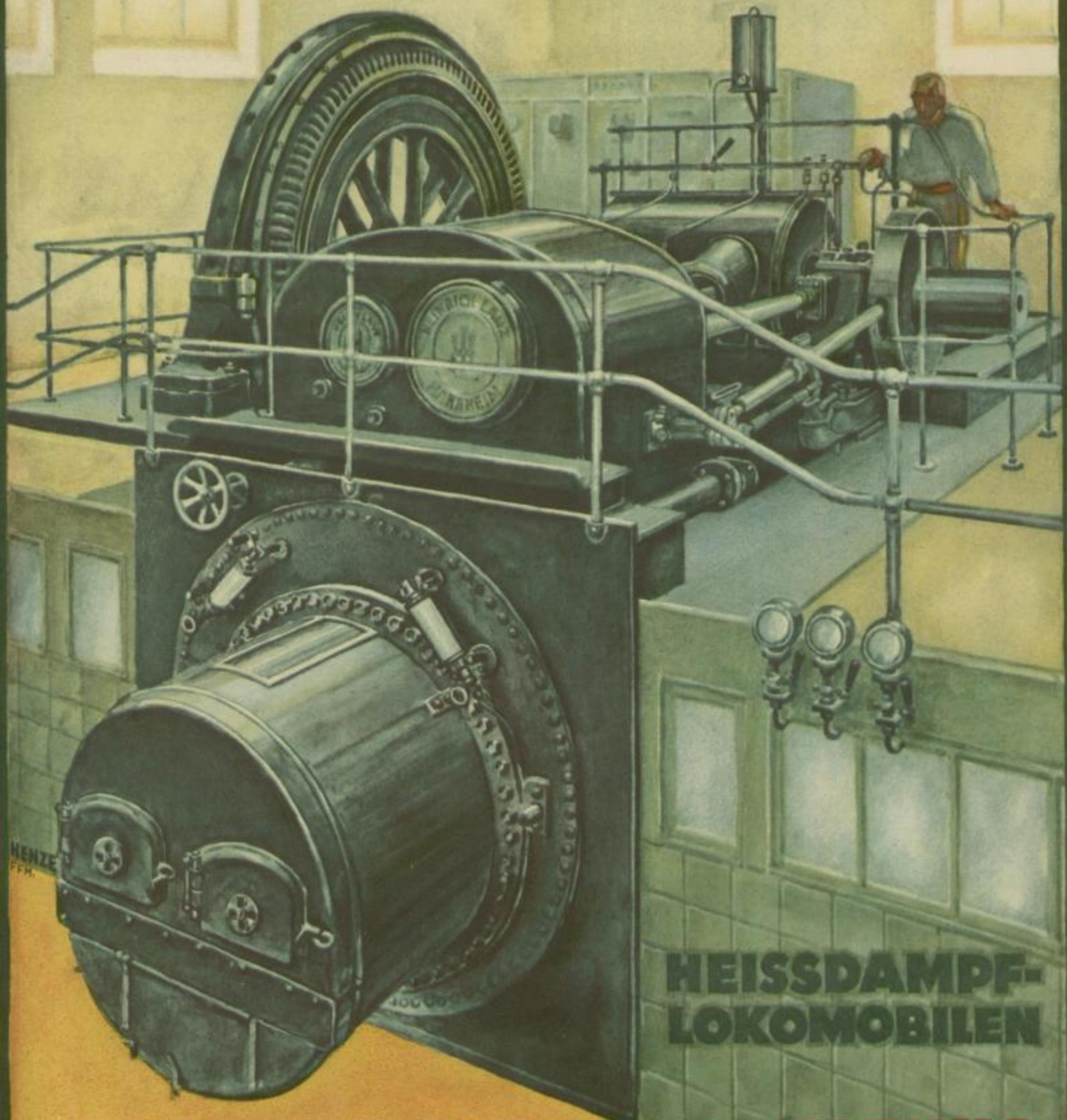


Sondergebiet seit 75 Jahren:

WERTPAPIERE

in bewährtem Sicherheitsverfahren

HEINRICH **LANZ** MANNHEIM



HEISSDAMPF-
LOKOMOBILEN

ZWISCHENDAMPF-VERWERTUNG
> ABDAMPF-VERWERTUNG <

OFFSETDRUCK C. NAUMANN'S DRUCKEREI / FRANKFURT AM MAIN · ENTWURF: MAX HENZE-DESSAU



*C. NAUMANN'S DRUCKEREI
FRANKFURT A.M.*

GEGRÜNDET 1821



WIRKSAME WERBEARBEITEN

FÜR

ALLE

ZWECKE

IN

BUCHDRUCK

STEINDRUCK

OFFSETDRUCK



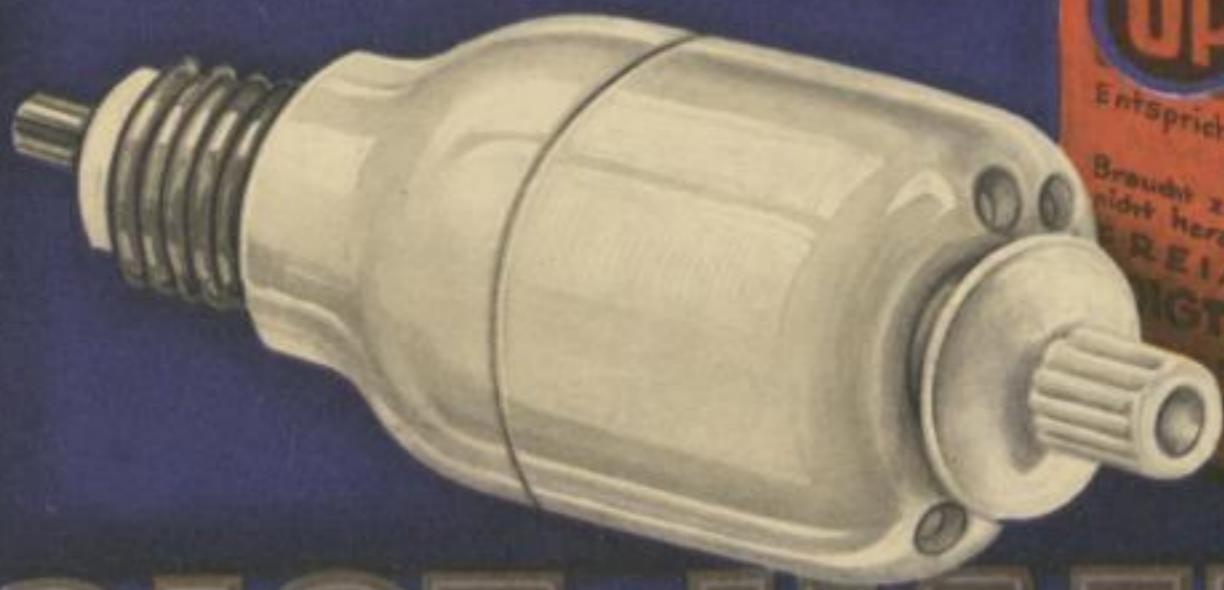
Sondergebiet seit 75 Jahren:

WERTPAPIERE

in bewährtem Sicherheitsverfahren

ZUM AUSSCHALTEN KEIN HERAUSSCHRAUBEN ERFORDERLICH!
FREIAUSLÖSUNG!

