

nach dieser Richtung hin ausgeprägt ist. Am wenigsten ist dies der Fall bei dem Ullstein-Plakat von Schoeps (Abb. 24). Die weisse Wolke, in der Lorbeerzweig und Trommel beieinander ruhen, kann als Futurismus angesprochen werden; ebenso die Schriftschatten. Aber Schoeps hat alles vermieden, was undeutlich und stimmungzerreissend wirken könnte. Weniger hat dies Hadank (Abb. 27) getan. Er wollte von vorn herein mehr Plakat als Schrift malen; da er jedoch zu viel Text hatte, entschloss er sich den Mittelpunkt wenigstens zu plakatisieren.

Es ist nur Hadanks bodenständiger Kunst zu verdanken, dass trotzdem ein recht wirksames Schriftplakat entstanden ist. Die Schlussfolgerung futuristischer Wirkungsmöglichkeiten im Schriftplakat könnte kaum ein Blatt besser beweisen und illustrieren, als das Orlik-Plakat für die Schwarz-Weiss-Ausstellung der Berliner Secession (Abb. 26). Es gibt uns Gelegenheit, auf die An-

fangsgedanken zurückzukommen, die an Roller anknüpfen, dem Emil Orlik in seiner ursprünglichen künstlerischen Entwicklung nicht fern steht; die Schrift soll an und für sich Ornament werden. Orlik deutet Zweck und Ziel der Ausstellung, ihr Wesen und ihren Gehalt schon in der Schrift an, lässt die Schrift aber an Deutlichkeit nichts einbüßen, sondern stellt sie in schwarze und weisse Schattierungen, gewissermassen in einen leichten Dunst von schwarz-weiss – und erreicht damit alles, was er will und was die Kunst von einem Schriftplakat verlangt. Ein solides Plakat im guten Sinne ist schliesslich die Arbeit von Heinz Keune (Abb. 28) für die Ausstellung Vaterlandsdank. Ich denke nur, dass es ratsamer gewesen wäre die zwei Hauptzeilen in Weiss zu halten – denn sie sollen doch zuerst ins Auge springen. In der jetzigen Form sieht das Auge zuerst die Worte „Ausstellung und Verkauf von“. Textlich wäre auszusetzen, dass die beiden unteren Zeilen nicht

klar genug sagen, wie Einkauf und Verkauf geregelt sind. Ich kann mir nicht denken, dass diese Ausstellung einfach eine Mark Eintrittsgebühr verlangt und ausserdem noch Kaufzwang ausübt . . . so aber klingt der Schlusssatz. Aber das trifft wohl nicht den Künstler. Problematisch im guten Sinne des Begriffs sind die beiden Werbeplakate für die Volksstimme von Bethge (siehe Beilage). Ich sage problematisch: weil Bethge tatsächlich versucht, an den Grundkern des Schriftplakates zu rühren. Die Schrift ist ihm einfach

Mittel zum Zweck: die Fläche zu füllen. Er unternimmt den schwierigen Versuch einmal mit sieben Worten und einer Zahl ein ganzes Blatt zu füllen. Dieser Versuch ist beachtenswert, trotzdem das Resultat nicht befriedigt. Aus schwarzem Hintergrund wachsen die gelben Buchstaben hervor. Sie wirken ganz dekorativ im Stil Rollers; jeder einzelne Buchstabe ist nach Wunsch und Laune breit oder schmal,

dick oder dünn; die Buchstaben P. F. verlieren fast ihren Buchstaben-Charakter; ein Wort ist auf zwei Zeilen verteilt. Alle diese Willkürlichkeiten sind aber durch einen Willen gebändigt; es steckt Können in dieser Arbeit; man hat nicht das Gefühl von Verspieltheit, sondern von Ringen; Ringen mit dem Stoff. Es ist fast, als ob der Künstler an der Schwelle des Schriftplakates stünde und sich nicht gut losreissen kann von der berechneten Raumwirkung; es ist, als ob die Buchstaben ungezogene Kinder wären, denen er einen Platz zuzuweisen hätte; man denkt unwillkürlich an junge Frauen, die Möbel in der neuen Wohnung zu stellen haben und oft fast wütend werden, weil die Wohnung zu viel Winkel oder zu viel Türen und Fenster hat. Diese Bändigung des Wortes, dieses Zusammendrücken und Auseinanderzerren, dieses Plattdrücken und Herunterziehen – all dies beweist, dass ein ernster Künstler mit dem Wort als Dekora-



ABBILDUNG 18

HEINRICH JÄGER †

PLAKAT

Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin