



KARL NEBEL, Berlin

Ankauf



ATELIER TABU, München

Ankauf

hältnis zum Erfolg des Wettbewerbes steht. Ich glaube, das muß auch in diesem Falle verneint werden. Nehmen wir an, daß jedes Plakat einen Arbeitsaufwand von ungefähr 20 Stunden verursacht hätte, so kämen wir auf eine Arbeitszeit von rund  $14\frac{1}{2}$  Jahren. Und trotzdem die Preise diesmal verhältnismäßig hoch waren, würde nicht einmal eine Jahreshonorierung von M. 500.— herauskommen. Alles das könnte berechtigt erscheinen, wenn durch die Wettbewerbe wirklich neue Kräfte gefunden würden und neue und überraschende Lösungen der gesamten Reklame einen neuen Impuls geben könnten. Alle Wettbewerbe der letzten Jahre haben aber gezeigt, daß immer wieder die er-

fahrensten und anerkannten Plakatkünstler die Hauptpreisträger sind. Dies liegt durchaus nicht allein an den Preisrichtern, denen ja in den meisten Fällen der Stil der einzelnen Künstler bekannt ist, sondern auch in diesem Falle waren es wieder die Herren von der Industrie, die sich für die Prämierung der mit den Preisen ausgezeichneten Arbeiten besonders einsetzten. Aus diesen Erwägungen heraus muß immer wieder empfohlen werden, daß öffentliche Wettbewerbe nur dann durchgeführt werden, wenn die ausschreibende Stelle sich bereits durch die Ausschreibung einen Propagandanutzen verspricht. In allen übrigen Fällen ist der beschränkte Wettbewerb vorzuziehen.