

spitzen Winkel zusammenlaufenden Gesichter des in Untersicht gesehenen Menschenpaares ist auch der Rhythmus der Flächensilhouetten ein sehr nachhaltiger. Es ist eine Vereinfachung und Modernisierung der Wirkungsmittel der oberitalienischen Quattrocentoporträts. Grünweiß, lilaorange, violett, blaugold, blaurotviolett dürften mit schwarz und weiß zusammen die häufigsten Farbenakkorde Kåges sein. Sie nehmen sich immer gut aus im Straßengewimmel, stimmen zu Freude und Heiterkeit. Es ist ja nicht alles Gold, was er macht, aber als Haupturteil darf man sagen, daß Kåge ein sehr guter Plakatkünstler ist. Sein Handwerk ist vielleicht deutsch oder von Deutschen angeregt, es wäre wohl ohne die deutsche Plakatkunst nicht denkbar. Sein Stil ist aber persönlich und originell.

Leon Welamson macht unter den Schweden den Eindruck des größten Könners (Abb. 22–25, 28 und Umschlag). Wie Schwab mißt er dem Schwarz eine bedeutende Rolle zu, vom Schwarz kommt das feste Gefüge. Welamsons Plakate sind nämlich sehr fest aufgebaut; kein leichtes Spiel wie bei Kåge, kein packender Rhythmus wie bei Schwab. Was er macht, ist solide, und der gewöhnlich mitspielende Humor von biederer Art. Die Flächen stehen fest gegen einander, die Linien sind bestimmt, das ganze hat ein geschlossenes, einheitliches Gepräge; man merkt, daß hier für den Druck gearbeitet ist. Er „geometrisiert“ seine Linien, er hat denkbar einfache Kurven wie z. B. auf dem Plakat „Landstorm och Skytte“ (Abb. 28), wo die Hauptlinien Zirkelsegmente sind. In diesem Blatte sind die beiden eigentlichen Farben warm, das kalte

