

und den anliegenden Schiffen aus allen nordischen Staaten. Das Herz wird freilich nicht bewegt, es ist die Verstandeskunst eines scharfen und doch besinnlichen Geistes. Auf dem Plakat für Travemünde ist so ziemlich alles zu sehen, was dieses Bad den Erholungs und Vergnügungsbedürftigen bieten kann. Der Gebrauchsgraphiker, der sich schon einmal mit einer solchen Aufgabe beschäftigt hat, wird ihre Schwierigkeiten einzuschätzen wissen. Hier ist die vom Auftraggeber sicherlich gewünschte Vollständigkeit und Übersichtlichkeit zu einem prachtvollen graphischen Blatt geformt. Der zu gewinnende Reisende, an den sich das Plakat wendet, hat sofort das Gefühl hier gut aufgehoben zu sein. Es kann ihm an nichts fehlen. Es ist alles da, was das Herz und das verwöhnteste Luxusbedürfnis nur wünschen kann. Es ist auch noch etwas anderes erreicht: die Glaubwürdigkeit. Das Plakat wirkt wie ein Dokument. Diese Glaubwürdigkeit, und eine kühle, saubere Gesinnung ist in allen diesen Arbeiten spürbar. Hier wird weder geschwindelt noch übertrieben, noch nicht einmal geschmeichelt. Mit wie sparsamen, zurückhaltenden Mitteln wird das Bad Segeberg empfohlen. Das ist hanseatische Werbung. Man bestürmt den Kunden nicht mit Versprechungen, man gaukelt ihm nichts vor, man läßt ihn an sich herankommen und bietet ihm mit freundlichem Gruße etwas zögernd die Hand.

Was hätte wohl ein anderer für die nordisch-deutsche Woche gemacht? Mahlau entschließt sich zu einem Ornament und zu einer weitmaschigen Schriftaufteilung in zwei Farben. Und gerade damit gelingt es ihm, den norddeutschen Charakter deutlich zu machen. Verhaltensweise, Strenge gegen sich selbst, Unbeirrbarkeit.

Der feine dekorative Sinn des Künstlers dokumentiert sich auch in seinen Packungen. Vor seinen stilisierten Figuren erinnert man sich an mittelalterliche Reliefsteindenkmäler, wo jede Modellierung durch fast abstrakte Linien ausgedrückt wird, wo die Ornamentik des Kleides dem Künstler so wichtig ist, wie das Gesicht. Meilenfern ist jede naturalistische Ähnlichkeitsbestrebung. Der Künstler schmückt, er fotografiert nicht. Viel-

Aus einem Hafens-Werbefilm



Overbeck Company, the poster for Lübeck with the pier and the ships anchored there from all the northern states. To be sure, the heart is not moved, this is all the cool head-work of a sharp and yet thoughtful intellect. On the poster for Travemünde practically everything can be found which this watering-place has to offer the seeker for health and recreation. The commercial artist who has once occupied himself with such a task, can measure its difficulties. Here the comprehensiveness and comprehensibility which the client no doubt required have been fashioned into splendid piece of graphic art. The traveller, to whom the poster appeals, has at once a feeling that he will find himself in good hands. Nothing will be wanting. Everything is there that the heart can desire, or the most pampered seeker after luxury. Something else has also been achieved, and that is credibility. The poster has the effect of a document. This credibility, a cool, clean habit of mind, is traceable in all Mahlau's work. There is no swindling here, no exaggeration, not even flattery. With what economy of means, what modesty, does he recommend Bad Segeberg. This is Hanseatic advertising. One does not lay storm to the customer with promises, one does not turn somersaults before him, one waits until he comes forward of his own accord and then greets him with a friendly and somewhat hesitant handshake.

What would another man have made of the Nordic-German Week? Mahlau decides upon an ornament and a wide-spread arrangement of text in two colors. And it is just on this account that he succeeds in emphasizing the North German character of the affair—repression, strictness with oneself, unswerving purpose.

The fine sense of decoration possessed by this artist also becomes clear in his designs for wrappings. His mediaeval figures remind one of mediaeval monumental reliefs in stone, where all modelling is expressed by means of almost abstract lines and the ornament on the clothing is as important to the artist as the face itself. Any naturalistic attempt at achieving a likeness is utterly set aside. The artist does not photograph, he deco-

Advertising film for a Harbour