

Splendid (Abb. 15) geht schon recht kubistisch ins Zeug. Aber selbst der kunstnüchternste Laie wird das prickelnd Bizarre des liebebedürftigen Dämchens fühlen. Er wird vielleicht, ohne sich dessen bewußt zu werden, aus dieser schmissigen Darstellung den Duft des Konzertkaffees herausspüren und vielleicht mit Schmunzeln wahrnehmen, daß die Noten auf dem Plakat („Sah ein Knab ein Röslein stehen“)

einen etwas lasterhaften Beigeschmack haben. Auch im Plakat der Künstlerkonzerte im Elite-Hotel-Restaurant (1915 Abb. 13) spukt die Stimmung von Kaffeehaus - Musik. Die einzelnen Gestalten auf diesem Bilde sind Beiträge zur Leidensgeschichte des Kaffeehaus-Musikers. Diese beiden Plakate werden aber noch übertroffen von dem vielleicht stärksten Plakat Baumbergers für das Café de la Paix (siehe Beilage). In dieser eigenartigen Linienführung bekommen die Kaffeehausgestalten das richtige, in ihnen wohnende dekadente Leben. Und weil Baumberger diesen seinen Plakatkubismus so meisterte, durfte er sich erlauben, mit ihm zu spielen. Die Kühnheit, mit der er auf diesem Plakate das Gesicht des Kellners nur durch einen Strich andeutete, verblüfft, trotz Hohlwein, trotz J. B. Maier. Auf den zuletzt besprochenen beiden Plakaten ist das Malerische stark in den Hintergrund getreten. Geschlafen hat es bei Baumberger niemals. Die Neujahrskarten für Wolfensberger beweisen, wie sehr dieser Stil zum Malerischen hinstrebt, und sie zeigen auch zugleich, daß es in ihm keine Einseitigkeit gibt. Die Tonleiter seines Kubismus ist reich an ganz verschiedenen klangvollen Tönen und Akkorden.

Was bei den Gelegenheitsdrucksachen nur reizvoll wirkt, wächst sich im Plakat zu künstlerischer Größe aus. Den Plakaten für Dosenbach (siehe Beilage), Pavillon Mascotte (siehe Beilage), für die Oresteia-Festvorstellung

Reinhardts (siehe Beilage) und gar dem für Kain und Abel (1917 Abb. 19) läßt sich in der deutschen Plakatkunst beim besten Willen nichts zur Seite stellen. Hier feiert die Baumbergersche Plakatkunst ihre reinsten Triumphe, die man nur neidlos anerkennen kann. Hier ist alles Gefühl, Erlebnis, Größe, Schwung. Erlebnis nicht nur für den, der schuf, sondern auch für den Betrachter.

Das Dosenbachsche Schuhplakat ist das erste dieser Reihe. Ein Schuhplakat und doch kein Sachplakat, kein Plakat mit einer einen Schuh anprobierenden schicken Puppe, aber auch kein nüchterner Schuh! Mancher wird sagen, dieser Schlangemensch hätte keine innere Beziehung zu Schuhen, er könnte ebensogut mit etwas anderem Fangball spielen, als mit Schuhen. Aber kommt es darauf an? Genügt es nicht, wenn sich hier ein Bild von unübertrefflicher Eigenart uns einprägt? Ist nicht jeder Schuh so reizvoll dargestellt, daß wir uns keinen von ihnen vom Plakat wegdenken können? Diese schlangemenschartige Gestalt gehört zu dem Kühnsten, was die moderne Plakatkunst geschaffen hat, aber auch zum Schönsten!

Für die Hingabe Baumbergers an sein Werk zeugen am reinsten das Oresteia-, sowie das Kain

und Abel-Plakat, ebenso aber auch für die hohen malerischen Fähigkeiten des Künstlers (siehe Beilage und Abb. 19) Die dramatische Wucht der Tragödien des Aeschylus konnte nirgends besser ihre bildkünstlerische Deutung finden. Das sind Arbeiten, die wir nicht nur als Plakate, sondern auch als reine Kunstwerke ansprechen müssen. Die Farbigkeit dieser Bilder stellen in ihrer Weichheit, die doch wieder das Gegenteil von Süßlichkeit ist, etwas ganz eigen Baumbergersches dar, trotz mancher Anklänge an modernste Kunstrichtungen. Es ist für uns nicht ohne weiteres leicht, unser Auge



Abb. 8 OTTO BAUMBERGER / Plakat 1913
Druck: J. E. Wolfensberger, Zürich