

unterordnet. Die individuelle Note des Meisters verleiht indessen seinem Plakat Farbigkeit, Reiz und vermag ihm ein besonders lebendiges, künstlerisch gestaltetes Gesicht zu geben.

Der Meister ist jeder gestellten Aufgabe gewachsen, auch dann, wenn er sich zum Spezialisten für bestimmte Themen entwickelt. Er versteht es, auch schwierigen Fragen eine ansprechende und für den Beschauer schmackhafte Seite abzugewinnen. Sein künstlerisches Empfinden korrespondiert aufs glücklichste mit den in einem Thema schlummernden Möglichkeiten, er vermag versiert und einfallsreich Mannigfaltigkeit und künstlerische Akkuratess einfühlsam miteinander zu verbinden.

Der Meister des Plakates weiß in seiner Arbeit das Kolorit seiner Umgebung in einer künstlerischen und dabei populären Weise zu bannen. Er ist zugleich repräsentativer Exponent seines Auftraggebers sowie seiner eigenen künstlerischen Persönlichkeit. Sein Werk stellt dabei ein Spiegelbild seiner Zeit und ihrer Gesellschaft dar.

In der deutschen Plakatkunst nun findet sich eine große Zahl solcher Meister, die, jeder auf seine Art, einen spezifischen Stil zu entfalten wußten, eigenwillig und un-nachahmlich die einen, dem künstlerischen Zeitstil mehr verhaftet die anderen. Neben dem ausgesprochenen Gebrauchsgraphiker findet sich der bildende Künstler, der das eine oder andere Plakat als Gelegenheitsarbeit entwarf. Fast allen ist die deutsche Vorliebe für die graphische Zeichnung gemeinsam. Eine reine Farbgestaltung findet sich selten.

Auch die Photographie wird für das deutsche Plakat erst verhältnismäßig spät entdeckt, dann aber meisterlich verwendet und in den politischen Photomontagen von John Heartfield eine neue künstlerische Dimension erobert. Eine bekannte, auf den verschiedensten Gebieten der Kultur zu beobachtende deutsche Eigenart, gern Vorbilder des Auslandes aufzugreifen und dann mit Eigenem zu einer neuen Einheit zu verschmelzen, findet sich auch im Plakat; Zeichen einer glücklichen Veranlagung zu Weltoffenheit und kultureller Aufgeschlossenheit.

**Spezifik des
deutschen
künstlerischen
Plakates**

Für das deutsche Plakat kam – wie gesagt – der prinzipielle Anstoß von außen. Begierig folgten die deutschen Künstler den Anregungen Chérets und Toulouse-Lautrecs, Brothers Beggarstoffs oder Beardsleys. Dann aber entstand in Deutschland etwas Eigenes. Der «Stil von 1900» setzte sich als eine auf die Erneuerung der Kunst schlechthin abzielende Bewegung durch. Als «art nouveau» oder «modern style» war er zwar eine gesamteuropäische Bewegung, als «Jugendstil», benannt nach der 1896 in München gegründeten Zeitschrift «Jugend», erschien er aber doch im deutschen Gewande. Mit ihm tat sich ein völlig neuer Stilwille kund, der sich auf vielfältige Weise im Kunsthandwerk, auf den verschiedenen Gebieten der angewandten Kunst, in der Malerei, der Graphik, der Architektur ausdrückte. Im Anschluß an die früheren Bemühungen von Ruskin und Morris, in England das Kunsthandwerk und die Buchkunst zu erneuern, suchte in Deutschland der Jugendstil, der Kunst einen neuen Boden unter die Füße zu geben und die Sackgasse, in die die Stilnachahmerei und der akademische Historismus die Kunst geführt hatten, zu überwinden.