



ZEITSCHRIFT DES VEREINS DER PLAKATFREUNDE E.V.

8. JAHRGANG / HEFT 4 / JULI 1917

/DIE BEZUGSBEDINGUNGEN STEHEN AUF DER ZWEITEN UMSCHLAGSEITE./

# Otto Baumberger

VON DR. HANS SACHS, BERLIN.

Der deutschen Plakatkunst drohen Gefahren. Wege, die zu Höhen zu führen schienen, sind zu Sackgassen geworden.

Kaum sind diese Worte niedergeschrieben, da schauen sie mich erbarmungslos an, und jene Verse Mirza Schaffys fallen mir ein:

Wer die Wahrheit weiß, der muß  
Schon sein Pferd am Zügel haben,  
Wer die Wahrheit denkt, der muß  
Schon den Fuß im Bügel haben,  
Wer die Wahrheit spricht, der muß  
Statt der Arme Flügel haben.

Denn schon höre ich von allen Seiten die erregten Stimmen auf mich eindringen: „Hören wir recht? Sackgassen? Welche Vermessenheit!“

Gemach, gemach, meine Freunde, laßt uns diese Sache in Ruhe, sine ira et studio bedenken und besprechen! Wenn ich von Sackgassen der deutschen Plakatkunst spreche, dann soll darin kein Vorwurf gegen die Einzelnen liegen, nicht Einzelleistungen sollen herabgesetzt, sondern eine Gesamterscheinung soll in den Zielen, denen sie zustrebt, betrachtet also untersucht werden, ob bei diesen Zielen nicht einmal – um ein zeitgemäßes Wort zu gebrauchen – eine „Neuorientierung“ am Platze wäre; geprüft soll werden, ob die Entwicklung unserer Plakatkunst auch in ständigem Flusse geblieben ist, oder ob nicht doch bereits ein Zeitpunkt eingetreten ist, an dem sie zu erstarren droht. Ist denn nicht gerade bei der für den schnellen

Alltag schaffenden Plakatkunst, für die von ihren Auftraggebern in ständig gehetzter Anspannung gehaltenen Plakatkünstler auch einmal besinnendes Betrachten vonnöten?

Jedermann weiß, daß wir tüchtige Plakatkünstler in beträchtlicher Zahl besitzen, die für die Plakatkunst Wertvolles und Bleibendes geleistet haben und leisten. Der Fortbestand unserer Zeitschrift beruht ja auf ihrem Werke. Das „Plakat“ könnte, – um es drastisch auszudrücken – einpacken, wenn in Deutschland keine wirklich künstlerischen Plakate mehr auf den Markt kämen. Und das gerade in letzter Zeit aufgekommene amtliche und behördliche Interesse für die Plakat- und Reklamekunst beweist, daß die deutsche Plakatkunst eine Zukunft und im kommenden friedlichen Wirtschaftsleben eine nicht unbedeutende Aufgabe zu erfüllen hat.

Wer einmal genauer hinsieht, der entdeckt, daß der Plakatkunst schon ohnehin äußere Gefahren drohen: Der einstmals im Plakat liegende Schwerpunkt der deutschen Reklamekunst hat sich in letzter Zeit nicht unwesentlich verschoben. Das Künstlerplakat spielt innerhalb der Reklame nicht mehr dieselbe Rolle wie früher, es ist – man braucht nur die Anzeigenseiten der Tageszeitungen zu betrachten, – von der künstlerischen Anzeige etwas zur Seite gedrängt worden, und auch die Plakatkünstler selbst haben auf andern Gebieten, so in der Buchillustration, neue und lohnende Betätigung finden können. Auch die künstlerische Packung, der