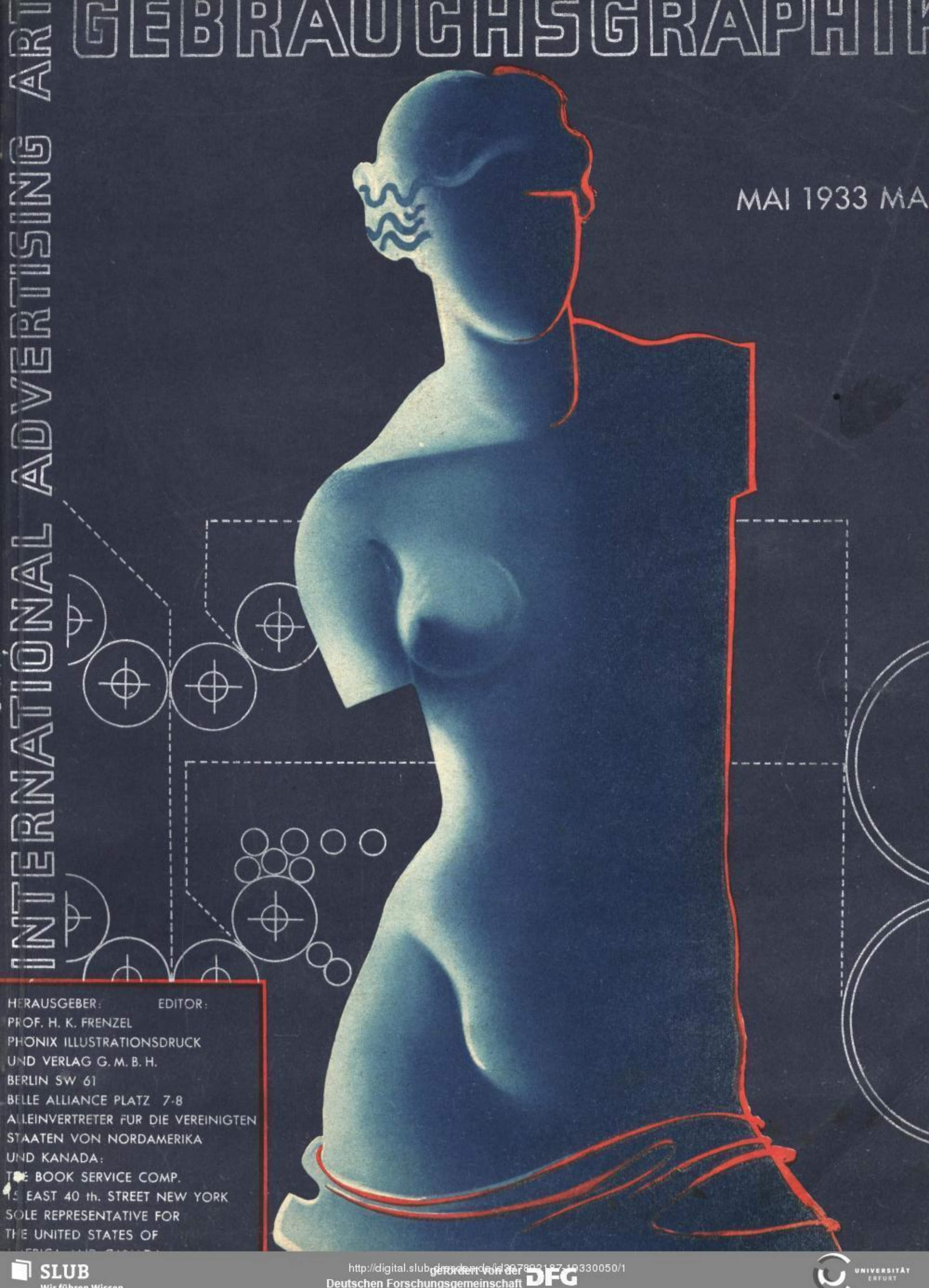
GEBRAUCHSGRAPHIK

INTERNATIONAL ADVERTISING ART

MAI 1933 MA



HERAUSGEBER: EDITOR:
PROF. H. K. FRENZEL
PHÖNIX ILLUSTRATIONSDRUCK
UND VERLAG G. M. B. H.
BERLIN SW 61
BELLE ALLIANCE PLATZ 7-8
ALLEINVERTRETER FÜR DIE VEREINIGTEN
STAATEN VON NORDAMERIKA
UND KANADA:
THE BOOK SERVICE COMP.
15 EAST 40 th. STREET NEW YORK
SOLE REPRESENTATIVE FOR
THE UNITED STATES OF

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/1 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Kurz nach Pfingsten . . .

erscheint unsere neue künstlerische Druckmustermappe.

Sie enthält Spitzenleistungen der graphischen Kunst und wird beweisen, daß Chromoersatzkarton für die feinsten Druckarbeiten geeignet ist.

Bitte, fordern Sie unsere neue Mappe mit dem anhängenden Gutschein an.

Die Verwendung von Chromoersatzkarton bietet immer große Vorteile und erhöht Ihre Wettbewerbsfähigkeit.

CHROMOERSATZKARTON VERBAND G. M. B. H.

Berlin-Charlottenburg 2, Neue Grolmanstraße 5

Hier ausschneiden.

Name:

Ort und Straße:

Gg)

Gutschein
für eine Chromoersatzkarton-Druckmustermappe.

Dieser Umschlag ist gedruckt auf Chromoersatzkarton zweiseitig holzfrei der Firma Papierfabrik Balenfurt, Balenfurt in Württemberg, Verkauf nur durch die Chromoersatzkarton Verband G. m. b. H., Berlin-Charlottenburg 2, Neue Grolmanstraße 5.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/2 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Zehnter Jahrgang 1933 Heft 5

GEBRAUCHSGRAPHIK

MONATSSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG KÜNSTLERISCHER REKLAME

Herausgeber Prof. H. K. Frenzel

Offizielles Organ des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker
Offizielles Organ des Reichsverbandes Deutsche Reklame-Messe EV

Tenth Volume 1933 Number 5

INTERNATIONAL ADVERTISING ART

MONTHLY MAGAZINE FOR PROMOTING ART IN ADVERTISING

Editor Prof. H. K. Frenzel

Sole Representatives for the United States of America and Canada
The Book Service Company 15 East 40th Street New York City USA

PHŒNIX ILLUSTRATIONSDRUCK UND VERLAG GMBH. BERLIN SW 61

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/3 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Savoy Sondrikus

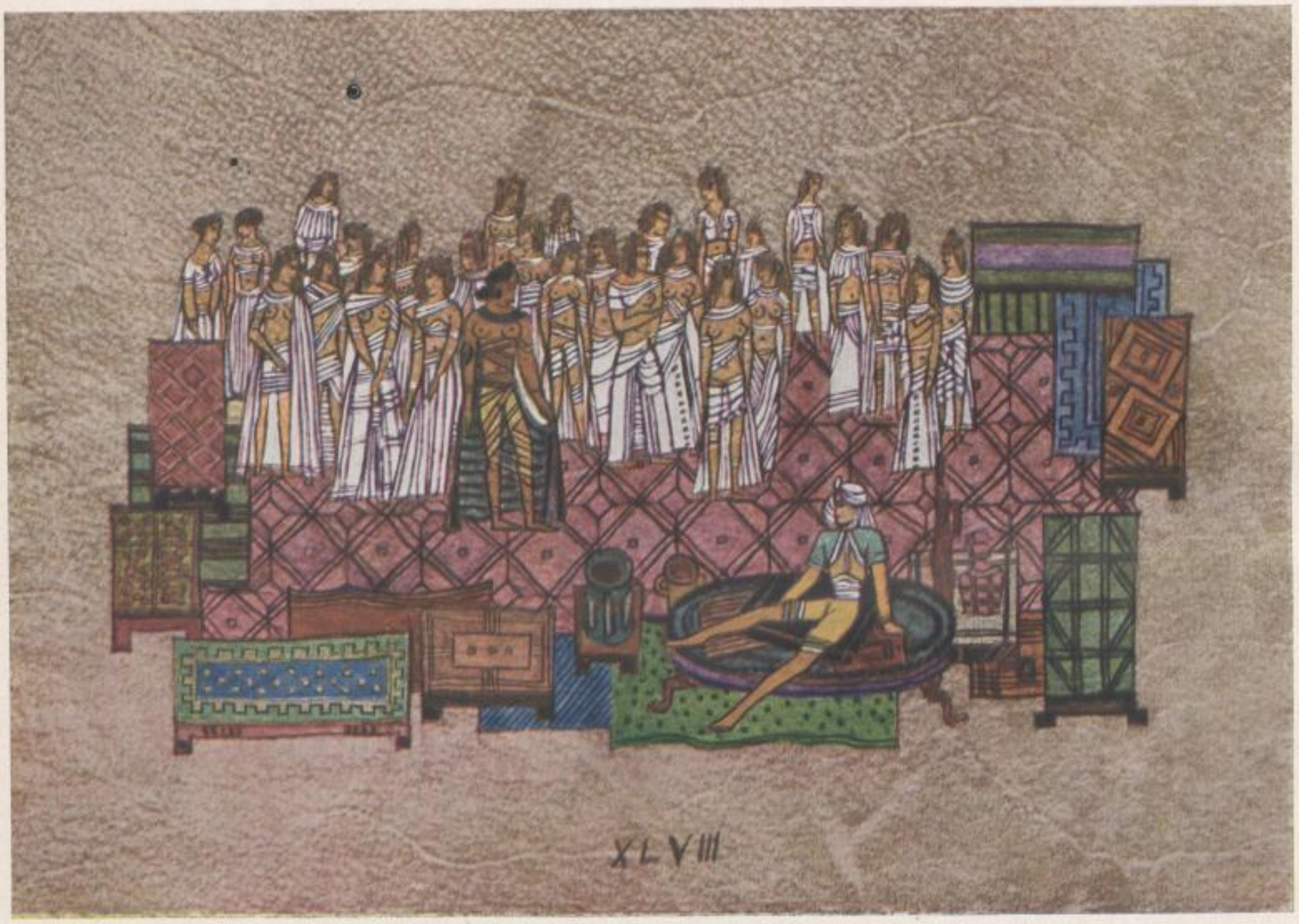


Illustration zu „1001 Nacht"

Auf allen Gebieten der Kunst zeigt sich heute ein starkes Streben nach neuen Ausdrucksformen. Wie immer in Übergangsperioden, so unterscheiden sich auch jetzt wieder zwei Gruppen. Die eine steht zum Realismus, die andere zum Klassizismus.

Die Arbeiten von Georg Goedecker sind ein gutes Beispiel dafür, wie ein junger Künstler aus seiner Begabung und den Zeitströmungen die richtige Formsynthese für sich zu finden sucht. Das Interessierende und Anziehende an diesen Arbeiten ist, daß wir die Ehrlichkeit des künstlerischen Wollens fühlen. Dieses Gefühl ist so unmittelbar, daß es sich jedem mitteilt, nicht nur dem künstlerisch Interessierten, sondern auch dem ästhetisch empfindenden Laien. Und darin liegt ihr Wert für die Werbekunst.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/4 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

GEORG GOEDECKER

Illustration for the "Arabian Nights' Entertainments"

In all branches of art today, we find a strong urge to new forms of expression. As always in periods of transition, we can distinguish two groups. The one swears by realism, the other inclines to classicism.

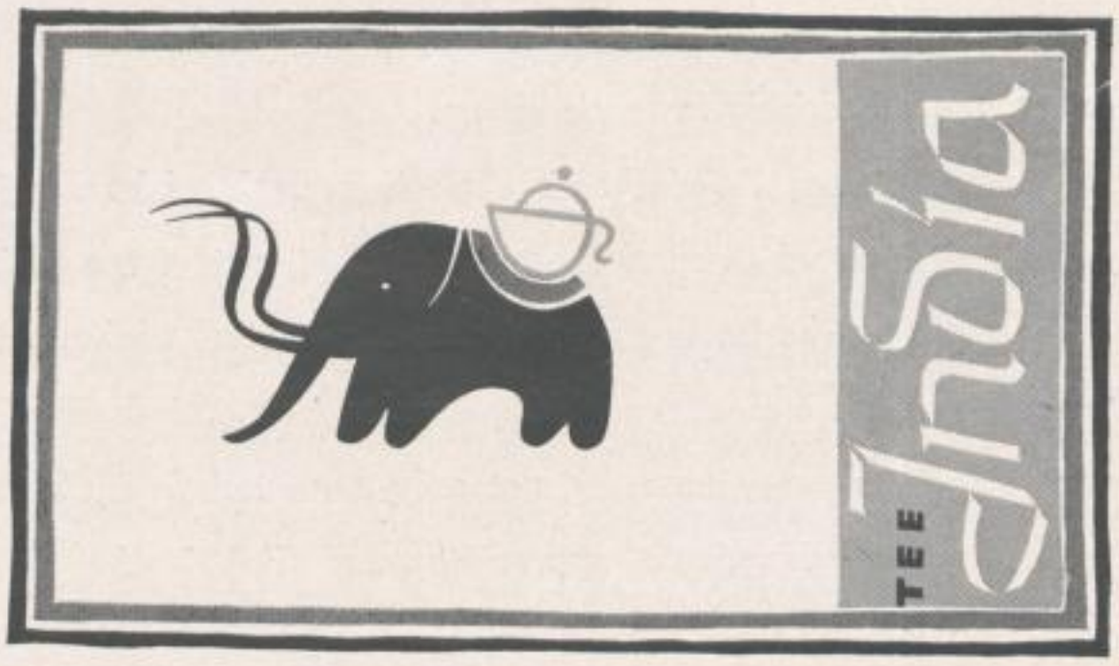
The work of Georg Goedecker is a good example of how a young artist seeks the synthesis of form which shall express his talent, out of the various tendencies which agitate the age. The interesting and attractive feature of these designs is that we feel the honest artistic endeavour which pervades them. This feeling is so immediate that it conveys itself to every observer, not only those technically interested in art but also to the layman of esthetic appreciativeness. This is the secret of its value for advertising art.

Trans. by E. T. Scheffauer.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/5 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Buchumschlag
Book Cover

Tee-Packung
Wrapper for Tea



GEORG GOEDECKER

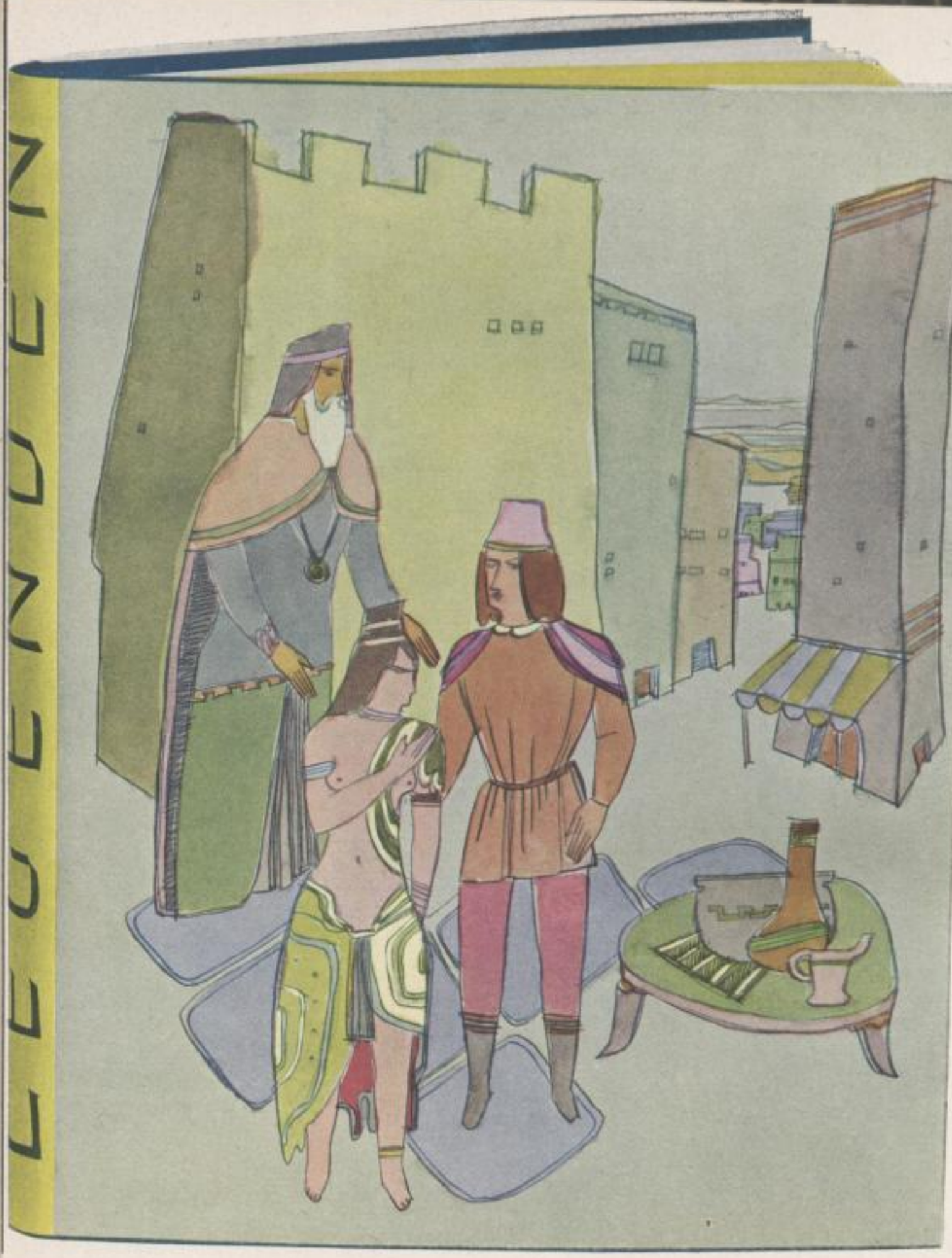
SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/6
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Jllustration

Plakat
Poster

GEORG GOEDECKER

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/7
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

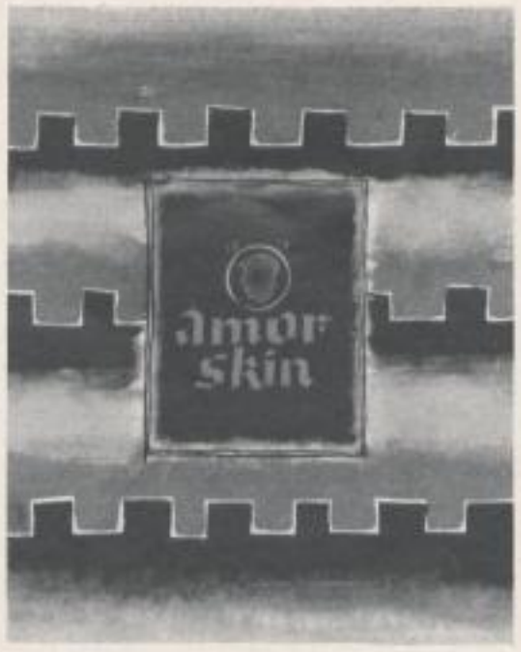


Buchumschlag

Book Cover

GEORG

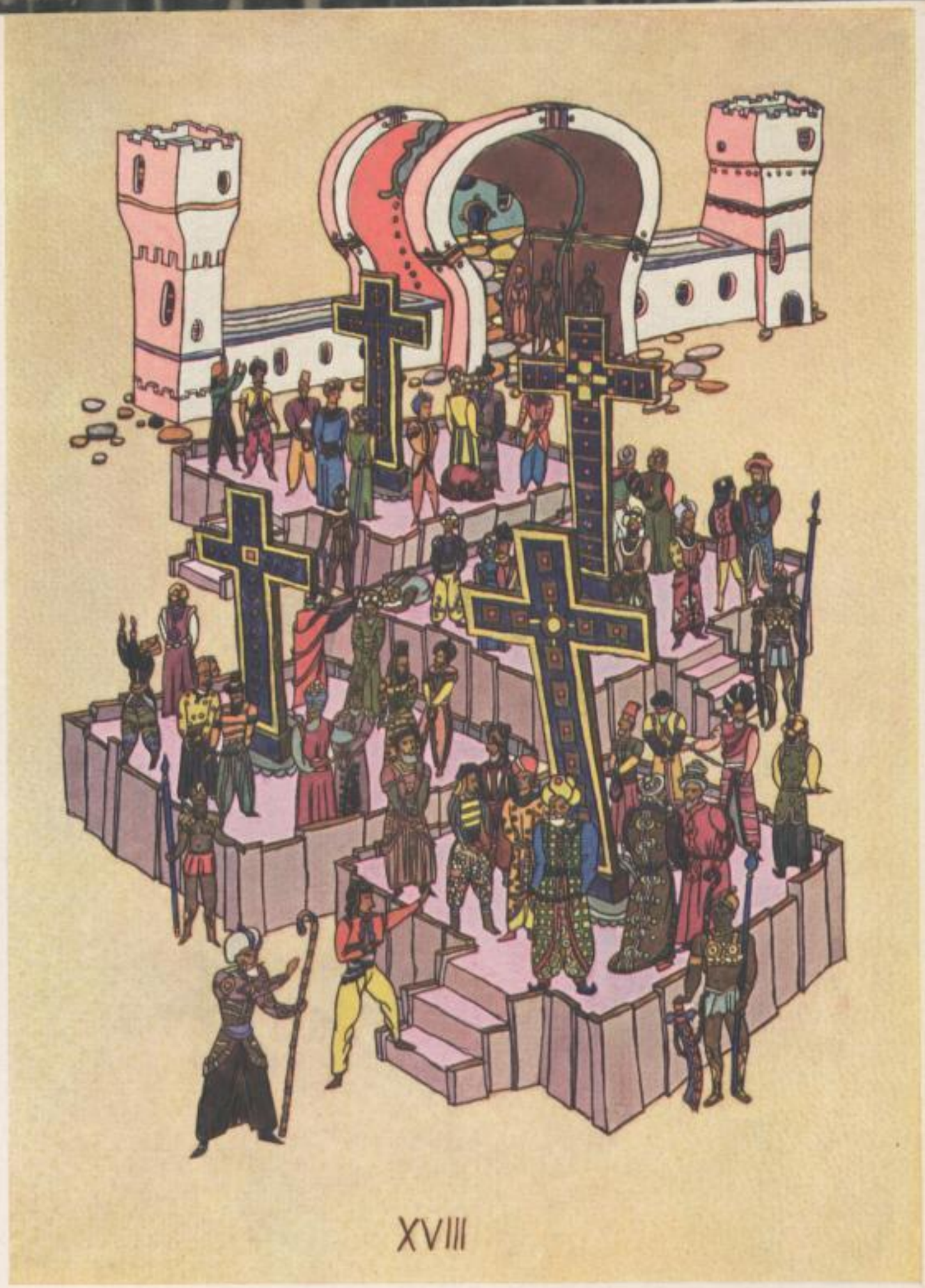
Prospekte



SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/8
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Illustration zu
„1001 Nacht"

Illustration for
the "Arabian
Nights' Entertainments"



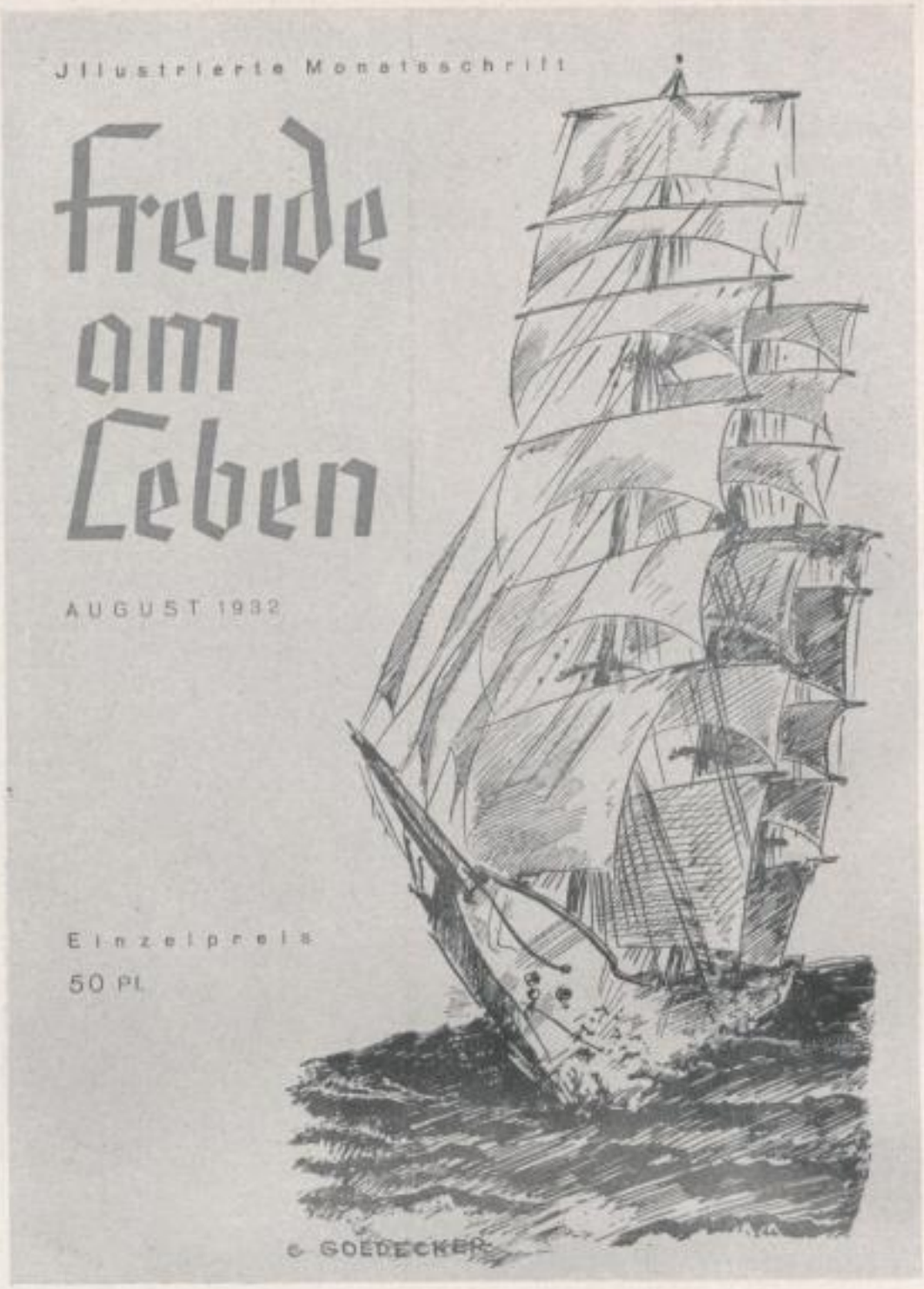
XVIII

GOEDECKER

Folders

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id397892187-19330050/9
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Marke Trademark



Zeitschriftenumschlag
Magazine Cover

Figurinen
Statuettes

Das deutsche Handwerk

Schriftsignet Signet

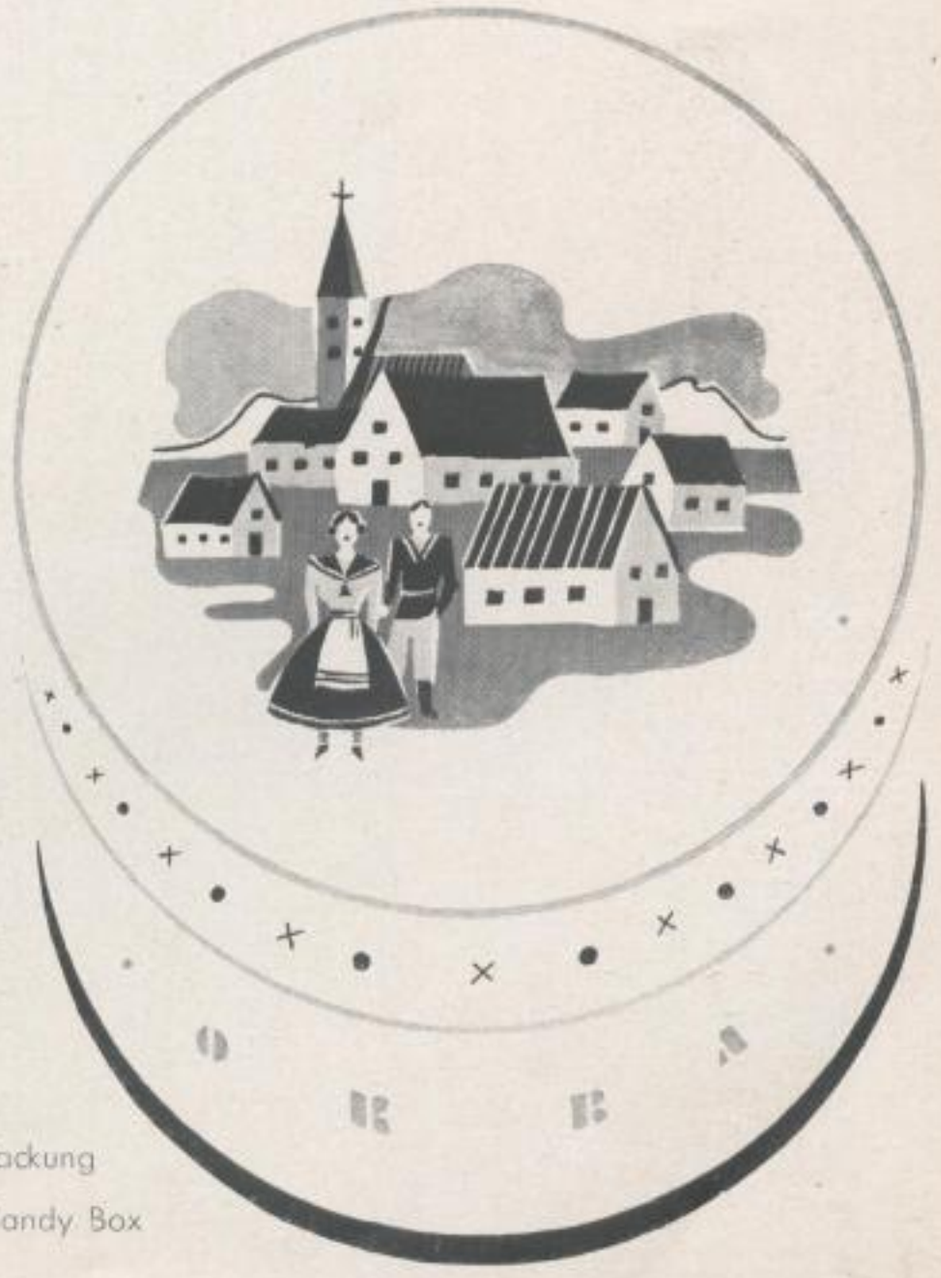
SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/10 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Zeitschriftenumschlag
Magazine Cover

Marke

Trademark

Geschriebene Titelzeile
Caligraphic Heading



Packung
Candy Box

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/11
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

PROF. W. BUHE
LEIPZIG

Walter Buhe, den wir kurz vor Beginn des Krieges als ausgezeichneten Graphiker kennenlernten, hat sich im weiteren Verlauf immer mehr zum Malerischen entwickelt. Wir zeigen hier eine Reihe Schutzumschläge, deren malerische Romantik und dezente Farbgebung besonders wirkungsvoll beim Buchgewand sind. Sie erzeugen eine Spannung, die den Wunsch zum Lesen dieser Bücher auslöst.

Schutzumschläge

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/12 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

PROF. W. BUHE

LEIPZIG

Walter Buhe, an excellent graphic artist, whose acquaintance we made just before the war, has in the meantime developed more and more in the direction of the picturesque. We reproduce here a series of book jackets, in which the picturesque romanticism and refined use of color are particularly effective. Books need just such a dress. It creates interest and excitement, resolving itself into a wish to read the books in question.

Book Jackets

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/13
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Foto: Waldemar Titzenthaler

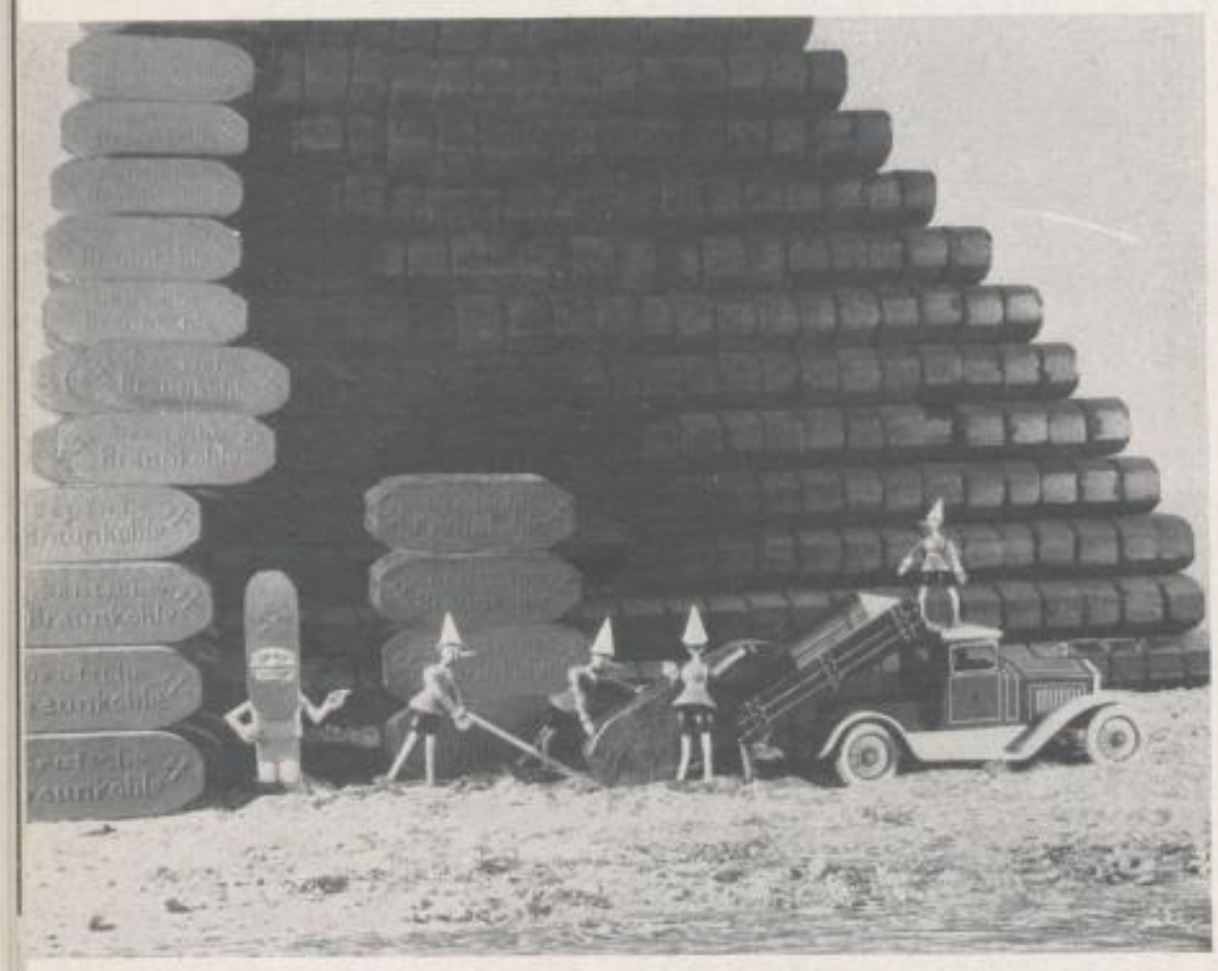


Foto: Waldemar Titzenthaler

ALBERT

Schutzmarken sind streng formgebundene Gebilde und mithin im allgemeinen in ihren Verwendungsmöglichkeiten begrenzt. Der Wunsch, diese heut übliche starre Markenform zu überwinden, sie beweglicher zu gestalten und nicht nur graphisch, sondern auch in Werkstoffen wie Holz oder Metall plastisch darstellbar zu machen, ist durchaus verständlich.

