



PLAKAT FÜR
SPIELZEUG
POSTER FOR
TOYS

E. DE COULON

Bedeutung ist. Er hat eine große Anzahl von Plakaten gemacht, die bestimmt waren für die Sonderverkäufe der großen Warenhäuser oder für die Propaganda von Tageszeitungen und Magazinen. Fast immer handelt es sich für ihn darum, die Aufmerksamkeit auf ein Schlagwort zu lenken, und das ist sicherlich ein Grund mit dafür gewesen, der ihn dazu geführt hat, seine Arbeit zu systematisieren.

Zwei der auffallendsten Beispiele für diese seine Arbeitsmanier sind zwei Plakate für das große Pariser Warenhaus »Au Bon Marché«; das eine kündigt eine Ausstellung in »Weiß« an, d. h. den jährlichen Weißwarenverkauf, das andere eine Ausstellung von Neujahrsgeschenken.

Das erste Plakat für die Ausstellung »Weiß« wirkt besonders originell, da Coulon, um den eigentlichen Titel darzustellen, einen großen Ballen weißen Stoffes gezeichnet hat, der sich in großen Wellen aufrollt. Es mag zutreffen, daß man in dieser Zeichnung des Stoffes eine Neigung zur Radierung findet, aber nichtsdestoweniger springt die Idee mit dem weißen Stoff sofort ins Auge, und dieser starke Eindruck überträgt sich auch auf die Beschriftung. Und das ist vom reklame-technischen Standpunkt aus gesehen vorbildlich, da die Aufmerksamkeit des Beschauers nicht durch zwei aufeinanderfolgende Formen erregt wird, sondern durch zwei gleichzeitig wirkende.

fet un grand nombre d'affiches destinées à annoncer les ventes spéciales des grands magasins, ou à faire la publicité de journaux et revues. Presque toujours, par conséquent, il s'agissait pour lui d'attirer l'attention sur un titre, et c'est, très certainement, l'une des raisons qui l'ont conduit à systématiser son procédé.

Deux des exemples les plus frappants de cette technique sont, à coup sûr, les deux affiches exécutées pour le grand magasin parisien »Au bon marché«, l'une concernant l'exposition de »Blanc«, c'est à dire la vente annuelle de linge, l'autre concernant l'exposition des »Jouets-Etrennes«.

Dans la première affiche, pour le »Blanc«, l'originalité consiste dans le fait d'avoir employé, pour dessiner le titre lui-même le bord d'un long coupon d'étoffe blanche, qui se déroule en larges orbites. Peut-être reprochera-t-on à cette étoffe son excès de raideur, mais néanmoins l'idée de linge blanc s'impose au premier coup d'œil, et l'impression suggestive se superpose à la lecture. Ce qui, publicitairement, est l'idéal, puisque l'attention du spectateur n'est pas sollicitée sous deux formes successives, mais bien sous deux formes simultanées.

La seconde affiche procède du même état d'esprit: l'artiste, en écrivant son titre, s'est aperçu que la lettre »J« pouvait fort bien constituer l'avant et la cheminée d'une locomotive, et que la barre du