STÖPSELSELBSTAUSSCHALTER "UP"



VOIGT & HAEFFNER
AKTIENGESELLSCHAFT
FRANKFURT AM MAIN

HENZE

OFFSETDRUCK C. NAUMANN'S DRUCKEREI / FRANKFURT AM MAIN • ENTWURF: MAX HENZE-DESSAU



*C. NAUMANN'S DRUCKEREI
FRANKFURT A.M.*

GEGRÜNDET 1821



WIRKSAME WERBEARBEITEN

FÜR

ALLE

ZWECKE

IN

BUCHDRUCK

STEINDRUCK

OFFSETDRUCK



Sondergebiet seit 75 Jahren:

WERTPAPIERE

in bewährtem Sicherheitsverfahren

M A R K T K U N D E



Regierungsbezirk Wiesbaden

IN der gesamten Fachpresse ist ein Gebiet bisher ziemlich stark vernachlässigt worden, und zwar das der Marktkunde, obwohl eine genaue Marktkennntnis die Voraussetzung jedes Reklameerfolges ist. Wir beginnen deshalb hier eine Reihe von Veröffentlichungen, die sich mit diesem Thema beschäftigen sollen, und zwar bringen wir zunächst die Industriegliederung des Deutschen Reiches.

Die jetzt erscheinende Reihe von Gruppenheften gibt einen willkommenen Anlaß dazu. Als Gliederungsgrenze nehmen wir der Übersichtlichkeit halber die Grenzen der Regierungsbezirke. Das bedeutet einen Mangel, denn die Wirtschaftsgrenzen verlaufen anders als die Verwaltungsgrenzen. Aus diesem Grunde sind beim Regierungsbezirk Wiesbaden, zu dem Frankfurt gehört, die Städte Offenbach, Hanau und Darmstadt, die mit Frankfurt in engster Wirtschaftsgemeinschaft stehen, aber zum Regierungsbezirk Hessen gehören, in die vorliegende Statistik mit einbezogen worden.

Es kommt bei diesen Statistiken zunächst nur darauf an, den prozentualen Anteil an der Gesamtindustrie Deutschlands in dem behandelten Gebiet (also die Standortsquote) festzustellen.

DER HERAUSGEBER

DIE INDUSTRIE IM REGIERUNGSBEZIRK WIESBADEN

unter Hinzuziehung der Städte Offenbach, Hanau und Darmstadt

BEARBEITET VON INGENIEUR DR. KARL NOHLE

Wissenschaftlicher Hilfsarbeiter an der Handelskammer Berlin

VON dem Gedanken ausgehend, daß es für den Reklamefachmann und Kaufmann von Wichtigkeit ist, für jedes Gebiet Deutschlands zu wissen, welche Gewerbegruppen jeweils führend sind, befassen sich die folgenden Untersuchungen zunächst nur mit der Produktion selbst. Der Übersichtlichkeit halber sind vorläufig Handel und Konsum in diese Statistik nicht einbezogen. Es sind von der Statistik diejenigen Betriebe erfaßt, die in der Regel min-

destens 10 Arbeiter beschäftigen, oder in denen durch elementare Kraft wie Dampf, Wind, Wasser, Gas, Luft, Elektrizität bewegte Triebwerke (Motore) zur Verwendung kommen. Es scheiden also alle Kleinbetriebe, soweit sie nicht mit Motoren arbeiten, aus. Die Statistik erfaßt daher das Handwerk nur zum Teil. Der Einteilung der einzelnen Gewerbegruppen ist die Einteilung der allgemeinen Reichsstatistik der Einheitlichkeit halber zugrunde gelegt.

Gewerbegruppe	Regierungsbezirk Wiesbaden					
	Betriebe			Arbeiter		
	Anzahl	Verh. zur Gesamtz. %	Standortsquote %	Anzahl	Verh. zur Gesamtz. %	Standortsquote %
Bergbau, Hütten, Salinen, Torfgräbereien	187	2,78	4,82	11 657	8,2	0,82
Industrie der Steine und Erden	652	9,67	3,86	15 183	10,7	3,07
Eisen- und Metallverarbeitung	612	9,06	1,86	14 178	9,95	1,99
Maschinen, Instrumente und Apparate	396	5,86	1,69	25 834	18,1	1,85
Elektrotechnische Industrie	53	0,80	2,22	5 752	4,05	3,85
Chemische Industrie	171	2,53	3,75	18 767	13,15	6,15
Spinnstoff-Industrie	69	1,02	0,51	2 049	1,44	0,27
Papier-Industrie	69	1,02	1,61	1 813	1,27	0,9
Leder-, Gummi- und Asbest-Industrie	134	1,98	3,86	4 561	3,21	3,71
Holz- und Schnitzstoffe	752	11,13	1,76	6 471	4,55	1,39
Nahrungs- und Genußmittel	2 134	31,45	2,13	11 035	7,75	1,71
Bekleidungsgewerbe	884	13,06	1,95	11 735	8,24	2,94
Reinigungsgewerbe	131	1,93	3,1	1 535	1,08	3,82
Baugewerbe	214	3,17	1,72	3 528	2,49	1,56
Graphisches Gewerbe	247	3,65	2,85	5 783	4,06	3,05
Gas- und Elektrizitätserzeugung	58	0,87	1,75	2 236	1,57	2,29
Sonstige Gewerbe	12	0,02	0,64	267	0,19	1,2
Insgesamt	6 775	100,00	2,09	142 384	100,00	1,9

Gewerbegruppe	Frankfurt a. M. (Stadt)				Offenbach (Stadt)			
	Betriebe		Arbeiter		Betriebe		Arbeiter	
	Anzahl	Standortsquote %	Anzahl	Standortsquote %	Anzahl	Standortsquote %	Anzahl	Standortsquote %
Bergbau, Hütten, Salinen, Torfgräbereien	4	0,103	1 410	0,10	—	—	—	—
Industrie der Steine und Erden	50	0,297	1 396	0,283	1	0,006	137	0,028
Eisen- und Metallverarbeitung	285	0,868	16 807	2,36	102	0,312	4 506	0,631
Maschinen, Instrumente und Apparate	181	0,773	7 487	0,536	31	0,132	3 304	0,237
Elektrotechnische Industrie	47	1,97	5 713	3,81	7	0,293	282	0,188
Chemische Industrie	67	1,08	1 736	0,572	31	0,49	2 269	0,744
Spinnstoff-Industrie	25	0,186	592	0,078	9	0,067	194	0,026
Papier-Industrie	41	0,96	917	0,458	22	0,515	364	0,182
Leder, Gummi und Asbest	69	1,99	2 721	2,22	173	4,98	7 175	5,85
Holz- und Schnitzstoffe	145	0,338	1 982	0,425	61	0,142	990	0,212
Nahrungs- und Genußmittel	768	0,77	4862	0,755	108	0,108	647	0,100
Bekleidungsgewerbe	542	1,2	9 011	2,30	94	0,208	3 022	0,772
Reinigungsgewerbe	69	1,65	966	2,40	6	0,143	51	0,127
Baugewerbe	112	0,903	2 404	1,065	47	0,378	988	0,439
Graphisches Gewerbe	142	1,64	4 693	2,48	24	0,277	691	0,364
Gas- und Elektrizitätserzeugung	6	0,181	1 228	1,26	2	0,060	369	0,378
Sonstige Gewerbe	10	0,533	199	0,89	—	—	—	—
Insgesamt	2563	0,81	63 939	0,856	718	0,221	24 989	0,334

