

EPA

2004–2014



A MAGYAR GRAFIKA DIGITÁLIS VÁLTOZATA
A MIEK EGYESÜLET MEGBÍZÁSÁBÓL
AZ INTERNET SZOLGÁLTATÓK TANÁCSÁNAK
TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT
AZ ORSZÁGOS SZÉCHÉNYI KÖNYVVTÁR
E-SZOLGÁLTATÁSI IGAZGATÓSÁGÁN,
AZ E-KÖNYVVTÁRI SZOLGÁLTATÁSOK OSZTÁLYON,
2014-BEN,
AZ ELEKTRONIKUS PERIODIKA ARCHÍVUM
ÉS ADATBÁZIS FENNÁLLÁSÁNAK
10. ÉVFORDULÓJÁN.

FACHZEITSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG DER GRAPHISCHEN GEWERBE

UNGARISCHE GRAPHIK

REDAKTEUR UND VERLEGER: NIKOLAUS BIRÓ

Verantwortlicher Schriftleiter: Wilhelm Wanko. Mitarbeiter: Salomon Herzog und Albert Kner

Beiblatt der Zeitschrift „Magyar Grafika“. Erscheint monatlich

REDAKTION UND GESCHÄFTSSTELLE BUDAPEST VII, RÓZSA UCCA 25

Die Druckerei der Universitas

Die Universitätsdruckerei (Egyetemi Nyomda) erreichte bisher fünf Menschenalter. Irgendein eigentümlicher, mystischer Zufall reiht beinahe pünktlich fünf grosse Ereignisse in ihr Leben und dies eigentümlicherweise am Ende eines jeden siebzigsten Jahres. Auf diese Weise gliedert sich also dieses Leben in fünf siebzigjährige Abschnitte.

Die Geschichte des 350jährigen Bestandes der Universitätsdruckerei verewigt eine Jubiläums-Buchausstellung und ein Festgedenkbuch; erstere ist fürs Auge, letzteres für den Geist bestimmt. Diese kleine Studie ist bestrebt die Lehren der beiden in aller Kürze zusammenzufassen.

Aus der Heldenzeit des Buchdruckertums

Auch das erste Erlänzen der ungarischen Buchkultur knüpft sich an den Namen eines grossen Humanisten: an den des Königs Matthias. Seine von italienischer Bildung und Kunst durchdränkte Umgebung (seine Gemahlin Beatrix, Bonfini, Galeotti, Vitéz János u. a. m.) gab auch in der Liebe zum Buche ein Beispiel zum schönen Leben, zur Unterstützung des Kunstgewerbes.

Mit berechtigtem Stolze gedenken wir der ersten in Ungarn im Betrieb befindlichen Druckerei, welche der Ofner Propst schon 20 Jahre nach Erfindung der beweglichen Buchstaben ins Leben rief (Ladislaus Karai 1427). Die Druckerwerkstätte des Andreas Hess kam den gebildetsten Staaten zuvor. Hier zeigt sich schon die Internationalität des Humanismus: der deutschsprachige italienische Buchdrucker arbeitete in der Nachbarschaft der lateinisch sprechenden Gesellschaft des ungarischen Königs. Doch schmerzerfüllt denken wir daran, dass diese Druckerei nach 20 Jahren zu existieren aufhört, verschwindet.

Die ungarischen Buchdrucker sind nun gezwungen in ausländischen Grossstädten zu arbeiten; mehrere richteten

sich dort eigene Werkstätten ein. Mit dem Brassóer Seelsorger Johann Honter beginnt die Rückkehr der Ausgewanderten. Mit ergreifendem Ernst mehren sich die aus Wittenberg und von anderen Universitäten heimkehrenden Studenten. Denn ewige Studenten sind diese, auch als Seelsorger, Buchdrucker, Philosophen und Professoren bleiben sie es. Sie darben und begeistern sich. Alle von jener Zeit bekannten Buchdrucker aus Siebenbürgen und jenseits der Theiss könnte man hier herzählen, da doch dazumal 20 siebenbürger Druckereien zusammen arbeiteten — an einem Orte.

Zwanzig arme, reine, rechtschaffene Druckereien. Zwanzig vorgeschoßene Festen der deutschen, schweizer und holländischen protestantischen Bildung. Und in jeder eine Menge gebildeter, Schriftsteller, Dichter, Komponisten, predigender Buchdrucker. Zwanzig Druckereien, in deren Umgebung Schulen entstehen, Papiermühlen lärmten. Bücher werden dort angefertigt. Diese Bücher verraten als typographische und Buchdruckeinhheiten sogar ihre Wiege. Ihre Antiqua und Frakturschriften zaubern vor unsere Augen den Schriftenstil der Mainzer und Baseler Druckereien. Ihre in Holzschnitt angefertigten Rahmenornamente weisen grösstenteils die Ornamentik der deutschen Renaissance auf. Doch hatten die Druckereien nicht immer Arbeit und mussten deshalb oft von Ort zu Ort auf die Suche nach Arbeit gehen. So verschwimmt die stehende Druckerei mit der wandernden Werkstätte. Der Buchdrucker mit dem Händler. Der Geistliche mit dem Typographen. So war es auch in Oberungarn; in den Zipser sächsischen, in den Sároser deutschen Städten verbreitete sich der Protestantismus am raschesten. Auch dorthin bringen die heimgekehrten Studenten beides aus deutschen Städten. Den Heissunger nach den Buchstaben, doch auch die Buchstaben selber. In Bártfa, Leutschau und Kaschau sind am ehesten Druckereien und werden hier vorwiegend Kalender angefertigt. Was an Reichtum und



Schmuck in der Druckerei vorhanden, ist alles in den Kalendern zu finden. Die Sternbilder, Planeten, die Zeichen der Monate, die veranschaulichenden Abbildungen der Wahrsagerwissenschaft aus der Hand. Der Leutschauer Lehrer Johann Bubenka schnitt sogar den Pictus des grossen Comenius Orbis, bezw. dessen Bilder in Holz. Die dort hergestellten Bücher haben ihren eigenen Stil. Eine anmutige Primitivität nähert sich uns. Walentin Wagner gab Todestanzbilder heraus. Meister Lucius (aus Siebenbürgen gelangte er nach Rostock an die Spitze einer Druckerei) ist schon bekannter. Er vermag schon Schatten, Plastik, ja sogar Perspektive in seine Heiligenbilder zu bringen. Gleich Figuren eines altertümlichen Puppenspiels wirken sie auf uns.

Kampf um den katholischen Glauben

Wie entstand die Tyrnauer Jesuiten-Druckerei, welche die Ahne der heutigen Universitätsdruckerei (Egyetemi Nyomda) ist? Einer Ekonomischen Idee. Der Bischof Nikolaus Telegdi wollte nämlich seine Erläuterungen des Evangeliums in ungarischer Sprache in Wien drucken lassen. 3000 Gulden forderte man für diese Arbeit; für soviel Geld kann man schon eine Druckerei samt Einrichtung kaufen — dachte Telegdi. Es bietet sich auch eine zum Kauf. Im aufgelösten Kollegium der Wiener Jesuiten befindet sich eine ausser Betrieb; diese Druckerei kauft Telegdi. Er lässt sie auf einen Wagen verladen und nach Tyrnau bringen. Mit dieser beginnt im Jahre 1577 das Leben der heute 350 Jahre alten Druckerei. Telegdi, später dessen Nachfolger leiten persönlich die Druckerei. Und dort in der damals noch einzigen ungarischen Druckwerkstätte entsteht eine geistige Zentrale. Diese Druckerei erweist sich jedoch gar bald als unzulänglich für die sich anhäufenden Arbeiten, so dass im Jahre 1609 in Pressburg eine zweite katholische Druckerei errichtet werden muss. Lukas Pécsi schreibt nicht nur die Kalender, sondern er setzt sie auch und versieht sie mit Illustrationen. Einige der Holzschnitte röhren auch von ihm her.

In den Anfangsjahren der Tyrnauer Druckerei sind noch viel der einfachen Holzschnitt-Titelblätter zu finden. Vignetten, Abschlussornamente, von denen es herauzu fühlen ist, dass einfache Volksmotive den Stoff zu denselben lieferten. Auf den aus dem XVII. Jahrhundert stammenden Buchtiteln erscheinen schon die Bilder der ungarischen Könige und Heerführer. In symbolischen Rahmen. Diese Blätter wurden vorwiegend von Wiener Kupferstechern angefertigt. Die nämlichen Kupferstecher brachten auch die Bilder der ungarischen Aristokraten und hohen Geistlichkeit für einige Heller in Handel. Mit dem allgemeinen Zeitgeiste musste auch die Druckerei Schritt halten und um den Anforderungen zu entsprechen, musste sie ihre Schriften auffrischen. Sie schaffte sich Buchstaben französischen Tipus an. Mit diesen neuen Buchstaben brachte sie auch westlichen Geist in die Welt der ungarischen Bücher. Die Buchstaben

des XVII. Jahrhunderts — und die Presse des katholischen Vordringens gehören hierher — diese kamen mit westeuropäischen Mönchen zu uns.

Die Typographie der katholischen Bücher weisen einen anderen Stil auf, als jene der protestantischen Werkstätten. Dies ist anderwärts vielleicht nicht der Fall, bei uns ist jedoch diese Abgesondertheit wohl verständlich.

Die Bücher des ernsten Wissens und des tiefen Glaubens meiden die weltlichen Zierräte. Der Titel und auch jede Seite ist ausgebaut, in eine feste Werkeinheit gefasst. Die Welt der Buchstaben ist ernst, doch nicht düster.

Die Druckerei der lateinischen Universität

Das Tyrnauer Kollegium mit 50—60 gebildeten Lehrkräften bildet eine recht wichtige geistige Zentrale. Den Text der Bücher verfassten und gaben sie zum grossen Teil in lateinischer Sprache aus; sie dienten damit den Ansprüchen ihres Zeitalters und ihrer Kreise, da zu jener Zeit die lateinische Sprache die Konversations-, sogar die Amtssprache der gebildeten Welt war. Auch die lateinischen Kalender fanden guten Absatz.

Die Universitätsdruckerei konnte eben dadurch ihre Ständigkeit erringen, dass sie stets dem herrschenden Zeitgeist entsprechende Bücher herausgab. Sie legt den Corpus juris vor das Land, als die in Übermacht gelangte österreichische Herrschaft uns mit dem Einverleiben bedroht. Doch auch Stil finden wir in diesen Büchern; wie sich der Haarpuderige barockstrichige Geschmack aus den Zeiten Marie Theresiens mit der kälteren ungarischen Würde vermengt.

Nun wollen wir in kurzen Worten auch der damaligen Buchbinder gedenken.

Neben Klausenburg und Debreczin zeichnen sich dazumal auch die Buchbinder einiger oberungarischen Städte aus. Tyrnau ist vom Gesichtspunkte der Buchbinderei von Bedeutung. Eine leichte Grazie zieht über den Buchumschlag, welche wir auch in die Buchdruckertätigkeit der Jesuiten einziehen sehen, an der Hand italienischer, französischer und österreichischer Modelle.

In ihrer vollsten Blüte stehend, trifft die Druckerei und die Universität die Nachricht, dass man im Auslande die Jesuiten ihrer Schulen beraubt.

Nationaler u. Reformzeitabschnitt in Ofen

Die auf Lastwagen aufgeladene Druckerei langt in Ofen an. Sie erhält oben in der Burg Platz in der Nähe des Amtsgebäudes der Statthalterei. Oben ist kaum noch etwas Ungartum und selten ein lateinisches Wort. Hier ist die deutsche Sprache obligat, sogar auch in der inneren Verwaltung. Eine eigenartig internationale Stimmungswelt, ein schwacher Widerschein der in dem armen Lande blinkenden Pracht der glänzenden Kaiserin.

Die Druckerei bestand. Als ein gutes Unternehmen

erwies sich der Druck von Lehrbüchern. Man fand jedoch heraus, dass es auch kein schlechtes Geschäft ist das lernbegierige Landwirtenpublikum geistig zu nähren und so versah auch dies die Universitätsdruckerei. Auch die Nationalitätenpolitik des Hauses Habsburg diente die Universitätsdruckerei. Die Fassung dieser Politik drückt ein Wahlspruch kräftig aus: „Divida et impera!“ „Teile es auf und herrsche darüber.“ Ein mit Leib und Seele feudaler Aristokrat war zu jener Zeit Graf Leopold Kolonics. Er war es, der noch die Tyrnauer Druckerei mit gefälligen Werkzeugen dieses versteckten Zieles versah.

100 Jahre noch vor dem Auflodern der Josephinianer Politik druckte man in Tyrnau Katechismuse und kleine religiöse Lesebücher in ruthenischer Sprache und in cirillischer Schrift. Diese Nationalitäten trachteten nun neuerdings sich nationale Selbständigkeit zu schaffen. In der Ofner Werkstätte der Universitätsdruckerei arbeiteten zu Beginn des XIX. Jahrhunderts die stärksten und fanatischesten Vertreter dieser Bestrebungen. Tagsüber als Korrektoren oder Zensoren tätig, die in Druck gelangenden Schulbücher durchsehend. Nachts hingegen schreiben sie bahnbrechende Arbeiten und kämpfen für die Sprache ihrer Nationalität. Auch einige tausend jüdischer Kalender verkaufte die Universitäts-Druckerei jährlich. Es erwies sich jedenfalls als rentabel aus Leipzig und aus Wien Matritzen für hebräische Buchstaben bringen zu lassen.

In diesem kurzen Auszuge der Geschichte der Universitätsdruckerei dürfen wir einen Namen nicht unerwähnt lassen. Einen Namen, der es verdient, dass er mit einem besonderen Reflektor beleuchtet werde: Franz Ságby. Wir befinden uns in der auf den Napoleonischen Krieg folgenden grossen Armut. Er begann seine Tätigkeit damit, dass er die Einrichtung der Druckerei einer genauen Untersuchung unterzog, welche sich in einem recht jämmerlichen Zustande befand. Er griff nun zum Umbau der Druckerei und Schriftgiesserei. Er hatte mit der Engherzigkeit seiner Vorgesetzten einen harten Kampf zu fechten, seinem eisernen Fleiss gelang es jedoch schliesslich das Vermögen der Druckerei zu vervielfachen. Doch hernach kamen die *demokratischeren Zeiten, die Vorposten der vierziger Jahre. Und diese waren den Privilegiumsprinzipien nicht mehr günstig.*

Dort unten am jenseitigen Ufer des Flusses rollt sich vor unseren Augen in ihrer Farbenpracht, mit ihren Kasinos, Sparkassen, Redoutbällen und ihren jungen grossen Dichtern das aus einem Gemüsegarten erstandene Pest; oben inmitten der ruhigen Gassen mit ihren deutschsprachigen Gewerbetreibenden und kleinen Wirthshäusern, dort stand die Druckerei, wo nun auch schon ein Blatt, die Modezeitung des Alexander Vachott gedruckt wird. Schön ruhig geht er hinauf in die in der Burg befindliche Druckerei, Alexander Petőfi, der junge Hilfsredakteur und liest die noch feuchten Korrekturen. Und die alte Druckerei schloss den jungen Dichter, der doch ein wenig auch ihr Sohn war, aus Herz.

Typen, Bücher, Illustrationsklassiker

Die Zeit vom letzten Viertel des achtzehnten, bis zur Hälfte des neunzehnten Jahrhunderts beträgt genau ein Menschenalter. Dies war der Glanzpunkt des Lebens der Universitätsdruckerei. Die Druckereiprodukte des letzten Viertels des achtzehnten Jahrhunderts weisen entweder den kirchlichen Jesuitenstil auf, oder sind sie in dem weltlichen, doch einen leichten akademischen Beigeschmack besitzenden Stile Ludwig des XVI. gehalten. Und ebenso, wie bei den Franzosen, bei den Deutschen die Romantik Hugo Viktors, Kleist's ihre Flügel entfaltet, finden auch unsere Buchdrucker in ihrer Buchornamentik die weichen, gefühlvollen Klänge der Aurora- oder Almanach-Lyra.

Eines europäischen Rufes erfreute sich der im ungarischen Kupferstich tätige *Samuel Czetter*. Auf seine Kunst wirkte nicht nur der bekannte in ungarischem und österreichischem Barock arbeitende Kirchenmaler Maulpersch ein, sondern Dürer, Lebrun, Rubens, all diese inspirieren ihn, ihre Bilder in Kupfer zu stechen. Wir könnten noch viele Kupferstecher herzählen, welche zu jener Zeit in Ofen auftauchten; so der aus Wien stammende *Blasius Höfel*, dessen Spezialität die Porträts waren. Er gibt die Grossen seiner Zeit wieder, ihr glattes perückenrahmtes Gesicht, oder die harten Züge ihres magyarischen Schädels. *Johann Binder* mit seinen griechischen Emblemen und Exlibris, weiters *Lehnhardt*, welcher auch schon die billigeren *Stahlstiche* anfertigt. Gross war die Konkurrenz unter den Kupferstechern, waren doch damals soviel Dilletanten im Kupferstich, wie heute in der Malerei. In Debreczin bildete sich gegen Ende des achtzehnten Jahrhunderts ein *Kupferstich Jugendverband*. Doch das neue Jahrhundert, die Biedermeier-Modedame wendet sich der Pariser Mode zu. Als erster bringt der Redakteur des „*Honderü*“, nach ihm die Redakteure der übrigen Zeitschriften auf lithographischem Wege hergestellte Beilagen. Auch Nikolaus Barabás, Perlaszka, Tyroler verbreiten ihre in Steindruck hergestellten Bilder.