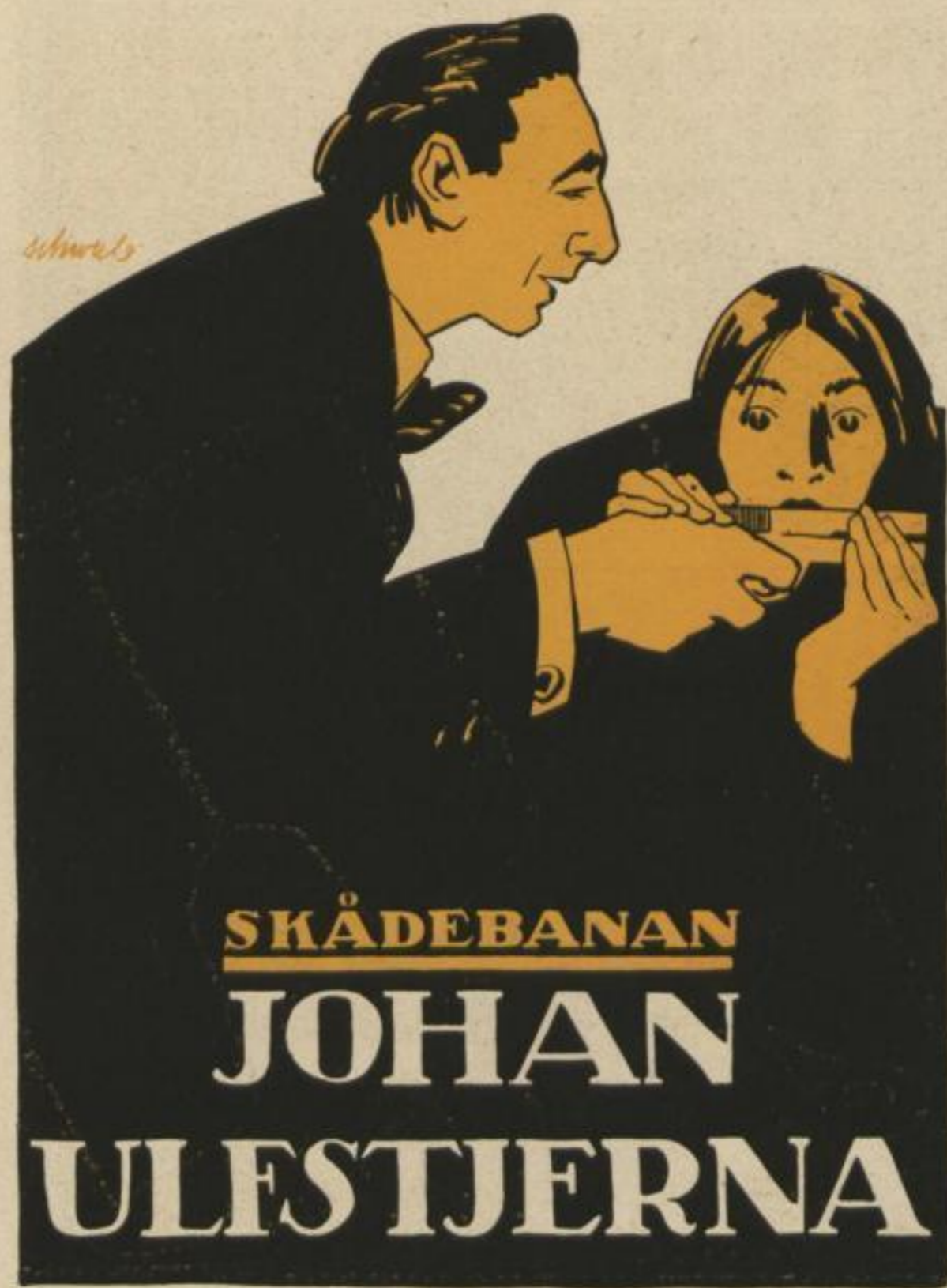
Gegengewicht ist also weiß und schwarz, was aber nicht einen vollgültigen Gegensatz zu den Farben ausmacht. Daher das ein bischen stumpfe des Kolorits, im Gegensatz zu dem Kåges. Auf dem Umschlage dieses Heftes hat Welamson das schwüle Grün benutzt, um dadurch eine andere Stimmung zu bekommen, und doch ist wieder das schwarz sehr wichtig. Die Schrift ist bei Welamson immer sehr gut. Zunächst macht er davon einen

ausgiebigen dekorativen Gebrauch, sie geht als künstlerisches Flächenelement mit dem Bilde zusammen. Außerdem ist sie typographisch durchgearbeitet und leicht lesbar. Das Plakat für Herzog zeigt, was man mit der Schrift alles machen kann (Abb. 25).

Mit diesem Künstler geht Frau Sellberg-Welamson zusammen, wie es sich ja bei einem Ehepaare gebührt. Ihr hier abgebildetes Plakat macht freilich ohne die Farben nicht den richtigen Eindruck, ist aber in Grau und Rot ein Plakat mit guter Reklamewirkung. Das Format ist nicht groß, was besonders erwähnt werden soll. (Abb. 45).

Das sind etwa die eigentlichen Plakatkünstler Schwedens. Die anderen unten erwähnten Künstler können in zwei Gruppen

eingeteilt werden: die Illustratoren, die ab und zu gern ein Plakat machen, und die Maler, die ganz zufällig in dieser Kunst tätig waren. Diese bilden zusammen einen bunten Haufen, wie ja voraussehen war. Es sind die Leute, die durch ihr völliges Unvermögen ein Plakat zu machen, der Plakatkunst den größten Schaden zufügen, da, Gott weiß warum, die schlechten Sachen ja immer die guten zurückdrängen. Dieses Urteil ist glücklicherweise nicht generell. So hat der Maler Ernst



ROKOTRYCK - A. B. KOPRA - STHLM.

Abb. 12 EIGIL SCHWAB / Plakat
Druck: A. B. Kopla, Stockholm