

Erste Lebenszeichen des künstlerischen Plakates in Deutschland.

Der Jugendstil

Während sich in Frankreich bedeutende Künstler des Plakates als eines neuartigen Mittels öffentlicher Wirksamkeit angenommen hatten, war das in Deutschland angesichts der besonderen politischen Situation, die für einen fortschrittlichen gesellschaftlichen Einsatz der Künstler ungünstig war, nicht der Fall. Dieser weitgehende Verzicht auf ein bewußtes aktives Engagement der Kunst in Fragen der öffentlichen Angelegenheiten ließ die Beschäftigung mit den Bedürfnissen des Tages unter Künstlerkreisen als banal erscheinen und galt als erniedrigend, als mit den höheren Aufgaben und dem heiligen Streben der Kunst unvereinbar.

Die bürgerlich-demokratische Revolution von 1848/49 konnte in dieser Entwicklung keinen Wandel bringen. Zwar erschienen zahllose illustrierte Flugblätter mit Karikaturen, doch ein Durchbruch zum politischen Plakat erfolgte ebensowenig wie eine dauernde Beteiligung namhafter Künstler an der politischen Auseinandersetzung selbst. Die Revolution vermochte letztlich über die Reaktion nicht zu siegen, das Bürgertum erkannte die Notwendigkeiten und die Verheißungen der Stunde nicht und wußte schon die ersten Erfolge nicht zu nutzen. Es ließ jedes revolutionäre Pathos vermissen, wie schon ein Blick auf die kläglichen künstlerischen Produkte mit politischer Absicht zeigt, und ging schließlich sogar in das Lager der Konterrevolution über.

In der Folge gab es eine Anzahl von Kladderadatsch-Plakaten, von denen die Scherenbergs zwar erwähnenswert, aber ebensowenig wie das vielgerühmte Hosemannsche Rennplakat von 1856 oder Kaulbachs «Schützenliesl» als Plakate im modernen Sinne zu bezeichnen sind. Es handelt sich im Grunde um vergrößerte Illustrationen. Mehr konnten sie auch nicht sein in dieser Zeit, in der in Deutschland die industrialisierte Gesellschaft sich eben erst im Aufbruch befand und die Bedeutung des Plakates noch nicht richtig erkannt war.

Seit Ende der sechziger Jahre hatte sich die Chromolithographie durchgesetzt. Mit Hilfe möglichst vieler Farben und Farbtöne suchte man die Wirkung der in recht teuren und umständlichen Verfahren hergestellten Blätter zu steigern. Jeder Lithograph setzte seine Ehre und sein ganzes Können darein, besonders viele Farbplatten anzuwenden. Dadurch wurden die Plakate jedoch nur verwirrend und verloren sich immer mehr in Details. Am schädlichsten wirkte sich die Neigung zu Süßlichkeit und Allegorismus in den bildlichen Darstellungen aus. Die wunderbar exakt und sauber gedruckten Plakate – handwerkliche Meisterleistungen – sind als Zeichen ihrer Zeit zwar kulturhistorisch aufschlußreiche Dokumente, wiesen jedoch nicht in Richtung eines eigentlichen künstlerischen Plakatstils. Ihre überladene und trotz aller Aufmachung im Grunde kleinlich anmutende Konzeption ließ jede starke und sich in der Öffentlichkeit durchsetzende Wirksamkeit vermissen.

Sehr abträglich für eine künstlerische Entwicklung war auch die Gewohnheit, Blankoplakate auf Vorrat zu drucken. Dieses für die lithographischen Anstalten sehr lukrative Geschäftsgewaren degradierte das Plakat zur Dutzendware von unverbindlichen Werbeblättern. Als beliebte Motive kehrten dabei