Im Anfange des neunzehnten Jahrhunderts zählen wir in Ungarn schon 28, in Siebenbürgen 12 Druckereien. Unter diesen sind 4 grössere. Zwei der grösseren Druckereien gehören Familien historischen Namens. Und in beiden Dynastien brillieren in der Leitung Väter und Söhne. Die eine ist die *Trattner'sche*. Dies ist die erste grosse Druckerei in der Monarchie; selbst laut den heutigen Begriffen ein Grossbetrieb. Der ruhmreichste Spross dieser Dynastie ist Johann Thomas Trattner (1779—1824). Er hat Bücher, die würdig unter die Prachtexemplare des ausländischen Buchdruckes gereiht werden können.

Die zweite Dynastie ist die Familie *Landerer*. Alldie grossen geistigen und politischen Aktionen der vierziger Jahre knüpfen sich an den Druckereihintergrund.

Im achtzehnten Jahrhundert ändert sich der Satzstil; die Ornamentik der ungarischen Bücher sind Kopien der

biegsamen französischen Ornamente, doch in ruhigerer, nüchternerer Form. Unsere Bücher sind sparsamer mit den Verzierungen. Damals war es ein Zeichen der Armut; heute halten wir es als einen Triumph des Handwerks über die erkünstelten Verzierungen. Überraschend wirkt das Bestreben der damaligen Buchdrucker auch bei den billigen Zweikreuzer-Büchern ihr Bestes an Satz und Druck zu bieten. Dieses dem Geiste des Werkes Sich anpassen, diese Buchdrucker-Symphonie zwischen Verfasser, Setzer, Metteur und Maschinenmeister, diese betrachten wir als die grösste Buchdruckertugend der alten ungarischen Bücher.

Der Anfang des neunzehnten Jahrhunderts bringt eine neue Richtung im Buchdruckgewerbe mit. An den Köpfen der vor dem Freiheitskampfe erschienenen Zeitschriften und Jahrbüchern gestaltet sich eine gesunde Schablonen aus.

Im Jahre 1824 gibt die Universitätsdruckerei ein grosses Schriften- und Ornamenten-Musterbuch aus. Dies ist der blühendste (Sághy'scher) Erfolgszeitabschnitt. Neben den schönsten Lateinschriften finden wir die Anmerkung: Paris. Minder schön sind die aus Leipzig gekommenen Lateinschriften. Doch dieselben Schriftgattungen und dieselben Initiale finden wir auch in unserer zweiten hervorragenden heimischen Druckerei. Sie stammen insgesamt aus französischen Schriftgiessereien und sollen angeblich den über hohe Bildung verfügenden Fournier le Jeune zum Ahnen haben, der auch ein allseits verbreitetes Buchdrucker-Handbuch herausgab.

Als Franz Sághy die Universitätsdruckerei neuorganisierte, berief er den in Wien weilenden Samuel Bikfalvi-Falka, dessen Wirkungskreis Entwurf und Schnitt von Schriften, Unterricht von Lehrlingen und Gehülfen bildete. Seine Buchstaben weichen kaum von denen Grandjeans und Fourniers ab. Der feine Geschmack, das Anpassungsvermögen bildeten die Grösse Falka's. Seine grosse Schriftenkultur nährte sich während seines langen Wiener Aufenthaltes an den Musterbüchern der modernen französischen und älteren holländischen Schriftschnitzer. Im Jahre 1806 wird Samuel Falka in die Schriftgiesserei ein Lehrling in der Person des sechzehnjährigen Josef Szakáts beigegeben; ein wahres Wunderkind. Er widmete sich mit grossem Fleiss und Hingebung seinem Fache, bewies ein ausserordentliches Talent und zeichnete herrliche Buchstaben. Seine Schriftentypen blieben in der Druckerei und seine lateinischen und deutschen Buchstaben sind ebenso elegant in den Musterbüchern, als jene der französischen Giessereien.

Scheintod und Auferstehung der Universitätsdruckerei

Nun kam die grosse Zeit des Freiheitskampfes. Ein ungewöhnliches, reges Treiben auf den Strassen, die Zeit zum ernsten Handeln ist angelangt. Aufrufe an die Nation werden gedruckt. Aus den Drucksorten des Freiheitskampfes konnte man die Geschichte, jede Episode dieses grossen nationalen Schauspiels ablesen. Die Druk-

kereien arbeiten Tag und Nacht. Doch mit dem Entfernen Kossuths verstummen ihre Räder.

Absolutismus, Zensur, Finsternis. Der Herzschlag der Nation steht still. Der Gedanke darf nicht frei ausgesprochen werden. Wie bleiern lagert es auf den Gemütern, Unmut und Verzagtheit allenthalten. Und diese Stimmung macht sich auch auf den Geschäftsgang der Druckerei fühlbar. Doch nicht nur der Geschäftsgang trägt den Stempel dieser Missmut, sondern auch die Arbeiten. Ein Blick auf die in jener Zeit in der Universitätsdruckerei angefertigten Arbeiten genügt um zu konstatieren, dass da von einer Ambition, Lust und Liebe keine Spur ist; Schlamperei und ein jämmerlicher Rückgang des fachlichen Bestrebens kennzeichnet jede Arbeit. Doch als der Morgen zu dämmern beginnt, kehrt auch in die Druckerei das Leben zurück. Wieder ein schwerer Kampf, ein Vegetieren. Sie verliert jedoch nicht den Mut, lässt den Kopf nicht hängen. Sie bestrebt sich mit Kommissionären Geschäftsverbindungen anzuknüpfen. Sie trachtet sich Kapital zu verschaffen und den veränderten Verhältnissen angemessen eine neue Lehrbuch-Schriftstellergarde zu erziehen. Die grossen Akademiker, wie Karl Szász, Thaly, Paurer, Henszlmann, Fraknói, Bubics unterstützen sie tatkräftigst. Ein gewisses Grau auf den Bogen, dies verrät die schwere Übergangszeit.

In der Strömung des neuen Lebens

Jene grossen Kultusminister (Eötvös und Trefort), die aus der Universitätsdruckerei eine Musterdruckerei machen wollten, gedachten hier einen allgemeinen europäischen Kulturgedanken einzubürgern. Nach dem Wiener, Krakaur und St. Petersburger Muster wollten sie hier eine derartige Staatsdruckerei schaffen, welche mit Einführung der vollkommenen Druckereitechnik musterhaft schöne Bücher, Reproduktionen u. s. w. herzustellen in stande sei. Doch erst nach einem 15jährigen Bestande in Ofen konnte die Druckerei diesem Ziele näherkommen. Nach neueren Schicksalsschlägen, welche die Druckerei noch vor und während des Weltkrieges trafen, übersiedelte die Druckerei im Jahre 1923 nach Pest. Hier machte sie sich es zur Aufgabe den ungarischen wissenschaftlichen und volkserziehenden Zeitschriften als Zentrale zu dienen, in welchem Bestreben ihr, wie einst die Professoren des Tyrnauer und Ofner Zeitalters, jetzt die leitenden Persönlichkeiten der Pester wissenschaftlichen Lehrstühle hilfreich beistehen. Trotz der vielen Angriffe und den der Konkurrenz entstehenden Rückwirkungen macht sich dennoch das starke Wollen und die grosse Lebenslust des beginnenden Pester Zeitabschnitts bemerkbar. Hauptsächlich aber der gläubige Optimismus.

Ungarische Graphik. Beiblatt der Fachzeitschrift „Magyar Grafika“ Redakteur und Verleger Nikolaus Biró. Verantwortlicher Schriftführer Wilhelm Wanko. Mitarbeiter Salomon Herzog und Albert Kner. Druck der Druckereikunstanstalt Nikolaus Biró, Budapest VII, Rózsa ucca 25. Telephon József 443—27.

FACHZEITSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG DER GRAPHISCHEN GEWERBE

UNGARISCHE GRAPHIK

REDAKTEUR UND VERLEGER: NIKOLAUS BIRÓ

Mitarbeiter: Salomon Herzog und Albert Kner

Beiblatt der Zeitschrift „Magyar Grafika“. Erscheint zweimonatlich

REDAKTION UND GESCHÄFTSSTELLE BUDAPEST VII, RÓZSA UCCA 25

Neue Wege auf dem Gebiete des Offsetdruckes

Wenn wir die Errungenschaften der letzten Jahre auf dem Gebiete des Offsetdruckes gründlich in Augenschein nehmen, so können wir aus der Betrachtung der Endziele derselben interessante Erfahrungen gewinnen.

In der einen Richtung erblicken wir die Vervollkommenung des lithographischen Verfahrens, weiterhin die Beschleunigung der vorbereitenden Teile der Arbeit, sowie das Bestreben, die Verlässlichkeit derselben zu gewährleisten. Weiterhin erblicken wir die möglichste Ausschaltung der bisherigen Umdrucke durch Einführung von Maschinen und der verschiedenen Arten des fotomechanischen Umdruckverfahrens.

In der anderen Richtung erblicken wir unermüdliches Streben im Interesse der rationelleren Ausnützung der Offsetmaschinen auf dem Gebiete der Buchdruckerei. Dies möge nicht als eine grundlose Drohung betrachtet werden, doch will und wird die Offsetmaschine infolge ihrer grossen Leistungsfähigkeit bei Durchführung der Buchdruckarbeiten tatsächlich in bedeutendem Masse Platz greifen.

Die technische Entwicklung hat heutzutage bereits in derart vollkommenem Masse die Ausschaltung jener Fehler durchgeführt, welche von Leuten, die keine Sachverständnis besitzen, gerne als Nachteil der Druckerzeugnisse der Offset-

maschinen gegenüber der Buchdruckarbeiten bezeichnet worden sind, dass ein jeder moderner Drucker diesen Faktor nicht ausser Acht lassen darf.

Wir wollen jene hauptsächlichen Schwierigkeiten anführen, an deren Ausschaltung gearbeitet worden ist, damit der Offsetmaschine auch auf ihrem neuen Wege eine resultat- und erfolgreiche Geltung gewährleistet werden könne.

1. Die zum Umdruck nötigen Textabzüge werden auf einer Buchdruckmaschine hergestellt. Bei Herstellung der sogenannten „Kleisterabzüge“ leidet, trotz der eine grosse Praxis erfordern sorgfältigen Vorbereitung, die Schärfe der Buchstaben infolge der Unsicherheit des Druckes und der Farbenanbringung. Dies wird noch verschlimmert durch die zur Offsetübertragung benötigten sogenannten „kontrierten“ Abzüge. Dem kann sogar durch die spezielle „Wendum“-Maschine nicht abgeholfen werden, sogar in dem Falle nicht, wenn wir unsere Abzüge vom Textsatze am „Wendum“ herstellen, denn hier ist die Planierung nicht möglich.

2. Die Abnahme der Widerstandskraft der mittels Umdrucks gewonnenen Druckplatten bei grosser Auflage. Nachdem die auf der Platte liegende Zeichnung z. B. der beständigen Reibung der anfeuchtenden und farbenauftragenden Wal-



zen ausgesetzt ist, so muss die Zeichnung früher oder später durch diese Reibung Schaden erleiden, ganz abgesehen davon, dass auch die Platte, deren körnige Fläche Feuchtigkeit enthält, abgewetzt wird und solcherart durch die infolge der Trocknung eintretenden Unreinlichkeit sich Unannehmlichkeiten zeigen. Im äussersten Falle wird auch die Herstellung eines neuen Umdruckes nötig.

3. Die Stumpfheit und Unklarheit des Druckbildes.

4. Bei Arbeiten, die mit einfarbigen Bildern geschmückt sind, ist das Bild verschwommen, die Färbung kraftlos. An frischen Drucken ist zwar die Glut der Farbe bemerkbar, da jedoch bei Offset in der Regel Kreidepapiere nicht benutzt werden, wird auch dieser Glanz durch das Material des ungeglätteten Papiers aufgesaugt.

5. Die durch Punktverluste, oder durch Punktverdickung verursachten Schwierigkeiten bei Übertragung von nach farbigen Originalen hergestellten geätzten Zinkautotypien auf Stein, oder bei Umdrucken, welche unmittelbar von Steindrucken hergestellt wurden. Diese Schwierigkeiten drängen diese Reproduktionen den nach gewöhnlichen Autotypien gedruckten Bildern gegenüber in den Hintergrund.

Es kann nicht ausser Acht gelassen werden, dass die rapide Verbreitung der Offsetmaschinen und die Erhöhung der betrieblichen Konkurrenzfähigkeit die Betriebe dazu drängte, zur Handhabung der angeschafften Maschinen mindergeschulte, unerfahrene Arbeitskräfte in Anspruch zu nehmen. Dieser Umstand trat naturgemäss in der Qualität der Arbeit zutage.

Viele Fachleute haben danach geforscht, wo die Ursachen dieser Fehler liegen und auf welche Weise diese Fehler ausgeschaltet werden könnten. Und eben die sichtbaren Resultate der Bemühungen dieser Fachleute weisen uns neue Wege auf dem Gebiete des Offsetdruckes.

Den Anhaltspunkt zum Fortschritte und zur Sicherstellung einer ergebnisreichen Arbeit bietet uns die epochenmachende Idee Dr. Ullmanns, der Manul-Offsettiefdruck. Behufs Erweiterung dieses Gedankens wurden von mehreren Fachleuten verschiedene Verfahren ausgearbeitet. Der grundlegende Gedanke eines jeden Verfahrens besteht in der Vertiefung der Zeichnung und des Textes

auf der Platte, das heist, dass in eben derselben Weise, wie gegenwärtig die Zeichnung aus der Fläche der Platte hervorragt, kann dieselbe Zeichnung in der Platte tiefliegend die vielfachen Fehler des bisherigen Offsetdruckverfahrens ausschalten.

Bei diesem neuen Verfahren wird statt des Umdruckes unmittelbar auf die lichtempfindlich gemachte Platte kopiert und zwar von Diapositiven und durch ein Ätzungsverfahren wird eine tiefe Ätzung der Zeichnung erreicht.

Die tiefliegende Zeichnung erheischt eine reichlichere Anfärbung und erträgt auch dieselbe und sowohl der feinste Punkt, als auch die Linie nimmt bloss so viel Farbe auf, als sie umfassen mag, so dass es nicht vorkommen kann, dass bei reichlicherer Anfärbung eine Verdickung oder ein Zusammenschluss der auf der Fläche befindlichen Punkte zustandekomme. Die stärkere Anfärbung neutralisiert die unter 3 und 4 angeführten Fehler. Aber auch dem unter 2 angeführten Fehler wird abgeholfen, denn die tieferliegende Zeichnung sichert der Druckplatte eine lange Lebensdauer zu, und weder die Ablagerung von Papierlappen noch die Reibung der Walzen kann der Druckplatte schaden. Zum Kopieren sind auch ganz rauhe, scharf polierte Platten benützbar. Zum Polieren dieser Platten wird eine neue Konstruktionsmaschine hergestellt, welche den Korn der Platte nicht durch Polierem, sondern durch Blasen in gleichmässiger Weise bewerkstelligt.

Das elastische Gummituch hebt die in der Platte liegende reichlicher gefärbte Zeichnung prachtvoll hervor, und so erhalten wir auf dem Papiere durch einfarbigen Offsetdruck ein bisher nicht dagewesenes farbensattes Bild.

Durch dieses Verfahren können die Vorzüge des Tiefdruckes auch auf der Offsetmaschine ausgenützt werden.

Nachdem Verfasser dieser Zeilen mehrere Verfahren studiert hat, welche diese Richtung verfolgen, gelangte er zur Kenntnis einer Reihe von separaten Verfahren, welche darauf gerichtet sind, die im Punkte 5 angeführten Fehler auszuschalten. Die diapositiven Rasterfilme sind heutzutage bereits ebenso abschwächbar und retouchierbar als die auf Zink kopierten Autotypien, sind sogar noch einfacher zu handhaben, nachdem das Bild klar vor dem Retoucheur liegt. In dieser Weise kann an

Stelle des bisherigen langwierigen Verfahrens bei völliger Ausschaltung des Zinkes und des Steines am raschesten und billigsten der Autotypienfilm hergestellt werden, welcher gleichzeitig mit dem Texte kopiert werden kann. Vom Texte wird weder ein Fettumdruck noch ein „konterierter“ Abzug verfertigt, sondern ein positiver Film, oder auf dünnem Cellofan-Papiere zweiseitiger Druck, welcher auf Film, wodurch die unter Nummer 1 angeführten Fehler ausgeschaltet werden.

Wie wir erfahren haben, ist es den ausländischen Farbenfabriken gelungen, durch Zusetzung von Cellulose und von ähnlichen Ersatzstoffen die Glanzlosigkeit des Farbendruckes einzudämmen, wodurch hochbedeutende Hindernisse der Ausbreitungsmöglichkeiten des Offsets aus dem Wege geräumt sind.

Wir erfahren von Tag zu Tag, dass die vielfarbig gedruckten Buchdruckereiprodukte bei grosser Auflage dem Offset gegenüber nicht konkurrenzfähig sind und es umso weniger sein können, als bei Offset weder Klischee noch Planierung benötigt werden.

