

Offenherzig, mit echt britischem Humor gewürzt, berichtet R. P. Gossop Selbsterlebtes über das Thema „Wie die Käufer von Gebrauchsgraphik im Laufe der letzten 25 Jahre auf die moderne Kunst reagierten.“ Zu der Entwicklung des englischen Untergrundplakates (von G. W. Duncan) steuert Austin Cooper ein lustiges Plakat bei, das „so herum und so herum“ ungefähr denselben Anblick gewährt. Ein etwas verspäteter expressionistischer Witz. Die Früchte der Neuen Typographie arrangiert und seziiert mit großer Sachkenntnis John C. Tarr (vier Seiten Abbildungen mit guten deutschen Beispielen). Ueber die 50 besten Bücher Englands schreibt einer der Juroren (A. J. A. Symons). Weitere Aufsätze über das Modebild, den Illustrator Rowlandson und seinen deutschen Verleger Ackermann, über die Senefelder-Ausstellung in München, über die Centenarfeier für Tolbot Fox, der an der Erfindung der Photographie beteiligt war, über technische Fragen aller Art, die vielfach mit ein- und mehrfarbigen Abbildungen belegt sind, geben den verschiedenartigsten Interessen Anregung und Aufschluß. Der Anhang bringt wieder, wie alljährlich, Arbeitsproben aus allen graphischen Techniken. Auch deutsche Firmen sind mit Spitzenleistungen vertreten.

Schöpferische Werbung von Siegfried Knuth. Haude & Spenersche Buchhandlung, Berlin. Das Buch eines Praktikers unterscheidet sich meistens vorteilhaft von dem des Nurtheoretikers. Der Praktiker führt uns ohne Umschweife auf das Ziel zu. Ist er Reklamefachmann, so weiß er, was der angehende Reklamefachmann wissen will und wissen muß; darum fängt er nicht mit der Erschaffung der Erde an, sondern gibt praktische Fingerzeige und sagt ohne Umschweife, wie es gemacht werden soll. So geht auch Knuth vor. Die Sprache ist dabei schlicht und leicht verständlich, gelegentlich leider geradezu trivial. „Da ein solches Universalgenie aber kaum alle Tage frei herumlaufen dürfte...“ (Seite 68). Warum in aller Welt soll denn ein Universalgenie nicht alle Tage frei herumlaufen dürfen? Im übrigen — wie schon angedeutet — ein brauchbares Handbuch für Anfänger.

Dagobert I.

Leipziger Frühjahrsmesse 1935. Leipziger Meßamt. Ein achtseitiges Flugblatt (30,5 x 42 cm) in Tiefdruck mit allerlei praktischen Ratschlägen (Vergünstigungen für Messebesucher), einem Fahrplan für die Messe-Sonderzüge und instruktiven und suggestiven Bildern. 1. Die sächsische NS.-Presse. 2. Wohin? Wer also gute Gäste sucht... Nationalsozialistischer Verlag für den Gau Sachsen G. m. b. H., Dresden. Textlich gut und überzeugend, sachlich allseitig unterrichtend, graphisch und satztechnisch nicht schlecht, aber als Repräsentation der NS.-Presse zu zahm, nicht geschlossen, nicht zukunftssträchtig genug. Es gibt in Dresden Künstler, die das besser machen, wenn ihnen freie Hand gelassen wird.

Heidelberger Nachrichten. 6. Jahrgang. Nr. 1. Schnellpressenfabrik AG., Heidelberg. Ein packender farbiger Umschlag und zwei ebenfalls auf dem „Heidelberger“ gedruckte farbige Abbildungen, nebst andern einfarbigen Bildern und ein durchaus nicht nebensächlicher Text bilden das Heft. Der graphische Gesamteindruck ist leider nicht ganz einheitlich.