



Bild 122. Geschäftskarte einer unbekanntten Firma. Lithographie von Wilhelm Scholz
Sammlung von Zur Westen. (Zu Seite 223)

eine künstlerische Aufgabe machen – sofort hält man nichts mehr für seiner unwürdig Das Leben hat für verneinende Gesinnungstüchtigkeit der Jugend wenig übrig nach solcher Seite hin“. (Brief vom 6. 2. 1890, A. v. Menzels Briefe, Berlin 1914, Seite 227). Hier spricht der nüchterne praktische Sinn des Berlinertums, der dazu geführt hat, daß in der preußischen Hauptstadt bis zu den siebziger Jahren das meiste des nicht allzuvielen Guten geleistet wurde, das Deutschland im 19. Jahrhundert bis dahin auf dem Gebiete der Gebrauchsgraphik hervorgebracht hatte.

In zweifacher Richtung verändert sich unter der Herrschaft des Steindrucks das Wesen der Reklamekunst. Einmal geht sie in die Breite, gewinnt mit dem Anwachsen der Großstädte ständig an Umfang, andererseits drängt sie an die breite Öffentlichkeit und erstrebt durch Verwendung größerer Formate stärkere Wirkungen. Infolgedessen erlangt das Plakat allmählich eine immer höhere Bedeutung. Auch hier bleibt der Kreis der Auftraggeber in der Hauptsache zunächst der alte. Mustert man die Abbildungen von Plakaten, wie sie auf Straßenansichten und anderen Bildern aus der ersten Hälfte des vorigen Jahrhunderts gelegentlich vorkommen, so findet man fast nur illustrierte Anzeigen von Zirkussen, Menagerien, Tanzlokalen und sonstigen Vergnügungstätten. Auch die Darstellung der ältesten Berliner Anschlagssäule, die vor der Druckerei ihres Errichters Ernst Littfaß an der Adlerstraße stand und uns in einer Lithographie von Nordmann erhalten ist, bestätigt diesen Eindruck. Nebenbei bemerkt sollten die Littfaßsäulen ursprünglich gleichzeitig als Brunnen und als Bedürfnisanstalten dienen. Ob man überhaupt einen Versuch mit dieser seltsamen Verbindung gemacht hat, weiß ich nicht. Die beiden

auf der Nordmannschen Lithographie sichtbaren Plakate zeigen uns, daß sich deren Aussehen gegen früher gewaltig verändert hatte. An die Stelle der immer kunstloser gewordenen, gewissermaßen nur andeutenden Holzschnitte sind nunmehr nach malerischer Wirkung strebende Bilder geworden, die durch ihre Größe und vor allem durch eine sich dem Auge aufdrängende Schrift im Straßengetriebe der werdenden Großstadt um Beachtung ringen sollten.

Die Entwicklung des Plakats zum umfangreichen Bilde ist das hauptsächliche Ergebnis des Weges, den die Reklamekunst seit 1820 zurückgelegt hat. Die männlichen und weiblichen Sterne der Arena und des Variétés können jetzt mit befriedigter Eitelkeit ihr Bildnis an den Anschlagtafeln prangen sehen, möglichst umgeben von Darstellungen ihrer Glanznummern. Die geleckte Friseurschönheit des Kunstreiters und Voltigeurs W. F. Crasselt bildet ein kennzeichnendes Beispiel dieser neuen Richtung des Plakats (Bild 112). Mit der unangenehmen Glätte des Bildnisses vermögen



Bild 123. Katalogtitel der Firma J. Ravené Söhne & Co. Um 1870
Lithographie von Ludwig Löffler. Sammlung von Zur Westen. (Zu Seite 223)