

Platten selbst die scheinbar unmöglichsten Farbenzusammenstellungen zu einem harmonischen Akkord bringen lassen, wenn man das Feingefühl der Chaix'schen Offizin besitzt. Die Verfasserin des Katalogs hat die französische Plakatkunst und speziell die Chéret's mit folgenden Worten treffend charakterisiert: Von Frankreich ist die Anregung zur Veredlung des Plakats ausgegangen. Vor sechzig Jahren versuchten sich dort schon Zeichner phantastischer Karikaturen im lithographischen Schwarzdruckplakat. Aber erst Anfang der siebziger Jahre erstand ihm in Chéret der Künstler, der den durchschlagenden Erfolg erzielte. Seitdem hat eine große Anzahl französischer Künstler sich mit Begeisterung des Plakates angenommen. Viele widmen sich ihm berufsmäßig, andere ziehen sich nach einem besonderen Erfolge zurück. Nur wenige begnügen sich damit, gelegentlich eine vorhandene Skizze zur Ausnutzung des Plakats zu opfern, denn der französische Künstler ist sich bewusst, daß für den jedesmaligen Zweck besondere, nur für diesen und nur als Plakat gedachte Entwürfe notwendig sind. Ganz erstaunlich weiß jeder seine Eigenart zu entwickeln, froh, der Forderung des Plakats sich persönlich geben zu müssen. Da der französische Drucker ein weiser Meister der Technik ist, stellt er dem Künstler alle Mittel zur Verfügung, welche sein feiner Farbensinn verlangt. Die französischen Plakatarbeiten erringen den Künstlern Frankreichs unstreitig den ersten Preis für die Beherrschung der Farbe. Liebenswürdig und heiter laden sie zum Besichtigen ein, aber auch ernsten Inhalts entbehren sie nicht. — Chéret ist der Vater des modernen künstlerischen Plakats. Aus dem Lithographen ist er zum Künstler geworden durch die Erkenntnis der für das Plakat zweckmäßigen Anwendung der farbigen Lithographie. Er hat den Begriff auch der inhaltlich plakattgemäßen Darstellung zuerst gebildet und nach der heiteren Seite auf das glänzendste entwickelt. Seine Erfindungsgabe in heiteren Plakattmotiven ist unerschöpflich, und seine Freude, sie in die lustigsten Farben zu tauchen, erfindet immer neue wirkungsvolle Zusammenstellungen, deren Reiz er noch vervielfältigt durch eine meisterhafte Anordnung verschiedener Beleuchtungen. Bald bewegen sich seine Tänzerinnen im magischen Bühnenlicht, bald erscheinen seine Dämchen in dem Licht einer farbig verschleierten Lampe. Immer sind sie kolett, aber selten frivol. Sie fragen nicht nach einem richtigen anatomischen Wuchs, aber sie treten mit Berde auf und wissen sich vortrefflich zu kleiden oder zu entkleiden. Ihre Heiterkeit läßt jeden Gedanken an Wahrscheinlichkeit bei Seite setzen und erweckt die liebenswürdigsten Empfindungen für das, was sie anpreisen. Die Straßen von Paris ohne Chéret sind fast undenkbar, er hat ihnen einen Teil ihrer lebensfrohen Erscheinung gegeben. Chéret's Werk ganz zu besitzen ist unmöglich, er selbst kennt es nicht, so zahlreich ist es. Der oben erwähnte Maindron hat in seinem Werk über die französischen Plakate ein annähernd vollständiges Verzeichnis derselben mit 882 Nummern zusammengestellt, das für die Sammler maßgebend ist. Ueber die Druckereien, die die Werke Chéret's herstellten, ist zu bemerken, daß in den Jahren 1868—81 die Plakate in der eigenen Imprimerie J. Chéret, rue Brunel, hergestellt wurden. Von 1881—90 in der Nachfolgerin dieser Offizin, Imprimerie Chaix (succursale Chéret) und von 1890 bis heute in der Imprimerie Chaix (ateliers J. Chéret), rue Bergère. Ganz neuerdings führt die Imprimerie Chaix ein aus den Anfangsbuchstaben der Firma zusammengesetztes Signet.

