

Zeitschrift: Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art
Band: - (1920)
Heft: 3

Rubrik: Verschiedenes

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

VERSCHIEDENES

„Zum Schutz der einheimischen Kunst“. Unter diesem Titel bringt die «N. Z. Z.» folgenden verdankenswerten Angriff auf freche Einmischung ausländischer Firmen in unser Kunstleben:

Eine gewisse Propaganda A.-G. in Bern sucht gegenwärtig durch Zirkulare die schweizerische Industrie- und Geschäftswelt zur Beteiligung an einem «grossangelegten» Wettbewerb unter den Mitgliedern des Vereins der Plakatifreunde in Berlin-Charlottenburg zu bewegen, der der Erlangung künstlerischer Entwürfe für Reklameplakate und Geschäftsdrucksachen gelten soll. Nachdem vorausgeschickt wird, dass auch eine Anzahl Schweizer Künstler diesem Verbands angehören, erfährt der staunende Geschäftsmann, dass «allein Deutschland über eigentliche Führer auf dem Gebiete der Reklamekunst verfügt», was sich aus dem einfachen Grunde erkläre, «dass die Schweiz ein zu kleines Absatzgebiet darstellt, um namhaften Künstlern dauernd ein angemessenes Betätigungsfeld zu bieten». Beigefügt wird, dass der fragliche Wettbewerb nur für Mitglieder des Vereins der Plakatifreunde bestimmt sei, was bewirke, dass viele Unbedeutende fern blieben und dafür die «ganz Grossen» mitmachten. Zum Schluss wird der Valutaköder mit elegantem Schwung vor der Nase des Lesers vorbeigezogen.

Ganz abgesehen davon, dass wir im eigenen Lande genug ernsthafte Künstler haben, die durch Aufträge zu unterstützen Ehrensache von Handel und Industrie ist, mahnt dieses Werbezirkular zum Aufsehen infolge der Hinweise, die ein temperamentvoller Artikel der «Oltener Nachrichten» vom 19. Februar hinsichtlich des Vereins der Plakatifreunde und der Berner Propaganda A.-G. gibt. Man liest dort u. a.: «Die Wahrheit ist jedoch, dass im Gegensatz zu unserem Schweizerischen Werkbund, der nur qualifizierte Mitglieder aufnimmt, dem Berliner Verein jedermann, selbst der jüngste Gewerbeschüler, durch einfache Bezahlung des Jahresbeitrages angehören kann und teilnahmeberechtigt ist. Der inoffizielle Charakter dieser Wettbewerbe ist daher lediglich ein Lock- und Zwangsmittel, diesem Verein als Mitglied beizutreten, und zwar kostet die Mitgliedschaft für deutsche Reichsangehörige 100 Mk., für schweizerische Mitglieder 25 Fr., also heute etwa 250 Mk. . . .» «Diese famose Propaganda A.-G. entpuppt sich bei längerem Zusehen als Agentur einer deutschen Glasplakatefabrik . . .» — Diese Hinweise dürften den schweizerischen Geschäftsleuten genügen.

wti.