Ein erfolgreicher Versuch in dieser Richtung ist die Marke, die der Graphiker Albert Heim für die Berliner Brikettzentrale geschaffen hat. Sie stellt ein kleines, genau nach den Proportionen eines Briketts geformtes Männchen dar, dem man aus werbetechnischen Erwägungen später noch eine Gefährtin als Typus und Symbol sorgsamer Häuslichkeit zugesellt hat. Diese beiden kleinen beweglichen Figuren, belebte und beseelte Marken, treten einzeln oder paarweise in den verschiedensten Situationen auf.

Sie erscheinen auf Werbedrucksachen in graphischer Gestaltung und sie stehen plastisch in Holz geformt in Schaufenstern und Ausstellungsständen, wo man ganze lustige und liebenswürdige Szenen um sie herum aufgebaut hat.

Wenn sie auch ständig ihre Haltung und Absichten wechseln, so wahren sie doch immer ihren unverkennbaren Grundcharakter und bleiben stets die einprägsamen Markensymbole ihres Hauses.

Dr. Hölscher.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/14 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

H E I M

Trademarks are bound by strict laws of form and therefore, generally speaking, restricted in their uses. It is comprehensible enough that the wish to overcome the usual inelastic form of the trade-mark should arise, the desire to create something more mobile and not only a pictorial symbol but something plastic, in such materials as wood or metal.

A successful experiment in this direction is the trade-mark designed by the artist Albert Heim for the Berlin Brikett Central, a pressed coal bricks factory. It represents a little mannikin, preserving the form of the Brikett in his proportions. For propagandistic reasons this little mannikin was later accompanied by a feminine prototype as type and symbol of thrifty housewifery.

These two little movable figures, trade-marks that have come alive and have a soul of their own, are now to be encountered in the most various situations, sometimes alone and sometimes together. We find them, graphically portrayed, figuring on advertising matter, and plastic as wooden figures in shop-windows and on exhibition stands, all kinds of homely and humorous scenes being built up around them. Although they are continually varying pose and purpose, they always retain their unmistakable individual character and remain the striking registered symbol of their firm.

Trans. by E.T.S.

Foto: Waldemar Titzenthaler

Foto: Waldemar Titzenthaler

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/15
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Durch „Christoph Columbus" und seine kühnen Verfahrer erhielt Europa die erste Nachricht von der Rauchsitte der fremden Väther. Einige der Mitfahrer des Columbus befreundeten sich sehr schnell mit dem Tabak, diesem Wanderkraut, wie sie es nannten. Bei den späteren Reisen des Christoph Columbus kamen die Leute mehr und mehr zur Aneignung dieser Sitte und so geschah es, daß man sich auch in Europa mit dieser fremdartigen Pflanze befaßte. Der erste rauchfertige Tabak kam 1519 nach Europa durch „Doirdo", einen der Teilnehmer an den Reisen des Christoph Columbus. Der Tabakbau und auch die Tabakpflanze wurden erst später durch „Jean Nicot", der 1559 französischer Gesandter am portugiesischen Hofe war, zu Heilzwecken eingeführt. Die Firma Joseph Jischert in Saarbrücken hat als Symbol für ihr ges. gesch. ZIGARREN-SORTIMENT „STANDBILD" den „CHRISTOPH COLUMBUS" gewählt, wegen seiner kulturhistorischen Bedeutung für den Tabak. Die einzelnen Marken des „STANDBILD-SORTIMENTES" tragen Bezeichnungen, die, wie nachstehend erklärt, mit der ersten Reise des Christoph Columbus im engsten Zusammenhang stehen und auf der Karte besonders hervorgehoben sind:

„PALOS" Ausgangshafen,
„ISABELLA" Königin von Spanien,
„SAN SALVADORE" das zuerst entdeckte Land,
„HISPANIOLA" Bezeichnung für die Insel Haiti,
„NAVIDAD" die erbaute Festung,
„SANTA MARIA" Name des Admiralschiffes.

FRITZ

Fritz Kükenthal ist mit seiner Kunst ein richtiger und ehrlicher Diener des Kaufmanns. Die kommerzielle Idee steht im Vordergrund, aus ihr heraus formt er seine Bilder, und er formt sie sehr gut. Er versteht etwas vom Verkaufen, und er findet deshalb immer den Ton, der Kaufentschlüsse auslösen kann. Seine Zigarrenausstattungen tragen immer die Atmosphäre von Tabak, Rauch und Genußfreude. Die gleichen Vorzüge haben auch seine Arbeiten, die er für alle möglichen anderen Branchen ausgeführt hat. Er ist gewissermaßen der „geborene Gebrauchsgraphiker".

DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTLICHE MARKENWARE · AMTLICHE KONTROLLE DER LANDWIRTSCHAFTSKAMMER

Schutzmarke

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/16
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

KÜKENTHAL

In his art, Fritz Kükenthal does the merchant real and honest service. The commercial moment is always to the force, he builds his pictures about this fore, and builds them extremely well. He understands something about salesmanship and therefore hits the tone which is apt to arouse the wish to buy. His packings for cigars have an atmosphere of tobacco, smoking, pleasurable comfort. His other work, done for all manner of commercial ends, is also distinguished by the same merits. One might well say of him that he was a born commercial artist.

CAPITOL

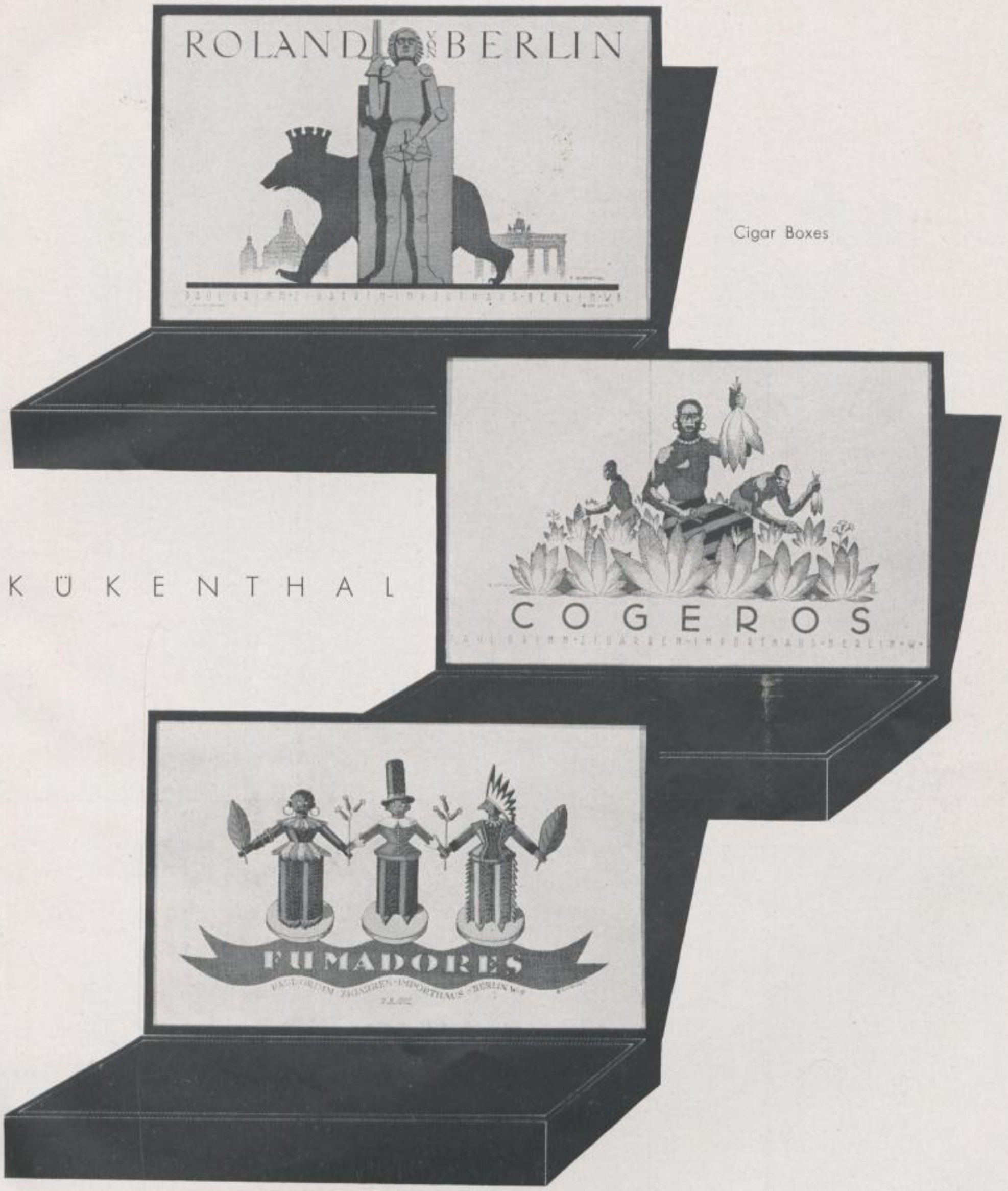
Trademark

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/17 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Zigarren-
Ausstattungen

FRITZ

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/18
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT



KÜKENTHAL

Cigar Boxes

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/19 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Taschentücherpackung
Box for Handkerchieves

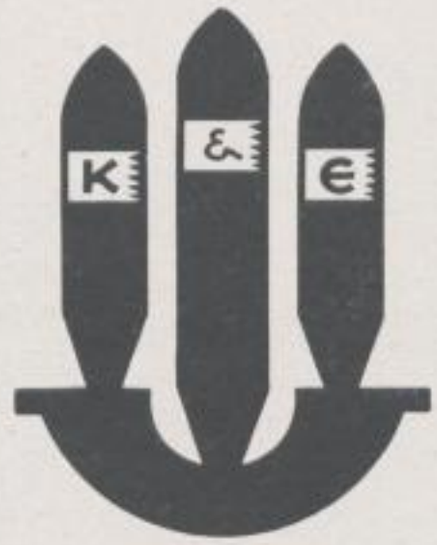
Schutzmarke Trademark

Inserat für Zigarren Advertisement for Cigars

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/20
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Innenplakat

Showcard



Schutzmarke Trademark

FRITZ
KÜKENTHAL

Druckfarbenprospekt

Folder for Printing Inks

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/21
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Künstler
Artist E. McKNIGHT KAUFFER

ZÉRO,
London

PLUS EINE KLEINIGKEIT, DIE EINIGEN ANDEREN FEHLT!

Man kann J. L. Beddington, den Propagandaleiter der Shell-Mex Co. in London, einen der mutigsten und berufensten Vorkämpfer für das, was wir Reklamekunst nennen, bezeichnen. Mit ebensoviel Berechtigung ist von ihm zu sagen, daß er ein besonnener, kühl berechnender Kaufmann ist.
Aufgabe dieser Zeilen ist es zu zeigen, daß diese zwei Seelen in einer Brust erforderlich sind, um etwas Außergewöhnliches und daher Erfolgversprechendes zu schaffen.
Beddington weiß zunächst einmal ganz genau, wie man Benzin und Oel verkauft. Bevor er, vor etwa 5 Jahren, mit seiner jetzigen Aufgabe betraut wurde, war er für denselben Konzern u. a. auch in China tätig.
Es scheint, daß Menschen, die ihr Produkt kennen und sich ernsthaft und ohne Brett vor dem Kopf mit raffiniertem Rohöl befassen, primitive Mittel bei der Propaganda ablehnen. Es ist eine zu eigene Sache mit diesem Produkt, das in so kurzer Zeit einen ungeheuren Platz in unser aller Leben erobert hat. Wobei es gleichgültig ist, ob wir selbst Auto fahren oder nicht.
Briefe, Ärzte und Geliebte erreichen uns mit seiner Hilfe . . . Es ist das Blut in seiner nie abreißenden Schlange des Straßenverkehrs der Welt . . . es brachte nackten und vergnügten Insulanern Bücher,

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/22
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Künstler
Artist MANSBRIDGE

PLUS A LITTLE SOMETHING SOME OTHERS HAVEN'T GOT!

ZÉRO,
London

We may cite J. L. Beddington, the advertising manager of the Shell-Mex Co., in London as one of the most courageous and capable pioneers of what we call art in advertising. It is just as correct to say of him that he is a cool and calculating business man.

It is the task of these few lines to show that these two souls in one body are necessary in order to create something unusual, something which is therefore likely to succeed.

In the first place, Beddington knows exactly how to get sales for petrol and oil. Before he was entrusted with his present field of action, about five years ago, he was acting for the same concern in China.

It seems that people who have an exact knowledge of their product and who take a serious and open-eyed interest in refined crude oil, refuse to consider primitive methods of propaganda. It is really remarkable what a tremendous factor in all our lives this product has come to be in such a short time. It is a matter of indifference whether we ourselves have a car or not.

Letters, doctors and sweethearts reach us with its help. It is the blood that pulses through the never-ending snake of traffic along the roads of the world . . . it brings books, starched shirts and

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/23 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Künstler G. BISSILL
Artist

Inserat Advertisement
Entwurf E. McKNIGHT KAUFFER
Design
Stuarts Advertising Agency

Oberhemden und indiskrete Krankheiten . . . es verletzt und tötet jede Minute . . . es verhundertfacht die Freuden des Sonntags. Im Grunewald, in Cornwall, Long Island, über dem Mount Everest und in Dinkelsbühl summen Motoren, weil es Benzin und Öl gibt.

Gold ist nun beinahe eine unverständliche Sache für Gelehrte geworden — etwas Weltfremdes. Aber mit diesem seltsamen Stoff, dessen Geruch schon fasziniert oder abstößt, muß sich jeder auseinandersetzen.

Und weil das so ist . . . und weil diese Zusammenhänge bestehen, deshalb muß die Propaganda dafür von Menschen geleitet und erdacht werden, die Phantasie und Sachlichkeit in sich haben. Und das ist . . . eine Kleinigkeit, die manchen fehlt.

Wie immer, wenn man Abbildungen in dieser Zeitschrift ansieht, muß man sich den sie umgebenden Hintergrund dazudenken.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/24 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

unmentionable sicknesses to naked and rejoicing inhabitants of islands in tropic seas . . . every minute it kills or wounds a victim . . . it magnifies the joys of Sunday an hundredfold. In Cornwall, in Long Island, in Grunewald, over Mount Everest and in Partenkirchen the motors go humming because there are such things as petrol and oil.

Gold has now become almost an incomprehensible affair for scientists to concern themselves with—something apart and aside from the world's affairs—but every one must come into contact with this strange material, the very scent of which either fascinates or excites disgust.

Just because this is the case . . . and because the co-ordinances exist, the advertising must be in the hands of men who are guided and inspired by imagination coupled with objectivity. And that is . . . a little something which many haven't got.

