

auf die auch eine merkliche Abnahme der hohen Plakatpreise hinzudeuten scheint. Der Reklamekleinkunst und ihren entzückenden Erzeugnissen in Frankreich hat L. Maillard sein prächtiges Werk „Les Menus et Programmes illustrés“ gewidmet (1898). England bekam bereits 1895 sein Plakatwerk: Ch. Hiatts „Picture poster“, 1897 folgte Deutschland mit Sponsels Buch „Das moderne Plakat“, das unter allen Bearbeitungen der Affichen die wissenschaftlichste und am besten illustrierte ist. Mit diesen umfangreichen Werken zu wetteifern, kann und soll der Zweck dieses 1903 in erster Auflage erschienenen Büchleins um so weniger sein, als es sich trotz seines geringen Umfanges über ein weit ausgedehnteres Stoffgebiet verbreitet als seine dickeleibigen Vorgänger. Behandelt es doch nicht nur die Plakate, sondern auch die Buchumschläge und, allerdings mit der Beschränkung auf Deutschland, auch die Kataloge und alle sonstigen künstlerisch dekorierten Reklamemittel! Auch soll es nicht nur dem Kunstfreunde und Sammler dienen, sondern gleichzeitig dem Geschäftsmanne von Nutzen sein. Ich glaubte diesem doppelten Zwecke am besten dadurch gerecht zu werden, daß ich Deutschland eingehender behandelte als das Ausland, denn dem deutschen Kaufmann und Industriellen wird natürlich hauptsächlich daran liegen, über die in Deutschland auf unserem Gebiete tätigen Künstler unterrichtet zu werden. Diese Ausführlichkeit rechtfertigte sich vor allem auch dadurch, daß gegenwärtig Deutschland, abgesehen von einigen kleineren Ländern, allein eine bedeutende Reklamekunst besitzt. Etwas Neues bietet gegenüber den früheren Erscheinungen der Versuch, die Entwicklung der Reklamekunst in die Vergangenheit zurückzuverfolgen. Über den künstlerischen Buch- und Notenumschlag, die Reklamekleinkunst und das deutsche Plakat habe ich an anderer Stelle eingehender berichtet, als es hier möglich war (Zeitschrift für Bücherfreunde, II, 1, II, 10, III, 1, III, 6, V, 10, VI, 3). Eine ausführliche Darstellung der Berliner Reklamekunst in Vergangenheit und Gegenwart habe ich in meinem 1912 erschienenen Buche „Berlins graphische Gelegenheitskunst“ Bd. 1, Kapitel 4b gegeben.

Noch immer begegnet alle angewandte Graphik, allein das Exlibris und die Bildpostkarte ausgenommen, in Deutschland einer Mißachtung, die so unberechtigt wie möglich ist. Noch immer können selbst hochgebildete Leute in unserem Vaterland sich nicht mit dem Gedanken vertraut machen, daß ein Plakat überhaupt ein Kunstwerk sein kann und daß es bisweilen sogar ein bedeutenderes ist als ein viele Quadratmeter großes Gemälde auf der Wand irgendeines öffentlichen Gebäudes, in dem Ehrensaal irgendeiner Ausstellung. Noch immer hat man sich nicht zu der Erkenntnis durchgerungen, daß, nach einem Ausspruch Louis Gosnes: „l'art est un en ses apparences multiples, en ses infinis moyens d'expression, qu'il est par sa fonction essentiellement et toujours décoratif et qu'un principe de décor est au fond de toute pensée d'art“ („Le Monde moderne“, 1895, S. 446). Gewiß, ob eine Affiche, eine Geschäftskarte ihrem Reklamezweck genügt, ist an und für sich für die Allgemeinheit gleichgültig, aber auch für sie ist es insofern von Interesse, als hierin die Vorbedingung der Ausbreitung der Reklamekunst liegt. Denn neben ihrem Nutzen für das empfohlene Unternehmen ist sie auch als künstlerisches Propagandamittel von erheblicher Bedeutung. Können doch künstlerische Plakate, die sich auf der Straße jedem ausdrängen, künstlerische Geschäftskarten, die in alle Häuser dringen, Liebe und Verständnis für gute Kunst auch in Kreisen wecken, die sonst nicht mit ihr in Berührung kommen. Französische Schriftsteller haben die Plakate treffend als die Ausstellung, das Museum der Straße bezeichnet. Es ist aber ein Museum, das sich vor allen ähnlichen Anstalten dadurch auszeichnet, daß man seine Bilder nicht nur ansehen kann, sondern ansehen muß. Welchen Gewinn würde es daher für die künstlerische Bildung des Volkes bedeuten, wenn dort, wo heute noch so häufig Geschmacklosigkeiten und Roheiten das Auge beleidigen, künftig nur wirkliche Kunstwerke ständen. Man ist eifrig bemüht, die Kunst schon in das Leben des Kindes zu tragen, dieses zur