

Bernhards Plakate stellen immer „einfachste Lösungen“ dar. Geistreichelnde Sujets sucht man bei ihm vergebens; man erstaunt immer wieder über die Natürlichkeit und das selbstverständlich Erscheinende seiner Plakate. Sie gleichen den Sentenzen in der Literatur: dort wie hier hat man das Gefühl, die Sache, um die es sich handelt, lasse sich nicht besser ausdrücken.

Bernhard gibt das sachlichste Plakat: Er setzt den Gegenstand, den er empfiehlt in stilisierter Form auf einen schwarzen oder farbigen Hintergrund und balanciert das Ganze durch das sicher hingestellte Schriftbild aus. Wenn wenig Schrift da ist, dann kommen die „vollgefressenen“ Buchstaben einfach auf den Hintergrund, sind es aber viele Worte, dann versammelt sie Bernhard erst auf einer Tafel und bringt diese hinter oder neben dem Gegenstand an. Kurz, er gibt mit dem geringsten Kraftaufwand die größten Wirkungen. So stellt er in dem bekannten grau-violett-blauen Plakat für Stiller-Schuhe neben den klassisch stilisierten Damenschuh, aus dem die entzückende Schleife wie ein Bukett herausquillt, in stumpfem Blau nur das eine Wort „Stiller“, was ja auch genügt, da der Stiefel uns alles andere sagt. Ähnlich ist es mit den beiden Adler-Schreibmaschinen-Plakaten: auch hier das keck stilisierte Bild der Maschine und daneben in riesigen Buchstaben das Wort „Adler“, das dieses Erzeugnis von anderen unterscheidet. Die „Kaffee-Hag“-Affiche, deren umgeworfenes Paket die runden braunen