



Ferdy Horneier



H. F. Schon



Heimbeck



T. Parzinger

traten bemerkenswerte neue Namen hervor. Der stärkste unter ihnen war Wilhelm Deffke, dessen im Auftrag der Firma Elsner geschaffenen Blätter Werke von zeitlosem Werte darstellen. Unter den frühesten Vertretern der Plakatkunst muß auch Hans Lindenstaedt genannt werden. Er war der Interpret des volkstümlichen Plakats, seine Urbin- und Blendolplakate werden noch heute von den Firmen verwendet. Der Kreis der Künstler, die sich dem Plakat zuwendeten, wurde sehr rasch ein großer, und es ist unmöglich, hier alle aufzuzählen. Wir führen deshalb dem Leser der „Gebrauchsgraphik“ eine Reihe der erfolgreichsten Plakatkünstler im Bilde vor. Sie alle sind noch am Werk, und ich glaube, keiner von ihnen wird es zugeben wollen, daß seine Entwicklung abgeschlossen sei. Wir können also die Würdigung der einzelnen Künstlerpersönlichkeiten einem späteren Chronisten überlassen. Die ganze hoffnungsreiche Entwicklung der damaligen Zeit wurde durch den Krieg jäh unterbrochen, obwohl im Verlaufe des Krieges gerade dem Plakat eine ganz neue und große Aufgabe zufiel, nämlich die der politischen Werbung. Aber auch die Kriegsplakate wurden fast ausschließlich von den bis dahin schon bekannten Künstlern entworfen, neue Sensationen gab es wenig, und wir müssen, wenn wir ehrlich sind, zugeben, daß nicht in Deutschland die besten Kriegsplakate gemacht worden sind. Besonders die von den norddeutschen Künstlern geschaffenen Plakate standen zu sehr unter den Gesetzen des Sachplakats, welches sich für politische Propaganda kaum verwenden läßt. Jedenfalls sind in Deutschland Kriegsplakate von der Schlagkraft derer des Engländers Brankwyn nicht geschaffen worden.

Die Revolution brachte eine Hochflut von Plakaten, wie wir sie bisher in Deutschland überhaupt noch nicht erlebt hatten, die aber fast alle in der Stilrichtung der damals neuen Modekunst des Expressionismus gingen. In der Hauptsache wandten sich diese Plakate an die breiten Massen, die durch ihre Organisation einen gewaltigen politischen Faktor darstellten. Nur selten ist so viel über Plakate gesprochen worden, wie gerade damals, aber wohlgemerkt: Ueber die Plakate! Nicht aber über den Inhalt, den sie trugen und verkünden sollten. Sie propagierten alle eine neue Kunstrichtung, und wir können die damals gestellten Aufgaben nicht als gelöst betrachten, weil die Plakate nur einem kleinen Kreis Intellektueller verständlich waren, von den breiten Massen aber, zu denen sie reden sollten, nicht verstanden und abgelehnt wurden.

Während der darauf folgenden Inflationszeit verschwand das kommerzielle Plakat fast vollkommen. Die Plakatsäulen der Großstädte waren in dieser Zeit eigentlich die Spiegelbilder