

---

Franz Stuck, von dem das Plakat des folgenden Jahres herrührt, zeigte vor goldenem Grunde den Ruhm, einen kräftigen Jüngling, der der thronenden Göttin der Malerei Lorbeerkranz und Palmenzweig entgegenbringt. Eine feierliche monumentale Wirkung ist hier erzielt, freilich wird die Fernwirkung durch das als Hintergrund benutzte Goldmosaik beeinträchtigt, auch ist die Schrift vollkommen vom Bilde losgelöst. Diesen letzteren Fehler hat Max Kuschel in seiner Ankündigung der Ausstellung 1890 (Bild 141) vermieden. Bei ihm sitzt die Vertreterin der Kunst auf einer Stufe. Ein neben ihr stehender geflügelter Genius zündet seine Fackel an einem Feuer an, das auf einem Dreifuß lodert. Rauschende Töne schlug Christian Speyer in dem Plakate des nächsten Jahres (1891) an. Auf einem antiken Rennwagen, dessen Pferde von Posaunenbläsern geführt werden, kommt uns ein geflügelter Genius entgegengefahren.

Im Jahre 1892 erschien Gysis wieder auf dem Plan, und seine Arbeit (Bild 140) fand so großen Anklang, daß sie seitdem, von einigen internationalen Ausstellungen abgesehen, jedes Jahr von neuem die Besucher zu der Kunstschau im Glaspalaste geladen hat. Und in der Tat war diese Schätzung wohl verdient. Der Künstler zeigt, wie Historia, eine ernste, erhabene Frauengestalt, dem Münchener Kindl die Feder führt, mit der es das Wort „Ars“ in das Buch der Geschichte einträgt. Gewiß eine glückliche, sinnvolle Idee, die in einer meisterlich geschlossenen Komposition mit vornehmem Stilgefühl ausgedrückt ist. Die im ersten Jahre beliebte vielfarbige Nachbildung wurde alsbald wieder aufgegeben, in schlichtem Schwarz- oder Braun-weiß erscheint seitdem das die Komposition enthaltende Medaillon auf blauem, rotem oder weißem Grunde. Wohl am schönsten wirkte es auf dem 1896 angewendeten leuchtenden Rot.

Für die Münchener Secession schuf Stuck 1893 den allbekanntesten herrlichen Minervakopf, der seitdem das ständige Plakat dieser Vereinigung geblieben ist. Mag auch hier das bei Stuck unvermeidliche Goldmosaik des Hintergrundes die Fernwirkung schädigen, so hat das Blatt doch vom Standpunkte des Reklamezwecks den großen Vorzug, zugleich knapp und charakteristisch zu sein, für den Beschauer zum Symbol der Ausstellung zu werden, das die Erinnerung an sie bei jeder Begegnung zurückruft. Im gleichen strengen Stile entwarf

Maximilian Dasio (1895) für die erste Ausstellung der Deutschen Gesellschaft für christliche Kunst in München eine schlichte, von würdigem Ernst erfüllte Darstellung des thronenden heiligen Lucas.

Als die zuletzt erwähnten Ausstellungsplakate erschienen, hatte die Plakatbewegung, von Frankreich ausgehend, in einem großen Teile des Auslands bereits Wurzel geschlagen, nur in Deutschland herrschte noch Grabesruhe. In einer 1895 in Paris erschienenen Uebersicht der außerfranzösischen Plakatkunst konnte Henri Albert, der durch seine Mitarbeiterschaft am Pan dem deutschen Kunstleben nahe stand, seinen Bericht über die deutsche Affiche mit der Erklärung beginnen, es würde schwer sein, eingehender über sie zu sprechen, aus dem einfachen Grunde, weil sie noch garnicht vorhanden sei. Außer auf Stuck's Minervakopf für die Sezession wies er sodann besonders auf Josef Sattlers geistvolle kleine Ankündigung für den Pan hin (1895), auf der der Gott dargestellt ist, wie er mit frohem Erstaunen bemerkt, daß auf einem noch unbeackerten Felde eine seltsame Blume aus Papier erblüht ist. Tintenklaxe in Gestalt von Pansköpfen sieht man auf den Blättern der Blüte und die hoch emporragenden Staubfäden bilden den Namen der neuen Zeitschrift. In ähnlich überraschender Weise schien auf arg vernachlässigtem Boden urplötzlich eine glänzende deutsche Plakatkunst emporblühen und Henri Alberts zuversichtlicher Prophezeiung recht geben zu sollen: „Bientôt l'affiche allemande existera!“ Mit dem Jahre 1896 setzte die Plakatbewegung in Deutschland kräftig ein. Der Kampf der Meinungen, den Ludwig Sütterlins preisgekrönter Entwurf für die Berliner Gewerbeausstellung entfesselte, wies das Publikum zum ersten Male eindringlich auf die Bedeutung der künstlerischen Gestaltung eines Plakates hin, und die bald darauf erscheinenden Ankündigungen Thomas Theodor Heines für den Simplizissimus, Otto Fischers für die „Alte Stadt“ in Dresden, Hans Ungers für Estey-Orgeln und andere vielversprechende Arbeiten schienen dem neuen Kunstzweige eine ebenso reiche wie schnelle Entwicklung zu gewährleisten. Wenn auch nicht alle diese Blühträume gereift sind, so hat doch damals ein neuer Abschnitt der deutschen Reklamekunst begonnen, der an künstlerischem Reichtum alle vergangenen Zeiten weit übertraf, deren Bild meine Darstellung aus spärlichen Ueberbleibseln zu gestalten versuchte.

