



Bild 1 / BÖGELUND-JENSEN / Werbermarke

Thor Bøgelund-Jensen

VON HENNING BRÖCHNER, KOPENHAGEN.

In der nicht gerade umfangreichen dänischen Plakatkunst ist Thor Bøgelund-Jensen, der sich schlechtweg Bøgelund nennt, einer der wenigen unter unseren bekannteren Plakatkünstlern, vielleicht der einzige, der mit Erfolg von den deutschen Plakatkünstlern gelernt hat, ohne seine Selbständigkeit aufzugeben. Es mag paradox klingen, aber die Art Bøgelunds ist umso charakteristischer

und persönlicher geworden, je mehr er sich seinen deutschen Vorbildern – und das „Vorbild“ ist hier oft in recht weitem Sinne aufzufassen – genähert hat. Schon bevor er mit den deutschen Arbeiten bekannt war, zeigte er trotz mancher Anfangsschwächen ein wachsames Auge für die Plakatwirkung, die in Deutschland das Alpha und Omega nicht nur des Sachplakats geworden ist. Später hat er von Hohlwein die elegante Formgebung, von Bernhard und Gipkens die monumentale Antiqua und von Klinger die Schlankheit der Feminatypen gelernt. Bei allen diesen Anlehnungen an die Führer der deutschen Plakatkunst ist Bøgelund aber niemals zum Nachahmer geworden. Es ist falsch,

wenn man ihm bei uns „deutsche Schablonenmäßigkeit“ vorwirft; in Wahrheit sind seine Plakate ausgesprochen dänisch, wie sie eben nur von einem dänischen Künstler hervorgebracht werden können.

In einem Plakat für Andreasen & Lachman mag die einfache gelbe, rote, grüne und blaue Farbengebung an deutsche Vorbilder anknüpfen, ebenso wie die Verwendung der fliegenden Ballons, die man bei Preetorius, Klinger, Voigt und anderen kennt; aber das Bøgelundsche Plakat wirkt vollständig „lokal“, nicht nur wegen der Silhouette der Stadt, sondern weil es eben auf ein ganz bestimmtes Kopenhagener Ereignis eingestellt ist. Dieser Lokaltone tritt dann noch besonders



Bild 2 / BÖGELUND-JENSEN / Werbermarke



Bild 3 / BÖGELUND-JENSEN / Plakat 1913
Druck: Frode Hass, Kopenhagen



Bild 4 / BÖGELUND-JENSEN / Plakat 1914
Druck: Gyldendal, Kopenhagen