



Bild 12 / BÖGELUND-JENSEN / Plakat 1916  
 Druck: Andreasen & Lachmann, Kopenhagen

Ueberhaupt darf man an dem ausgeprägten Farbensinn Bögelunds nicht vorübergehen. Mit bestem Erfolge benutzt er die blaue Farbe, wofür das Plakat der „Blaa Grotte“ (Beilage) am stärksten spricht, und auf dem Plakate „Paddehatten“ (Beilage) sehen wir eine Symphonie entgegengesetzter Farben. Das Grün der Affen im „Zoologisk Have“ (Beilage) beweist, wie er, die gleiche Farbe abtönend, ein plakatwirksam-malerisches Gesamtbild hervorbringen kann.

Müßte man noch etwas nennen, was Bögelund

vor allen andern modernen Plakatkünstlern Dänemarks auszeichnet, so ist es seine vorzügliche Benutzung der Perspektive. Das mehrfach erwähnte Plakat der blauen Grotte ist dafür typisch. Aufgebaut wie eine Theaterdekoration mit einer Reihe von Kulissen entsteht durch die Abtönungen des Blau eine vollendete räumliche Wirkung, die durch die farbigen Schattierungen der Menschen noch unterstrichen wird.

Bögelund ist in vielen Beziehungen Bahnbrecher der künstlerischen Reklame. Er war es, der im Jahre 1911



Bild 13 / BÖGELUND-JENSEN / Plakat 1916  
 Druck: Andreasen & Lachmann, Kopenhagen

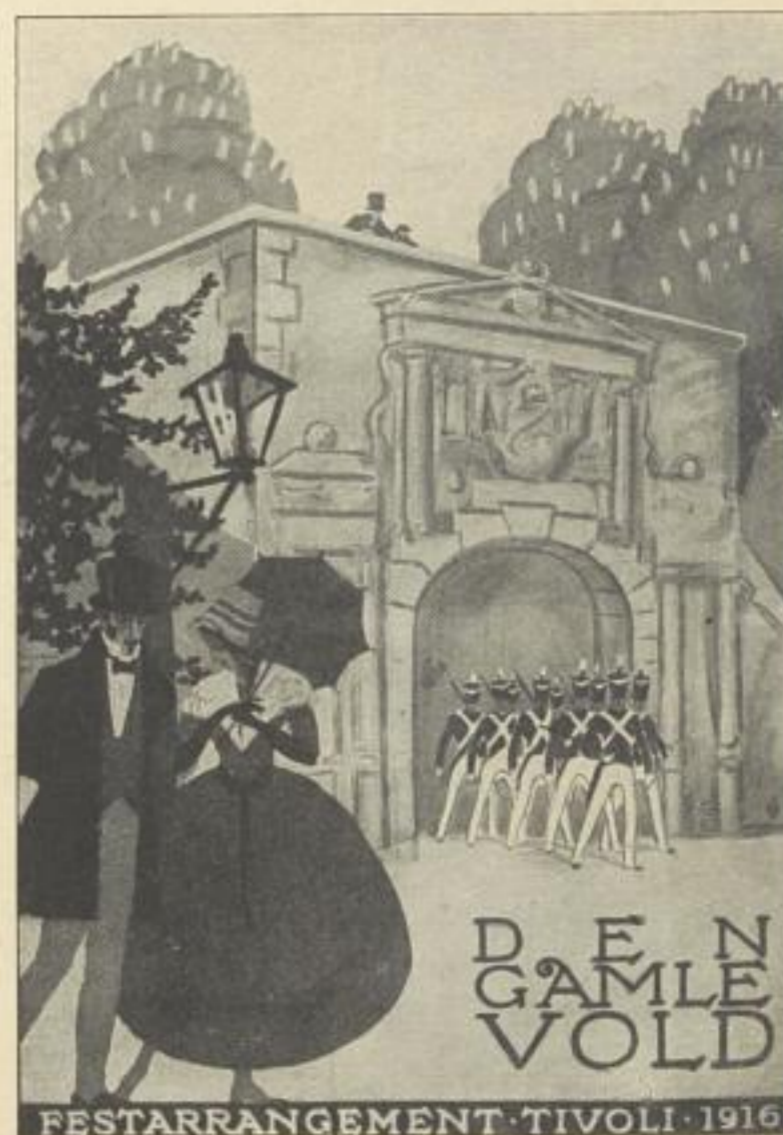


Bild 14 / BÖGELUND-JENSEN / Plakat 1916  
 Druck: Andreasen & Lachmann, Kopenhagen