



Abb. 4 Hans Unger 1903



Abb. 5 Johann Vincenz Cissarz 1900



Abb. 6 Edmund Edel 1907

unserer hochentwickelten Werbekunst ahnen. — Das Jahr 1896 bezeichnet die eigentliche Geburtsstunde des deutschen Plakates, dessen schon vorher vorhandenen bescheidenen Anfänge bis dahin unentwickelt geblieben waren. Mit diesem Jahre aber begann ein stürmischer Aufstieg, über dessen wichtigste Wandlungen bis zum heutigen Tage hier kurz berichtet sei.

Paris, die ewig quirlende, immer ideenreiche und darum tonangebende Stadt, hat auch das moderne Plakat hervorgebracht. Im Jahre 1866 eröffnete der Lithograph Jules Chéret in Paris die kleine Imprimerie Chaix, um dort seine Entwürfe für Theaterankündigungen zu drucken. Diese Blätter stellten irgendeine Bühnenszene dar, und zwar in dem erzählenden, mit Einzelheiten übersättigten Stile jener Zeit. Chérets neuartige Kunst gefiel. Kaufleute machten sich seine Begabung zunutze, aber bei der engen Begrenzung seines Könnens unterschieden sich Hunderte dieser Plakate nicht wesentlich voneinander. Immer war es die gleiche fesche, junge Frau, die im gleichen Kostüm und gleicher Haltung, Hustenpastillen, Bücher, Spielwaren, Petroleum anpries. Immerhin war der Gedanke neu, mit Hilfe des auch damals beliebten Sex-Appeals den Betrachter auf ein kaufmännisches Erzeugnis aufmerksam zu machen. Chérets Nachfahren haben manches von seiner Technik übernommen. Aber sie waren Männer eines ganz anderen Schlages. Das sozialkritische Plakat tauchte auf, wie es Toulouse-Lautrec und Steinlen meisterhaft schufen. Auch das lyrische Bildplakat erschien und feierte in Léandre, Mucha, Grasset Triumphe. Zum heutigen Plakatstil leitete Jossot über, indem er als erster bewußt mit möglichst wenig Text und großen, ungebrochenen, weithin sichtbaren Flächen arbeitete.

Damals dauerte es länger als heute, bis eine in Frankreich aufgekommene Mode ihren Einzug auch in Deutschland hielt.