

80 Jahre Westermanns Monatshefte. Verlag Georg Westermann, Braunschweig. Nicht immer macht das Kleid den Mann, und auch nicht immer macht das Kleid die Zeitschrift. Die verschiedenen Kleider einer Zeitschrift sagen meistens über die Zeit ebensoviel aus wie über die Zeitschrift. Wenn man die in dem vorliegenden Werbeprospekt abgebildete erste Umschlagzeichnung von Westermanns Monatsheften mit der neuen Umschlagzeichnung des bevorstehenden 80. Jahrgangs vergleicht, so merken wir am Zuschnitt der beiden „Kleider“, daß in den 80 Jahren große Wandlungen vor sich gegangen sein müssen. Interessant ist, daß die Umschlagzeichnung zum 30. Jahrgang (1885), die eine Abwandlung der Zeichnung des 1. Jahrgangs darstellt, viel konventioneller wirkt als die ursprüngliche Zeichnung zum 1. Jahrgang. Um 1900 lieferte sodann Doepler d. J. gut gezeichnete, in verwässelter Klassik gehaltene Umschläge. Noch 1911 mußten sich Westermanns Monatshefte mit einer Jugendstiltitelüberschrift begnügen. Das war für die damalige Zeit ebenso wie die Doeplersche Klassik schon etwas rückständig. Die Zeitschrift ist mit Recht stolz darauf, daß die besten Namen der deutschen Literatur zu ihren Mitarbeitern zählten. Im Künstlerischen genügte Westermanns Monatshefte bescheidenen Ansprüchen. Das scheint sich nicht geändert zu haben. Das farbige Blatt des vorliegenden Prospektes, das doch wohl als Muster gelten soll, befriedigt höhere künstlerische Ansprüche nicht.

Philobiblon. Heft 8. 1935. Herbert Reichner, Verlag, Wien. Die Nummer ist der Oper gewidmet, nämlich den Handschriften und Erstdrucken berühmter Opern, und enthält viele Facsimilia und zwei interessante Notentitel. Eine sehr geschmackvolle Beilage ist „Unjustified Lines“ (englische Verse über bekannte Drucker und ihre berühmten Vorfahren) von Paul Beaujon.

Im Dienste der Schönheit. Die Dame. Verlag Ullstein, Berlin. Anzeigen-Abteilung. Ein Meisterstück des Druckes und der Reproduktion, und der Clou dieses Werbeheftes ist das ganzseitige farbige Blatt nach Botticelli. Auch andere Abbildungen berücken durch farbige Reize. So wirbt man zur Gewinnung farbiger Anzeigen.

PEPPER

UNI PLAT SPANNT DAS PLAKAT

JEDES PLAKAT EIN TRANSPARENT

BILLIG EINFACH

UNI PLAT D.R.P.

Herbert Schumann
Berlin N 65
Sprengelstraße 10-11

70

100 Jahre Velhagen & Klasing 1835/1935. Velhagen & Klasing, das ist der Verlag des „Daheim“. Dieses Blatt kennt jeder Deutsche. Einen bessern Namen könnte man einer deutschen Familienzeitschrift nicht geben. Ach, der schönen bunten Bilder aus den alten Jahrgängen erinnert man sich lebenslang, des Wikingers, der ägyptischen Königstochter vor 3000 Jahren, Rumpelstilzchens, der deutschen Hausfrau aus dem 16. Jahrhundert, die dann jahrelang die Titelzeichnung zu den „Monatsheften“ war. Dem „Daheim“ verdanken wir auch die unverlierbare Liebe zu Ludwig Richter; diese Liebe, der keine Verzeihung und keine noch so neue Kunstrichtung etwas anhaben kann, nahm ihren Ursprung von dem Titelkopf des „Daheim“, der in der vorliegenden Jubiläumsschrift abgebildet ist, wo links die ankommenden Gäste am Klingelzug ziehen, in der Mitte die deutsche Familie in trauter Gemeinschaft versammelt ist, und rechts der Vater Weintrauben ins Körbchen sammelt. Und dann Robert Koenigs Deutsche Literaturgeschichte! Mit schon nicht mehr ganz ungeübter Hand versuchte man die schönen altdeutschen Initialen nachzumalen. Weniger erfreut waren wir damals ja über die fremdsprachigen Schulausgaben des Verlages. Es bleibt immer etwas hängen, sagt der Volksmund. Es ist doch allerhand hängen geblieben, und vielleicht ist es erlaubt, auf diesem Wege dem Verlag Velhagen & Klasing bescheidenen Dank abzustatten für ein wenig Bildung und viel reine, unverlierbare Freude.

Geschöpfte Deutsche Bütten-Papiere und -Kartons. — Fanta Koralle. — Elka-Büttenpapiere und Kartons. — Berth. Sigismund. Berlin. In dem Musterbuche „Geschöpfte Deutsche Bütten-Papiere und -Kartons“ sind gelegentlich Akzidenzen und Sprüche eingedruckt; dadurch wird der Verwendungszweck dieser edlen Papiere aufs schönste klargemacht. Die Bücher „Fanta Koralle“ und „Elka-Büttenpapiere und -Kartons“ sind durch Ausschnitte so eingerichtet, daß man mit dem Aufschlagen der ersten Seite alle Papiermuster mit einem Blicke übersieht. Besonders reizvoll ist dies in „Fanta Koralle“ durchgeführt.

Zum Angriff bereit! J. C. König u. Ebhardt, Hannover. Der „Ideenmann“ bläst auf seinem kümmerlich beflügelten Klepper zum Angriff, der Drucker und der Kalkulator gehen zum Sturm vor. Angst braucht man deshalb nicht zu haben, die Kämpen sehen aus, als ob sie keiner Fliege ein Bein krümmen könnten. Sehr überzeugend ist der Text im Innern neben dem Aquarell, wo zum Ausdruck gebracht wird, daß durch eine verständnisvolle Wahl des Papiers eine eigenartige Druckwirkung erzielt werden kann.

Rurpapier seit 1877. Gebr. Heyder GmbH. Fabrik geschmackvoller Papierausstattungen, Düren Rhld. Eine Mustermappe mit feinsten Büttenpapieren. Nachbildungen von alten Kupferstichen und Lithographien auf den Titelseiten lenken geschickt nach dem Innern der vierseitigen Drucksachen, wo ein kurzer Werbetext die Vorzüge der Rurbriefpapiere hervorhebt. Für die Werbung verantwortlich ist Felix Deutgen.

Sie dringt durch ... Bauersche Gießerei, Frankfurt/M. Wer dringt durch? Die Sonne — nämlich durch den Nebel. Das Umschlagbild ist von einer Suggestivität,