

deren Gegenwert in Geld an Henry Ehlers-München, Karl Fricke-Magdeburg, Hermann Rombach-Bietigheim und Otto Schuhholz-Stuttgart.

Außerdem wurden übereinstimmend mit den Bestimmungen 50 Ankäufe zu je sechs Flaschen Sekt vorgenommen, die auf folgende Künstler fielen: Ernst Alfmeyer-München, Willi Bode-Hannover, Robert Braun-Stuttgart, Kurt Busch-Nürnberg, Eugen Croissant-München (zwei Ankäufe), Fritz Eberhardt-Obertürkheim, Henry Ehlers-München (drei Ankäufe), Albert Heim-Berlin, (zwei Ankäufe), Hans Ibe-München, Anny Knittel-München, Walter Kostka-Berlin, Erich von Kreisbig-München, Jobst Kuch-Nürnberg (drei Ankäufe), Ernst Landwehr-Duisburg (zwei Ankäufe), A. Meier-Heidelberg (zwei Ankäufe), Hugo Meier-Thur-Hamburg, Paul Meinke-Köln, Helmut Mühle-Stuttgart, Prof. Alfons Niemann-Kassel, Hermann Rombach-Bietigheim (drei Ankäufe), Paul Rudler-Stuttgart (zwei Ankäufe), Josef Sauer-Nürnberg (drei Ankäufe), Martin Schache-Dresden, Friedrich Schenk-Mannheim, Peter Jakob Schober-Stuttgart, Alfred Schütze-Dresden, Helmut Schwarz-Stuttgart, Willi Titze-Hamburg, August Warnecke-Hanau, Bertel Welscher-Nürnberg (drei Ankäufe), Gerhard Winkler-München, Willy Wolff-München, Val. Zietara-München (zwei Ankäufe) und Alex Zschetzsche-Bamberg.

Die drei Entwürfe, die die Firma noch überdies freihändig erwarb, stammen von folgenden Künstlern: Karl Fackler-Stuttgart, Friedr. Mißfeldt-Kiel und Hans Zoozmann-Berlin.

Sämtliche Preise und die wichtigsten der Ankäufe sind hier im Bilde wiedergegeben. Noch mehr von den Ankäufen wurden mit den Preisen in einem geschmackvollen Büchlein vereinigt, das die Firma soeben herausgegeben hat, in dem auch die wichtigsten Textzitate aus den Liedern beigefügt sind: eine reizende, in der Druckerei Stähle & Friedel in Stuttgart hergestellte Gabe für feuchtfrohliche Kreise, kein Prospekt, den man wegwirft, vielmehr ein Dokument für die derzeitige deutsche Gebrauchsgraphik, zumal verschiedene anerkannte Künstler hier vertreten sind.

Es war ja nicht ganz leicht, zwei Kreise, die einander nur überschneiden, aber keineswegs decken, zusammenzubringen, nämlich die mit den feinsten Mitteln arbeitende Buchillustration und die natürlich an kräftigere Wirkungen gewöhnte Geschäftsreklame. Aber gerade durch diese Verbindung ist

ein interessantes Mittelding entstanden, das sich künstlerisch weit über das verwandte Zeitungsinsert erhebt. Manches wird sich unmittelbar für eine Zeitungsanzeige eignen, namentlich Blätter, die in das Büchlein nicht aufgenommen wurden und auch hier nicht im Bilde wiedergegeben sind. Manches wird sich vorzüglich für Postkarten verwenden lassen. Aber die Hauptverwendung bleibt doch die Buchillustration, und das feine Büchlein, das den großen Vorzug genießt, über Zeit und Raum erhaben zu sein, also allerorten noch nach vielen Jahren mit unveränderter Ursprünglichkeit wirken wird, ist jedenfalls ein gutes Beispiel einer unaufdringlichen, vornehmen aber gerade dadurch bleibend wirksamen Reklame geworden. Manche Industrieunternehmungen, die bisher ihren Freunden bei Jubiläen oder sonstigen Anlässen mächtige Denkschriften mit allerhand im Grunde genommen gleichgültigen, ja oft langweiligen Fabrikansichten, Bildern von Arbeitsräumen oder Porträts für unbeteiligte Dritte herzlich unwichtiger Persönlichkeiten bescheren zu sollen glauben, werden sich hoffentlich die neue Art der Sektkellerei Keßler zum Vorbild nehmen und im Zusammenhang mit ihrem Produktionsgebiet irgend etwas dieser Reklame Ebenbürtiges von berufener Seite durchführen lassen. Natürlich wird man unseren Künstlern nicht zumuten können, etwa 500 Pakete Margarine, 60 Füllfederhalter oder 2000 Schachteln Schuhcreme als Preise entgegenzunehmen; in der Hauptsache wird man nie von den selbstverständlichen Geldpreisen abgehen können, zumal es sich gerade bei diesem Preisausschreiben gezeigt hat, daß sich unsere Künstler unter dem Druck der schlechten wirtschaftlichen Lage vorläufig einen Luxus nicht gestatten können. Um so bedauerlicher wäre es gewesen, wenn ihnen (abgerechnet von den 300 Flaschen) ein Barbetrag von 2600 M. entgangen wäre, wenn die ausschreibende Firma, durch die anfänglichen Proteste veranlaßt, die Geduld verloren hätte. Gefällige Nichtskönner sind jederzeit bereit, jedweden Auftrag welcher Art immer zu übernehmen; aber die Künstler dürfen sich durch diese nicht verdrängen lassen, müssen vielmehr danach trachten, alle Aufträge, die sich künstlerisch verantworten lassen und ihrem materiellen Wert nach nicht unter ihrer Würde sind, zu übernehmen; und wo es sich um die Bezahlung handelt, gibt es keine Diktate à la Versailles, sondern nur Kompromisse zwischen Arbeitgeber und -nehmer.