

anderen Seite, wo die fast durchgehende Anonymität von Plakaten aus verschiedenen Druckereien beweist, daß diejenigen, welche sie entwarfen, sich deren zweifelhaften Kunstwertes im stillen bewußt waren. Erst seit allerjüngster Zeit treten die deutschen Künstler offen in den Wettkampf ein, der überall den modernen Anforderungen an Plakate gerecht zu werden sucht. Dresden geht darin voran. Hamburg bleibt hoffentlich nicht zurück. Hier ist freilich das Plakat in seiner Entwicklung gehemmt durch das Monopol der Anschlagssäulen, die ihm nur ungünstige und nicht ausreichende Unterkunft bieten. Deshalb wiegt in Hamburg das Innenplakat noch vor, das in den Wirtschaften, Vergnügungsorten und Wartehäusern aufgehängt wird, wo man Muße hat, seine detaillierten Darstellungen abzulesen, die im Freien eine Anziehungskraft auf das Auge nicht ausüben würden.

Zunächst muß zugegeben werden, daß in Deutschland für den »Salon de la rue« vorläufig kein Raum war und ferner das Monopol der Anschlagssäulen nicht allein in Hamburg, sondern auch in einer Reihe anderer Städte besteht; überhaupt wäre auch ohne Monopol mit den Anschlagssäulen allein nichts anzufangen, da sie räumlich zu sehr beschränkt sind und das moderne Plakat als erste Bedingung größere Dimensionen verlangt. Gegen das Bekleben der Häuser, Wände, Planken zc. aber mit solchen Plakaten sträubte sich immer noch das deutsche Philisterium — könnte man sagen, — andererseits aber auch ebensogut: Schönheitsgefühl, denn daß diese Klebemanie einen besonders vornehmen Eindruck macht, wird wohl keiner behaupten, wenn ihr auch eine gewisse malerische Wirkung nicht abgesprochen werden soll. Daraus geht aber auch hervor, daß das bessere deutsche Plakat seinem Zwecke durchaus entsprach, denn dieser konnte nur sein, als Innendekoration zu wirken, da ihm die Wirkung nach außen versagt war. Muß man aber einerseits die Zweckmäßigkeit des deutschen Plakats durchaus anerkennen, so verdient andererseits seine technische Meisterschaft eine viel markantere Hervorhebung, als dies geschieht. Auf den Laien mag die glänzende farbige Wirkung der französischen Plakate Eindruck machen und er diese zugleich als blendende Technik nehmen; wieviel mehr Lithographier- und Drucktechnik aber in einem der besseren deutschen Innenplakate steckt, das sieht in erster Linie der Fachmann. Wir dürfen nie vergessen, daß die deutsche Chromolithographische Kunst, überhaupt der Farbendruck aller Gattungen, auf einer Höhe steht, die nicht allein derjenigen anderer Länder gleich ist, sondern sie auf vielen Gebieten weit übertrifft. Da ein Vergleich der deutschen Innenplakate mit den ausländischen Straßenplakaten infolge ihres gänzlich verschiedenen Charakters aber eigentlich nicht zulässig ist, so muß man, will man einerseits das überlegene Prinzip der letzteren betonen, andererseits mindestens hervorheben, daß die technische Ausführung der deutschen Arbeiten auf einer höheren Stufe steht. Selbstverständlich darf man zum Vergleich nicht die süßlichen und bunten Cirkus- und Spezialitätenplakate hinzuziehen, die in mißlungener Nachahmung ausländischer Vorbilder von einigen deutschen Firmen angefertigt werden, — das wäre so, als wenn man die Eisenbahnplakate d'Aléxis als charakteristisch für die französische Plakatkunst hinstellen wollte. Deshalb sei an dieser Stelle auf einige dieser vorzüglichen deutschen Arbeiten hingewiesen. So ist das Plakat, das Feldbauer-Gros für den bayerischen Kunstgewerbeverein schuf, in jeder Weise mustergültig — es ist einfach in den Mitteln, packend und klar in der Idee und technisch meisterhaft ausgeführt. In Blau und Gold gedruckt sehen wir einen Frauenarm aus einem Ring mit dem Künstlerwappen und einen Männerarm aus einem Ring mit einem Hammer sich im Händedruck vereinen, der erstere eine Symbolisierung der Kunst, der letztere eine solche des Handwerks. Das Plakat wurde in der berühmten Offizin von Wolf & Sohn in München gedruckt. Wundervoll ist ferner das ziemlich bekannt gewordene Plakat von Professor Vaenger von der Kunstgewerbeschule in Karlsruhe, das er für die bekannte Pianofortefabrik von Schiedmayer entwarf. Das in vielen Farben in sorgfältigster Chromolithographie ausgeführte Blatt zeigt eine Lyraspielerin in blauem Gewande vor einem Gebüsch blühender Azaleen und ist namentlich auch durch seine intime Farbestimmung bemerkenswert; es wurde gedruckt in der Kunstanstalt von Max Seeger in Stuttgart. Sehr bekannt geworden ist ferner das ornamental sehr interessante Plakat zur 1891er Berliner Kunst-Ausstellung von C. Kochling, dem Zeichner, der sich neuerdings durch seine hervorragenden illustrierten Bücher, die in Chromolithographie ausgeführt sind, so z. B. »Friedrich der Große«, bemerkbar gemacht hat. Auf dem erwähnten Plakat sieht man den Schutzpatron der Maler, St. Lukas, inmitten geschnitzten gotischen Laubwerks, das von einem prächtigen Wappenfries gekrönt wird. Das Plakat wurde bei H. Niffarth in Berlin gedruckt und ist auch deshalb hervorzuheben, weil es eins der wenigen ist, die in farbigem Buchdruck hergestellt sind.

Daß die Anonymität, wie die Verfasserin will, als Zeichen dafür gelten muß, daß die Zeichner der betreffenden Plakate sich deren zweifelhaften Kunstwertes im stillen bewußt waren, kann man auch nur bedingungsweise gelten lassen, denn unter den in der

Sammlung befindlichen anonymen deutschen Plakaten sind Arbeiten ersten Ranges. Es seien in dieser Hinsicht die Blätter von J. Aberle & Co. in Berlin erwähnt, z. B. »Mädchen unter Blüten«, eine Selbstanzeige; ferner das Plakat für die Bayerische Landesausstellung in Nürnberg 1896 von G. Nister daselbst gedruckt, das auch als Plakat durchaus seinen Zweck erfüllt. Die Reihe ließe sich beliebig verlängern, und es beweist also die Anonymität bei deutschen Plakaten höchstens, daß es bei uns noch nicht immer Sitte ist, den Namen des Lithographen auf seine Arbeit zu setzen.

Die Anpassungsfähigkeit der deutschen Druckkunst, die sich schon so häufig glänzend bewährt hat, hat sich so recht wieder darin gezeigt, daß jetzt auch in Deutschland schon in verschiedenen Druckereien Plakate in moderner Manier hergestellt werden, die sich in künstlerischer Hinsicht durchaus mit den ausländischen Vorläufern messen können, in technischer Beziehung ihnen aber mindestens ebenbürtig sind. Ich habe hier z. B. die ausgezeichneten Dresdner Erzeugnisse im Auge.

