

Hartwig Gebhardt

Eine unbekannte frühe Arbeit von John Heartfield

Das Frühwerk John Heartfields gilt als verschollen. Aus der Zeit vor 1916, als Heartfield noch Helmut Herzfeld hieß, sind nur zwei Arbeiten bekannt: in der Heartfield-Biographie seines Bruders Wieland Herzfelde ist ein Bucheinband aus dem Jahre 1912 abgebildet, im Heartfield-Buch von Eckhard Siepmann außerdem ein Ölbild, das Herzfeld als Sechzehnjähriger gemalt hat.¹

Eine weitere Arbeit Helmut Herzfelds aus der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg soll hier vorgestellt werden. Es handelt sich um eine Illustration, die Herzfeld Ende 1913 oder, wahrscheinlicher, in der ersten Hälfte 1914 für einen Wettbewerb angefertigt hat. Herzfeld war damals Schüler in der Klasse des Malers und Grafikers Ernst Neumann an der Kunstgewerbeschule in Charlottenburg. Die Schüler dieser Klasse hatten die Aufgabe erhalten, den folgenden Satz eines zu jener Zeit bekannten Reklamefachmanns, Paul Ruben, zu illustrieren:

»Die Reklame wird zur Kunst und Wissenschaft, wenn sie mit ethischen Mitteln die Wahrheit verkündet.«

Von zwanzig eingereichten Entwürfen waren zehn ausgewählt und prämiert worden. Diese zehn Entwürfe wurden im 2. Band des von besagtem Paul Ruben herausgegebenen Sammelwerks »Die Reklame – ihre Kunst und Wissenschaft« (Berlin 1914) im Rahmen eines Preisausschreibens für die Mitglieder der »Freien Vereinigung für Reklame-Kunst und -Wissenschaft« veröffentlicht.²

Die »Freie Vereinigung« war im Oktober 1913 von Paul Ruben ins Leben gerufen worden. Ihr Ziel war, »die Reklame in ihren Grundzügen zu erforschen, die Ergebnisse der Allgemeinheit zuzuführen, tüchtige Reklame-Interessenten und -Berater herauszubilden, [...] die Reklame aber selbst [zu] ästhetisieren«, damit das Wort »Reklame« seinen leider sehr oft berechtigten Mißklang« verliert.³ Den Leitungsgremien der Vereinigung gehörten neben Vertretern von Wissenschaft, Wirtschaft und Werbung mehrere Künstler an, die auf dem Gebiet der Gebrauchsgraphik und der Reklame tätig waren, u.a. Ernst Deutsch (Berlin), Fritz Hellmuth Ehmcke (München), Paul Leni (Berlin), Julius Nitsche (Köln), Louis Oppenheim (Berlin), Emil Preetorius (München) und auch Ernst Neumann, der Lehrer Helmut Herzfelds an der Charlottenburger Kunstgewerbeschule.⁴ Die Zahl der Mitglieder der Vereinigung ist nicht genau überliefert. Nach Angabe ihres Gründers vom Januar 1915 hatten sich zwischen Oktober 1913 und Juli 1914 »gegen 1000 Interessenten« gemeldet.⁵

Die erste der insgesamt vier (unpaginierten) Sonderseiten, auf welchen die Entwürfe in dem Rubenschen Buch veröffentlicht wurden⁶, enthält die Bedingungen und Modalitäten des Preisausschreibens, darüber – auf der oberen Hälfte der Seite – die Wiedergabe eines der eingereichten Entwürfe. Dieser Entwurf ist in der unteren rechten Ecke deutlich lesbar mit »Herzfeld« signiert. Er zeigt das Brustbild eines jungen Mannes, der in seiner rechten Hand eine brennende Fackel und in sei-



ner hoch aufgerekten Linken ein Buch (RUBEN / REKLAME) hält. Neben der Figur ist das zitierte Motto von Ruben siebenzeilig in Druckbuchstaben angeordnet. Das Ganze ist von einem breiten dunklen Rand umrahmt, der an zwei Stellen – unten links und oben rechts – von den buch- und fackelhaltenden Händen des Mannes durchbrochen wird. Die Größe des Entwurfs in der Abbildung beträgt 11 x 8 cm, gemessen am äußeren Rand der Umrahmung. Die Größe des Originals wird nicht mitgeteilt, auch nicht, ob es farbig war (die Wiedergabe erfolgte schwarz-weiß). Bemerkenswert ist noch, daß die Schrift recht nachlässig ausgeführt ist (die Hilfslinien für die Buchstaben sind deutlich zu sehen), ganz abgesehen von der eigenwilligen Orthographie des Wortes ›Wissenschaft‹.