Gewerbegruppe	Hanau (Stadt)				Darmstadt (Stadt)			
	Betriebe		Arbeiter		Betriebe		Arbeiter	
	Anzahl	Standortsquote ‰	Anzahl	Standortsquote ‰	Anzahl	Standortsquote ‰	Anzahl	Standortsquote ‰
Bergbau, Hütten, Salinen, Torfgräbereien . . .	—	—	—	—	—	—	—	—
Industrie der Steine und Erden	28	0,166	280	0,057	—	—	—	—
Eisen- und Metallverarbeitung	101	0,310	2 629	0,369	48	0,146	987	0,138
Maschinen, Instrumente und Apparate	29	0,124	103	0,007	49	0,209	2 591	0,186
Elektrotechnische Industrie	8	0,335	194	0,129	10	0,042	138	0,092
Chemische Industrie	8	0,129	409	0,134	19	0,305	2 737	0,91
Spinnstoff-Industrie	3	0,022	54	0,007	8	0,06	176	0,024
Papier-Industrie	6	0,140	384	0,192	6	0,14	354	0,177
Leder-, Gummi- und Asbest-Industrie	2	0,058	648	0,527	5	0,144	44	0,036
Holz- und Schnitzstoffe	27	0,063	755	0,162	70	0,163	1 181	0,252
Nahrungs- und Genußmittel	105	0,105	774	0,12	200	0,200	507	0,079
Bekleidungsgewerbe	49	0,108	212	0,054	126	0,278	651	0,166
Reinigungsgewerbe	3	0,072	29	0,072	9	0,215	71	0,177
Baugewerbe	8	0,064	131	0,058	63	0,506	1 147	0,509
Graphisches Gewerbe	9	0,104	665	0,351	26	0,299	512	0,270
Gas- und Elektrizitätserzeugung	2	0,060	80	0,082	3	0,09	431	0,441
Sonstige Gewerbe	—	—	—	—	1	0,0533	10	0,045
Insgesamt	388	0,120	7 595	0,102	643	0,198	11 537	0,154

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

Jahoda & Siegel, Wien

sendet uns einen Almanach für das Jahr 1926, der gemäß unserer Kalenderbesprechung in Heft 1 in allen Teilen eine »1« bekommt!

Schelter & Giesecke in Leipzig

sendet uns als Neujahrsgruß »Das Märchen von den Zwölfen mit der Post« von C. A. Andersen. Die Druckausführung überwachte Prof. Belwe in Leipzig, gesetzt wurde es in der Schneider-Schwabacher, den Buchschmuck zeichnete und schnitt Ellen Beck in Düren, gedruckt wurde es auf Zerkall-Bütten in der Hausdruckerei von Schelter & Giesecke in Leipzig. Wenn ich hier nun gemäß unserer Zensurierung wieder »1« sagen soll, so klingt mir das doch zu wenig sagend und zu trocken, denn das Büchlein ist wirklich wunderschön!

L. C. Wittich'sche Hofbuchdruckerei in Darmstadt

Kalender für das Jahr 1926, Entwurf und Text von Dr. Hermann Bräuning-Oktavio. In der bibliophilen Ausführung dieses Kalenders dokumentiert sich die herstellende Firma als eine Qualitätsdruckerei allerersten Ranges.

Ludwig & Mayer, Schriftgießerei in Frankfurt a.M.

Anlässlich des 50jährigen Bestehens widmet Herr Richard Ludwig seinem Vater Jean Noé Carl Jacob Ludwig, dem Gründer der Firma Ludwig & Mayer, eine kurz gefaßte Geschichte seines Hauses. Sie ist gesetzt aus der Werkfraktur von Lorenz Reinhard Spitzenfeil, gedruckt in der Hausdruckerei von Ludwig & Mayer, mit Zeichnungen von Willi Harwerth in 1000 nummerierten Exemplaren auf Zerkall-Bütten. Die Hausdrucke der deutschen Schriftgießereien stellen an sich schon eine Sonderklasse deutscher Druckerzeugnisse dar, und unter diesen steht das hier vorliegende Heftchen mit in erster Reihe. — Zu ihrem Jubiläum seien auch Ihnen unsere herzlichsten Glückwünsche dargebracht!

Verlag Walter de Gruyter & Co., Berlin.

»Skizzen aus der Geschichte der seinen Aufbau bildenden ehemaligen Firmen nebst einem Lebensabriß Dr. Walter de Gruyter's« von Dr. Gerhard Lüdtkke. Diese kurzen biographischen Skizzen der Firmen: vorm. G. J. Göschen'schen Verlagsbuchhandlung, J. Guttentag, Verlags-

buchhandlung, Georg Reimer, Karl J. Trübner, Veit & Comp. geben nicht nur eine Entwicklung des Verlags, sondern bilden gleichzeitig ein Stück Geschichte des deutschen Buchhandels überhaupt.

Günther Wagner, Hannover

»Schrift, ihre Gestaltung und Entwicklung in neuerer Zeit.« Versuch einer zusammenfassenden Schilderung von F. H. Ehmcke. Unter den Schriftkünstlern, welche das deutsche Schriftwesen aus der Versumpfung der achtziger und neunziger Jahre herausgehoben haben, steht Professor Ehmcke mit an führender Stelle. Seine verschiedentlichen Ausführungen gehen immer mit wissenschaftlicher Gründlichkeit auf das Wesen der Schrift ein, und so ist auch diese Neuerscheinung aus Ehmckes Feder ein Dokument seiner großen Sachkenntnis und für jeden, der Freude an Schrift und Schriftgestaltung hat, eine wertvolle Bereicherung.

Verlag Lambert Schneider, Berlin

In diesem Verlage erschienen vier Schriften von Professor F. H. Ehmcke, und zwar über seine hauptsächlichsten Schriftschöpfungen: die Ehmcke-Antiqua, Ehmcke-Rustika, Ehmcke-Kursiv, Ehmcke-Fraktur, Ehmcke-Schwabacher. Die Schriftproben, welche die Schriftgießereien seinerzeit bei dem Erscheinen dieser Schriften herausbrachten, waren im allgemeinen nur für Druckereien bestimmt, da sie ja in der Hauptsache nur dazu dienen sollten, den Verkauf dieser Schriften zu propagieren. Es ist deshalb eine ganz gute Idee, das Wesentlichste dieser Schriftproben in Broschürenform mit einführendem Texte zusammenzufassen und dadurch weiteren Kreisen, die ebenfalls Interesse für die gute Schrift haben, zugänglich zu machen. Ausstattung und Druckausführung sind so gut, daß sie auch jedem Bücherfreunde eine willkommene Gabe sind.

Die Schriftgießerei D. Stempel, Frankfurt a. M. sendet uns die Schriftprobe ihrer Schreibschrift »Feodora«, eine außerordentliche graziöse und elegante Schrift; des weiteren die Schriftprobe »Caslon-Gotisch«, eine ausgezeichnete Brotschrift.

Die Bauersche Gießerei in Frankfurt a. M.

schickt eine Schriftprobe der lichten Weiß-Fraktur, ebenfalls eine sehr zu empfehlende Schrift.

Die gleiche Schriftgießerei brachte auch die Bernhard-Schönschrift heraus, eine sehr elegante Zierschrift, die sich besonders für Festdrucksachen, für Kartenschrift und modische Reklame eignet.

Der Verlag für bargeldlosen Zahlungsverkehr, Robert Gürgens, Berlin C 19

Mit der Sparkassenwerbung befassen sich in einer Broschüre Dr. Joseph Hoffmann und Dr. Heinz Luedicke. »Der Pfennig muß es bringen« heißt diese Schrift. Ja, ja, wir müssen eben wieder von unten anfangen! Jedenfalls ist es aber gut, daß auch die Sparkassen endlich Wert und Wichtigkeit der Reklame begriffen haben!

Der Herner Anzeiger, Herne i. Westf.

sendet uns eine Anzahl Drucksachen, die in Idee und Verwendung der typographischen Mittel recht originell sind. Die eingefügten Zeichnungen von Pindur können mich allerdings nicht restlos befriedigen. Im ganzen sind die Drucksachen aber ein durchaus brauchbares Werbematerial.

Das Messeamt für die Mustermessen in Leipzig

Die Werbedrucksachen der Leipziger Messe waren von jeher in künstlerischer und werbertechnischer Ausführung sehr gut, und so ist auch die uns heute vorliegende neue Kollektion von Werbedrucksachen in jeder Hinsicht muster-gültig.

