

Buchhändler zur Etablierung einer christlichen Spezialbuchhandlung sich bereit findet.

Den Schriftenvertrieb und zwar einen sorgfältigen, umfassenden, energischen braucht die innere Mission. Aber sie sei sorgfältig darauf bedacht, daß dadurch niemand Schaden erleide und nirgend Uergernis bereitet werde. — Wie schön wäre es, wenn innere Mission und christlicher Buchhandel fortan wieder brüderlich miteinander wirken wollten! Die innere Mission nehme, soweit es nicht schon geschehen, den christlichen Buchhändler als seinen treuen, tatkräftigen Mitarbeiter auf. Der Buchhändler — ich meine hier jeden rechten und gewissenhaften Buchhändler — hat eine große, wichtige, heilige Aufgabe an der Seele unsers Volks. Ist er einer von der rechten Art, so ist es ihm heiliger Ernst um seinen Beruf, dann will er nicht mehr ein Bücherhändler sein und um seiner selbst willen Geschäfte machen, sondern auch ein Erzieher seiner Volksgenossen. Jeder rechte Buchhändler soll im christlichen Sinne missionierend, im allgemeinen Sinne veredelnd auf das Volk wirken, indem er durch Verbreitung guter Literatur den Schund verdrängt, der Gemüter und Seelen vergiftet. Jeder Buchhändler, der seine Arbeit als einen hohen und für das geistige Wohl unsers Volks ungemein wichtigen Beruf auffaßt, hilft somit die Aufgaben der inneren Mission erfüllen. —

Mögen durch eine Verständigung, wie sie auf dem Essener Kongreß für innere Mission angebahnt ist, die Wege gefunden werden, auf denen innere Mission und christlicher Buchhandel brüderlich zusammengehen können, auf daß sie fernerhin einander helfen und sich gegenseitig fördern in der Arbeit für das Reich Gottes.

Die Entwicklung des Plakats.

Einen Hauptziehungspunkt auf der »Ausstellung, umfassend Geschäftsausstattung und Reklame« in Berlin bildete die Plakatausstellung, die in geschichtlicher Folge den Werdegang des Plakats veranschaulichen sollte. Völliglos war diese Ausstellung allerdings nicht; aber was aus Museen- und Privatbesitz erreichbar war, wurde vorgeführt, darunter verschiedene Blätter in photographischer Verkleinerung.

Die Ausstellung zeigte, daß es bereits im Mittelalter illustrierte Plakate gab, die vorwiegend von Buchhändlern und Schaustellern benutzt wurden; besonders unter den alten Messplakaten befindet sich manches originelle Blatt.

Am Sonnabend den 22. Februar d. J. veranstaltete der »Verein für deutsches Kunstgewerbe« eine korporative Besichtigung, bei welcher Gelegenheit Herr Kunstschriststeller Paul Westheim, der Veranstalter der Plakatausstellung, einen Vortrag über das in der Überschrift genannte Thema hielt. Er führte u. a. aus, daß eine Entwicklungsgeschichte der Plakatkunst bisher noch nicht geschrieben worden sei; Ursache möge sein, daß die meisten Affiche der Vergangenheit restlos vernichtet und die wenigen noch vorhandenen Blätter nach allen Richtungen verstreut worden seien. Der eigentliche Grund scheine dem Vortragenden aber der zu sein, daß diese spärlichen Überreste seither stets achtlos beiseite gelegen hätten und daß niemand einseitig genug gewesen sei, sie zu einem Entwicklungsbild zusammenzustellen. Das Plakat sei eine Eintagsfliege — von Mitternacht zu Mitternacht; — kaum mehr als 24 Stunden, und es sei vergessen, denn es liege in der besondern Natur der Plakatkunst, daß das Publikum der Zeit deren Schöpfungen selten nach Gebühr werte.

Das Plakat sei ein Ankündigungsmittel, das sich an die große Menge wende. Es bilde einen guten Ersatz für das lästige Geschrei jener patriarchalischen Zeiten, wo sich der Anreißer oder Ausrufer vor der Ladentür oder Schaubude die Stimme heiser schreien mußte. Es hat auch den Reklametrompeter abgelöst, der in den Straßen sein gellendes Instrument ertönen ließ. Heute hat man durch Bild und Schrift einen wohlfeilen und vornehmen Ersatz dafür gefunden. Der Herold, der von Ort zu Ort ritt, um den Untertanen Regierungserlasse bekannt zu geben, wurde von dem Zeitpunkt an überflüssig, wo man den Agitationswert

des gedruckten Wortes erkannte und die Manifeste an öffentlichen Plätzen, an den Stadttoren usw. anschlag. Der Geistliche, der seiner Gemeinde früher öfters derartige Mitteilungen zu machen hatte, brauchte später nur noch auf die an der Kirchentür ausgehängten Zettel aufmerksam zu machen. Luther hat sich wiederholt über die Bedeutung der Flugschriften ausgesprochen, und ein Beispiel hierfür liefert sein Thesenanschlag an der Schloßkirche zu Wittenberg.

