



Bild 4
BOTHO SCHMIDT / Exlibris

Die kulturhistorische Seite: Wann setzte in München das Bedürfnis ein, durch künstlerische Plakate auf die Öffentlichkeit zu wirken? Welche Unternehmungen oder welche Persönlichkeiten waren es, die sich der Plakatpropaganda bedienten? Hat-



Bild 5
HEINRICH JOST
Verlagssignet

gewerblichen Kreise, entsprechend ihrem – sagen wir einmal – konservativen, beharrungsfreudigen Geschäftsgebaren nicht daran, künstlerische Fähigkeiten ihrer Propaganda dienstbar zu machen. Vielmehr stellen hier zuerst die Künstler ihr graphisch-propagandistisches Können in den Dienst ihrer eigenen An-



Bild 6 / WILHELM SCHNARRENBERGER
Briefmarkentwurf

ten sie Erfolg? War das Erscheinen der künstlerischen Plakate ein vereinzelt oder fegte wie eine Welle die Bewegung über das ganze Reklamewesen hin? Die Fragen drängen sich auf, und sie kreuzen sich mit denen der künstlerischen Entwicklung: Wer ist der Schöpfer des Münchner Plakatstils, wo leitet sich dieser Stil ab, wie entwickelte er sich?

Natürlich stehen die Münchner Künstler dahinter. Das unterscheidet von Anbeginn das Münchner Plakat vom Berliner Plakat. In Berlin verlangte man aus geschäftlichen Interessen ein wirkungsvolles Propagandamittel; die Geschäftsleute erkannten den Nutzen und riefen die Künstler herzu. In München dachten die Industriellen und



Bild 7 / KARL ARNOLD / Plakat
Druck: Dr. C. Wolff & Sohn

gelegheiten, der Ausstellungen. Nikolaus Gysis, ein Grieche von Geburt, Pilotyschüler, später selbst Professor der Münchner Akademie, schuf für die Kunstausstellung des Jahres 1888 ein Plakat: viel Text, die Schrift etwas zerrissen und wirt angeordnet; die figürliche Darstellung, der geflügelte Genius der Malerei mit Fackel und Palette, halb pathetisch-symbolisch, halb realistisch-wirklichkeitsnahe, war mehr malerisch als plakatemäßig im Sinne heutiger Stilforderung, und das Ganze machte, namentlich in der Verkleinerung, eher den Eindruck einer künstlerischen Adresse als eines Plakats. Man wußte damals Malerei und Plakat nicht zu trennen und erkannte noch keine Stilgesetze des Plakats: Hatte man doch z. B.



Bild 8 / ERICH M. ETZOLD
Verlagssignet



Bild 9 / HEINRICH JOST / Signet



Bild 10 / MAX ESCHLE / Signet