

Besonders populär gemacht hat sich von den Humoristen Tony Sarg durch seine feinen und amüsanten Studien von Londoner Volkshaufen, die aus der Vogelperspektive, meistens von oben verkürzt, gesehen und in starker Bewegung wie von einem Photographen in einer plötzlichen, charakteristischen Stellung festgehalten, gegeben sind. Sarg ist ein deutscher Zeichner, dem es hervorragend gelungen ist, die englische Volksseele zu erfassen. Derselbe Künstler hat vor einiger Zeit in einer ernsteren Stimmung eine Serie sehr lebendiger Plakate für die Untergrundbahn herausgebracht. Sie zeigen berühmte Männer mit einer historischen Szene oder mit Gruppen als Hintergrund. Die Farbe ist reiner und reicher als in Sargs anderen Arbeiten, doch leidet die Kraft und Sicherheit der Linie etwas durch die wie eine Kohlezeichnung anmutende Tupfmanier, in der die schwarzen Stellen ausgeführt sind.

Harry Rowntree, der ausgezeichnete Tiermaler, hat vor einiger Zeit durch ein kraftvolles und dramatisches Plakat in sehr grossem Format Aufsehen erregt. Es stellt einen Seehund dar, der von einem Eisbären auf wogendem Meer verfolgt wird. Die Behandlung ist leider recht naturalistisch, in einem Stil, auf den englische Geschäftsleute immer noch bestehen, wie der Künstler mir eines Abends im Sketch-Club klagte. Das rein Dekorative, das Symbolische, das Moderne muss eben immer noch bei den englischen Philistern mit ihrem Mangel an ästhetischem Gefühl um seine Daseinsberechtigung kämpfen. Für die Mehrzahl dieser Leute ist ein Plakat immer noch ein Bild, und ein Bild gleichbedeutend mit einem hübsch kolorierten Druck auf Glanzpapier, der ein süßes, geziert lächelndes, junges Mädchen darstellt. Bei Zeitschriftenumschlägen zum Beispiel treibt diese süßliche Manier, rosige und schale, nichtssagende Gesichter einer „süssen Sechzehnjährigen“ zu geben, allmonatlich reiche Blüte; so sieht eben die Kunst der ungebildeten Leute aus, wie sie zum Beispiel in Amerika durch die süßliche, abgeschmackte Art Harrison Fishers populär geworden ist.

Nichtsdestoweniger liegt eine bevorstehende Veränderung, eine Entwicklung in der Luft. Revolutionäre Geister wie Leon Bakst, Max Reinhardt, Granville Barker die Futuristen, haben die Feste des schlechten Geschmacks und der ästhetischen Urteilslosigkeit erschüttert. Das Misstrauen, das man ausländischen Einflüssen entgegenbrachte, verwandelt sich allmählich in Verständnis und Bewunderung. Der englische Drucker sucht es seinem Kollegen auf dem Festland gleichzutun, bis jetzt mit leidlichem Erfolg.

In diesem Geiste ist hier in London kürzlich die „Society of Poster Art“ gegründet worden. Ihre Ideale entsprechen ungefähr denen des Vereins der Plakatkreunde, und sie wünscht nichts mehr, als mit ihnen eine freundschaftliche internationale Gemeinschaft zu bilden. Diese S. P. A. hat auch bereits die Propagandamarktenbewegung in England eingeführt und hofft, sie auf einem hohen künstlerischen Niveau zu halten. Dabei ist ihr ein Preisausschreiben der Evening News, die durch ihre Propaganda das Publikum für die Plakatkunst zu interessieren suchte, sehr von Nutzen gewesen. Diese Zeitung hat in löblicher Unternehmungslust einen Preis für die beste Zeichnung einer Propagandamarke für eigene Reklamezwecke ausgeschrieben. Sie warnt die Bewerber eindringlich, sich nicht aus Bequemlichkeit an das Alltägliche, Flache, das Sentimentale oder nur Malerische zu halten, diese Lieblingsgötzen des ideenarmen Reklame-

interessenten, der den englischen Plakatkünstler ganz in ihrer Macht hat. Die Beteiligung war fabelhaft. Die Zeichnungen regneten förmlich herein, Haufen unmöglichen Dilettantkitschs natürlich, aber darunter zweifellos manch echter Edelstein, manch seltenes, neues Talent. Es ist mit Freude zu begrüßen, dass eine Zeitung mit einem so grossen Leserkreis die ästhetischen Möglichkeiten der Bewegung aufgegriffen hat und ihr so von Anfang an eine grosse Unterstützung zu Teil werden lässt.

Auch manchen andern Erfolg hat die Society of Poster Art schon zu verzeichnen. Hervorragende Künstler wie Walter Crane, Sir Edward Poynter, Frank Brangwyn, Byam Shaw, John Hassall und andere haben lebhaftes Interesse für die Ziele und Zwecke des Vereins bezeugt, und die Presse hat sein Entstehen mit Begeisterung begrüsst.

Ein kluger Mann hat einmal gesagt, die Anschlagtafeln sind die Kunstaussstellung fürs Volk. Die riesige Fläche der hölzernen Zäune, die kahlen Mauern und Hauswände, die in England für diesen Zweck verwandt werden, sichern dem Plakat einen gewaltigen Einfluss auf den Geschmack und die Phantasie der Massen, besonders auf die Jugend. Der böse Einfluss schlechter Zeichnungen und falscher Schriftanordnung ist jetzt zur Genüge erkannt, so dass das Plakat, das von Meisterhand stammt, zum Pfadfinder für die Kunst, zum Herold für das geschäftliche Leben werden kann.

Herman Scheffauer



Schweizer Brief



Im letzten Jahre haben in der Schweiz verschiedene Plakat-Ausstellungen die Aufmerksamkeit eines grösseren Publikums auf unsere Spezialität gelenkt. In Basel gaben die dortigen Künstler eine fast lückenlose Übersicht über ihr Schaffen auf diesem Gebiete. Es war Gelegenheit geboten, die schönen graphischen Arbeiten von Burkard Mangold, Rob. Strüdel, Kammüller, Beuermann und andere in schöner Anordnung zu sehen und zu bewundern. Ähnlich arrangierten die Genfer eine grössere Plakat-Ausstellung im Museum Rath. Bei beiden Veranstaltungen war das Zusammenarbeiten der Künstler mit den Druckereien in den Vordergrund gerückt. In Basel stand obenan Burkard Mangold, dessen Arbeiten dort fast ausnahmslos von W. Wassermann gedruckt sind, während in Genf J. Courvoisier dominierte, als Hauptmitarbeiter bei der Société Sonor.

Dann folgte im letzten Februar Zürich, wo anlässlich der Theaterkunst-Ausstellung auch eine Plakatwand mit bezüglichen Affichen aufgestellt war, hauptsächlich schweizerischen und deutschen Ursprungs.

Daneben wurden noch Vorträge mit Demonstrationen zur Popularisierung der künstlerischen Propaganda gehalten. Das „berühmteste“ Schweizerplakat ist zur Zeit dasjenige von Emil Cardinaux, welches bei der Plakatkonkurrenz für die Landesausstellung in Bern mit dem 1. Preise von 2000 Franken ausgezeichnet wurde. Soviel Geld für einen Plakatentwurf auszuwerfen, ist von vielen Leuten als etwas Ausserordentliches empfunden worden. Um so lebhafter setzte die Kritik ein, als dies Plakat angeschlagen wurde und so unter die Augen des Volkes kam. Sofort ward es