

Feldgraue Werbekunst.

Eine Ausstellung von Kriegsanleihe-Plakaten.

Im Dezember v. J. hatte das Kriegspresseamt ein Preisaus-schreiben zur Beschaffung von Werbeplakaten für die achte Kriegs-anleihe veranstaltet, an dem sich nur Heeresangehörige beteiligen durften. Der Erfolg übertraf alle Erwartungen: Fast zweitausend Entwürfe gingen ein, die dreihundert besten sind zu einer Aus-stellung vereinigt worden, die gestern vormittag durch Major Wä r z, den Leiter des Kriegspresseamtes, in der Berliner Sezession eröffnet wurde.

Im Hauptsaal hängen die künstlerisch wertvollsten, darunter der mit dem ersten Preis ausgezeichnete von Buzselswedel Prof. J u n g h a n n s - D i s s e l d o r f, der einen gepanzerten Ritter mit der Michelmaschine darstellt mit der Unterschrift „Michel, bleibe eisern!“. Ein Entwurf von Prof. W i n z e r - M i n c h e n, der gleichfalls im Felde steht, wurde zur Ausführung angenommen.

Mannigfacher und fesselnder wirken die Arbeiten, die weniger nach künstlerischen Gesichtspunkten zu werten, denn als Ausdruck der Stimmung und der geistigen Vielfältigkeit zu beurteilen sind. In diesen zum Teil recht urwüchsigen Entwürfen feiern alle Rich-tungen der Kunst eine fröhliche Auferstehung; da gibt es Natura-listen und Symbolisten, Expressionisten und fanatische Primitiven. Ein recht wirkungsvolles Bild unserer Riesengeschütze ist mit — Osenlad auf Packpapier gemalt! Ein anderer unserer Feld-geowen nimmt Buntstifte her, zeichnet mit schwerfälliger Krieger-hand einen Briefträger, eine Schwester, einen Arbeiter und noch ein paar Gestalten, die der Krieg uns gab, setzt in die Mitte einen kämpfenden Feldgrauen und schreibt darunter: „Ihr alle, die in dieser Reihe steht — zeichnet Kriegsanleihe!“ So einfach ist diese nach Ausdruck ringende Zeichnung, daß sie gerade durch ihre stam-melnde Unbeholfenheit eine eigenartige Werbekraft entwickelt. — Sehr lustig auch ein symbolischer Entwurf: „Die Pforte des Friedens — die achte Kriegsanleihe!“ Diese „Pforte“ sind zwei in den Boden gerammte Schwerter, zwischen denen eine gut-gefüllte Friedenstaube, den Zweig im Schnabel, herabwartet.

Die Friedenstauben und -engel sind ein beliebtes, oft wieder-kehrendes Werbemittel. Es scheint allerdings, als hätten diese peausvägen Engel nie eine Lebensmittelliste gesehen, und die „Friedensvögel“ ähneln verdächtig einem lebendigen Gänsebraten, so gut scheint ihnen das Friedensgemüse, der Palmzweig, zu be-kommen.

Einer malt ein Telegrammblatt, darauf kurz und bündig: „Nie einen Frieden ohne Sieg, Michel.“ Ein anderer Entwurf: am Schmiedeseuer ein Feldgrauer, der sein Schwert zu einer Friedens-palme umschmiedet. Im Hintergrund erstaunte und befrüchte Ge-sichter unserer Feinde. Wieder einer läßt einer Spatbläse Betne und Hände wachsen und sie aufgeregt dahintrennen: „Ich hab' ja vergessen, Kriegsanleihe zu zeichnen!“ Sehr eindrucksvoll auch das Bildnis eines bärtigen Landstürmers, Briefbogen vor sich, Feder in der Hand, und darunter: „... und für unsere Ersparnisse zeichne Kriegsanleihe!“ In der Plakatwirkung weniger gelungen, aber von einer verblüffenden geistigen Durchdringung des Werbe-gedankens: Der Erdball, von Englands glühend-roten Ketten um-spannt, von einem Schloß gehalten, das nur ein goldener Schlüssel zu lösen vermag: die achte Kriegsanleihe.

Manche Unbeholfenheit, manche perspektivische Unsicherheit reizt zum Lächeln; aber im ganzen verraten diese Arbeiten doch so viel natürlichen Geschmac, soviel ehrlichen Fleiß und guten Willen, daß man immer von neuem den Geist bewundernd spürt, der unser Heer besetzt.

L. K.