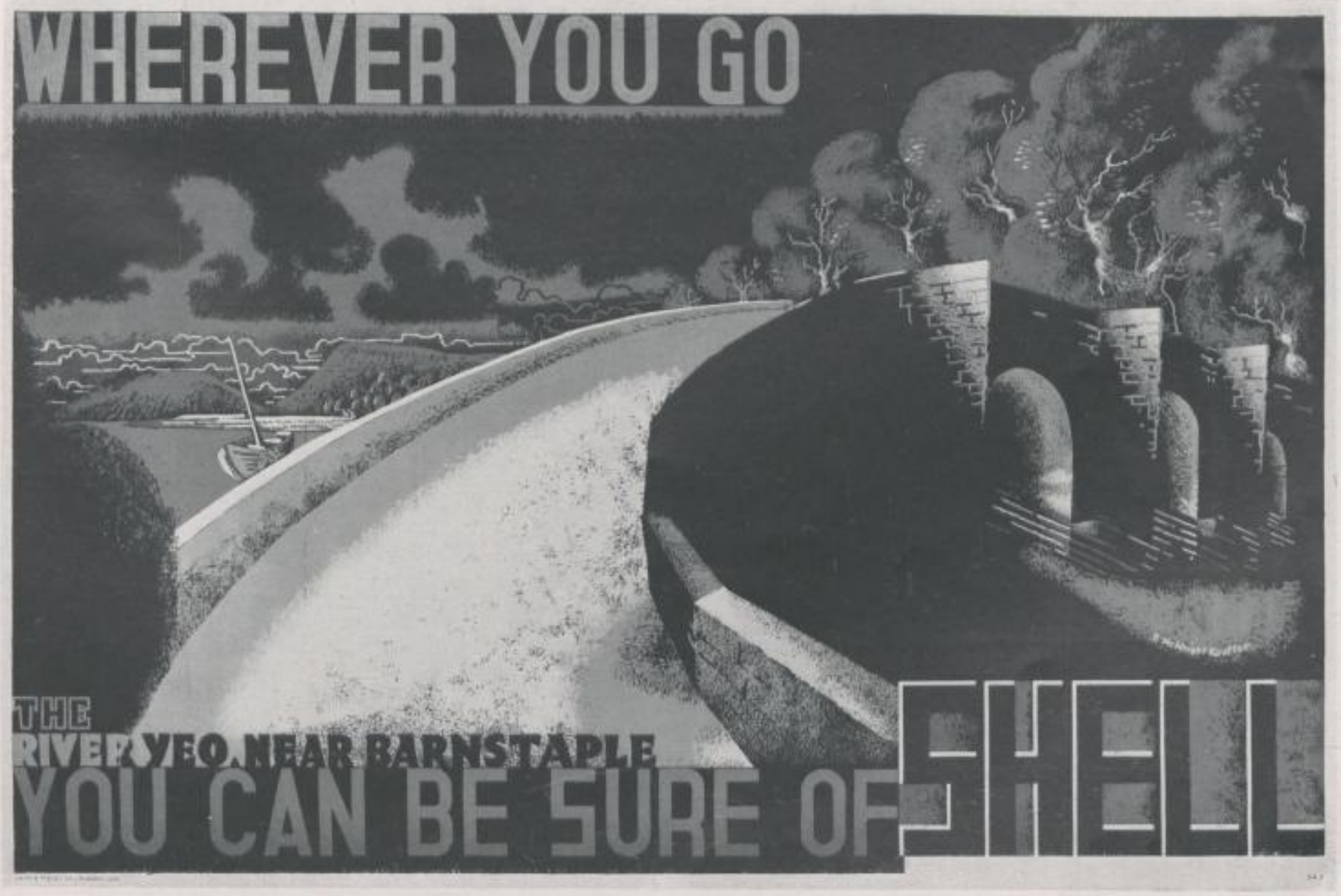
As always, when studying reproductions in this magazine, one

Inserat Advertisement

Entwurf Design E. McKNIGHT KAUFFER

Stuarts Advertising Agency

Künstler Artist E. McKNIGHT KAUFFER



SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/25
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

EVERYWHERE YOU GO

LONG MAN OF WILMINGTON — By DENIS CONSTANDUROS

YOU CAN BE SURE OF SHELL

Maler DENIS CONSTANDUROS Artist

Inserat Advertisement

Entwurf Design E. McKNIGHT KAUFFER

Stuarts Advertising Agency

Hier ist das ganz besonders wichtig, weil die Idee, diese Plakate nicht in die Landschaft zu stellen, eine starke Propaganda in sich darstellt. Wie so vieles Gute, sollte das eigentlich für jede Firma, die irgend etwas mit Autos zu tun hat, eine Selbstverständlichkeit sein. Aber wie so vieles Selbstverständliche erscheint es den meisten weder selbstverständlich noch gut.

Auch das schönste Plakat kann die Aussicht versperren, wenn es nicht mit viel Takt und Verständnis aufgestellt ist. Und nur wenige versonnene Sonderlinge fahren ins Grüne, um auch dort an die eben verlassenen Litfaßsäulen erinnert zu werden. Die Landschaft der britischen Inseln ist frei von Shell-Plakaten, und es erscheint statt dessen eine Serie schöner Photos noch schönerer Bäume, Wege, Gasthäuser und alter Mühlen mit der freundlichen Unterschrift: An solchen Plätzen plakatieren wir nicht.

Da Beddington es als einen Vorzug betrachtet (und das ist keine

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/26 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

must remember to place them in imagination against their proper background. This is particularly important in this case, because the idea of never setting these posters in the landscape is in itself a strong piece of propaganda. Like many other good things, this should be a matter of course for every firm which has anything to do with automobiles. But like so many other things which should be matters of course, it appears to most people neither matter of course nor even desirable.

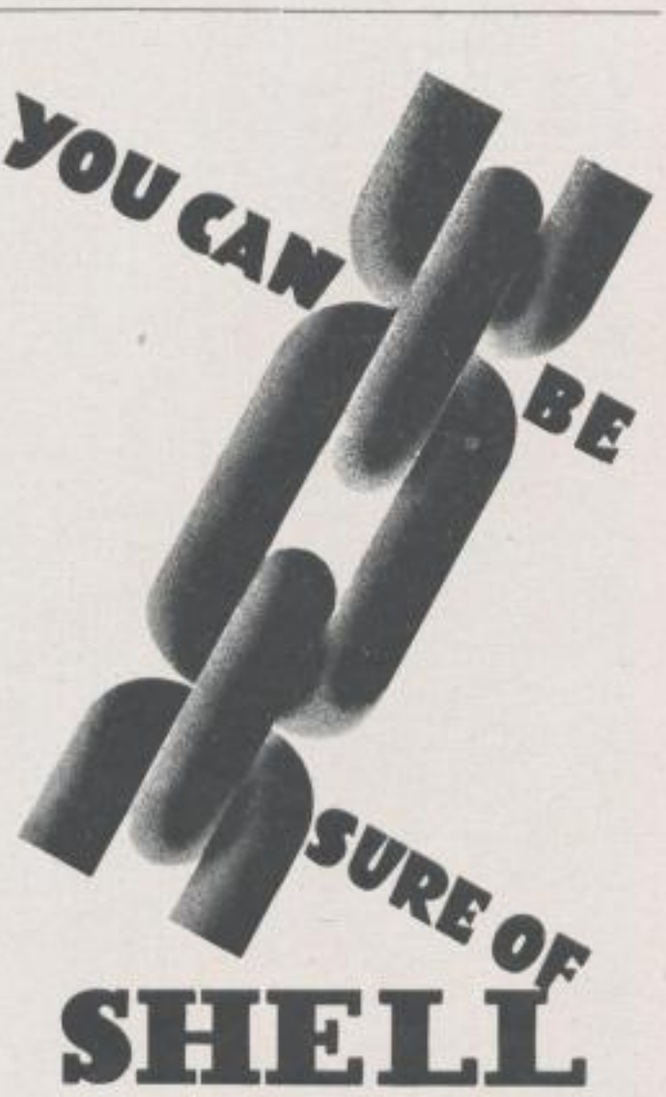
Even the most beautiful poster can spoil the view unless it is set up with a great deal of tact and understanding. Only very few contemplative and eccentric travellers journey among green fields in order to be reminded of the hoardings they have just left behind. The landscape of the British Isles is free of Shell posters and instead of these we have a series of beautiful photos of still more beautiful trees, lanes, inns and old mills with the pleasant caption: we don't put posters in places like this.

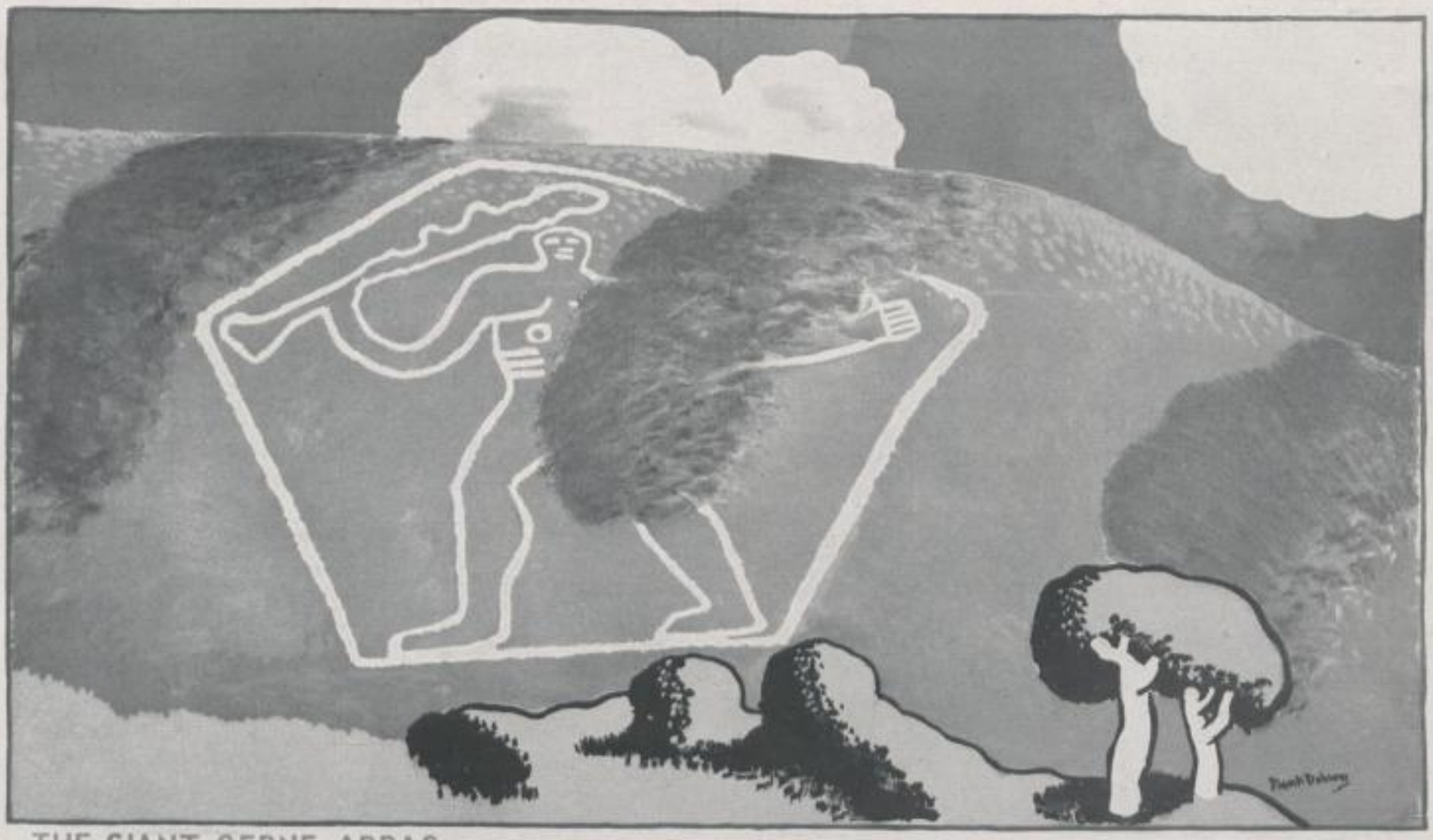
Maler FRANK DOBSON Artist

Inserat

E. McKNIGHT KAUFFER

Advertisement

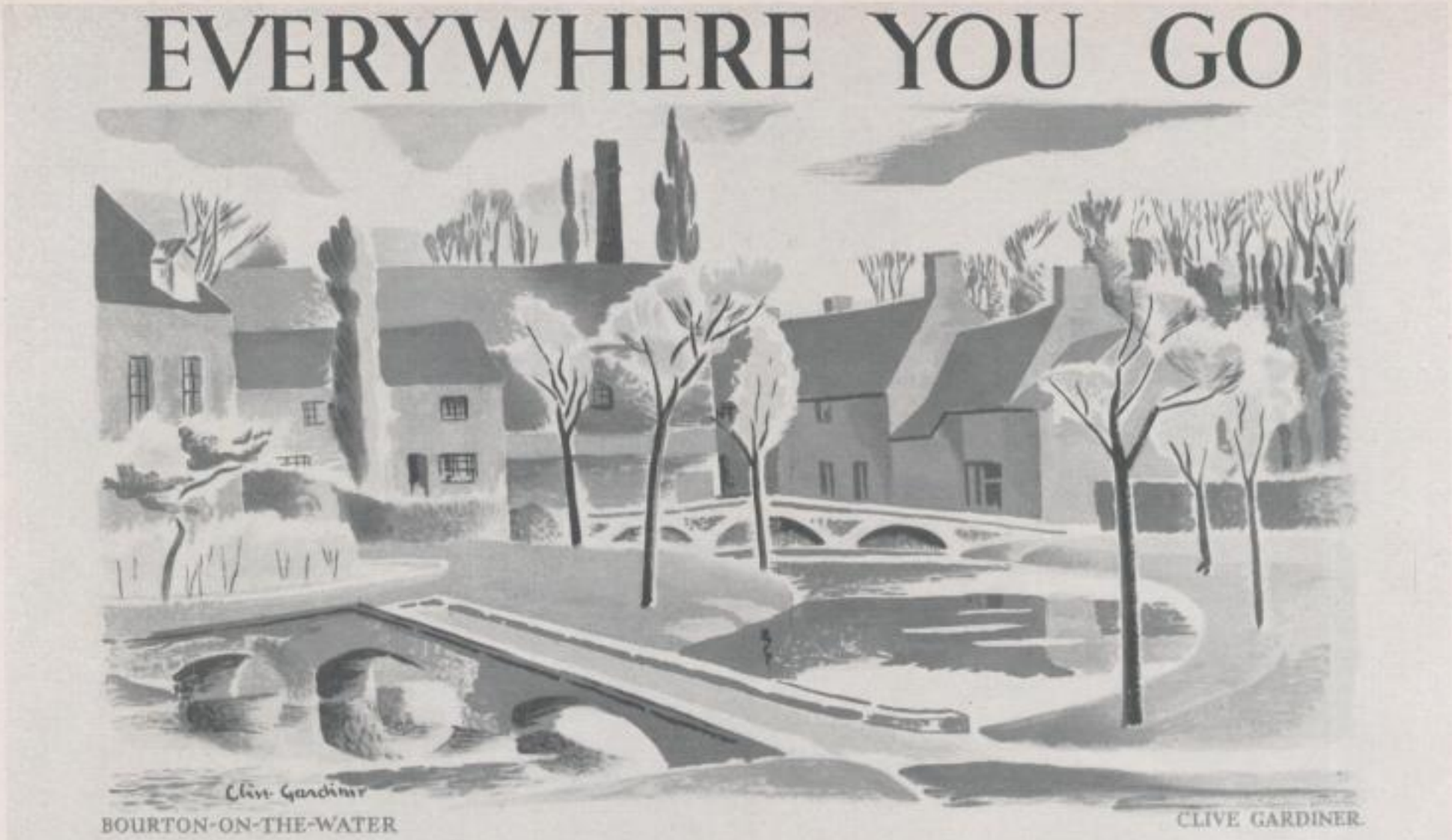




THE GIANT, CERNE ABBAS

SEE BRITAIN FIRST ON SHELL

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/27 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT



Maler CLIVE GARDINER Artist

Inserat Advertisement

Foto: MAURICE BECK

(Leute, die wir nicht beliefern:
Der galoppierende Major, der sagt, ein Pferd war gut genug für mich, warum zum Teufel nicht für Euch?)

Redensart), mit Künstlern arbeiten zu können, gibt es selbstverständlich auch keine Diskussionen, die mit den lieben Worten: „Könnte man hier nicht vielleicht noch dieses oder jenes anbringen" anzufangen pflegen. Statt dessen werden junge Talente herangezogen, wie z. B. der noch nicht 20jährige Constanduros, dessen Arbeiten noch auf keiner Ausstellung erschienen waren. So ist eine Sammlung entstanden, deren Wert und Reichtum in der Verschiedenheit von Temperamenten liegt, die sich ungehindert geben durften. Von der lyrischen Leichtigkeit der Gardiner, Duplessis, Constanduros über Armstrong, Sutherland, Dobson bis zu den eindrucksvollen „Nicht-Anders-Sein-Könnenden" des Plakatdichters McKnight Kauffer.

Ebenso wichtig ist der umgebende Rahmen bei den Inseraten. Jede dieser amüsanten und ungewöhnlichen Anzeigen muß sich in der vornehm geruhigen Atmosphäre der ehrwürdigen (aber

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/28 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Since Beddington regards it as an advantage (this is no empty phrase) to work with artists, discussions never arise which begin with the familiar words: „Couldn't we put in this or that just here." Instead, young, talented artists are called into collaboration, for instance, Constanduros, not yet twenty years of age, whose work had not yet been shown at any exhibition. Thus a collection has come into being, the value and richness of which is conditioned by the variety of temperament which has had an opportunity to work itself out at will. It runs the whole gamut from the lyric lightness of Gardiner, Duplessis, Constanduros, by way of Armstrong, Sutherland, Dobson to the impressive forthrightness of that poet of the posters, McKnight Kauffer.

Just as important is the frame chosen to surround the advertisements. Each of these amusing and unusual ads. must look as much at home in the refined and quiet atmosphere of the venerable (yet by no means reactionary) Times as in the bright and

Maler GRAHAM SUTHERLAND Artist

Foto: PETER NORTH

Inserat Advertisement

(Leute, die wir nicht beliefern:
Der begeisterte Anwerfer)

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/29
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

EVERYWHERE YOU GO

LLANSTEPHAN CASTLE — By H.E. Du PLESSIS

YOU CAN BE SURE OF SHELL

Maler
Artist H. E. DU PLESSIS

Inserat
Entwurf
Design Advertisement
REX WHISTLER
(Feuer! Gemacht, da sind wir schon mit Shell)

deshalb keineswegs rückständigen) „Times" ebenso gut benehmen können, wie in den buntbewegten Blättern Lord Beaverbrooks. Mr.-Austin-Besitzer und Lord-Rolls-Royce-Fahrer müssen erreicht werden. Humor haben alle. Hier ist ein weites Feld. Trennen sie auch Millionen von Pfunden: „That's Shell, that was!" erreichte alle.

Während eine Serie die Bedeutung der geheimnisvollen Zeichen T E L (Tetra Ethyl Lead) erklärte, erschien nebenher eine andere und beruhigt die einfachen Gemüter in unerhörter Frechheit: „Liest du die Shell-Anzeigen?" „Nein, die sind mir zu hoch (highbrow), aber deswegen benutze ich doch immer ihren Brennstoff." Neben einer guten und langweiligen Zeitungsnotiz wirken sie wie ein Kaviarbrötchen neben einer Schüssel Kohl. Erst McKnight Kauffer's Anzeigen für „Pull" — mit das künstlerisch Stärkste und Eigenartigste, das er für Shell geschaffen hat. Dann

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/30 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

lively journals of Lord Beaverbrook. The small man who pilots an Austin must be reached just as surely as the lord who drives a Rolls-Royce. They are both open to the appeal of humour. Here we have a wide field. Millions of pounds may divide them: „That's Shell, that was!" appealed to them all.