Von anderen französischen Plakatkünstlern ist vor allem Eugène Grasset zu nennen, dessen Werke zu den schönsten Blättern der Sammlung gehören. Grasset ist nächst Chéret einer der ersten Führer der modernen Plakatkunst. Er hat seine zeichnerischen Fähigkeiten mit erstaunlicher Vielseitigkeit angewandt, hat Entwürfe für Stoffe und Stickerien, für Möbel, Schmiedeeisen und Glasmalereien, für die monumentalen Lötarbeiten von Carriès geschaffen. Seine Illustrationen zu den »Quatre Fils Aymon« haben ihn in den weitesten Kreisen bekannt gemacht; neuerdings hat er ein Werk mit stilisierten Pflanzenornamenten und eine Folge von Monatsbildern herausgegeben. Für seine Plakate bedient er sich meistens des Zinkdrucks, bisweilen mit Schablonierung. Grasset fällt durch seinen monumentalen Stil unter den französischen Künstlern merkwürdig auf. Er erscheint fast den Engländern verwandt, nur ist er viel reicher als diese. Er ist ein feiner Kolorist und liebt interessante, nicht lebhafte Farben. Durch seine wundervolle Farbe besticht unter anderem das Plakat für ein Teppichgeschäft, das die Firma »La Place Clichy« trägt. Auf diesem Blatt preist ein alter Perser einem europäischen Reisenden seine Teppiche an. Das Plakat wurde bei Malherbe & Cellot in Paris meisterhaft gedruckt. Ebenso schön ist dasjenige für die »Encre L. Marquet«, auf dem man eine sinnende Dichterin neben einem Tintensatz erblickt; sie trägt ein mit Flügeln besetztes Gewand, das sich von dem Hintergrund mit ziehenden Wolken prächtig abhebt. Auch dieses Blatt wurde in der Offizin Malherbe & Cellot gedruckt. Ferner sind hervorzuheben die durch ihre dramatische Auffassung und malerische Behandlung wirkenden Joanne d'Arc-Plakate. Zwischen starrenden Speeren und fliegenden Pfeilen steht Sarah Bernhardt als Jungfrau von Orleans in weißem lilienbesetzten Kleid, die französische

Fahne in der Hand. Da jedoch die kurzen Haare und der etwas ungünstige, aufwärts gewendete Blick der Kellameheldin Sarah nicht paßten, so gelangte das Blatt nicht zur Ausführung. Infolgedessen wurde das Blatt so ungeändert, wie es das zweite Plakat zeigt, auf welchem, dem Wunsche der Schauspielerin gemäß, Jeanne d'Arc mit verjüngtem Gesicht und langen Haaren dargestellt ist. Ein herrliches Plakat Grasset's ist ferner »Les Fêtes de Paris«. Auf diesem sieht man einen stolzen Herold zu Pferde, der in die Posaune stößt, mit dem Wappen von Paris. Sehr schön ist ferner das Plakat, das für die Lieferungs Ausgabe der Geschichte von Frankreich von Victor Duruy von Grasset gezeichnet wurde. Auf ihm ist eine stehende Gallia mit aufgeschlagenem Buch dargestellt; das Blatt wurde in der Druckerei Draeger & Besieur in viel farbigem Druck hergestellt und ist wie die vorhergehenden von reizvollster Farbenwirkung.

