



ABBILDUNG 22 LUCIAN BERNHARD PLAKAT
Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin

kunst wünschen, dass die Schrift allein diese Aufgaben vollführt. Wenn auch „Dandy“ und „Girls“, Tango und Monokel nicht so rasch den Ballsaal beherrschen werden – eine Fülle von Gestalten wird wieder auftauchen, Sieger und Starke – das Bild wird kaum entbehrt werden können. Das Plakat wird sich diese Bilder schaffen, wird sie hervorzaubern, wie es schon einst geschah, als man Deutschland unmodern schalt. Aber in der Hauptsache wird das Schrift-Plakat eine Weile nach dem Kriege herrschen. Das Schrift-Plakat wird neue Tatsachen und alte Erfahrungen wieder anzukündigen haben. Man hat sich jetzt daran gewöhnt, aus der Liffass-Säule mehr als ein Amusement für den Abend, mehr als einen Theaterzettel zu machen. Man hat die offiziellen Verordnungen und langen Gestellungsbefehle von den Liffass-Säulen und den Plakatmauern heruntergelesen; man hat von Mehlstreckung, Fettgeboten

und Reiskundgebungen durch sie gehört. Die Ankündigungssäule wird auch den neuen Unternehmungsgeist der Industrie in knappen Schlagworten und gradlinigen, klaren Buchstaben widerspiegeln müssen.

Und noch ein wichtiger Gesichtspunkt:

Man hat sich im Laufe der langen Kriegszeit daran gewöhnt, Plakate nicht nur an der Liffass-Säule, sondern auch an Mauerecken und Schaufenstern zu finden. Die Wohltätigkeits-Plakate würden zu tausend so gesehen werden und ihre vielfache Wirkung tun. Dieser Eindruck bleibt. Aus diesem Eindruck können wir viel für die Wirkungsmöglichkeit des Plakates überhaupt lernen. Das Plakat wird aber dann als Schaufenster-Dekoration benutzt werden müssen.

Und wenn dann behutsam und konsequent der Uebergang zum Bildplakat geschaffen sein wird; wenn die



ABBILDUNG 23 SCHWAB PLAKAT
Druck: Rokotryck A.-G., Stockholm