

Das politische Plakat im Kampfe der Parteien und Ideen in der Weimarer Republik

Das politische Plakat zehrt mehr als andere künstlerische Äußerungen vom persönlichen Bekenntnis seiner Schöpfer. Mit einer im einzelnen noch so gelungenen formal-plakativen Lösung allein ist es auf diesem Gebiete nicht getan. Der emotionale Charakter des politischen Plakates bedingt es, daß, ganz anders als beim merkantilen Plakat, das Bewußtsein des Menschen ausgelotet werden muß, um Hingabe an eine Sache zu erzeugen, Aktivität, Energie und alle die Gefühle, die einen Menschen zum größten, möglicherweise über sich selbst hinausführenden Einsatz seiner eigenen Person befähigen.

Das politische Plakat ist seinem Wesen nach anders als das der Wirtschaft dienende, es weist Besonderheiten auf, aus denen dann im einzelnen die speziellen Fragen seiner künstlerischen Gestaltung resultieren. Es hat seine eigene Sprache. Sie ist scharf, aggressiv, herausfordernd, oft pathetisch. Statt bloßer Meinungen sucht es Überzeugungen im Betrachter zu begründen, sein Angebot betrifft politische Ideen und Gedanken, nicht Konsumwaren. Es geht ihm um die Mobilisierung der Volksmassen, um den politisch bewußten, aktiv in der Gesellschaft wirkenden Staatsbürger, nicht um den Konsumenten. Das politische Plakat sucht Wege in eine zu erkämpfende Zukunft zu weisen, es appelliert an die Begeisterungsfähigkeit der Menschen, ihren Idealismus und nicht an den Egoismus und das Bedürfnis des einzelnen nach Wohlleben und gehobenem Lebensstandard. Es will ein Faktor der Erziehung zu bewußtem politischem Handeln und gesellschaftlichem Verantwortungsgefühl sein, natürlich immer im Sinne einer bestimmten politischen Partei. Der ganze Mensch, in seiner privaten wie in seiner gesellschaftlichen Sphäre, wird angesprochen, sein Leben, seine Weltanschauung sollen im politischen Sinne beeindruckt und verändert werden. Das Element des politischen Plakates ist seine aktivierende, kämpferische, seine energiegeladene, mitreißende und aufwühlende Dynamik.

Es liegt in der Natur der künstlerisch-gesellschaftlichen Aufgabe, von einem festen eigenen Standpunkt aus für eine Partei propagandistisch oder agitatorisch überzeugend zu wirken. Nur der Künstler, der bewußt zum Propagandisten, zum überzeugten kämpferischen Vertreter seiner politischen Gruppe und ihrer politischen Idee wird, kann seine Aufgabe wirklich erfüllen. Liegt jedoch eine merkliche Differenz zwischen der eigenen Überzeugung und der nur auftragsgemäß vertretenen vor, dann ist eine echte propagandistische Wirksamkeit unmöglich, da fehlende innere Wahrhaftigkeit noch nie nachdrückliche Überzeugungskraft ausgestrahlt hat. Unter innerer Wahrhaftigkeit wird hier nicht die Richtigkeit der vertretenen politischen Ideen verstanden, sondern die wesensmäßige Übereinstimmung zwischen der politischen Idee und ihrer künstlerischen Ausprägung im Plakat. Sicher wird auch ein geschickter Routinier allein mit künstlerischer Mache, mit technischer Gekonntheit, mit immer neuen «schlagenden» Einfällen auch ohne eine bestimmte eigene politische Überzeugung mehr oder weniger interessante, hier und da wirkungsvolle politische Plakate machen können. Auf die Dauer aber wird er versagen, d. h., seine Blätter werden insgesamt betrachtet nicht mehr glaubwürdig erscheinen, sie bleiben an der Oberfläche und erreichen nicht die mitreißende