

hohes künstlerisches Niveau zu kommen. Aber, so schloss der Artikel: *ut desint vires* . . . Es ist jetzt an der Zeit sich wieder mit „The Poster“ zu beschäftigen; denn das rege Interesse, das man drüben unseren eigenen Bestrebungen entgegenbringt und das sich in der stetig wachsenden Zahl unserer amerikanischen Mitglieder dokumentiert, verdient, dass man wieder einmal die einzige Zeitschrift, die drüben über die Fortschritte der Plakatkunst unterrichten soll, unter die Lupe nimmt, in der Hoffnung, durch die Kritik ein wenig bessernd einzugreifen. Denn die Zeitschrift der man noch 1911 und 1912 ein gewisses künstlerisches Verständnis und eine langsame künstlerische Entwicklung nicht absprechen konnte, hat sich zu einem Organ ausgewachsen, in dem der Kitsch und die Geschmacklosigkeit wahre Orgien feiern. Um nur einiges zu erwähnen: Eine gradezu fanatische Vorliebe für Blumenranken und Blumendekoration an der ungeeignetsten Stelle scheint die Herausgeber ergriffen zu haben; sie bringen es fertig, auf einer Seite farbige Plakate abzubilden und die verschiedenartigsten Formate durch unmögliche Blumenstilisierungen zu verbinden und zu umrahmen und zerstören dadurch auch die geringste künstlerische Wirkung. Und dann die Anordnung und der Druck der Abbildungen! Bei uns würde es kaum ein Blatt untergeordneten Ranges wagen, die Abbildungen in dieser technischen Unvollkommenheit zu bringen und dabei noch gegen alle Gesetze künstlerischer Anordnung zu verstossen. Da sieht man z. B. auf einer Seite miniaturhaft verkleinerte Inseratplakate von Deutsch und zwar als Seitenumrahmung benutzt, mitten im Satzspiegel derselben Seite Autotypien von Plakaten, darunter und daneben unorganisch zerrissene und umrahmte Ankündigungen. Auf Schrift und Triff Geschmacklosigkeit. Ein eigenes Kapitel für sich bilden die redaktionellen Gepflogenheiten unbekümmertster Art: Da steht im Septemberheft 1913 der erste wirklich sachkundige und instruktive Artikel mit Abbildungen über unseren Bernhard von Arthur Wiener in New York. Voran geht eine Seite mit autotypisch abgebildeten Plakaten des Künstlers, die sich über- und untereinander schieben und sich gegen-

seitig die Wirkung nehmen; die anderen abgebildeten Plakate sind vollkommen unorganisch im Text verteilt, darunter eins von Gipkens und nicht von Bernhard, ein Versehen das den

Redakteuren oft passiert und nicht den Autoren der Aufsätze zur Last fällt. Dann bricht der Artikel mitten im Satze ab, und nach 40 Seiten endlosen Kitsches und seichter Nachrichten, die nichts mit der Reklamekunst zu tun haben und die mit aus dem Zusammenhang gerissenen Initialen geschmückt sind, steht nun in demselben Hefte die Fortsetzung des Bernhard-Artikels. Geradezu komisch wirkt es auf uns, wenn unter einer sehr schlechten einfarbigen Abbildung des so echt deutschen Plakates von Bernhard für Stillertiefel zu lesen ist: „A German Shoe Poster which follows the American Idea.“ Hier erübrigt sich jeder Kommentar. Beim Durchblättern der Hefte scheint es mir, dass die Herausgeber das unselige Bestreben haben, dem verrotteten Geschmack der Menge nachzugeben, statt kunst-erzieherisch zu wirken. Einen ganzen Artikel könnte man über die Unverfrorenheit schreiben, mit der die Herausgeber Bestehendes „umdichten“. Die Leser des „Plakats“ kennen die in unserem Januarheft 1913 veröffentlichten 10 besten Entwürfe unseres Siegelmarkenwettbewerb. Einen Preis erhielt damals ein Entwurf von Pfeffer, der in geschmackvoller Anordnung von Bild und Schrift eine Mappe zeigt, die von einem darübergebeugten Mann geöffnet gehalten wird; in der Mappe liegt ein weisses Blatt, auf dem unsere Bernhardsche Plakatdame dargestellt ist. Diese Siegelmarke, die dem Herausgeber des „Poster“ im März zu Gesicht kam, reizte ihn — zum Abzeichnen, nein, zum genauen Kopieren. — Er „schmückte“, wie unsere Abbildung zeigt, mit dem Entwurf sogleich das April-Heft 1913 des „Poster“, aber in welcher Verfassung! Der amerikanische „Umdichter“ hat offenbar garnicht gewusst, was er mit der „Plakatdame“ anfangen soll, und hat das schöne, kleine Signet vollkommen unkenntlich gemacht. Und der darübergebeugte Sammler ist zum grinsenden Satyr mit Manschetten geworden. Bei solcher Unverfrorenheit hört der

Max Rosenthal

