

Das Sachplakat konnte auf die Dauer der Gefahr der ewigen Wiederholung und daraus resultierender Langweiligkeit nicht entgehen. Das galt z. T. auch für Bernhard selbst, was seinen Rang als Meister deutscher Plakatkunst nicht mindert. Julius Klinger bezeichnete ihn als Vater der Reklame, war er doch der erste Gebrauchsgestalter modernen Typs, dem das Wesen der Reklame in der Weite ihrer Ausdehnung in den Dimensionen des auf Hochtouren laufenden kapitalistischen Geschäftsbetriebes und die daraus sich ergebende Spezifik einer modernen zeitgemäßen Werbekunst deutlich vor Augen standen.

**Julius Gipkens –
der Plakatier
kultivierter
Farbigkeit**

Auch Julius Gipkens widmete sich zeitweise vornehmlich dem Sachplakat, wenn es bei ihm meistens auch nicht von der gleichen Strenge und Stilreinheit war, sondern gemildert durch eine stimmungsvollere Detaillierung und zarte Tonigkeit. Seine ausgedehnten Reisen lieferten ihm mannigfache exotische Motive, die sein Plakatwerk aufs interessanteste bereichern. Sein Kaiser-Kohlen-Plakat wurde jahrzehntelang benutzt und gehört zum klassisch zu nennenden Bestand der deutschen Plakatkunst. Auch auf dem Gebiet des Filmplakates betätigte er sich und schuf hier einige Blätter, die sich wohltuend von der besonders in der Frühzeit des Filmplakates üblichen Sensationsmache und Abgeschmacktheit abheben.

**Julius Klinger –
der Meister des
plakativen Witzes**

Ganz auf Humor sind die Plakate des bis 1914 in Berlin lebenden Wieners Julius Klinger eingestellt. Die bestechende Eleganz seiner schwungvollen Linie, seine pralle und satte Farbgebung, seine flotte Handschrift und seine heiter-anmutige, bisweilen verschmitzt-scurrile Motivwelt lassen seine Plakate vielfach zu erlesenen Kostbarkeiten von nahezu zeitloser Schönheit werden. Ideenreich, dem launigen Ulk und der volkstümlichen Groteske durchaus zugetan, vermag er seinen Wiener Charme nicht zu verleugnen. Mit einem Lachen, einem pffiffigen Augenzwinkern preisen seine Plakate ihr Angebot an, wohl in der Absicht, die Betrachter durch Sympathie und Wohlwollen zu beeindrucken. Sichere Flächenbehandlung, geschult an den großen englischen Vorbildern, verleiht seinen Plakaten eine weite Fernwirkung und läßt sie sich von ihrer Umgebung gut abheben. Nüchterne Sachlichkeit ist ihm fremd, vielmehr ist es immer wieder ein neuer Gag, ein neuer Witz, eine geistreiche Pointe, die den Betrachter in der umfangreichen Folge Klingerscher Plakate freudig überrascht. Klinger ist Meister einer zum Schmunzeln verlockenden Karikatur, nicht aggressiv und bitterböse, sondern menschlich warm und dem Ulk näher als beißendem Spott. Er ist der Schöpfer eines ungemein lustigen Panoramas ausgelassener, köstlicher Plakatfiguren, denen die Lust am Leben anzusehen ist und von denen ein reiches Maß an Ergötzlichkeit und liebenswürdiger Persiflage ausgeht.

Ihr äußeres Gepräge erhalten Klingers Plakate durch die Verbindung von formaler Glätte, plakativer Instrukтивität und witzig interpretiertem Inhalt, in dem Sinne etwa, daß eine Ware sich besser anbietet, wenn der potentielle Konsument, der angesprochene Betrachter zu einem Lachen ermuntert, in eine dem Kaufentschluß günstige gehobene Laune versetzt wird. Von unnachahmlicher Grazie erfüllt, sind Klingers Plakate schier unerschöpflich in dem Reichtum ihrer lustigen Einfälle, in der intelli-