Die Aufgabe für die Mitglieder der »Freien Vereinigung für Reklame-Kunst und -Wissenschaft« bestand darin, eine Bewertung der zehn abgebildeten Entwürfe vorzunehmen, und zwar so, daß sich die Voten mit den bereits von der Charlottenburger Kunstgewerbeschule vorgenommenen Prämierungen deckten. Die ausgesetzten Preise gingen also nicht an die Schüler der Neumann-Klasse, sondern an die Mitglieder der »Freien Vereinigung«, die richtige Lösungen eingeschickt hatten. Einsendeschluß war der 1. April 1915. Die Erwartung, in der zweiten Auflage des 2. Bandes von Rubens Reklamebuch, die 1915 erschien⁷, etwas über den Ausgang des Preisausschreibens und Näheres über die Entwürfe zu erfahren, erfüllte sich nicht. Diese Auflage war mit der aus dem Vorjahr fast identisch und enthielt noch einmal die vier Preisausschreiben-Sonderseiten. Demnach ist die zweite Auflage

schon zu Beginn des Jahres 1915 ausgeliefert worden. Denkbar ist auch, daß die Preisverteilung unter den Mitgliedern der »Freien Vereinigung« wegen des Krieges nicht mehr stattgefunden hat. Helmut Herzfeld, der sich etwas später John Heartfield zu nennen begann, dürfte das ohnehin gleichgültig gewesen sein. Wieland Herzfelde berichtet, sein Bruder habe um 1914 kaum noch Interesse an Kunstgewerbe und angewandter Kunst gehabt⁸, was wohl auch mit mangelnden zeichnerischen Fähigkeiten zu tun gehabt haben mag. Seine illustrativen Zeichnungen jedenfalls wurden von einem ihm ansonsten sehr wohlgesonnenen Zeitgenossen als seine »schlechtesten Arbeiten« bezeichnet.⁹ Die hier vorgestellte Illustration gibt wenig Anlaß, dieses Urteil zu revidieren, dürfte aber gleichwohl als einziges überliefertes Dokument aus der Charlottenburger Zeit Helmut Herzfelds für die Heartfield-Forschung von Interesse sein.

Anmerkungen

- 1 Wieland Herzfelde: John Heartfield, Leben und Werk. 2. Auflage, Dresden (1971), S. 11; Eckhard Siepmann: Montage: John Heartfield. 3. Auflage, Berlin 1977, S. 14; vgl. auch den Ausstellungskatalog »John Heartfield« der Deutschen Akademie der Künste zu Berlin (1972), S. 49ff.
- 2 Paul Ruben (Hg.): Die Reklame – ihre Kunst und Wissenschaft. 2. Band, Berlin 1914, nach S. 6: »PREIS-AUSSCHREIBEN. »Die Reklame wird zur Kunst und Wissenschaft, wenn sie mit ethischen Mitteln die Wahrheit verkündet. Paul Ruben«. – Den Schülern der Kunstgewerbeschule Charlottenburg (Abteilung Reklamekunst) unter Leitung von Ernst Neumann wurde die Preisaufgabe gestellt, dieses Motto zu illustrieren. Von zwanzig Entwürfen konnten zehn prämiert werden und zwar: zwei 1. Preise, zwei 2. Preise, sechs 3. Preise. Die verehrlichen Mitglieder der »Freien Vereinigung« werden gebeten, bis zum 1. April 1915 auf Grund der vorstehenden Illustrationen die Verteilung der Preise festzustellen. Erster Preis 100 M., zweiter Preis 50 M., zehn Preise freie Mitglieds-karte nebst allen Rechten für Mitglieder. Maßgebend – Anzahl der richtigen Lösungen. Entscheidend bei gleichartigen Eingängen das Los. Zuschriften erbeten an die »Freie Vereinigung für Reklame-Kunst und -Wissenschaft« zu Händen des Herrn PAUL RUBEN, Charlottenburg 4.«
- 3 »Ein Aufruf!«, ebd., S. VIII.
- 4 »Ehren-Präsidium« und »Vertrauens-Ausschuß«, ebd., S. VIII.
- 5 Paul Ruben (Hg.): Die Reklame – ihre Kunst und Wissenschaft. 2. Band, 2. Auflage, Berlin 1915, S. X.
- 6 Die Sonderseiten befinden sich nach den Seiten 6 (Entwurf Nr. 10), 8 (Nr. 1-4), 10 (Nr. 6-9) und 12 (Nr. 5). Die Entwürfe sind, soweit erkenn- und lesbar, wie folgt signiert: Entwurf Nr. 10 »Herzfeld«, Nr. 1 »Riesen 1914«, Nr. 2 und 3 »Riesen Berlin 1914«, Nr. 4 »F.O.« und Nr. 5 »W. Hahn«. – Dieser Wettbewerb unter den Schülern der Neumann-Klasse stand in keinem Zusammenhang mit dem bei Wieland Herzfelde (S. 12) erwähnten Wettbewerb anlässlich der Eröffnung der Kölner Werkbund-Ausstellung im Juli 1914.
- 7 Siehe Anmerkung 5.
- 8 Wie Anmerkung 1, S. 12.
- 9 Hans Reimann 1927, zit. n. Roland März (Hg.): John Heartfield. Der Schnitt entlang der Zeit. Dresden 1981, S. 231. Dazu auch Rolf Sachsse: »Mit das Beste auf dem Gebiet der Reklame-Fotomontage...«, in: John Heartfield (Ausstellungskatalog). Köln 1991, S. 267.

U. B. HEIDELBERG