

nannte „Bier-Cabaret“, streng genommen, gar kein Cabaret im eigentlichen Sinne mehr, sondern eine „verfeinerte“ Abart des Variétés, die ihm dienenden Ankündigungen sollen daher hier Bürgerrecht genießen. Ganz scharf lässt sich ja aus begreiflichen Gründen die Grenzlinie überhaupt nicht ziehen; — so stehen z. B. die beiden ebenfalls von H a n s e n geschaffenen Plakate für Robert Steidl dem Cabaret näher als dem Variété. (Abb. 24 und 25). Für das letztere, welches auch im Plakat scharf umrissene, sich an die Menge wende-

doch bloß etwas von der Komik seiner Objekte in Bildform schlagkräftig zu konzentrieren, und das Plakat ist fertig! — So einfach ist aber die Sache in praxi nicht. Eine seltsame Anomalie in der Seele dieser Heroen und Heroinnen des Humors will nämlich, dass sie, deren Beruf es ist, über andere Leute zu witzeln, äusserst empfindlich dagegen sind, wenn man Witze über sie selber macht! So hält z. B. gerade der leuchtendste Stern unter den deutschen Humoristen garnichts von einer noch so geistreichen Uebersetzung seiner Persön-



Zirkusplakat

Abb. 13

nde Effekte braucht, ist ihre Vortragsweise bei allem Pariserischen „Schmiss“ der Darstellung zu elegant, zu illustrationsmässig, zu sehr das „gehobene Milieu“ der Zuhörerschaft betonend! Wichtig für das Plakat ist auch die unleugbare Bereicherung gewesen, die das Programm des Variétés von Seiten des Cabarets erfuhr, indem an Stelle der alten, abgegriffenen Typen des „Komikers“ und der „Chansonette“ humoristische Typen schärferer, eigenartigerer Prägung traten. Sobald sich das Individuum schärfer aus der Gattung herauslöst, findet sich auch für die Kunst ein besserer Boden; — in der Tat hat denn auch der grösste Teil der Variétéplakate den Zweck, diesen neuen Grössen des Humors ein Publikum zu werben. Die Aufgabe für den Künstler scheint leicht: Braucht er



Plakat mit Holzschnitten Abb. 14

1797

1782
lichkeit ins Plakatmässige, und lächelt lieber als vergrössertes photographisches Porträt, mit deutlicher Wiedergabe jeder wohlgekräuselten Locke und jedes Zahnes zwischen den fröhlich geöffneten Lippen, von den Anschlagssäulen herunter! Von diesem Standpunkte des Dargestellten aus, der nicht unterschätzt werden darf, ist U s a b a l s Severin, in seiner unstylisierten, elegant-realistischen Wiedergabe der persönlichen Erscheinung viel „wirksamer“, als der famose, den Menschen auf die kürzeste Formel bringende Kopf L e n i s, — vom künstlerischen ist die Wertung eher umgekehrt, trotz gewisser un-leugbarer farbiger Qualitäten des ersteren Plakats. Zum Glück scheint wenigstens ein Vertreter des derben Humors, wie P a u l B e c k e r s es ist, weniger empfindlich zu sein,