

## Pariser Brief.

Paris, Januar 1921.

Gare de l'Est . . . Paris, . . . endlich wieder, nach zehn Jahren! Mit der Geschwindigkeit des Films rollen Erinnerungen in meinem Gedächtnis ab – Eindrücke von damals, das erste Plakat, das ich hier geschaffen hatte, und mit dem ich gleich zum ersten Wurf einen ersten Preis errang. Dann die wohlthuende Einwirkung deutscher Plakatkunst, als ich von Paris nach Berlin übergesiedelt war . . . all das in wenigen Minuten, bis ich ein Auto abgestoppt habe, um ins Quartier Latin zu fahren, wo ich in dem kleinen Hotel absteigen wollte, in dem ich damals gewohnt hatte. Dann zog es mich auf die Straße, zu den Haltestellen des Metro, und wirklich, da täuschten mich meine Erwartungen nicht. An jeder Station der Untergrundbahn begrüßten mich Plakate in wirrem Durcheinander, grelle Farben, Lebhaftigkeit, Leichtigkeit, lebendige Linienführungen auf undenkbar großen Plakaten. Alte, wohlbekannte Namen, neue, mir unbekannt, aber erwähnenswerte Künstler mit einer ganz modernen Linienführung – ein jeder hatte mir etwas Neues, Interessantes zu sagen. Ich hatte das Gefühl, diese neuen französischen Plakate seien die Kinder einer glücklichen Verbindung zwischen dem Herrn Henry de Toulouse-Lautrec und der deutschen Plakatkunst. Allerdings sind sie nicht mehr die reinen l'art-pour-l'art-Plakate, ohne reklametechnische Kenntnisse und Griffe, wie ich sie vor zehn Jahren sah, ich mußte vielmehr die Empfindung haben, als hätten die französischen Künstler fleißig in dem „Plakat“ geblättert, was ihnen wirklich nicht schaden könnte. Man sah sehr verständnisvoll verteilte Farbenflecke, geordnete und leserliche, wenn auch noch immer nicht ganz reine Schriften, hier und da auch etwas Neoinpressionistisches und Kubistisches.

Zwei Plakate muß ich hervorheben, die bedeutendsten, die ich in Paris gesehen habe, Arbeiten Steinlens – ich sah ihn noch vor mir, wie er auf der Akademie meine Arbeiten korrigierte –, der mit seinen 70 Jahren so frisch und jugendlich arbeitet, daß ich wie gebannt vor seinen Plakaten stand, so oft ich sie zu sehen bekam. Das eine Plakat, etwa 2½ Meter hoch – für den Tänzer Jean Börlin – zeigt auf weißem Grunde einen tanzenden Matrosen, mit flotten Kohlenkonturen, ganz skizzenartig, Mütze, Gürtel und Stiefelspitzen blau und das Apachentuch am Halse ein gelber Fleck. Die ganze Figur lebt aber, sie bewegt sich, tanzt, wie auf der Bühne. Das andere – ein Gegenstück zu diesem –, ein Plakat für die Tänzerin Jenny Hasselquist, mit derselben Leichtigkeit gezeichnet, zeigt sie in spanischem Kostüm, die Kastagnetten in den Händen, so lebendig und flott, daß man hinter der Figur die Tanzmusik spielen hört. Noch ein Plakat von Steinlens fiel mir auf – das Plakat des Schauspiels „La maternelle“ –, eine Schar abgefehter, ausgehungert Kinder, die traurig vorbeiziehen. Eine Tragödie spricht aus den wenigen Pinselstrichen ergreifend zum Herzen.

Der bekannte Capiello beherrscht die Pariser Straße in Quantität. Seine Riesenplakate für „Vegetaline“, ein roter Elefant auf blauem Grunde, geritten von einem weiß gekleideten Koch, wirkt in der Farbe ausgezeichnet; „Billiers Detektive“, ein eleganter Herr auf ockerem Grunde, im Frack mit schwarzer Maske und einem riesigen Schlüssel in der Hand, sehr dezent; „La Kabiline“, eine Tänzerin mit vielen farbigen Bändern in der Hand, zählt zu den Gelungenen, während zum Beispiel seine „Poudre de Luzy“-Plakate weniger gut sind.

Der Name Orsi ist auf dem Gebiete des Plakats neu, aber wohlklingend. Sein Blatt für „Carina Ari“ zeigt auf Ockergrund eine Tänzerin mit schwarzen Konturen, hier und da mit einem lebhafteren roten oder grünen Farbfleck. Orsi bringt neue Linien, ruft damit lebhaft Bewegungen hervor und macht sich angenehm auffallend.

