

# B E S P R E C H U N G E N

*Gefesselter Blick. 25 kurze Monographien und Beiträge über neue Werbegestaltung. Herausgegeben von Heinz und Bodo Rasch. Wissenschaftlicher Verlag Dr. Zaugg & Co., Stuttgart.* Im Kopf schwirrt's einem von all den Theorien und der »unherkömmlichen lebensnahen textlichen Formulierung« von »optischer organisation, kinetik, neutralisieren(?), Neoplasticismus (groß geschrieben) innerem wesen, planung« usw. Die praktischen Resultate sind dagegen mitunter recht bescheiden. Die »heitere Photozeichnung« Willi Baumeisters ist gar nicht heiter, sondern unsäglich albern. Auf die Dauer kann man eben zusammen, geklebte Photos doch nicht als schöpferische Offenbarungen ausgeben. Einen Photoapparat und einen Kleistertopf hat doch nun schon bald jeder. Es mag ja sein, daß diese Kunst in manchen Fällen ihren Aufgaben gerecht wird, doch in einem Buch über *neue Werbegestaltung* möchte man wirklich Neues sehen oder wenigstens originelle, nicht alltägliche Lösungen. Eine solche Lösung sehen wir in dem Titelblatt eines Prospektes von *johannes canis*. Wir wollen uns bemühen den graphischen Arbeiten als solchen gerecht zu werden, trotz der oft so geschraubten Ausdrucksweise des Textes. Das Gezeigte ist tatsächlich zum Teil handwerklich recht gut. Man spürt in vielen der vorgeführten Arbeiten, daß graphisches Können und werbliches Verständnis dahinter steckt. Man begegnet ja auch Namen, die in der »Gebrauchsgraphik« schon eingehende Würdigung gefunden haben wie Otto Baumberger, Max Burchartz, Cyliax, John Heartfield, El Lissitzky, Moholy-Nagy, G. Trump, Jan Tschichold. Die Ausstattung des Werkes ist sehr reichhaltig und ganz vorzüglich (zweifarbzig). Dem Text hätte jedoch da und dort mehr Sorgfalt zugewendet werden können. Wer mit solchen Ansprüchen auftritt, darf sich nicht so gehen lassen. Einige Beispiele: »Den Apoll von Tenea kann sich der Betrachter immer wieder stundenlang ansehen, ohne daß er tot zu sein scheint.« (Seite 6.) »Überwindung des Anarchismus und Akademismus, und Ausschaltung des Dekorativiums.« (Seite 16.) »Reklame heißt nach vorne schieben.« (Seite 79.) »Ein Pferd auf der Straße sieht man mit einem Blick, man erkennt: Das ist ein Pferd.« (Seite 12.) Auch die Anzahl der Druckfehler übersteigt das gewohnte Maß.

Tr.Sch.

*Zwischen Elbe und Ems. Verlag: Weser-Zeitung, Bremen.* Eine reiche und sehr geschmackvoll ausgestattete Werbeschrift. Auf den Seiten links sind Zeugnisse Prominenter der Wirtschaft über die *Weser-Zeitung* abgedruckt, die Textseiten rechts enthalten Wissenswertes über das Gebiet zwischen Elbe und Ems in knapper, ansprechender Form. Druck: Carl Schünemann, Bremen. Entwürfe und Anordnung: Gustav Arnold, Bremen. Text: Hermann Ehlers D.R.V.

*Arbeitsproben. Kurt Pebal. B.D.G.* Kurt Pebal ist ein Wiener Gebrauchsgraphiker. Der vorliegende Prospekt erweist ihn als kenntnisreichen Industriezeichner. Als Drucksache sind die Arbeitsproben delikate und sympathisch aufgemacht. Druck: Chwala's Druck, Wien VII.

*Reproduktion. Verlag: Klimsch & Co., Frankfurt a. M.* »Reproduktion« ist eine Monatsschrift für photomechanische Reproduktionsverfahren. Reichhaltige, lehrreiche Beiträge, gute Abbildungen und schöne Beilagen zeichnen sie aus. Umschlag von Bohn.

*Henschel-Hefte. Verlag: Henschel & Sohn A.G., Kassel.* Das Heft bietet inhaltlich selbst dem Außenstehenden viel Interessantes. Abgesehen von schönen Photoaufnahmen aus aller Welt, fesseln auch die Lokomotivenungetüme, die in zum Teil sehr malerischen Abbildungen der Zeitschrift beigegeben sind. Erörterungen der modernsten technischen Probleme bietet der textliche Teil. So sind die Henschelhefte in der Reihe der Hauszeitschriften deutscher Großunternehmungen als eine Erscheinung von Bedeutung anzusprechen, der dauernde Anteilnahme weiter Kreise gewiß ist.

*Klimschs Druckerei-Anzeiger. Verlag: Klimsch & Co., Frankfurt a. M. Städtenummer Düsseldorf. Baden-Nummer 1 u. 2.* In großen Umrissen wird zunächst Düsseldorf geschildert als die schöne und moderne Großstadt am Rhein. Dann berichtet Ad. May über Geschichtliches vom Düsseldorfer Druckgewerbe. Wir vernehmen von den Zensurmaßnahmen des 16. Jahrhunderts und erfreuen uns an den ersten Düsseldorfer Drucken, die den Aufsatz in verkleinerten Reproduktionen begleiten. Über die heutigen Druckereien, von denen viele, die sich durch Eigenart, Alter oder Größe auszeichnen, bildlich wiedergegeben sind, schreibt Otto Dame. Nach der Schilderung der graphischen Bedarfsindustrie in Düsseldorf folgt