

Preis
des Deutschen Plakat Museums
im Museum Folkwang
für Plakatpublizistik

Preisträger 2011
Hellmut Rademacher, Berlin

Preis
des Deutschen Plakat Museums
im Museum Folkwang
für Plakatpublizistik

Preisträger 2011
Hellmut Rademacher, Berlin

Inhalt

Einführung | Hartwig Fischer und René Grohnert 4

Laudatio | René Grohnert 7

Biografische Notizen 12

Bibliografische Notizen 14

*Wie ich zu den Plakaten kam und ihre
Bedeutung als Quellen historischer Erkenntnis –
Bilanz eines Berufslebens* | Hellmut Rademacher 19

*Franz von Stuck und Willy Petzold – eine unverabredete
Werkgemeinschaft oder: Ein Motiv im Wandel von 1911
nach 1931* | Hellmut Rademacher 41

Dank | *Impressum* 48

Einführung

Warum ein Preis für Plakatpublizistik? Und warum verleiht ihn das Deutsche Plakat Museum im Museum Folkwang? Die Antwort auf diese Fragen ist nicht schwer. Bisher gibt es eine Würdigung solcher Autoren nicht, deren anhaltendes publizistisches Wirken wesentlich zum Verständnis des Plakats und seiner Geschichte beigetragen hat. Ein solcher Preis soll auch eine Lücke schließen helfen, sind doch von den meisten verdienstvollen Autoren oft nicht einmal die Lebensdaten bekannt.

Denn was wüssten wir heute über das flüchtige Medium, wenn nicht einzelne Autoren überall auf der Welt das Wissen um diese Flüchtigkeit festgehalten hätten – aus großem zeitlichen oder geografischen Abstand müssten wir auf viele Informationen über Zusammenhänge verzichten, ohne die aber die Einordnung der Plakate in ihre Zeit nicht gelingen kann. Nicht zuletzt wären ohne diese publizistische Vorarbeit die Ausstellungs- und Publikationsmöglichkeiten in Sachen Plakat, auch die des Deutschen Plakat Museums, eingeschränkt.

Vielen dieser Autoren können wir den Preis nicht mehr verleihen, sie aber posthum ehren, indem wir hier an ihre Leistungen erinnern uns somit auch in eine Tradition einreihen, die wir mit diesem Preis ins Bewusstsein rufen möchten und gerne fortsetzen. Beginnen wir mit Roger Marx (1859–1913), er brachte zwischen 1896 und 1900 *Les maîtres de l'affiche* heraus. In verkleinerter Form wurden jeweils die besten Plakate eines Jahres in einem Band zusammengefasst und kommentiert. Diese Edition war nicht nur eine der ersten, sondern auch eine der erfolgreichsten Plakatpublikationen ihrer Zeit. Der Mitarbeiter des Dresdner Kupferstichkabinetts Jean Louis Sponzel (1858–1930) edierte im Jahr 1897 mit *Das moderne Plakat* das erste Buch in Deutschland, das die internationale Plakatentwicklung aus deutscher Sicht analysierte. Zu nennen ist natürlich auch Hans Sachs (1881–1974), der erfolgreiche private Sammler, Gründer des Vereins der Plakatfreunde (1905–1921) und Herausgeber der Zeitschrift *Das Plakat* (1910–1921) sowie weiterer Bücher und Schriften. Im Wesentlichen verdanken wir seinen umfangreichen publizistischen Aktivitäten einen großen Teil unseres Wissens um die Frühzeit des Plakats in Deutschland und darüber hinaus. Hermann Karl Frenzel (1882–1937) publizierte ab 1924 die *Gebrauchsgraphik. International Advertising Art. Monatsschrift zur Förderung künstlerischer Reklame* sowie 1926 das Standardwerk über *Ludwig Hohlwein*.

Die Liste der Genannten lässt sich natürlich noch erweitern, so zum Beispiel um Ernst Growald (1867–1943), der 1904 den *Plakatspiegel* herausgab und erstmals thesenartige Grundsätze für Plakatgestalter und Auftraggeber formulierte, um Ottokar Mascha (1852–1929) aus Österreich (*Österreichische Plakatkunst*, 1913), um Walter von Zur Westen (1871–1948), der unter anderem mit *Reklamekunst aus zwei Jahrtausenden* (1925) eine übergreifende Darstellung der Geschichte der Reklame vorlegte, um Josef Müller-Brockmann (1914–1996) aus der Schweiz (*Geschichte des Plakats*, 1971), um Klaus Popitz (1921–2000) als Mitarbeiter der Berliner Kunstbibliothek und Mitinitiator sowie Mitherausgeber der Bestandskataloge *Das frühe Plakat in Europa und den USA* (Bd. 1–3; 1972–1980) und viele andere mehr, deren Nennung hier lediglich aus Platzgründen unterbleiben muss. Der Rahmen also ist gesetzt, die gedachte Linie gezogen, an deren Ende der diesjährige Preisträger schon lange angeknüpft hat.

Dieser Preis soll aber auch Gelegenheit geben, Rückschau zu halten, einzuordnen und zu resümieren; daher baten wir Hellmut Rademacher, uns einen Blick auf seinen Werdegang und zugleich auf die Entwicklung seiner Wahrnehmung des Mediums und die daraus entstandenen Publikationen zu gewähren. Er kam dieser Bitte mit großer Freude nach und so entstand ein Essay, der privates und berufliches Erleben in gesellschaftlichen Zusammenhängen präsentiert und uns einen Blick hinter seine Kulissen gewährt.

Der „Eigennutz“ der Preisvergabe soll darin liegen, den Preisträger jeweils um eine Plakatbesprechung zu bitten, natürlich von Plakaten aus unserer Sammlung! Die Wahl fiel auf zwei Plakate, die aus verschiedenen Jahren stammend zum gleichen Anlass gestaltet wurden.

So bleibt uns nur noch, Hellmut Rademacher aus Berlin herzlich zu gratulieren und ihm zu danken für sein publizistisches Lebenswerk, mit welchem er eine wesentliche Grundlage für unser heutiges Verständnis von der Entwicklung des Mediums geschaffen hat und uns damit auch wissenschaftliche Methoden zur Erschließung der Bildsprache des Plakats an die Hand gegeben hat.

Hartwig Fischer René Grohnert

Laudatio auf Dr. Hellmut Rademacher

Eine Lobrede also soll ich halten, lobpreisen einen Mann, den ich seit vielen Jahren kenne, den ich sehr schätze – ihn und seine Arbeit. Das fällt nicht schwer, hatte ich doch auch die Freude, einige Jahre an seiner Seite arbeiten zu dürfen, so dass mir neben seiner publizistischen Tätigkeit auch ein Blick auf die Person gegönnt war.

