

eine stark dekorative Wirkung bei Ausstellungen aufzufallen, und dadurch sind Arbeiten entstanden, die eine große Aehnlichkeit mit Plakaten hatten. Das ist aber nicht dem Einfluß des Plakates zuzuschreiben, sondern es ist ein Mißverständnis über das Wesen des Monumentalen. Indem man Technik und Format nachahmte, glaubte man die Wirkung zu erreichen. Aber man übersah, daß die zwingende Kraft nicht in der Mache und Größe, sondern in ihrem innern Gehalt liegt. Die Bilder der „Scholle“, die durch ihre impressionistisch dekorative Richtung in den ersten Jahren des Jahrhunderts Aufsehen erregten, gehören hierher. Ich brauche nur die Namen Reinhold Max Eichler, Fritz und Erich Erler, Adolf Münzer und Püttner zu nennen, um Zweck und Ziel dieser Malerei zu umreißen. Die „Scholle“ hat den stärksten Einfluß auf das Münchener Plakat ausgeübt, die Berliner Plakatkunst blieb dagegen ziemlich unberührt.

In diese Zeit fällt der Versuch der Malerei, den Eindruck der Natur und des Lichtes durch das punktierte Nebeneinander reiner Farben zu erreichen, der Neoimpressionismus. Auf der Grundlage einer Physiologie des Auges und der Farben suchte man dem höchsten Ziel der Kunst nahe zu kommen. Die Kunst warf sich der Wissenschaft in die Arme. Auf dem Boden der praktischen Arbeiten von Monet, Sisley und Pissaro schufen Seurat und Signac ein ausgeklügeltes, wissenschaftliches System, das von der theoretischen Abhandlung über Wesen und Begriff dieser Malerei bis zu praktischen Vorschlägen alles enthielt, was dazu notwendig erschien, um das vollendete Bild zu schaffen. Bei der stark kunstgewerblichen Note, die Geist und Technik des Neoimpressionismus kennzeichnet, ist es auffällig, daß die Plakatkunst sich seine Erkenntnisse nicht zu Nutzen gemacht hat. Durch die Verwendung reiner Farben wäre unzweifelhaft eine Steigerung der Fernwirkung, durch das Flimmern der Pointillage eine Erzielung interessanter Plakateindrücke möglich gewesen. Aber die Blicke der zünftigen Plakatmaler waren hyp-

notisiert, sie sahen nicht mehr die Kunst, die um sie herum geschaffen wurde, sie suchten nach einer Technik.

Wie gering die Zusammenhänge zwischen Plakat und Graphik waren, zeigt eine Aufzählung der großen Graphiker, die in jener Zeit ihre unvergänglichen Werke schufen. In Deutschland arbeiten auf dem Fundamente Menzels und Leibls, Klinger und Greiner, Liebermann und Slevogt. Käthe Kollwitz schafft ihre ergreifenden Blätter. Hans Thoma und Fritz Böhle schöpfen aus der Tiefe deutscher Eigenart, Orlik zeichnet seine prachtvollen Bildnisse, Walther Klemm beherrscht als Meister den Holzschnitt. Die Franzosen des Kreises vom Montmartre versuchen durch neue Techniken dem Steindruck neue Wirkungen abzugewinnen – Odilon Redon schreitet mit seinen visionären Zeichnungen seiner Zeit weit voraus – ein Zeit- und Schicksals-Genosse von Munch, dessen Werke erst heute in ihrer vollen Bedeutung gewürdigt werden. William Strang und Frank Brangwyn erheben die Graphik Englands zur höchsten Blüte. Josef Pennell, Schüler Whistlers, der Entdecker der technischen Schönheit in den industriellen Anlagen und modernen Städten Amerikas, gründet den Senefelder-Klub zur Förderung der Lithographie und vermehrt den Ruhm der englischen Graphik durch Reise-Ausstellungen, die auch in Deutschland gezeigt wurden.

Alle diese Arbeiten haben wenig oder garnicht auf das Plakat abgefärbt, denn nach den Anregungen, die es von der dekorativen und monumentalen Malerei erhalten hatte, verliert es die Fühlung mit

den Problemen der bildenden Kunst. In der Zeit, da der Impressionismus seinen Höhepunkt bereits überschritten hatte, schlägt das Plakat abseits von der Malerei eigene Wege ein.

Plötzlich werden die Blicke der Plakatmaler nach Westen gerichtet. Die dekorativen Holzschnitte und die flächigen Lithographien von Valloton und Henry Rivière erscheinen als billige Blätter – die Beggarstoffs schneiden ihre flächigen Bildnisse in Holz, entwerfen ihre riesenhaften Flächenplakate und werden dadurch



Bild 2 / EGON SCHIELE / Plakat 1914
Druck: Rosenbaum, Wien