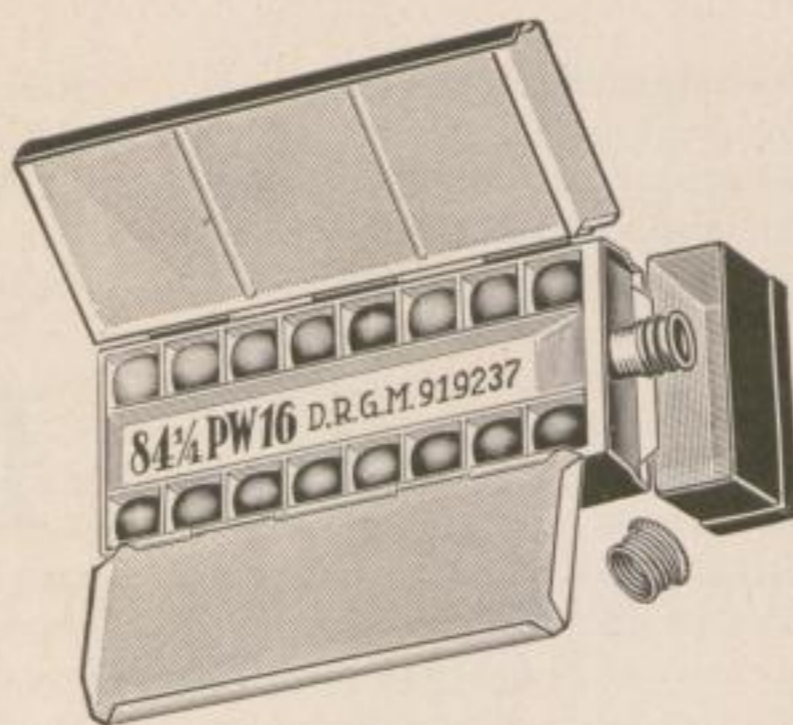
»Der Hund«. Verlag Gersbach & Sohn, G.m.b.H., Berlin W 35

Mit einem guten Plakat von Köppe kündete die Zeitschrift »Der Hund« ihr Erscheinen an, außerdem verwendete der Verlag zu seiner Einführung in Berlin eine recht geschickte Straßenreklame. Auf einem Wagen wurde eine sehr gut modellierte Dogge in fünffacher Überlebensgröße durch die Straßen gefahren. Die Zeitschrift wendet sich an alle Hundefreunde, und da sie gute Reklame gemacht hat, verehrte Fachgenossen, soweit ihr Hundebesitzer seid: Lest den Hund!

Frenzel.



Die Firma *Redeker & Hennis A.G.* in Nürnberg, Fabrik feiner Künstlerfarben und Tuschen, bringt den nebenstehend abgebildeten, außerordentlich praktischen Aquarell-Farbkasten auf den Markt. Der Aquarellkasten ist besonders zum Skizzieren im Freien praktisch, da Wasserflasche und ein Pinsel-Waschgefäß mit dem Kasten fest verbunden sind. Der Kasten ist trotzdem außerordentlich handlich. Wer also von den lieben Kollegen bei dem schönen Frühlingswetter Naturstudien im Freien machen will, bediene sich dieser recht praktischen Neuerung.



DIE HAUS- UND WERKZEITSCHRIFT

bürgert sich als Werbemittel immer mehr ein. Namentlich Unternehmungen mit größerem Abnehmerkreis schaffen damit ein wertvolles und die gesamte Werbearbeit gut unterstützendes Bindeglied zwischen sich und ihren Geschäftsfreunden. Wer nun an die Herausgabe einer eigenen Zeitschrift denkt, wird sich gewiß an das alte Reklamesprichwort halten: »Siehe nach, wie die anderen es machen und mache es — besser!« Das gilt für die Ausstattung, für die Illustration, für den textlichen Inhalt. Im Zeitalter der Gesetze und Verordnungen ist es aber zu natürlich, daß auch der harmlose Herausgeber einer unpolitischen und keinem eigenen Erwerbszweck dienenden Hauszeitschrift durch eine Fülle der verschiedensten Vorschriften gebunden ist. Welche Gesetze sind dabei

zu beachten? Hauptsächlich das Pressegesetz und das Verlagsgesetz, dann die Gewerbeordnung und das BGB., sogar das Strafgesetzbuch enthält einige Paragraphen, die dem Verantwortlichen der Hauszeitschrift verhängnisvoll werden können. In Anbetracht dessen, daß das Studium all dieser Gesetze höchst umständlich ist und wertvolle Zeit kostet, ist ein kürzlich im Verlage der Vereinigung der Elektrizitäts-Werke, Berlin, erschienenen Büchlein sehr zu begrüßen, das den Titel führt: »Rechtsbeachtliche Richtlinien für die Herausgabe einer Werkszeitschrift.« Die Abhandlung stammt von einem Fachmann des Verlagsrechtes, dem Berliner Syndikus Ebner, und wird an Interessenten von der genannten Vereinigung gegen Berechnung von Mk. 2. — abgegeben.

Mercator

DIE FARBIGEN GLASFENSTER DES STEPHANEUMS ZU ASCHERSLEBEN

Über die von Professor Walther Buhe in Leipzig geschaffenen Glasfenster des Stephaneums zu Aschersleben ist eine ausgezeichnete Publikation erschienen, zu der Professor Schultze/Naumburg, ein Vorwort geschrieben hat

Auf zwei farbigen Tafeln werden die Fenster selbst gezeigt. Professor Schultze/Naumburg sagt in seinem Vorwort, Buhe habe es meisterlich verstanden, bei diesen Arbeiten zwischen Scylla und Charybdis den Weg zu finden, das heißt die Klippe des Archaisierens zu vermeiden, wie es bei einer so alten Kunst und dem notwendig engen Anschluß an ihre Technik nahe liegt, andererseits aber doch die ganze Tradition, wie sie uns als unentbehrlicher

Führer überkommen ist, nicht nur zu benutzen, sondern auch voll auszunutzen. In diesen Sätzen ist alles, was man zum Lobe der Buheschen Arbeit sagen kann, ausgedrückt. Die ausgezeichnete Publikation, die in nur 500 Exemplaren in den Werkstätten der Staatlichen Akademie für graphische Künste und Buchgewerbe hergestellt wurde, ist zum Preise von 1,50 M. durch das Sekretariat der Akademie, Leipzig, Wächterstraße 11, zu beziehen.



B · D · G

MITTEILUNGEN DES BUNDES DEUTSCHER GEBRAUCHSGRAPHIKER E.V.

Schriftleitung der B.D.G.-Mitteilungen: Lucian Zabel, Berlin
Geschäftsstelle der Bundesleitung: Berlin SW11, Königgrätzer Straße 80¹

BERICHTIGUNG

Herr *Rudolf Koch* teilt mit, veranlaßt durch meine Besprechung seiner in Gemeinschaft mit Friedr. Heinrichsen herausgegebenen Schrifttafeln, daß Lob und Tadel beiden Autoren zu gleichen Teilen gebührt. Wie er schreibt, sind die seinem Mitarbeiter F. Heinrichsen zur Last gelegten, ungünstig beurteilten Blätter zur Hälfte von ihm und ein erheblicher Teil der ihm zugeschriebenen, sehr gelobten Blätter von Heinrichsen. Der entstandene

Irrtum hinsichtlich der Autorschaft wäre verhindert worden, wenn die Tafeln einzeln signiert wären. Auch jetzt, nach dieser Berichtigung, sind wir nicht viel klüger, und wir sehen nur den überwiegenden Einfluß der Persönlichkeit Kochs bestätigt, der sehr schwer Meister- und Mitarbeiterleistung unterscheiden läßt. Am ausgesprochenen Urteile hinsichtlich Lob und Tadel ändert diese Feststellung nichts.

Wieynck

SPRACHGEBRAUCH, GESETZ UND GERICHT

DR. ERNST JACOBSON

RECHTSANWALT UND NOTAR IN BERLIN

I.

