

gewerbler, die sich nur so nebenbei mit diesem schönen, jedoch einen ganzen Mann verlangenden Kunstzweige befassten. Nichtsdestoweniger können wir uns auf hervorragende Schöpfungen aus dieser späteren Periode (1900–1905) berufen. Von den Malern seien Vaszary (Abb. 22), Fényes (Abb. 3), Ferenczy, Iványi - Grünwald, Márk, dann von den Kunstgewerbetreibenden Helbing, Pfeiffer usw. erwähnt.

Trotzdem können wir bis in die letzte Zeit von einem gewissen Stagnieren unserer Plakatkunst sprechen. Die Ursache hiervon ist einesteils in unseren unseligen kaufmännischen und industriellen Verhältnissen zu

herrschaftliche Passion, für überflüssige Geldverschwendung. Und wenn sie doch plakatieren und dann die in Verkehr gebrachte Ware einschlägt, vergisst man leicht und gern, dass zu diesem Erfolg vielleicht auch die künstlerische Reklame ihren Teil beigetragen haben mochte. Über die Gevatterschaft, über diese anti-kulturelle und internationale Krankheit der absoluten Kunst will ich überhaupt nicht weiter sprechen; leider kennt man diese Krankheit ebensogut in Deutschland, wie bei uns.

Nach dem Gesagten darf man mit Recht staunen, dass wir trotz alledem solche Erfolge aufzuweisen haben,



L. Kozma

Abb. 21

Plakat

Druck: V. Grund, Budapest



J. Vaszary

Abb. 22

Plakat

Druck: Kunossy, Budapest

suchen, andererseits aber in dem unentwickelten Kultur- und schlecht aufgefassten Geschäftsempfinden unserer Kaufleute und Industriellen. Das, was heute schon der kleinste amerikanische Kaufmann weiss, das haben unsere Geschäftsleute noch nicht recht eingesehen und in seiner ganzen Tragweite richtig zu schätzen verstanden, nämlich: gute Reklame – halber Erfolg. In dieser Hinsicht dominieren bei uns auch heute noch zwei Gesichtspunkte; der eine, dass die künstlerische Reklame als Luxus aufgefasst wird, der zweite die Gevatterschaft.

Die meisten Fabrikanten und Industriellen halten die Ausführung guter Plakate für eine schlecht verstandene

wie die, auf die wir uns berufen können. Denn auch ich behaupte nicht, dass die oben erwähnten beiden Faktoren ausschliesslich zur Schaffung guter Reklame beitragen. Es gibt noch andere Motive, und zwar in neuerer Zeit immer mehr und mehr. Die sich stetig entwickelnde gesunde geschäftliche Auffassung, das immer feiner werdende künstlerische Empfinden des grossen Publikums und schliesslich die grosse Konkurrenz tragen zu dem Erfolge im Auslande wie bei uns das Ihrige bei. Heute verfügen wir schon über Druckereiunternehmungen, sogar über private Firmen, die engagierte Reklamezeichner haben, wir haben schon eine moderne starke kunstgewerbliche