Hierzulande vermag die bei Ausschaltung des Umdruckes herstellbare, auf lichtempfindlich gemachte Druckzinkplatte unmittelbar kopierbare Plattenerzeugung schwerlich Platz zu greifen, da viele Betriebe durch die Kosten einer speziellen Einrichtung abgeschreckt werden. Auch unsere vaterländischen zinkographischen Institute sind abgeneigt, derartige Einrichtungen durchzuführen, bis sie sich besinnen werden, dass die grösseren Offsetbetriebe vom Zwange der Entwicklung und des technischen Fortschrittes bewogen, sich selbst hierauf einrichten werden.

Vielelleicht könnte es doch gelingen, die Offseteinrichtung besitzenden Betriebe zur Gründung eines gemeinsamen Institutes zu bewegen, welchen Vorschlag der Verfasser dieser Zeilen schon vor einem Jahre in der am 1. Mai 1927 erschienenen Nummer der „Nyomda- és Rokonipar“ (Druckerei und verwandte Industrien) gemacht hat und dessen Notwendigkeit auch heute betont werden muss. *Die Zukunft gehört der mit photomechanischer Vorarbeit hergestellten Umdruckplatte, denn durch dieselbe wird eine ökonomische Qualitätsarbeit gewährleistet.*

Hiedurch kann die Bedeutung der Offsetmaschine erhöht und diese jederzeit an die ihr zukommende Stelle in den Dienst der erstklassigen, konkurrenzfähigen Erzeugung industrieller, kommerzieller und literarischer Druckprodukte gestellt werden.

Wilhelm Lengyel

Josef Tanay im Ruhestand. Der technische Direktor der Pester Buchdruckerei A. G., der hervorragende Fachschriftsteller und vorzügliche Fachmann Josef Tanay, hat nach einer 56jährigen segensreichen Tätigkeit am 21. April von dem ihm so lieben Buchdruckergewerbe Abschied genommen. Aus diesem Anlass hat das Personal der Druckerei im Rahmen eines Abschiedabendes im Restaurant Magyar Világ seinem geliebten Direktor wärmste Ovationen bereitet. Es ist gewiss überflüssig, die Verdienste Tanays anzuführen, da dieselben der älteren Generation noch wohl erinnerlich sind, für die jüngere Generation hingegen haben wir Tanays vielseitige Tätigkeit in Angelegenheiten der Buchdruckersozietät anlässlich seines glänzenden fünfzigjährigen Jubileums vor sechs Jahren in einer zusammenfassenden Würdigung dargestellt. Der Sängerverein der Buchdrucker, der Nachfolger der Liedertafel „Ébredés“, hat zu Ehren seines ehemaligen Präsidenten, des edlen Liederfreundes, schöne Lieder vorgetragen. Im Namen des Personals und der Direktion der Aktiendruckerei, sowie im Namen der Fachkorporationen wurden innigempfundene Toaste ausgebracht, welchen wir uns mit dem aufrichtigen Wunsche anschliessen, dass Josef Tanay, der einstige Fachblatt-Redakteur und produktive Fachschriftsteller sich noch viele Jahre hindurch eines ruhevollen und glücklichen Alters erfreuen möge.

Todesfälle. Alexander Hoffmann, gewesener Druckerei- und Zeitungsbesitzer in Debrecen, ist nach langem Leiden am 8. April in seinem 73-sten Lebensjahre gestorben. Der Hingeschiedene genoss nicht nur in der Stadt Debrecen, wo er Mitglied des Munizipiumausschusses war, sondern auch seitens der gesamten Druckersozietät des Landes allgemeine Sympathie und Hochachtung. Sein Begräbnis fand am 10. April unter lebhafter Teilnahme statt. Am Grabe hielt im Namen der provinziellen Druckereibesitzer Samuel Klein, im Namen seiner Debreciner Kollegen Géza Liebermann, im Auftrage der Druckereiarbeiter Johann Simon und im Namen der Hedgedüs und Sándor'schen Buchdruckerei A. G. Karl Nagy eine Abschiedsrede. — Herr Alexander Révész, Inhaber der Györer Zeitungs- und Buchdruckerei ist am 12. April im Alter von 63 Jahren in Györ gestorben. Sein Begräbnis fand am 14. d. M. unter lebhafter Teilnahme der Redaktion, der Administration und des Druckereipersonals statt. Beide Fachmänner sind dessen würdig, dass ihr Andenken im Kreise der Buchdrucker des Landes pietätsvoll bewahrt werde.

Ihr 25-jähriges Fabrik-Jubiläum feiert am 1. Mai die Firma Hoh & Hahne, Leipzig, Fabrik photographischer

Reproduktions-Apparate, Maschinen und Werkzeuge für die gesamte Reproduktionstechnik. Aus kleinsten Anfängen heraus entwickelte sich das Unternehmen dank der Spezialisierung der Fabrikation und dem Bestreben, sich allen neuzeitlichen Anforderungen der gesamten Reproduktionstechnik anzupassen, zu der heute grössten Spezialfabrik dieser Branche auf dem Kontinent. Ihre Erzeugnisse geniessen dank der praktischen und zweckmässigen Konstruktion und der sorgfältigen Ausführung Weltruf und sind in fast allen Ländern in Gebrauch. Gegründet wurde der Betrieb von den Herren Richard Hohsen. und William Hahne sen., welche denselben auch heute noch unermüdlich persönlich leiten und von ihren drei Junioren bestens unterstützt werden.

25 Jahre Verein Deutscher Schriftgiessereien. Der Verein Deutscher Schriftgiessereien konnte am 16. März auf sein 25-jähriges Bestehen zurückblicken. Von einer besonderen Feier aus diesem Anlass wurde abgesehen mit Rücksicht auf den schmerzlichen Verlust, den der Verein durch das am 2. November erfolgte Ableben des Herrn Direktor D. Stempel erlitten hat, und über welchen wir in unserer Weihnachtsnummer ausführlich berichtet hatten.

Unser Umschlagblatt und unsere Beilagen. Das Umschlagblatt unserer vorliegenden Nummer ist das Werk des graphischen Künstlers Johann Tábor. Hinsichtlich des künstlerischen Wertes und der künstlerischen Wirkung, reiht sich diese Umschlagseite würdig an seine übrigen Werke, welche das Lese-publikum der Ungarischen Graphik stets erfreut haben. Unter unseren Beilagen und Satzproben begegnen wir ebenfalls den einfachen und praktischen Entwürfen von Johann Tábor: den Briefköpfen der Schuhfabrik Taurus und der Musikalienhandlung Lyra. Den Umschlag des Ady-Buches hat ebenfalls Johann Tábor entworfen. Ein anderer Liebling unseres Blattes Ludwig Csabai-Ekés hat das stilvolle Reklamblatt der Aerztlichen Heilkosmetik entworfen. Dieses Blatt wird besonders den modernen Frauen gewiss gefallen. Unter unseren Beilagen befindet sich auch die Kölnischwasser-Reklame desselben Künstlers. Das Frauenhüte-Prospekt, ein Firmenblatt der Lederverfahrensfabrik, die Firmenkarten der Import-Export- und der Eisen- und Werkzeugfabriks A. G. sind gelungene Werke unseres Hauptmitarbeiters Albert Kner und gehören zu den instruktivsten Drucksachen dieser Art. Zwei Zeichnungen Kners teilen wir im Texte mit. Der Briefkopf und die Firmenkarte der Boris Fáj sind gelungene Arbeiten Franz Horváths (Druckerei Biró). Den Satz des Alexander Kaszás'schen Löschpapierreklamblattes hat Andreas Kaszás entworfen und Franz Horváth (Druckerei Biró) gesetzt.

Mit Rücksicht auf die beständige und rapide Entwicklung der Reproduktionstechnik legen wir auf einer vierseitigen Beilage die Abbildung der neuesten photomechanischen und Reproduktions-Apparate und Maschinen vor, nebst einer kurzen Beschreibung derselben. Es erscheint infolge der Ausbreitung des Tiefdruckes als zeitgemäß, dass jeder Fachmann diese Maschinen kennenlernen. Andererseits kann unsere Mitteilung allen, die an die Anschaffung solcher Werkzeuge denken, Orientierung bieten.

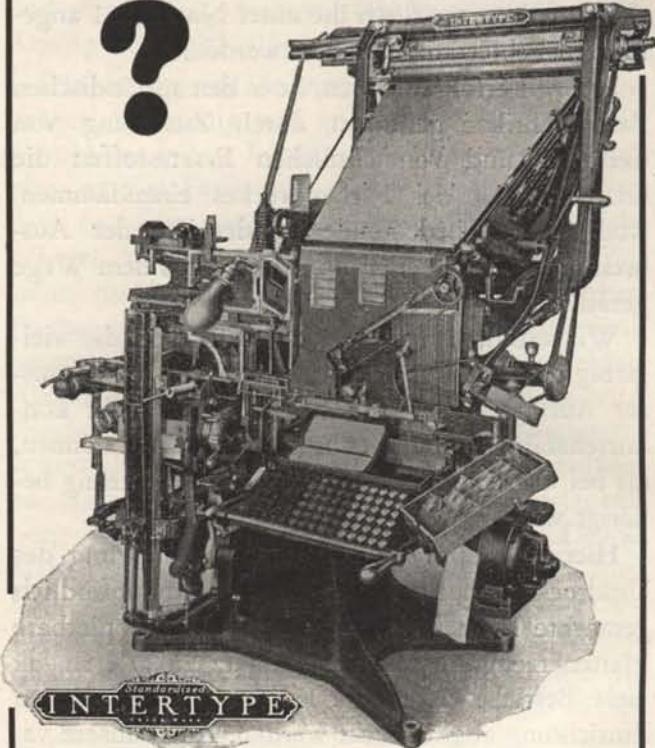
Den Textteil unseres Blattes und sämtliche Satz- und Druckproben desselben hat Karl Leib, der Hauptmaschinenmeister der Druckerei unseres Redakteur-Verlegers gedruckt.

Ungarische Graphik. Beiblatt der Fachzeitschrift „Magyar Grafika“ Redakteur und Verleger Nikolaus Biró. Mitarbeiter Salomon Herzog und Albert Kner. Druck der Druckereikunstanstalt Nikolaus Biró, Budapest VII., Rózsa ucca 25. Telephon József 443-27.

Miért

terjedtek el annyira rövid időn belül az

INTERTYPE SZEDŐGÉPEK



Standardized
INTERTYPE

Mert

az

INTERTYPE SZEDŐGÉPEK

beigazolták azt, hogy

**többet nyújtanak, mint
amennyit igérnek**

A gondos és előreléptő nyomdavezető nem vezérelheti magát tendenciozus színezetű híresztelések által, hanem józai és körültekintő mérlegelése és szerzett tapasztalatai alapján azt rendeli, amivel saját érdekeit a legjobban szolgálhatja. A már üzemben lévő nagyszámú INTERTYPE szedőgépek megtakarítása és az ismeretlen prospektusok gondos áttanulmányozása az érdeklődők nagy esportját vezeti taborunkba.

Magyarországi és balkáni vezérképviselet:

GRAFIKA GÉPKERESKEDELMI RT
BUDAPEST V., CSÁKY U. 49 TELEFÓN: L. 904-57

FACHZEITSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG DER GRAPHISCHEN GEWERBE

UNGARISCHE GRAPHIK

REDAKTEUR UND VERLEGER: NIKOLAUS BIRÓ

Mitarbeiter: Salomon Herzog, Albert Kner und Ladislaus Löwy

Beiblatt der Zeitschrift „Magyar Grafika“. Erscheint zweimonatlich

REDAKTION UND GESCHÄFTSSTELLE BUDAPEST VII, RÓZSA UCCA 25

Der Weg zur elementarischen Typographie

Heutzutage kann bereits mit den Mitteln der Wissenschaft ebenso, als auf Grund unserer Erfahrungen nachgewiesen werden, dass der Weltkrieg nicht bloss in materieller, sondern auch in geistiger Hinsicht der Menschheit ungeheuren Schaden zugefügt hat. Die in den Militärdienst gestellten Personen wurden zu Hunderttausenden hinweggerafft und mit anderen Mitteln und unter anderen Formen wurden ebenfalls zu Hunderttausenden jene vernichtet, denen es aus irgendwelchem Grunde, oder auf irgendwelche Weise gelungen war, sich der unmittelbaren Kampfslinie zu entziehen. Verhältnismässig sehr gering ist die Zahl derer, die ohne physische oder geistige Verletzung die fünf Jahre des Weltkrieges überstanden haben. Diese allgemeine Erschütterung musste nun auf sämtlichen Betätigungsgebieten der bürgerlichen Gesellschaft allgemeine Veränderungen mit sich führen. Nach dem furchtbaren militärischen Drill folgte das furchtbare bürgerliche Chaos. Und es folgten die politischen Revolutionen, die wirtschaftlichen Zusammenbrüche und jene Konjunkturen des Freihandels, welche alles zu verschlingen drohten. Die Welt bot ein Bild, als stünde der endgültige Zusammenbruch der physischen Gesundheit und der geistigen Kultur vor der Tür. Aber das Leben fordert jenseits der pessimistischen Weltbetrachtung der Philosophen seine Rechte und wir sind heute bereits bei einem neuen Abschnitt der Möglichkeiten angelangt. Die politischen Agitatoren, die wirtschaftlichen Organisatoren und die Reklamemacher des Handels sind unter uns erschienen. Im Rahmen dieses Artikels interessiert uns von den erwähnten drei Typen in erster Reihe die prinzipielle und praktische Bedeutung der Reklamemacher und ihrer Tätigkeit.

Die Zeit der Konjunkturen ist vorüber. Jeder denkende Kaufmann muss sich dessen bewusst sein, dass der Wert der produzierten Ware wiederum durch die Qualität bemessen wird, auch muss er sich dessen bewusst sein, dass er zur Erleichterung der Warenplacierung auch die ehrlichgemeinte und wohlbewusst ange-

wandte Reklame als unentbehrliches Element in sein Geschäft einstellen muss. Die Bestimmung der ehrlichgemeinten und bewusstermassen zweckmässig eingestellten Reklame besteht darin, die in Umsatzbringung der produzierten Waren dem consumierenden Publikum zur Kenntnis zu geben und die Aufmerksamkeit des einkaufenden Publikums auf den Zwischenhandel zu lenken. Das ist keine leichte Aufgabe. Die Reklamemanövers des Konjunkturenhandels haben mit der geschäftlichen Unorientiertheit und dem guten Glauben des einkaufenden Publikums übermässigen Missbrauch getrieben und es wird noch eine geraume Zeit kosten, bis das grosse Publikum die Reklame nicht als eine Form der Beschwindlung, sondern als ein, der gemeinsamen Sache des Käufers und Verkäufers dienendes, unentbehrliches Mittel des kommerziellen Lebens betrachten wird.

Es gehört zu den dringendsten Aufgaben der Kaufmannschaft, dem Begriffe der Reklame jedweden unangenehmen Nebengeschmack zu nehmen und Rundschriften, Prospekte und Plakate im Interesse seines geschäftlichen guten Rufes der Wahrheit entsprechend herstellen zu lassen. Ein guter Kaufmann muss wohl wissen, dass die Bestimmung der zeitgemässen Reklame nicht im „Ködern“ des Käufers besteht. Die richtige Reklame versucht einzelne Mitglieder des Publikums nicht zu einmaligen Einkäufe zu ködern, sondern will die allgemeine Aufmerksamkeit des Publikums auf die Qualität, Verwendbarkeit und Billigkeit der Ware lenken. Eben darum erfordert die moderne Reklame psychologische Vertiefung, kommerzielle Ehrbarkeit und erstklassige fachliche Gewandtheit, sowohl vom Verfertiger, als vom Verwender der Reklame.

Wenn wir über die Quantität und Qualität der in den letzten Jahren herausgegebenen Fachwerke und Fachzeitschriften eine Statistik aufstellen wollten, so würden neben der technischen und baukundlichen Literatur die über die Ausführung der Reklame und über die praktischen Methoden der Reklame handelnden Fachwerke

in die dritte Zahlengruppe kommen. Diese Fachwerke weisen gleichzeitig hundert Beziehungen dieser unendlich einfach erscheinenden fachlichen Frage auf. Heutzutage werden die künstlerischen Möglichkeiten und gesellschaftlichen Notwendigkeiten des Reklamemachens nicht bloss seitens der Vertreter des Handels, sondern auch seitens ästhetischer Kritiker und sich auf den Gebieten des wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Lebens betätigender Soziologen anerkannt. Heutzutage steht es bereits ausser Zweifel, dass die gute Reklame schön, und in gesellschaftlicher Hinsicht unentbehrlich ist. Die Reklame hat der Handel hervorgebracht, der Handel jedoch ist eine Folge der sich ständig steigernden Lebensansprüche. Wenn Jemand über die durchschnittliche europäische Reklame heute ein strenges Urteil abgeben wollte, müsste er natürlich in vielen Fällen vorbehaltlos erklären: diese Reklame sei grossenteils noch geschmacklos und in den meisten Fällen noch antisozialer Art. Doch kann der auf freier Konkurrenz basierende Handel des Kapitalismus einer gleichen Kritik unterzogen werden. Hieraus soll aber nicht die endgültige Verneinung des Handels folgen, sondern die Umstellung desselben auf sozialere Grundlagen.

