

„Posters“

A critical study of the Development of poster design in continental Europe, England and America by Charles Matlack Price. Mit 42 farbigen Tafeln und 120 einfarbigen Abbildungen. Verlag von George W. Bricka, New York 1913, Preis \$ 15 (64 Mark).

Motto: „Wo viel Licht ist, ist viel Schatten“

Wenn man nach Titel, Dickleibigkeit, einer Zahl von 400 Seiten und Preis des vorliegenden Buches urteilt, durfte man ein Werk erwarten, wie wir es in Sponsels oder Maindrons Büchern besitzen. Das Aufbringen jeder einzelnen Abbildung auf eine besondere Tafel – was übrigens als besonderer Vorzug zu rühmen ist – das Mitzählen dieser und ihrer leeren Rückseiten als Textseiten liess meine Erwartungen wenigstens nach der Quantität des Gebotenen zusammenschumpfen. Nun folgte der allgemeine äussere Eindruck: Ein schlichter Einband, (sind Sie wirklich Amerikaner, Mr. Bricka?), ein rauhes Papier, eine geschmackvolle Type und anständiger Satz floss den neuen Vertrauen ein. Nun blätterte ich die Abbildungen durch, und meine Freude an dem neuen Werke wuchs. Es ist nicht mehr als billig, hier gleich der drei Firmen zu gedenken, die sich in die Herstellung der muster-giltigen Beilagen und Abbildungen teilten, die an Güte und Sauberkeit der Ausführung alle bisher erschienenen grossen Werke über Plakatkunst in den Schatten stellen: The Beck Engraving Company in Philadelphia, The consolidated Engraving Company in New York und The Electric City Engraving Company in Buffalo. Die sachlich-schlichte Art ihrer Aufbringung, ohne umgebende Ranken und Blümchen ist alles andere als amerikanisch, sie ist beinahe gut deutsch, und nur für den Fusstext hätte man eine stärkere Hervorhebung der Künstlernamen wünschen können, die von dem Titel des dargestellten Blattes – der ja auf den Bildern deutlich zu lesen und darum im Fusstext überhaupt überflüssig ist – etwas erdrückt werden. Die dazugesetzten Jahreszahlen der Entstehung der Blätter verstärken den Eindruck, dass es dem Verfasser ehrlich um ein „critical study“ in ästhetisch-wissenschaftlichem Sinne zu tun war; er betont dies auch in seinem Vorwort und tritt nun kurz in die Entwicklungsgeschichte des modernen Plakates ein, führt uns aber durch die Lektüre des Werkes aus lichtvollen Regionen bald in des „Schattens kühles Dunkel“. Überall da, wo Sponsels, Maindrons, von Zur Westens u. a. Werke ihm zur Seite standen, gibt er uns einen ganz geschickten Abriss der Plakatkunst, von Walker und Chéret an bis zu Hardy und Cassiers. Freilich will es schon hier scheinen, als fehlte ihm die richtige Distanz zu Werken wie denen Muchas, dem er ganz im Sinne einer seit 15 Jahren überwundenen Epoche, einen Haufen Abbildungen gönnt, ohne gewahr zu werden, wie kostbar jeder Platz ist, will man in 160 Abbildungen die Plakatkunst Europas und Amerikas erschöpfen. Doch hat er manches Blatt der letzten Jahre kennen gelernt, weist Hassall seinen Platz an und Will Owen, dem Humoristen der britischen Insel, kennt aber manchen nicht, dessen Fehlen hier bedenklich erscheint – ich nenne Jossot, Leandre, Capiello – Schönheitsfehler, die sich in Ländern wie Italien, Spanien, Holland, der Schweiz zu mehr als mangelhafter Sachkenntnis und süsser Ahnungslosigkeit ausgewachsen. Mit 1½ (sprich ein und einer halben) Seite Text,

vier Abbildungen von Hohlwein, einer von Toppel, einer von Obermeier und einer eines Anonymus mit einem schlechten Blatt für Bosch-Magnet wird Deutschland mit kühner Handbewegung erledigt. Hohlwein scheint ihm die Incarnation unserer Plakatkunst zu sein. Humorvoller als jede Kritik klingen des Verfassers köstliche Worte: „Closely allied, if not directly influenced by Hohlwein are such German designers as Weisgerber, Hans Rudi Erdt, Julius Klinger, Ludwig (!) Bernhard, Paul Scheurich, Bergmüller (ich höre immer „Bergmüller“!) R. Witzel, G. (!) Moos and Otto Obermeier.“ Schrum, hier die Geschichte der deutschen Plakatkunst in den 20 Jahren ihres Erdenwallens! Doch nein, noch ein Erguss über den „gigantic and diabolic chauffeur“ des Boschplakates, und souverän schreitet Mr. Price mit derselben Tiefgründigkeit zu anderen Ländern. Man könnte ärgerlich werden, wenn man bedenkt, dass der Herausgeber des Werkes unsere Zeitschrift kennt und uns sogar schon Schmeichelhaftes über ihren Inhalt gesagt hat. Aber schon der alte Seneca hat gesagt, dass man sich über zwei Dinge nicht ärgern soll: Solche, die noch, und solche, die nicht mehr zu ändern sind. Mehr als die Hälfte des Werkes nimmt nun Amerika in Anspruch – wieder fehlt die Distanz zu der Stellung der Künstler und ihrer Arbeiten im Weltgetümmel der Plakate, aber man findet den Autor hier doch wenigstens gut beschlagen und lernt manches reizende Blatt kennen, das auch dem eifrigsten Sammler neu und überraschend ist. Für Bradley, Penfield, Parrish und Leyendecker – in dessen fabelhaften Modezeichnungen wir etwas schadenfroh die Vorbilder unseres Königs der Konfektionszeichner erkennen, – braucht man kaum noch die Reklametrommel zu rühren, aber wir freuen uns, dass auch im jungen amerikanischen Nachwuchs Namen auftauchen, die man sich zu merken hat, will man die amerikanische Reklamekunst von 1914 wirklich kennen! Cooper, May Treidler, Wildhack, – noch mancher andere wird uns in guten Blättern gezeigt, und es ist erfreulich, dass Bricka, der Verleger, in einem besonderen Kapitel uns eine Anzahl „Magazine Covers“ vorführt, die diese Spezialkunst der Amerikaner in schönster Beleuchtung zeigt. Hier bin ich wieder beim „Licht“ angelangt, mit dem ich meine kurze Kritik auch schliessen will. Mag im grossen ganzen der Kitsch in wenigen Ländern solche Orgien feiern wie bei den Amerikanern, mag der Geschmack der grossen Masse noch weit unter unserm Durchschnittsniveau stehen, – es gibt, vereinzelt freilich, noch immer starke künstlerische Individualitäten auch drüben, und diese lehrt uns das Buch schätzen und lieben, als ein vorzügliches Nachschlagewerk für gute amerikanische Plakat- und Reklamekunst.

Sachs.



Kalenderbuch von Otto Elsner Kunstdruck, Berlin

Ein Muster deutscher Druckkunst ist dieses Kalenderbuch, das vielleicht besser ein Geschäftstagebuch zu nennen wäre, da es in der Hauptsache bestimmt ist zur Aufnahme und Erinnerung wertvoller Gedanken aller geistig Regen. Man sieht es dem Buche an, dass bei der Herstellung weder Kosten noch Mühe gescheut wurden, um etwas Hervorragendes zu schaffen. Künstler und Drucker haben dazu ihr Bestes