



Abb. 41
Jupp
Wiertz
1920



Abb. 42
Georg
Baus
1930

mal in grauer Vorzeit, es ist 25 Jahre her, in der Silvesternacht jedes Jahres an der Berliner Litfaßsäule wartete, um zu sehen, was für einen Spaß wohl Edmund Edel sich diesmal an der Säule für die »Berliner Morgenpost« geleistet hatte! »War der Künstler bisher der große Unruhestifter«, so schrieb ich 1924 in dieser Zeitschrift, »der den Kaufmann mit Jugend und Sezessionsstil, Expressionismus und Dadaismus vorwärts peitschte, so muß er jetzt seinen Auftraggeber in dem Streben nach innerer Ruhe, besinnlicher Gestaltung und ehrlicher Erfassung der gestellten Aufgaben unterstützen. Dann wird gerade der Gebrauchsgestaltung, freilich in einem ganz anderen Sinne, als wir es vor 25 Jahren gedacht haben, Künder einer neuen Zeit sein, wird uns täglich, ja stündlich nahe sein, ob er in Plakaten oder Zeitungsanzeigen, Geschäftswagen oder Schaufenstern, Messeständen oder Packungen zu uns spricht, und die »Götterdämmerung der deutschen Reklamekunst«, die die »Götter« mutwillig angezettelt haben, wird überwunden sein«.

Mit solchen Betrachtungen aber wird das Sammeln von Künstlerplakaten überpersönlich. Der Rahmen einer solchen Sammlung, die sonst nur um ihrer selbst willen, um der Vollständigkeit, der Reichhaltigkeit willen betrieben wird, ist damit gesprengt. Es breitet sich vor uns ein zeit-, kultur- und kunstgenössisches Dokument aus, das tiefe Einblicke in Volk und Nation gewährt. Wer Plakate sammelt, treibt Kunst-, Kultur- und Sittengeschichte.

ed around the advertising pillars every New Year's Eve to see what capital joke Edmund Edel might have perpetrated on the pillars for the New Year's number of the "Berlin Morning Post". In 1924 the following words could be read in this magazine: "Formerly the artist was the great fomenter of unrest, driving the merchant forwards with Art Nouveau or Jugendstil, Secessionist art, expressionism and dadaism, now he must support his customer in his desire for inner peace, thoughtful design and an honest conception of the task in hand. Then the commercial artist may indeed become the child of a new era, in quite another sense than we imagined twenty-five years ago, he will be daily and hourly near to us, whether he speak to us by way of the poster, the newspaper advertisement, the business lorry or the shop-window, the exhibition stand or the wrapping of our parcels and patent goods. Then the "Twilight of German Advertising art" which the old "Gods" deliberately brought about, will have been overcome."

When one begins to consider them thus, the collecting of artistic posters becomes something superpersonal. This goes far beyond the bounds of such a collection, otherwise brought into being for its own sake, in order to make it as perfect and many-sided as possible. It lies spread out before us, a contemporary, cultural and comradesly document of art which affords us a deep insight into a people, into a nation. He who collects posters is furthering the history of art, culture and morals.

Translated by E. T. Scheffauer

