

Hier, nach dieser Richtung hin, winkt, so scheint es, vielleicht der Ausweg aus allen Nöten! Es rankt sich ja so vieles menschliche Erleben um den toten Eisenkörper eines solchen Dampfers, — Scheiden und Meiden, glückliche Fahrt, frohe Heimkehr, alle Zauber der Ferne, — dessen Widerspiegelung im Plakat ihm Reiz und Interesse geben kann. Und in der Tat wird dann auch

umschifft, aber die Charybdis lauert immer noch, lauert in der unleugbaren Tatsache, dass die so notwendige unauflösbare Verbindung zwischen dem Bild als solchem und dem Begriff, den es zu propagieren bestimmt ist, nicht hergestellt ist. Man denke sich z. B. die niederländischen Fischerfrauen, die auf einem ähnlichen, in der Gesamtwirkung recht reizvollen Plakat der Red



A. Hohenstein

Abb. 9

Plakat

Druck: J. L. Goffort, Brüssel



H. Cassiers

Abb. 10

Plakat

Druck: O. de Rycker et Mendel, Brüssel

öfters dieser rettende „Griff ins volle Menschenleben“ versucht: Schöne Frauen stehen grüssend an der Schiffsreeling (Abb. 9 von Hohenstein); allerlei flandrisches Küstenvolk blickt vom sandigen Strande Ostendes dem in See stehenden Dampfer nach (Abb. 10 u. 11 von Cassiers); dieser, der Dampfer ist damit seiner Alleinherrschaft entkleidet und wird zum Hintergrund oder zum Begleitmotiv für ein ins Plakatmässige übersetztes Genrebild. — Die Scylla der Langweiligkeit wird so

Star Line von Cassiers am Scheldeufer stehen (Abb. 12), etwas anders kostümiert, und dasselbe Plakat könnte ebenso gut die Ausfahrt eines Dampfers der Compagnie Transatlantique aus Havre, oder die eines Hapagdampfers aus der Elbmündung darstellen! Das ist vom geschäftlichen Standpunkt, — den man bei der Betrachtung und Würdigung von Plakatkunst nie aus dem Gesicht verlieren darf, — ein Fehler, denn gerade bei der verwirrenden Vielheit von Schifffahrtlinien, die alle zu dem-