

von Sir John Everett Millais für Pear's Seifen. Es hat bis zum Ende des letzten Jahrhunderts gedauert, bis die englische Plakatkunst - in den Händen von Engländern wie Hardy, Pryde, Nicholson - zu sich selber kam. Das englische Plakat, so wie es vor den Einflüssen der letzten Periode war, von der wir später als von der „modernen Bewegung“ sprechen wollen, ist nach Geburt und Entwicklung ein durchaus englisches Produkt gewesen, geradeso wie die Plakate anderer Länder sich innerhalb der nationalen Grenzen entwickelt hatten.

Aber obgleich das so ist, obgleich die Plakatkunst jedes Landes durch ganz spezifisch nationale Einflüsse geformt wird, so haben sich doch gewisse grundlegende Prinzipien entwickelt, welche für die ganze Welt gemeinsam gelten. Denn geradeso, wie die Musik von Bach und Beethoven, wie die Dichtung eines Shakespeare, wie der Humor eines Charlie Chaplin eine Sprache sprechen, die die Grenze von Rasse und Konfession nicht kennt, so gibt es gewisse tief eingewurzelte Sympathien und Instinkte, die alle Völker der Erde miteinander verwandtmachen. Unter der dünnen Kruste der Rassendifferenzen liegt der Kern des Menschentums. Und der menschliche Anspruch ist tiefer und stärker als der nationale Anspruch. Lachen und Weinen, die Liebe zum Humor, das Furchtgefühl - sie sind Gemeingut der ganzen Welt.

Wir wollen einen Augenblick lang diese zutiefst liegenden Grundsätze der Plakatkunst betrachten, die in so vielen Ländern zugleich geboren worden sind: In erster Linie spricht das Plakat ausschließlich zum Laufpublikum. Während das Zeitungsinserat - um einen Fachausdruck des Photographen anzuwenden - eine Zeitaufnahme ist, ist das Plakat eine Momentaufnahme. Das Zeitungsinserat findet sein Publikum zum Lesen disponiert vor. Das Plakat will zu denen sprechen, die keine Zeit zu einem Gespräch haben. Das Plakat muß sein Publikum im Vorbeilaufen einfangen.

Es muß also - als Erstes und Wichtigstes - fesseln. Es muß schlagend, muß dramatisch sein. Es muß sein Publikum überrumpeln. Ohne das ist es verfehlt. Und wenn es wirklich die Aufmerksamkeit des Passanten gefesselt hat, dann darf es ihn nicht ungebührlich lange aufhalten. Das, was es sagen will, muß es schnell, ohne zu stocken, scharf umrissen ausdrücken. Und drittens muß überlegt werden: Welchen Eindruck hinterläßt es im Geiste der weitereilenden Leute? Jede Linie muß suggestiv den Artikel oder den Dienst empfehlen, für den es sprechen soll. Durch den Mangel an Verständnis für die geistige Struktur des Menschen hat so manches

tional characteristics, certain fundamental principles have emerged which are common to all. For just as the music of a Bach or Beethoven, the poetry of a Shakespeare, the humour of a Charlie Chaplin, has an appeal which knows no boundary of race or creed, so are there certain deep-rooted sympathies and instincts which make the whole world kin. Beneath the veneer of racial characteristics there lies the solid basis of humanity. And the human appeal is stronger and deeper than the national appeal. Laughter and tears, the love of the comic, the instinct of fear - these are shared by all the peoples of the earth.

Let us for a moment glance at these underlying principles of poster art which have had their common birth in so many countries. In the first place, the poster appeals essentially to a moving public. While the newspaper advertisement, to borrow a term from the photographer, is a time exposure, the poster is a snapshot. The press advertisement finds its public in a mood for reading. The poster seeks to talk with those who have not the time for talking. The poster must catch its public on the run.

It must then, first and foremost, arrest. It must be striking, dramatic. It must take its public by surprise. Without this, it is destined to failure. But having caught the attention of the passer-by, it cannot delay him unduly. It must say what it has to say quickly, incisively, unhesitatingly. And thirdly, there must be considered the impression it leaves in the mind of the public as they move on. Every line must recommend, by suggestion, the article or service it advocates. Through failure to understand the human complex, many a poster has left in the public mind an impression the very reverse of what was desired.

Dramatic, concise, enthusiastically commanding, these are the three qualities to be satisfied. But though I have taken them one by one, they are really an integral part of the whole. The good poster is the result of a single conception which embraces all three. As it comes only from an inspiration. It is difficult enough to think of a dramatic situation. To reduce a complex message into a few pictorial lines with the aid of but a word or two of „copy“. To portray the subject in a pleasing and persuasive manner. But to satisfy these three claims at one and the same time - that is to call for something more than technique, more than artistic skill. It calls for something very like genius.

And that is what is asked of the poster artist of today. Every creative man whose art is expressed