De nouvelles tendances apparaissent

Ce premier essor de l'art de l'affiche dura assez peu. La plupart des artistes qui s'y étaient intéressés suivirent l'évolution artistique générale et s'attachèrent à des tendances et problèmes nouveaux, le Jugendstil n'avait été pour eux qu'un intermède malgré l'ampleur de ses effets. La plupart des affiches offrant un intérêt artistique avaient d'ailleurs été conçues dans une perspective culturelle et n'étaient pas encore au service de la réclame publicitaire. Les commandes venaient le plus souvent des maisons d'édition, des journaux, expositions, cabarets, etc. pour lesquels l'affiche était, son rôle publicitaire à part, l'expression d'un style et d'une certaine signification culturelle. Le monde des affaires ne commença à se servir de l'affiche d'art sur une grande échelle qu'après 1900, avec des hésitations au début, mais avec un intérêt toujours plus grand par la suite.

Berlin – métropole de l'art de l'affiche en Allemagne depuis 1900

Alors commença l'ère des maîtres de l'affiche, des spécialistes, surtout à Berlin. Presque tous les artistes de l'Allemagne du Nord qui avaient su se faire un nom dans le domaine de l'affiche se réunirent autour de l'imprimerie berlinoise Hollerbaum & Schmidt qui gagna ainsi une place de tout premier plan. Il est remarquable de voir ces personnalités volontaires et bien marquées travailler avec des méthodes et des moyens différents à la même tâche, faire de l'affiche un instrument riche, attrayant et varié au service de l'activité commerciale florissante; chaque artiste apporte son écriture personnelle et son tempérament, met ses idées au service de la communauté et s'en inspire. Les quinze années qui précèdent la Première Guerre mondiale voient l'épanouissement de l'affiche allemande qui connaît alors ses réalisations les plus prestigieuses. On trouve côte à côte l'affiche populaire humoristique et l'affiche spirituelle, l'affiche concrète et prosaïque face à l'affiche expressive, l'affiche criarde et importune face à l'affiche distinguée et retenue. L'artiste spécialisé dans certains travaux voisine avec l'artiste qui sait se soumettre à tous les registres, l'artiste élégant travaillant pour le grand monde et les industries de luxe côtoie l'artiste vigoureux qui s'appuie sur la grande masse, le virtuose de l'humour, l'artiste de la vie et de la joie se retrouve auprès du styliste raffiné et de l'interprète du sérieux de la vie.
L'art berlinois de l'affiche de ces années s'identifie avec les noms de Lucian Bernhard, Julius Klinger, Paul Scheurich, Julius Gipkens, Ernst Deutsch, Hans Rudi Erdt. Toute une foule d'autres artistes de talent travaillent à leur côté, dont nous ne nommerons que Jo Steiner, Edmund Edel, Stefan Krotowsky, Paul Haase, Knut Hansen, Hans Lindenstaedt, Jo Loe, Louis Oppenheim.

Lucian Bernhard – créateur de l'affiche commerciale

Le nom de Lucian Bernhard est lié à l'affiche commerciale, forme particulière de l'affiche publicitaire, née avec l'expansion de la grande ville, propre à stimuler et égayer la vie tapageuse de la rue. Bernhard substitue à l'affiche spirituelle et ex-

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id478360029/24