

franzosen Alfons Mucha oder die duftige Landschaftsstimmung eines H. Rivière, Grün, de Feure, Rochegrosse, Willette, Valloton, Verneuil, Réalier-Dumas, wie die Belgier van Rysselberghe, Privat-Livemont, Meunier, Rassenfosse und zahlreiche ihrer Volksgenossen predigten ein neues Evangelium, das zum Teil auf japanische Farbenholzschnitte zurückgriff.

Und dazu kamen die Engländer, in erster Reihe die Brüder Beggartstaff und A. Beardsley, die mit ihrer großzügigen Flächigkeit die älteren Versuche eines Walter Crane und Genossen in den Hintergrund gedrängt haben, schließlich noch gewandte Amerikaner wie Bradley, Penfield oder Rhead. — Das wesentlichste dieser neuen Produktion vermittelte uns bald ein wichtiges Buch, nämlich J. L. Sponsels „Das moderne Plakat“ (Dresden 1897).

Mehr als einer allgemeinen Anregung bedurfte es nicht, um das deutsche Plakat bald auf eine ganz andere Basis zu stellen, wie ja auch

bei Kunstgläsern,

Möbeln, Druckstoffen, Plaketten, Steinzeug und Schmuck verschiedene Selbständigkeitsversuche der westlichen Nachbarn bald zu einschneidenden Veränderungen geführt haben. Der Sauerteig war nun

da. Das Gemälde und das Diplom mußte nun zum Plakat umgestaltet werden; es mußte richtige Flächenkunst entstehen, künstlerisch und kommerziell gleich brauchbar, aber möglichst gleich anfangs mit Beseitigung der leicht wahrnehmbaren Mängel des Auslandes, in erster Reihe mit der Einschränkung und Disziplinierung der Schrift, die nun nicht mehr als Nebensache behandelt werden durfte. Die alte Steindrucktechnik mit ihren zuvielen Farbenplatten wurde durch eine viel wirkungsvollere neue mit nur

wenig Steinen aber kräftigen Tönen ersetzt. Und wenn die berühmten alten Herren nur wenig Zeit und Lust hatten, unausgesetzt Hand in Hand mit und in der Steindruckerei zu arbeiten, so mußte eben ein neues Geschlecht heranwachsen, das nach dem unsere ganze Zeit beherrschenden Gesetze der Spezialisierung vorwiegend oder ausschließlich seine Arbeitskraft dem Schaffen einer

neuen deutschen Plakatkunst zu weihen entschlossen war. Hatte man erst diese schöne Aufgabe richtig erkannt, so strömten auch schon überall tüchtige, jüngere Künstler herbei in allen deutschen Gauen, auch in Oesterreich und in der Schweiz, desgleichen in Ungarn und Skandinavien, die in der Kunst- und Stilentwicklung den naturgemäßen Anschluß an das deutsche Reich nicht vernachlässigten.

Die Bahnbrecher der deutschen Plakatkunst, die in Süd und Nord in den letzten Jahren des 19. und ersten Jahren des 20. Jahrhunderts einen staunenswerten Wettstreit miteinander entfalteten, um Versäumtes nachzuholen, Fremdes zu assimilieren, Unvollkommenes zu bessern, ja neue Gesetze künstlerischer Plakatwirkung zu schaffen und durch gute entwicklungsfähige Beispiele zu belegen,

sowie den unfruchtbaren Boden erst vorzubereiten für den stärkeren Sonderkünstler, deren Ruf sie nur zu bald vielfach überstrahlen sollte, — diese ersten Pioniere unseres Plakats verdienen gewiß unseren warmen Dank, weshalb auch der Herausgeber dieser Zeitschrift — schon um dem ab und zu vernehmbaren, jedoch unberechtigten Vorwurf kunstkritischer Einseitigkeit zu begegnen — sich entschlossen hat, ihrem Werke eine zwanglose Reihe von Aufsätzen zu widmen.



Abb. 5 JOHANN VINCENZ CISSARZ / Plakat (1900)
Druck: Theodor Beyer, Dresden.