



Abb. 43

Werbeplakat für die holländischen Kolonialtruppen 1910

erinnere, deren Darstellungen sich vielfach auf die Kriegereignisse der letztvergangenen Zeit bezogen, so habe ich alles angeführt, was mir von älterer Reklamekunst mit kriegerischem Einschlag einfällt.

Auch in der modernen Plakatkunst begegnen uns militärische Szenen nicht allzu häufig. Wenn sie vorkamen, war meist eine Posse wie der Feldherrnhügel, oder eine Cirkuspantomine oder ein Schlachtenpanorama die Ursache; ein hier wiedergegebenes treffliches Blatt von dem Basler Burkhard Mangold gehört z. B. zur letzten Gruppe. (Abb. 72) Auch an Caran d'Ache ausgezeichnetes Kosakenplakat für eine Exposition russe und seine Affiche für ein Konzert einer russischen Militärkapelle sowie an die giftige Schilderung deutscher Offiziere und Soldaten auf Toulouse-Lautrecs „Babylon d'Allemagne“ sei hier erinnert. Wie gesagt, das waren verhältnismässig seltene Ausnahmen, während heute die Feldgrauen mit ihren Bedürfnissen unsere Plakatsäulen und die Anzeigenteile unserer Zeitungen beherrschen. Noch mehr tritt der kriegerische Geist der Zeit in den Fenstern der Buchhandlungen hervor, selbst derjenigen, die im Frieden hauptsächlich auf die Bedürfnisse von Aestheten und feinschmeckerischen Bibliophilen zugeschnitten waren. Der grösste

Teil der Auslagen wird von Büchern, Broschüren, Lieferungswerken, Zeitschriften eingenommen, deren Umschläge durch Schlachtenbilder, soldatische Typen, Karrikaturen, Allegorien oder Symbole auf den Weltkrieg deuten. Eine beträchtliche Anzahl davon ist in diesem und in früheren Heften unserer Zeitschrift zusammengetragen, und leicht liesse sich die Menge um ein vielfaches vermehren. Nicht anders wird es vermutlich im Ausland aussehen; englische, französische, ungarische Beispiele, die darauf schliessen lassen, finden wir hier wiedergegeben, ja sogar eine holländische Zeitungsanzeige, die beweist, dass man auch bei den Neutralen den Soldaten Liebesgaben in Gestalt von „Mobilisatiekistjes“ sendet – Käse, Leberpastete, Sardinen, Marmelade, Chocolate, 2 Bouillonwürfel, 20 Zigaretten – alles zusammen für 95 cents. Hoffentlich ist der Inhalt so gut, wie er billig ist. (Abb. 73) Wenn erst nach Friedensschluss das gesamte in- und ausländische Material vorliegen wird, so wird es sicherlich Stoff für eine vergleichende Untersuchung von vielseitigem Interesse abgeben, allerdings wohl vorwiegend in stofflicher Beziehung. Denn nach dem bisher Bekanntgewordenen werden wir vermuten dürfen, dass der Krieg auf diesem Gebiete zwar ein ganze Menge tüchtiges Mittelgut, aber



Abb. 44

Englisches Werbeplakat 1914.