

Der schöpferische Teil der Aufgabe gipfelt in der Suche nach dem suggestiven Symbol. Nicht mehr die Idee ist Ausgangspunkt des Plakates, nicht die Allegorie, sondern das Symbol, das packend und allgemein gültig Bedeutung und Wert des Angebotes sofort klar macht. Vom passiven Erleben, dem Ideal früherer Kunstgestaltung, drängt auch die Kunst des neuen Plakates zum Subjektiven, zur eigensten Beziehung des Malers zum Objekt.

Nicht mehr die objektive Darstellung der Natur ist höchstes Ziel, sondern das Streben nach dem Symbol, die Umwertung durch Steigerung der Natur durch schöpferische Kraft. Wie die neue Malerei im Beschauer ein ähnliches Erlebnis auslösen will, wie dasjenige, das den Künstler zur Arbeit zwang, so ist es höchste Aufgabe des Plakates, den Betrachter zum innern Anteil am Plakatinhalt zu zwingen.

Wie bei dem schöpferischen Teil der Arbeit des Plakatentwurfes ganz neue Ausgangspunkte erscheinen, so muß auch die Ausführung, die Technik des Plakates neue Wege einschlagen, um die neuen Forderungen zu erfüllen. Neu nicht für das Plakat und die guten Graphiker, neu aber für die Nurfächentechniker. Vor allen Dingen müssen wir uns daran erinnern, daß das Plakat eine Angelegenheit des Steindruckes ist, und wir müssen alle künstlerischen Möglichkeiten der Lithographie

kennen, um sie dem Plakat dienstbar zu machen. Da die Malerei und die Gebrauchsgraphik heute im Grunde die gleichen Ziele haben, so müssen sie sich auch der gleichen Ausdrucksmittel bedienen. Beim Plakat sind es die Reize des Steindruckes, die sich durch geschickte Anwendung von Kreide, Pinsel und Wischer, Spritzsieb, Schaber und Springeisen, erzielen lassen. Die Modifikationen der Linie vom einfachen harten Kontur bis zum geschmeidig weichen Umriß, der zarte Schmelz der Kreidetechnik, die tausend Möglichkeiten der be-

lebten Fläche, die zufälligen Reize des gekörnten Steins, müssen erkannt und erlernt sein, um im richtigen Augenblick angewendet zu werden. Sofort ergibt sich hieraus eine der grundlegenden Forderungen des neuen Plakates: Selbstlithographie des Künstlers. Wir müssen fordern, daß die Handschrift des Künstlers nicht nur auf der Skizze, sondern auch auf dem fertigen Plakat steht. Die kleinliche Mache des Berufslithographen

muß in der Plakatkunst ausgeschaltet werden, denn die Abgabe der rein handwerklichen Arbeit an den Lithographen raubt dem Plakat unbedingt einen Teil des künstlerischen Reizes.

Die äußersten Folgerungen des Kubismus und den Futurismus mit seinem Nebeneinander der Begebenheiten lehne ich für das Plakat ab, denn die Schwierigkeiten, diese Konstruktionen in geläufig faßbare Bilder zu übersetzen, sind zu groß, als daß derartige Plakate wirkungsvoll sein könnten. Aber die Technik ist wesentlich zum Ausdruck des Gewollten, und so kann die Plakatkunst nicht nur von der Graphik viel lernen, sondern auch aus den technischen Errungenschaften der neuen Malerei Nutzen ziehen. Die Vordergrundmalerei vieler Expressionisten mit ihrer starken Betonung von Form und Farbe, die Verstärkung des Konturs und die Steigerung der Farbenintensität sind Mittel, die dem Plakat zu großen Wirkungen verhelfen können. Ein

gemäßiger Kubismus kann durch die hohen rhythmischen Qualitäten, die in seiner schnittigen Pinselführung liegen, sehr wohl zu eindrucksvollen Plakaten führen. Ob die absolute Malerei mit ihrer Sehnsucht, durch Farbklänge symbolisch zu wirken, für die Plakatkunst nutzbar gemacht werden kann, wage ich heute nicht zu entscheiden.

Das Ergebnis dieser schöpferischen und technischen Arbeit ist ein Plakat, das sich bewußt mit den Vorübergehenden in Kontakt setzt, das aber auch ein Kunstwerk von dauerndem Wert ist. Je nach der Eigenart



Bild 7 / FERDINAND HODLER / Plakat 1917  
Druck: J. E. Wolfensberger, Zürich