Whereas one series was devoted to explaining the meaning of the mysterious symbols T E L (Tetra Ethyl Lead) another parallel series calmed the simple mind with a piece of sheer impudence: "Do you read Shell Ads.?" "No, they are too highbrow for me, but that doesn't prevent me using their combustion oils." In juxtaposition to a good and boresome news paragraph they affect one like a caviare sandwich next a plate of cabbage.

First come McKnight Kauffer's advertisements for "Pull"—among the artistically strongest and most original work he ever did for

Inserat Advertisement

Entwurf REX WHISTLER Design

(Warum gibt's noch kein Sommer-Shell? — Ab 1. Mai überall zu haben!)

Maler Artist BRYNHILD PARKER

EVERYWHERE YOU GO

THE QUAY - APPLEDORE BRYNHILD PARKER

YOU CAN BE SURE OF SHELL

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/31 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

EVERYWHERE YOU GO

NEWLANDS CORNER — JOHN ARMSTRONG.

YOU CAN BE SURE OF SHELL

Maler
Artist JOHN ARMSTRONG

PRESERVATION OF THE COUNTRYSIDE

THE PROPRIETORS OF SHELL DO NOT
ADVERTISE THEIR PETROL IN
PLACES LIKE THIS

Foto: EDGAR WARD

(An solchen Plätzen plakatieren wir nicht)

die famosen „B P Plus"-Anzeigen. Und die „Leute, denen wir nichts verkaufen". Die Ideen, Karikaturen, Photos. Wie lebendig und fröhlich ist das alles. Wie ausgeruht die Köpfe, die das fertigbringen.

Eine Propaganda, die am Fundamentalen nicht vorbeiwitzelt und — niemals vorbeistolpert. Das ganze Orchester spielt. Neue Melodien? Ja. Jeden Tag. Solisten? Ja. Aber da ist immer die Gesamtmusik im Hintergrunde.

Wie macht man Propaganda? Die Antwort ist uralt: Mit dem Einsatz der Persönlichkeit. Seitdem das erkannt, oder besser wieder erkannt worden ist, haben Künstler für kluge Fabrikanten gearbeitet. Sie sind das Plus, das die anderen nicht haben.

Hier ist ein Mensch, der diese Persönlichkeit einsetzt und der weiß, wie man das macht. Deswegen war sein Weg zum Erfolg schnell und ökonomisch.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/32 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Shell. Then come the splendid "B P Plus" ads. And the "People to whom we cannot sell". Ideas, caricatures, photos—how vital and joyous it all is. How fresh the brains must be that evolve such things.

This is propaganda which never goes joking and romping past the essential points. The whole orchestra plays. New melodies? Yes. Every day. Soloists? Yes. But the rest of the music is always ready in the background.

How does one make propaganda? The answer is as old as the hills: one uses one's personality. Since that has been recognised, or rather, again recognized, wise manufacturers have put artists to work. They are the plus which the others haven't got.

Here we have a man who uses his personality and knows how it should be done. That is why his road to success was rapid and in line with economics.

Trans. by E. T. Scheffauer

Foto: EDGAR WARD

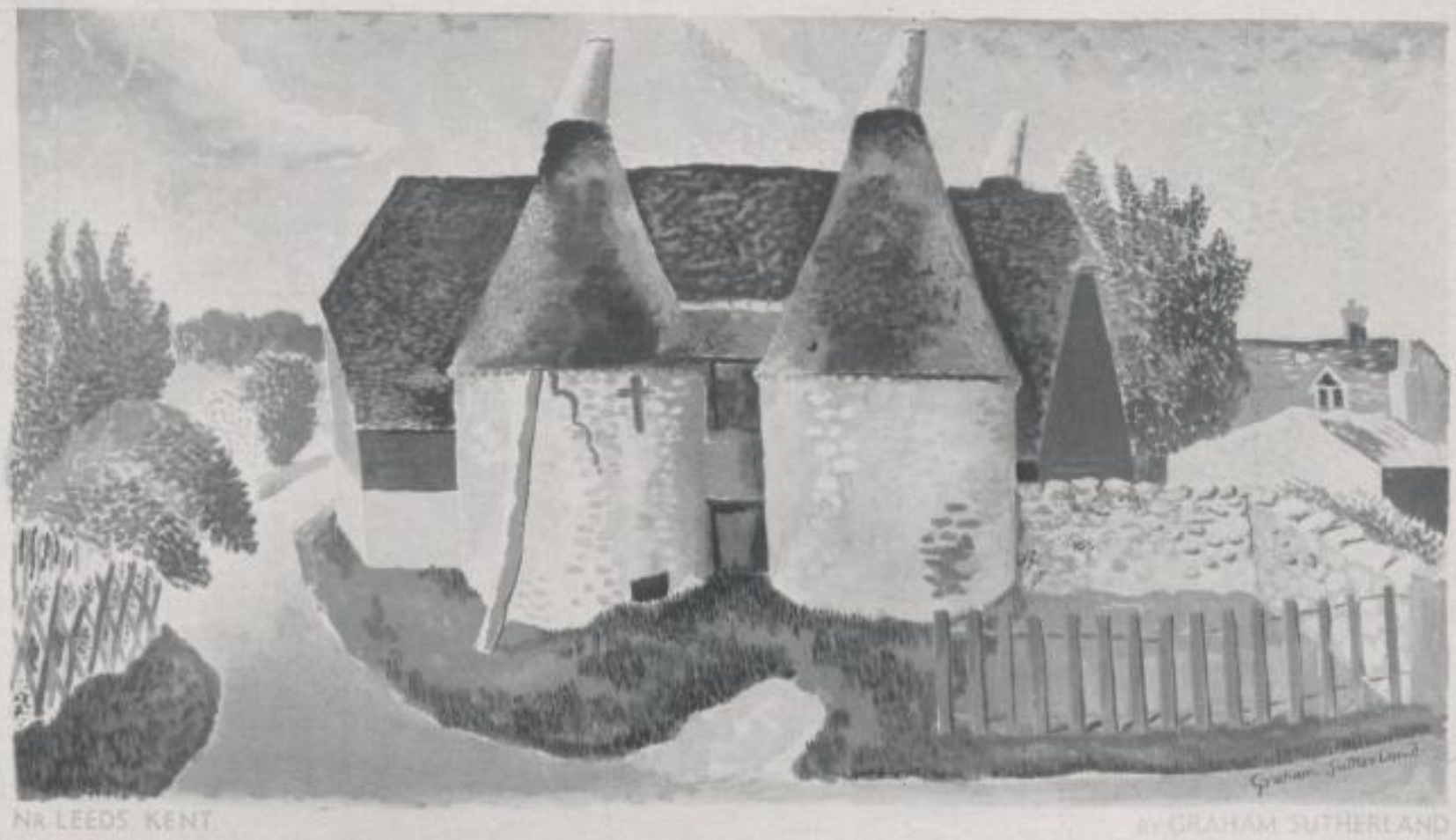
(An solchen Plätzen plakatieren wir nicht)

PRESERVATION OF THE COUNTRYSIDE

THE PROPRIETORS OF SHELL DO NOT ADVERTISE THEIR PETROL IN PLACES LIKE THIS

Maler
Artist GRAHAM SUTHERLAND

EVERYWHERE YOU GO



NR. LEEDS, KENT. BY GRAHAM SUTHERLAND

YOU CAN BE SURE OF SHELL

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/33 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

meine herrn, heute sehn sie mich gläser abwaschen
und ich mache das bett für jeden
und sie geben mir einen penny und ich bedanke mich schnell
und sie sehen meine lumpen und dies lumpige hotel
und sie wissen nicht, mit wem sie reden.
aber eines abends wird ein geschrei sein am hafen
und man fragt: „was ist das für ein geschrei?"
und man wird mich lächeln sehn bei meinen gläsern
und man sagt: „was lächelt die dabei?"
und ein schiff mit acht segeln
und mit fünfzig kanonen
wird liegen am kai.

man sagt: „geh, wisch deine gläser, mein kind"
und man reicht mir den penny hin
und der penny wird genommen und das bett wird gemacht
es wird keiner mehr dein schlafen in dieser nacht
und sie wissen immer noch nicht, wer ich bin.
aber eines abends wird ein gelbe sein am hafen
und man fragt: „was ist das für ein gelbe?"
und man wird mich stehen sehn hinterm fenster
und man fragt: „was lächelt die so bös?"
und das schiff mit acht segeln
und mit fünfzig kanonen
wird beschießen die stadt.

Farbiger Holzschnitt
Colored Wood Cut

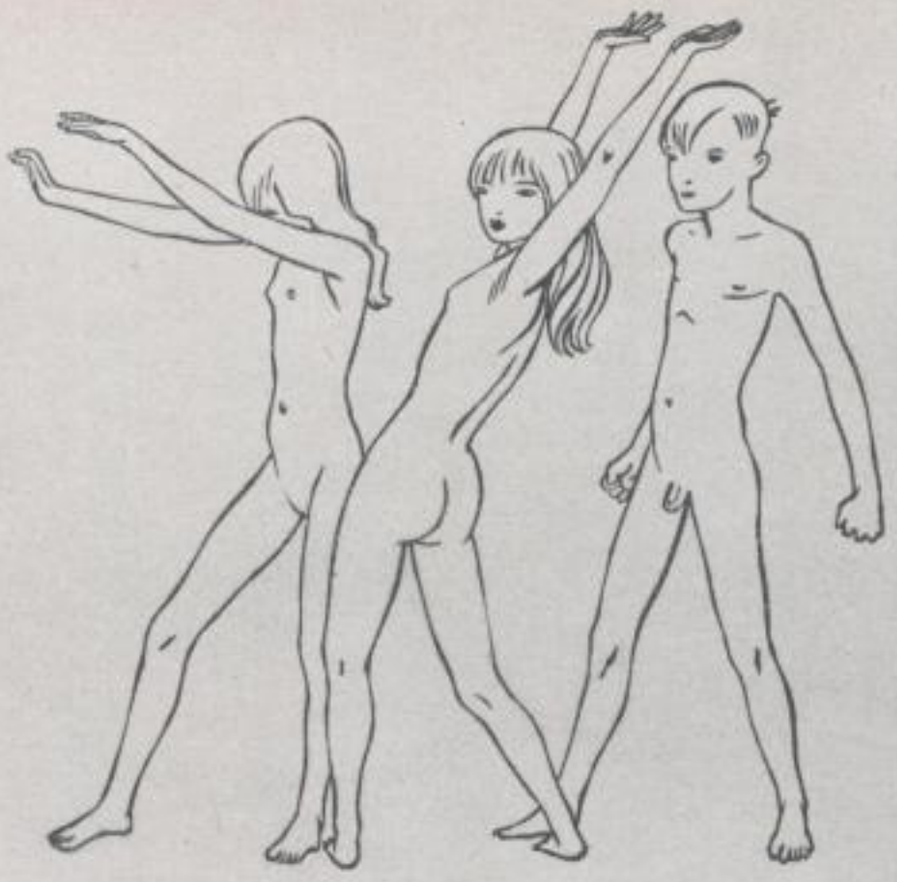
JUNGE TALENTE

AN DER AKADEMIE FÜR GRAPHISCHE KÜNSTE UND BUCHGEWERBE

Sehr oft hören wir heute die Meinung, daß es um den künstlerischen Nachwuchs in der gegenwärtigen Zeit schlecht bestellt sei. Es trifft ganz bestimmt nicht zu, daß die junge Generation weniger Talente aufweise, als eine der vorhergehenden. Auch die Methode der Kunsterziehung ist gegen frühere bestimmt nicht schlechter geworden. Es fehlt lediglich an Aufgaben, an denen junge Talente ihre Eignung beweisen können. Wir werden deshalb in den nächsten Heften regelmäßig auf jüngere Begabungen hinweisen, bei denen die Erfindung und das handwerkliche Training erfolgversprechend sind, ohne daß wir zu den einzelnen Dingen und Persönlichkeiten besondere Stellung nehmen.

WALTER HEMPEL

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/34
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT



Wie geradezu hoffnungslos ſind wir doch in die allerſinnloſeſten, allerköſtlichſten Wunder hineingeboren. Wir ſehen Wirkungen, ſehen Folgen, die in ihrer berauſchenden Formenfülle und Lebens fülle irgend einmal durch uns hervorgerufen ſind, und es darf uns doch nicht einfallen, uns ſelbſt als ihren Schöpfer zu fühlen. Vielleicht ſind wir ein notwendiges, trotzdem aber bleiben wir ein winziges, ein verdienſtloſes Glied, das zu dem erzeugten Reichtum und ſeiner ewigen göttlichen Weſensart in keinem Verhältnis ſteht.

YOUNG TALENT

AT THE "AKADEMIE FÜR GRAPHISCHE KÜNSTE UND BUCHGEWERBE", LEIPZIG

We often hear people express the opinion that the young generation of artists of the present day leaves much to be desired. It is certainly not true that fewer young people of talent are to be found than in previous generations. The methods of artistic training have certainly not deteriorated, compared with those formerly employed. It is simply that young and aspiring talent finds so few tasks in which it could demonstrate its powers. In our next numbers we shall therefore make a practice of calling attention to gifted young people, whose powers of invention and technical training would seem to augur their success, without taking up any definite attitude towards individual designs and personalities.

Trans. by E. T. Scheffauer.

Holzschnitte WALTER HEMPEL Woodcuts

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/35 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Eine Hochzeitsgesellschaft, welche in so später Stunde noch nicht heimgefunden hat,

wird plötzlich in ihrer frohen Feier grausam gestört

Ein Märchen in Holzstichen

JOHANNES LEBEK

A Fairy Tale in Wood Etches

JOHANNES LEBEK

Holzschnitt

Woodcut

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/36 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Holzschnitt
Woodcut

H. A. MÜLLER

Illustration

WALTER
HEMPEL

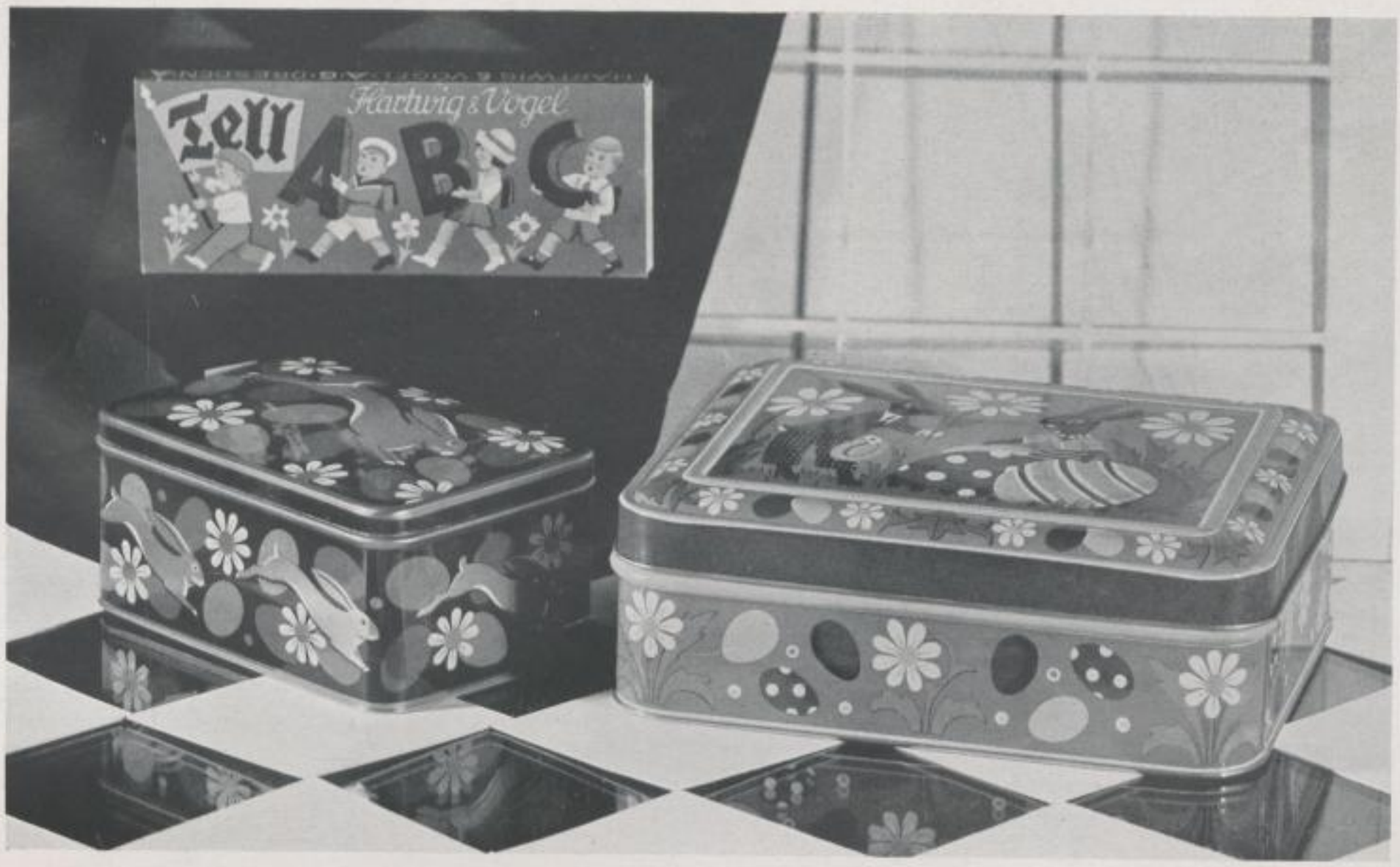
Holzschnitt
Woodcut

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/37
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

W I L L Y
W O L F F

Keks- und Schokoladenpackungen
Biscuits and Chocolate Boxes

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/38
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT



SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/39 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

TILLY VOIGT

ist eine ungewöhnliche Meisterin der Werbefotografie. Sie fotografiert nicht nur die anzubietenden Waren, sondern sie schafft Wunschbeziehungen zu diesen Waren, und das ist wohl das Beste, was man über eine Werbefotografin sagen kann.