Es würde zu weit führen, wollten wir uns hier auch eingehend mit den interessanten Blättern beschäftigen, die die Hamburger Sammlung aus andern Ländern besitzt und die z. B. in der schwedischen und belgischen Abteilung deutlich zeigen\*), wie tüchtiges künstlerisches und technisches Können in diesen Staaten auf dem Gebiet der Plakatkunst vorhanden ist, — nur auf die englischen Plakate sei noch kurz hingewiesen. Es befinden sich unter ihnen ganz ausgezeichnete Arbeiten, wie diejenigen Beardleys, Grieffenhagens, Gardys u. a., die namentlich deshalb bemerkenswert sind, weil sie außerordentlich einfach in den Mitteln sind und mit wenigen Farben und farbigen Flächen bedeutende Effekte erreichen. Daß man auch in dieser Einfachheit zu weit gehen kann, zeigen die Plakate von J. & W. Beggartstaff, einer »Künstlerfirma«, deren Inhaber eigentlich J. Pryde u. W. R. P. Nicholson heißen. Die Verfasserin schildert die Technik dieser Plakate sehr richtig, wenn sie sagt: »Die Künstler schreiben nur mehr eine Art Kurzschrift der Künste. Sie stellen nur einen Teil ihrer Figuren dar; ihr Darstellungsmittel ist die Profil-silhouette, die sie nicht mehr mit dem Pinsel zu Papier bringen, sondern mit der Scheere ohne Vorzeichnung ausschneiden.« Wenn aber die Verfasserin weiter meint, »das beschauende Auge ergänze mit unfehlbarer Sicherheit das Fehlende an den Figuren, indem diese Plakate die Beschauer zwingen, von ferne näher zu kommen, um sie anzusehen,« — so möchte ich dem durchaus nicht beistimmen. Man kann sich die allerdings sehr einfache Technik vielleicht bei dem Plakat »Hamlet« noch gefallen lassen, wo der einfach herabwallende schwarze Mantel eine besonders penible Durchführung entbehren läßt, ein Plakat aber wie »A trip to China Town« mit der weißen Silhouette eines Chinesen ist eine arge Uebertreibung, — die man sich vielleicht einmal als künstlerischen Ulf gefallen lassen kann, bei der von einer besonderen Kunst aber nicht mehr die Rede sein kann. Vielleicht hat Fräulein Brindmann in diesem Fall recht, daß die zeichnenden Künstler selbst gefühlt haben, daß das Blatt nichts taugt, denn es ist, wie der Katalog angibt »unbezeichnet«. Ueberhaupt muß man entschieden davor warnen, daß diese Beggartstaffsche Technik etwa Schule macht, denn ebensowenig wie man etwa Stenographie als Schrift bei einem Plakat verwenden würde, ist diese künstlerische »Kurz-schrift« gutzuheißen. Um sie zu entziffern, muß man ein besser geschultes Auge besitzen, als es die große Menge hat, die niemals derartige Kniffe verstehen wird. Dadurch aber widersprechen diese Plakate ihrer Bestimmung, die ja unzweifelhaft die ist, verständlich auf die Menge zu wirken. Dasselbe läßt sich auch von den anderen Beggartstaffschen Plakaten sagen; der Towerwächter in roter Uniform auf rotem Grund ist eine koloristische Spielerei, die vielleicht in einer Künstler-Kneipzeitung am Plage sein mag, als Plakat aber ihren Zweck vollständig verfehlt hat.

Wenn ich in Bezug auf diese englischen Plakate nicht mit der genannten Verfasserin übereinstimmen konnte, so kann ich dies doch um so mehr mit den Worten, die sie ihrem Katalog als Anhang beigegeben hat. Wenn auch manches von dem dort Gesagten schon vorher in der Fachpresse Ausdruck gefunden hat, so möchte ich doch einige dieser Schlußbetrachtungen Fräulein Brindmanns auch als Schluß meines Aufsatzes den Lesern übermitteln: Mit wenig Farben gute Wirkungen zu erreichen muß das Bestreben des Plakat-druckers sein. Die Beschränkung der Farbenzahl macht ein Plakat nicht nur billiger, sondern besser. Ein mit wenigen Farben gedrucktes Plakat wird weithin erkennbar sein, während ein solches mit abgestuften Schattentönen und einem detaillierten Farbenwechsel schon aus geringer Entfernung ein verschwommenes Bild ergibt. Nur luft- und lichtbeständige Farben sollten angewendet

\*) Bei belgischen Plakaten sind besonders hervorzuheben diejenigen der lithographischen Anstalt de Rycker in Brüssel und der Druckerei Gouweloos ebendasselbst. Prachtvolle schwedische Plakate haben namentlich die Generalstabens Litografiska-Anstalt und Central Tryckeriet, beide in Stockholm, geliefert.