Es ist zweifellos, dass das heutige Russland zum Beispiel eine bedeutend grössere kulturelle und wirtschaftliche Propaganda entfaltet, als es zur Zeit der Zarenregierung geschah. Dieses Staatsgebilde, welches nach grösserer Einheitlichkeit und kollektiven Lebenseinrichtungen trachtet, hat die Reklame nicht beseitigt, dieselbe bloss den Krallen der auf die Konjunktur erpichten Privatinteressen entrissen und diese bisher antisoziale Kraft zu einer die Interessen der Gemeinschaft verfolgenden Propaganda umformt. Hierdurch wurde die russische Reklame nicht bloss im moralischen Sinne, sondern auch der künstlerischen Bedeutung nach wie neugeboren.

Das neue russische Plakat ist, gleich dem amerikanischen Plakate, von der individuellen Graphik weit abgekommen. Die russischen Reklameentwerfer gehörten zu den ersten, die den demonstrativen Charakter und die agitatorische Bestimmung der Reklame erkannt hatten. Aus dieser Erkenntnis folgt, dass die russischen Plakate und typographischen Schöpfungen im Allgemeinen einfach, objektiv und ökonomisch geworden sind.

In Europa hatten die deutsche Industrie und der deutsche Handel am ehesten die Zeitgemäßheit des umwerteten Reklamebegriffes, sowie die künstlerische Entwicklungslinie und die Lösungsmethoden des Reklamemachens erkannt. Wahrscheinlich besteht ein inniger Zusammenhang zwischen der sich rapid entfaltenden und bewusst gelenkten Entwicklung der deutschen Reklame und zwischen dem mächtigen Aufschwunge, der technischen Ausrüstung und der Rationalisierungsbestrebung auf dem Gebiete der deutschen industriellen Produktion. Das im Kriege niedergegangene Deutschland ist schnell zur Erkenntnis gelangt, dass es seine wirtschaftliche Bedeutung am raschesten und sichersten durch seine ökonomische Produktion und durch den Qualitätswert seiner produzierten Waren zurückgewin-

nen kann. Es produziert auf Grund wissenschaftlicher Erwägungen und ist ebenfalls auf Grund wissenschaftlicher Erwägungen bestrebt, seinen produzierten Waren Märkte zu sichern. Auch die Entwicklung der deutschen Reklamebereitung wird durch den unüberwindlich scheinenden Lebensinstinkt des Landes, sowie durch die Bewusstwerdung dieses Lebensinstinktes gelenkt. Zu den aus gutem Material sorgfältig hergestellten Waren haben deutsche Künstler die elementare Reklamekunst geschaffen, welcher unbegrenzte Entwicklungsmöglichkeiten offen stehen, aber in vielen Fällen ist dieselbe bereits heute eher eine gesellschaftliche Propaganda, als eine auf die Unorientiertheit und naive Leichtgläubigkeit des Publikums berechnete Agentengeschäftigkeit.

Es ist leicht kontrollierbar, welche Wirkung Deutschlands Reklamekunst auf die kommerzielle Propaganda Europas ausübt. Soziologen und Ästhetiker ebenso, als auch das grosse Publikum von Laien müssen zur Einsicht gelangen, dass die gute Reklame ein aktiver Faktor unseres Lebens ist, ein unentbehrliches Vermittlungsorgan zwischen Produzenten und Konsumenten und ihre Erscheinung wird nicht als „schön“, sondern als „eindrucksvoll“ bewertet. Obwohl die Stoffe, durch welche ihr Wesen zum Ausdruck gelangt, ebenso wie bei den subjektiven Künsten, in Farbe, Ton und Form bestehen, sondert sich die Reklamekunst sogar von dem Kunstgewerbe ab. Sie ist keine lyrische Komposition, oder dekorative Fläche. Darum kann zum Beispiel ein gelungenes Plakat dem Betrachtenden unter anderem auch ein ästhetisches Erlebnis bieten, es ist aber unmöglich, dass ein malerisch gelungenes Bild uns im ersten Augenblitze verblüffe und in uns das Verlangen nach etwas Neuem, Sensationellem erwecke. Das Publikum einer Bilderausstellung geniesst den passiven Ästhetismus der subjektiven Kunst, wenn wir aber auf eine Litättäule blicken, so dominiert vor unseren Augen nicht das Nebeneinander der Plakate, sondern die Konkurrenz derselben unter einander.

Die gute Reklame, sei sie entweder optisch (Plakat, Flugzettel, Prospekt, oder in die Nacht projizierte Lichtschrift), oder akustisch (das Gellen einer Sirene, Schellenklingel), tritt jederzeit als Eroberer, im Tempo des Überfalls auf den Kampfplatz und ihr folgt die Legion der auf den Markt geworfenen Waren. Sie ist nicht die knechtische Vermittlerin einer ausser ihr stehenden Sache, sondern ein zwischen der Produktion und dem Konsumtion bestehender Kraftkomplex.

Die fundamentalen Elemente der guten Reklame sind: die Soziologie und die Psychologie.

Jede Abschattierung der Stimmungen oder illustrative Weitschweifigkeit widerspricht dem Wesen der Reklame, hemmt die sofortige Wirkung und die überzeugende Suggestion. Die gute Reklame ist nicht analytisch und definitiv, sondern synthetisch — die Einheit von Zeit, Gehalt und Stoff. Diese elementare Schlichtheit und Reinheit der guten Reklame ist es, was uns im lärmenden und bunten Trubel der Strasse auf einen Augenblick innehalten lässt; dies ist es, was uns antreibt, in ein

Warenhaus zu treten, welches wir einige Augenblicke vorher vielleicht sogar dem Namen noch nicht gekannt haben, dies ist es, was uns zu einem bisher unbekannten Buche eines unbekannten Autors greifen lässt, uns aus der Eintönigkeit des Alltags, aus der Blindheit und Taubheit der Anspruchlosigkeit erweckt, *uns durch ihre elementare Farben und dynamische Formgliederung neugierig und entschlossen macht.*

Die Reklame ist eine der charakteristischsten Manifestationen des Niveaus und der wirtschaftlichen Blutzirkulation der Gegenwart. Die Lichtreklame einer Hauptstadt, die über den Häusern glänzenden Transparente, die Schaufenster, die ins Auge springenden Buchstaben, die festen Anrufungszeichen der Glassäulen auf den Boulevards, reden eine eindringlichere und objektivere Sprache vor den Augen des Fremden, als sämtliche geschätzigen und reaktionär einfältigen Bädekers. Der wohltypographierte Prospekt eines Warenhauses mit den geradegeschnittenen, leicht zusammenfassbaren Buchstaben, mit der dunkeln und lichten Raumverteilung der Papierfläche erweckt als ruhiger und einfacher Gegenstand mehr Anspruch und Vertrauen, als alle individuellen Künstelein. Das unerwartete Schmettern eines Blasehorns fixiert in unsere Erinnerung bis ans Lebensende die Autoanlage, oder das Lichtspieltheater, vor welchem wir diesen „sinnlosen“, jedoch verblüffend einfachen und suggestiven Ton vernommen haben.

Den Reklametypus der Gegenwart charakterisieren in immer steigenden Massen die Harmonie der Elemente, die markante Schlichtheit und die technisch leichte Herstellbarkeit. Dieser Reklametypus strebt nicht irgend einem ästhetischen Ziele zu, sondern rückt im Zeichen der objektiven Kraft und in der Richtlinie des Menschheitsfortschrittes vorwärts.

Die Reklame ist eine angewandte Kunst, der Reklamekünstler ein sozial Schaffender.

Wenn wir den heutigen Zustand und die Entwicklungsrichtlinie der ungarländischen Reklamekunst mit kritischem Blicke abmessen, so können wir dieselbe leider nur in geringen Einzelheiten mit den oben angeführten theoretischen und praktischen Feststellungen kollationieren. Ein überwiegender Teil der reklameerzeugenden Fachleute betätigt sich mit kunstgewerblicher Zurüstung und rein individueller Eingenommenheit in der Branche und die Drucker, die sich auf typographischen Gebieten der Reklameerzeugung betätigen, trachten gleichfalls eher nach Geltendmachung ihrer künstlerischen Neigungen, als nach sachlicher Entfaltung des Druckergewerbes und nach stofflicher Lösung der Satzarbeit. Ich bin dem Redakteur der „Ungarischen Graphik“ dafür zu Dank verpflichtet, dass er mir die Möglichkeit bot, die Beilagen der vorliegenden Nummer aus eigenen Entwürfen zusammenzustellen und diesen auf prinzipieller und praktischer Grundlage beruhenden Artikel im Blatte zu veröffentlichen. Aus diesem Artikel erhellen die theoretischen Erwägungen meiner Reklameentwürfe, auch erhellt daraus, dass ich die Verantwortlichkeit für meine bewussten Arbeiten über-

nehme, auch würde ich gerne die Polemik für sie übernehmen, wenn jemand an meine Entwürfe, oder an den theoretischen Teil meines Artikels Bemerkungen knüpfen sollte. Es werden sich unter den Kollegen und den Druckfachleuten Manche finden, die sich meine Ansichten nicht völlig zu eigen machen können. Es werden sich auch solche finden, die es beanstanden werden, dass ich zwischen Kunstgewerbe und Reklamekunst eine starre Scheidewand aufstelle, auch wird es solche geben, welche die mitgeteilten Briefpapierköpfe als Satzproben beanstanden werden. Es werden sich solche finden, die das meinerseits gekennzeichnete Bestreben als engbegrenzt, und dogmatisch-gradlinig, andere die befürchten werden, die Möglichkeiten seien nicht gehörig in Betracht gezogen, andere wiederum, die ihre Stimme gegen die allgemeine Veralltäglichung, gewerbliche Verflachung der Branche erheben werden. Wenn solche kritische Gesichtspunkte angeführt werden sollten, kann ich im Vorhinein erklären, dass sich dieselben nicht aus dem Gefühle der fachlichen Produktion, sondern aus der am unrechten Orte und in unrichtiger Weise ausgelegten Auffassung der schaffenden Kunst ergeben werden. Denn die Reklameerzeugung ist, wie bereits gesagt, keine primäre Kunst und es ist ein Grundfehler der ungarischen Entwerfer, dass sie nicht nach künstlerischer Ausformung des gegebenen Stoffes, sondern sowohl im Plakate, als auch in der Typographie nach Bildhaftigkeit, nach einer abgeschlossenen, schaffenden Kunst trachten. Fünfundneunzig Prozent der Plakate will als impressionistische Malerei gelten und die gesetzten Briefpapierköpfe, Geschäftskarten betonen gleichfalls die Bildhaftigkeit. Die meisten Inseratenentwerfer betrachten z. B. nicht die elementare Ausformung des gegebenen Textes, sondern die Dekorierung der Papierfläche als ihre Aufgabe, obgleich zwischen dem Ausgangspunkt und dem Vollbringen des Bildschaffens und zwischen dem Ausgangspunkt und dem Vollbringen der Reklame ein unendlicher Wesensunterschied besteht.

Das Bild ist vollkommen, wenn es eine in sich geschlossene, unlösbare Einheit bildet, demgegenüber ist die Reklame der Vollkommenheit am nächsten, wenn sie sich mit der aktivsten Kraft und in den suggestivsten Formen dafür einsetzt, dass ein nicht gegenwärtiger Gegenstand zur Geltung komme, wenn sie durch ihr Zustandekommen nicht ihre eigene ästhetische Besonderheit, sondern die Güte, Billigkeit und unbedingte Notwendigkeit des durch sie angekündigten Warenartikels beweisen kann.

Im Rahmen dieses Artikels will ich mich mit dieser Frage meinerseits nicht weiter, nicht eingehender befassen. Ich habe meine Ansichten betreffs der Reklameerzeugung in grossen Zügen dargestellt und durch Anführung einiger problematischer Gesichtspunkte zur eingehenderen Erörterung der Frage Veranlassung gegeben. Sollten sich solche finden, die sich zur Frage äussern, werde ich meinerseits die eingehendere und fachgemässere Besprechung einiger Details gerne übernehmen.

Konstituierung einer ungarischer Gesellschaft für Buch- und Reklamekunst

Kein Zweig der Kunst ist mit dem modernen Leben und den kulturellen Bestrebungen Tausender so eng und so organisch verwachsen, als die Buchkunst und die künstlerischen Beziehungen der Reklame. Man kann behaupten, dass keiner der grossen Künste hinsichtlich der aesthetischen Erziehung für den Menschen des zwanzigsten Jahrhunderts eine so grosse Bedeutung hat, als diese Gruppe der angewandten Künste. Bei Tag und bei Nacht fallen dem Publikum, während es auf der Strasse wandelt, in der Elektrischen fährt, die Zeitungen liest, die Schöpfungen der Reklamekunst in die Augen und das künstlerische Niveau dieser Schöpfungen ist nicht bloss ein Beförderungsmitteil der Reklamewirkung, sondern auch ein Kennzeichen der künstlerischen Kultur des betreffenden Landes. Für Tausende und Tausende, die das Buch in die vorderste Reihe ihrer Kulturbedürfnisse stellen, ist nicht nur der innere Gehalt des Buches bedeutsam, sondern auch die äussere Form desselben und so erhöhen sich mit der Verbreitung der Buchkultur auch die Anforderungen betriffs Ausstattung und künstlerischer Form des Buches.

Ungarn braucht sich weder seiner modernen Buchkunst, noch seiner Reklamekunst zu schämen. Die Kunst unserer ausgezeichneten Illustratoren und erlesenen Buchschmuckkünstler steht hinter jenen der anderen Nationen nicht zurück und die Findigkeit, Vielseitigkeit und Kunst unserer im Dienste der Reklame stehenden Graphiker wetteifert mit den ausgezeichnetesten Leistungen des Auslandes. Auf dem Gebiete dieser Kunstzweige gibt es aber noch Vieles zu tun. Neben prächtig ausgestatteten Büchern werden tausende von garstigen Büchern herausgegeben und ein überwiegend grosser Teil der Bildergalerie der Gasse sowie der Reklamedrucksachen entbehrt noch immer der künstlerischen Ausstattung.

Andererseits vermissen die moralischen und materiellen Interessen unserer auf dem Gebiete der angewandten Graphik sich betätigenden Künstler jenen Schutz, welchen in westlichen Ländern die Künstler geniessen. Darum gründeten die hervorragendsten ungarischen Graphiker die Gesellschaft der ungarischen Buch- und Reklamekünstler.

Zu diesem Zwecke versammelten sich Robert Berény, Nikolaus Bíró, Alexander Bortnyik, Julius Conrad, Ludwig Csabai-Ekes, Desider Fáy, Margit Fiora, Arnold Gara, Stephan Gádor, Anton Gáspár, Leopold Gedő, Josef Gróf, Álmos Jaschik, Ernst Jeges, Julius Kaesz, Ludwig Kassák, Albert Kner, Elisabeth Kner, Emerich Kner, Ludwig Kozma, Béla Kreisl, Ladislaus Moholy-Nagy, C. Paul Molnár, Paul Nádai, Farkas Molnár, Josef Pécsi,

Ladislaus Reiter, Karl Rosner, Oskar Varga und Gustav Végh im Prunksaal des Kunstmuseum.

In der konstituierenden Generalversammlung führte Ludwig Kozma den Vorsitz und nach Genehmigung der Statuten wurde folgender Vorstand gewählt: Vizepräsidenten: Desider Fáy, Emerich Kner, Ladislaus Reiter und Gustav Végh. Generalsekretär: Ernst Naményi, Anwalt: Stephan Czigler, Kassier: Nikolaus Bíró, Kunstsammlungswart: Ludwig Csabai-Ekes, Bibliothekar: Julius Kaesz, Revisor: Karl Rosner.

Gleichzeitig wurden Julius Végh, Generaldirektor des Kunstmuseum und Ministerialrat Paul Majovszky zu Ehrenmitgliedern der Gesellschaft gewählt.

Bilderatlas des Buchgewerbes

ist der Titel des prächtigen Sonderheftes des von dem Syndikat der französischen Buchdruckereibesitzer herausgegebenen „Bulletin officiel“ in Paris VIe. In einem starken Bande ist alles vereinigt, was im Laufe der Jahrhunderte zum Lob und Preis der edlen Buchdruckerkunst gezeichnet, gestochen und graviert worden ist: Darstellungen der Erfahrung, Bildnisse des Erfinders, Denkmäler, Titelblätter, Drucker- und Verlegermarken, Medaillen usw. werden hier in allen Techniken und aus den meisten Kulturländern wiedergegeben und beschrieben, eine ungeheure Arbeit, die in einem Anhang auch Senefelders Erfindungen berücksichtigt. Die Fülle des zusammengetragenen Materials fesselt den Fachmann und gestaltet diesen gewichtigen Band zu einer wertvollen graphischen Publikation, die ihresgleichen nicht hat: Eine grosse Zahl von zumeist vielfarbigen Beilagen, aus den ersten französischen Reproduktionsanstalten, Druckereien und Farbenfabriken hervorgegangen, zwingen den kritischen Fachmann in ihrer teils duftigen und graziösen, teils lebhaft farbigen Ausführung zu hoher Anerkennung u. liefern den überzeugenden Beweis von der grossen Leistungsfähigkeit Frankreichs auf den verschiedensten Gebieten der druckenden Kunst. (Preis des Jahrbuchs Fr. 85.—französisch.) Zu beziehen durch Bulletin Officiel, 7, rue Suger, Paris — 6c. — Postcheckkonto Paris 288.44.

