

Flächen schieben sich aufeinander zu und schnüren die Mitte beängstigend zusammen, um dann nach unten wie nach oben dünne, gelenkige Glieder um so weiter auseinanderfahren zu lassen. Diese Spannung wird noch verstärkt durch den jähen Wechsel von Schwarz und Weiß in der gleichsam ausgesparten Figur. Aber der eigentliche künstlerische Witz kommt erst. Die Lebendigkeit der Fläche wird auf höchste gesteigert durch den schwungvollen Bogen, der die oberste Zone mit einem leichten Schwung und Schick füllt. Er wird aber so leicht nicht durch sich selbst, sondern durch den reizenden Gegensatz zu dem Gewicht der sich schiebenden Massen

unten. Diese drängen gegeneinander, und aus ihrem Schub und Gegenschub springt der elegante und leichte Bogen. Das sind die Mittel Baumbergers, um von vornherein dem Blatte unsere Aufmerksamkeit zu sichern. Denn unser Auge ist genau so neugierig wie der ganze Mensch. Es will instinktiv dahin, wo etwas los ist. Und los ist überall dort etwas, wo Spannung ist.

Ist das von einem Zeichner erreicht, so wie es Baumberger hier erreicht hat, so ist es höchst unwichtig, ob die Formen im einzelnen mehr oder weniger realistisch sind, ob er die wirbelnden Schuhe und Stiefel rund und voll oder sonstwie modelliert, ob er dekorative Zurechtstutzung der Fläche bevorzugt oder die Fülle der dreidimensionalen Ausführlichkeit. Das lehrt dieses Plakat sehr klar. Baumberger hätte die Schuhe und Stiefel geradezu photographisch getreu, ja sogar unmittelbar in photographischer Technik — ein entsetzlicher Gedanke für den zünftigen Plakartisten! — geben können, ohne die künstlerische und, was das wichtigste ist, die propagandistische Wirkung irgendwie zu beeinträchtigen.

Stellen wir einem solchen Blatte ein beliebiges Flächenplakat, und sei es selbst eine Arbeit Meisters Bernhards gegenüber, so erkennen wir sofort die Verarmung, die eintreten mußte, sobald man sich auf den Flächenstil festlegte und ihn in der Hand geistloser Nachahmer zu Tode hetzte, die



Bild 12. RUDOLF BAUER, 1917  
Druck: Rau & Sohn, Dresden

schwindet. (In Bild 11 sehen wir ähnliches.) Hier ist die Absicht in der Hauptsache dahin gegangen, unter allen Umständen anders zu sein als die andern. Schief, schräg, krumm, wild, unleserlich, möglichst verrückt. So wild das Blatt scheint, so leer und zahm ist es in Wirklichkeit. Es schreit uns gleichsam an: erschreckt doch mal über meine Wildheit! Aber wir erschrecken gar nicht, denn es ist gar nicht wild, es möchte es nur gern sein. Und deshalb soll auch die Schrift wild aussehen. Sie ist aber in ihrer Verteilung und in ihrer Zeichnung einfach ungenießbar.

Ich bestreite mit aller Entschiedenheit, daß die ernste moderne Plakatkunst in ein solches Tohuwabohu hineinsteuert und hoffe, es mit den weiteren Bildern auch zu beweisen, daß sie ganz andere Ziele verfolgt.

Schon geht ein großer Teil der modernen Künstler auf eine strenge, kühle, alles Brimborium, Pathos, Mache und falsche Interessantheit verwerfende Sachlichkeit aus, und dieser Erkenntnis verschließen sich leider heute noch viele Reklamefachleute. Ein Wort dazu im voraus. Unter Sachlichkeit verstehe ich nicht Trockenheit oder die erste beste Dutzendlösung ohne Phantasie, sondern sachlich nenne ich die Arbeit, die unter intensivster geistiger Anspannung alle Wirkungs- und Wesensfaktoren einer Aufgabe prüft, bedenkt, abwägt und erfüllt, die an keinem Wesensmoment

keine überlegene Beherrschung der Fläche mehr hatten wie Lucian Bernhard. Ihre Arbeiten waren matt, äußerlich, rein geschmacklich, ohne innere Spannung, ohne Beziehung zum Gegenstand.

Aber so wenig wie diese Erstarrung uns auf die Dauer befriedigen konnte, vermochte der wildgewordene Expressionismus dem suchenden Kaufmann die Lösung zu bringen. Oder glaubte etwa Walter Bullert mit seinem Plakat (Bild 8) wirklich Menschen zum Lesen dieses Blattes anregen zu können? Es ist ein Schulbeispiel jenes völlig mißverstandenen Expressionismus, der hoffentlich recht bald wieder aus dem Plakat ver-