Kempe alles, aber auch alles kann. Er berät, beherrscht das gesamte Gebiet der Gebrauchsgraphik, schreibt und dichtet in Poesie und Prosa. Und frei nach dem Goethe'schen Zitat: »Nur die Lumpe sind bescheiden« kennzeichnet er schließlich in Fettdruck sein Wirken mit den Worten: *Fragen Sie Kempe,* — zusammenfassend kursiert über Kempe das Urteil: wie er's macht, ist's richtig«.

Diese Behauptung zeugt zwar von einem starken Selbstgefühl ihres Autors, wird aber unverständlicherweise nicht überall im Lande geteilt. So sandte eine bedeutende Firma in Baden-Baden, die einen solchen Werbebrief erhielt, angewidert durch dieses marktschreierische Angebot, dieses Schreiben mit einem freundlichen Hinweis auf den sonderbaren Zeitgenossen an ihren altbewährten Hauskünstler.

Eine bedeutende sächsische Industriefirma erklärte sich probeweise mit dem Vorschlag des Herrn Kempe einverstanden und erteilte ihm Auftrag auf Umarbeitung einer Anzeige. Wie sie über das Ergebnis dieser »Umarbeitung« denkt, besagen am besten ihre eigenen Worte:

»Es ist erstaunlich, welchen Mut der Herr aufbringt, um uns eine Lithographiearbeit, wie sie vor 15 bis 20 Jahren üblich war, anzubieten und vorher zu behaupten, daß wir eine reklametechnisch wertvolle und nützliche Arbeit erwarten dürften.

Um Ihnen einen Vergleich zu ermöglichen, übersenden wir Ihnen einen Abdruck unserer Anzeige, wie sie von einem Gebrauchsgraphiker aufgefaßt und ausgeführt wurde, und den Entwurf des Herrn Kempe, der die Verschandelung unserer Anzeige im krassesten Lichte zeigt.

Obwohl der Herr in seinem Briefe eine Reihe Referenzen aufführt, die wir nach der Zufriedenheit mit den Arbeiten Kempes nicht befragen möchten, wäre es vielleicht ratsam, wenn Sie in der »Gebrauchsgraphik« zu Nutz und Frommen anderer Reklameverbraucher einen Hinweis auf die Arbeiten des Herrn Kempe bringen würden. — Den Entwurf bitten wir für unsere Sammlung (abschreckende Beispiele) wieder zurück.«

Wir kommen diesem Wunsche mit größtem Vergnügen nach und bringen hiermit allen Lesern der »Gebrauchsgraphik« gleichzeitig das Original-Inserat sowie die Umarbeit des Herrn Kempe zur Kenntnis. Ein Kommentar zu dieser Meisterleistung erübrigt sich wohl! — Zusammenfassend kursiert über Kempe das Urteil:

»Wie er's macht, ist's richtig!
Fragen Sie Kempe!«

S C H L U S S D E R B D G - M I T T E I L U N G E N

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

Werdegang eines Filmlichtdrucks. Verlag Rudolf Becker, Leipzig. Der geschmackvollen Mappe, deren Inhalt den Werdegang eines Filmlichtdrucks in vier Farben auf sieben Blättern nebst kurzem erläuterndem Text zeigt, ist die Eignung leicht zuzubilligen, für dieses neue Verfahren, das den Lichtdruck auf die Buchdruckerpresse überträgt, zu werben. Zwar kennen wir das Original des reproduzierten Gemäldes nicht, aber aus den einzelnen Stadien kann man doch die Weichheit des Tons, die Kraft und das Zusammenstimmen und -Passen der Farben ersehen. Die Tagesleistung des Filmlichtdrucks wird mit 3000 Druck bezeichnet und eine Auflagenhöhe (von einer Platte) von 10 000 Stück gewährleistet. Man wird auf die fernere Entwicklung und Ausbreitung des Filmlichtdrucks gespannt sein dürfen.

*

Die Spielkarte, ihre Entwicklung und Herstellung in der Spielkartenfabrik F. A. Lattmann, Goslar. Ein mit Geschmack auf erstklassiges Papier gedrucktes Heft. Der Text ist originell abgefaßt — in einer etwas an alte Zeiten gemahnenden Biederkeit. Der Hauskünstler (sein Name wird verschwiegen) hat eine Reihe ganzseitiger Holzschnitte dazu beigesteuert, die zum Teil ganz gut gelungen sind. Die menschlichen Gestalten auf dem Bild »Kartenschneiderei« sehen allerdings etwas zu »expressionistisch« aus. Heutzutage liebt man es wieder, Herr Hauskünstler, die Menschen menschenähnlich abzubilden. Das gilt auch für den Holzschnitt. Es ist freilich schwer — der kundige Thebaner weiß es.

*

J. F. Zieglersche Buchdruckerei, Remscheid. Die Druckerei des »Remscheider General-Anzeigers« präsentiert in der vorliegenden Werbebroschüre ihre Geschäftsräume in photographischen Abbildungen. Man gewinnt allein schon dadurch den Eindruck, daß es sich um eine Druckerei handelt, die den größten Anforderungen Genüge tun kann. Die Broschüre selbst ist sehr sorgfältig (in der Aufmachung etwas konservativ) ausgestattet. Sie erweckt jedenfalls Vertrauen. Man hat den Eindruck der Gediegenheit.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id32782218 7-19280010/93 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT