

wir Cheret verdanken, möchte ich sein Meisterwerk hervorheben, »Les Coulisses de l'Opéra«, das er für den bekannten Zeichner Grévin oder vielmehr für sein Museum schuf.

Um Cheret scharten sich die Schüler. Da kam Grassé und brachte uns seine Schöpfungen voll dekorativer Wirkung. Sein Plakat für die »Librairie Romantique« des Verlegers Monnier ist für mich eins der schönsten Plakate. Eine junge Frau im Kostüm der Restaurationszeit ist in die Lektüre eines Buches vertieft, das auf ihren Knien liegt. Sie dreht dem Beschauer den Rücken zu. Im Hintergrunde liegt Notre-Dame mit seinen ragenden Türmen, umflutet von dem Gold der niederstinkenden Sonne und über den Türmen ein Himmel, der Sturm verkündet. An die Vergänglichkeit des Irdischen mahnt ein Totenkopf, auf dem der fein beschuhte Fuß der jungen Frau achtlos ruht. Stimmung, Zeichnung und Ausführung stehen sich hier in nichts nach. — Da kam ferner Wilette, dieser echt französische Künstler mit seinem Pariser Esprit und brachte mit seinem »Enfant prodigue« ein Meisterblatt, Toulouse-Lautrec, der Impressionist des Plakates, dessen »Reine de Joie« verdient hervorgehoben zu werden, Ibels, Carloz Schwabe, ein wenig Symbolist, Steinlen, der Schweizer, dessen »Lait stérilisé« vortrefflich ist, Forain, den man mit dem Namen »Nachfolger Gavarnis« geehrt hat. Guillaume, Choubrac Pal, Hugo d'Alési, Meunier und Metivet dürfen hier nicht vergessen werden.

Viele von ihnen haben als Künstler einen Namen, wie: Wilette, der geniale Zeichner des »Courrier français«, Grassé, an dessen schöne Illustrationen zu den »Quatre fils Aymon« ich erinnere, Steinlen, Ibels, Caran d'Ache u. a. Selbst Künstler, wie Puvis de Chavanne, wie der Schlachtenmaler Detaille, haben die populäre Kunst des Plakates ihres Stiftes nicht für unwürdig erachtet.

Populäre Kunst! Haben doch erste Schriftsteller nicht angestanden, die Straßen in Paris mit den mannigfachen bunten Maueranschlägen ein Volksmuseum zu nennen. Dieses Wort hat Anklang gefunden, und das Volk betrachtet sein Museum, dessen glitzernde Farben Leben und Sonne in die grauen Straßenzüge bringen, gern und mit kritischem Auge.

Aller Anfang ist schwer und es brauchte immerhin einige Jahrzehnte, bis das Plakat diesen Aufschwung nahm. In gleicher Zeit wird man bei uns in Deutschland ebenso weit vorgeschritten sein. Angefangen haben wir ja schon. Da ist z. B. das Plakat der Berliner Gewerbe-Ausstellung, das in einem Preisauschreiben siegte. Ein französischer Kenner bemerkte mir jüngst: »C'est bien une affiche allemande, elle est philosophique«. Es liegt ein Körnchen Wahrheit in den Worten, das Plakat sei philosophisch. Für mein Teil allerdings muß ich sagen, daß ich den Gedanken des Sütterlinschen Plakates köstlich finde. Ob ein Plakat zu denken geben soll, ist eine andere Sache; es soll sich vielmehr von selbst ausdrängen und im Augenblick verstanden werden. Aus frisch aufgeworfenem Erdreich heraus ragt ein Arm, den stählernen Hammer in der markigen Faust. Im Hintergrunde liegt Berlin mit seinem Rathaus, mit seiner Siegessäule in zwerghafter Kleiner, wie ein Nebensächliches. Die Arbeit überragt alles. Die Zeichnung ist vortrefflich und die Farbestimmung steht in nichts hinter der Zeichnung zurück. Nur eines scheint mir minder gut: der Rahmen, der drückend auf das Ganze wirkt.

Da bin ich denn auf ein deutsches Plakat zu sprechen gekommen, und es sei mir erlaubt, noch einige andere zu erwähnen. Vor mehreren Jahren schon hat der »Berliner Lokal-Anzeiger« ein gefälliges Plakat in der Trojisch'schen Kunstanstalt herstellen lassen: Anstreicher auf einem Gerüst malen die allen Berlinern nur zu bekannten blauen Reklameschilder mit den Riesenlettern: »Berliner Lokal-Anzeiger« an die Wand. Dann das Plakat von Studz [genialer Hand für

die Seceffion, das Nöchlingsche und das trefflich gezeichnete Zischke Plakat für die Berliner Kunstausstellung 1895/96. Ferner das Plakat der Zeitschrift »Jugend« (Girth in München): zwei jungfrische Mädchen einen alten Misanthropen mit sich fortziehend, die Vergrößerung eines Titelblattes dieser Zeitschrift, und die beiden der Zeitschrift »Simplicissimus« (Langen in München), beide von L. I. Heine gezeichnet. Die eine stellt ein sehr holdes weibliches Wesen dar, das mit dem Schwanz des Teufels neben ihm »Simplicissimus« an die Wand malt. Warum dieses Plakat in Oesterreich von polizeilicher Macht von den Mauern gerissen und verboten wurde, ist mir unklar. In Deutschland ist man doch auch nicht gerade fühllos für sittenschädliche Darstellungen. Die zweite zeigt wirkungsvoll zwei infernalisches rote Köter auf schwarzem Grunde. Ich sah sie übrigens an den Berliner »Littfah-Säulen«. Erwähnt mögen noch werden: Otto Sattlers Plakat für den »Pan«, eines der besten deutschen Blätter nach meiner Meinung, und Laskowski's Plakat für die Straßburger Ausstellung, eine mißglückte Nachahmung Grassés.

Die meisten deutschen Plakate haben einen Fehler: sie sind glasiert und erinnern dadurch allzusehr an eine Chromolithographie. Deshalb nimmt mancher französische Sammler diese (glasierten) Blätter nicht in seine Sammlung auf, abgesehen davon, daß ihre Aufbewahrung unpraktisch ist, da selbst ohne sie zu falten die Glasur leicht abspringt.

Zum Schluß noch einige Worte über den Handelswert des Plakates. Da mag es manchen erstaunen zu hören, daß für viele Plakate 10 und 20 Francs gezahlt werden, für manche mehr, gar bis 50 und 100 Francs. Obwohl der Plakathandel noch jung ist, so giebt es doch, ganz wie im Buchhandel, hier schon einen »Resthandel«. Der Händler kauft von dem Eigentümer des Concerthauses, vom Industriellen oder sonstigen Reklametreibenden den Rest seiner Plakate auf, die er dann zu sehr billigen Preisen vereinzelt. Oesters auch arbeitet er nach berühmten Ring-Mustern. Er ist Alleinbesitzer und kann den Preis bestimmen. Zwei Drittel seines Besitzes stampft er ein; aber das Drittel, das ihm bleibt, bringt ihm die beiden andern reichlich wieder ein. Denn eines Tages ist das Plakat, das man eben noch mit 3 Francs bezahlte, unauffindbar geworden und die Sammler bezahlen nun nolens volens das drei- und vierfache dieses Preises, bis sie eines Tages vielleicht 20 und mehr Francs erlegen müssen, um den seltenen Vogel zu haben, der in so und so vielen Exemplaren noch gemächlich im Laden des Händlers ruht. Man müßte nicht Sammler sein, wollte einen ein derartiges Verfahren nicht arg verdrießen. Ebenso daß einzelne erfinderische Köpfe Plakate nur zu dem Zwecke herstellen, um sie an Sammler zu verkaufen. Es giebt eine ganze Reihe von Plakaten, die niemals öffentlich angeschlagen waren.

Hier in Paris giebt es mehrere große Häuser, die sich mit nichts anderem als mit dem Verkauf der Plakate an die Sammler befassen, während bei uns der »marchand d'affiches«, Plakathändler, ein noch unbekannter Begriff ist. Hoffen wir, daß auch bei uns dieses Gewerbe einst seinen Vertreter findet und daß damit ein Sammelgebiet volkstümlich werde, das sicherlich berechtigt ist ein gleiches Interesse zu beanspruchen wie das Sammeln von Briefmarken oder gar von Liebigbildern. Künstlern und dem Kunstgewerbe wäre es nur zu wünschen.

Paris.

M. Breslauer.

### Kleine Mitteilungen.

Kaufmännische Mängelanzeige. — Der Breslauer Zeitung entnehmen wir folgenden Bericht über einen Rechtsstreit, dessen Gegenstand die in letzter Zeit auch im Börsenblatt erörterten Artikel 347 und 348 des Handelsgesetzbuches bildeten. Nach Handelsrecht muß bekanntlich der Empfänger einer von auswärts übersandten Ware diese ohne Verzug nach der Ablieferung untersuchen und,