

FRITZ
PETER
2. PREIS
2nd PRICE



Eine lockende Aufgabe. Freilich auch eine Aufgabe von unverkennbarer Schwierigkeit. Denn hier war mit bloßem romantischen Gefühl und malerischer Stimmung natürlich gar nichts zu erreichen. Hier mußte schon eine Plakatformel gefunden werden, die knapp, schlagend und plakاتمäßig flächig die Vorstellung landschaftlicher Reize weckt und zugleich das modern Aufstrebende der Stadt hervorhebt. Das Ergebnis des Wettbewerbes beweist denn auch, wie schwer gerade diese beiden Komponenten auf einem Plakat zu vereinigen waren. Von den rund 700 Arbeiten, die hier dem Preisgericht vorlagen, hatten nur ganz wenige eine plakattgerechte Lösung des Problems überhaupt versucht. Alles, was dem Beschriftungstext „Stuttgart, die emporblühende Stadt“ mit kunstgewerblichen Blütenranken und Blümchenleisten gerecht zu werden gedachte, konnte rasch ausgeschieden werden. Ebenso die meisten Arbeiten, die aus Häusermassen sozusagen Blütenkronen geformt hatten. Bei den Arbeiten verbürgter Qualität aber zeigte sich, daß die meisten Teilnehmer des Wettbewerbes eigentlich nur die Großstadt-Komponente gesehen haben. Viele dieser Plakate werben für Stuttgart, als sollte schlechterdings für ein Klein-Newyork Propaganda gemacht werden. Bei vielen wird das „Emporblühen“ der Stadt lediglich symbolisiert durch das Emporsteigen moderner Häuserblöcke. Darunter manche Lösung, die alsolut

RICHARD
KOCH
3. PREIS
3rd PRICE



An enticing task—to be sure, a task of undeniable difficulty. For here nothing could be done with mere romantic feelings and picturesque background. Here a poster-formula must be found which should call up the vision of landscape charm and simultaneously proclaim the modern strivings of the town and these briefly, strikingly and in perfect poster form. The result of the prize competition goes to show how extremely difficult it was to combine these two component elements upon the same poster. Of about 700 designs submitted to the prize committee, only a very few had even attempted to find a correct poster solution of the problem. All those who imagined that the motto: “Stuttgart, the blossoming city” could be realised by an “arts-and-crafts” floral border or conventionalized wreaths were soon cast aside. They were followed by those who had endeavored to make massed houses into a kind of floral crown. Among the work of quality, however, it soon became evident, that most of the competitors had only taken the world-city elements into account. Many of these posters advertise Stuttgart as if they were called upon to make propaganda for a lesser New York. Many of them show the “blossoming” of the town symbolised merely by the shooting-up of blocks of modern houses. Among these is many a solution which, considered purely as a poster, is a first-rate piece of work. Planned