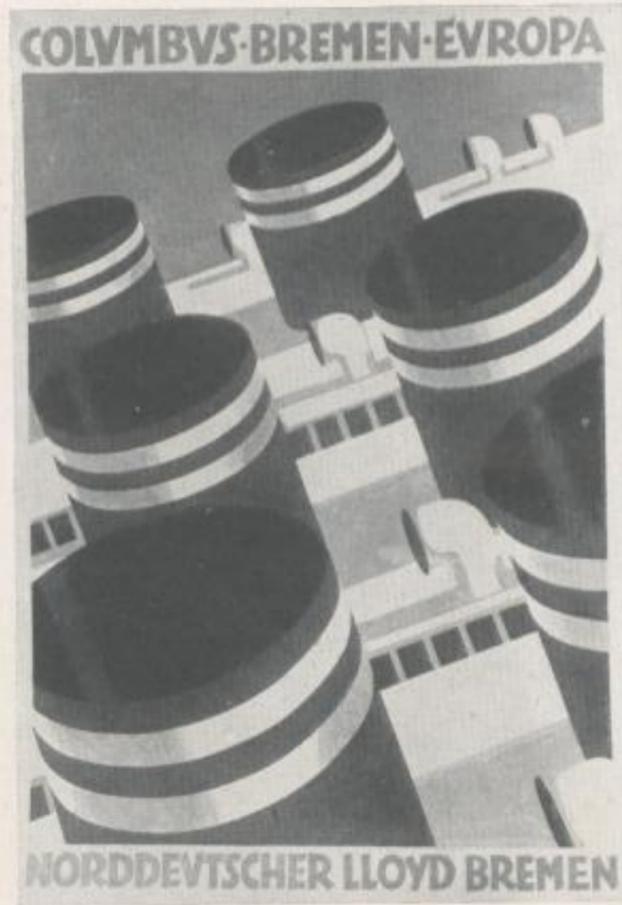




1. Preis
TOMMY PARZINGER
München



1. Preis
ROBERT DONAT
München

wurde zwar der Phantasie des sich am Preisausschreiben beteiligenden Künstlers eine bestimmte Grenze gesetzt, innerhalb der ihm aber dennoch genügend Spielraum zur Entfaltung seiner Ideen gelassen wurde, so daß die Möglichkeit bestand, das bekannte Motiv in völlig neuer und künstlerisch eigenwilliger Form zu behandeln. Das war auch der eigentliche Sinn des Wettbewerbs; denn in der Beschränkung sollte sich auch hier wieder der Meister zeigen.

Die im Rahmen des Preisausschreibens aus dem gesamten deutschen Reichsgebiet und aus Deutschland, Österreich eingegangenen Entwürfe haben nicht nur rein zahlenmäßig, sondern auch künstlerisch und reklametechnisch die gehegten Erwartungen übertroffen. Infolgedessen war die der Jury zufallende Aufgabe, die besten zwölf unter etwa 1500 eingesandten Entwürfen zu prämiieren, außerordentlich schwierig. In zeitraubender Arbeit mußte zunächst gesichtet und immer wieder geprüft und gesichtet werden, bis endlich die engere Wahl getroffen werden konnte und auch diese wieder ihre gerechte Beurteilung forderte.

Das Preisgericht setzte sich vorwiegend aus

schaffenden Künstlern und Fachleuten der Reklame zusammen. Den Vorsitz hatte Professor *Ludwig Hohlwein*-München übernommen. Ihm standen die Professoren Bruno Paul-Berlin, der Direktor der staatlichen Kunstakademie, Walter Tiemann-Leipzig, der Leiter der Akademie für graphische Kunst und Buchgewerbe und Prof. H. K. Frenzel-Berlin, der Herausgeber der Monatsschrift »Die Gebrauchsgraphik«, zur Seite. Die Vertretung des der Jury angehörenden Präsidenten der International Advertising Association, Younggreen, hatte Dr. v. Alten-Bremen übernommen. Der Norddeutsche Lloyd war im Preisgericht durch das Mitglied des Vorstandes, Adolf Stadländer, und durch Dr. Freiherr von Hodenberg und Arthur Alexander Ritscher vertreten. Durch diese Zusammensetzung war für eine gerechte Beurteilung der eingesandten Arbeiten von vornherein die Gewähr gegeben.

In den Besprechungen des Preisrichterkollegiums, die den ersten Besichtigungen der zum Ausgang gebrachten Plakate folgten, wurden die Bemühungen des Norddeutschen Lloyd, die Schiffsfahrtspropaganda auf ein höheres künstlerisches