

gleichbedeutend) aushängten, denn das Plakat ist, um auch das hier wenigstens zu berühren, weit eher eine Aufgabe des Kunstgewerbes als der Malerei.

Die fast ausschließliche Herrschaft des Bildplakates durch einige Jahrzehnte hat vielleicht die Erkenntnis getrübt, daß das Plakat von der Schrift kam und — ich wiederhole den ersten Satz dieser Arbeit — daß es zur Schrift geht. Die frühesten Plakate sind Angelegenheiten der Drucker, nicht der Maler, und auch die ältesten Vorläufer des modernen Plakats, die antiken

„Dipinti“, z. B. in Pompeji, sind schriftliche Mitteilungen, die nur gelegentlich die bildliche Darstellung in ihren Dienst einstellen. Das Plakat in seiner ursprünglichen Form, als durch den Druck vervielfältigte Mitteilung an das Publikum, ist, wie der schöne Druck überhaupt, durchaus Kunstgewerbe. Um das zu erkennen, braucht man nur ein Buch durchzublättern wie Ehmckes „Amtliche Graphik“. Die zum Teil wundervollen Proben guter handwerklicher Druckerzeugnisse überraschen geradezu durch die engen Beziehungen, die sie zum gleichzeitigen Kunstgewerbe, ja zur Baukunst haben, während unmittelbare Beziehungen zur Malerei völlig fehlen. Es ist bezeichnend, daß diese rein aus den Forderungen und Möglichkeiten des Druckes entwickelten Gebilde ausgesprochen unmalerisch und absolut tektonisch wirken, so

sehr, daß selbst noch ein kleiner Notenschein einer strengen Grabplatte, einem architektonischen Gitterwerk, einer Bauinschrift näher steht, als irgend einem malarischen Erzeugnis, ob wir nun die polnischen Banknoten aus der Diktatorenzeit des Kosziusko nehmen, finnische Papiergeld um 1800, Kurfürstlich Sächsische Kassenbillets oder steirische Guldenscheine, frühe Dollarscheine aus den englischen Kolonien oder die ganz vollendet gedruckten Assignaten.

Schon um die Mitte des Jahrhunderts beginnt dieser strenge Stil in den Drucksachen zu wanken. Malarische Bildvorwürfe, illustrative Bestandteile schieben sich vor. Doch bewahren auch jetzt noch die meisten Erzeugnisse ihren nicht geringen Reiz, wenn sie die bildlichen Dar-

stellungen lose in kleinen Abmessungen einstreuen, wie das namentlich die Dollarscheine der amerikanischen Staaten bis in die Sechziger Jahre hinein in oft ganz entzückend naiver Form tun. Im Plakat fanden wir dieser Stilstufe ungefähr Hosemanns Rennplakat von 1856 entsprechend. Das Zusammengehen mit dem Druck ist hier wie dort und fast überall noch ausgezeichnet gewahrt. Die Siebziger Jahre bringen die Wendung. Schon in der Aktie der „Elbinger Gesellschaft zur Fabrikation von Eisenbahnmateriale“ durchbrechen die

perspektivisch sich in die Tiefe verlierenden Abbildungen der Fabrikanlagen, ein später so unglaublich abgedroschener Reklamegedanke, die Geschlossenheit des Blattes, und sehr bald wurde nun das malarische Element Trumpf, nicht allein in den Erzeugnissen der Drucker, sondern auf so ziemlich allen Gebieten, die nur je dem Maler den kleinen Finger von fern geboten haben.

Und da in eben diesem Zeitpunkt das moderne Plakat entstand, kann es uns nicht Wunder nehmen, wenn ganz gegen seinen wahren Sinn auch dieses Gebiet des Kunstgewerbes ein Tummelplatz der Maler wurde. Mit bildlichen Darstellungen führte Chéret die Plakatkunst zum Siege, wobei betont werden muß, daß Chéret selbst den Flächencharakter dadurch noch zu wahren suchte, daß er seine Gestalten mit Vorliebe in einen blauen Luftwirbel

setzte, um die Massigkeit der Tiefenwirkung zu umgehen, — wahrscheinlich auch er unter dem damals starken Einfluß der Japaner. Ein ähnliches Stilgefühl bewahrte von neueren realistischen Zeichnern wohl nur Heinrich Zille in seinen nicht zahlreichen Plakaten.

Wollen wir nun verstehen, wie sich das malarische Bild mit einer solchen Wucht des Plakates bemächtigen konnte, so müssen wir uns erinnern, daß ganz allgemein, mit den Siebziger Jahren ungefähr, eine wahre Bilderwut in den europäischen Zivilisationsländern einsetzte, ein umgekehrter Bildersturm. Es genügt, an die erschreckende Zunahme der illustrierten Zeitschriften, der reich illustrierten Bücher usw. zu erinnern, denen bald die leidenschaftlich gesammelten Liebig-, Tropon- und



Bild 14

RUDOLF BAUER

Plakat 1918