Reklame — Plakatkunst Organisation — Zeitungswesen

Unter diesem Titel hat der bekannte Wiener Werbefachmann J. J. Kaindl soeben eine umfangreiche Bibliographie herausgegeben, die die Literatur der obengenannten Gebiete behandelt. Das neue Buch — einzig in seiner Art — ist auf gutem Papier in Zweifarbedruck hergestellt, hat einen Umfang von fast 150 Seiten und bildet für jeden Reklameinteressenten ein nützliches, unentbehrliches Nachschlagewerk. Jedes Unternehmen muss heute Reklame machen, kein fortschrittli-

cher Kaufmann kann sie entbehren. Wie eine gute, zweckentsprechende und erfolgreiche Reklame zu machen ist, dazu gibt die reichhaltige Werbeliteratur vielfache Winke und Anregungen. Als einen wertvollen Führer auf dem Gebiete dieses Literaturzweiges können wir nun das Buch von Kaindl bezeichnen. Es ist zum Preise von 5.— vom Herausgeber J. J. Kaindl, Wien XIII (Ober-St. Veit) zu beziehen.

Unser Umschlagblatt und unsere Beilagen

Das Umschlagblatt unserer vorliegenden Nummer hat der Graphiker Ludwig Kassák entworfen und gezeichnet. Ludwig Kassák hat bereits durch viele Arbeiten bewiesen, dass er nicht bloss als Schriftsteller bedeutend ist, sondern dass ihn auch an die Graphik innige Beziehungen knüpfen. Er handhabt den Zeichenstift mit eben derselben Leichtigkeit, als die Feder. Auch hat er unsere sämtlichen Satzbeilagen entworfen. Den Umschlag, sowie die Zeichnungen der Beilagen hat Albert Kner, der Hauptmitarbeiter unseres Blattes in Blei geschnitten.

Die in dieser Nummer vorgelegten Arbeiten Ludwig Kassák's sind gleichsam Illustrationen zu seiner im textlichen Teile abgedruckten Studie über graphische Kunst. Sicherlich werden die in den Arbeiten Kassák's vorherrschenden hell-dunklen Flecks, sowie die kühne Linienführung Manche befremden, aber nur darum, weil die Betreffenden die Graphik und die Satzrichtungen des Auslandes nicht beachten. Die im textlichen Teile abgedruckten zahlreichen Satzbeispiele, welche wir in verkleinertem Maßstab nach ausländischen Zeitschriften und Prospekten mitteilen, dienen zur genügenden Rechtfertigung der graphischen Arbeiten Kassák's, mit dem Unterschiede, dass in Hinsicht auf Originalität diese die ausländischen Arbeiten übertreffen.

Wir haben in unserem Blatte dieser neuen Richtung Raum geboten, nachdem wir öfters darauf hingewiesen hatten, dass zur Konsolidierung der gärenden Stilrichtungen die Öffentlichkeit und eine objektive Kritik nötig seien. Wir sind überzeugt, dass die Arbeiten Ludwig Kassák's den Beifall unserer Leser gewinnen werden, schon aus dem Grunde, weil dieselben die künstlerischen Dokumente einer gefestigten Richtung sind.

Den textlichen Teil unseres Blattes, das Titelblatt sowie die farbigen Beilagen hat Karl Laib, der Hauptmaschinenmeister der Druckerei unseres Redakteur-Verlegers gedruckt.

Ungarische Graphik. Beiblatt der Fachzeitschrift „Magyar Grafika“. Redakteur und Verleger Nikolaus Bíró. Mitarbeiter Salomon Herzog, Albert Kner und Ladislaus Löwy. Druck der Druckereikunstanstalt Nikolaus Bíró, Budapest, VII, Rózsa ucca 25. Telephon József 443—27.

FACHZEITSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG DER GRAPHISCHEN GEWERBE

UNGARISCHE GRAPHIK

REDAKTEUR UND VERLEGER: NIKOLAUS BIRÓ

Mitarbeiter: Salomon Herzog, Albert Kner und Ladislaus Löwy

Beiblatt der Zeitschrift „Magyar Grafika“. Erscheint zweimonatlich

REDAKTION UND GESCHÄFTSSTELLE BUDAPEST VII, RÓZSA UCCA 25

Sehr lehrreich war für uns

betreffs der fachlichen Fortbildung die Pressa. Wir haben nämlich die traurige Erfahrung gemacht, dass Ungarn in dieser Hinsicht zu den ärmsten Ländern gehört. Denn während sämtliche grössere Städte Deutschlands seitens der Gemeinden unterhaltene Druckerfachschulen besitzen, welche in Verbindung mit wohl ausgestatteten Unterrichtswerkstätten tätig sind, (ganz abgesehen von den staatlichen Hochschulen und Akademien für Druckerei) und während auch England, Frankreich, Italien und die nordischen Staaten auf diesem Gebiete dem Beispiele Deutschlands nachzufolgen bestrebt sind, wird in Ungarn seitens der Behörden leider blutwenig im Interesse der fachlichen Fortbildung geleistet. Die Interessenten selbst unterhalten mit grossen Opfern auch die Fortbildungskurse. Unser Land ist zwar arm und blutet aus tausend Wunden und es wäre unsererseits Grosstuerei, für uns fachliche Unterrichtsinstitute zu reklamieren, wie solche in den westlichen Staaten existieren. Wir hegen aber die Meinung, dass es an der Zeit wäre, sich auch bei uns ernstlich mit dem Gedanken zu befassen, dass wenigstens die Hauptstadt Budapest Mittel und Wege suche, die ersten Schritte zu tun zur Schaffung

einer Fachschule für Druckerei und Graphik, — wenn auch in bescheidenem Rahmen. Wir würden uns vorläufig auch damit zufrieden geben, obzwar der Weg vom ersten Schritte bis zur Ausführung noch ein beträchtlicher ist. Es ist jedoch zu hoffen, dass auch wir, wenn die ersten Schritte geschehen sind, in Zukunft eine, mit einer Unterrichtswerkstätte ausgestattete fachliche Fortbildungsschule besitzen werden, in welcher die Drucker- und Graphiker-Lehrlinge und die sich weiterzubilden wünschender Arbeiter ihre Branche gründlich erlernen können. Dies wäre eine tatsächlich rentable Investition für das Druckergewerbe und mittelbar für die Stadt und den Staat gleicherweise! Wir dürfen uns diesem Gedanken nicht verschliessen. Es verdriest uns beinahe, uns auf das Beispiel einzelner Balkanstaaten und auf das Beispiel Pressburgs zu berufen, wo die Gemeinde, respektive der Staat bereits Druckerfachschulen unterhält. Auch wir müssen es versuchen! Alle Interessenten der Branche müssen zusammenhalten und die Machthaber der Stadt und des Staates für diese Sache zu gewinnen suchen. Wir werden uns gewiss Gehör verschaffen können . . .

Das Ergebnis einer Plakatkonzurrenz

In den verflossenen Wochen gab es eine, nach der Zahl der ausgestellten Werke wahrlich grossartige Plakatausstellung im *Nemzeti Szalon*. Es wurde mehr als 600 Plakate ausgestellt: das Resultat der vom „Salan“ ausgeschriebenen Plakatkonzurrenz. Bei Durchmusterung der Ausstellung haben wir weder an der Qualität, noch an der Quantität unsere Freude, obwohl in beiden Hinsichten gerade aus entgegengesetzten Gründen. Vor Allem hat uns die Qualität nicht befriedigt. Wir leugnen nicht, dass einige aus künstlerischer Hinsicht ausgezeichnete Graphiken zu sehen waren, gute Plakate aber in ganz geringer Zahl; zur Ausführung geeignete haben sich aber kaum gefunden. Mit Ausnahme der Photographien *Josef Pécis*; aber auch diese sind keine Plakate, sondern Zeitschriftenreklamen. Es sind dies künstlerische und praktisch erstklassige Entwürfe. Als Strassenwagen-Plakat aber, oder auch als Strassenplakat kann sich das Frauenlitz von *Ferdinand Husz* gut behaupten, an welchem Hut, Auge, Nase durch die Buchstaben des Wortes Salan gebildet sind. Der einzige wesentliche Fehler dieses Plakates ist, dass die Farbengebung für die Gasse nicht kraftvoll genug wirkt. Mit in künstlerischer Hinsicht ausgezeichneten Arbeiten beteiligte sich an der Konzurrenz *Paul C. Molnár*, dessen sich in einander verflechtende zwei Frauenköpfe darstellendes Plakat den ersten Preis erhielt. Dieses Plakat lobt in jeder Hinsicht seinen Meister, der hinsichtlich geistvoller Feinheit und raffinierten Geschmackes von keinem Mitbewerber übertroffen wird. Aber eben diese Qualitäten dienen der Wirkung der Plakatreklame zum Nachteil. Übrigens stehen die übrigen Preisarbeiten des Künstlers der preisgekrönten Arbeit nicht nach, besonders das fünfkreisige, gelbrotfarbige Plakat und die auf grauem Grunde eine gelblichrote Frauengestalt darstellende Arbeit. Ausser diesen, gehört zu den besseren Arbeiten die ein Glas haltende Hand von *Theodor Kövess*, mit besonders guter Textschrift, jedoch ohne Kraft. Weiters der schreitende, rote Mann von *Árpád Mayer* mit vereinfachter, richtiger Zeichnung und Farbengebung, sowie der schwarze Mann von *Kolisch*. Ein grosser Fehler des Letzteren ist, dass er die Forderungen der Reklame ausserachtlassend, sogar die charakteristische Form der Salanflasche nicht behielt. Wir müssen noch den auf einen Totenkopf tretenden Salanmann von *Ladislaus*

Hamvas erwähnen, sowie das drei römische Soldaten darstellende Plakat mit dem Motto „Schwur“, welches jedoch in erschreckender Weise aller Originalität bar ist. Zu den feinsten Graphiken gehörte die schwarz-goldene feine Arbeit von *Barna Basilides*, welche jedoch den Erfordernissen der Plakatreklame überhaupt nicht nachkommt. Dieselbe Feststellung bezieht sich auch auf die Arbeiten einiger ausgezeichneter Malkünstler, welche gleichsam den Beweis dafür geliefert haben, dass die Reklame, die Graphik und das Gemälde nicht zu derselben Kunstart gehören.

So viel sei über die Qualität der Preisarbeiten gesagt. Es wäre ein grosser Irrtum, die allgemeine Minderwertigkeit der Ausstellung den ungarischen Reklamegraphikern zur Last zu legen. Daran ist in erster Reihe das Preisausschreiben selbst schuld. *Die Bedingungen waren nicht derartig, dass unsere Künstler an derselben mit Berücksichtigung hätten teilnehmen können.* Ein Künstler, der sich einen Namen gemacht hat und dessen Honorar für ein gutes Plakat sich auf nicht weniger, als den Betrag von 500 P, des ersten Preises beläuft, kann am Ende an einer Konzurrenz nicht teilnehmen, deren sämtliche Preise $500 + 300 + 200$ P betragen ohne die Garantie zu haben, dass eine entsprechende Anzahl von Arbeiten angekauft wird. Ein anderer wesentlicher Irrtum der Konzurrenz besteht in der unmöglichen Forderung, wonach der Plakatentwurf zum Ausdruck bringen musste, dass Salan „vor aller Infektion beschützt, ein Mittel gegen Schwitzen der Hände, Füsse und Achselhöhlen ist, die schuppige Kopfhaut heilt, das beste Mittel gegen Halsschmerzen und für behutsame Frauen unentbehrlich ist.“

Wir wissen nicht, ob ein solches Wundermittel existiert, dass es aber einen Künstler, der alldies auf einem Plakate zum Ausdruck zu bringen imstande wäre, nicht geben kann, ist zweifellos. Jede Konzurrenz, welche die Schaffung einer guten Reklame ergibt, begrüssen wir aus künstlerischer Hinsicht freudig, können es aber nicht guttheissen, wenn man mit dem Preisausschreiben selbst Reklame machen will. Das Preisausschreiben selbst kann bloss ein Mittel zur Herstellung von guten Reklamen sein, nicht aber Reklame an sich.

Was das quantitative Ergebnis betrifft, müssen wir dieses darum ein bedauerliches nennen, weil es einen Beweis dafür liefert, wie viele Künstler der Mangel an entsprechender Beschäftigungsmöglichkeit sogar bei derartigen Konzurrenzbedingungen zur Teilnahme bewogen hat. *Was war das für eine Menge Arbeit um tausend Pengő.*

Ernst Naményi.

Studienfahrt zur Besichtigung der Pariser Betriebe

Aus dem Anlasse, dass in den verschiedenen Kreisen der Branche Vorbereitungen zur Besichtigung der Kölner Presseausstellung getroffen wurden, organisierte Herr Direktor Rudolf Lorilleux der agile Budapestsche Vertreter der Farbenfabrik Lorilleux eine unvergesslich schöne Studienfahrt nach Paris. Bekanntlich wurde durch Zu- schüsse, welche teils die Hauptstadt, teils der Staat beigesteuert hat, Angestellten der Druckereien, zumeist Fachlehrern, die Besichtigung der Pressa ermöglicht. Andererseits scharte sich eine nach Köln reisende Gesellschaft aus Werkführern, Druckereidirektoren, Prinzipalen und Lehrern der Fachschulen für Druckerlehrlinge. Diese beiden Gesellschaften sind zur Besichtigung der Fabrik Lorilleux invitirt worden. Am 4 Juli trafen sich die beiden Gesellschaften in Paris. Die eine Gesellschaft fuhr nämlich erst nach Köln und nachher nach Paris, die andere Gesellschaft fuhr erst nach Paris und wollte erst nachher nach Köln reisen.

In freundlicher Begleitung eines ungarischen und eines deutschen Dolmetschen, welche seitens der Pariser Fabrik der Gesellschaft zur Verfügung gestellt worden sind, wurde die Besichtigung der Betriebe in Angriff genommen. Erst besichtigte die Gesellschaft die Langlois-Druckerei, in welcher hauptsächlich illustrierte Werke auf langsam gehenden, ausgedienten, alten Maschinen gedruckt wurden. Die Druckerei besass nur eine einzige raschlaufende Miehle'sche Schnellpresse. Den Besuchern bat sich ein interessantes Bild. Der älteste Leiter des Betriebes gab alle gewünschten Aufklärungen. Wenn auch der Satz unserem Geschmacke nicht völlig entsprach, war der Druck vorzüglich. Wir sahen eine alte Dame, die sich emsig mit dem Satze beschäftigte und der Korrektor verrichtete im Lärm der Maschinen an einem, zwischen den Setzern und den Maschinen placierten Tischchen seine verantwortungsvolle Arbeit. Der Setzer- und der Maschinensaal befindet sich nämlich in einem Raume.

Von hier begab sich die Gesellschaft in die Maison Serre'sche Litographie, wo die riesigen Dimensionen der Maschinen und der Bilder Staunen erweckten. Hier werden die an den Haltestellen des Metro, dieser grössten und am weitesten ausgebauten unterirdischen Bahn der Welt, sichtbaren grossen Reklameplakate hergestellt. Dieselben werden auf vier Bogen von 120×190 cm. gedruckt. In Ungarn würde man diese Plakate, wie dies auch bei dem Sunlight-Plakat der Fall ist, auf 16 Halbbogen drucken, während auf den gesehenen grossen Maschinen diese riesigen Plakate bloss in vier Teilen gedruckt werden. Die Proportion ist also 4:16. Diesen Dimensionen entspricht auch die Steindruckpresse. Viele Steinzeichner, Graphiker arbeiten im Zeichensaale. Das Abschleifen der doppelbogigen Steine geschieht mittels Maschinenkraft. Natürlich wird auch von

Zink- und Aluminiumplatten gedruckt. Dieser grossartige Betrieb besitzt 30 litographische Schnellpressen.

Sodann besichtigte die Gesellschaft den Zeitungsbetrieb des in vielen hunderttausend Exemplaren erscheinenden „Le Journal“. Ein riesenhafter Maschinensetzaal mit amerikanischen Linotypemaschinen alten Models. Auf den Setzmaschinen wurden eben die Börsentabelle der Abendnummer mutiert. Der Meteur bezeichnete die abzusetzenden Nummern und an der Maschine wurden die Zeilen auf 3—4 Cicero gesetzt. Im anderen Teile des mit mächtigen Rotationsmaschinen ausgestatteten Maschinensaales befindet sich die mit den modernsten Winklerpressen, Giessmaschinen und den sonstigen nötigen Apparaten vorzüglich ausgestattete Zeitungs-Stereotypie. Alles ist bei der Hand. Kaum hatte die Gesellschaft eine kurze Zeit im Maschinensaal verbracht, wurde bereits die Börsenseite, deren Mutierung vorher beobachtet und welche mittlerweile abgegossen worden ist, in die Maschine gehoben. Eine überraschend kurze Zeit verstrich vom Anlagen der letzten Seite bis zur Inbewegungsetzung der Maschine, was ausschliesslich der modernen Stereotypie-Einrichtung zu verdanken ist.

Hienach besuchte die Gesellschaft den Betrieb des „Le Petit Journal“ und nach Besichtigung des Neogravure-Tiefdruckbetriebes und des berühmten Gillot-Betriebes begab sich die Gesellschaft nach Nanterre, wo sich die mächtige Anlage der Lorilleux-Farbenfabrik befindet. Hier werden die schwarzen Farben hergestellt. In der liebenswürdigsten Weise wurde die Gesellschaft seitens der Direktoren, Oberbeamten, sowie des Generalsekretärs und Herrn Lorilleux selbst durch die Räume der Fabrik geführt.

