

anstalten auf den Plan getreten, — Verlags- und nicht Kunstanstalten, denn es macht sich auch in diesem Gebiet immer mehr die Arbeitsteilung geltend, die auf andern längst üblich ist. — William Baron, jetzt in Firma Heintz & Baron, dessen Plakate eben erwähnt wurden, hat für sein Hauptgebiet, kleine Drucksachen, die meist Selmar Bayer für ihn druckt, seine Verbindung mit Leonard aufrecht erhalten und einige weitere amüsante Dinge von ihm herausgegeben, so eine Speisekarte für das Restaurant Savarin, eine Getränkekarte mit lustigen Deckel- und Randzeichnungen für das Café des Westens und zahlreiche kleine Drucksachen in sehr origineller „Aufmachung“, für die auch Porta, Dely, Hahn, Krotowski, und andre teilweise ganz deliziose kleine Modezeichnungen geschaffen haben. Das Musikprogramm für das Café des Westens zeigt einen Holzschnitt von Pechstein, den nur der gut finden kann, der den Künstler überhaupt begreift, aber eine Druckausstattung, die in der Anordnung der Inserate vorbildlich ist. Als Kuriosum sei hier das ebenfalls bei Heintz & Baron verlegte Blatt für das Graphische Kabinett I. B. Neumann erwähnt, das von keinem Geringeren als dem seligen H. Daumier stammt, von R. Hoberg kopiert und auf den Stein gezeichnet und in der Panpresse gedruckt ist. — Selmar Bayer, der für den genannten Verlag druckt, arbeitet auch sonst erfolgreich auf unserm Gebiet. Er fertigt Reklamemarken, stellt die prächtigen Gipkensschen Ausstattungen für Sarotti her und hat sogar Plakate herausgebracht, von denen ich mich nur des allerdings recht schlimmen brandroten Zeichens für Robi Robin erinnere.

Auch R. Barnick hat sich erfolgreich mit Plakaten beschäftigt. Paul Tusches hier erschienenen Blatt für Pichelbräu ist ganz gut, weniger das für Färbol. Räder hat eine seiner reizvollen Sachen für Caramelbier hier drucken lassen und Oppenheim die ausgezeichneten Blätter für Adria Schinne und Moslemcigaretten, die schnell bekannt gewordenen drei Köpfe. Derselbe Künstler hat bei Weiner ein mittelmässiges Blatt für den Lunapark, bei Kreslawsky & Co. vier Plakate für das Uniontheater mit einer Idee, die besser als ihre Ausführung ist, und bei einer nicht genannten Anstalt ebenfalls mässige Blätter für Juhl und das Café Americain drucken lassen. Seine kleinen Arbeiten für S. Adam, Preislisten, Schaufensterplakate und vieles andre, sind nicht durchweg zu loben. Seine besten Arbeiten sind die bei Weylandt gedruckten, so das ausgezeichnete Plakat für die Portokontrolle Poko, die beiden ebenso guten für die Nitrallampe der A. E. G., deren Druck auch besondere Hervorhebung verdient, das preisgekrönte Plakat für Kaffee Hag, und die wirksame Ankündigung des Kunstschlusses Sesam, die auch als Inserat auffällt. Von andern Inseraten gefallen mir besonders die feinen, zarten Arbeiten für Michels & Co. und die wuchtigeren für Pianola. In diesem Zusammenhang seien gleich die andern Arbeiten der Kunstanstalt Arnold Weylandt besprochen, die sich immer in aufsteigender Linie bewegt und nach wie vor das Gebiet des Artistenplakats bevorzugt, — jedenfalls ein gutes Zeichen für den „Sieg der guten Sache“. Die Brüder Martin und Walter Lehmann-Steglitz sind mit den meisten, naturgemäss ziemlich ungleichen Arbeiten an der Produktion der Firma beteiligt. Wirklich gut sind die zwei Flaschen für Lachsliköre, das erst viel geschmähte aber dann mit Recht anerkannte Blatt für die „Pia“, das für das Weinhaus Trarbach und vor allem das jüngst erschienene für Rita Sacchetto. Auch die Plakate für Steidels Jagdausrüstung, Karaffengetränke