VON der Sprache und ihrem Leben, ihrer Fortbildung und von ihren Abwegen soll nicht gehandelt werden. Sondern vom Sprachgebrauch. Das ist die Münze, die von dem Verkehrsbedürfnis geschaffen wird, um Begriffe gangbar auszudrücken und an den Mann zu bringen. Solche sprachliche Münze braucht weder gefällig noch wertvoll zu sein. Nur ein Gepräge muß sie haben. Jeder, den es angeht, muß wissen, was er sich unter gewissen Redewendungen, Bezeichnungen und dergleichen zu denken habe. Auf das Woher kommt es dabei

wenig an, auch nicht, ob der Gebrauch noch der Sprache gemäß ist. Der Verkehr diktiert den Sprachgebrauch, wie eine Bürokratie ihre Gebote und Verbote. Als Bürokratie der Sprache teilt der Sprachgebrauch die Vorzüge und Schwächen eines solchen. Die strenge Regelmäßigkeit wird zur Starrheit und erscheint der überholenden Entwicklung als altmodisch und zopfig.

Es ist nicht die Absicht dieses Aufsatzes, solchen Zöpfen mit der Schere zu nahen, er bescheidet sich, sie einer näheren Betrachtung zu unterziehen.

II.

Dazu setzen wir uns, wie die Überschrift gestattet, auf den Stuhl des Richters und lassen Sitte und gesellschaftlichen Verkehr ihr Wesen treiben; denn Gesetz und Gericht haben es nur mit Geschäften zu tun.

Man sollte meinen, es gäbe nichts Gradlinigeres als das Geschäft, und der kaufmännische Sprachgebrauch müßte ein Muster an Einfachheit und Bestimmtheit sein. Aber es ist noch nicht so lange her, daß der Kaufmannsbrief sich mit Bogen und Schnörkeln präsentierte, und wenn solche Ziererei auch gegen die Mechanik der Schreibmaschine nicht mehr aufkommt, so hat der Handelsverkehr und er nicht allein, gewisse Umschreibungen, die gegen die Nüchternheit des Zweckes wie eine verstaubte, steifleinene Grandezza wirken, beibehalten. Wenn es zum Streit kommt, ist es damit allerdings vorbei. Der Richter muß jedes Ding beim rechten Namen nennen. Dazu muß er es aber erst recht erkennen.

III.

Exempla docent: worauf wir hinzielen, mögen Beispiele klären. Und zwar ist es billig, daß der Jurist zuerst vor der eigenen Tür kehrt:

Der Anwalt bestätigt die Annahme eines Mandats, er vertritt seinen Mandanten und redet von seinen Klienten. Klienten sind zu deutsch Schutzbefohlene, ein Begriff, der unserer geltenden Gesetzgebung überhaupt fremd ist. Mandat heißt Auftrag, und der ist nach § 662 des Bürgerlichen Gesetzbuches unentgeltlich, während der Anwalt einen Gebührenanspruch hat, der übrigens mit der Schutzbefohlenheit auch nicht gerade harmoniert. So haben sich in der Tat die Juristen den Kopf darüber zerbrechen müssen, was das Mandat des Anwalts für ein Vertrag sei. Denn ehe darüber nicht Klarheit herrscht, ist nicht auszumachen, nach welchen gesetzlichen Bestimmungen die Rechte und Pflichten hüben und drüben festzusetzen sind. Daß § 662 BGB — Auftrag — ausscheidet, haben wir schon gesehen. Dann wurde erwogen, daß der Anwalt auch keine Verpflichtung im Hinblick auf ein Ergebnis seiner Arbeit übernehme. So blieb nur der Dienstvertrag nach §§ 611 ff. BGB. Also hätte der Anwalt aus seiner Rechtskenntnis heraus begründeten Anlaß, von seinen Dienstherrn und von sich als deren ergebener Diener zu sprechen. Dabei würde er sich nicht einmal in schlechter Gesellschaft befinden. Denn auch der Meister, der seine Schüler um sich versammelt, ist nach dem

Gesetz, weil er sein Honorar bekommt, ohne Gnade im gleichen Sinne wie der Anwalt ein Diener seiner Schüler, die seine Dienstherrn sind. Und nicht einmal das Honorar besteht vor dem Gesetz: Zwar heißt es in §§ 612 ff. BGB. nicht gerade Dienstlohn, aber es muß sich mit dem farblosen Titel »Vergütung« begnügen.

Die Beispiele dieser guten Gesellschaft ließen sich mehren. Schließlich war sogar der alte Fritz gar kein schlechter Jurist, als er sich den ersten Diener seines Staates nannte. Und der Präsident einer Republik hätte wohl noch mehr Recht dazu. Aber natürlich spielen in diesen Höhen staatsrechtliche Gesichtspunkte ihre Rolle, so daß es besser dahingestellt bleibt, ob die Herren *Volksbeauftragten* bei der Wahl ihres Namens gute Juristen gewesen sind.

IV.

So wenig es verbreitet sein dürfte, unentgeltlich für seine Mitmenschen zu arbeiten, soweit solche nicht besonders nahestehen, so beliebt erscheint es doch, sich als den Beauftragten zu fühlen oder doch zu bezeichnen. Der Kaufmann ist sich gewiß nicht im Unklaren darüber, daß er seine Ware einkauft und verkauft, und daß diese Kaufverträge durch Vertragsangebot und dessen Annahme zustande kommen. Er bestätigt aber »den ihm gütigst erteilten Auftrag«, gibt Kommissionskopien und führt sein Ordrebuch, nur die rechtlich zutreffende Bezeichnung Angebot oder Offerte lebt als mehr oder weniger spärliche Ausnahme

Für den Richter bedeutet das alles nicht mehr als ein Spiel mit Worten, und es ist für seine Aufgabe des Schlichtens und Richtens harmlos, weil ihm und den Parteien eindeutig bleibt, was tatsächlich und rechtlich gemeint ist.

Probleme entstehen aber, wenn der Sprachgebrauch zu schillern beginnt oder mit der Sprache des Gesetzes in Gegensatz gerät. Die Veranschaulichung durch ein Beispiel lenkt auf das Gebiet des kaufmännischen Titelwesens. Daß der Angestellte noch mit weißen Haaren der »junge Mann« heißt und sich, wenn er etwas mehr zu sagen bekommt, Geschäftsführer nennt, obwohl das Gesetz diesen Titel für den Vorstand der G. m. b. H. reserviert, und ähnliches bereitet dem Richter noch kein Kopfzerbrechen; denn der gesetzliche Begriff des Handlungsgehilfen bietet in seiner Allgemeinheit Raum, alle Grade und Abstufungen darunter zu begreifen. Wenn aber der kaufmännische Außendienst vor den Richter kommt, die Reisenden, Agenten, Kommissionäre unterschiedslos als Vertreter, General-

vertreter, Repräsentant oder dergleichen bezeichnet sind, so wird erst eine Prüfung der höheren oder minderen Selbständigkeit, der Art der Tätigkeit in Verbindung mit der von den Parteien gewählten Berechnung der Vergütung, Gehalt, Provision, Überspreis oder deren Kombinationen dem Richter ausreichenden Anhalt bieten, den gesetzlichen Tatbestand und die anwendbaren gesetzlichen Vorschriften zu finden. Dabei mag seine Mühe leicht den Anschein der Umständlichkeit erwerben, aber die Praxis der Prozesse lehrt, daß es z. B. keineswegs so leicht zu entscheiden ist, ob Anstellungsverhältnis oder Agenturvertrag vorliegt, obwohl die beiderseitigen Rechte und Pflichten, besonders die Frage der Kündigungs- und Auflösungsgründe, wesentlich verschieden sind.

V.

