

streut er über sein Buch: wahllos. Wer die Spreu vom Weizen zu sondern versteht, wird zwar nicht den Stein der Weisen, aber eine Anzahl guter Ratschläge finden.

\*

*Persönliche, geschäftliche, politische Reklame von Karl Liesenberg. Pfälzische Verlagsanstalt Neustadt a. d. H.* Dieses Buch, das schon 1912 erschien, ist trotzdem moderner als das zuletzt besprochene. Es ist eine sorgfältige Arbeit. Aus dem Inhalt, aus der Entstehungszeit des Inhalts ersehen wir — falls wir es nicht schon wissen — daß, wenn jemand ernsthaft und gründlich über die Reklame nachgedacht hat (der dazu notwendige Verstand ist allerdings Voraussetzung), es sich erübrigt, seine Erkenntnisse alle Jahre umzustoßen. Was in diesem Buche steht, ist gründlicher und aufschlußreicher als das meiste, was in den letzten Jahren über Reklame geschrieben worden ist. Der Verfasser hat den sichern Boden des Handwerks unter den Füßen. Er hat seine Erfahrungen in der Praxis gesammelt und durch angestregtes Nachdenken die richtigen Konsequenzen daraus gezogen. Nicht voreilig!

Das Buch ist auch mit Bedacht geschrieben und will mit Bedacht gelesen werden. Die aphoristische Form nötigt zum eigenen Nachdenken. Der Verfasser überblickt das weite Bereich der Reklame. Er überstürzt sich nicht bei seinen Untersuchungen, er schreitet geruhig vor und läßt nichts Wichtiges liegen. Er ist ein guter Psychologe. Wie überaus folgerichtig sind z. B. die Schlüsse, zu denen er gelangt über das Trinkglas mit der Aufschrift »Odol«.

»Jede Drucksache, auch die einfachste, sollte in ihrer Durchführung ein Etwas, ein Kulturniveau tragen, das man gemeinhin mit »Kunststempel« bezeichnet. Der Satz, der Druck, überhaupt die Ausstattung der Drucksache, dies alles bedingt bis zu einem gewissen Grade nur technisches Können. Die Kunst beginnt bei dem Mehr. Die Schriftmaterie wählen, formen, so daß ein subjektives typographisches Bild entsteht, welches den Geist, die Sache, die textlich behandelt ist, widerspiegelt, das ergibt ein charakteristisches Gepräge, eine werbende Eigenart.«

Diese Worte wurden nicht angeführt, weil sie die Quintessenz des Buches wiedergeben oder weil sie besonders neu oder eigenartig wären, sondern um die Gesinnung des Verfassers aufzuzeigen, eine Gesinnung, die nicht aussterben darf, wenn das deutsche Kunsthandwerk nicht der Teufel holen soll.

*Werbetechnik der Massenbewegung. Von G. Sartorius. Industriebeamten-Verlag G. m. b. H., Berlin.* Das Buch könnte in den Kreisen, an die es sich wendet, manches Gute stiften. Wenn man die Propaganda der Gewerkschaften, der Beamtenvereinigungen, der Angestelltenverbände, der Siedlungs-Genossenschaften vorurteilslos betrachtet, so kann man ohne Übertreibung sagen, daß dies alles bei uns noch tief in den Kinderschuhen steckt. Der Verfasser sagt noch nicht einmal etwas Neues, aber was er sagt, ist doch zu treffend und könnte von denen, die gemeint sind, sehr wohl mit Erfolg beherzigt werden. Dann würde bald manches besser werden. Es fällt an dem Buch angenehm auf, daß der Verfasser über alles, was er schreibt, auch Bescheid weiß. Das ist nun eigentlich selbstverständlich, wird aber immer seltener, darum sei es da, wo es geschieht, lobend vermerkt. Die künstlerischen Urteile sind ja mitunter etwas naiv, doch das nimmt man heutzutage, bei dieser geradezu entsetzlichen Kunstfremdheit, eben in Kauf. Das Werk, 112 Seiten stark, ist mit vielen Abbildungen geschmückt.

\*

*Die Graphischen Künste. Von C. Kampmann. Neu bearbeitet von Prof. Dr. E. Goldberg. Sammlung Göschen. Vierte, vermehrte und verbesserte Auflage. Berlin und Leipzig. Walter de Gruyter & Co.* Die Bändchen der Sammlung Göschen werden manchem aus seiner Studienzeit vertraut sein wie Reklams Universal-Bibliothek, Meyers Volksbücher und anderes. Die Sammlung Göschen vermittelt in gedrängter Form das Notwendigste auf allen Wissensgebieten. So ist auch dieses Werk hauptsächlich Schülern, Lehrlingen und anderen Neulingen der graphischen Branchen zu empfehlen. Der Lehrling bekommt einen theoretischen Einblick in die Drucktechniken, der studierende Künstler erfährt hier, welcher Art die Zeichnung für die verschiedenen Drucktechniken sein muß, und dem Kaufmann, der als Neuling in den graphischen Betrieb kommt, werden, wenn er dies Büchlein aufmerksam durchstudiert, die Drucktechniken nicht mehr ein Buch mit sieben Siegeln sein. Es ist doch eine alte Erfahrung, daß die aller-einfachsten Grundlagen dem Lernenden oft verschlossen bleiben, weil der Lehrer, dem sie selbstverständlich sind, sie auch als »selbstverständlich« beim Schüler voraussetzt.

Reiches und gutes Abbildungsmaterial ergänzt und vervollständigt den Text.