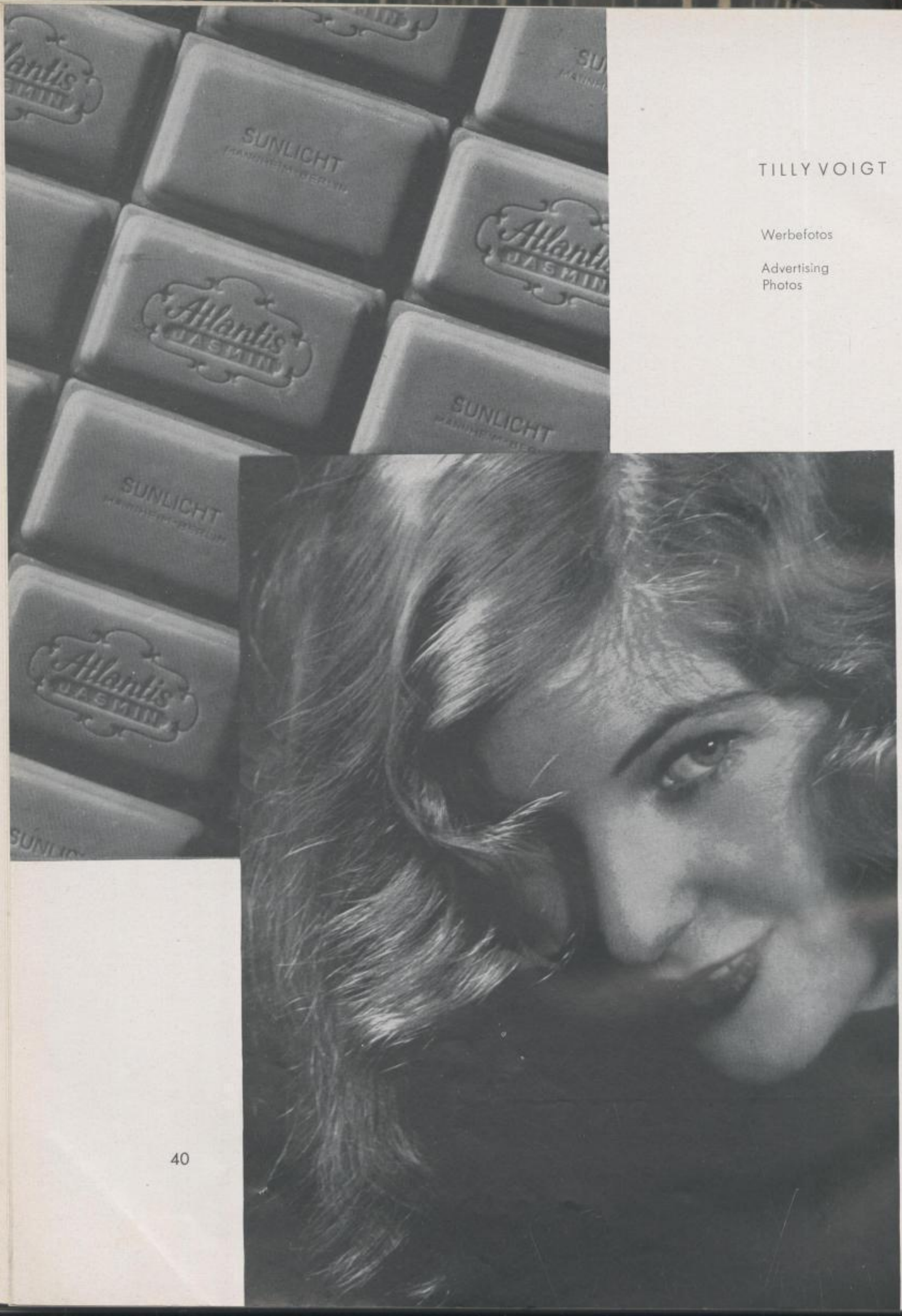
SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/40
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

TILLY VOIGT

is an unusual master of advertising photography. She not only photographs the wares offered, but also creates a desire to possess them and that is the highest praise which one can accord to an advertising photographer.

Trans. by E.T.S.

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/41
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT



TILLY VOIGT

Werbefotos

Advertising
Photos

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/42
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/43
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Fotos

TILLY
VOIGT

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/44
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/45
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Plakat für eine Kühlermischung

Poster for a Cooler Mixture

MARTON

Man kann Plakatmaler sein und dennoch ein fein empfindender und empfänglicher Künstler bleiben, sich fernhalten vom Uebermaß und leichten Effekten. So ist Marton, der junge ungarische Künstler, der vor wenigen Jahren nach Paris kam und dessen Plakate das Gepräge einer eigenen Persönlichkeit tragen. Keine aufdringlichen Farben, keine gesuchten, in graphische Form gezwungenen Ideen, und vor allem niemals Banalitäten.

Es gibt sogar gewisse Leute, die ihm seine Zartheit zum Vorwurf machen. Ein Plakatmaler sollte wohl das Publikum vergewaltigen und ihm seine Ideen einhämmern. Dabei müßte aber erst festgestellt werden, ob es nicht möglich ist,

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/46 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Plakat für
Bornibus-
Mostrich

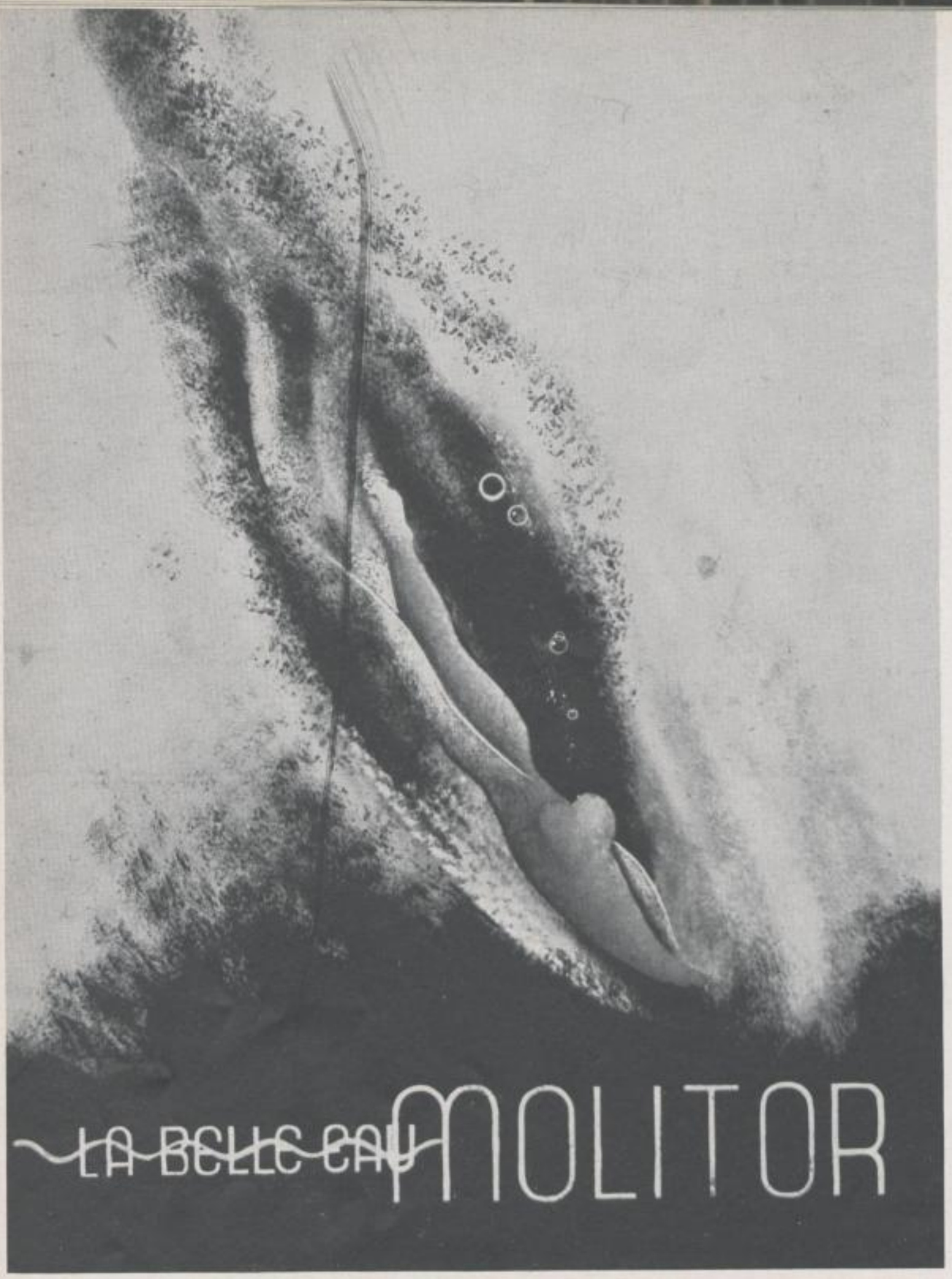
Poster for
Bornibus
Mustard

PARIS

A man may be a poster painter and yet remain a receptive artist of sensitive perceptions and keep hinself apart from exaggerations and facile effects. Marton is an artist of this kind, a young Hungarian who came to Paris a few years ago and whose posters bear the imprint of an original personality. No crass coloring, no ideas dragged in and made to serve the purposes of graphic art, above all, no banalities.

There are even people who demur at his delicacy of touch. They seem to think that a poster designer ought to do violence to his public and seek to impose ideas upon it by force. But here it is necessary

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/47 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT



MARTON

Plakat für
Fischteich Molitor

Poster for the
Molitor Fish Pond

auf weniger aufdringliche Weise eindringlicher zu wirken. Kein echter Pariser kann an dem reizvollen Bild vorübergehen, das Marton für den Optiker Leroy (Nr. 6 Jg. VIII) geschaffen hat und das besonders charakteristisch für seine Manier ist. Die ganze Wirkung ist auf die Kreislinien der Augengläser konzentriert. Das Gesicht, nur mit Licht und Schatten angedeutet, ist von Aufmerksamkeit erregender Durchsichtigkeit. Die teilende Mittellinie lenkt den Blick auf den Namen der Firma, dessen Buchstaben in gleicher Weise ausgeführt die Basis bilden. Zwei Farbtöne hellen das Grau in Grau auf: das leuchtende Gelb der linken Gesichtshälfte und eine leichte, blaue, wolkige Phantasielocke über der Stirn.

Sehr feinsinnig und anziehend sind auch die Entwürfe für Fischfilet Le Corsaire und Fischteich

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/48 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

MARTON

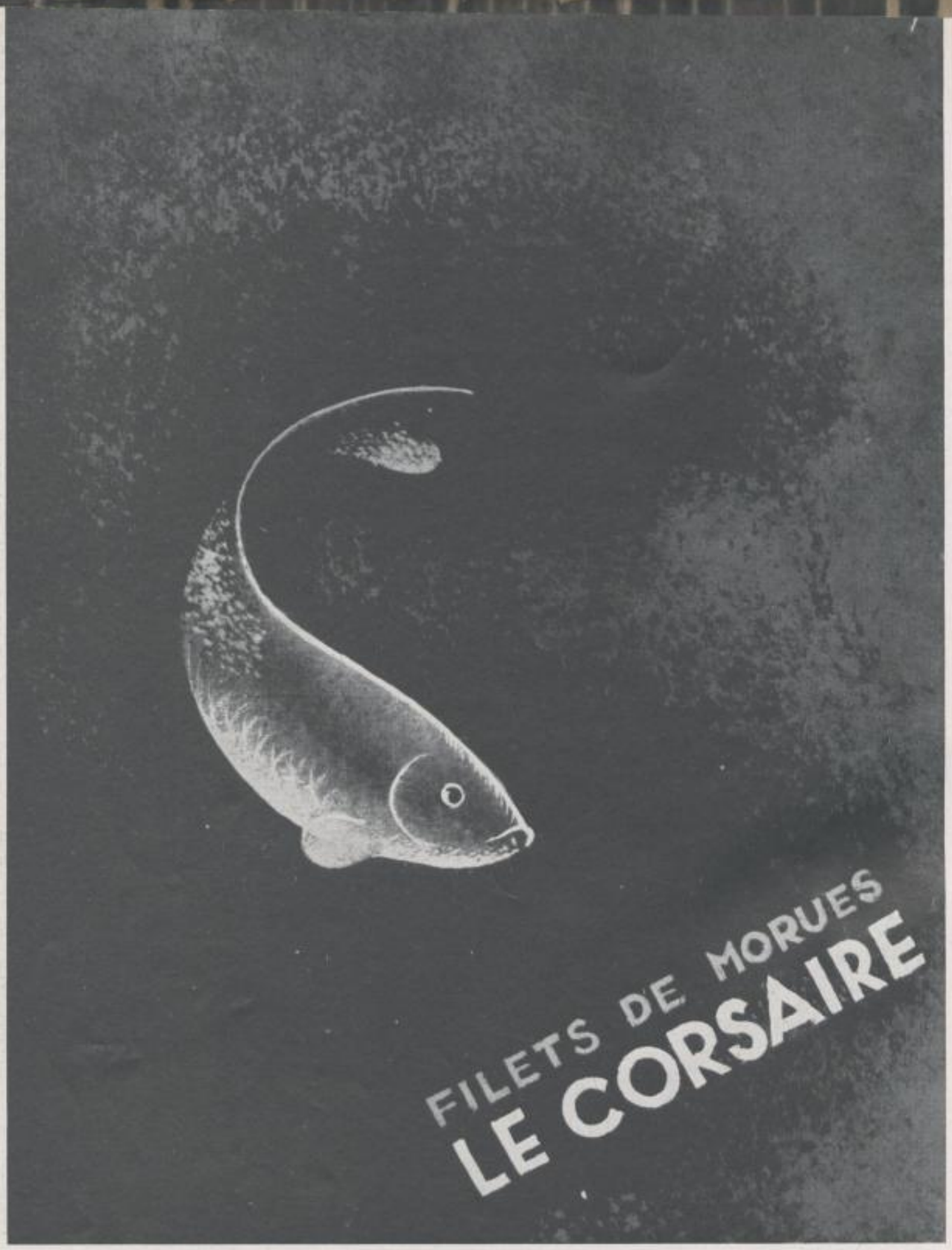
Plakat für Lesieur Speiseöl

Poster for Lesieur Salad Oil

to decide whether it be not possible to achieve greater effectiveness in a less obstreperous fashion. No genuine Parisian can pass by without notice the charming picture created by Marton for the optician Leroy (Nr. 6 Vol. VIII) and it is a particularly characteristic example of Marton's manner. The whole effect is concentrated upon the circular ring of the eye-glasses. The face, merely indicated in light and shade, is of a transparency which compels attention. The center line which divides the design leads the eye to the name of the firm, the letters of which, carried out in similar manner, form the base. Two shades of color brighten the grey tints in grey, the radiant yellow on the left side of the face and the light blue cloud of an imaginary curl just above the brow.