Auf seine ganze Selbstherrlichkeit, die ihm das Gesetz zum Recht, aber auch zur Pflicht macht, muß sich der Richter aber besinnen, wenn der Sprachgebrauch sich der Sprache des Gesetzes bedient, aber einen anderen Sinn damit verbindet: Da mietet z. B. jemand ein Theater, ein Restaurant oder sonst ein Unternehmen; Der Vertrag mag auch die Überschrift »Mietvertrag« tragen, und der Mieter glaubt, sich aus seinem Bürgerlichen Gesetzbuch und seiner dicken Sammlung von Mietnotrechts-Verordnungen über alle Fragen seines Vertrages zuverlässigen Rat holen zu können: bis ihn der Richter belehrt, daß der Vertrag sich rechtlicher Prüfung als Pachtvertrag darstellt und demgemäß ganz anders zu beurteilen ist, als die Vertragsparteien, soweit sie sich darüber Gedanken gemacht haben, im Sinne hatten.

Ein weiteres Beispiel bildet die nicht seltene Firmierung »Agentur und Kommission« und die entsprechende Bezeichnung der zugrunde liegenden Verträge. Die Kommission deutet regelmäßig auf ein Musterlager hin, nach dessen Beständen Lieferungsverträge für die Kommittentin abgeschlossen werden, und auch, wenn vom Musterlager verkauft wird, gehen die Fakturen auf den Namen

der Kommittentin. Das ist aber gerade das Gegenteil eines Verkaufs für fremde Rechnung im eigenen Namen, wofür das Handelsgesetzbuch den Begriff des Kommissionsgeschäftes reserviert hat. Und wieder wird der Richter vom Namen absehen und auf Wesen und Ziel des Vertragsverhältnisses zurückgehen müssen, um zu entscheiden, ob er Gesetzesvorschriften über Dienstverhältnis, Verwahrung oder Geschäftsbesorgung (§ 675 BGB) anzuwenden habe.

VI.

Daß auch die Gebrauchsgraphiker zu dieser schwierigen Aufgabe, die täglich in unbegrenzten Variationen an sie herantreten, ihr gemessenes Teil beitragen, und sie dabei der Gefahr nicht entgangen sind, die Rechtsprechung auf schädliche Abwege zu leiten, ist im Vortrage des Verfassers dargelegt, den die »Gebrauchsgraphik« in ihrer Nr. 10 des 1. Jahrgangs veröffentlicht hat. Dort wurde richtiggestellt, daß urheberrechtliche Verträge auf Übertragung eines Vervielfältigungsrechts den Sprachgebrauch des Kaufgeschäfts nicht vertragen, und daß der Gebrauchsgraphiker Gefahr läuft, durch einen läßlichen Sprachgebrauch Rechte einzubüßen, die er nicht aus der Hand geben wollte, und z. B. wehrlos und ohne besondere Honorierung zusehen zu müssen, wie sein Prospektumschlag oder eine Textillustration zum Plakat vergrößert wird, für das die Zeichnung nicht berechnet ist und auch nicht paßt.

VII.

Trotz alledem mag der Geschäftsmann — und dazu gehört auch bis zu einem gewissen Grade der freie Beruf, sobald er seine Tätigkeit gegen Entgelt leistet — getrost weiter sprechen und schreiben, wie ihm der Schnabel gewachsen ist und auf die Pedanterie der Gesetzessprache keine Rücksicht nehmen. Aber typisch wiederkehrende Geschäfte sind passend für typische Geschäftsbedingungen, und in solchen ist allerdings darauf zu halten, daß die eigene Art des Geschäftes in der Gesetzesprache gekennzeichnet wird.

Frankfurter Zeitung

**DAS FÜHRENDE DEUTSCHE
WIRTSCHAFTSBLATT**

WÖCHENTLICH 19 AUSGABEN

6 REGELMÄSSIGE BEILAGEN

IN
4322 STÄDTEN
DES IN-UND
AUSLANDES

Schmale Epoche

Beachten Sie
diese wertvolle Ergänzung unserer
Epoche-Schriftenfamilie!

Benjamin Krebs Nachfolger / Frankfurt-M

XYLO-KRAFTLINIEN



BERLIN-BARMEN-HAMBURG

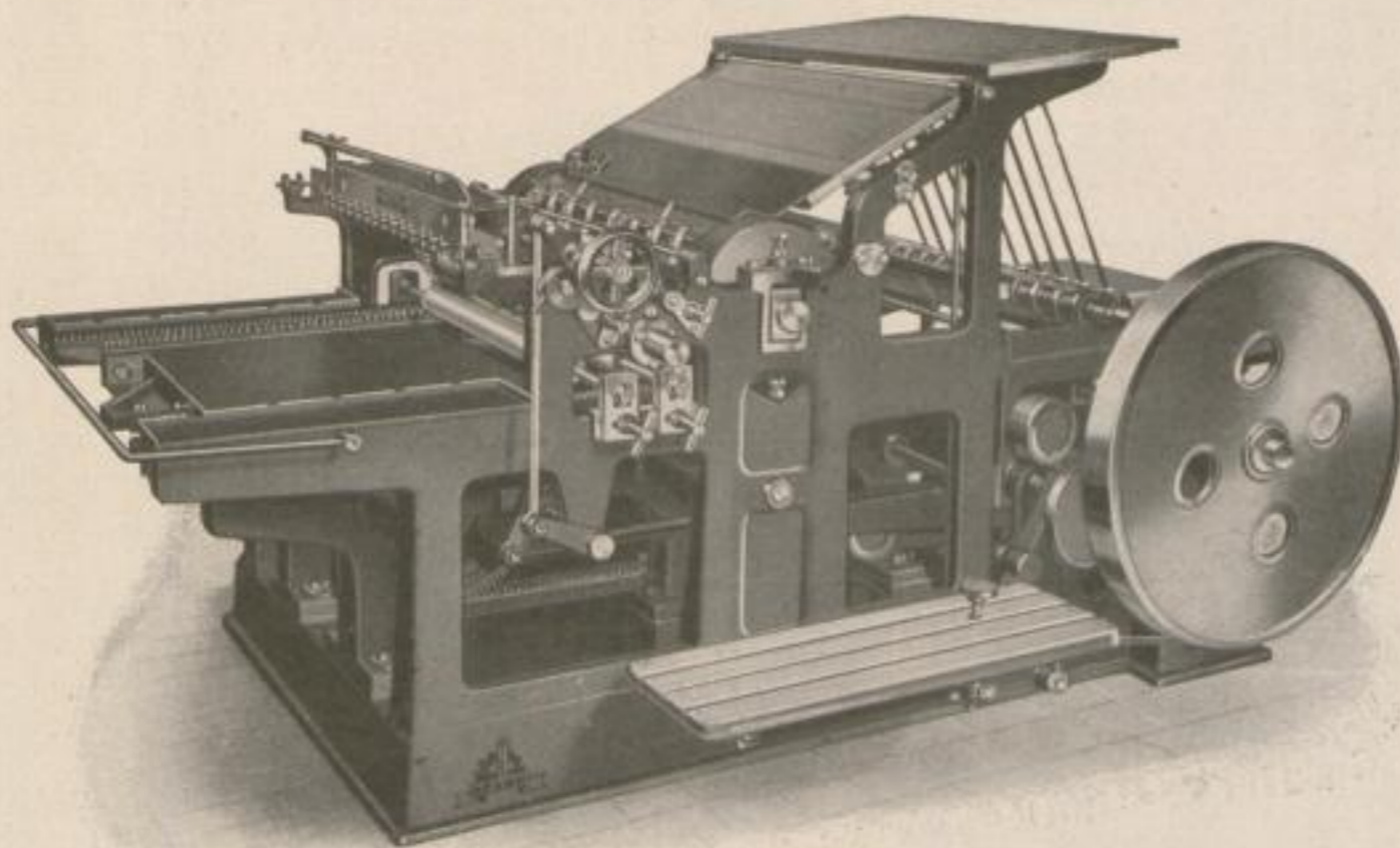
AMSTERDAM-BUDAPEST

LIEFERANTEN DIESER ZEITSCHRIFT

BERGER & WIRTH
FARBENFABRIKEN LEIPZIG

ACTIENGESELLSCHAFT
FÜR SCHRIFTGIESSEREI UND
MASCHINENBAU
OFFENBACH AM MAIN

Gegründet 1840



Schnellläufer „Fortschritt“ der Spezialtyp

SCHRIFTEN UND SCHMÜCK

für alle Bedürfnisse der täglichen Praxis nach bestbewährten eigenen Schnitten
in großer Auswahl / Vignetten / Ausschlußmaterial / Messinglinien / Utensilien
Vollständige Buchdruckerei-Einrichtungen werden in jedem Umfang geliefert