Lieber Hellmut, gehen wir zunächst davon aus, dass viele der hier Versammelten dich nicht kennen, was mich geradezu verpflichtet, dich und dein Werk vorzustellen. Zunächst kurz zu deinem Lebenslauf, um dein Wirken in Zeit und Ort einordnen zu können.

Hellmut Rademacher wurde 1927 in Neuruppin, Mark Brandenburg geboren. Nach der Rückkehr aus der Kriegsgefangenschaft studierte er Geschichte und Germanistik. Von 1952 bis 1990 war er im Museum für Deutsche Geschichte für die publizistischen Bestände, speziell für die Plakatsammlung zuständig und leitete die Abteilung *Sammlungen* des Museums. Er promovierte mit einer Arbeit über *Künstlerische Ausdrucksmittel im politischen Plakatschaffen in Deutschland von der Novemberrevolution bis zur Errichtung der faschistischen Diktatur*. 1990 bis 1992 war er Mitarbeiter am Deutschen Historischen Museum. Er lebt mit seiner Familie in Berlin und ist weiterhin publizistisch tätig.

Deine gesamten publizistischen Plakataktivitäten sind aus deiner Museumsarbeit heraus entstanden, speziell aus deiner langen Verantwortung für die Plakatsammlung des Museums für Deutsche Geschichte und später aus der Verantwortung für den gesamten Sammlungsbereich.

An dieser Stelle gestatte mir bitte, lieber Hellmut, auch einige persönliche Anmerkungen.

1979 kam ich als interessierter Laie genau in diese Abteilung, begann mit Hilfsarbeiten in den Depots im Bereich der *materiellen Kultur*. Dann folgte mein erstes Studium, nach dessen Abschluss meine neue Aufgabe darin bestand, die Plakatsammlung zu ordnen. Die Plakatsammlung? Was soll das sein? Mein damaliger Chef, also du, spürte wohl meine, nennen wir es Zurückhaltung – was das Thema Plakat anging, aber nun war ich einmal da. Ich entsinne mich nicht mehr genau, wie es begann, es wurde aber bald ein Ritual: Wir trafen uns – wenn immer es möglich war – freitags in aller Frühe, tranken Tee und begannen über

Plakate zu reden. Genauer, du erzähltest mir etwas über Plakate. Danach gingen wir ins Depot und führten dort das Gespräch an den Plakaten selbst weiter. Irgendwann begann es tatsächlich mich zu interessieren ja zu faszinieren, ich war schon bald infiziert vom Plakatvirus. Ich begann über das Plakat zu lesen und stieß auf deine Bücher und Artikel. Irgendwann begriff ich dann auch, welches Glück ich hatte, den Plakatkenner schlechthin an meiner Seite zu haben, ihn fragen zu können, seinem Urteil vertrauen zu dürfen. Auch meine ersten publizistischen Schritte verdanke ich deinem guten Zuspruch und deiner vertrauensvollen Begleitung – von allein hätte ich mich wohl dieser Aufgabe nicht gestellt. Aber dies nur als Randnotiz.

Was aber ist nun das Besondere an deinen Büchern, Katalogen und Artikeln, was hebt deine Arbeit hervor? Mir scheint, es ist zunächst der Ansatz, Plakate als Dokumente historischer, kulturhistorischer und kunsthistorischer Reflexion in der Gesellschaft zu betrachten – ein universeller und damals ungewöhnlicher Ansatz, der der Beschäftigung mit dem Plakat neue Möglichkeiten eröffnete. 1965 erschien das Buch *Das Deutsche Plakat – von den Anfängen bis zur Gegenwart*. Es war nicht nur deine erste größere Publikation, es war auch die erste umfassende Analyse der Plakatentwicklung die nach 1945 erschien. Die von dir aufgezeigten Entwicklungslinien sind uns nach wie vor grundlegende Orientierung, auch wenn wir heute, über vierzig Jahre später, das Glück haben, sehr viel mehr Informationen nutzen zu können als dir damals zur Verfügung standen. Nicht zuletzt hat deine Arbeit ja viele andere Autoren ermutigt, sich dem Thema Plakat zuzuwenden, und so immer mehr zum Teil verloren geglaubtes Wissen wieder zutage gefördert, zum Teil neues Wissen verbreitet. Ebenfalls 1965 erschien dann *Deutsche Plakatkunst und ihre Meister*, welches in verschiedenen Sprachen den Weg in die Welt fand und von einer glorreichen Plakatvergangenheit kündete.

Du hast dann deine Methodik zur Beschreibung von Plakaten ständig erweitert. 1989 erschien *Theaterplakate – ein internationaler und historischer Überblick*, in dem vor allem ein ganzer Apparat an Erschließungswissen dafür sorgte, ungewöhnliche Zusammenhänge aufzuzeigen und Hintergründe aufzudecken. Hier hast Du Plakate nicht nur in ihrer historischen und nationalen Situation verglichen, sondern auch die Aufführungspraxis des Stückes und den Stand gestalterischer Auseinandersetzung des jeweiligen Gestalters bei der Bewertung mit

einbezogen. Deine Beschreibung für diesen Vorgang lautet: die Plakate im Gewand ihrer Zeit zu betrachten.

Wir könnten jetzt noch viele weitere Bücher und rund 400 Artikel besprechen, das werden wir natürlich nicht tun. Die besonders wichtigen unter ihnen sind jedoch in dem kleinen Begleitheft zum Preis verzeichnet.

Es gibt ein sehr schönes Interview, das unser gemeinsamer Freund Bernhard Denscher aus Wien vor Kurzem mit dir geführt hat. Daraus möchte ich eine Passage zitieren, die einen anderen Aspekt deiner Arbeit berührt, nämlich die Initiative für den Plakatwettbewerb *Die besten Plakate der DDR*¹. Diese Idee trug sich über verschiedene Zwischenstufen weiter und wird heute als Wettbewerb der *100 besten Plakate des Jahres Deutschland Österreich Schweiz* weitergeführt und gehört damit wohl zu den traditionsreichsten Plakatwettbewerben überhaupt. Heute sind wir, das Deutsche Plakat Museum im Museum Folkwang, Partner des Wettbewerbs – in gewisser Weise schließt sich auch hier der Kreis wieder. Nun aber, wie alles begann:

„Ja und dann hat mir dieses Buch (*Das Deutsche Plakat von den Anfängen bis in die Gegenwart*, d.A.) – und das war ganz wichtig – den Weg zum Verband Bildender Künstler erleichtert. Ich war also, wie gesagt, Mitarbeiter dieses Museums und der künstlerische Leiter, Peterpaul Weiss (1905–1977, d.A.), war führendes Mitglied der Sektion Gebrauchsgrafik des Verbandes Bildender Künstler. Und da schlug ich ihm Folgendes vor, denn ich hatte gelesen, dass es in der Schweiz die ‚Besten Plakate des Jahres‘ gab und außerdem sammelte ich für das Museum Plakate und war immer bemüht, Quellen zu erschließen, wo man Plakate herbekommen konnte. Ich sagte: ‚Ich schlage vor, wir machen einen Plakatwettbewerb der besten Plakate der DDR, und jeder kann einsenden und der Macher, das sind wir im Museum für Deutsche Geschichte, und wir können dann die Plakate anschließend behalten.‘ ‚Ja, sagte er, ‚das ist eine gute Idee, ich werde es mal meinen Verbandskollegen mitteilen.‘ Die waren begeistert, vor allem darüber, dass das Museum für Deutsche Geschichte die materiellen Voraussetzungen dafür schaffen wollte. Da hieß es dann: ‚Wir machen das, aber unter einer Bedingung, dass der Hellmut Rademacher Mitglied der Jury wird.‘ Weiss wollte mich damit verankern, damit wir auf jeden Fall die Hand darauf hatten. Das war ganz wichtig, um Beziehungen zu den damaligen Plakatgrößen der DDR zu gewinnen.“²

Mittlerweile ist daraus eines der wichtigsten Plakateignisse im deutschsprachigen Raum geworden. Die in diesen Jahren erschienenen Beiträge, Sonderdrucke und Kataloge zum Wettbewerb sind zu einem gewaltigen Archiv angewachsen, um dessen Zusammenstellung und Auswertung der Verein *100 beste Plakate e. V.* derzeit bemüht ist.

Es war mein Anliegen, dich, lieber Hellmut, vorzustellen als jemanden, der neue Wege gegangen ist – und dies auch unter den eher einengenden Bedingungen in der DDR seit den sechziger Jahren – und dem es mit seinen Büchern, Aufsätzen und Ausstellungen gelungen ist, sowohl eine neue wissenschaftliche Wahrnehmung als auch die populäre Vermittlung des Mediums Plakat zu etablieren. Die Idee, Plakate als Dokumente historischer, kulturhistorischer und kunsthistorischer Reflexion in der Gesellschaft zu betrachten, hat die Beschäftigung mit dem Plakat nachhaltig verändert und wies weit über die übliche formalästhetische Betrachtungsweise hinaus. Deine unermüdliche publizistische Arbeit hat den Grundstein gelegt für eine breite Beschäftigung anderer Autoren.

Aus diesem Grund waren wir der Meinung, dass genau du als Erster den Preis des Deutschen Plakat Museums im Museum Folkwang für Plakatpublizistik erhalten sollst. Wir danken dir damit für diese Arbeit, die auch uns hier Ansporn ist.

René Grohnert
Essen, 17. September 2011

- 1 Der erste Wettbewerb wurde 1966 durchgeführt, heute wird der Wettbewerb als 100 beste Plakate des Jahres Deutschland Österreich Schweiz weitergeführt, Träger ist der Verein 100 beste Plakate e.V. mit Sitz in Berlin; www.100-beste-Plakate.de
- 2 Siehe: www.austrianposters.at: Interviews / „Hellmut Rademacher: Ich habe das Plakat immer als Geschichtsquelle betrachtet!“, geführt von Dr. Bernhard Denscher am 3. Februar 2011 in Berlin

Biografische Notizen

- 1927 Geboren am 2. Juni in Neuruppin (Mark Brandenburg)
- 1934 Beginn der Schulzeit
- 1943–1944 Kriegseinsatz als Marinehelfer
- 1944–1945 Arbeitsdienst und Dienst in der Wehrmacht
- 1945 Verwundung; amerikanische Kriegsgefangenschaft
- 1946 Abitur
- 1946–1951 Studium der Geschichte und Germanistik an der Humboldt-Universität zu Berlin. Anschließend Lehrer an der Andreas-Oberschule in Berlin
- 1952–1990 Tätigkeit am Museum für Deutsche Geschichte mit Zuständigkeit für publizistische Bestände, speziell der Plakatsammlung, darunter die Sammlung Sachs. Ab 1970 stellvertretender Leiter der Abteilung „Sammlungen“ des Museums
- 1957 Ausstellung *Das Deutsche Plakat von 1895 bis 1932* im Museum für Deutsche Geschichte; erste größere Ausstellung historischer Plakate (Sammlung Sachs) in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg
- 1966 Erster Wettbewerb 100 beste Plakate
- 1967 Aufnahme in den Verband der Bildenden Künstler der DDR
- 1970 Promotion an der Martin-Luther-Universität Halle an der Saale: *Künstlerische Ausdrucksmittel im politischen Plakatschaffen in Deutschland von der Novemberrevolution bis zur Errichtung der faschistischen Diktatur. Ein Beitrag zur Ästhetik des politischen Plakates*
- 1976–1986 Lehraufträge zur Geschichte des Plakats und angrenzender gebrauchsgrafischer Bereiche an der Kunsthochschule Berlin-Weißensee, an der Fachschule für angewandte Kunst in Berlin und an der Hochschule für Gestaltung Burg Giebichenstein, Halle an der Saale



- 1990 Übernahme als wissenschaftlicher Mitarbeiter
an das Deutsche Historische Museum
- 1992 Mai (bis August): Ausstellung *Kunst! Kommerz! Visionen!*
Deutsche Plakate 1888–1933 (Berlin: Zeughaus und Essen:
Deutsches Plakat Museum)
Im Juni Abschied in den Ruhestand

Hellmut Rademacher lebt mit seiner Familie
in Berlin und ist weiterhin publizistisch tätig.

Bibliografische Notizen

Das Deutsche Plakat. Von den Anfängen bis zur Gegenwart,
Dresden 1965

Erster umfassender Überblick zur Geschichte des Deutschen Plakats. Die hier aufgezeigten Entwicklungslinien sind nach wie vor gültig und bieten eine grundlegende Orientierung – ein Standardwerk zur Plakatgeschichte.

Deutsche Plakatkunst und ihre Meister,
Dresden 1965

Erste Darstellung der Verdienste ausgewählter deutscher Plakatgestalter in einem internationalen Kontext. Die Auswahl ist bis heute relevant.

Verband der Bildenden Künstler (Hrsg.):
Gebrauchsgrafik in der DDR,
Dresden 1975

Einführender Text von Hellmut Rademacher; erste übergreifende Darstellung der Entwicklung der Gebrauchsgrafik in der DDR.

Theaterplakate. Ein internationaler historischer Überblick,
Leipzig 1990

Umfangreichste Zusammenstellung der Entwicklung des Theaterplakats, Standardwerk auf dem Gebiet der Theaterplakate.

