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

Bruno E. Werner: Vom bleibenden Gesicht der deutschen Kunst. (In der Reihe „Verpflichtung und Aufbruch — Schriften zur Gegenwart". Herausgeber Gerhard Bahlsen.) Mit 22 Abbildungen. Verlag Die Runde, G. m. b. H., Berlin, 1934. 133 Seiten. Preis 3,50 RM. Der Verfasser, Kunstkritiker der „DAZ." und Herausgeber der „Neuen Linie", gibt in dem schmalen Bändchen mehr als einen Essay, auf den der Titel eigentlich schließen ließe. Das Buch ist eine kurze, aber sehr gehaltvolle Einführung in die Geschichte der deutschen bildenden Kunst von den altnordischen Anfängen bis zu Barlach und bis zur neuen Architektur. Der Zweck des Buches ist, dabei das Wesen der spezifisch deutschen Züge in den Kunstwerken und bei den Künstlern aufzuzeigen, ohne daß — was unmöglich ist — der Begriff des „Deutschen" irgendwie definiert und damit begrenzt wird. Werners Buch ist als Grundlage für eine Diskussion dieser Probleme und darüber hinaus als knappe Anleitung zur Kunstbetrachtung ausgegezeichnet, und es wäre zu wünschen, daß es besonders von allen denen gelesen wird, die gerade in der neuen Kunst allzurasch und allzuoberflächlich vieles als undeutsch abstempeln möchten. — Der Verlag und der Drucker, die Officin Haag-Drugulin, haben das Buch mit all dem Geschmack und all der Gediegenheit herausgebracht, die seinem Inhalt entsprechen. Dr. P.

„Deutschland" — Eine Zeitschrift. Herausgegeben vom Reichsausschuß für Fremdenverkehr. Verkehrsverlag Deutschland G.m.b.H., Berlin.

Erscheint monatlich. Auflage des August-Heftes 45 000, davon deutsche Ausgabe 16 000. Die Aufgabe, die sich diese Zeitschrift gestellt hat, ist eine der dankbarsten, die sich denken lassen: Für den Besuch Deutschlands und für seine Landschaften und Städte zu werben. Eine solche repräsentative Werbezeitschrift für den Fremdenverkehr war schon lange nötig, und es ist verdienstvoll vom Reichsausschuß, sie nun endlich verwirklicht zu haben. Man kann die Ansprüche an eine solche Repräsentation nicht hoch genug stellen, und daher sei gesagt, daß manches noch verbesserungsfähig ist. Einen Umschlag z. B. wie den des 3. Heftes hätte man vermeiden sollen, und auch die Auswahl der Fotos könnte noch sorgfältiger sein, obwohl sich einige sehr schöne darunter befinden. Ausgezeichnet ist dagegen der Bildschnitt und der Druck. Im übrigen: warum nur immer Fotos? Gerade eine solche Zeitschrift könnte durch Aufträge an Zeichner, Radierer und Maler kunstfördernd und gleichzeitig zur Kunst erziehend wirken und würde dabei an Werbewert und Repräsentation nur gewinnen. Und noch eins: ist es nötig, daß das Heft einer solchen Werbezeitschrift eine Reichsmark kostet? Eine Mark ist sehr viel Geld, und gerade in Deutschland sollen doch nicht nur die Leute mit sehr vielem Geld für das Reisen gewonnen werden. Zum Schluß einen Dank: nämlich für das Titelbild des Heftes 5, eine feine, schön gedruckte, kolorierte Heidelberg-Radierung von J. J. Stuett aus der Zeit kurz nach 1800. — Druck der Hefte: Gebr. Feyl, Klischees: Meisenbach, Riffahrt & Co. A.-G. Dr. W. P.

„Deutschland" — Landschaft und Baukunst. Orbis Terrarum-Band. Einleitung von Ricarda Huch. Herausgegeben von Martin Hürlimann. Atlantis Verlag, Berlin, 320 Seiten, Preis 9,60 RM.

Ueber die Orbis Terrarum-Bände des Atlantis-Verlages, insbesondere über das im 27. Tausend mit dem Copyright 1934 vorliegende Deutschland-Werk ist kaum etwas Neues zu sagen. Daß Hürlimann mit größter Sorgfalt die schönsten Aufnahmen deutscher Bauten und deutscher Landschaften ausgewählt hat, daß Ricarda Huch wirklich berufen ist, in ein solches Werk einzuführen, daß Meisenbach, Riffahrt & Co. die Bilder ausgezeichnet gedruckt haben, das sind schon Selbstverständlichkeiten. 272 ganzseitige Aufnahmen werben für Deutschland, für das bekannte, repräsentative wie für das unbekannte, versteckte. Daß sie, jede einzelne, wirklich und zwingend werben, das ist die größte Anerkennung, die man dem Werk sagen kann. Dr. W. P.

Kleine Zeichenlehre für Werbefachleute. Von Uli Huber. Band 2 der Bücherei von Scherls Informationen. Verlag August Scherl GmbH., Berlin. „Es ist nicht die Aufgabe dieses Büchleins, künftige Graphiker heranbilden zu wollen, wie nachdrücklich betont werden soll, genau so wenig, wie es einem mißverstandenen Dilettantismus das Wort reden soll. Seine Zweckbestimmung liegt in anderer Richtung . . ." Die „Kleine Zeichenlehre" bemüht sich, dem Werbefachmann gewissermaßen den Zeichenstift in die Hand zu

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387802187-19340090/86 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT