

den Soldaten, der von der Hökerin „for een Sechser Kümmel, er mag kosten, wat er will“ verlangt und viel anderes mehr. So zieht eine große Reihe der prächtigen Darstellungen an uns vorüber, die uns trotz der karikaturistischen Uebertreibung so lebensvolle Bilder aus dem damaligen Volksleben vermitteln. (Abdrucke im Berliner Kunstgewerbemuseum.)

Mit nicht minder schlagkräftigem Witze als Dörbeck hat Theodor Hosemann (1807–1875) Berliner Redensarten veranschaulicht. Er war nicht nur der gemütvollste Illustrator zahlreicher Kinderbücher, er war vor allem auch der Chodowiecki des Berlin der dreißiger, vierziger und fünfziger Jahre, der die verschiedenen Typen der niederen Bevölkerung jener Zeit, die Schusterjungen, Hökerinnen, Eckensteher usw. ebenso wie die der mittleren und höheren Stände mit großer Lebenswahrheit und Unmittelbarkeit, dabei mit fesselnder Betonung ihrer charakteristischen und komischen Eigenheiten dargestellt hat. Auch von seinen zahlreichen gebrauchsgraphischen Arbeiten kann man nur wenige der Reklamekunst zuzählen. Ein ziemlich großes Blatt für Martinsbier (Bild 119) wird wohl zum Innenplakat für Wirtshäuser bestimmt gewesen sein. Plakatmäßig stilisiert ist es freilich in keiner Weise. Die kleinen Darstellungen des heiligen Martin, des Bierwagens, der fröhlichen Zecher sind zwar mit all der Feinheit ausgeführt, die Hosemanns derartige Blätter kennzeichnet, sind aber nicht geeignet, die Blicke flüchtiger Beschauer auf sich zu ziehen. Ferner kenne ich von dem Künstler fünf reizende Weinetiketten für Rüdeshheimer, Liebfrauenmilch und andere schöne Sorten. Das Glanzstück unter seinen Arbeiten für Propagandazwecke ist aber das Programm für Jagdrennen in Karlshorst und Charlottenburg (Bild 118), das in den Jahren 1856–58 mehrfach verwendet worden ist.



Bild 128. Plakat des Berliner Zoologischen Gartens von Paul Meyerheim. Um 1875 Holzschnitt. Sammlung von Zur Westen. Zu (Seite 225)

Es ist selbst für Hosemann ungewöhnlich schön gezeichnet und das Herausleuchten der roten Fracks der Reiter aus der sommerlichen Landschaft ist von großem Reiz.

Auch der fruchtbarste Berliner Gebrauchsgraphiker jener Zeit, Ludwig Burger (1825–1884) hat sich, was

eigentlich selbstverständlich ist, verschiedent-

lich auf dem Gebiete der Reklame betätigt. Sein rein bildmäßig gehaltenes Innenplakat der Magdeburger Bierbrauerei von Gebrüder Korte (Bild 121) ist in der ganzen Anlage typisch für derartige Ankündigungen aus den sechziger Jahren. Das Blatt will lediglich durch seinen Gegenstand wirken, durch Abbildungen des Festsalles, der Gartenanlagen und Kellereien des Unternehmens. Von einem Versuch, sich zunächst einmal überhaupt zur Geltung zu bringen, die Blicke der Vorübergehenden zu fesseln, findet sich keine Spur. Wesentlich günstiger wird Burger durch die hübschen Geschäftskarten vertreten, die er für F. Sala's Sortiments-Buchhandlung, für Gustav Danksberg Ofenfabrik und für die allbekannte Auskunftei von W. Schimmelpfeng (Bild 120) fertigte.

Von Wilhelm Scholz (1824–93) kenne ich nur ein hübsches kleines Blättchen ohne Schrift (Bild 122), das anscheinend als Adresskarte für eine Lehrmittelhandlung gedient hat. Einen sehr schönen Titel für einen Katalog von Jacob Ravené Söhne (Bild 123) lithographierte Ludwig Löffler (1819–1876), ein flotter Innenplakat für die permanente Ausstellung des Vereins Berliner Künstler im Industriegebäude in der Kommandantenstraße Carl Koch (geb. 1827) (Bild 124). Im Jahre 1869 wurde dort die erste Ausstellung eröffnet. Kochs Plakat wird nicht viel später und muß jedenfalls vor dem Inkrafttreten der neuen



Bild 129. Plakat des Berliner Lokal-Anzeigers von Carl Röchling. Um 1895. Steindruck Sammlung von Zur Westen. (Zu Seite 226)