

Farbe und beweisen große Erfindungsgabe, Farbenreichtum und poetisches Gefühl. Jedoch in den Reproduktionen mangelt es diesen Farben an Dichte, Korn und Satttheit (wie in »Surrey« und »Reigate«) aber diese Fehler sind wahrscheinlich dem mechanisierten englischen Lithographen zuzuschreiben. Dieser junge Amerikaner hat eine bewundernswerte Synthese aus seiner amerikanischen Weltanschauung, seinen deutschen Quellen und seinen englischen Zwecken und Zielen geschaffen. Anregend sind seine expressionistischen Plakate für die Untergrundbahn, wie »Winter Sales«, aber diese vergewaltigen den englischen Geschmack. Seinen Schwarz-weiß-Inseraten (»Tor« und »Eastman«) mangelt es an organischer Einheit, an Breite und an Proportion — wie in dem kleinen Schaf und dem mächtigen Pantoffel des »Tor«-Inserats, den schwach komponierten Elementen von »Eminent Victorians« — ein Buchtitel in deutscher Biedermeiermanier, — in dem Mäher mit dem mastdicken Sensenstiel, usw. Doch ist es leicht zu verstehen, daß dieser begabte junge Künstler, indem er seine größten künstlerischen Tugenden: die Freiheit, die Einbildungskraft und die Kühnheit aufrecht hält, sich eine solche Erfolgshaft in England errungen hat. Aubrey Hammond ist ein Graphiker, der die breite flache Farbe sehr schön verwertet. Die Plakate von Aldo Cosomati weisen Großzügigkeit, Schmiß und Bewegung auf, obgleich seine Zeichenschfeder allzuoft auf das Gebiet seines Pinsels übergreift.

Ich bin mir völlig bewußt, daß dieser kurze Überblick, den ich hier von der Welt des modernen englischen Plakatwesens gegeben

habe, nur ein flüchtiger und ein oberflächlicher ist, daß meiner manche interessante und angenehme Entdeckung noch harret, und daß mir manches neue Talent noch unbekannt ist. Jedes endgültige Urteil, das ich zu fällen wagen werde, muß warten, bis es mir möglich sein wird, die Arbeiten der neuen Kräfte und der neuen Schule — wenn es überhaupt eine neue Schule gibt — in ihrer eigenen Umgebung und auf ihrem eigenen Boden näher zu betrachten. Trotzdem hat der abgesonderte Betrachtungspunkt auch seinen besonderen Wert und eigene Bedeutung, denn dadurch erhält man oft eine klarere und richtigere Perspektive, als wenn man in der Mitte der Bewegung und der Entwicklung steht. Die kontinentalen Einflüsse, die sich in England durch die fortwährende Berührung von großen Teilen der englischen Bevölkerung mit der Bevölkerung der »befreundeten« sowie der »feindlichen« Länder und deren fremder Kunst und Kultur ergaben, haben zu dem Niederreißen vieler insularer Vorurteile geführt. Da, wo diese Vorurteile Hindernisse an der freien Entwicklung des Künstlers und der Kunst bildeten — sei es in den bildenden oder in den angewandten Künsten wie bei der Reklame —, da ist

es zu begrüßen, daß sie gefallen sind oder wenigstens Breschen erhalten haben. Es ist sicher anzunehmen, daß die englische Plakatkunst gemäß der Eigenart und den Bedürfnissen des englischen Volkes eine höhere harmonische und organische Entwicklung durchmachen und — der nationalen Tradition treu bleibend — eine immer größere Kraft, Fruchtbarkeit und Vollendung erzielen wird.

*Übersetzt von H. G. S*



Marke der »Gesellschaft für Plakatkunst«, London



Mit dem 1. Preis gekrönte Reklamemarke von Leon Amar (1914)



2. Preis von Allinson (1914)



Die erste englische Reklamemarke von Lawton (1914)