

Farbengebung der betreffenden Künstlerindividualität natürlich den weitesten Spielraum lässt, mitunter auch in den Motiven mit den Buchstaben selbst in Beziehung gebracht werden kann, wie dies beim Plakat der 3. Züricher Raumkunstausstellung von 1912 (Abb. 16) der Fall ist. Eine Persönlichkeit wie der Münchener A. Niemeyer, dessen Stärke Tapeten und Druckstoffe mit botanischen Motiven bilden, wird auch im Plakat – vgl. die Ausstellungsanzeige der Vereinigten Werkstätten von 1909 (Abb. 17) – dieselbe Richtung betonen. Ein Künstler mit strengem Architektureinschlag, wie etwa Bruno Paul wird andererseits, wenn er etwas Serieuses ausdrücken will, von einer spielerischen Umrahmung auch ganz absehen und

eine ornamentale Antiqua in eine ernst architektonische Gliederung einspannen, wie uns das Plakat der Berliner Akademie-Ausstellung (Abb. 19) lehrt, dessen Farbenton von schwarz und gold schon einen Gegensatz zu Geschäfts- oder leichten Vergnügungsanzeigen auszudrücken bestrebt ist.

Schon die kleine Krone auf diesem Plakate, die etwa mit dem dominierenden Kronenbilde von K. G. Richter bei der „Kaiser-Friedrich-Quelle“ (Abb. 18) konfrontiert werden könnte, und zahllose ähnliche emblematische Siegel und Abbreviationen auf vielen anderen Anzeigen sind streng genommen Zutaten, die bereits zum Bildplakat hinüberleiten. Aber selbst die Wiedergabe des anzukündigenden Gegenstandes, wie etwa der bekannten Eos-Goldfüllfeder

auf dem Plakat von W. Buhe kann, trotz aller genügender Wirksamkeit, doch noch der Schrift gegenüber zurücktreten, sodass wir auch solche Kunstblätter eher den reinen Schriftplakaten anzureihen versucht sind.

An dieser Stelle dürfte es auch rätlich erscheinen, eine zum Glück nicht sehr grosse Gruppe zu erwähnen, die mit archaischen Erinnerungen oder gar mit dem Kokettieren nach anderen Materialwirkungen rechnet. Wenn die Mün-



R. Mürger Abb. 13 Plakat
Druck: Polygraphisches Institut, Zürich

chener Glaspalastausstellung 1893 ihrer Ankündigung das Aussehen einer patinierten Bronzetafel mit Goldschrift geben zu sollen glaubte, so mag man eine so völlige Verkennung der Aufgaben der Plakatkunst bedauern und kann sich höchstens darüber freuen, dass in unseren Tagen solche Materialwidrigkeiten wenigstens in den eigentlichen Kunstkreisen wohl endgültig abgestorben sind. Aber das altertümliche Plakat der vorjährigen Breslauer Jahrhundertfeier von Drobek (Abb. 20) ist auch nicht sehr erfreulich, da es nur eine Vergrößerung einer alten, gedruckten königlichen Verordnung zu sein scheint, während es doch – das bewies das gleichzeitige andere Plakat derselben Veranstaltung – der Plakatkunst un-

schwer erreichbar ist, die Erinnerung an eine bestimmte Vergangenheit auch in durchaus moderner Art zum Ausdruck zu bringen. –

Den reinen Schriftplakaten stehen die Bildplakate ohne Schrift gegenüber, die jedoch, da die Natur des Plakates nur Individuelles, nichts Generelles verlangt, etwas Unfertiges, ein Halbprodukt darstellen, also einen Notbehelf, als was die Rahmen- oder Klischee-Plakate aufzufassen sind, die erst durch die spätere Hinzufügung der textlichen Ankündigung ihren Propagandawert erhalten, aber meist auf Kosten des ästhetischen Wertes. Dass eine ausländische Filmgesellschaft, die ihre Erzeugnisse gleichzeitig und gleichmässig den verschiedensten Nationen und Nationchen zugänglich machen

will, ihre oft riesengrossen Ankündigungen nicht immer gleich in polyglotten Auflagen erscheinen lassen mag, sondern es den Abonnenten in den einzelnen Ländern überlässt, die entsprechenden Texte durch nachträglich angeklebte Streifen hinzuzufügen, wird man vom rein finanziellen Standpunkte begreiflich finden. Ebenso wenig wird man von einem reisenden Künstler, wie etwa Conrad Dreher – siehe das Plakat von Gulbransson (Abb. 21) – oder von einer reisenden Gesellschaft, wie etwa dem



R. L. Leonard

Abb. 14
Druck: Selmar Bayer, Berlin

Plakat