

gestellt. Die Erscheinung ist durchaus nicht zufällig: die Kunst in der Reklame ist nun einmal eine derjenigen Kunstäußerungen, die den Bedürfnissen unseres täglichen Lebens am nächsten steht. Und Julius Klinger war einer der ersten, wenn wohl nicht gar der erste, der darauf hinwies, daß einmal eine Epoche kommen könnte, in der man die künstlerisch-kulturelle Leistung unserer Zeit nach ihren Leistungen in der Reklamekunst und der Architektur beurteilen würde. Wir neigen heute leicht dazu, die Zeit von 1900 bis 1914 als eine für die Reklamekunst besonders günstige zu betrachten. Das ist aber durchaus nicht der Fall. Die hohen Leistungen der damaligen Plakatünstler waren absolute Pionierleistungen. Sie fanden keinen vorbereiteten Boden, im Gegenteil, sie mußten ein verwildertes Terrain für sich und ihre Ideen urbar machen. Die Gruppe dieser Pioniere bestand aus Klinger, Bernhard, Deutsch, Erdt, Scheurich, Hohlwein, Gipkens. Sie bildeten den Künstlerstab der Firma Hollerbaum & Schmidt, die im Zusammenhang mit dieser Periode immer wieder genannt werden muß.

Unter diesen Künstlern war Julius Klinger neben Paul Scheurich der ideenreichste, geistvollste und witzigste. Seine Zeichnungen näherten sich häufig der Karikatur, und doch waren sie es nicht, sondern sie hatten jenen liebenswürdigen Charme, der ihnen die begeisterte Zustimmung des Publikums sowie aller Kunstfreunde eintrug. Eines der originellsten dieser frühen Blätter ist sicher das Plakat für den Flugplatz Johannisthal. Diese vier Magister, die ihre Nase in die Luft stecken, deuten sinnfällig darauf hin, daß da oben hoch in der Luft ganz außerhalb des Plakates etwas Besonderes vor sich gehen muß. Schon vor und nachher kamen eine ganze Reihe Plakate für das Witzblatt »Die Lustigen Blätter«. Julius Maier-Graefe sagte von diesen Plakaten in einem Vortrage sehr treffend, daß in jedem einzelnen dieser Blätter mehr Witz stecke als in einem ganzen Jahrgange der Zeitschrift. Große Beachtung fanden auch seine Plakate für das Hohenzollern-Kunstgewerbehaus. Sie waren Meisterwerke gepflegter Flächenkunst, wie ja alle Plakate Klingers immer nach den Gesetzen der Graphik auf Linie und Farbfläche gestellt waren. Mit diesen Plakaten hat Klinger nicht nur seinen Auftraggebern einen Dienst geleistet, sondern er hat uns allen, so groß dies klingen mag, er hat dem gesamten deutschen Volke damit einen Dienst erwiesen, denn er hat dem von ihm gepflegten Kunstzweige in der ganzen Welt zur Anerkennung und allerhöchster Beachtung verholfen.

pression of our daily life. And Julius Klinger was one of the first, perhaps the very first, to point out that a time might come when the art and culture of our age would be judged by our work in advertising and architecture. We are very much inclined, to-day, to consider the period between 1900 and 1914 as one that was particularly favorable for the art of advertising. Yet that is by no means true. For all the fine posters the artists of that day produced, it was all purely pioneer work. The ground had not been prepared for them, instead they had to reclaim a wilderness and make it fertile for their ideas. The group of these pioneers consisted of Klinger, Bernhard, Deutsch, Erdt, Scheurich, Hohlwein, and Gipkens. They formed the staff of artists for the firm of Hollerbaum & Schmidt Berlin, a name that must never be forgotten in connection with this period. . .

Of these artists Julius Klinger, along with Paul Scheurich, led in inventiveness, wit, and ingeniousness. His drawings, which often came near being caricatures, were never actually caricatures, but were marked by that delightful charm which called forth such enthusiastic approval from the public as well as from all lovers of art. One of the funniest of these drawings is without a doubt the poster for the flying field at Johannistal. These four clerics, with their nose stuck high in the air, make it so very obvious that something of an unusual nature is going on up there beyond the poster. Previous to this Klinger had begun a series of posters for the funny magazine "Die Lustigen Blätter". Julius Maier-Graefe once made a very striking remark in reference to these posters in a lecture. He said that each one of these drawings contained more wit than a whole year's issue of the magazine. Klinger also attracted a great deal of attention by his posters for the Hohenzollern Kunstgewerbehaus (Applied Art Exhibition). They were masterpieces of delicate surface art; and, indeed, all of Klinger's posters, based as they were on line and colour surface, followed the laws of graphic art. In these posters Klinger not only served his employers well, but, exaggerated though it may seem, he has done us all, yes the whole German nation, a very great service by winning the recognition and respect of the whole world for the branch of art he practised.

The years 1914 to 1919 could not be of great influence to an artist so finely sensitive as Klinger. Nevertheless one cannot miss the deeper and more serious note in all his work. And with this intensification has come a desire to work in other fields