Die im vorigen Jahre begangene Centennarfeier der Lithographie hat natürlich auch zu einer Reihe von Plakaten Anlaß gegeben, unter denen das schönste das von Hugo d'Alési ist. Man hat auf ihm einen Blick über die Seine auf Paris. Zur Rechten steht eine Anschlagssäule mit einem Plakat Chéret's, links davor eine Pariserin, die eine Lithographie Charlets, des Altmeisters der französischen Lithographen, Napoleon darstellend, betrachtet. Das Blatt wirkt durch die wunderbare Beleuchtung und muß in Bezug auf Klarheit der ausgedrückten Idee und insolgedessen Zweckmäßigkeit zu den glücklichsten Stücken der französischen Sammlung gerechnet werden, trotzdem es sich in seiner detaillierten, sorgfältigen und viel farbigem Behandlung von den Plakaten französischen Charakters eigentlich entfernt und dem deutschen Innenplakat nähert. Viel weniger kann man sich mit dem etwas langweiligen Centennarfeier-Plakat von Puvis de Chavannes, dem bekannten Künstler der so viele öffentliche Gebäude Frankreichs geschmückt hat, befremden, auf dem ein nackter Flügelnabe einer Frau aus einer Mappe Lithographien reicht. Eine andere Gruppe von Plakaten dieses Künstlers, die die Geschichte der Genovefa behandeln, sind sehr interessant und zwar deshalb, weil sie auf Veranlassung der »Union pour l'action morale« zu Paris entstanden sind. Diese Gesellschaft verfolgt nämlich den Zweck der Volksbildung durch die Straßenkunst. Sie will durch Reproduktionen hervorragender Kunstwerke, die auf die Straße gebracht, von Tausenden betrachtet werden, denen diese Kunst aus allen möglichen Gründen sonst verschlossen ist, den Sinn dafür wecken. Ob thatsächlich aus diesem gewaltsamen Aufdrängen der Kunst etwas Ersprießliches herauskommt, läßt sich ja sehr streiten, zumal wohl die impressionistische Kunst Chavannes am allerwenigsten geeignet ist, der Menge zu imponieren; immerhin ist es interessant, den in den drei Plakaten von der heiligen Genovefa vorliegenden Versuch der Union pour l'action morale zu sehen. Diese Blätter sind, wie der Katalog berichtet, nach den Gemälden im Pantheon, der französischen Ruhmeshalle, die zugleich eine der heiligen Genovefa, der Patronin von Paris, geweihte Kirche ist, gedruckt und auf den Straßen angeschlagen worden. Die Szenen tragen sich in freier Landschaft zu, um den Rand der Bilder laufen Lorbeerkränze, unterbrochen von Monogrammen der Heiligen und von einer Inschrift in der unteren Randmitte. 1. Das Kind Genovefa im Gebet. Zuschauende Leute entsetzen sich über ihren Heiligenschein. Die Inschrift besagt auf deutsch: Seit ihrem zartesten Alter gab die heilige Genovefa Zeichen brünstiger Frömmigkeit. Wer sie im Gebet sah, wurde stets mit Staunen und Bewunderung erfüllt. 2. Drei Blätter mit zusammenhängender Darstellung. Die Heiligen Germain und Lupus segnen die kleine Genovefa. Rechts und links strömen Leute herbei, die von der Heiligen Hilfe suchen. Die Inschrift besagt: Im Jahre 429 kamen die Heiligen Germain von Auxerre und Lupus von Troyes, als sie sich nach England begeben wollten, um die Ketzerei des Pelagius zu bekämpfen, in die Umgegend von Nanterre. In der ihnen entgegengeeilten Menge bemerkt der heilige Germain ein Kind, das, nur ihm wahrnehmbar, mit dem göttlichen Siegel gezeichnet ist. Er befragt es und weißt den Eltern die hohe Bestimmung, zu der es berufen ist. Dieses Kind wurde die heilige Genovefa, die Schutzheilige von Paris. —

Wenden wir uns von der französischen Plakatkunst zu der deutschen, so fällt sofort der gewaltige Unterschied auf, und man kann denen, die behaupten, daß wir bei uns bis auf wenige Anfänge überhaupt noch keine Plakatkunst in dem vorher gebrauchten Sinne haben, nicht ganz unrecht geben. Andererseits kann man der Verfasserin des erwähnten Katalogs in ihrem Urteil nicht ganz beistimmen, wenigstens nicht ohne einige Ergänzungen. Leider machen die negativen Dokumente, heißt es an der betreffenden Stelle, die durch das Verkennen der Aufgaben und Mittel dieses Kunstzweiges den Vorzug der mustergiltigen Plakate augenfällig beweisen, auch einen großen Teil der deutschen Abtheilung aus. Das zeigt vor der näheren Besichtigung schon der Gesamteindruck. Er ist verschwommen. Erdfarben auf der einen Seite, wo Münchner, Nürnberger und Berliner Renaissance-Plakate eine fast schon überwundene Zeit vertreten, ausdruckslos oder unfein bunt auf der