

Ferdinand Schöge in Baden b. Wien.

Lutter, O., Führer durch den Curort Baden bei Wien u. seine Umgebungen. Mit dem neuesten Stadtplan u. e. Wegmarkirungskarte f. den Bez. Baden aus der kart. Anstalt v. G. Freitag & Berndt in Wien. 12°. (X, 173 S.) bar n. 1. 50
Plan v. Baden (b. Wien). 1:10,000. 31,5×42 cm. Farbendr. bar n. —. 50

Verlag der Literaturwerke „Minerva“ in Leipzig.

Klassiker-Ausgaben, illust., Minerva. Meisterwerke aus den Literaturgängen aller Nationen. 18. Bfg. gr. 8°. bar —. 15
 W. Shakespeare, Romeo u. Julia. Ein Trauerspiel. 2. Bfg. (S. 17–32)

Friedr. Vieweg & Sohn in Braunschweig.

Riemann, L., populäre Darstellung der Akustik in Beziehung zur Musik. Im Anschluss an H. v. Helmholtz' »Lehre v. den Tonempfindgn.« gr. 8°. (VIII, 157 S. m. Holzst.) n. 3. —
Weber, H., Lehrbuch der Algebra. (In 2 Bdn.) 2. Bd. gr. 8°. (XIV, 796 S.) n. 20. —

Wilhelm Violet in Dresden.

Freund's Schüler-Bibliothek. 1. Abth.: Präparationen zu den griech. u. röm. Schulklassikern. Präparation zu Cicero's Werken. 1. Bst. 6. Aufl. 12°. (104 S.) n. —. 50

1. Wiener Volksbuch. in Wien.

Rienzi, warum sind wir arm? Nach dem Holl. gr. 8°. (20 S.) n. —. 10

H. v. Waldheim in Wien.

Conducteur, der. Fahrpläne der österreich. u. ungar. Eisenbahnen, Posten u. Dampfschiffe m. Führer in den Hauptstädten. XXVI. Jahrg. August 1896. 8°. (XL, 472, VIII, XII u. 72 S. m. Abbildgn. u. 2 Karten.) bar 1. —
 — dasselbe. Kleine Ausg. August 1896. 8°. (XXXII, 262 u. VIII S. m. 1 Karte.) bar —. 50

Verzeichnis künftlich erscheinender Bücher, welche in dieser Nummer zum erstenmale angekündigt sind.

B. Sanstein's Verlag in Bonn. 4826
 Wülfig, die Syntax in den Werken Alfreds des Grossen. II, 1. Ca. 10 M.
 Kuno, Thomas Münzer. 1 M.

Rag Kellner, Hofbuchhändler in München. 4827

Gebele, das Schulwesen der k. Haupt- u. Residenzstadt München. 2 M 50 J.
 Katalog der Schulausstellung im St. Petersschulhaus in München. 1 M.
 Knieß, Lehrbuch der Arithmetik. 1. Teil. 5. Aufl. 1 M.

Otto Reißner's Verlag in Hamburg. 4827

Gurke, Hauptpunkte der deutschen Sprachlehre. Ausgabe A. 39. Aufl. 80 J.

J. J. Reiff's Verlag in Karlsruhe. 4829

Badischer Jmker-Kalender f. d. J. 1897. 1 M.

Bandenhoed & Ruprecht in Göttingen. 4829

Andrae-Romanek, oben und unten. 3 M 60 J; geb. 4 M 50 J.

Friedr. Vieweg & Sohn in Braunschweig. 4827

Weisbach, Lehrbuch der Ingenieur- u. Maschinen-Mechanik. 1. Teil: Theoretische Mechanik. 5. Aufl. 2. Abdruck. 3. u. 4. Bfg. 3 M.

Nichtamtlicher Teil.**Das Plakat in Frankreich.**

Bei einem Aufenthalt in Berlin hatte ich jüngst Gelegenheit, eine Plakatausstellung zu besichtigen, die ein Sammler im Saale des Berliner Lokal-Anzeigers (Unter den Linden 3) veranstaltet hatte. Der Raum gestattete nicht eine Ausstellung großen Umfangs; aber das wenige, was ausgestellt war, war gut und schien das rege Interesse des Publikums für sich zu haben. Ich halte es daher für nicht unangebracht, ein wenig über die Kunst des Plakates zu plaudern und besonders über das französische Plakat, das dieser Kunst neue Wege geschaffen hat.