In nachbarlichen Puteaux, in der anderen Anlage der Fabrik, werden die bunten Farben hergestellt. Hier sind 300 Arbeiter beschäftigt.

Diese Anlage besitzt eine grosse Walzengiesserei und in Verbindung mit derselben ein ausgebreitetes chemisches Laboratorium. Das Farbenlaboratorium ist ebenfalls wohl ausgestattet. In den Magazinen gibt es zu Hunderttausenden Musterdosen aus den bisher hergestellten bunten Farben, so dass im Falle einer Nachbestellung, bei Angabe der Bestellungsnummer genauest dieselbe Nuance geliefert werden kann.

Die Farben wurden zur Zeit der Gründung der Fabrik, im Jahre 1818 noch mittels Handwagen und am Rücken transportiert. Heute besitzt die Unternehmung 42 Lastkraftwagen und 24 Pferde. Die Lorilleux'sche Fabrik hat in allen Weltteilen Filialen und Fabriksanlagen. In Nord- und Südamerika, Afrika, Australien, China, Japan und sogar in Europa. Laut dem Ausweis eines Kartengraphikons besitzt die Fabrik in allen Staaten Europas insgesamt neunzehn Filialanlagen. S. Herzog.

Bücher- und Zeitschriftenschau

A könyvbarátok lapja (Zeitschrift für Bücherfreunde). Redigiert von Anton Sikabonyi und herausgegeben von der A. G. Singer und Wolfner, Budapest. Im Leitartikel bietet Artur Elek eine Würdigung Dürers, des gegenwärtig in aller Welt gefeierten, aus Ungarn stammenden Künstlers, anlässlich des 400-jährigen Wiederkehrs seines Todestages. Zoltán Ambrus beschliesst die Artikelreihe „Buch und Geschäft“. Ausserdem enthält die Nummer Artikel von Emil Henriot, Ludwig Dézsi, Emmerich Kner, Alexander Bonkáló, Gisella Weyde. Von diesen Artikeln verdient aus unserem Gesichtspunkte, aus dem Gesichtswinkel des Buchdruckers die „Buchtechnik und Buchkunst“ betitelte Studie von Emmerich Kner besondere Beachtung. Nach einem ausführlichen historischen Rückblick wird in diesem Artikel — mit Beispielen bezeugt, — ausgeführt, wie das Buch beschaffen sein soll und wie das Buch nicht beschaffen sein darf. Die diesjährige 3. Nummer bietet auch eine wertvolle und reiche Rundschaurubrik aus der Feder von lauter namhaften Schriftstellern, Künstlern und Ästhetikern. Preis des jährlichen Abonnements (4 Hefte) 16 P. Preis der Einzelpromotion 5 P.

A nyomászat története (Geschichte der Druckerei). Als X. Band der Bücherreihe „Grafikai Művészeti Könyvtára“ (Bibliothek der graphischen Künste) ist der IV. Band der Geschichte der Druckerei aus der Feder Ladislaus Novák's neuestens erschienen. Kollege Novák bietet nunmehr in vier Bänden die Geschichte unserer an Geschehnissen, Entwicklungsstufen und allmählich sich differenzierenden Branchen so reichen Profession. Dieser Band enthält eine Darstellung der druckgeschichtlichen Ereignisse des XVIII. Jahrhunderts und spricht in ernster Reihe die ungarischen Typographen dieses Zeitalters. Natürlich orientiert der Verfasser den Leser in ausführlicher Weise über die sich an die Person dieser Typographen knüpfenden interessanten Geschehnisse. Sodann bietet der Verfasser ein zusammenfassendes Bild des Druckerwesens der europäischen Staaten. Unter dem Titel „Typometrie und Schriftgesetze“ werden ausländische Typometrien aus verschiedenen Zeiten mitgeteilt, woraus sich ein lehrreiches Bild darüber ergibt, wie sehr kompliziert und nicht einheitlich einst in den einzelnen Ländern und vielmals auch innerhalb der einzelnen Länder die Dimension der Buchstaben gewesen ist. Nach der Darstellung der Giess- und Drucktechnik des achtzehnten Jahrhunderts bietet dieses Buch über die Stereotypie, Papierherstellung, Buchbinderei, Erfindung der Litographie und schliesslich über Zeitungen und Kalender des achtzehnten Jahrhunderts alldas, was jeder Drucker wissen müsste. Ein besonderes Kapitel handelt über die sozialen Verhältnisse der Buchdruckerei dieses Zeitalters und schliesslich werden die hauptsächlichen Illustrationsverfahren, Holzschnitt und Kupferstich besprochen. Aus dieser kurzen Aufzählung des Inhalts dieses Buches geht her-

vor, was für ein reiches, wertvolles historisches Material auch in diesem seinen Werke unser Kollege Novák aufgearbeitet hat. Die Reproduktionen vieler Holzschnitte und Kupferstiche erhöhen den künstlerischen Wert dieses Bandes.

Rudolf Beckers Kleinbücherei. Schon wieder liegen uns zwei Bändchen der Kleinbücherei, Heft 11 „Der Tiefdruck“ mit bunter Druckbeilage, und Heft 7 „Das Pantoneverfahren“ mit einem Originaldruck, der überaus vorwärtsstrebenden Verlagsabteilung der Firma Rudolf Becker in Leipzig vor. Der Inhalt von Heft 11 ist von zwei bekannten Fachleuten, Fischer und Weber, in leicht fasslicher Weise geschrieben und erklärt den Tiefdruck von der photographischen Aufnahme an bis zum fertiggestellten Druck. Dass die Reihe der Kleinbücherei auch äusserlich ihren Eindruck nicht verfehle, ist Heft 11 in imitierte Fohlenhaut gebunden. Den Text des in originellen Perlmutterkarton gebundenen Heftchens 7 schrieb der bekannte Amerikaner Louis Flader, die Übersetzung besorgte Hans Garte. Auch dieses Büchlein will von dem noch in etwas sagenhaftes Dunkel gehüllten Pantone-Druck den Schleier lüften und genau zeigen, „Wie es gemacht wird“. Beide Büchlein sind auf holzfreies Papier gedruckt und kosten je Stück Mark 1. Rudolf Becker, Leipzig C1, Stephanstr. 8.

Offset-, Buch- und Werbekunst. Heft 3, V. Jahrgang. (Der Offset-Verlag G. m. b. H. Leipzig C. 1. Seeburgstrasse 57.) Einzelheft Reichsmark 3.50. Halbjahrsbezug 6 Hefte Reichsmark 15.—. Das dritte Heft ist vorwiegend der Blechpackung gewidmet, zu deren Lobe Traugott Schalcher Lustig-Belehrendes sagt. Die Abbildungen werden hauptsächlich durch die geschmacklich wertvollen Dosen der Keksfabrik Bahlsen-Hannover und der Kaffee-Handels-Aktiengesellschaft-Bremen bestritten, deren farbige Wiedergabe im Offsetverfahren erfolgte. Interessant sind auch die im Autotypiedruck wiedergegebenen Blechdosen, welche die Firma Günther Wagner in Hannover herstellte, sowie der Matthes-Fischer-Werke in Düsseldorf. Mit guten Beispielen reichlich illustriert ist auch der Aufsatz von Pet Hayne „Das magische Weiss“, der auf die blickfangende Wirkung des freien Papierraumes — für geschickte Inserate künstlich gepflegt — hinweist. Die druck- und werbetecnische Seite der Transparentplakate beleuchten N. Leff und H. W. Gerlach. Über die Drucksachen, die von vornherein dem Papierkorb geweiht sind, und die, welche es nicht sind, plaudert Schalcher recht lehrreich, während der technische Teil Artikel über Abziehbilderdruck, Flachdruck von Rollen-Rotationsmaschinen, Systematisierung in der Reproduktion und einen von einer amerikanischen Firma hergestellten Montagetisch bringt.

Ungarische Graphik. Beiblatt der Fachzeitschrift „Magyar Grafika“ Redakteur und Verleger Nikolaus Biró. Mitarbeiter Salomon Herzog, Albert Kner und Ladislaus Löwy. Druck der Druckereikunstanstalt Nikolaus Biró, Budapest VII, Rózsa ucca 25

FACHZEITSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG DER GRAPHISCHEN GEWERBE

UNGARISCHE GRAPHIK

REDAKTEUR UND VERLEGER: NIKOLAUS BIRÓ

Mitarbeiter: Salomon Herzog, Albert Kner und Ladislaus Löwy

Beiblatt der Zeitschrift „Magyar Grafika“. Erscheint zweimonatlich

REDAKTION UND GESCHÄFTSSTELLE BUDAPEST VII, RÓZSA UCCA 25

Gedenkblatt zur fünfzigsten Jahresfeier des Ullsteinhauses

Der „Turm der Arbeit“, den Rodin in Marmor geträumt hat, und dessen Stiegen zu den Genien des Ruhms führten, ist ein Traum geblieben. Die zwei jungen Genien wurden zwar in Marmor verkörpert, jedoch stehen sie mit ihren offenen Flügeln nicht auf der Spitze des Turmes, sondern in der dumpfen Luft der Museen.

Der Turm der Arbeit wurde doch erbaut. In Berlin-Tempelhof, in der Nähe des Flughafens, wo aus allen Richtungen der Welt die Flugzeuge landen und in alle Richtungen fliegen, wurde der 76 m. hohe Turm aus rotem Ziegel erbaut, der nicht nur den Gebäudekoloss, der zu seinen Füssen liegt beherrscht, sondern auch die ganze Umgebung. Am Turm stehen keine Genien. Man hat dort eine Uhr angebracht, die grösste Europas, deren Zeiger mit ihrem gleichmässigen Gange eine Viermillionenstadt und ein Sechzigmillionenreich auf das Fortschreiten der Zeit aufmerksam macht.

Aus dem Gebäudekoloss ist die Uhr nicht zu sehen. Dort fühlt ein jeder das Fortschreiten des beleuchteten Zeigers, dort pulsiert in jedem nicht nur das Blut, sondern auch die Zeit.

*

Das Gebäude aus roten Ziegeln in der Einfachheit des modernen Baustils, nach Plänen vom Prof. Schmohl erbaut, erweckt mit seinen mächtigen Dimensionen und seiner Monumentalität den Eindruck einer neuen Ritterburg. Die Ritterburg der Kultur.

Die Burg von Innen: ein Sieg der angewandten Bau-technik. Luft und Licht. Wer hier als gesunder Lehr-bursch in frühen Jugendjahren eintritt, kann trotz schwerer Arbeit ein hohes Alter mit gesunder Lunge und ge-

sundem Körper erreichen. In diesen Arbeitssälen findet kein Bazillus einen Schlupfwinkel.

Die Maschinen sind Beweise des ständigen Fortschreitenwollens, des amerikanischen Arbeitstempes und der Ungeduld, mit welcher man in kürzester Zeit Höchstleistungen erzielen will. Der Saal der Bilddruckrotationsmaschinen, in welchem in zwei Reihen 60 Maschinen aufgestellt sind, hat mich auf die Sphinxreihe der Königsgräber von Luxor erinnert, wo man zwischen ewigen Fragen auf einem Wege zur ungewissen Zukunft wandert. Diese Maschinen sind die Arbeiter der Kultur, sie schleudern in einer Stunde 1800 Romanbände aus. Maschinen in welche auf einer Seite das unbedruckte Papier automatisch eingelegt wird, legen auf der anderen Seite den in 4 Farben auf einmal gedruckten Umschlag des eleganten Modeblattes heraus. In diesem Betriebe sehen wir keine Abfallpapiere auf der Erde herumliegen, da ist alles blitz und blank, wie wenn die ganze Fabrik zu Ehren eines hohen Gastes in ein Sonntagsgewand gekleidet wäre. Und es war ein gewöhnlicher Sonnabend Vormittag, an welchem ich das Glück hatte, diesen Riesenbetrieb vom siebenten Stock bis zum Souterrain zu besichtigen. Bis zum Souterrain, wo die prächtigen Ankleide-, Bade-, und Waschräume und die Kantine untergebracht sind. Die Kantine, welche als Musterbild von Reinheit und praktischer Einrichtung dienen kann. Sie verfügt über eine Terrasse am Teltowkanal, welche von jeden Sommerrestaurant beneidet werden kann. Jeder Arbeiter sieht durch die Glaswand, welche die Kantine von der Küche trennt, wie seine Speisen zubereitet werden.

Die Dimensionen machen das Herz unserer Verleger wohl schwer. Die Berliner Illustrierte Zeitung erscheint



wöchentlich in 1.800,000 Exemplaren, und zu dieser Riesenausgabe wird jährlich eine Papiermenge von 1177 Waggon Papier verarbeitet.

*

Oben am Turm, welchen bei Nacht die Neonröhren mit rotem Lichte beleuchten, gedenkt man eine eigene Funkstation aufzustellen. Sie können vom Turme die Landung ihrer eigenen Flugzeuge betrachten und auf einen Erfolg herabblicken, den zwei Generationen einer Familie in fünf Jahrzehnten erreicht haben, während welcher Zeit aus einer kleinen Druckerei das mächtige Unternehmen mit seinen 9000 Mitarbeitern herauswuchs.

Dies ist nicht nur der Erfolg einer Familie, dies ist der Erfolg zweier Generationen, die mit zielbewusster Arbeit, trotz Krieg und wirtschaftlichen Übeln, mit eiserner Ausdauer, zum grossen Ziel dringen. Zum Ziel: zur ersten Grossmachtsposition der Welt.

Wir erinnern uns an ein Gemälde Max Klingsers. Ein kräftiger Mann, den die aufgehende Sonne mit ihren Strahlen begrüßt, schreitet durch blumige Wiesen, mit emporgehobenen Armen den schneebedeckten, mächtigen Bergen zu. Das Bild heisst: „Und doch!“

Karl Rosner

Briefpapiere

Im Leben des Menschen gibt es eine Periode, in welcher er mit grosser Sorgfalt das schönste Briefpapier aussucht. In dieser glücklichen Zeit ist kein Briefpapier dutzig genug für den Käufer.

Aus Schriften kann man, wie wir wissen, Charaktere deuten, aber in erster Linie das, in welchem Grade dem Schreibenden der Wille, der Intellekt, die Erziehung, die Selbstzucht innewohnen.

Es ist aber sicher, dass nicht nur das Seelenleben die Hand des Schreibenden führt, sondern auch das Papier einen Einfluss ausüben kann. Schreiber dieser Zeilen, der zwar nicht gerne mit seinem persönlichen Angelegenheiten die Öffentlichkeit beschäftigt, gesteht, dass er jede, dem Druck gewidmete Zeile, selbst eine kleine Anzeige, auf feines weisses Papier schreibt. Mit dieser Aufmerksamkeit ist man nicht nur den Drucker-Mitarbeitern schuldig, sondern auch seinem Metier, seiner Schrift. Anderen Leuten, unseren rasch dahineilenden Zeitgenossen, ist die ratternde Schreibmaschine nicht mehr genug geschwind, und sie erwünschen den Dikto-graph um ihn in die Stelle des Typfräuleins zu setzen.

Wenn man nun das Schriftenmaterial des vorigen Jahrhunderts hervorsucht, fühlt man ein Entzücken über die wunderbare Sorgfalt der Menschen von seinerzeit. Und man konnte ein Dichter sein, hingerissen wie Byron oder wild, wie Petőfi, die perlenden Lettern der Briefe, die wogende Oberfläche eines Manuskripts wurde mit einer heiligen Andacht geformt.

Wie alles, was im Handel schablonenhaft, in seiner Masse langweilig und geschmacklos ist, entstand auch

der Geschäftsbrieftyp in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts. Es existierten allerdings schon früher Briefpapiere mit gedrucktem Kopfteil. Heckenast und Landerer druckten in Pest schon in den vierziger Jahren sehr hübsche litographierte Briefpapiere, wie es auf den überbliebenen Zirkularen und Rechnungen in den hauptstädtischen Museen noch heute zu sehen ist. Doch mit der grossen, sinnlosen Masse der, als Reklame benützten Briefpapiere wurde die Welt erst in den achtziger Jahren überschwemmt. Es war die allgemeine Stimmung dieses Zeitabschnittes, was uns am oberen Teil der Briefpapiere, als ein Beweis für ewige Zeiten verblieben ist.

Vor Allem ist es „meine Fabrik“, die mittels Klischees minderwertig und grau verewigt wurde. Darunter schwaben „meine Schutzengel“. In der einen Hand die „Spezialität der Firma“, in der Anderen ihre höchste Auszeichnung. So wurde der Hauptteil des Briefpapiers von den Schornsteinen der Fabrik voll geraucht.

Der Stil des Briefpapiers, besonders des geschäftlichen, ist im letzten Vierteljahrhundert recht ernst geworden. Ein gutes, technisch sorgfältig ausgewähltes und bedrucktes Papier ist eine wahre Freude fürs Auge. Die deutsche Papierindustrie schaffte für die Korrespondenz, Maschinenschrift und Postverkehr so viele zweckentsprechende, leichte, starke und wohlgeformte Brieftypen, wie Amerika für die Bureaumöbel. Die bunten Briefpapiere führen den Drucker zu wohlgefälligen Firmenaufdrücken, welche Wohlgefälligkeit durch schöne, rhythmisch prägnante, doch typographisch einfache und in Farben harmonisierende Schriften erreicht wird. Ein gut gezeichnetes Ornament, eine Schutzmarke, Signet oder dergl. kann am Briefpapier jedenfalls Platz finden. Schliesslich liegt aber die Wirkungskraft doch an den schönen gezeichneten oder geschnittenen Lettern, sowie an der Anordnung der Zeilen und am kurzen aber leicht zu überblickenden Text. Seitlich und am Fusse des Briefes kann wohl in buntem Streifen die „elementare graphische“ Form der Reklame, des Warenangebotes figurieren, doch haben oben das Datum, die näheren Daten der Firma (No. des Schekkonto, Telegrammadresse etc.) ihren Platz. Wenn sich dies verwirrt, ist die Logik des Briefpapiers dahin.

