

Phänomen eines Einzelnen geblieben ist, sondern dass er mit einigen Modifizierungen und Wandlungen eine gute feststehende Tradition zu werden scheint. Wenn auch Arbeitsteilung das Rezept ist, nach dem jede Branche heute arbeitet, wenn auch jeder eine eigene Handschrift besitzt, so muss doch etwas Gemeinames sie alle verbinden, etwas, das sie alle als selbstverständlich zu Grunde legen, über das sie sich stillschweigend einig sind. Das ist die Tradition.

Wer seinen eigenen Stil ausschachtet, ohne sich um die anderen zu kümmern, wer fabrikmässig arbeitet, wer zu einem Schema erstarrt, der wird vielleicht eine Weile lang Geld verdienen. Plakatkunst ist das nicht. Wir wollen keine Namen nennen, aber es ist schon so. Und unter die gute Tradition hat sich Krotowski von je untergeordnet. Er, der von der politischen Karikatur herkam, beherrscht fast alle Gebiete der angewandten Graphik, nicht zuletzt das streng Ornamentale und Typographische, und in allem sehen wir, wie ein geschickter Modenzeichner und geschmackvoller Mensch sich bewusst an die vorhandene Tradition anhält, ohne ein Narr auf eigene Hand zu sein.

Seine beiden besten Plakatarbeiten sind im Jahrgang 1911 unserer Zeitschrift (S. 123) publiziert worden: Roda Roda und



Stephan Krotowski
Signet für den Verlag der deutschen
Hutmacherzeitung

Alwin Neuss. Der markante Kopf des Schauspielers mit dem Schlagschatten und die sehr gute Grotteskkarikatur des Humoristen sind zwei Inseln in dem Kitschtümpel des Variétéplakats. (Roda Roda ist allerdings ein dankbares Thema, Gulbransson, Weissgerber und Trier haben sich mit Erfolg an ihm versucht). Und hier wäre ein grosses Wirkungsfeld Krotowskis, auf dem Gebiet des Variétéplakats. Die Zirkusdirektoren und Leiter der grossen deutschen Variétés sind fast die einzigen Mitglieder einer Unternehmergruppe, die es unbedingt nötig hat, mit dem Publikum durch Plakate in direkter Fühlung zu bleiben, und die es versäumen, ihre Anpreisungen

aus dem barbarischen Ungeschmack zu erheben. Unsere Zeitschrift wird dies in einer der nächsten Nummern zu erweisen haben! Der Kitsch, durch den diese Vergnügungsanstalten für sich Propaganda machen wollen, ist unerträglich. Dumm, grell und geistlos, posamen diese Illustrationen aus den Indianerbüchern unserer Jugend mit gesetzter Schrift den Ruhm einer Handvoll Leute in die Welt hinaus, die nicht gelernt haben, dass man heute bereits mit geschmackvollen Dingen Geschäfte machen kann. Die Genies des Körpers sollten sich bessere Managere halten. Hier liegt die Hauptkraft Krotowskis, aber seine Hauptkraft liegt brach.



Stephan Krotowski
Aus „Lebenskunst“, ein Herrenbrevier
Verlag Gustav Lyon, Berlin

Illustration