



Bild 134. Plakat der Internat. Kunst-Ausstellung Berlin 1891 von Carl Röchling Sammlung Dr. Hans Sachs. (Zu Seite 230)

auf die Technik entworfenen Vorlage herausgebracht wurden, um so stolzer war der Lithograph auf sein Werk, um so kostspieliger war auch dessen Herstellung. Am erfreulichsten wirken noch die frühesten Arbeiten dieser Art. Allmählich aber sinkt die Durchschnittshöhe weiter und weiter, und seit den achtziger Jahren überschwemmen bunte Chromoplakate von kleinlicher Maché und unangenehmer Süßlichkeit die Schaufenster, zumal der Drogerien, Zuckerbäckereien, Feinkosthandlungen und Zigarrenläden. Zahllos sah man da kindische Genre-Szenen und stark dekolletierte Frauen von kokottenhaftem Aussehen. Die technische Ausführung der Blätter war vielfach glänzend, und gelegentlich wurden von bedeutenderen Kunstanstalten auch Künstler mit der Herstellung von Entwürfen beauftragt, die sie freilich nicht zu signieren pflegten und mit Rücksicht auf die Konkurrenz auch meist garnicht signieren durften. So haben zum Beispiel Rudolf Eichstädt, Karl Röchling und Josef Koppay für die Firma Otto Troitzsch in Berlin gearbeitet. Mochte aber der Entwurf herühren, von wem er wollte, fast immer war das Ergebnis ein Genrebild ohne jede Plakatwirkung. Auch für das von einer Dresdener

Anstalt nach einem Entwurf von Eduard Hübner hergestellte Plakat der Tabak- und Zigarettenfabrik „Kosmos“ gilt dies Urteil, wenn auch der Gegensatz des vom vollen Mondlicht bestrahlten Frauenkörpers und des dunkeln Himmels geschickt herausgearbeitet war. (Abb. bei Sponsel a. a. O., Seite 243).

Zu den besten Geschäftsplakaten der Zeit unmittelbar vor der neuen Bewegung gehört ein Blatt Karl Röchlings für den Berliner Lokal-Anzeiger (Bild 129). Es war darauf ein Maler dargestellt, der, auf einem Gerüste stehend, die damals an zahllosen Häusergiebeln angebrachte weiße Schriftreklame des Lokal-Anzeigers auf blauem Grunde auf eine Wand malte. Ueber die Entstehung des Blattes berichtet Sponsel, daß der Schriftmaler, der lange mit der Anbringung solcher Schriftreklamen beschäftigt worden war, als Zeichen seiner Erkenntlichkeit dem Verleger des Lokal-Anzeigers beim Jahreswechsel eine Glückwunschkarte geschickt habe, auf der er sich selbst in seiner Tätigkeit dargestellt hatte. Scherl erkannte, daß hier ein treffliches Plakatmotiv vorliege und gab Röchling den Auftrag zur Herstellung der Affiche.

In einigen besonders gelagerten Fällen hat übrigens die bildhafte Manier ihre gute Berechtigung. So haben die Ankündigungen der Dampfgesellschaften gewiß mehr Aussicht, in den Sälen der großen Hotels, für die sie bestimmt sind, auch wirklich ausgehängt zu werden, wenn sie vollständig wie Bilder wirken, als wenn sie durch starke Stilisierung sofort die Blicke auf sich ziehen und damit das Gesamtbild der Einrichtung stören. Bei vielen hat man eine Aufschrift überhaupt

nicht für erforderlich gehalten und sich auf eine in mäßig großen Buchstaben gehaltene Unterschrift beschränkt, gelegentlich sogar auch hierauf verzichtet und nur am Kiel des dargestellten Schiffes dessen Namen deutlich lesbar angebracht. Gewiß eine geschickt versteckte, aber darum vielleicht um so wirksamere Reklame. Die meisten dieser Dampfschiffsplakate sind von dem bekannten Marinemaler Hans Bohrdt entworfen und als Bilder zum Teil recht hübsch. Mehrfach hat er durch effektvolle Beleuchtung und am



Bild 135. Plakat der Großen Berliner Kunst-Ausstellung 1894 von E. Döpler d. J. Sammlung von Zur Westen (Zu Seite 230)