Hellmut Rademacher; René Grohnert (Hrsg.):
Kunst! Kommerz! Visionen! Deutsche Plakate 1888–1933,
Berlin/Heidelberg 1992 (Ausstellungskatalog des Deutschen Historischen
Museums, Berlin)

Erstmalige Präsentation der Sammlung von Hans Sachs, die sich im
überlieferten Teil im Deutschen Historischen Museum in Berlin befindet;
Würdigung der Verdienste von Sachs als Sammler und Publizist.

Zusammen mit Peterpaul Weiß (1905–1977) rief Rademacher den Wettbewerb
der *100 besten Plakate* ins Leben. Die eingereichten Plakate wurden Teil der
Sammlung des heutigen Deutschen Historischen Museums. Der Wettbewerb fin-
det noch heute statt, nunmehr getragen von einem Verein und ausgeweitet auf
Deutschland, Österreich und die Schweiz. Die eingereichten Plakate gehen heute
in die Sammlung des Deutschen Plakat Museums im Museum Folkwang ein.

Von Rademacher stammen rund 400 Artikel in verschiedenen, zumeist Fach-
zeitschriften, die das Plakat in differenzierter Betrachtung zu unterschiedlichen
Themen und Anlässen analysieren sowie deren Gestalter vorstellen. Zu den ein-
flussreichsten Artikeln zählen z. B.:

Marken Zeichen Signete

In: Verband der Bildenden Künstler (Hrsg.): *Marken Zeichen Signete*,
Berlin 1970 (Ausstellungskatalog)

Schriftkunst im internationalen Plakatschaffen

In: Berufsgenossenschaft Druck und Papier (Hrsg.): *Druckformherstellung*,
Heft 1/1971, Leipzig 1971

Der historische Quellenwert einer Plakatsammlung, dargestellt am Beispiel des Museums für Deutsche Geschichte

In: Rat für Museumswesen (Hrsg.): Neue Museumskunde, Heft 1/1972, Berlin 1972

Im Feuer der Revolution geboren

In: Verband der Bildenden Künstler (Hrsg.): Bildende Kunst, Heft 3/1973, Berlin 1973 (Text zum Katalog der Ausstellung *Sowjetische Plakate 1918–1922*)

Kunst im Klassenkampf 1924–1932

In: Zentralantiquariat Leipzig; Museum für Deutsche Geschichte, Berlin (Hrsg.): Kunst im Klassenkampf 1924–1932, Leipzig 1974 (Einführungstext der Faksimilémappe)

Gebrauchsgrafik in der Stadtbildgestaltung

In: Verband der Bildenden Künstler (Hrsg.): Bildende Kunst, Heft 4/1977, Berlin 1977

Das Plakat

In: Verband Bildender Künstler (Hrsg.): X. Deutsche Kunstausstellung der DDR, Dresden 1987/1988 (Ausstellungskatalog)

Grundsätzliches, Historisches, Merkwürdiges. Über Plakatwettbewerbe

In: Verband der Bildenden Künstler (Hrsg.): 100 beste Plakate der DDR des Jahres 1988, Erfurt 1989 (Ausstellungskatalog)

Zur Entwicklung der Plakatkunst in der DDR

In: Verband der Grafik-Designer der DDR; Niedersächsisches Ministerium für Bundes- und Europangelegenheiten (Hrsg.): P 40 Plakate aus der DDR, Hannover 1990 (Ausstellungskatalog)

Gebannter Blick. Deutsche Plakate 1888–1933 zwischen Kunst und Reklame

In: Hellmut Rademacher; René Grohnert (Hrsg.): Kunst! Kommerz! Visionen! Deutsche Plakate 1888–1933, Berlin/ Heidelberg 1992 (Ausstellungskatalog des Deutschen Historischen Museums, Berlin)

Vor 100 Jahren. Der Plakatjahrgang 1894. Eine Übersicht

In: PlakatJournal, Heft 1/1993,
Hannover 1993

Das Plakat zwischen Zweckfunktion und Kunst

(gemeinsam mit Reinhart Braun)

In: Dieter Blase (Hrsg. für den Bund Deutscher Gebrauchsgrafiker): Designer über Designer. BDG-Jahrbuch der visuellen Kommunikation 1996/97, Frankfurt a. M. 1996

Wie ich zu den Plakaten kam und ihre Bedeutung als Quellen historischer Erkenntnis – Bilanz eines Berufslebens

Es war eine freudig empfangene Mitteilung, mit der mir nach der Beendigung meines Studiums an der Humboldt-Universität und einer kurzen Zeit als Lehrer an einer Oberschule 1952 eine Assistenten-Stelle im Museum für Deutsche Geschichte in Ostberlin angeboten wurde. Ein Traum sollte dabei, wie ich hoffte, in Erfüllung gehen, als Historiker sich von Berufswegen mit der Geschichte unseres Volkes beschäftigen zu dürfen und das noch dazu als Mitarbeiter einer für die damaligen Verhältnisse so ungemein splendid ausgestatteten Einrichtung wie eben des neugegründeten Museums für Deutsche Geschichte. Bald aber musste ich erkennen, wie zwiespältig dieser Vorzug in Wahrheit doch war. Wie alle an der „ideologischen Front“ des sogenannten Arbeiter- und Bauernstaates DDR Tätigen war ich hoffnungslos dem alles entscheidenden Trend ausgeliefert, die Vergangenheit ausschließlich unter dem gerade gültigen und natürlich als irrtumsfrei behaupteten Blickwinkel der „Partei der Arbeiterklasse“ zu sehen und nicht etwa nach von mir selbst wissenschaftlich erarbeiteten und zu vertretenden Kriterien zu werten. Ich war zwar zu meinem Glück schließlich als Assistent in der Abteilung mit den Sammlungen gelandet und zwar in dem Bereich historische Publizistik, wo das spezifisch Fachliche, die Bewahrung historischer Objekte, glücklicherweise in gewisser Hinsicht noch über das Ideologische dominierte, wodurch mir die Eingewöhnung wesentlich erleichtert wurde. Mein anfänglicher Enthusiasmus begann sich unaufhaltsam aufzulösen. Sollte das nun alles sein, historische Flugblätter, politische Druckschriften, Plakate des 20. Jahrhunderts, so interessant sie im einzelnen auch sein mochten, einfach nur zu inventarisieren und zu katalogisieren, nur zu verwalten, also ohne Gelegenheit, selbst etwas damit anzufangen? Ich suchte nach einer anderweitigen, nach einer wirklichen Bestätigung für meinen Ehrgeiz, etwas Besonderes zu leisten. Aber was könnte das sein?