Very finely-felt and attractive are the designs for Le Corsaire filleted fish and the Molitor fish pond,

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/49 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT



MARTON

Plakat für
Fischfilet
Le Corsaire

Poster for Le
Corsaire
Filleted Fish

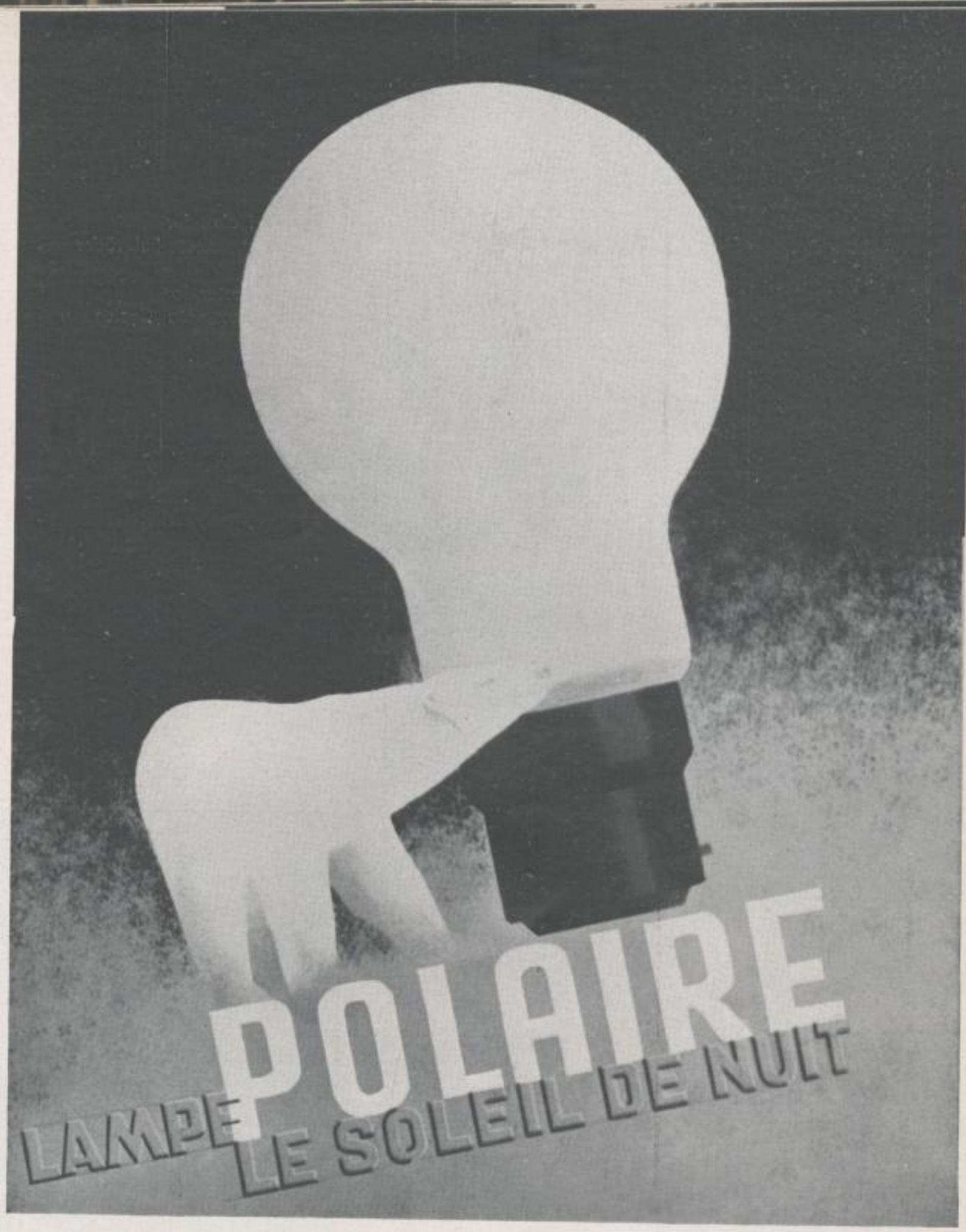
Molitor, wo das Photo leider nicht die blauen Harmonien wiedergeben kann, die in glücklicher Abtönung den Eindruck des Wassers vermitteln. Aber andererseits, wenn es notwendig ist, kann Marton auch diese von ihm geliebte leise Gedämpftheit aufgeben. Beweis: Das Plakat für Automoto, bei dem er den Entwurf auf den Teil eines Fahrrades beschränkt, das Plakat Triphote (Nr. 6 Jg. VIII), wo sich Abblend- und Scheinwerferlicht in aller Intensität von dem absichtlich dunkel gehaltenen Grund abhebt. Manchmal gibt Marton seinen Plakaten auch einen humorvollen Anstrich, wie im Entwurf für Bornibus-Mostrich oder für Fichet-Tresore: Die niedergeschlagene Haltung des Einbrechers vermittelt besser als das Wort die Sicherheit des Tresors. Jeder seiner Entwürfe ist graphisch gedacht und ein Meisterstück seiner Persönlichkeit und Intelligenz.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/50 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

MARTON

Plakat für
Polaire Lampen

Poster for
Polaire Lamps

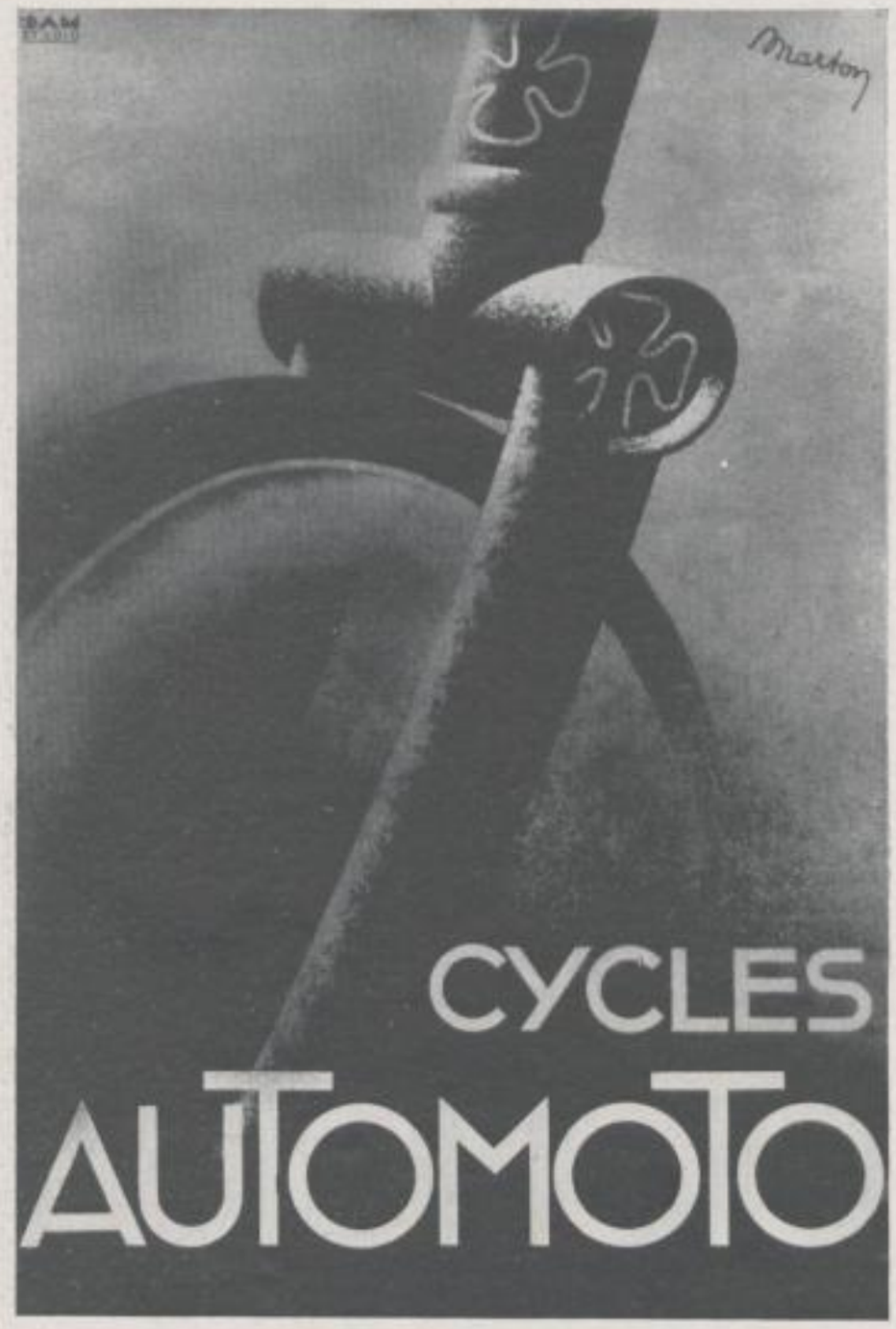


where no photographic reproduction can give an idea of the blue harmonies which, in a happy series of shadings, create the illusion of water. But on the other hand, when it is necessary, Marton can depart from his beloved quiet restrainedness. Proof: the poster for Automoto, in which he concentrates the design upon a section of a cycle, or the Triphote poster (Nr. 6 Vol. VIII) where shaded lamps and searchlights contrast intently with the background which is intentionally kept very dark.

Sometimes Marton gives his posters a touch of humor, as in the design for Bornibus mustard or for the Fichet safes: here the depressed attitude of the burglar speaks more strikingly for the security of the safe than any text. Every one of Marton's designs is considered from the graphic point of view and a masterpiece of his personality and intelligence.

Trans. by E. T. Scheffauer.

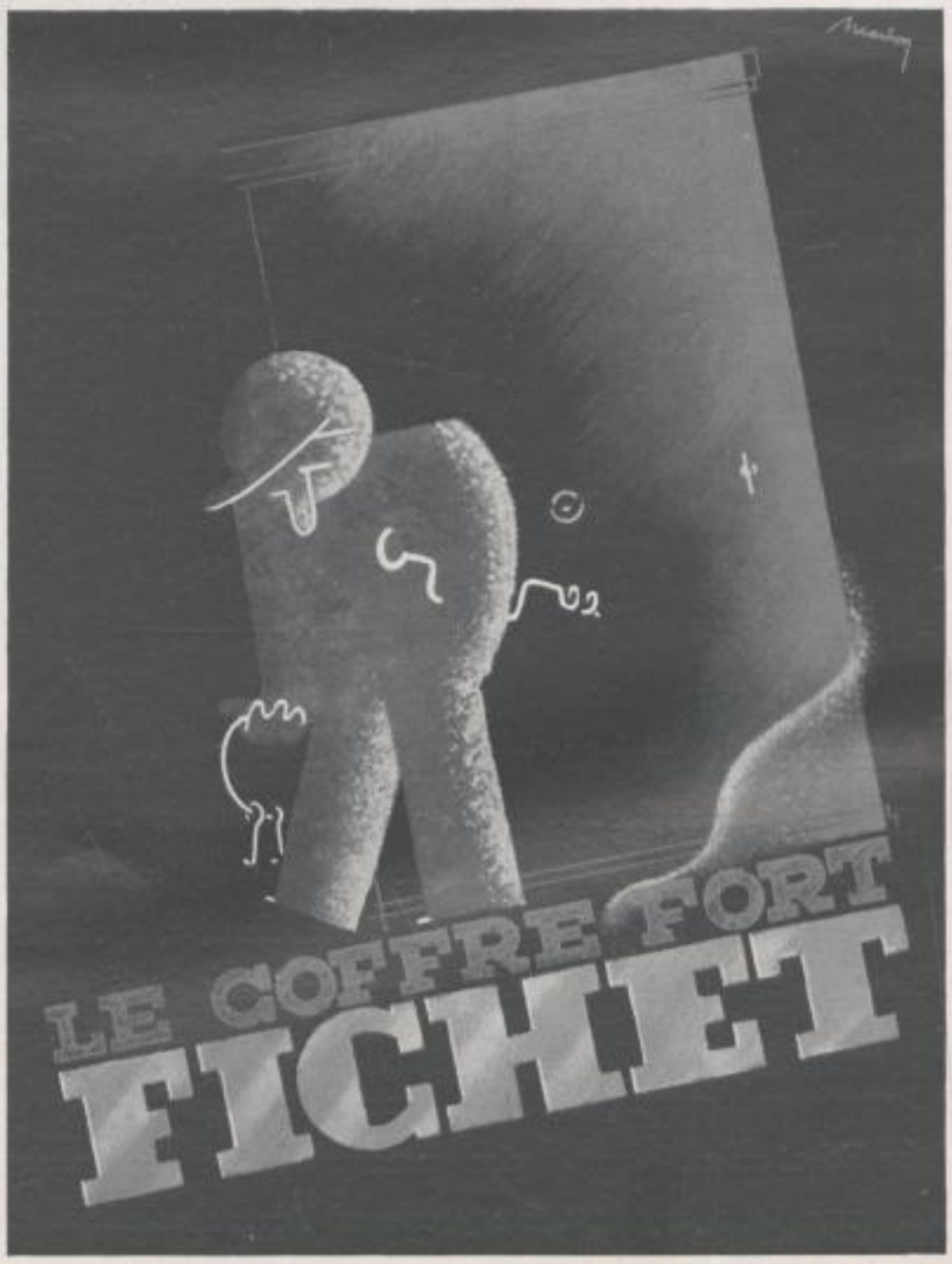
SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/51
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT



Plakat für
Automoto-Fahrräder

Poster for
Automoto Cycles

MARTON



Plakat für
Fichet Tresore

Poster for
Fichet Safes

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/52
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Plakat für
französische Zigaretten

Poster for
French Cigarettes

MARTON

Plakat für eine
Kühlwassermischung

Poster Advertising
a Cooler Mixture

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/53
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Wasserstraße
A Waterway

KURT H.

HERMANN

Der Darmstädter Fotograf Hermann Collmann ist bekannt geworden durch seine ausgezeichneten Bühnenbildfotos. In Nr. 2 des Jahrgangs IX brachten wir seine Aufnahmen von Arbeiten des Bühnenbildners Wilhelm Reinking. An diesen Fotografien eines schwer zu behandelnden Gegenstandes fiel die schlichte Genauigkeit, die großzügige und präzise Wiedergabe, die richtige Erfassung des Objektes auf. Die hier veröffentlichten Bilder sollen einen Ausschnitt aus der Gesamtproduktion des Fotografen geben. Hermann Collmann kommt von der Landschaft her. Seine Darstellung geht aus — wie die Bilder „Wasserstraße" und „Landstraße" zeigen — von einer Gesamtanschauung des Landschaftlichen. Bei genauester Erfassung der Einzelheiten, bei kompositorischer Berücksichtigung des bildhaft Wichtigen, ist jede dieser Straßen Teil einer landschaftlichen Totalität. Dabei ist der Vorwurf in seiner Dynamik so wiedergegeben, daß er durchaus als begehbare und befahrbare „Straße" erscheint.

Dasselbe gilt auch für das Porträt und das Bühnenbild. Ihre Qualität macht nicht irgendeine „interessante Einstellung" zum fotografierten Gegenstand. Das Gesicht ist als Landschaft gesehen. Es stellt sich als Ausdruck eines ganzen Menschen dar. Das Zufällige, das der Fotografie so oft anhaftet, ist abgestreift und das menschlich Wesentliche wird zum Bilde.

Auch im Bühnenbild bewegt sich Collmann wie in der naturgegebenen Landschaft. Die beiden hier veröffentlichten Bilder — die Oper „Butterfly" und das Schauspiel „Die Portugalesische Schlacht"

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387893187-19330050/54 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

HIEFEL

COLLMANN

The Darmstadt photographer Hermann Collmann has become known to fame through his excellent theatrical photos. In No. 2, Vol. 9, we reproduced his views of the work of the theatrical decorator Wilhelm Reinking. These photographs of a subject very difficult to treat were remarkable for the simple exactitude, the broad and precise reproduction, the correct conception of the object treated. The pictures reproduced here are designed to give an extract from the work of this photographer as a whole. Hermann Collmann began as a student of landscapes. His method is based upon a broad conception of the landscape value of the whole, as we see in the photos "A Waterway" and "Country Road". Although he takes in every detail, although he draws everything of importance to the pictorial effect into the composition, yet each of these pictures forms a landscape entity. Yet the object is so reproduced in all its dynamic energy that it appears in every aspect as a "way" to be journeyed upon.

Landstraße
Country Road

The same might be said of the portrait and the stage decoration. Their quality is not conditioned by any "interesting point of view" of the photographic model. The face is viewed as if it were a landscape. It becomes the expression of a whole personality. The fortuitous moment, so indigenous to photography, is done away with and that which is humanly significant becomes a picture. In his theatrical pictures, too, Collmann moves as in a landscape arranged by Nature herself. The two pictures reproduced here—from the opera "Butterfly" and the drama "The Portuguese Battle" (stage settings by Wilhelm Reinking)—serve to show that even in a partial view it is possible

(Continued on Page 56)

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/55 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

HERMANN
COLLMANN

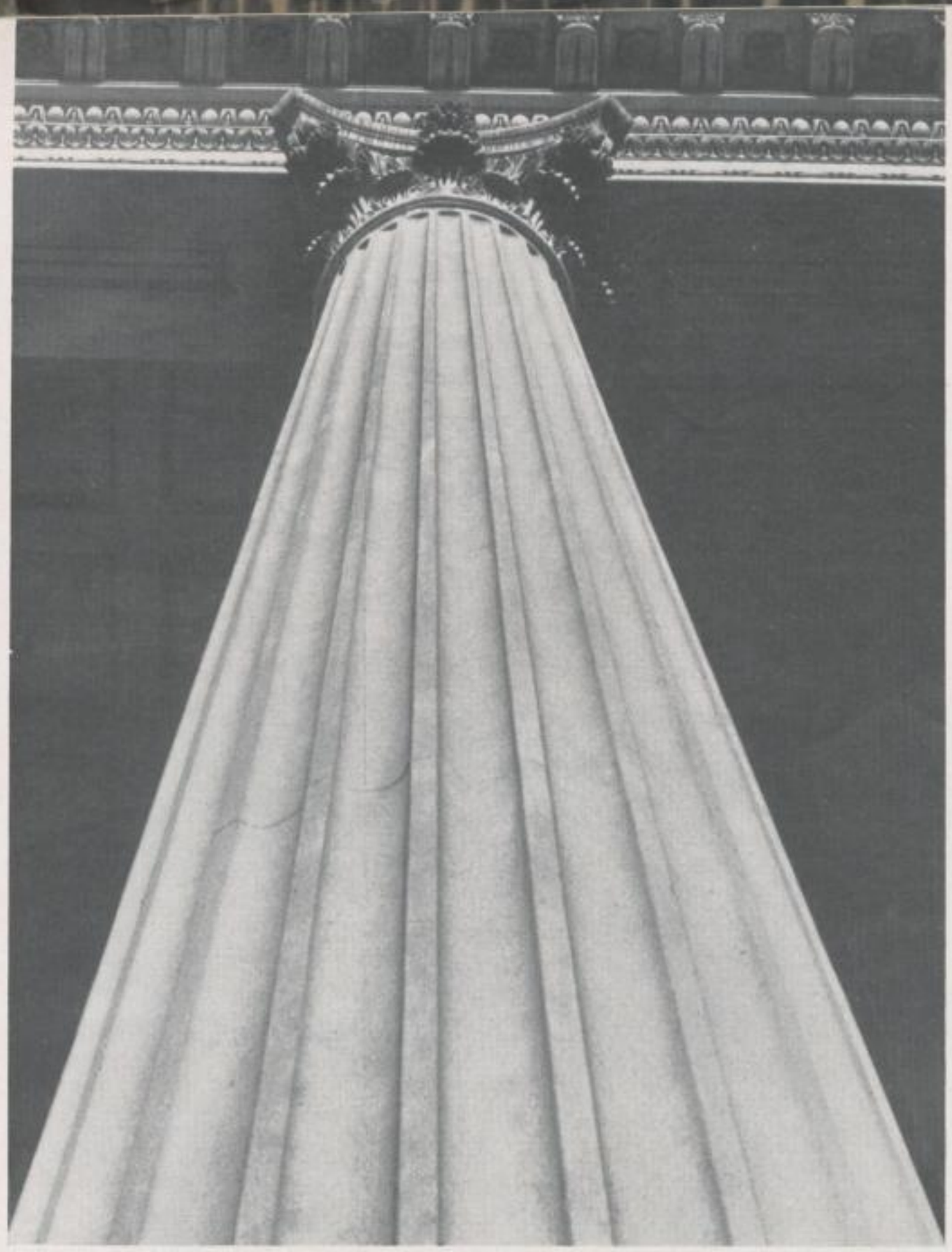
Die Schauspielerin Sybille Schmitz
Actress

(Bühnenbilder von Wilhelm Reinking) — zeigen, wie man auch im Ausschnitt das Nur-Charakteristische fotografieren kann. Man sieht aus dem Ausschnitt die Intention des Bühnenbildners, realistisches zartes Japan zu zeigen und die Stimmung, die Dichter und Regisseur gestalten wollten, hält das Objektiv eindringlich fest.