Jean d'Ulen's Riesenplakate sind von den Arbeiten Capiellos

kaum zu unterscheiden. Manier, Farben, aber auch die Ideen sind fast dieselben. Man sieht sehr viele gute Arbeiten von ihm, so das Plakat für „L'huile Rigal“, einen Manne, der, aus Maschinenteilen geschickt zusammengesetzt, Öl trinkt – eine gelungene Idee in origineller Ausführung.

Ein Plakat von Geo Dorival und G. Capon für „Milka-Chocolat“ sticht mit seinen feinen Farben und der vornehmen Stimmung angenehm von den anderen ab. In einem Park schwimmen im Dämmerlicht Schwäne im Teich – es ist die Nachempfindung eines englischen Plakats von William Nicholson. Auch Gus. Bosa, der aus dem „Le Rire“ wohlbekannte Karrikaturist ist stark vertreten. Er zeigt in den Farbenflecken und in der Zeichnung viel Gutes, jedoch fehlt in seinen Plakaten das Plakatomäßige. Von weitem kann man bereits sein auffallendes Plakat sehen, auf dem sich ein Pärchen küßt; angenehme Farbenharmonie von Schwarz, Braun, Orange und Weiß. Das Blatt ist sicher nicht uninteressant, man möchte aber auch gern erfahren, für was es dienen soll, da eine Inschrift daran nirgends zu entdecken ist. Man denkt sich anfangs, es wäre ein älteres Blatt, dessen Schrift mit einem anderen Plakat überklebt wurde. Nur nach längerer Untersuchung kann man den Text finden und entziffern, – und da lautet er: „Clo-Clo, ou le petit poussait, opérette à l'Eldorado.“ Wenn man aber die Schrift auch gleich sieht, hält man sie anfangs für ein daneben geklebtes, anderes Plakat, und erst später überzeugt man sich, daß Schrift und Bild zusammengehören. Eine andere, besser gelungene Affiche von ihm, „Maxims salons“, zeigt gute Farbeffekte und ist sehr lustig gezeichnet.

Die Namen Per Krogh mit einem kubistisch angehauchten Plakat für den Tänzer Jean Börlin, ferner A. Barrère, Bach und R. Choppay können aus einem Bericht über Pariser Plakate ebenfalls nicht fehlen.

Eine kaum dagewesene große Reklame macht Frankreich für die nationale Anleihe – L'emprunt national –, eine Anleihe für den Aufbau der durch den Krieg verwüsteten Gebiete. Ein jedes Bankhaus ist von oben bis unten beslaggt und abends durch Hunderte vielfarbiger Glühlampen beleuchtet. Siegestrophäen, Wappen, Trikoloren aus kleinen Glühlämpchen betäuben den Zuschauer. Über den großen Avenues und Boulevards wölben sich Riesengirlanden mit großen Tafeln, die zur Zeichnung der Anleihe einladen. In allen großen Straßen, der Champs-Élysées entlang, wo die Bäume in sechs bis acht Reihen stehen, im Bois de Boulogne, trägt jeder zweite Baum eine Tafel mit einem großen Anleiheplakat. Gering gerechnet sind in Paris etwa eine Million Anleiheplakate – 50 bis 60 verschiedene Darstellungen – verbreitet. Diese, in ihren Massen ins Udenkbare wachsende Reklame macht jedoch auf den Kenner den Eindruck einer Massenabfütterung. Unter den vielen Anleiheplakaten kann man kaum ein nennenswertes sehen. Ein jedes Blatt soll zum Herzen sprechen und in die Taschen greifen, aber die allerwenigsten können wirklich eine Wirkung auf den Zuschauer ausüben, da sie statt Inhalt nur einen süßlichen Kitsch aufweisen. Am Stärksten packend ist in seiner Einfachheit das Plakat des berühmten Kinderzeichners Poulbot. Es stellt ein in die Trikolore gehülltes Kind dar, das, mit der Jakobinermütze auf dem Kopfe, allein in einer verwüsteten Gegend steht. Das unschuldvolle Gesicht des Kindes hat, im Gegensatz zur verwüsteten Stadt im Hintergrund, etwas Rührendes an sich. G. L. Faulmes dekorativ angeordnete Fahnen, Anker und Draperien, in starken Farben gehalten, wirken lebhaft und gut.

Damit wäre die Plakatschau auf den Pariser Straßen beendet, und man muß unwillkürlich einige Minuten der Erinnerung den Altmeistern französischer Plakatkunst widmen – Chéret, Lautrec, Léandre, Grasset und den Anderen, die niemals wiederkehren werden. Man hat das Gefühl, zu ihren Ruhestätten pilgern zu müssen, die Hände voller Blumen . . . . . Martin Tuszky, Berlin.