und Engelhardts Grisette-Cigaretten sind wertvolle Arbeiten. Für Zirkus Blumenfeld finden sich neben recht guten auch ziemlich mässige Blätter. Von geringerem Werte sind die Plakate für „Knie“ und die „Eva“, die wir wohl noch zur Genüge zu sehen haben werden, und misslungen scheinen mir die Blätter für Josetti Juno und das Dutzend Flaschen für Kantorowicz. Der Gesamteindruck des Werkes der beiden Brüder ist der eines nicht sehr eigenartigen, aber achtbaren Durchschnitts. Wenige, aber ausgezeichnete Arbeiten hat Paul Leni für die Vitascop-Gesellschaft geliefert, unter denen besonders das für die Berliner Range hervorgehoben sei. Josef Steiner stellt sich im Allgemeinen günstiger dar als früher und gemahnt manchmal mit seiner grossen, grotesken Linienführung und Farbengebung fast an Jossot. Schade, dass der Auftragskreis, für den er sich nun einmal eingearbeitet hat, das Publikum von kleinen Leuten, das er bei seinem Schaffen für das Passage-Panoptikum zu berücksichtigen hat, ihn an der Entfaltung seines Könnens dauernd verhindern. Die grün-roten Kongoweiber, der Kopf der Claire Waldorff entsprechen gewiss — oder hoffentlich — nicht dem, was ihm selbst künstlerisch zulässig erscheint. Besser sind noch die Feuerfresser, wirklich gut nur der grosse, äusserst komische Kopf für Funcke und das Plakat für Lucie Berber.

Was Hollerbaum & Schmidt hervorgebracht haben, überwiegt naturgemäss das der andern Kunstanstalten, — und nicht nur an Zahl. — Bernhard steht unerschüttert auf seiner Höhe. Von ihm verdient wirklich jede Arbeit — und es sind in diesem Jahr garnicht wenig — eine besondere Hervorhebung, wenn das in diesem Rahmen möglich wäre. Ausgezeichnet sind, um nur einige zu nennen, die Schriftplakate für die Faustspiele, mit dem raffiniert verwendeten roten Aufklebezettel und für die Ausstellung „Das Kind“, die prächtige zarte Rumplertaube für Manoli, das Adlerauto und das schwarze, rosenumrandete Schriftfeld für Café Astoria. Meisterhaft wird jetzt bei Bernhard die Beherrschung der Technik, mit der er die subtilsten Stoffeigenheiten der dargestellten Gegenstände gibt, so die verschiedenen Filz- und Kamelhaarschuhe, die Autohandschuhe Wikros, oder den duftigen Schaum des Thomasbiers. Am prächtigsten sind die Glanzeffekte in Gütermanns Nähseiden, mit denen er das vorjährige Blatt für Cords noch übertrumpft hat. Ich möchte übrigens nicht sagen, dass das gesteigerte Raffinement der Stoffdarstellung auch immer die Plakatwirkung gesteigert hätte. — Was Bernhard kann, hat er recht deutlich an einem inneren Wettbewerb der Kunstanstalt um ein reines Sachplakat für die Woche gezeigt, das nichts als den bekannten Umschlag der Zeitschrift darstellen sollte. Bei dieser reichlich undankbaren Aufgabe, an der sich auch Klinger, Erdt und Gipkens zu beteiligen hatten, hat er nach meinem Urteil bei Weitem den Vogel abgeschossen.

Klinger hat dies Jahr einige ausgezeichnete Blätter schaffen können, so das für das Farmermädel, das trotz der Beschränkung auf zwei Farben noch von hervorragender Wirkung ist, das für Maisfutter Siou, für die lustige Puppe und für die Faschingsredoute im Admiralspalast. Auch die Arbeiten für Erbonkel Weinkorn und — trotz der nicht angenehmen Farben — für den Mannheimer Maskenball sind gut. Dagegen erscheinen mir andre, wie das Tanzturnier, die schwarz-gelbe Kopfredoute und andre nur „Plakattutter“ aus dem Atelier Klinger. Amüsant bleiben natürlich seine Einfälle stets, und die immer neuen Varianten, die er für seine vier Zopfmänner des Flugplatzes