Der in der deutschen Provinz vorbildlich arbeitende Collmann (die große Popularität des Hessischen Landestheaters in Darmstadt ist nicht zuletzt auch auf sein Konto zu setzen) ist den richtigen Weg der Fotografie gegangen: den Gegenstand als Gegenstand sprechen zu lassen, ihn

Brücke
Bridge

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/56 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

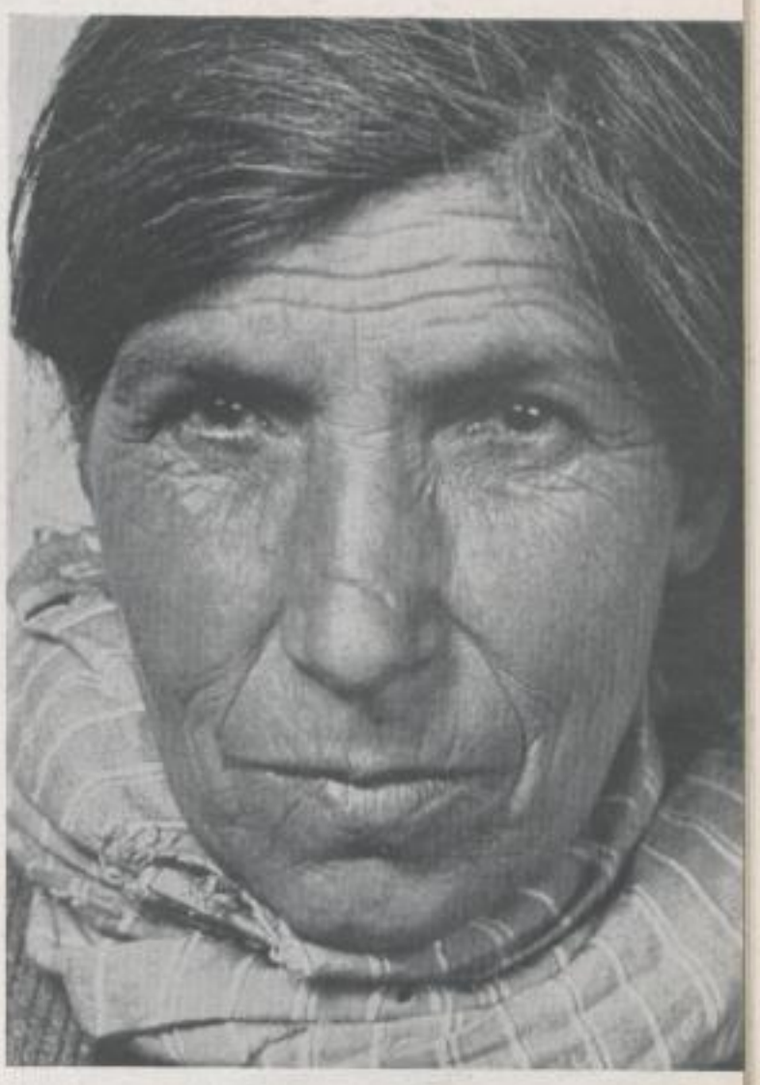


Säule vom Hessischen Landestheater in Darmstadt

Pillar of the Hessian Provincial Theatre in Darmstadt

und nur ihn zu suchen, wie er sich als Ausdruck einer totalen Realität vorfindet, an der wir durch das Bild teilhaben können. Die Wiedergabe dieser Realität, die wir hier meinen, hat jenes Fluidum, das man „Poesie" nennt und das uns den Reiz vermittelt, den wir sonst nur im gemalten Bilde zu sehen vermeinten. Diese „dichterische Ansicht" kommt nicht aus der fotografischen Linse, sondern aus dem Auge und der geistigen Anschauung des Fotografen, der Landschaft und Mensch, Bühne und Bild so sieht, wie sie „wirklich" sind: Nicht Gegenstände, die nebeneinander im Raum stehen, sondern die durch einen magischen Funken verbunden sind, der überspringen kann auf die Platte und so fixierbar ist.

HERMANN
COLLMANN



Zigeunerin

Gipsy Woma

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/57 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

to photograph the purely characteristic aspect. This extract serves to show the intention of the decorator to give us a tender and realistic impression of Japan, and the camera lens preserves most forcibly the atmosphere which author and producer strove to create.

Collmann, doing ideal work in the German provinces (the great popularity of the Hessian Provincial Theater in Darmstadt is in a great measure due to him) has trodden the right path for the photographer: to let the object speak for itself as an object, to seek this and this alone, as the expression of a real entity in which we can share when we contemplate the ensuing picture. The reproduction of this real entity has

Butterfly

Bühnendekoration
von Wilhelm Reinking

Stage Design

Ballett-Szene

Cläre Eckstein

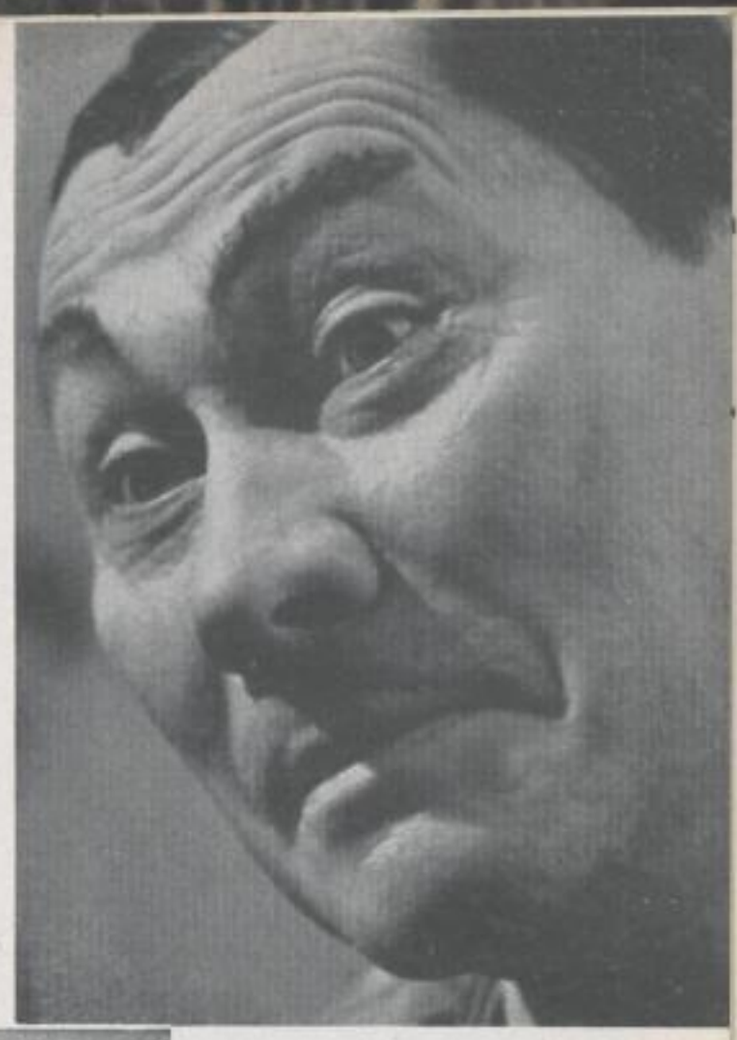
Ballet Scene

H E R M A N N

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/58
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

that indescribable essence which we know as "poetry" and which imparts to us the charm which we usually find only in a painted picture. This "poetic vision" does not arise in the photographic lens, but in the eye of the photographer and in his intellectual vision which is capable of seeing landscape and human being, stage and picture as they "really" are. They are not objects standing separate from one another in space, but are bound up with one another by a magical spark of contact which has the power of springing from the object to the photographic plate and there becoming fixed for ever.

Trans. by E. T. Scheffauer.



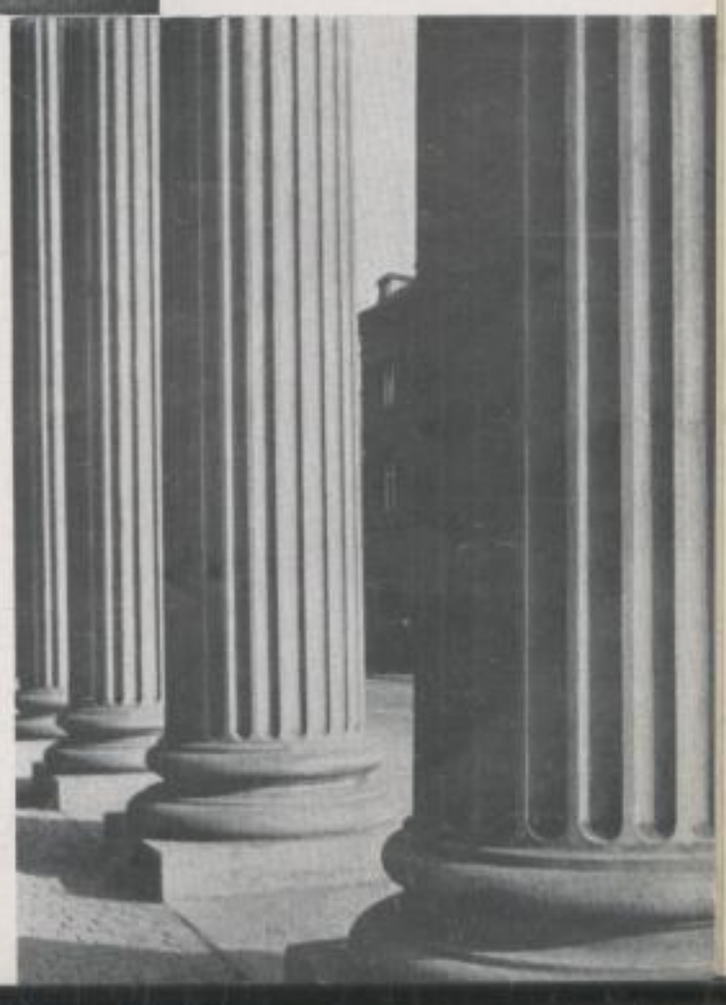
Paul Wegener
als Mephisto

Paul Wegener
as Mephistopheles

Portugalesische Schlacht
Bühnendekoration
von Wilhelm Reinking

Stage Design

C O L L M A N N



Portal
des Hessischen
Landestheaters
in Darmstadt

Entrance
to the Hessian
Provincial Theatre
in Darmstadt

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/59
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Atelier

G. L. BÖLA

Schaufensterdekorationsgegenstände für Markenartikel

Objects for Window Display of Patent Goods

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/60 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT

Schaufensterdekorationsgegenstände für Markenartikel

Objects for Window Display of Patent Goods

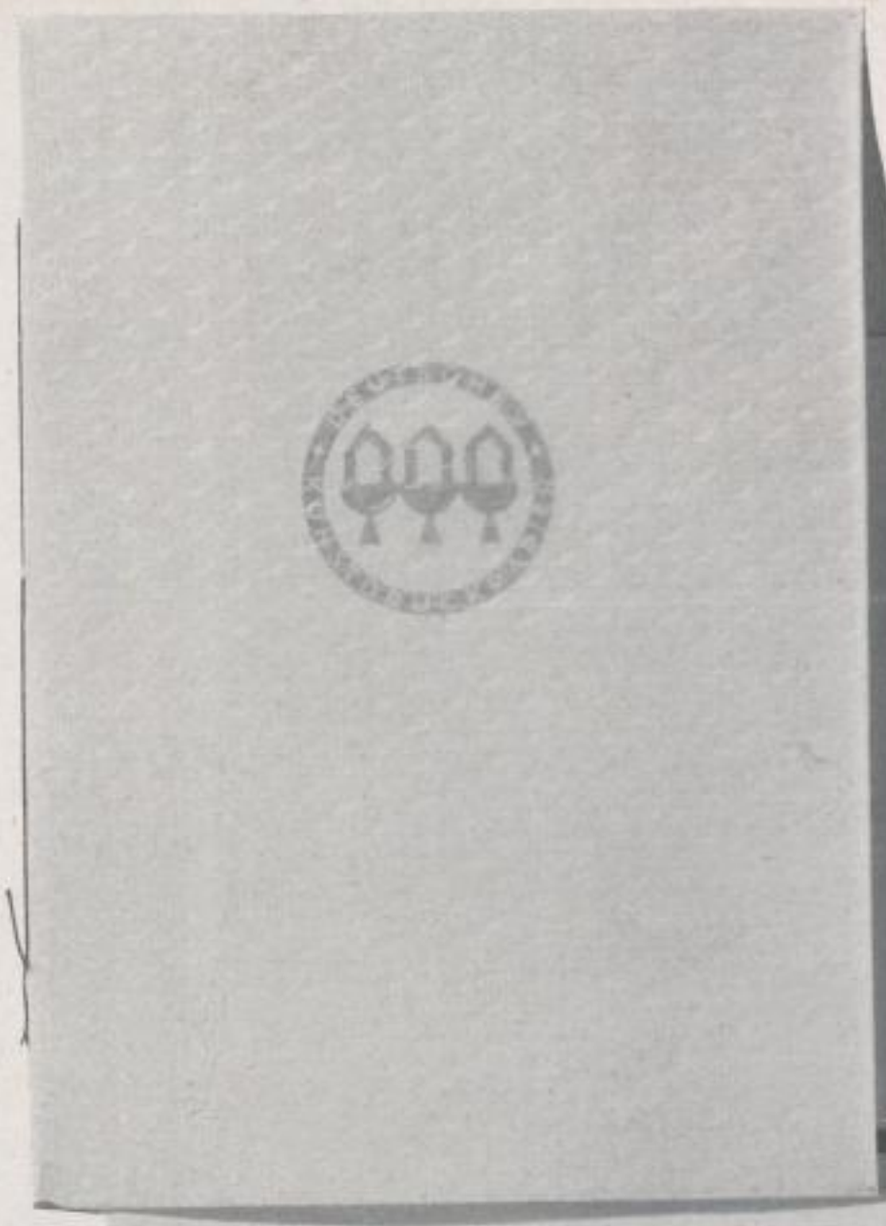
Atelier
G. L. BOLA

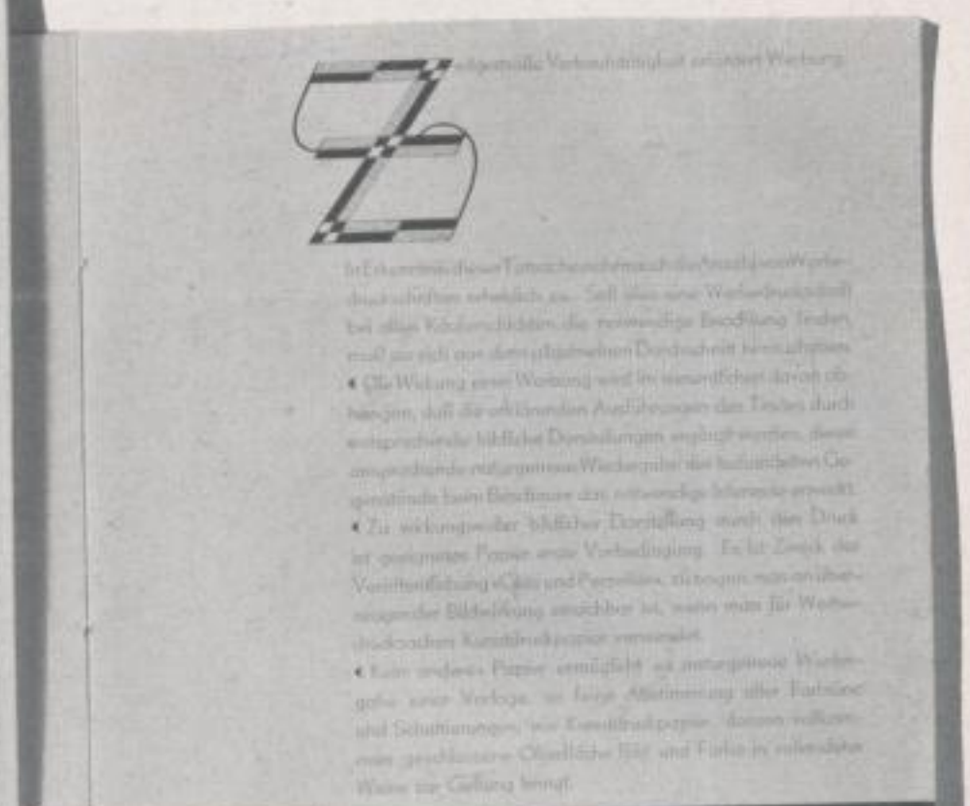
SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/61
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Entwurf HEINZ KEUNE Design

Prospekt für Deutsches Kunstdruckpapier
Folder advertising German Art Paper

Foto L A Z I





HET BESTE DRUKRESULTAAT OP KUNSTDRUK-

HET BESTE DRUKRESULTAAT OP KUNSTDRUK-

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/62
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT

Leider fehlen diese Seiten in unserem Exemplar.

Wir bemühen uns um Ergänzung.

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330050/63
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT