

frohen Schwingungen in der frischen Sommerbrise weht. Dann kommen das Stadtwappen, Handwerkerjünglinge, Räder, Kugel und verschiedene Werkzeuge hinzu, und es wird daraus ein Plakat! Die Dinge sind zu bekannt, um wieder erwähnt zu werden. Wie alles das auch genannt sein mag, Plakatkunst im modernen Sinne war es nicht.

Die Bewegung der neunziger Jahre schief bald wieder ein. Die Ursachen waren wohl die, daß weder die Künstler noch die Zeit für eine dekorative Kunst reif waren. Die Maler waren noch im Grunde reine Naturalisten, und was an ihren Arbeiten dekorativ war, war nicht Form, sondern Inhalt: Literatur. Eine Ausnahme bildete jedoch das Plakat von Albert Engström „Profva Stora Bryggeriets öl!“ (Probiert das Bier der Großen Brauerei! Abb. 5). Hier merken wir zum ersten Male einen Geist im Sinne des modernen Plakats. Die Elemente sind da: eine kurze, suggestive Schrift einerseits, eine großzügige, mit wenigen Mitteln entstandene Darstellung andererseits. Albert Engström war lange Zeit der größte Ka-

rikaturist Schwedens, auch aus seinem Plakat strömt Humor und gute Laune, wie die Seeleute aus dem stürmischen Biermeer sich einen guten Trunk holen. Dieses Plakat könnte mit den großen Illustratoren der neunziger Jahre verglichen werden. Um so merkwürdiger ist es dann, daß derselbe Mann 1906 ein so nichtssagendes Ding wie das Norrköpingplakat mit seinem diplomenhaften, wenig dekorativen Charakter

machen konnte (Abb. 4). Er steht aber hierin nicht allein, das Plakat für die olympischen Spiele 1912, von Olle Hjörtzberg, einem begabten Künstler der mittleren, akademischen Generation, der doch gute dekorative Malereien gemacht hat kann nicht als gelungen betrachtet werden (Abb. 39). Aus den vielen fahnenschwingenden Jünglingen wird eine Kakophonie von Farben und Linien, die gegen die Forderungen,

die wir Modernen aufgestellt haben, laut lärmten.

Das war die alte Kunst! Da sie nicht bedeutend ist, braucht sie nicht mit vielen Worten erörtert zu werden.

Die neue schwedische Plakatkunst fängt als Bewegung mit dem Jahre 1913 an, obwohl vereinzelte gute Dinge schon vorher erschienen waren. Aber in diesem Jahre entstand auch im Publikum das Interesse für das Plakat durch einen Wettbewerb, der von der großen Stockholmer Zeitung Svenska Dagbladet veranstaltet wurde und eine große Zahl von Künstlern versammelte; zwar fehlten einige der besten Zeichner, aber das Interesse war wenigstens da. Den ersten Preis bekam Lydia Skottsberg

(Abb. 17). Bald nachher kam eine Ausstellung des schwedischen Zeichnerbunds mit dem hier abgebildeten Plakate von Eigil Schwab, (Abb. 10), und damit war in Schweden die neue Aera eingeleitet.

Die neue schwedische Plakatkunst zeigt große Verwandtschaft mit der deutschen, die Anregung mag wohl auch von dieser gekommen sein. Die deutsche und schwedische Plakatkunst haben beide dieselben



Abb. 6 EIGIL SCHWAB / Plakat
Druck: A. B. Kopla, Stockholm