Geschäftskarte des Kupferstechers Peter Schenk um 1700 (Sammlung v. Zur Westen)

Business card of the copperplate engraver Peter Schenk, about 1700 (Zur Westen Collection)

ter als diese selbst. Auch die Klassizisten der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts waren in der Ausstellung stark vertreten, insbesondere sah man eine Reihe der schönen, wenn auch etwas süßlichen Benefizkarten, die Bartolozzi nach Vorlagen Angelika Kauffmanns und Ciprianis schuf, und die jedenfalls den Zweck hatten, hervorragende Persönlichkeiten der Gesellschaft zur Abnahme von Plätzen gegen hohe Preise zu veranlassen.

Die italienische Gebrauchsgraphik des 18. Jahrhunderts vertrat u. a. das große Verlagsplakat Piranesis, auf dem er seine berühmten römischen Veduten und seine sonstigen Kupferstichfolgen anzeigte.

Das 19. Jahrhundert bedeutet in seinen ersten acht Jahrzehnten keine Glanzperiode der Reklamekunst, sondern im allgemeinen eine Zeit tiefen Niedergangs. In den Jahren, die der französischen Revolution folgten und von unaufhörlichen Kriegen angefüllt waren, verlor sich die heitere Freude der Menschen an zierlicher Ausschmückung ihrer graphischen Bedarfsgegenstände; man wurde schlichter, nüchterner, sachlicher. Wie auf den privaten Besuchskarten, so verschwand auch auf den Geschäftskarten der figürliche oder ornamentale Schmuck; lediglich der Text in verschnörkelter Kanzleischrift blieb. Trotzdem wirken diese Blätter zum guten Teile durchaus nicht übel. Auf privaten Anschlagszetteln wurde, wie bei behördlichen Bekanntmachungen, lediglich Druckschrift verwendet. Wie das hier wiedergegebene Liller Plakat einer Häuser-Versteigerung zeigt, verstand man es damals noch sehr gut, durch Verwendung einer charaktervollen Type und geschickten Satz ein recht geschmackvolles Gesamtbild zu schaffen.

Schluß folgt.

business cards as it had already vanished from the private card, the text remained in fancy script full of curlycues. Nevertheless these examples produce no ill-effect. On private notices as well as official announcements nothing but printers' types was used. As we see in the Lille poster of a house auction, people of that day unterstood well enough how to use a characteristic type and cleverly-arranged text so as to produce an extremely tasteful whole.

Translated by E. T. Scheffauer

To be concluded in our next issue

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id32782187-19290090/84
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT