



Bild 109. Plakat des Hôtel du Sauvage in Basel. Um 1840. Steindruck von N. Welf. Sammlung von Zur Westen. (Zu Seite 220)

eines bekannten deutschen Fabrikantennamens und ähnliche erbauliche Ausländereien aus neuerer Zeit?

Auch Johann Wolfgang Goethe mag in seiner lustigen Leipziger Studentenzeit gelegentlich Gast im Blauen Engel gewesen sein. In der Regel aber hatte er sein Hauptquartier, wie er selbst erzählt, „in einem kleinen Gast- oder Weinhaus aufgeschlagen, das im Brühl lag und dessen Wirt Schönkopf hieß“. Dort hatte er seinen Mittagstisch, dorthin zog ihn vor allem die Tochter des Hauses, das muntere Kätchen, das in der Laune des Verliebten und im Leipziger Liederbuch fortlebt. Um ihrem Vater gefällig zu sein, hat Goethe sogar einen Abstecher in die Reklamekunst unternommen und für ihn ein Flaschenetikett radiert (Bild 84). Der Dichter hatte sich damals bei dem Kupferstecher Stock in dieser Kunst, deren „reinliche Technik“ ihn reizte, geübt und ein Niederschlag dieser Bemühungen war neben zwei Landschaftsradiierungen und einem Exlibris für Kätchen das eben erwähnte Etikett. Das gefällig komponierte und sorgfältig ausgeführte Blättchen läßt in seiner klassizistischen Schlichtheit den Einfluß von Goethes Zeichenlehrer Adam Friedrich Oeser erkennen, der ein abgesagter Feind des Schnörkel- und Muschelwesens und des ganzen barocken Geschmacks war, wie Goethe in Dichtung und Wahrheit bemerkt.

Einem Nebenbetriebe des Gasthausunternehmens diente ein wohl dem zweiten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts angehöriges Blatt, durch das der Wirt des Gasthauses „Zu den roten Forellen“ in Ilsenburg Maultiere zum Ritt auf den Brocken, das Stück zu einem Taler, fünf Silbergroschen empfahl (Bild 90). Man sieht, eine wie bequeme Sache eine Brockenbesteigung damals bereits geworden war, während

Goethe 40 Jahre vorher noch von des gefürchteten Gipfel schneebehangenem Scheitel redete. Immerhin führten im Jahrzehnt von 1809 bis 1819 jährlich nur etwa 1100 Personen das Unternehmen aus, während etwa 80000 gegenwärtig Gäste des Brockengasthauses werden.

XXII. GESTOCHENE ADRESSKARTEN VON KUNSTLERN UND KUNSTHANDLUNGEN

„Achetez mes petites eaux-fortes“ schrieb der sächsische Kupferstecher Johann Eleazar Schenau auf das Titelblatt einer Folge von Radierungen, die er 1751 in Paris herausgab. Es war der Hilferuf eines schwer mit Nahrungssorgen kämpfenden Menschen, daneben aber auch der Werberuf des Geschäftsmannes, der der Künstler damals noch mehr war, als in späteren Zeiten. Freilich war es nicht mehr wie im 16. Jahrhundert, wo selbst Albrecht Dürers Ehefrau die Kunstblätter ihres Mannes auf dem Markte feilbot. Aber auch im 18. Jahrhundert fühlte sich der Künstler noch in hohem Grade als Handwerker, der für vorkommenden Bedarf seine Dienste anbot und für den Absatz seiner Ware selbst sorgte. Der verfeinerte Ehrbegriff, das gesteigerte Standesbewußtsein des Künstlers setzte sich erst ganz allmählich von Frankreich aus durch. Zumal für die Griffelkünstler war die Personalunion von Künstler und Kunsthändler etwas sehr häufiges, nicht minder die von Künstler



Bild 110. Geschäftliche Ankündigung des Mechanicus und Opticus F. G. Wießner in Leipzig. Lithographie von F. O. Fricke. Stadtgeschichtliches Museum in Leipzig. (Zu Seite 220)