Und da bot sich schließlich zufällig (?) wie ein kostbares Geschenk eine wunderbare Lösung für mein Problem an. Im Keller des Hauses, in dem das Museum anfangs vor seinem Umzug in sein endgültiges Domizil im Zeughaus Unter den Linden residierte, fand sich unter allerlei Gerümpel ein Berg von mächtigen unansehnlichen und zerfledderten Papierrollen. Etwas für die Altpapierverwertung? Zum Glück wurden diese Rollen für eine erste Begutachtung in das mir unterstehende Magazin gebracht. Es war wirklich eine tolle Sache, als wir die erste Rolle öffneten, und es erschien glücklicherweise zuvorderst, Appetit

auf Weiteres machend, eine Reihe illustrier Münchner Plakate von Thomas Theodor Heine, Bruno Paul, Olaf Gulbransson und anderer Größen aus dem damaligen *Simplicissimus*-Kreis und dem der *Jugend*, also Blätter von höchstem historischen wie künstlerischen Wert und großer exemplarischer Bedeutung für die damals sich gerade herausbildende deutsche Plakatkunst. Ich konnte zwar vorerst noch nicht viel damit anfangen, wenn mir die „bunten Bilder“ auch ausnehmend gut gefielen. Zum Glück war der Künstlerische Leiter des Museums, Peterpaul Weiß, anwesend, der Wert und Bedeutung unseres Fundes von seiner schon vor dem Kriege ausgeübten Tätigkeit als Gebrauchsgrafiker her in etwa einzuschätzen wusste und mich entsprechend informierte. Wir waren beide fasziniert von dem, was wir zu sehen bekamen. Ich höre ihn heute noch sagen: „Darüber können Sie ja ein Buch schreiben.“

Das war der Anfang meiner Beziehung zum künstlerischen Plakat. Nun wurde Rolle für Rolle geöffnet. Die zum Vorschein kommenden Plakate waren vielfach beschmutzt, eingerissen, einige unansehnlich mit Brand-, andere mit Wasserflecken bedeckt, etliche waren auf Leinwand aufgezogen oder nur noch zur Hälfte vorhanden, in vielen Fällen auf der Rückseite mit einem Etikett oder einem Stempel versehen mit einer Nummerierungszahl und dem Namen Dr. Hans Sachs. Wer war Dr. Sachs? Was war das für eine Sammlung, welches Schicksal hatte sie erleben müssen, bis sie in ihrem so sehr versehrten Zustand bei uns anlandete, wie sind, so fragte ich mich jedenfalls im Stillen, die Eigentumsverhältnisse? Ich bekam den Auftrag, mich darum zu kümmern und die kostbare Fracht, die uns da in den Schoß gefallen war, wissenschaftlich zu bearbeiten. Welche Aufgabe! Das war sie, die erwünschte Bewährungsprobe! Ich hatte die entscheidende Bestimmung für meinen weiteren Weg gefunden. Ich will hier nicht weiter eingehen auf die große Chance, die mir mit dieser Aufgabe gegeben war. Jeder Plakatsfreund wird meine Gedanken und Gefühle, die mich bei der Bewältigung der mir übertragenen schönen Aufgabe beseelten, nachempfinden können. Es war jedes Mal eine große Erwartung, wenn ich an die einzelnen Rollen ging, sie aufrollte und gespannt war auf das, was an künstlerischen Schätzen sie mir bringen würden. Dass es sich in den meisten Fällen tatsächlich um solche handelte, war mir schnell bewusst geworden, fast jedes Blatt eine grafische Kostbarkeit. Und es war außerordentlich viel, was ich zu sehen bekam, neben den Arbeiten wohl der meisten vor dem Ersten Weltkrieg tätig gewesen deutschen Autoren auch viele französischer, etliche englischer, amerikanischer, italienischer Provenienz und einige Blätter aus weiteren Ländern – ein umfangreicher Fundus sammelte sich an, nicht leicht ihn angesichts des knappen zur Verfügung stehenden Magazinraumes und angesichts des schlechten Zustands der Plakate platzsparend, sie möglichst schonend und doch irgendwie eine gewisse Grundordnung gewährleistend, unterzubringen.

Aber nun hieß es erst einmal, die Fakten zusammenzutragen. Ich hatte ja keine Ahnung von der Geschichte der Plakatkunst, von den Namen der Künstler und ihrer Bedeutung, vom unterschiedlichen Wert und von der künstlerischen Qualität der einzelnen Blätter, von spezifischen gebrauchsgrafischen (allein schon dieser Begriff war neu für mich) Gestaltungsprinzipien, von dem Namen Sachs und von dessen tragischem Schicksal. Plakatliteratur? Mangelware. Nur hier und da kleine Brocken, die es aufzulesen galt, die eine oder andere mühselige (und meistens nicht zustande gekommene) Buchbeschaffung über die Fernleihe. Ich muss heute noch staunen, wie von einem lebendigen Interesse und von der Bereitschaft zu tätigem Engagement, ich darf wohl sagen, von Leidenschaft getriebener Fleiß und angespornter Entdeckerlust es schaffen konnten, alles Mögliche an wichtigen Daten, einzelnen Informationen, an Erkenntnissen, überhaupt an konkretem Wissen zusammenzutragen. Mit der damit verbundenen Einarbeitung in ein mir bis dato fremdes Gebiet wuchsen die Fähigkeiten und die Fertigkeiten, den Wissensdrang immer weiter und zwar sachlich konzentriert auszuweiten, so dass ich mich in relativ kurzer Zeit im „historischen Plakatmilieu“, wenn in vielem wohl noch recht oberflächlich, doch im ganzen bereits grundlegend informiert sehr wie zu Hause fühlte und dankbar war für das Geschenk, denn so empfand und empfinde ich noch heute das Glück, das mich auf dieses Gebiet geführt hatte.

Entscheidend für meine Wissensvermehrung wurde schließlich bis zur Errichtung der Mauer in Berlin 1961 der Besuch der Kunstbibliothek der Stiftung Preußischer Kulturbesitz damals in der Jebenstraße in West-Berlin, ein wahres Eldorado für den nach spezieller Erkenntnis suchenden Kunstadepten. Nach Ende meiner Dienstzeit im Museum trabe ich mehrmals in der Woche abends in diese Oase der Kunstliteratur, in der auch die Gebrauchsgrafik ziemlich reichlich vertreten war, und sammelte so das notwendige Rüstzeug an Wissen und Einsichten, die mir in der Folge allmählich auch eigene Überlegungen und Wertungen gestatteten, um die mir anvertraute Sammlung nun wirklich abschätzen und wissenschaftlich begründet betreuen zu können. Ich brauche wohl keinem einschlägig Tätigen zu sagen, wie wichtig und unerlässlich für jede wissenschaftliche Arbeit die notwendige Literatur ist, die sich zumindest damals noch in geballter Form nur in entsprechenden Bibliotheken fand. Einzelheiten muss ich hier nicht nennen, dem Eingeweihten würde ich ohnehin nichts Neues sagen.

