



Abb. 37. Cappiello: Plakat für Cachou Lajaunie (Zu Seite 42)

ein Greuel, und da die Kosten eines Einbandes selbstverständlich viel geringer sind, wenn er im großen hergestellt wird, so werden fast alle Bücher, die auf irgendwelchen dauernden Wert Anspruch machen, in festen und eleganten Leinwandbänden ausgegeben, die meist außer dem Titel noch zeichnerischen Schmuck tragen. Daher blüht in England neben dem nur wenigen, sehr reichen Leuten zugänglichen Kunstband, dessen Hauptvertreter Cobden-Sanderson ist, vor allem der Verlegerband, dem zahlreiche tüchtige Künstler gelegentlich oder berufsmäßig ihre Kräfte leihen. Was auf diesem Gebiete von Macmillan & Co., von G. Bell & Sons, von G. Allen und anderen großen Verlagshäusern für verhältnismäßig sehr geringe Preise geleistet wird, verdient die

Illustration im Sinne der alten Meister unter dem Einflusse Rossettis und anderer zuerst ihre Auferstehung gefeiert hat. Walkers Affiche mit ihren starken Gegensätzen von Schwarz und Weiß, ihrer großzügigen, ganz dekorativen Behandlung, zeigte klares Verständnis für die Erfordernisse des Plakatstiles, viel mehr als in späteren Jahren Walter Crane, Poynter und andere in ihren Affichen bekundeten. Nur Hubert Herkomer verwertete in seinem Black and White die Grundsätze Walkers, dafür steht seine Arbeit aber als Kunstwerk nicht besonders hoch. Einer der letzten Ausläufer dieser Schwarz-weiß-Plakate ist R. Anning Bells Ankündigung der Architektur- und Kunstgewerbeschule zu Liverpool, die reizend, aber doch eigentlich nur eine vergrößerte Illustration ist. Noch jetzt wird in linearer Schwarz-weiß-Manier die Mehrzahl der Buchumschläge ausgeführt. Werfen wir daher zunächst auf sie einen Blick, bevor wir uns dem englischen Plakat zuwenden.

Dem ordnungsliebenden und praktischen Engländer sind ungebundene Bücher



Abb. 38. Georges de Feure: Plakat „Isita“ (Zu Seite 38)