BUCHDRUCK-MASCHINEN

Schnellpressen modernster Bauart mit 2 oder 3 Auftragwalzen in verschiedenen
Normalformaten, Tiegeldruckpressen mit Teller- und Zylinderfarbwerk, Boston-
pressen mit kleinem, großem sowie ohne Farbwerk, Korrektur-Abziehapparate
Hilfsmaschinen, Holz- und Kleingeräte / Sonder-Angebote zu Diensten



INSERATE-AKQUISITION durch Brief-Propaganda

Mit kaum 10 Prozent Spesen

haben wir unseren großen Inseratebestand geworben und seit Bestehen unseres Blattes noch nie eine andere Methode der Propaganda für die Inseratewerbung benutzt.

Lesen Sie unsere Broschüren

98 und 108 Werbebriefe, welche nur Originalbriefe klischiert enthalten, sowie eine Einleitung „Ueber den Entwurf von Werbebriefen“. Preis (120 S.) 3,90 M. Der Entwurf von Werbebriefen, 2. Auflage, Preis 1,90 M.

Lesen Sie auch unsere Monatsschrift

„Der Organisator“, die im 7. Jahrgang ununterbrochen erscheint. Jedes Heft 96 Seiten. Einzelhefte 1,60 M. Jahresabonnement 16 M. Mit 5000 Auflage ein gutes Insertions-Organ in der kaufkräftigen Schweiz. Inserate und Beilagen.

VERLAG ORGANISATOR A.G., ZÜRICH
FÜR DEUTSCHLAND MUTH'SCHE VERLAGSBUCHHANDLUNG STUTTGART



Auch Email-Reklame-Aschenschalen

F. GUHL & CO.
FRANKFURT A-M



AUSSER QUALITÄTS-ERZEUGNISSEN IN KLISCHEES
JEDER AUSFÜHRUNGSART FERTIGEN WIR
OFFSET-REPRODUKTIONEN
EIN-UND MEHRFARBIG IN HÖCHSTER VOLLENDUNG

HINKLEIN

Handwritten text at the top of the page, possibly a title or header, which is mostly illegible due to fading.

Main body of handwritten text, consisting of several lines of cursive script. The text is very faint and difficult to read.

Farben voll Kraft und Wärme

für die vornehme

Packung / wie auch

für die besonders

hochwertigen

verschiedenen

Werbe-Drucke



GEBR. JÄNECKE & FR. SCHNEEMANN
KOMMANDITGES. AKTIEN · HANNOVER

Lichtgrün bläulich Fuchsiarosa HUCH Federfarbe C0** Fuchsiarot R Fuchsiaviolett

Werbedrucke

für
Industrie
und
Handel



Kunstanstalt **E. Herzog**, Mainz a. Rh.

Auch Sie
müssen Reklame machen!

Werbedrucke jeder Art von der
Adresskarte bis zum Plakat oder
umfangreichsten Katalog werden
künstlerisch bei uns ausgeführt

Verlangen Sie Vorschläge
von uns!

Kunstanstalt E. Herzog, Mainz
Buchdruck / Steindruck / Offsetdruck

Gegründet 1859

Schießgartenstraße 9^{1/10}

Telephon 237 u. 2156

Vorderseite 7-Farben-Offsetdruck



Originalaufnahme

Alt-Berlin

en!

ge

ainz
druck
2156

KUPFER-
TIEF-
DRUCK



ZDDZ
MANN
17

Deutsche
Tageszeitung

Buchdruckerei



Kaden & Comp., Dresden-N.

WETTINERPLATZ NR. 10 + FERNSPRECHER NR. 25261

MEHRFARBENDRUCK
AKZIDENZ-, ILLUSTRATIONS-DRUCK
KATALOGDRUCK



Meine Modelle!

...nur
**Inserat-
Entwürfe**
aber für alle Branchen!

Dürrenfeldt
Berlin S O 16 * Schmidstr. 33
Tel. Mpl. 13751

MARKEN-GESCHÄFTSPAPIERE - INSERATE -
PLAKATE - PROSPEKTE - KATALOGE - KALENDER -
PACKUNGEN - ETIKETTEN - MESSE - LICHTREKLAME

Höller
in
Zuhanden
in
Zuhanden

VON GRÖßTER WERBEKRAFT U. VORNEHMER WIRKUNG
SIE SIND BESTE UND LEBENSWÜRDIGE VERKÄUFER
PH. SEITZ - NORNBERG - EBENSEE - TELEFON 604

I C H S U C H E A U F T R Ä G E



AUF WERBEENTWÜRFE FÜR DIE INDUSTRIE
A H L E R S
BERLIN W. 57 ELSSHOLZSTR. 17 NOLLENDORF 6699

MONATLICH IN RUND 25000 AUFLAGE

**ANGEBOT U,
NACHFRAGE**

Vierzehnteljahrchrift
des *geschäftlichen*
Erfolges

Verlangen Sie
kostenlose
Probenummer

VERLAG
RUD. SCHICK
LEIPZIG
ZENTRALSTR. 10

Entwurf von W. Eckardt, Leipzig

AN ALLE FABRIKANTEN / GROSSISTEN / HANDLER



*Bald jede firma
ist der Ansicht.*

gute Reproduktionen für Offset, Steindruck und
Buchdruck herstellen zu können.

Das ist ein Irrtum!

Bei der Firma Schuler, Graphische Kunstanstalt,
Stuttgart, brauchen Sie kein Lehrgeld zu zahlen!
Sie macht Qualitätsarbeit in kurzer Zeit!

SCHULER STUTTGART
GRAPHISCHE KUNSTANSTALT

Erzeugnisse unserer Anstalt: Offset- und Steindruck-Reproduktionen
Autotypen ein- und mehrfarbig, Strichätzungen, Prägeplatten, Galvanos
Holzschnitte, Matrizen, Stereotypen, Entwürfe, Retuschen, Zeichnungen
VERTRETER AN ALLEN ORTEN GESUCHT

**SCHULE
REIMANN**

PRIVATE KUNST-UND
KUNSTGEWERBE-SCHULE



HERTWIG

BERLIN W30, LANDSHUTER STR. 38

MALEREI PLASTIK RAUMKUNST GRÄPHIK PLAKAT
MODE SCHNEIDEREI STICKEREI BATIK PUTZ
BUCHBINDEN METALLARBEITEN PORZELLANMALEN EMAILLE
SCHAUFENSTER- u. THEATER-DEKORATION ETC.

KLISCHEES

IN * AUTO * UND * STRICH
ENTWÜRFE * RETUSCHEN
GALVANOS.

