



Anonym Abb. 44 Plakat
Druck: E. v. Baumgarten, Mündien

heben mussten, oder andererseits ein Tanzen der Buchstaben in den verschiedensten Kurven oder Schleifenfahrten, oder ein Ausrenken einzelner Lettern zur Füllung verschiedener Zwickel, wie wir dies namentlich bei J. Toorops Arnheimer Versicherungsplakat (Abb. 41) nicht gerade zu unserer Freude wahrnehmen. Für solche gequälten und gewaltsamen Lösungen haben wir heutzutage nichts mehr übrig, obwohl, wie das Munch-Ausstellungsplakat von Jacob (Abb. 42) dartut, archaisierende Buchstabentänze ab und zu noch vorkommen. Mit der Forderung der klaren und einheitlichen Plakatwirkung betonen wir eben auch die gute Schrift, die sich nicht irgendwo und irgendwie in das Bild hineinbeisst, sondern mit Geschmack und Verständnis über, unter oder neben dem Bilde angebracht ist und höchstens so viel von dem Bilde selbst verdecken darf, wie eben für die Rezeption des Ganzen nicht mehr notwendig ist. Höhles Peltz-Kassenschrankplakat (Abb. 43), Lindenstaedts bekannter Berliner „Blumenhübner“, L. Bernhards Stiller-Schuhplakat (Abb. 45) oder Schmoll-Eisenwerths „Kosmopolis“ in Stuttgart (Abb. 46) – das wären, um



Lucian Bernhard Abb. 45 Plakat
Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin

nur einige Beispiele herauszugreifen – klassische Beispiele für prägnante, wirkungsvolle Plakatschriften, die mit dem Bilde gemeinsam komponiert, das betreffende Kunstblatt wie aus einem Gusse geschaffen erscheinen lassen. – Ob für diesen oder jenen Zweck ein Bild- oder ein Schriftplakat gewählt wird, ist weniger wichtig. Das Bild wird immer mehr sinnfällig sein; waren doch die ersten Schriften geradezu Bilderschriften, und die Bauernkalender für Analphabeten behelfen sich noch bis tief ins 18. Jahrhundert mit bildlichen Zeichen. Wir haben heute wenigstens bei uns keine Analphabeten mehr, aber trotzdem wissen wir ganz gut, dass es nicht nur der naive Teil des Volkes ist, auf den das Bild immer



K. Schmoll von Eisenwerth Abb. 46 Plakat
Druck: M. Seeger, Stuttgart

stärker wirken wird, als die Schrift. Wenn somit das Bildplakat vor dem reinen Schriftplakat leicht seine Vorzüge geltend machen kann, so werden wir doch als Besitzer einer hochwertigen Kultur und als Beherrscher des ganzen Schrifttums einen Stolz darein setzen können, auch der Schrift das zu geben, was ihr gebührt. Die Vernachlässigung der Schrift wäre nicht nur Schlamperie, sondern geradezu Unkultur. Erst eine einwandfreie Beschriftung macht ein gutes Plakat zum vollendeten Kunstwerk wie zu einem wirkungsvollen Propagandamittel, und nach beiden Richtungen wollen wir den anderen Nationen mit gutem Beispiele vorangehen. *)

*) Auf den folgenden Seiten sind noch eine Anzahl charakteristischer Schriftplakate abgebildet, die jedoch nicht mehr zu diesem Aufsatz gehören. Der Herausgeber.