»Man hat sogar Plakate gesammelt,« rief Balzac einst mit Emphase aus, als er seiner Zeit den Spiegel vorhalten wollte. Damals war dieses Wort nicht ohne Berechtigung; denn Plakate, die ihrer Aufgabe in künstlerischer Weise entsprachen, gab es nicht oder doch nur sehr wenige. Heute sammelt man sie allerorten, und Kunstfreunde und -Kenner fällen pietätvoll ihre Mappen mit diesen Kunstzeugnissen, die wie kaum andere der Zerstörung und der Vergessenheit ausgesetzt sind. In Frankreich, England und Amerika ist dieses Sammelgebiet bei weitem verbreiteter als bei uns. In Deutschland sind mir nicht viele große Privatsammlungen bekannt. Aber schon seit langem trifft man in den Kunstgewerbemuseen beachtenswerte Sammlungen an; ich erwähne besonders die Sammlung des königlichen Kunstgewerbemuseums in Berlin, die sehr schöne Stücke aufweist und deren Besichtigung durch praktische Einrichtungen erleichtert wird.

Vor ungefähr fünfundzwanzig Jahren unternahm es Jules Cheret, ein begabter Zeichner und Lithograph, seine Kunst besonders dem Plakat zuzuwenden. Es war ein bescheidener Anfang, der aber bald von Erfolg gekrönt sein sollte, dank einem Mitarbeiter des »Figaro«, Herrn Wolff, der in dem angesehenen Blatt mit Eifer für Cheret's Bestrebungen ein-

trat: an die Stelle des kleinmalerischen, meist einfarbigen schwarzen Plakates ein solches zu setzen, das durch eine künstlerische, im großen ausgeführte farbige Darstellung das Auge des Vorübergehenden unbedingt auf sich lenken müsse.

Wolff wie Cheret sahen wohl den Nutzen voraus, der den Künstlern und dem Kunstgewerbe hieraus erwachsen sollte, und sie wußten sehr wohl, daß — bedient sich nun einmal die Reklame öffentlicher Maueranschläge — diese um so anziehender und wirksamer sein würden, je künstlerischer sie ausgeführt wären, demnach um so besser ihren Zweck erreichen würden, das Publikum auf sich und ihre Ankündigungen aufmerksam zu machen.

Cheret erhielt bald aus Frankreich und England zahlreiche Aufträge. Sie waren so zahlreich, daß er, unterstützt von anderen, eine Fabrik errichten mußte, um ihnen gerecht zu werden. Und hier in dieser Fabrik erblickten sie alle das Tageslicht, die meisterhaften Schöpfungen Cheret's, der nicht nur zeichnete, sondern auch seine Zeichnungen mit eigener Hand auf den Stein übertrug. Von hier aus hoben sich die Cheret'schen Gestalten, Kinder der Luft, leicht und grazios, zart und duftig. Von hier aus brachte es der einfache Arbeiter, der bescheidene Zeichner Cheret zu einem maßgebenden, bahnbrechenden Künstler. Von hier ging eine neue Kunst aus.

Niemals verwendete Cheret mehr als drei oder vier Farben für seine Plakate. Und was für Wirkungen erzielte er mit diesen bescheidenen Mitteln, abgesehen davon, daß er damit auch die Kosten verminderte!

Vielleicht erscheint es paradox, zu sagen, man könne Paris in Cheret's Plakaten sehen. Paris mit seinen Künstlern, Sängern, Theatern, Frauen voller Grazie, Paris mit seinen Festen, seiner Industrie, Paris — »das Hirn der Welt«, wie Victor Hugo es genannt hat. Cheret's Plakate sind eine Pariser Chronik, und der Kulturhistoriker wird sie später zu Rate ziehen müssen. Von den vielen Plakaten, die