Aus diesem Grunde glaube ich, dass man mit dem Briefpapier, als Reklamemittel, vorläufig noch recht sachte umgehen muss. Es ist besser, wenn es die Solidität der Firma verkündet, als die Masse ihrer Artikel, und das Wissenswerte ihrer Anlagen. Der Drucker muss aber auch achten, dass er aus seinen Mitteln nur das Wesentliche gibt. Keine Randverzierungen und andere Ornamente, sondern die ruhigsten Formen seines Schriftenmaterials. Aus den Farben diejenige, welche am besten mit der Farbe des Papiers harmonisiert. Der Geschmack des Buchdruckers — wie der Geschmack aller anderen Gewerbe — zeigt sich nicht nur in dem Gegebenen. Es äussert sich vielmehr an dem, was weg gelassen wurde.

Paul Nádai

Robert Berény

Seine Plakate bringen neue Formen auf die Budapester Strasse. Sie sind in ihrer Sprache die modernsten und am gemeinverständlichsten zugleich. Packen die Nerven, wo sie am sichersten reagieren. Berény appelliert an den Vorstellungskreis des Mechanischen, und das Mechanische flösst heute Vertrauen ein. Dabei haben alle seine Plakate etwas ungemein Lustiges, Frisches, Ansprechendes. Verteilung der Flächen, ihre Krümmung, der Typ und die Placierung der Textbuchstaben und die geradezu unfehlbare Farbenwahl: das sind die kunsttechnischen Elemente, die von Berény überlegen beherrscht werden. Er meidet jede Kleinform, die den Blick ablenken könnte, und wendet Formsymbole an, die an das Gedächtnis haften. Es sind — „geflügelte Formen“.

*

Für Berény, den Maler, ist auf den ersten Blick die eigenartige Perspektive charakteristisch. Die Tiefenbe-

tonung seiner Gemälde führt davon her, dass sich die Formen nach hinten zu nicht verkleinern. Dabei ist die Disposition der Gegenstände immer Diagonal, manchmal nach zwei entgegengesetzten Richtungen hin. Es ist keine kühl verstandesmäßig überlegte, konstruierte Perspektive, sondern eine von der momentanen Eingabe veranlasste.

Die Formen selber sind in labilem Gleichgewicht gehalten, von innerer, verhaltener Bewegungsspannung erfüllt.

Das Instinktmässige, das Launische charakterisiert Berény auch in seinem malerischen Vortrag. Geglättete, homogene Farbflächen werden von locker, blumenhaft, differenziert vorgetragenen Stellen abgelöst. Die Logik ist rein anschauungsmässig, in der unnachahmlichen Individualität der Künstlerpersönlichkeit Berénys gegründet. Die herb-heitere Harmonie in Formen und Farben packt und überzeugt.

Ein interessantes Schreiben

erhielten wir am 5. September 1928 von unserem Freunde, dem aus Ungarn stammenden und auch außerhalb der Grenzen seiner gegenwärtigen Heimat wohlbekannten Akzidenzsetzer i. R. Kollegen Watzulik. Wir entnehmen diesem Schreiben folgendes:

Der Artikel „Sehr lehrreich war für uns“ im Juli-August-Heft Ihrer sehr beachtenswerten Zeitschrift „Magyar Grafika“ hat mich tief bewegt, aber doch nicht entmutigt — erstens weil Ungarn tatsächlich durch die Folgen des Krieges in wirtschaftlichen und industriellen Leistungen überaus stark geschwächt worden ist — zweitens weil die Triebkraft zum Aufschwung glücklicherweise nicht gänzlich zerrieben ist, sondern zu unseren Trachten noch vorhanden ist, wenngleich sie zurzeit infolge der Armut nicht unwesentlich behindert wird. Es liegt lediglich nur noch an der kommenden Zeit, die, wenn wir die guten Anzeichen des Aufschwunges betrachten, fraglos auch für das Ungarland arbeitet. Die Vernunft der Menschheit, die sich vordem zerfleischt hatte, taucht wieder auf — in dem Masse, dass überall die Hoffnung auf das baldige Erscheinen besserer Zeiten sich geltend machen kann.

Für mich als alter Buchdrucker und Ungar ist es sehr erfreulich, dass die ungarische Typographie, wie die bisher erschienenen Hefte der „Magyar Grafika“ beweisen, schon daran ist, in eigenen Schöpfungen das fröhliche Können mit Erfolg aufzeigen zu können. Ein Aber möchte ich indes äussern: die zurzeit nicht nur in Deutschland, sondern auch leider in Ungarn gepflegte sogenannte neue Typographie noch nicht auf rechtem Wege ist — trotz brillanter Ideen, die in Satzbeispielen erschienen sind. Die neue Typographie hat meines Erachtens auf die Gesetze der Ästhetik nicht reagiert, sondern einen Weg eingeschlagen, der geeignet Ver-

wirrung resp. Verhunzung zu verursachen. Wenn dagegen die Praktiker verstehen, die stürmisch auftauchenden Ideen aus dem Bereich der neuen Typographie mit dem Kleid der Ästhetik umzuhängen, so ist dies begrüssens- und nachahmenswert.

Was nun die Fortbildungsschulen anbelangt, liegt es leider hauptsächlich an den Behörden in erster Reihe und den Prinzipalen in zweiter Reihe. Beide Teile müssen einsehen lernen, dass das beiderseitige Zusammenwirken viel Segensvolles zu stiften vermag. Hoffentlich liegt die Zeit für Gründung von Schulen für Junggrafiker nicht mehr fern.

Schliesslich danke ich Ihnen sehr für die wirklich gediegene interessante Hefte der „Magyar Grafika“.

Mit grösster Hochachtung

Albin Maria Watzulik
Altenburg, Thüringen

Kurzgefasster Inhalt des vorliegenden Heftes der „Magyar Grafika“

Im Leitartikel klagen wir über den starken Rückgang in der Beteiligung an den Fachaufgaben der jüngeren Generation.

S. Herzog schreibt im letzten Teil seines Pressa-Berichtes über die Setzmaschinen, Schnellpressen, Sonderausstellungen und das Staatenhaus.

Marius Rabnovszky schreibt über die Plakatkunst Robert Berény's.

Alexander Bortnyik veröffentlicht unter dem Titel „Neue Wege des Kunstgewerbe-Unterrichts“ das Programm des ungarischen Bauhauses.

Paul Nádai schreibt über Romantik und Realismus der Briefpapiere.

Ladislaus Löwy gibt praktische Ratschläge für Maschinen-

meister und Kalkulatoren in Bezug auf die Arbeit bei den Schnellpressen.

Karl Rosner berichtet über seine Impressionen anlässlich seines Besuches im *Ullstein-Druckhaus*, Berlin-Tempelhof.

Andor Rasofszky vergleicht die jetzige Lage der Setzer mit dieser vor 40 Jahren, die seinerzeit alles mit schwerer Arbeit mit der Hand setzen mussten und spricht ein Dank den Setzmaschinen aus.

Raoul Geyer schreibt in seinem Pariser Brief sehr geistreich über die fremdsprachigen Druckereien in Paris.

In der Rubrik Buchdruckergesellschaftliche Ereignisse berichten wir über die Einweihung der Miskolcer und Debreciner

Buchdruckerheime und deren festlichen Verlauf. Auch gedenken wir der Jubilanten unseres Gewerbes.

Zwei wichtigen Neuerungen bei den *Typograph* Setzmaschinen beweisen von neuem die Vorteile dieser altbewährten Maschine.

S. Herzog schreibt über den angenehmen Eindrücken in der *Vomag* (Vogtländische Maschinenfabrik) in Plauen.

Über Bücher und Fachblätter, Schriften und Schmuck, Fachvorträge, technischen Neuheiten, Druckverfahren und Papierfabrikation berichten wir in sehr reichen Spezialrubriken.

Die Matrizen der *Galvanobäder* und *Passerdifferenzen* beim Offsetdruck werden in kürzeren Artikeln separat behandelt.

Über unseren Umschlag und Satzbeispiele

Den vierfarbigen, fein und künstlerisch ausgeführten Umschlag der vorliegenden Nummer entwarf unser Mitarbeiter, *Albert Kner*, der auch die dekorativen Bleistiche desselben verfertigte.

Wir widmeten unsere vorliegende Nummer ausschliesslich Briefköpfen. Wir führen hier eine solch reiche Auswahl von Briefköpfen neuer Satzrichtungen vor, dass der Buchdrucker aus denselben nur lernen kann. Die zwei Arbeiten des bekannten Künstlers, *Alexander Bortnyik*, wurden im Sinne der neuen Typographie entworfen.



KURCZ
és
LAJTA

FOTOCINKOGRAFIAI MŰINTÉZETE
BUDAPEST,
VIII., VIG-UTCA 3

TELEFON: J. 353-15

Louis Csabai Ekes, der berühmte Graphiker ist mit zwei ausgezeichneten Werken vertreten. Die Briefköpfe des Kaffeehauses Simplon und der Papierfabrik Rigler entwarf der beliebte Schriftsteller und Graphiker *Louis Kassák*.

Von dem Graphiker *Julius Kaesz* haben wir einen älteren und neueren Briefkopf eingereiht. *Albert Kner*, *Louis Kozma* und *Ladislaus Reiter* sind ebenfalls mit vorzüglichen Werken vertreten. *Johann Tábors* Briefkopf wirkt durch seiner Einfachheit. Der Freund-Barátsche Briefkopf ist die Arbeit *Michael Kuns* und stammt aus 1925. Von den ausländischen Graphikern führen wir ebenfalls eine Anzahl Briefköpfe vor, und zwar: von *Iwan Tschichold* (Leipzig), *Ellen Beck* (Leipzig), *Viktor Fieweger* (Hamburg), *Stephan Miskovits* (Timisoara) und zwei Bauhaus-Briefköpfen.

Kuriositätshalber reihten wir auch einen lithographierten Briefkopf ein aus dem Jahre 1840.

Die Arbeiten des *Alexander Apfel* (Hungaria-Druckerei), *Desider Herskovits*, *Franz Horváth* (Druckerei Biró), *Béla Klein* und *Wertheimer* sind Arbeiten für die und aus der Praxis. Den Briefkopf *Salan* zeichnete *Anton Weisz*.

Als Sonderbeilage schliessen wir auch ein ausgezeichnetes *Salan*-Plakat bei, das das Werk der graphischen Künstlers, *Endre Horváth* ist. Den lithographischen Druck besorgte die Firma Piatnik.

Die Fülle der vorgeführten Satzbeispiele und sonstigen Briefköpfe bergen schon durch die Verschiedenheit ihrer Ausführung viel lehrreiches in sich und bieten Gelegenheit zur Studie der verschiedenen typographischen und künstlerischen Richtungen.

Den Druck des Umschlags, der Beilagen und des Textteiles der vorliegenden Nummer besorgte *Karl Laib*, der Leiter des Drucksaales der Druckerei Biró, des Verlegers unseres Blattes.

Ungarische Graphik. Beiblatt der Fachzeitschrift „Magyar Grafika“ Redakteur und Verleger Nikolaus Biró. Mitarbeiter Salomon Herzog, Albert Kner und Ladislaus Löwy. Druck der Druckereikunstanstalt Nikolaus Biró, Budapest VII, Rózsa ucca 25

FACHZEITSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG DER GRAPHISCHEN GEWERBE

UNGARISCHE GRAPHIK

REDAKTEUR UND VERLEGER: NIKOLAUS BIRÓ

Mitarbeiter: Salomon Herzog, Albert Kner und Ladislaus Löwy

Beiblatt der Zeitschrift „Magyar Grafika“. Erscheint zweimonatlich

REDAKTION UND GESCHÄFTSSTELLE BUDAPEST VII, RÓZSA UCCA 25

Neugründung des Fachklubs und die Arbeitsgeber

Die Idee der Neuentwicklung des Fachklubs beginnt Gestalt anzunehmen. In immer weiteren Kreisen und immer lauter wird der Wunsch, die Bitte und die Urgenz: erwecken wir nun wieder den Fachklub der Ungarländischen Buchdrucker und Verwandschaftsfaches aus seinem Schlafe! Das ofte dringende Betreiben findet Widerhall und in den fachlichen Fluren wird der Boden für die Neugründung des Fachklubs aufs ernstlichste vorbereitet. Jeder Buchdrucker, dem das Schicksal seines Faches am Herzen liegt, begrüßt freudigst schon den blossen Gedanken der Wiedererstehung des Fachklubs und ist es daher selbstverständlich, dass die Magyar Grafika, welche sich die Propaganda im Interesse des Fachklubs zu einem ihrer Programmpunkte mache, mit allen ihr zu Gebote stehenden Kräften diese Bewegung unterstützt. Wenn wir die neun Jahrgänge unseres Blattes durchblättern, finden wir zahlreiche Mitteilungen, welche im Interesse der Wiedererweckung des Fachklubs geschrieben wurden. Und dass die Frage des Fachklubs heute bereits

in dieses Stadium gelangte, daran hat die Magyar Grafika den Löwenanteil. Es ist äusserst lobens- und anerkennenswert, dass arbeiterseits der Zeitpunkt als angelangt erachtet wird, dass der am Buchdruckerkongresse vom Jahre 1926 gefasste Beschluss, den Fachklub betreffend, endlich zur Ausführung gelange. Doch unserer bescheidenen Ansicht nach kann die Angelegenheit der Fachfortbildung nicht einzig und allein die Angelegenheit der Arbeiterschaft sein, sondern sie ist auch zugleich eine äusserst ernste und wichtige Angelegenheit der Arbeitsgeber. Demzufolge müssen auch sie an der Arbeit und an den bei der Neugründung des Fachklubs zu bringenden Opfern gleichfalls gut teilnehmen. Die Fachfortbildung, das Heben des Niveaus des Buchdruckgewerbes liegt ebenso im Interesse der Arbeitsgeber, als der Arbeiter. Und wenn dem so ist — der es doch anders gar nicht denkbar ist — müssen die Arbeitsgeber ebenfalls zu den Opfern, welche die Erhaltung und stufenweise Förderung des Fachklubs

erfordern, ihr Schärflein beitragen. Die Arbeitsgeber müssen das edle Bestreben ihrer Arbeiter, eine intelligente und fachlich befähigte Buchdruckergeneration heranzubilden, entsprechend honorieren. Und wenn hierin irgendeine Lösung zustande kommt, könnte der Fachklub eine fruchtbare Tätigkeit zum Wohle und Emporblühen des Gewerbes entfalten. Ihre soziale Bedeutung würde sich darin äussern, dass der Fachklub kein einseitiges Organ, sondern ein neutrales Gebiet wäre, auf welches die Wellen der wirtschaftlichen Stürme nicht einschlagen könnten. Hier, — so wie es in Deutschland ist, könnte Arbeitsgeber und Arbeiter auch zur Zeit von Lohnbewegungen im Interesse der Fortbildung zusammen arbeiten, Arbeitsgeber und Arbeiter Hand in Hand an dem Vorwärtsbringen der gemeinsamen Sache tätig sein. Wir hoffen, dass sowohl die Arbeitsgeber, als auch die Arbeiter unseren Vorschlag ernst in Erwägung ziehen werden, und zu einen entscheidenden Schritt je eher wieder zusammentreffen.

Ernst Walter

Dieser Name ist in den weitesten Kreisen Ungarns volkstümlich und anerkannt. Ein wahres Muster der ehrlichen Arbeit, des unermüdlichen Diensteifers und der höflichen Zuvorkommenheit. Alldort finden wir ihn, wo es Hilfe not tut und für jedermann steht er mit Rat und dienstfertiger Auskunft bereit. Ernst Walter liebt das Leben und liebt die Menschen. Er arbeitet gerne, damit er Werte produziere und liebt es sich mit den Menschen zu befassen, um ihre Angelegenheiten zu fördern. Er sucht nicht aufzufallen und drängt sich nicht an die Oberfläche. Er arbeitet ständig, ruhig. Er ist bestrebt das Interesse der Allgemeinheit zu fördern und ist es sein innigster Wunsch ein nützliches, wertvolles und geachtetes Mitglied der Gesellschaft zu sein.