SPEZIALITÄT:
DUPLIXAUTOS

HEUSLER & Co GM
COBH

BERLIN SW 68

KOCHSTR. 5 • LÜTZOW 9640



Alfred Reiss

PAPIERGROSSHANDLUNG

BERLIN SW 11 / Dessauer Straße 6

Fernruf: Nollendorf 5715-5716 / Drahtanschrift: Mapareal

*Druckpapiere jeder Art für alle
Verwendungszwecke / Sonder-
anfertigung / Lagerlieferung*

Verlangen Sie ausführliche Angebote mit Mustern und Preisen

WIR SUCHEN
DAUERNDE VERBINDUNG
MIT

**ERSTKLASSIGEN
KÜNSTLERN FÜR
SCHRIFT UND
REKLAME**

HAMBURGER
FREMDEBLATT
DRUCKEREI

General- vertretung für Berlin gesucht

Angesehene Berliner Vertreterfirma mit eigenen Ausstellungs- und Verkaufsräumen im Zentrum der Stadt und mit eigenen Untervertretern sucht die Übernahme einer Vertretung von Druckerei- u. Reproduktionszubehör-Artikeln oder des graphisch. Gewerbes

Offerten unter
B 62 an den Verlag der
Gebrauchsgraphik



**GRÜTZMACHER-
KLISCHEES**

für Künstlerentwürfe
unübertrefflich

originalgetreu und
widerstandsfähig

für sehr hohe Druckauflagen

*

WALTER GRÜTZMACHER, BERLIN SW 61
Blücherstraße 22 / Hasenheide 7806, 7807

Bringen Sie in diesem Jahre wieder neue Kataloge und
Reklame-Drucksachen mit Abbildungen heraus?
Oder haben Sie sich nun doch entschlossen, neue
Mittel der Reklame anzuwenden, und der Kundschaft nur
Original-Photographien Ihrer neuesten Erzeugnisse in die Hand zu
Geben, anstatt unhandlicher, schnell veraltender Kataloge??
Reges Interesse hat die Kundschaft nur noch für Original-Photos!
Achten Sie auf unsern Vorschlag und kaufen Sie sich eine
Photo-Vervielfältigungsmaschine!
Heute noch schreiben Sie an die

BROMOGRAPH-AKTIENGESELLSCHAFT
 BERLIN SW68 / ALTE JAKOBSTRASSE 9

Einbanddecken

für den 2. Jahrgang der
Gebrauchsgraphik
 mit Titel und Register

Preis 2 Mark

Geschmackvoll und solide ausgeführt in
Ganzleinen mit Goldaufdruck

ferner noch in beschränkter Anzahl vorrätig
für den 1. Jahrgang 2 Halbjahresdecken
à 2 Mark

Bestellungen alsbald erbeten an

Phönix Illustrationsdruck u. Verlag GmbH
 Berlin SW 68, Lindenstraße 2

BEZUGS- U. ANZEIGENBEDINGUNGEN DER „GEBRAUCHSGRAPHIK“

Bezugspreis:

40 Gm. jährlich, 20 Gm. halbjährlich, 10 Gm. viertel-
jährlich, Einzelheft 4 Gm.

Anzeigenpreise:

1/4 Seite 400 Gm., 1/2 Seite 225 Gm., 3/4 Seite 120 Gm.
Stellenmarkt: 1/8 Seite 50 Gm.

**PHONIX ILLUSTRATIONSDRUCK
 UND VERLAG G M B H**
 BERLIN SW 68 / LINDENSTRASSE 2
 Fernsprecher: Dönhoff 5196-97
 Postscheckkonto: Berlin 109812

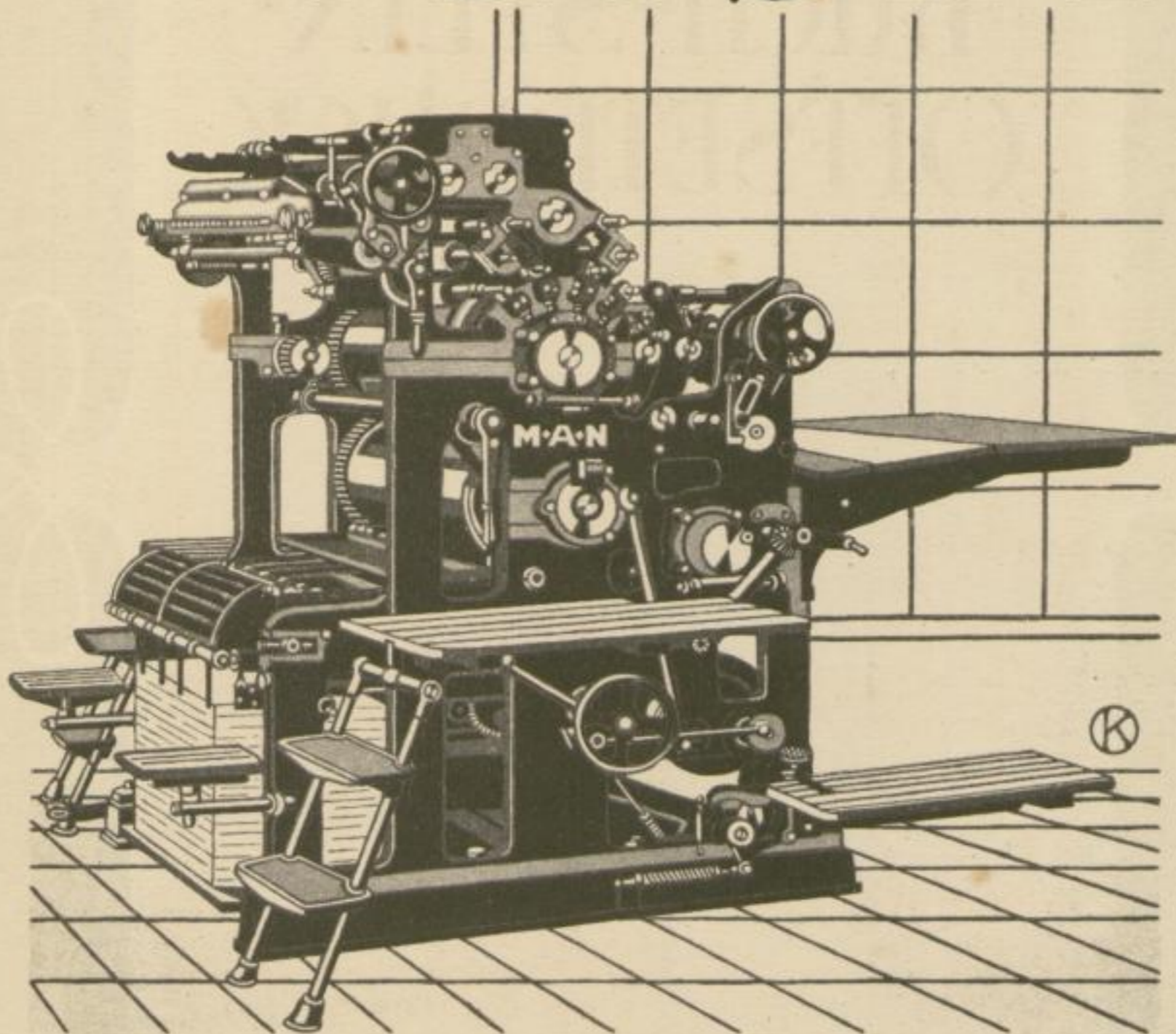
Der Text dieser Zeitschrift ist gesetzt aus der in ganz Europa verbreiteten, in 8 Garnituren geschnittenen

GENZSCH-ANTIQUA

einer Gebrauchsschrift ersten Ranges. / Interessenten steht die neu aufgelegte Probe gern zu Diensten.
 Genzsch & Heyse Schriftgießerei Aktiengesellschaft * Hamburg 22 * Zweiggeschäft in München

Verantwortlich für Redaktion und Anzeigenteil Prof. H. K. Frenzel, Berlin; Druck: Phönix Illustrationsdruck und Verlag G. m. b. H., Berlin

M A N
OFFSETMASCHINE BOGENANLAGE
„AUGUSTA“



DREIZYLINDER-ANORDNUNG

**AUFKLÄRUNGEN UND PROSPEKTE DURCH DIE
MASCHINENFABRIK AUGSBURG-NÜRNBERG A.G.
WERK AUGSBURG**

Wüsten & Co. Frankfurt a. M.

BUCH-STEIN-
OFFSETDRUCK

*Plakate / Kataloge
Prospekte / sämtl.
Drucksachen für
Handel u. Industrie*

Felix Heinr. Schoeller Düren Rhld.

LIEFERANT DES UMSCHLAG - OFFSET - KARTON