

Plakatkunst, jene oftmals spielerischen Versuche mit plakastilistischen Wirkungen, beruhen zum nicht geringen Grade auf der Unfähigkeit mancher Plakatkünstler, richtige Menschengestalten auf die Beine zu stellen. Nur ein Künstler, der so zeichnen kann, wie Baumberger durfte es wagen, seine Gestalten in so eigenartiger Stellung auf das Plakat zu bringen, die Körper in ihre

einzelnen Teile scheinbar aufzulösen und doch als Ganzes wieder zusammenklängen zu lassen, wie es die Anhänger des Kubismus tun, will man schon ihren Stil auf eine Formel bringen. Was Baumberger mit seinen – nennen wir sie der Kürze halber – kubistischen Plakaten geben wollte, war wohl zunächst einmal das Bizarre. Was für den freien Künstler ein Vorwurf wäre, kann bekanntlich für den Plakatkünstler Lob bedeuten, selbst wenn das Bizarre nur willkürliche Spielerei ist. Das ist es bei Baumberger niemals geworden, so eigenartig auch manche seiner kubistischen Plakate sein mögen, immer spürt man das vom höheren künstlerischen Empfinden eingegebene Gesetzmäßige. Immer merkt man, daß nur ein Künstler, der die Technik der Malerei so beherrscht wie er, sich

solche Absonderlichkeiten leisten darf. Die Neigung zum Eigenartigen, über das Gewöhnliche hinaus Gehende steht schon am Anfang des Baumbergerschen Plakatwerkes. Das 1911 entstandene Plakat für das Corso-Restaurant weist in der Gestalt der das Bild beherrschenden Geigenspielerin eine Vorliebe für absonderlichen Linienrhythmus. Im Plakat für Engstlers Biergarten in Konstanz

(1912) tritt diese eigentümliche Note schon stärker hervor, aber die Einzelheiten sind hier noch zu sehr betont, und die Plakatwirkung ist dadurch gering.

Das Plakat für Seiden-Griender (Abb. 7) ist 1914 entstanden. Mit ihm tritt eine Konzentration dieses Stiles in der Baumbergerschen Plakatkunst auf. Man kann diese rhythmische Zusammenfassung der Figur des

Chinesen nicht gerade kubistisch nennen, weil hier Einzelheiten noch ganz klar – aber beileibe nicht akademisch – durchgeführt sind. Aber die neue Richtung ist hier unverkennbar. Bei dem Plakat für SpecksCinema-mahaus du Pont (1914 Abb. 16) tritt die Fähigkeit Baumbergers, die Darstellung der Bildfläche zu gesammeltem Ausklang zu bringen, noch viel schärfer hervor. Ich kenne wenig Plakate, bei denen das Gesamtbild ebenso fesselt wie die Einzelheiten. In einem anderen Plakat – Restaurant du Pont – ist Baumberger dieselbe gedrängte und geschlossene Anordnung der Gestalten, die hier mit dem Salz der Karrikatur gewürzt sind, ebenfalls trefflich gelungen.

Wenn hier vom Kubismus in den Baumbergerschen Plakaten gesprochen wird, so ist dieser

Ausdruck natürlich nur in sehr bedingtem Sinne zu verstehen. Sein Kubismus ist ein sehr gemäßigter, wobei ich allerdings dahingestellt sein lassen möchte, ob diese Scheu vor der letzten kubistischen Konsequenz in Baumbergers künstlerischer Art begründet ist, oder ob sie nicht vielmehr nur ein Zugeständnis an das Publikum ist. Freilich, das Plakat für das Wiener Kaffee

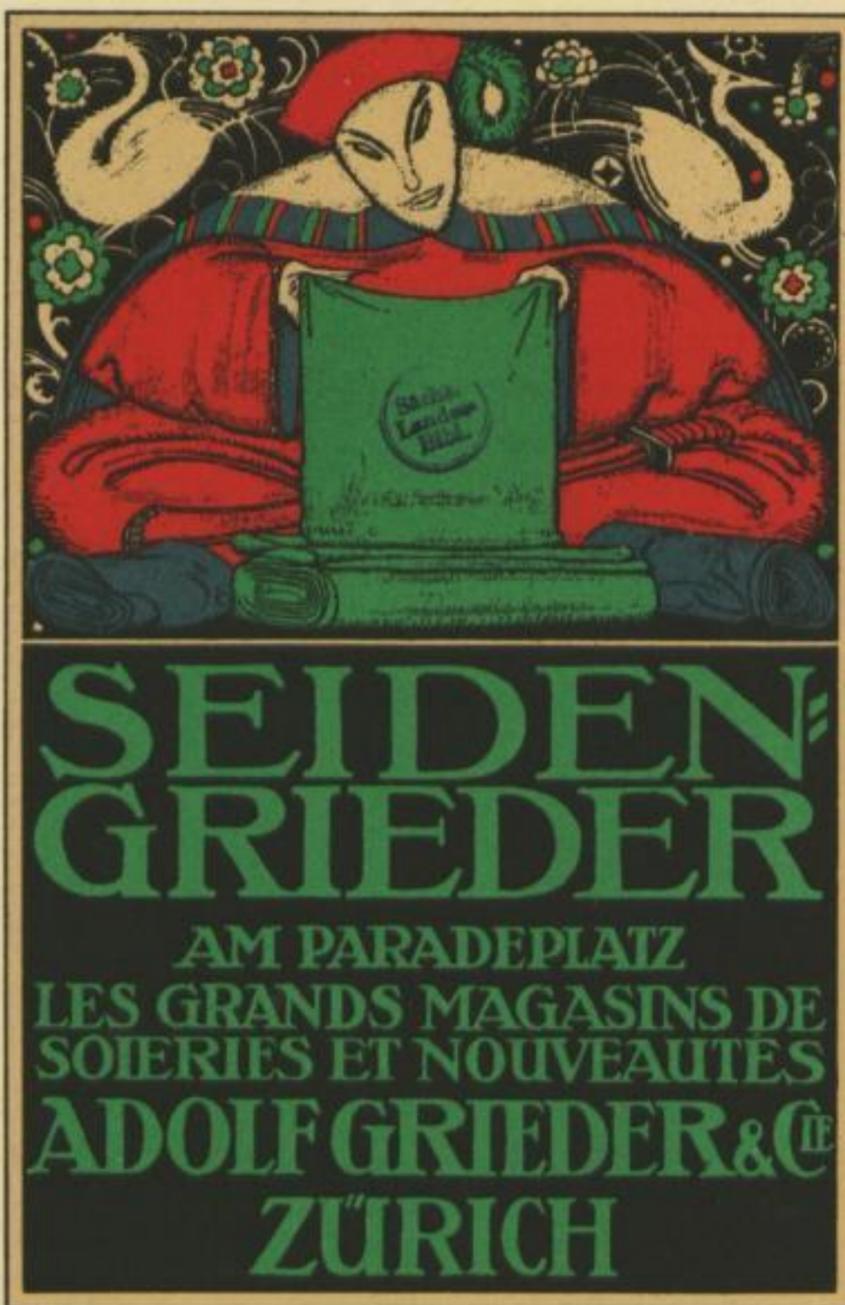


Abb. 7 OTTO BAUMBERGER / Plakat 1914  
Druck: J. E. Wolfensberger, Zürich