

Kupferstichen, doppelte und dreifache Preise, und als nun gar eine „wissenschaftliche“ Fachliteratur und periodische Zeitschriften über Plakate erschienen, sprach man bald von Inkunabeln und Rarissimis der neuen Kunst, für welche unglaubliche Preise verlangt und — bezahlt wurden.

Dies sonderbare Treiben fand in England und Amerika bald Nachahmung, während Deutschland sich vorerst noch spröde verhielt. Nicht etwa weil es den Vorwurf der Lächerlichkeit fürchtete, — denn der Handel mit Briefmarken stand ja längst in voller Blüte, — sondern einfach aus dem Grunde, weil es keine künstlerischen Plakate in Deutschland gab.

Dennoch oder eben deshalb verfielen einige Kunstgewerbe-Museen, wie namentlich das Hamburger und Berliner, auf die Idee, durch Sammeln der besten Leistungen des Auslandes auch bei uns den Künstlern Anregung zum Schaffen mustergiltiger Plakate zu geben und zu zeigen, dass die Kunst auf der Strasse nicht etwas so Nebensächliches und Unwürdiges sei, wie man sich, durch langjährige Entbehrung überredet, zu glauben gewöhnt hatte. Ihre Anregungen fielen auf fruchtbaren Boden. Die Künstler sahen alsbald ein, dass es mit dem Ernst und der Würde der Kunst wohl vereinbar sei, Bilder für die Strasse zu schaffen und so gewissermassen zu