Auf eines will ich in diesem Zusammenhang aber doch verweisen. Das sind neben einschlägigen anderen Fachpublikationen die Jahrgänge der Zeitschrift *Das Plakat* des von Sachs gegründeten *Vereins der Plakatfreunde*. Durch diese einzigartig reich ausgestatteten informativen Hefte der Zeitschrift bekam ich einen tiefen Einblick in die Zusammenhang von Künstler und Auftraggeber, von der pragmatischen Funktion des Plakates und des speziellen Beitrages der Kunst, da-

zu vom ganzen Milieu des Plakatwesens und von wichtigen Persönlichkeiten, vom Sammeln und Aufbewahren von Plakaten, von Ausstellungen und Wettbewerben, von der dem Plakat gewidmeten Publizistik, von einzelnen Künstlern und deren Oeuvre, von den auf das Plakat einwirkenden Kunstströmungen – der Berg meiner Aufzeichnungen, die ich abends nach Hause brachte, wuchs von Mal zu Mal und meine Befriedigung ob des offensichtlichen Fortgangs meiner Bestrebungen in gleichem Maße. Ich lernte auch mittels der Jahrgänge seiner Zeitschrift den Enthusiasten und Vereinsvorsitzenden Hans Sachs kennen, man muss bewundernd von seiner geradezu universell ausgerichteten Tätigkeit sprechen und von seiner überragenden Bedeutung als anspornender Triebfeder für das Aufblühen der deutschen Plakatkultur. Dabei erfuhr ich auch Wesentliches über Entstehen, Umfang und Bedeutung seiner Sammlung. Aus anderen Quellen erfuhr ich von dem, was die Nazis ihm, dem jüdischen Mitbürger und promovierten Zahnarzt angetan hatten, vom Verlust seiner Sammlung, von der zumindest ein beträchtlicher Teil auf welchen Wegen auch immer nunmehr bei uns im Museum gelandet war. Mit dem so angesammelten Wissen konnte ich nun wohl ausgerüstet an die Bearbeitung des Bestandes gehen. Der Umgang mit den Plakaten führte mich zu Fragen, die ich durch meine Studien nun selbst zu beantworten suchte, ein dialektischer Vorgang, den jeder verstehen wird, der sich in ähnlicher Lage in ein für ihn neues Fachgebiet nahezu autodidaktisch einzuarbeiten hatte und dabei schließlich auch nach eigenen Wegen sucht.

Bei alledem spukte natürlich auch die Vorstellung des vorausgesagten Buches in meinen Gedanken herum. Aber noch war es nicht soweit, zunächst hatten wir einen anderen Plan. Die Plakate, die so lange ungenutzt verborgen im Schoß der Zeit geruht hatten, sollten der Öffentlichkeit präsentiert werden. Also, es ging um eine Ausstellung. Das verlangte eine immense technische Vorbereitung, waren die weitaus meisten für die opulente Schau vorgesehenen Blätter doch keineswegs in einem präsentablen Zustand. Das Museums wäre auch sehr langfristig kaum in der Lage gewesen, sie vollendet für eine Ausstellung, gemessen an den heutigen Maßstäben, zu präparieren. Wir meinten indessen, die Plakate in ihrer lockenden Farbigkeit, mit ihrem Witz, ihrer mitreißenden Bildhaftigkeit würden die Öffentlichkeit, die Menschen nicht allzu lange nach dem Krieg so überraschen und freudig stimmen, dass Kritik an den technischen Mängeln ihrer Darbietung nicht aufkommen würde. Und so war es dann auch. Die Oberleitung über das Projekt übernahm unser Künstlerischer Direktor, der ja von Anfang an den aufgefundenen Plakaten sein Interesse bekundet hatte. Auswahl und Anordnung der Exponate in der Ausstellung, es waren mehr als 750, überließ er im Wesentlichen mir, was mich natürlich hoch erfreute. Ich entnahm für mich daraus die Anerkennung meiner inzwischen erarbeiteten Fachkompetenz. Die Ausstellung erregte großes Aufsehen in der Öffentlichkeit, wobei übrigens auch

mein Name in diesem Zusammenhang erstmalig genannt wurde. Mein erster Auftritt auf der Bühne der Plakatkunst also. Ein kleines im Grunde lächerlich anmutendes Kuriosum am Rande möge nicht unerwähnt bleiben: Wie alle Ausstellungen des Museums musste auch die Plakatausstellung mit ihren Exponaten, die zeitlich bis in die zwanziger Jahre reichten, von der Partei inspiziert und freigegeben werden. Unter den Plakaten war nun eines mit der Werbung für einen Opel-Wagen mit der Preisangabe von etwa 2500 Mark. Das musste entfernt werden, weil ja unsere Autoproduktion, soweit man von einer solchen damals überhaupt sprechen konnte, ganz andere Preise bei einer unabsehbaren Lieferfrist kannte. Und so war es ähnlich noch bei einigen anderen Entwürfen, die man, wie es hieß, „unseren Menschen nicht zumuten könnte“, wobei in Wahrheit sich die Partei natürlich selbst meinte. Ein Stück Zeitgeschichte! Für mich festigte sich der Gedanke von der nahezu einzigartigen Bedeutung des Plakats als einer bedeutsamen Quelle historischer Erkenntnis mit hoher Aussagekraft, ein Gedanke, den ich in der Folge genauer durchdachte und in meine Arbeiten über das Plakat aufnahm. Ich war ja schließlich Historiker und betrachtete von Anfang an die Plakate primär, wenn natürlich auch nicht ausschließlich, unter dem Aspekt ihrer geschichtlichen Aussagequalität. Doch darüber später mehr.

Der Erfolg der Ausstellung war übrigens derartig, dass sie in reduzierter Form anschließend in Dresden, Rostock, Leipzig und Halle präsentiert wurde. Der Name Sachs wurde beiläufig erwähnt. Später, als von den Nazis Verfolgte oder deren Angehörige, vor allem ehemalige jüdische Mitbürger vom Ausland her mit Erfolg für den Raub ihrer Kunstschatze von der Bundesrepublik Entschädigungen einklagen konnten, musste bei uns sein Name der Öffentlichkeit gegenüber verschwiegen werden.

Nun konnte ich mich endlich dem Buchprojekt zuwenden, wobei ich noch hinzufügen möchte, dass ich während dieser Zeit der ersten Beschäftigung mit dem Plakat daneben jeweils an einem oder an zwei Tagen in der Woche als Gasthörer an einem mehrjährigen Studium der Archivwissenschaft in Potsdam teilnahm, also neben meinen eigentlichen dienstlichen Verpflichtungen, die ich natürlich nicht aufschieben konnte, ziemlich stark belastet war. Die gewonnenen archivarischen Kenntnisse und mir vermittelte praktische Erfahrungen des Archivwesens erwiesen sich für die Verwaltung eines so großen Fundus wie dem von mir betreuten als recht nützlich.

