werbekünstlerische Dinge haben. Die Tatsache, daß unsere bedeutendsten Gebrauchsgraphiker auch die beschäftigsten sind, stellt diesen Herren das ehrendste Zeugnis aus. Meine Ausführungen hatten sich auch durchaus nicht gegen den Kaufmannstand im Allgemeinen gewendet: was ja völliger Unsinn wäre. —

Zu dem von Herrn Gordon angeführten Wettbewerb mehrerer guter Graphiker möchte ich bemerken, daß es auch bei mehreren guten Entwürfen gelingen dürfte, den besten herauszufinden. Angenommen aber, es wären tatsächlich alle gleichgut, so könnte dennoch nur einer ausgeführt werden. Das ist selbstverständlich. Und daß die anderen Künstler kein Klagegeschrei erheben würden, ebenfalls.

Im Übrigen ist dieses Beispiel, ebenso wie jenes von dem Graphiker, der »ohne des Bestellers Wissen in das Lager der Modernsten gegangen ist«, reine Konstruktion. Wo, um Himmelswillen, lebt denn der Kaufmann, der einen Auftrag erteilt, ohne mindestens die künstlerische Richtung des betreffenden Graphikers zu kennen?

Daß die theoretische Festlegung von »gut und böse« oder »schön und häßlich« eine schwierige Sache ist, beweisen die größten Philosophen, die diese Nuß nicht zu knacken vermochten. Im Praktischen, also im Anschaulichen, liegt die Sache aber einfacher. Gerade in der Werbegraphik (die kein Feld für künstlerische Experimente und revolutionäre Neuentdeckungen bietet, weil sie sich an die Masse wendet) ist man in der Regel ziemlich einig, was gut und was schlecht ist.

Lassen wir aber die seltenen Fälle und Konstruktionen beiseite, so bleibt die Menge derjenigen bedauerlichen Fälle übrig, die ich besprochen hatte.

Wenn nun der Auftraggeber, der unter den geschilderten Voraussetzungen einen guten Entwurf ablehnt und einen schlechten ausführt, ein Herr Müller oder Schulze ist, so muß ich zugeben, daß die Sache Privatangelegenheit des »betroffenen« Graphikers ist, der sich nach Gutdünken dazu stellen mag.

Anders liegt jedoch der Fall, wenn es sich um Werbemittel handelt, welche von Behörden oder bedeutenden Unternehmungen herausgebracht werden, die also nolens volens als Maßstab für den gegenwärtigen Stand der Gebrauchsgraphik angesehen werden. Dann liegt wohl kein öffentliches, aber ein allgemeines Interesse der Werbekünstler vor, denen es nicht gleichgültig ist, wenn ihr junger Kunstzweig diskreditiert wird. (Ich verweise nochmals auf die Unfallverhütungs-Plakate in der Berliner städtischen Straßenbahn!)

Von diesem Standpunkt aus, der für mich maßgebend ist, muß ich auch weiterhin meinen Vorschlag aufrechterhalten, besonders krasse Fälle zu veröffentlichen: ohne Rücksicht auf theoretische Möglichkeiten, die sich in Wirklichkeit selten ereignen dürften. Zu viele »Wenn« sind der Tod jeder Tat. Auch sagt ein Sprichwort: Wo gehobelt wird, fallen Späne.

NEUES SCHRIFTMATERIAL

Die *Schriftguß A. G. vorm. Brüder Butter* in *Dresden* bringt als wichtigste Neuheit jetzt eine Cooper Antiqua und Kursiv und eine fette Cooper auf den Markt. Der Schriftzeichner Cooper gehört zu den bedeutendsten Schriftzeichnern Amerikas. Er ist der Schöpfer der heute in Amerika meist gebrauchten Brotschriften. Besondere Vorzüge dieser Schriften sind ihre absolute Klarheit und Lesbarkeit. Auf der folgenden Seite zeigen wir ein Beispiel der Cooper-Schrift und sind überzeugt, daß sie sich infolge ihrer guten Eigenschaften sehr schnell den deutschen Markt erobern wird. Die fette Cooper wird auch bis zu vierzig und fünfzig Cicero Größe als Plakatholzschrift geliefert.

Von der gleichen Firma liegt uns eine Probe der Klinger-Type vor, die nach Zeichnungen der Klinger-Gruppe in Wien (Klinger, Willrab und Frey) geschaffen worden ist. Die Klingertype ist vor allem eine hervorragende Akzidenz- und Auszeichnungsschrift, und die gezeigten Anwendungsbeispiele mit den im Schwarzweiß-Verhältnis der Schrift sehr gut angepaßten Vignetten und Zierstücken geben dem Setzer wertvolle Anregungen. Wir werden bei einer demnächst folgenden Klinger-Publikation Proben dieser Schrifttype zeigen.

Wertvolle Anregungen bietet auch der Elisabethschmuck, den die gleiche Firma in einer Probe vorlegt. Er eignet sich ganz besonders für Flächendekorationen und Randgestaltungen von Einladungskarten und Inseraten.

Die *Schriftgießerei D. Stempel A. G. in Frankfurt a. Main* übersendet uns die Vorprobe ihrer Garamond-Schrift. Dem Vorwort dieser Probe entnehmen wir folgendes: »Die von dem berühmten Stempelschneider und Schriftgießer Claude Garamond um 1540 geschnittene, in der Geschichte der

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387802187/19260110/89 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT