

staff, die einen ganz strengen, graphischen, flächigen Plakatstil schufen. In Paris war es Chéret, der bedeutendste Plakatkünstler seines Jahrhunderts. Er bevorzugte ganz und gar die malerische, bewegte Gestaltung. Chéret gehört mit zu den Vorläufern der Impressionisten. Beide Bewegungen haben die Plakatkunst in Deutschland sehr stark beeinflusst, beide Bewegungen sind eigentlich erst in Deutschland zur vollen Entfaltung gekommen.

Die Richtung des graphisch strengen Plakates griff in Berlin als erster Luzian Bernhard auf. Wir bezeichnen ihn im allgemeinen als den Vater des Sachplakates. Ihm folgten dann Erdt, Gipkens und in einer gewissen Abwandlung Julius Klinger, Ernst Deutsch und Paul Scheurich. In München war es besonders Hohlwein, der der malerischen Richtung des Plakates große Geltung verschaffte. Kurz nach seinem Auftreten kamen auch schon die ersten Erfolge der Münchner Künstlergruppe „Die Sechs“, zu denen Glaß, Heubner, Moos, Praetorius, Schwarzer und Zietara gehörten. Es entwickelte sich damals eine Blütezeit des Plakates, sie umfaßt die Zeit von 1902 bis 1914. Es war geradezu Mode geworden, daß jede Firma ein modernes Plakat haben mußte. Aber es ist niemals gut, Reklame nach der Mode zu betreiben, vor allen Dingen sollte man die Bildgestaltung der Plakate nicht nach den augenblicklichen künstlerischen Moderichtungen schaffen, sondern immer nach den gewerblichen Bedürfnissen. Daher kam es, daß das Zeitungsinserat das Plakat vollkommen zurückdrängen konnte.

Die Verkehrsentwicklung in den Großstädten führte außerdem dazu, daß die Anschlagmöglichkeiten — die runden Plakatsäulen — die nunmehr bereits über 100 Jahre alt sind, keine recht geeigneten Flächen zur durchgreifenden Wirkung bieten konnten. Erst die neuere Zeit hat eine für unsere Zeit brauchbare Lösung gefunden, indem Reklametreibende ganze Säulen in bestimmtem Rhythmus mit ihren Plakaten bekleben lassen.

Selbstverständlich hat das Plakat als Werbemittel heute noch die gleiche Bedeutung, die es immer besessen hat. Es ist nur nicht mehr so leicht wie früher, eine durchschlagende Wirkung zu erzielen. Erstens ist der Durchschnitt im allgemeinen gehoben, zweitens hat das Publikum zuviel Gutes gesehen, es ist kritisch schärfer geworden, oder man kann