Lange war ich mit dem Gedanken an das Buch, das ich über die Plakate schreiben wollte, beschäftigt, bis ich mich mutig eines Tages entschloss, mich an den renommierten Dresdener Verlag der Kunst mit dem Vorschlag zu wenden, eine solche Publikation ins Auge zu fassen, und ich wäre unter Hinweis auf meine Kompetenz natürlich an der Autorschaft interessiert. Zu meiner Freude und eigentlich auch zu meiner Überraschung, ich war ja für den Verlag bislang ein un-

beschriebenes Blatt, wurde mein Vorschlag positiv beantwortet und eine Konzeption angefordert. Nach deren Prüfung erhielt ich einen Vertrag und legte dem Verlag nach geraumer Zeit ein dickes Manuskript vor, zu dick, wie man mir mitteilte, doch nach einer gewissen Überarbeitung als angenommen zu betrachten. Der mich betreuende Cheflektor Erhard Frommhold weihte mich, den Anfänger, in die notwendigen Kriterien ein, die für ein gutes Manuskript zu beachten sind. Was ich dabei lernte, sollte mir auch für meine weiteren Arbeiten von großem Nutzen sein. Die Vorlagen für die 320 Abbildungen in dem 1965 erschienenen Buch *Das deutsche Plakat. Von den Anfängen bis zur Gegenwart* konnte ich zum großen Teil aus dem reichhaltigen Sachs-Fundus auswählen, ergänzt durch Plakate aus anderen Provenienzen. Und es war schließlich ein großes Erlebnis für mich, zusammen mit Frommhold und dem Buchgestalter Horst Schuster das Layout zu besprechen, ich dabei natürlich mehr als staunender Gast der beiden Profis. Vier großformatige Faksimiledrucke bedeutender Plakate wurden dem Buch beigegeben, das in einem, ich muss schon sagen, wunderschönen, der künstlerischen Vielfalt des Plakates angemessen gestalteten Schuber steckte. In der Einleitung des Buches schrieb ich, ich würde es der Plakatkunst von morgen in einem auf demokratischer Grundlage vereinigten Vaterlande widmen, für die damaligen Verhältnisse ein politisch reichlich zwielichtiges Wort, das keinesfalls der offiziellen Sprachregelung in der DDR entsprach, von der Zensur also offensichtlich übersehen wurde. Das Buch machte mich in der interessierten Öffentlichkeit, vor allem in den einschlägigen Künstlerkreisen bekannt. Es war gewissermaßen mein Einstieg in die dem Plakat gewidmete wissenschaftliche Publizistik.

Im Zusammenhang mit diesem meinem Erstlingswerk bin ich an dieser Stelle doch noch eine Erläuterung schuldig, die mir sehr am Herzen liegt. Sie betrifft Hans Sachs, den Gründer des Vereins der Plakatfreunde und Herausgeber der Zeitschrift *Das Plakat*. Der Fund von Teilen seiner Sammlung stand – wie berichtet – am Beginn meiner Plakatlaufbahn (eine Abhandlung zur Geschichte der Sammlung findet sich im Ausstellungskatalog *Kunst! Kommerz! Visionen!* des Deutschen Historischen Museums). Sachs, den auch in seiner Zeit in New York das Thema Plakat weiter interessierte, hatte auf irgendeine Weise erfahren, dass seine von ihm verloren geglaubte Sammlung noch existierte, und zwar bei uns in Berlin, und ich der zuständige Bearbeiter war, und so wandte er sich mit einem enthusiastisch formulierten Brief an mich. Es war für mich eine höchst erfreuliche Nachricht, und ich schickte ihm gleich stolz mit an seinem Schicksal Anteil nehmenden Worten ein Exemplar meines kurz vorher erschienenen Buches. Er nahm es offensichtlich ebenso freudig auf, wie es ihm von mir übergeben wurde. Er staunte, wie er mir schrieb, wie einfühlsam und wie kenntnisreich ich mit mei-

nem Text und der Auswahl der Plakate das Richtige getroffen habe. Wir wechselten noch einige in sehr freundlichem Ton gehaltene Briefe miteinander über eine potenzielle künftige Zusammenarbeit. Er schickte mir gewissermaßen als Vorgriff darauf einige Unterlagen über sich selbst und die Sammlung. Einige Zeit später schrieb er nun aber, mich heftig anklagend, ich hätte ihm seine Sammlung, sein Lebenswerk gestohlen und er wolle, dem Ratschlag seiner Freunde in Amerika, Emigranten wie er, und seinem Ehrgefühl folgend, mit mir nichts mehr zu tun haben. Gewiss, dieser Vorwurf war aus seiner Sicht nicht ganz unberechtigt. Aus bereits genanntem Grunde war die Nennung seines Namens unerwünscht und seine Nichterwähnung war seitens meines Museums mir zur Bedingung für das Erscheinen des Buches gemacht worden wohl wegen der denkbaren für den Staat nachteiligen finanziellen und vielleicht juristischen Folgen. Entschädigungen für von den Nazis gestohlene Kunstschatze wurden von der DDR-Regierung bekanntlich abgelehnt und auch nicht geleistet. Ich konnte ihm das brieflich unter den in der DDR gegebenen politischen Verhältnissen – Briefe in den Westen wurden kontrolliert – natürlich nicht so deutlich erklären, wie dies Not getan hätte. Erst sehr viele Jahre später erfuhr ich von dritter Seite, dass Sachs wohl die Zwangslage, in der ich mich damals befand, besser verstanden hat. Leider hat er mir persönlich das nicht mehr mitgeteilt. Und so bleibt ein Stachel ungewollten Ungenügens, ein Bedauern, die widrigen Umstände nicht doch irgendwie überwunden zu haben.

Meine dienstliche Tätigkeit im Museum für Deutsche Geschichte sah neben der Bearbeitung und Verwaltung des vorhandenen Bestandes auch die Neuerwerbung von geeigneten Objekten vor, das heißt, ich wurde auch zum Sammler von Plakaten. Das erschien mir, da es ja meist um mehr oder weniger aktuelle Einzel-exemplare ging, die von sich aus ja nicht ins Haus flatterten, zeitlich viel zu aufwendig, und ich suchte daher nach Möglichkeiten, Plakate in größeren Konvoluten zu erwerben. Eine bot sich mir an als, ich erfuhr, dass in der Schweiz und in Westdeutschland Jahreswettbewerbe der besten Plakate stattfanden: Ich übernahm den Gedanken für die DDR und schlug unserer Direktion vor, diesbezüglich die Initiative zu ergreifen unter der Bedingung, dass die zum vom Museum ausgeschriebenen Wettbewerb eingesandten Plakate anschließend in den Besitz unserer Sammlung übergangen. Und wieder war es Peterpaul Weiß, der mir zur Hilfe kam. Er unterstützte meine Idee und hatte als leitender Mitarbeiter des Hauses genügend Einfluss, sie vor der Direktion ausreichend zu begründen und schließlich auch durchzusetzen. Er war auch führendes Mitglied des Verbandes Bildender Künstler, Sektion Gebrauchsgrafik, und fand dort begeisterte Zustimmung zu unserem Projekt. So kam es seit 1966 zu den Jahreswettbewerben der besten Plakate der DDR.