Die Hoffnung auf Geldgewinn ließ die Leute, die sich an die große Masse zu wenden hatten, den Vorteil der Ankündigungszettel erkennen und diese zu allerlei Reklamemitteilungen benutzen.

Mit der Entwicklung der Messen und Märkte, auf denen größere Menschenansammlungen stattfanden und die oft die zahlungsfähigen Bewohner einer ganzen Landschaft vereinigten, nahm das Anschlagwesen einen mächtigen Aufschwung, es entstand ein direktes Reklamebedürfnis, jeder Händler oder Schausteller wollte den Menschenstrom nach seiner Bude lenken. Der Boden für die Reklame war dadurch geebnet. Zahlreiche Ankündigungszettel von Artisten, Zirkuskünstlern, Hexenmeistern etc., die ihr Gewerbe auf Messen und Märkten ausübten, sind erhalten geblieben.

Die seßhaften Handwerker und Händler mußten sich von der Reklame zurückhalten, denn die strengen Ordnungen der Zünfte und Gilden verboten jede auffällige Reklame; der einzelne sollte nicht zum Nachteil seiner Kollegen zu rasch emporkommen. Viele Vorurteile mußten beseitigt werden, und neue Handelsformen waren notwendig, ehe sich der tüchtige Kaufmann offen der Reklame bedienen konnte.

Die Messplakate enthielten daher ausschließlich Ankündigungen von fahrenden Leuten, die mit allen Mitteln und Kräften bestrebt waren, das zahlende Publikum in ihre Bude zu locken, und je minderwertiger die Kunststücke waren, eine um so stärkere Reklame mußte gemacht werden.

Die ersten Plakate dieser Art stammen aus der ersten Hälfte des sechzehnten Jahrhunderts. Ein ganz besonders schönes Blatt ist eine venetianische Seiltänzeraffiche, bestehend aus zwei Holzstöcken in kräftigem, klarem Schnitt mit guter Raumeinteilung. Die einzelnen Gruppen sind geschickt zu einem Bilde vereinigt. Aus dem Jahre 1518 stammt ein Rostocker Lotterienplakat, das von dem mecklenburgischen Hofmaler Eberhard Altdorfer gezeichnet worden war und auf dem die Lotteriegewinne anschaulich und reizend dargestellt waren. Dieses Blatt kann wohl als das erste künstlerische deutsche Plakat angesehen werden.

Aus dem sechzehnten Jahrhundert sind uns nur ganz wenig Ankündigungszettel überliefert worden; die Affiche bildete eben immer ein gewöhnliches Alltagszeugnis, das man achtlos zugrunde gehen ließ. Die wenigen erhaltenen Blätter verdanken wir meist dem Zufall.

Im Zeitalter der Reformation lernte man den agitatorischen Wert des gedruckten Wortes erkennen, die Verbreitung von Wissen und Bildung durch den Humanismus, die starke Verwendung von Streitschriften, Flugblättern usw. förderten die Benutzung der Ankündigungszettel. Das gedruckte Wort hat im sechzehnten Jahrhundert die Massen stark beeinflusst.

Im Jahre 1583 erschienen zum erstenmal die Kölner Messrelationen des Michael von Nizing als die erste periodisch erscheinende deutsche Druckschrift. Der Nachhall all dieser Erscheinungen veranlaßte die geschäftsklugen Artisten, den Anschlagzettel immer mehr als Reklamehilfsmittel zu benutzen. Mit dem Beginn des siebzehnten Jahrhunderts muß das Anschlagwesen einen mächtigen Aufschwung genommen haben, wie viele bis auf den heutigen Tag erhaltene Ankündigungszettel von fahrenden Leuten zeigen.

Als ein großer Teil der Bevölkerung des Landes noch nicht kundig war, wurden ganzseitige Holzschnitte bevorzugt; gegen Ende des sechzehnten Jahrhunderts wurde den bildlichen Darstellungen regelmäßig ein erklärender, oft recht umständlicher Text hinzugefügt, der das Bild mehr in den Hintergrund rückte. Dies dauerte jedoch nicht lange. Wenn man die Entwicklung des Plakats weiter verfolgt, so findet man, daß in der nächsten Epoche dem Bilde wieder mehr Aufmerksamkeit geschenkt wurde; es nahm gewöhnlich die obere Hälfte in Anspruch, während auf der untern Hälfte die Beschreibung der Sehenswürdigkeit angebracht war; dadurch erhalten diese Zettel ein ziemlich gleichartiges Aussehen.

Meistens wurden einzelne Tiere vorgeführt, ein Elefant, ein