

l'exposition des textiles de 1924 présente une araignée qui devient le symbole de la fabrication industrielle des textiles, l'association des divers éléments contribue à souligner l'effet de l'affiche. Petzold fit un grand pas vers la renommée avec une nouvelle version, valable encore aujourd'hui, de l'œil de Stuck que nous avons évoqué. Son autre affiche pour les bains de radium de Brambach, très suggestive, presque allégorique et admirablement tracée témoigne de la même tendance, elle traduit et symbolise à merveille les progrès de la médecine moderne.

Autres maîtres Fritz Hellmuth Ehmcke fut un maître de la mise en page typographique et des différents caractères dont il créa un certain nombre; il fut également cofondateur de l'«Atelier pour les imprimés d'art de Steglitz» dont nous avons déjà parlé. Un autre pionnier du Jugendstil allemand, Vincenz Cissarz, utilisa une typographie décorative caractéristique, conforme au sujet qu'il sut en particulier mettre à profit pour toutes les affiches publicitaires qu'il réalisa pour «Asbach-Uralt».

La recherche dans l'interprétation, la concentration, la précision des motifs aussi bien que le désir d'atteindre le maximum d'effet sont le propre des travaux de Keimel, Glass, Ottler, pour ne citer que quelques-uns des affichistes allemands les plus en vue de ces années. L'importance accordée à la mise en page et à la disposition, l'intégration de tous les éléments de la composition pour en faire un ensemble artistique et significatif, le coloris bien étudié, la recherche de caractères faciles à lire, tels sont les traits caractéristiques de l'art de l'affiche moderne des années vingt, faisant appel aux récentes découvertes techniques. Les effets obtenus sont sensibles encore aujourd'hui et sont la preuve de l'évolution continue de l'art de l'affiche et de son étroite relation avec le progrès social.

L'affiche publicitaire Ce courant vers l'objectivation se communiqua aussi à sa manière à l'affiche publicitaire pour laquelle on rechercha des solutions bien stylisées, tenant compte des découvertes typographiques dans la mise en page et recherchant des effets d'optique par le jeu des couleurs et l'ordonnance des divers éléments.

Cette mise en page ample et bien structurée se retrouve par exemple chez Hadank, Trias, Baus, Malhau et bien d'autres.

Il existait cependant face à ces tendances un humour traditionnel frisant le grotesque de même que des transcriptions évocatrices de divers milieux ou un réalisme enjoué qui rejoignait la manière des grands maîtres de l'avant-guerre, comme dans l'affiche de Koch-Gotha pour *Die Woche*.

Pechstein composa encore au cours de ces années quelques affiches remarquables et resta fidèle à ses principes artistiques, alliant son talent singulier à une efficacité publicitaire hors pair.