

modernen Plakates, und er scheint die breiten Massen des Pariser Publikums gut genug zu kennen, um nicht eine falsche Rechnung gemacht zu haben. Die Demimonde, die schon in den Bildern eines Baudry, Cabanel, Gérôme und vieler anderer bedeutender Künstler in der französischen Malerei triumphierend ihren

Einzug gehalten, die seitdem in der Kunst von den Franzosen stets bevorzugt wurde, hat im französischen Plakate ihre Glorifizierung erhalten und sich darin so stark ausgebreitet, dass ein solches leichtsinniges Frauenzimmer zum eisernen Bestand eines guten Plakates gerechnet wird, selbst wenn der anzupreisende Gegenstand damit auch keinen entfernten Zusammenhang hat. Es ist ja allerdings wahr, dass

ein Plakat keine idealen Endziele verfolgt und dass es mit den Instinkten der Massen Fühlung suchen muss, doch wird man bei uns in Deutschland schwerlich zugeben, dass es darum sich völlig in den Dienst der niederen Triebe des Volkes stellen dürfe, um dadurch auf billige Weise eine packende Wirkung zu erzielen, die jedenfalls besser und vornehmer, allerdings auch erst nach einigem



Jules Chéret