



Raum der Deutschen Presseämter, Innenarchitektur und Malerei
A room in the German Press Bureaus, interior decoration, mural painting



1. Preis im Wettbewerb für eine Schutzmarke der Privattelefontelefongesellschaft
1. Price. Competition for a Trademark for the Private Telephone Co.

Schutzmarke für die „Sutor“-Schuh G. m. b. H., München

Trade-mark for the „Sutor“ Shoe Co., Munich



1. Preis im Wettbewerb für die Schutzmarke Meier & Co.

1. Price. Competition for a Trade-mark for Meier & Co.



E R N S T H E I G
V O N T R A U G O T T S C H A L C H E R

EIGENTLICH heißt er Ernst Heigenmoser. Im Zeitalter der neuen Sachlichkeit wurde der Name um drei Silben zu lang. Also Heig. Arbeiten aus früheren Jahren zeigten wir im Münchener Heft der „Gebrauchsgraphik“, Jahrgang III. Heig ist Münchener. Doch ausgesprochen münchenerisch, wie etwa F. P. Glass, ist Heigs Kunst höchstens bis zu einem gewissen Grade. Es ist zuviel Zurückhaltung in diesen Arbeiten, als daß man sie typisch süddeutsch nennen könnte. Gewiß – zuweilen durchbricht ein burlesker Humor die gebrauchsgraphische Geschäftsordnung, wie auf dem ganz famosen Blatt, wo dem Weihnachtsengel von einem Kollegen die Locken gebrannt werden. Aber wie geht es bloß zu, daß man gerade vor diesem Werk an Berliner Humor erinnert wird? In der Schutzmarke für M. u. Co. tritt uns Heigs Humor von der liebenswürdigsten Seite entgegen. Die beiden Enzian-Wurzelmännchen, gewissermaßen als Schildhalter eines Schnapsgläschens, sind eine launige und köstliche Schöpfung. Schutzmarken-Aufträge pflegt der Gebrauchsgraphiker im allgemeinen sehr ernst zu nehmen. Umso mehr freut man sich, wenn einer einmal den Mut aufbringt, eine so ernste Sache von der fröhlichen Seite anzupacken.