Ernst Walter erblickte in Budapest am 16. Dezember 1862 das Licht der Welt. In der evangelischen Schule am Deák-tér absolvierte er die vier Elementarklassen, hernach kam er nach Wien, wo er in der Schottenfelder Realschule vier Klassen beendete. Das Ableben seines Vaters berief ihn wieder nach Budapest und nachdem seine Mutter nicht in der Lage war, ihn weiter bilden zu lassen, betrat er die Buchdrucker-Laufbahn. Vom Jahre 1874 bis 15. Juli der Jahres 1878 genoss er bei der Firma F. Wodianer u. Sohn seine Ausbildung als Schriftsetzer. Doch nach seinem Freispruche war seines Bleibens nicht mehr. Er wollte sehen, lernen, Erfahrungen sammeln in der weiteren Welt. Einige Monate hindurch bereiste er die grösseren Städte Österreichs, Deutschlands, der Schweiz, Belgiens und Hollands, bis ihn die Militärdienstpflicht wieder den Heimweg antreten liess. Schon in seinen Jugend mit 24 Jahren war er in leitender Stellung, späterhin besass er selbst eine Druckerei, doch die immer stärkere Konkurrenz und die nach dem Millenium eingetretene Arbeitsabnahme zwangen ihn seine Druckerei aufzugeben. Nachher vertrat er drei Jahre hindurch die berühmte deutsche Schriftgiesserei Schel-

ter & Giesecke. Aus dieser Stellung berief ihn die Farbenfabrik Berger und Wirth als verantwortlichen Leiter ihrer in Budapest errichteten Filiale. Hier feierten die Arbeiter und Beamten der genannten Fabrik in der letzten Novemberwoche sein zwanzigjähriges Direktorenjubiläum mit jener warmgefühlten Anhänglichkeit, deren sich Ernst Walter mit seiner Aufmerksamkeit und väterlichen Liebe reichlich verdiente. Dr. Sigismund Falk.

Kurzgefasster Inhalt der November-December Nummer der Magyar Grafika

Unser Weinachtsleitartikel ist ein Manifest unseres Redakteurs Herrn Nikolaus Biró an die Arbeitsgeber die Neubildung des Fachklubs tatkräftigst zu unterstützen. Er nennt den Verein jenen exterritorialen Boden, auf welchem die Prinzipale und die Arbeiter auch im Falle einer Lohnbewegung sich treffen, und auf Basis gemeinsamen Interesses zusammen arbeiten können.

Der Maler Sigismund Cselényi Wallhausen würdigte die neueren graphischen und malerischen Arbeiten Josef Egry, der sich von den Banne der alten Schule befreit hat und jetzt mit sicheren Schritten den Weg zur eigenen Ausdrucksform: zur Farbe und zum Licht schreitet.

Marius Rabinovsky stellt mit Bedauern fest, dass in den Ausstellungen des Künstlerhauses des Ernst Museums und des National Salons (Secession) die Maler und Bildhauer der alten Garde dominieren und dass diese die junge Kunst nicht zu Wort kommen lassen. Er würdigte die Anstellungen der verflossenen Monate und begrüßt mit Freude den neuen Ausstellungssaal der Tamás Galerie, wo — trotz wenig Raumes — ein junger Künstler noch immer genug Raum hat sein Können zur Schau zu bringen. Weiters spricht er Herrn Direktor Alexius Petrovits für die neue ungarische Bildergallerie, eine Zweigstelle des Museums für schöne Künste Lob.

Dr. Sigismund Falk würdigte Ernst Walter, den talentierten Leiter der Farbenfabrik Berger & Wirth, dem zu seinem 20-jährigen Direktorenjubiläum die Anerkennung nicht nur seitens seiner Mitarbeiter, sondern auch von einer grossen Schichte der Bürgerschaft zuteil wurde.

Jubiläum. Maschinenfabrik M. Klötzel Leipzig. Das 25 jährige Unternehmen, welches seit 1925 im Besitz des Herrn Hans Becker ist, exportiert seine Druckmaschinen zum grössten Teil nach dem Orient.

Josef Baranyá berichtet über die traurigen Verhältnisse in der Provinz, wo besonders die weitere Entwicklung der Druckereien und Fortbildung der Arbeiter

trübe Aussichten hat. Er macht einen sehr klugen Vorschlag, der hoffentlich bei den Interessenten gewürdigt werden wird.

Mit der gefl. Erlaubniss der Redaktion der „Zeitschrift für Deutschlands Buchdrucker“ veröffentlichen wir den Artikel: „Zusammenwirken des Buchdruckers und des Schriftgiessers“.

Izidor Kner teilt einige Blätter seiner Notizen von den verflossenen Jahren mit, da er die Geschichte seiner Druckerei, welche bald das 50 jährige Gründungs-Jubiläum begehen wird, jetzt zum Drucke vorbereitet.

Raoul Geyer (Paris) knüpft an einen Artikel der „Courrier du Livre“, welcher sich mit der Wirtschaftslage der Druckereiarbeiter befasst seinen Gedankengang, und stellt fest, dass bei der heutigen grossen Macht der gedruckten Buchstaben ein Weltstreich der Druckereiarbeiter fast eine so katastrofale Wirkung hätte, wie ein Bäckerstreik. Hingegen aber würde ein sehr bedeutender Schritt zum Weltfrieden sein, wenn jeder Buchdrucker der Welt ein Wort auf seine Fahne schreiben würde: Frieden.

Paul Nádai schreibt über die Weltkrise des Plakats und stellt fest, dass vor 40—50 Jahren, zur Zeit von Toulouse-Lantsee und Steinlen die Plakatkunst auf einen viel höheren Niveau stand als heute und das die Gefahr droht, dass durch das starke Zunehmen der Automobile, die immer wachsende Inanspruchnahme der Verkehrsmittel, das Plakat an Bedeutung verlieren wird.

Andor Rasofszky bringt die Fortsetzung seines Artikels über die Setzmaschinen und zeigt nun auch die Schattenseiten dieser bedeutenden Maschine.

Jonas Hirschkovitz, der bekannte Praktiker der Faltkartonbranche, beschreibt in seinem Artikel mit grösster Gründlichkeit die technische Herstellung der Faltschachteln auf der Tiegeldruckpresse, ein Verfahren, welches bei den steigenden Bedarf in diesem Artikel alle Buchdrucker und Druckereien interessieren wird.

Eugen Szabó gibt praktische Weisungen zur Handhabung der Intertype Setzmaschinen.

Über den hochinteressanten Vortrag des Reichstagsabgeordneten Daniel Várnai im Korrektoren- und Zeitungsetzer-Verein berichten wir ausführlich und danken auch wir, dass er aus seinem grossen kunst- und kulturhistorischen Wissen dem grossen Auditorium so viel geboten hat. Der mit grossem Beifall aufgenommenes Vortrag war: „Demokratisierung des Wissens“ betitelt.

Würdigungen der Maschinenfabriken Chn. Mansfeld, der Farbenfabrik Gebrüder Hartmann, des Zerkall Büttenspapier und den Roland Offsetpressen, sowie die sehr reichen Rubriken: Neues Schriftenmaterial des Jahres 1928, Fachunterricht, Druckverfahren, Bücher und Fachblätter, Notizen, Technische Nieuungen ergänzen den sehr reichen Inhalt unseres Weihnachtsheftes.

K. R.

Neujahrs- Gratulationskarten

Ellen Beck (Düren) sandte zwei schwarzgedruckte Gratulationskarten ein. Eine Weihnachts- und eine Neujahrskarte.

Die von *Karl Czinolter* eingesendete einfache, die Fläche in zwei Teile geteilte Karte besitzt, abgesehen von ihrer Symmetrie, eine moderne Lösung. In zwei Farben gedruckt. Die Tangierung orangegelb, die Schrift schwarz. Angenehme Wirkung.

Die Neujahrsgratulationskarte der *Drukkereianstalt der königl. Freistadt Debreczen und des ref. Gemeindekreises jenseits der Theiss* finden unsere Leser unter den Beilagen unseres Blattes.

Die in Blei geschnittene rot-schwarz gedruckte Karte *Karl Dukais* weist eine gute Fleckwirkung auf. Die Wirkung wird noch durch den gut gewählten chamoisfarbigen Schöpfkarton gehoben. Eine sogenannter ausgezeichneter „Werbedruck“.

Die Neujahrskarte *Géza Fekete* ist in solidem, alten typographischen Style gehalten.

Die Karte des *Desiderius Herschkovits* ist eine sogenannte dem heutigen Zeitgeiste entsprechende Arbeit. Die Tangierung silber, Text rot. Das gut gelungene Monogramm zierte fein die Karte.

Die Buchstaben und Linien der Karte *Franz Horváths* sind abwechselnd rot und blau. Eine originelle Idee in ausgezeichneter, feiner Ausführung.

Die Weihnachts-Gratulationskarte des *A. J. Howard* (Lincoln) mit ihren rotgedruckten Anfangsbuchstaben wirkt recht elegant.

Die Gratulationskarte der *Hungaria-Druckerei* ist eine symbolisch-künstlerische Arbeit. Sie lobt das Talent des Professors *Julius Kaesz*.

Die Neujahrskarte des Prof. *Julius Kaesz* ist eine die Beschäftigung des Künstlers mit Zeichnen zum Ausdruck bringende, prachtvolle zweifarbige Arbeit. Beide Karten sind als separaten Beilagen unserem Blatte beigeschlossen.

Die Ziffern der blaugedruckten, in Linoleum geschnittenen Karte des *Anton Kettinger* sind rot gedruckt.

Die Karte *Emerich Kners* repräsentiert sich in blauem Rand mit rotem Textdruck. Wenn jemand mit Kurrentbuchstaben die Eigenamen anfangen will, findet hierzu kaum styl Vollere Buchstaben, als die fette Antiqua. Die Gratulationskarte ist eine interessante Verbindung der neuen Typographie (Text) mit dem klassisch künstlerischen Styl (Rand).

Die vierseitige äußerst feine Gratulationskarte des Gyomaer Buchdruckers *Izidor Kner* hat der Gewerbekünstler *Ludwig Kozma* gezeichnet. Die Karte ist in Original der vorliegenden Nummer unse-

res Blattes beigeschlossen, wodurch das Lobpreisen unsererseits überflüssig ist.

Die Reproduktion der Gratulationskarte *Michael Kuns* kommt nur schwer dem Original nahe. Bitte sich vorzustellen: alles was auf dieser Karte sichtbar ist, hat er aus Linienstücken zusammengesetzt. Die Buchstaben, Ziffern, Ornamente, Rand, alles aus Linien, alles hätte er es über Auftrag der Vereinigung der Braunschweiger Linienfreunde verfertigt.

Die Karte *Ladislaus Lombárs* ist eine recht angenehme, liebe zweifarbig Arbeit.

Die äußerst anmutige, ein gleichseitiges Rechteck bildende Karte *Paul Mihalik* hat allgemeinen Beifall gefunden.

Die grün gedruckte Hauptzeile auf der Gratulationskarte der *Monotype-Gesellschaft* ist gleichfalls aus Linien zusammengesetzt.

Arnold Pruner hat eine sehr schöne in Dreifarben druckt ausgeführte Karte gesetzt. Die Handkolorierung des Stieles des B und der zwei Halbkreise verleiht der Karte besonderen Reiz.

Die starken Linien auf der Karte *Franz Szallmayers* sind rot gedruckt. Sie scheint keine grossen Ansprüche stellen zu wollen.

Die Karte *Emerich Roths* ist geprägt. Das Monogramm ist Goldprägung.

Die Dreifarben druckt-Karte *Adolf Spitz's* ist, wie jede seine Arbeit, eine erstrangig klassische Typographie. Vornehm, elegant und trotzdem warm. Die leichte Tangierung ist blau, die dunkle braun. Das übrige schwarz.

Ludwig Verdössys rot-schwarz gedruckte Karte, eine einfache Arbeit, welche das Resultat nicht allzugrossen Kopfzerbrechens ist.

Die in rot gedruckte Zahl 1929 auf *Eugen Weintraubs* Gratulationskarte ist eine rechte „Blickfang“. Der fette Grotesque-Text ist viel zu stark für eine Gratulationskarte. Wir halten solch markante Lösungen nur bei Reklamdrucksorten für berechtigt. Eine Gratulationskarte soll fein, zart gehalten sein.

Unser Deckblatt und Beilagen

Das Deckblatt unserer Vorliegenden hat unser vorzüglichste Graphiker-Künstler *Johann Tábor* entworfen und in Linoleum geschnitten. Sowohl der Gedanke, als auch die Ausführung tragen das Gepräge des beliebten individuellen Styles des Künstlers. Das auf der vierten Umschlagseite befindliche Bild hat *Johann Tábor* gemalt.

Unsere Satzmuster: Titelblatt zum Preis-Courant der Firma Anton Seffer. Entwurf unseres Mitarbeiters *Albert Kner*. *Anton Kettinger* hat den Briefkopf der Firma Konvalinka entworfen und in Blei geschnitten. *Desiderius Herschkovits* (Druckerei Biró) hat die Adresskarte der Ungarischen

Radionfabrik, *Káthe K. Lukáts* den Fotomontage-Briefkopf der Druckerei entworfen. Das Titelblatt des „Ebedjetek föl“ betitelten Buches ist der Entwurf des Schriftsteller-Graphikers *Ludwig Kassák*.

Als separate Beilagen schliessen wir die Gratulationskarte des *Buchdruckereiunternehmens der königl. Freistadt Debreczen*, sowie die Neujahrskarten der *Hungaria-Druckerei*, des *Julius Kaesz* und *Isidor Kner* bei, deren wir bereits in unserem Artikel über die Neujahrskarten Erwähnung taten. Besonders muss jedoch der musterhafte Druck der Kner-Karte hervorgehoben werden.

Unter der technischen Leitung des *Béla Klopfer* stehende Hungaria-Druckerei Aktiengesellschaft, die unser Blatt in anerkennenswerter Weise des öfteren mit Beilagen versieht, stellte uns auch diesmal das wirkungsvolle Rundschriften des „Ujság“ zur Verfügung, welches *Alexander Apfel* setzte.

Als weitere Beilage bringen wir eine Adresskarte und Anhängesetzel aus der Kunstmärkter Druckerei des *Desiderius Wolf*. Beide wurden von *Josef Molnár* entworfen und gesetzt. Erstere ist eine besonders hübsche Arbeit.

Zu einer vierseitigen Beilage führt uns die *Schriftgiesserei A.-G. D. Stempel Frankfurt a/M.* ihre neuesten Schriftenprodukte vor, über welche wir auch an anderer Stelle noch berichten.

Der Kontra-Re-Prospekt der Maschinenfabrik *Cb. Mansfeld* ist auch eine interessante Beilage; ein guter Werbedruck.

Die Kunstbeilagen der Farbenfabriken wetteifern miteinander an Schönheit. Die Farbenpracht der Farbenfabrik *Beit & Co. Hamburg*, die Vierfarben *Rafael-Produktion* der *Gebr. Hartmann Halle-Amendorf*, die prachtvolle Tiefdruck-Kunstbeilage der Firma *Gebr. Jänecke & Fr. Schneemann*, der Offsetdruck der Druckfarbenfabrik *Gebr. Schmidt G. m. b. H. Berlin-Heimersdorf*, die Farbenskala der *Hamburg-Lüneburger Farbwelt G. m. b. H.*, der grossartige Dreifarben druck der Firma *Lorilleux Cb. & Co.*, bei welchem wir außer der guten Farbe auch den tadellosen Druck hervorheben müssen, endlich die zwei Kunstbeilagen des *Michael Huber*, das in Farbenharmonie sich auflösende Farbenmuster und die dreifarbig Gemälde-reproduktion, sämtliche das Auge und die Seele erfreuende, wertvolle Kunstblätter.

Der sorgfältige Druck des textlichen Teiles, als auch der Beilagen geschah unter Aufsicht und Leitung des Obermaschinenmeisters *Karl Laib* in der Druckerei unseres Verlegers.

Ungarische Graphik. Beiblatt der Fachzeitschrift „Magyar Grafika“. Redakteur und Verleger *Nikolaus Biró*. Mitarbeiter *Salomon Herzog*, *Albert Kner* und *Ladislaus Löwy*. Druck der Druckereikunstanstalt *Nikolaus Biró*, Budapest, VII., Rózsa ucca 25. Telefon *József 443—27*.

BENJAMIN KREBS NACHFOLGER

BETŰÖNTÖDE, FABETŰ- ÉS RÉZLÉNIAGYÁR
FRANKFURT A/M. VEZÉRKÉPVISELŐJE

PUSZTAFI ZSIGMOND

BUDAPEST V, TÁTRA U. 6

TELEFÓN: AUTOMATA 231-43

A sokszorosító iparhoz tartozó összes gépek,
felszerelések, szerszámok, berendezések
valamint anyagok szállítója jutányos
áron és kedvező feltételekkel

GEBR. HARTMANN

AMMENDORF

festékgyár lerakata, könyv-,
könyomdal, offset-
és egyéb különleges
festékekben

C. L. LASCH & CO.

LEIPZIG-REUDNITZ

gépgyár vezérképviselő
könyvkötészeti
és dobozipari
gépekbén

DORNEMANN & CO.

MAGDEBURG

könyvkötészeti prés- és kézi-
aranyozó rézbetük
és díszítések, ferrotypek
vezérképiselete



**Mindenmű szakmabeli gépek és
egyéb grafikai cikkek, használt és új
állapotban, jó állás mellett. Használt
gépeket veszünk és becserélünk**

UNIVERSAL

GRAFIKAI SZAKÜZLET
RÉSZVÉNYTÁRSASÁG

BUDAPEST VIII, RÁKÓCZI TÉR 2

(Bejárat: Salétrom u. 2)
TELEFÓNSZÁM: J. 348-12



Vezérképiseletek:

**GEBR. JÄNECKE
& FR. SCHNEEMANN**

Hannover, festék-
gyártmányainak raktára



HERFURTH & HEYDEN

fűzögépgyár, Leipzig
Mindennemű szakmabeli
raktárról szállítható