

**Das erste deutsche
künstlerische Plakat**

Als eine Pionierleistung deutschen Plakatschaffens gilt das Blatt von Otto Fischer für die Ausstellung «Die alte Stadt» 1896, in dem die Prinzipien moderner Gestaltung ihren ersten Ausdruck gefunden haben.

Im besonderen sammelten sich um die Münchener Zeitschriften «Jugend» und «Simplicissimus» zahlreiche Künstler, die sich im Dienste des neuen Kunstwillens polemisch und satirisch mit den Problemen der zeitgenössischen Gesellschaft auseinandersetzten und in nie ermüdendem Angriffsgeist gegenüber erstarrtem Akademismus, gesellschaftlicher Bigotterie und Reaktion dem Neuen zum Durchbruch zu verhelfen suchten.

Auch die Zeitschrift «Deutsche Kunst und Dekoration», für die Witzel 1898 ein charakteristisches Plakat entwarf, machte sich um den Jugendstil verdient.

**Thomas Theodor
Heine -
der plakative Stilist**

Der führende Kopf dieses Kreises war Thomas Theodor Heine, Mitbegründer und jahrzehntelanger Mitarbeiter des «Simplicissimus» und um die Jahrhundertwende einer der hervorragendsten deutschen Plakatkünstler. Sein Doggen-Plakat, Symbol für den aggressiv-satirischen Charakter des «Simplicissimus», machte ihn weithin bekannt. In diesem Blatt liegt eines der klassisch zu nennenden deutschen Plakate vor, in dem alle Elemente eines plakativen Kunstwerkes in sich vereinigt sind: gedrängte Konzentration des Inhalts, optisch durchschlagender Eindruck, auf das Wesentliche beschränkte Zeichnung, farblich auffallende Flächigkeit und glückliche Verbindung aller Einzelheiten zu einer plakativ wirkenden Einheit. Heine hat noch weitere satirische Blätter geschaffen, wenige jedoch so eindringlich wie dieses. Seine Domäne ist ein hintergründiger, ernsthaft gemeinter und keineswegs nur einem unverbindlichen Lachen gewidmeter Humor, wenn letzterer auch in einigen seiner Geschäftsplakate zu seinem Recht kommt.

Heine hat vielleicht den konzentriertesten Plakatstil seiner Zeit in Deutschland gehabt, weil er, gedanken- und assoziationsreich, in vielen seiner Blätter mehr bezweckte, als nur einen unmittelbaren Werbeeffekt zu erzielen und die Menschen dafür auf eine nur amüsante Weise zu gewinnen. Heine war auch als politisch denkender und handelnder Staatsbürger Plakatkünstler, und mehrere seiner Blätter haben einen eindeutigen politischen Charakter, wenn das auch nur in umschreibender Weise möglich war, da in Deutschland vor 1914 fast durchweg ein Verbot für politische Plakatierung bestand. Er machte dabei aus seiner Frontstellung gegen die herrschenden Gesellschaftskreise im wilhelminischen Deutschland keinen Hehl, was auch Verbote einzelner seiner Arbeiten zur Folge hatte.

Charakteristisch für Heine ist die großzügige Flächengestaltung seiner Plakate, das souveräne Spiel mit Linien und Farben innerhalb einer wohlausgewogenen Komposition, wodurch seine Blätter von so ausgesprochen plakativer Wirkung sind. Einfachheit und manchmal fast Kargheit seiner Mittel sind Kennzeichen seiner Gestaltungsweise, hierin besonders englischen Vorbildern verpflichtet, dabei aber von sprudelndem Leben erfüllt, manchmal den Schalksnarren auf den Plan führend, dann aber wieder von fast boshaft funkelnder Ironie, ätzendem Witz und satirischer Bissigkeit erfüllt. Sich selbst wiederholende Routiniertheit findet sich im Werk Heines nicht;