

eigenes Geschäftsinteresse allen Beziehern seiner Arzneien. Uebrigens konnten sich seine Etiketten in ihrer äußeren Aufmachung wohl sehen lassen, noch hübscher waren freilich die der Apotheke zum König Salomo in der Jägerstraße (Bild 64, 65, 69). Sie verfügte über eine ungewöhnlich reiche Auswahl der verschiedensten Klebezettel für alle möglichen Zwecke, aromatische Magenmorsellen, esprit aromatique für Bäder, Lakritzsaff, Gesundheitssyrup, Waschpulver, aromatische Schokolade, Zahnpulver u. a., alle mit geschmackvollen Ornamenten im klassischen Stil geziert. Aehnlich stattete die von Altensche Apotheke, deren Sitz ich leider nicht kenne, ihre Packungen aus; das Buchgewerbemuseum besitzt von ihr prächtige Stücke in seiner umfangreichen, meist in unzerschnittenen Bogen erhaltenen Sammlung von Apotheker-Etiketten (Bild 63). Hier kann man auch den Niedergang dieses Zweiges der Gebrauchsgraphik verfolgen, der sich mit dem Aufkommen des Steindrucks schnell vollzieht.

XIX. HUTMACHER-ETIKETTEN

Seit dem Ausgange des 18. Jahrhunderts finden sich nicht selten kreisrunde Etiketten von etwa 20 cm Durchmesser, die die Firma eines Hutmachers tragen. Ihr Aufkommen fällt mit dem der hohen Hüte zusammen; auf die Innenseite ihres oberen Abschlusses, die ja auch heute meist die Firma trägt, wurden sie offenbar aufgeklebt. Die Darstellungen beziehen sich regelmäßig auf Hutmode oder Hutfabrikation. So blickt man auf dem Etikett des Hutfabrikanten Johann Gulder in



Bild 94. Geschäftskarte des Kunsthändlers J. Fr. Frauenholz. Um 1790. Radierung von Heller von Hallerstein. Germanisches Museum, Nürnberg. (Zu Seite 212)

Amberg (Bild 69) durch das Fenster in eine Hutmacherwerkstatt; ein zylindergeschmückter Jäger bringt einen erlegten Hasen, und allerlei Tiere, die mit ihren Haaren oder Fellen zur Herstellung der hohen Hüte beitragen müssen, beleben die Landschaft. Auf einem anderen Blatte, dem der Aufdruck der Firma noch fehlt, müssen sich sogar antike Gottheiten dazu hergeben, eine Stange mit Zylinderhüten zu halten (Bild 68). Derartige Etiketten sind bis

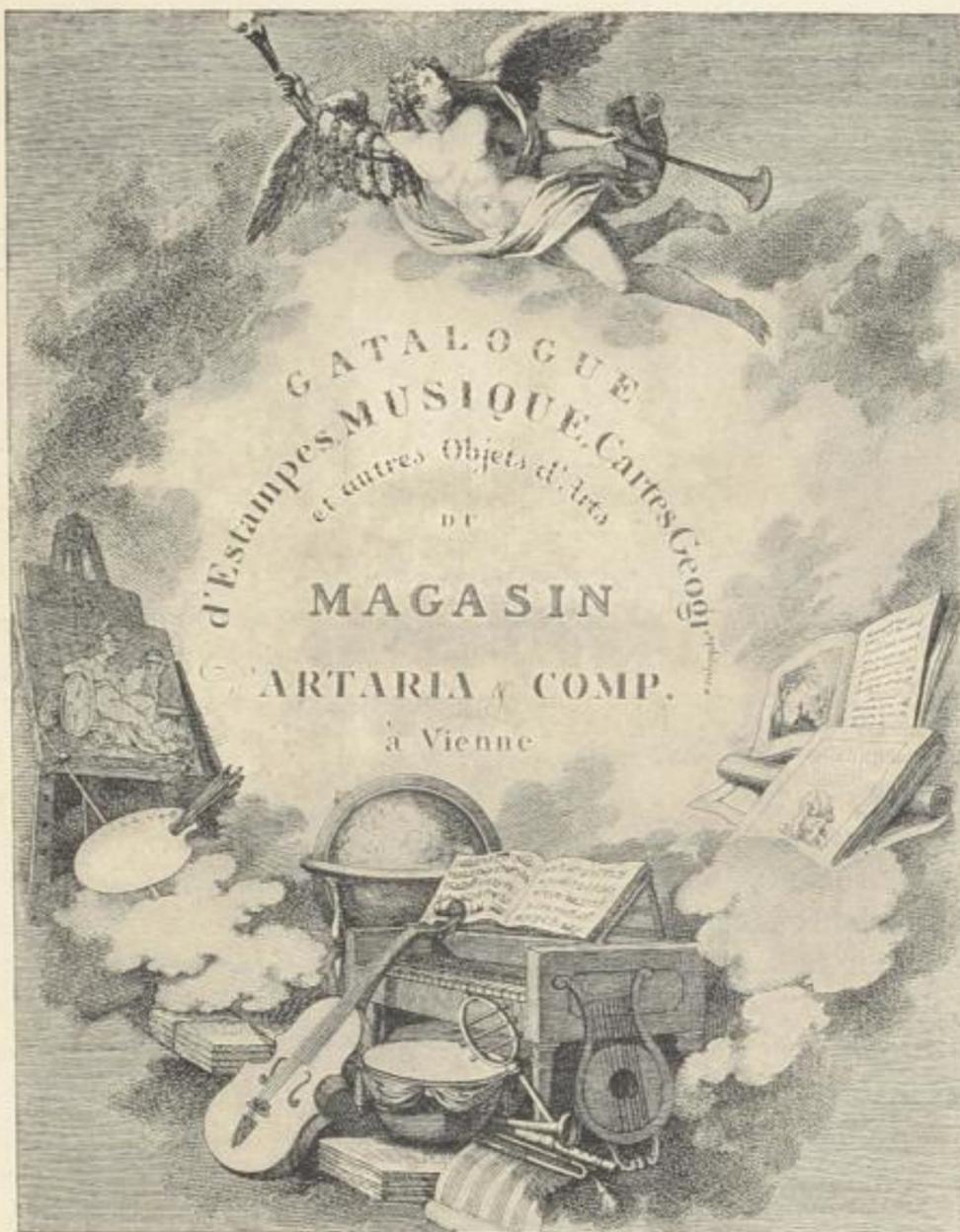


Bild 95. Katalogtitel der Kunst- und Musikalienhandlung von Artaria & Co., Wien Ende des 18. Jahrhunderts. Kupferstich. (Sammlung von Zur Westen). (Zu Seite 213)

tief ins 19. Jahrhundert hinein in Gebrauch geblieben; aber ihre Motive wurden oft wunderlich ausgewählt. Als Beispiel diene das der Braunschweiger Hutfabrik von Johann Friedrich Sprung (Bild 70), eine Lithographie aus der Zeit um 1830 mit dem Bilde der damals vergötterten Sängerin Henriette Sontag. Ein an dieser Stelle noch befremdlicherer Vorwurf findet sich auf dem gleichfalls lithographierten Etikett der Königsberger Hutfabrik von Schubert, eine Mutter Gottes mit dem Jesuskinde (Abdruck in meiner Sammlung).

XX. GESCHAEFTSKARTEN DES 17. UND 18. JAHRHUNDERTS

Das 18. Jahrhundert ist die künstlerische Blütezeit der Geschäftskarte. Nie vorher und nie nachher sind gleich vollwertige Kunstwerke auf diesem Gebiete geschaffen worden. Freilich beschränkt sich dieser Glanz in der Hauptsache auf Frankreich; nimmt doch in den Werken seiner bedeutendsten Griffelkünstler die Gebrauchsgraphik überhaupt eine wichtige Stelle ein. Mit einigen Arbeiten