

druckt. Das Ornament ist rein linear, von jeder Beziehung zu den Naturdingen vollständig gelöst, dabei von edelstem Linienfluß, phantasievoll erfunden und doch so klar, so einfach, so logisch und gesetzmäßig, daß es in seiner Art klassisch genannt werden kann (Abb. 55). Diese Arbeit weist Lion Cachet einen Ehrenplatz unter den Ornamentalkünstlern der Gegenwart an. Etwas außerhalb dieser Gruppe steht Theo van Hoytema, der von der japanischen Kunst Anregungen empfangen hat. Er stellt besonders gern Vögel dar, Pfauen, Eulen, Störche, Perlhühner, die er sehr geschickt stilistisch umzuformen versteht. Auf seinem prächtigen in rot und gelb ausgeführten Umschlag für das September-Oktoberheft 1896 der „Maandschrift voor Vereeringskunst“ bilden zwei fliegende Reiher das Hauptmotiv der Dekoration (Abb. 56).

### e) Deutschland

In dem im Jahre 1886 erschienenen Werke Maindrons „L’Affiche illustrée“ findet sich auch eine Notiz über die deutschen Plakate, von denen der Verfasser nur zu sagen weiß, sie seien im allgemeinen gut gezeichnet, wirkten aber kalt und schwerfällig. In der Tat gab es damals in Deutschland so gut wie gar keine Künstlerplakate. Im Gegensatz zu Frankreich blieb bei uns die Betätigung eines Künstlers auf dem Gebiete der Reklame bis etwa zum Jahre 1895 eine Seltenheit. Der Ruhm, den Fritz August Kaulbachs als Plakat gewiß nicht mustergültiges „Schützenliesel“ errang, zeigt deutlich, wie sehr es auffiel, wenn einmal ein Künstler von Ruf sich in den Dienst der Reklame stellte. Denn die meisten Künstler hielten sich in falschem Stolze von einer Betätigung auf diesem Gebiete ängstlich fern. Die Beschränkung des Straßenplakats auf den schmalen Raum der Anschlagssäule und die dadurch bedingten hohen Kosten des Plakatierens hatten zur Folge, daß die Ankündigungen kaufmännischer Unternehmungen und industrieller Erzeugnisse fast durchweg lediglich für Innenräume bestimmt wurden, daher einer Wirkung auf die Ferne entraten konnten. Hieraus

erklärt sich die undekorative, rein bildmäßige Haltung der meisten früheren, oft mit unendlicher Mühe und einem großen Aufwand von Farbenplatten nach irgendeinem Ölgemälde hergestellten Affichen.

Ich hob bereits hervor, daß bis zur Mitte der neunziger Jahre sich nur selten ein Künstler zum Entwerfe eines Plakates entschloß. Eigentlich galt es nur dann, wenn es sich um eine Kunstausstellung handelte, nicht als entwürdigend für ihn, wenn er das gemeinsame Unternehmen der Künstlerschaft durch eine Affiche der Beachtung und Gunst des Publikums empfahl. So bilden die Anzeigen der Ausstellungen seit den achtziger Jahren des neunzehnten Jahrhunderts nicht selten erfreuliche Oasen in der sonst so trostlos öden Wüste des deutschen Plakatwesens. Auch dadurch zeichnen sich die besseren Blätter unter ihnen vor den sonstigen gleichzeitigen Erscheinungen auf unserem Gebiet aus, daß sie größtenteils nicht bildmäßige Wirkungen anstreben, sondern dekora-



Abb. 51. Jan Toorop: Plakat für den Verein zur Beförderung des Fremdenverkehrs zu Katwijk aan Zee (zu Seite 52)