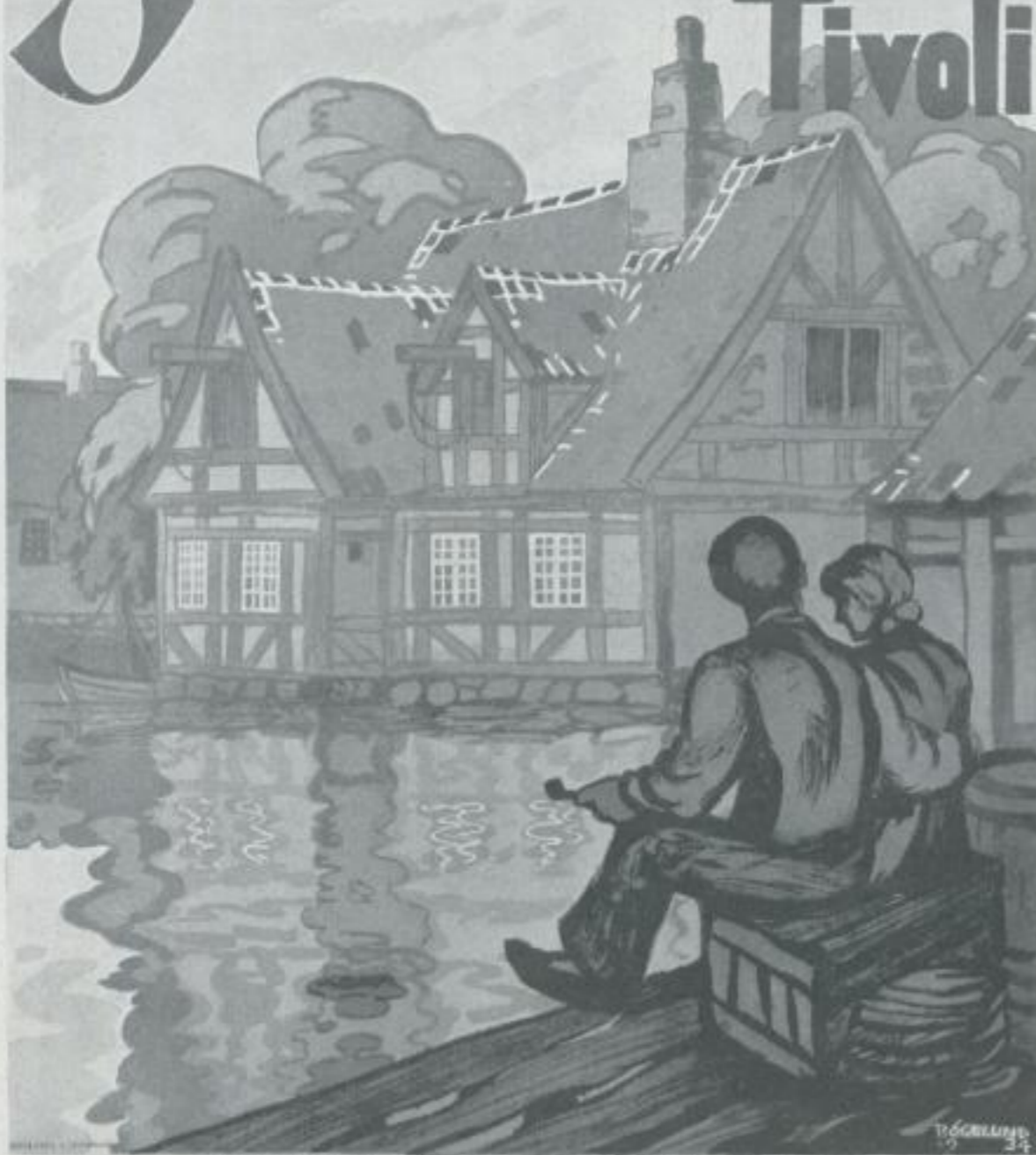


T H O R
B Ö G E L U N D



Fiskerlejet Tivoli



FESTARRANGEMENT 1934

auch der Plakatkünstler — eines jeden Landes ein eigener Ton, ein ganz besonderes Gepräge, welches deutlich national ist, und welches erforderlich ist, um das Plakat zu einem Treffer zu machen. So auch bei uns. Bögellund und Sven Henriksen können nur dänisch sein. Knud Nellesen dahinstürmende Fußballbeine bewegen sich auf dänischem Grund; und Arne Ungermanns barocker Humor, wie er in den meisten seiner festlichen und vorzüglichen Plakate zum Ausdruck kommt, ist weder französisch, deutsch, russisch noch schwedisch — sondern dänisch. Ein jeder spricht seine Sprache. Dänen verstehen am besten Dänisch — auch wenn das Plakat das Wort hat. Reklame ist ja — etwas feierlich ausgedrückt — angewandte Psychologie!

Die hier genannten Künstler geben, wie gesagt, dem „Plakat von heute“ in Dänemark sein Gepräge, — dem Plakat der Nachkriegszeit, dessen Physiognomie der Ausdruck der Moder-

T H O R B Ö G E L U N D