Mein Buch und meine Mitarbeit an der großen Plakatausstellung des Museums hatten mir auch den Zugang in den führenden Künstlerkreis eröffnet. Und unter Umgehung der allgemein üblichen zweijährigen Kandidatenzeit wurde ich Mitglied des Verbandes Sektion Gebrauchsgrafik und lernte so viele der damals tätigen Plakatkünstler persönlich kennen, wie Hans Baltzer, Klaus Wittkugel, Werner Klemke, Paul Rosié, Roman Weyl, Gerhard Voigt und viele andere, denen ich fortan verbunden blieb. Zeitweise wurde ich Leitungsmitglied der Berliner Gebrauchsgrafiker-Sektion. Langjährig gehörte ich schließlich der Zentralen Sektionsleitung an, wodurch ich in eine sehr enge geistige wie praxisbezogene Beziehung zum Plakatschaffen in der DDR gelangte und einen Einblick in die Arbeitsbedingungen der Gestalter, insbesondere auch in das für sie oft so schwierige Problem der Auftragserteilung gewann. Eine bessere Ausgangsbasis für meine Arbeit konnte ich nicht finden.

Über die folgende arbeitsreiche Zeit kann ich summarisch nur hinweggehen, wobei deren Hauptintensität natürlich meinen dienstlichen Verpflichtungen im Museum für Deutsche Geschichte zu gelten hatten. Meine Direktion, das sei dankbar festgehalten, hat meine als gesellschaftliche Arbeit geltende Tätigkeit beim Künstlerverband meist großzügig unterstützt und mir den nötigen Freiraum gewährt, was ja letztendlich wiederum in gewisser Weise dem Museum zugute kam. Ich nahm an Kongressen und an zahlreichen Ausstellungsvorhaben teil, veranstaltete oder eröffnete Plakatausstellungen im Auftrag des Künstlerverbandes und des Ministeriums für Kultur im In- und Ausland, schrieb in vielen Fällen die Katalogtexte dazu, war natürlich meistens Jurymitglied der Wettbewerbe der besten Plakate der DDR, veröffentlichte zahlreiche Aufsätze sowohl zu historischen wie zu gegenwartsbezogenen Problemen der Plakatkultur. 1965 legte ich im Leipziger Verlag Edition noch ein zweites Buch vor unter dem Titel *Deutsche Plakatkunst und ihre Meister*, das in einer deutschen Ausgabe und in vier weiteren Sprachen erschien. 1989 konnte noch zugleich in Leipzig und in Braunschweig ein weiteres Buch von mir erscheinen über das internationale Theaterplakat. Für etliche Jahre war ich Lehrbeauftragter, natürlich die Geschichte der internationalen Plakatkunst betreffend, an der Kunsthochschule in Berlin-Weißensee, zeitweise auch an der Fachschule für Angewandte Kunst in Berlin-Schöneweide und an der Hochschule für industrielle Formgestaltung Burg Giebichenstein in Halle. Daneben war ich lange Jahre bis 1991 Lehrbeauftragter an der Fachschule für Museologie in Berlin. Ich konnte mein Wissen auch ins Ausland tragen und das meine durch meine Reisen in die sozialistischen Länder sowie in den Irak, nach Italien, Österreich und Jugoslawien sowie in die Schweiz erweitern.

Über ein Projekt muss ich mich an dieser Stelle etwas näher äußern, komme ich doch damit gewissermaßen zum zweiten Teil meiner Ausführungen, zu dem was mir das Plakat bedeutet und inwiefern es mein wissenschaftliches Interesse erregt sowie meine kunstorientierte Neigung befriedigt oder, etwas enthusiastischer gesagt, warum mir seine Betrachtung, mein Umgang mit ihm zu einem Quell reiner Freude geworden ist. Ich erwähne zunächst meine Arbeit an dem von Zentralvorstand des Verbandes Bildender Künstler herausgegebenen Buch *Gebrauchsgrafik der DDR*, Dresden 1975. Es kam auf meinen Vorschlag hin zustande und sollte den reichen Schatz der Gebrauchsgrafik unseres Landes vorstellen und ein breit angelegtes Bild der an ihr beteiligten Autorinnen und Autoren bieten. Den umfassenden Text verfasste ich, die Auswahl der 1400 Abbildungen traf eine Arbeitsgruppe unter der Leitung von Axel Bertram.

In meinem Text bemühte ich mich, gesellschaftliche Funktion und ästhetische Prinzipien der Gebrauchsgrafik in einem sozialistischen Staat zu untersuchen. Da die repräsentativ aufgemachte und als solche auch gedachte Publikation einen offiziellen Charakter hatte, musste ich mich als Autor wohl oder übel natürlich an die entsprechende Begriffsbildung und Sprachregelung, wie sie in der Kunstwissenschaft der Zeit in diesem Lande üblich waren, sowie an die Intentionen des Herausgebers halten. Ich habe später zuweilen das schmerzliche Gefühl gehabt, mich vielleicht doch zu sehr in eine Sache verrannt zu haben, die eigentlich nicht die meine sein konnte und es politisch gesehen natürlich auch nicht war. Lange vor der Wende sagte mir aber in einem persönlichen Gespräch ein zuständiger Mitarbeiter des ZK der SED, sie hätten seitens der Partei lange gezögert, bis sie die Erlaubnis zur Veröffentlichung des Textes erteilt hätten, da ich zu oft eigenwillig von der offiziell vorgegebenen ideologischen Linie abgewichen sei, eine Bewertung, die mir damals und im Nachhinein noch heute erfreulich in den Ohren klingen musste.

Ich hatte in der Tat versucht, wenn auch, zugegeben, mit nur relativ geringer Aussicht auf eine tatsächliche Berücksichtigung in der realen Praxis, wenigstens indessen als ideelle Forderung Grundsätze für eine Ästhetik der Gebrauchsgrafik vorzustellen und mich dabei soweit irgend möglich von dem leeren Parteivokabular und den gängig orthodoxen Denkschablonen, den ideologischen Einseitigkeiten, die in vielen Publikationen zu finden waren, fernzuhalten. Leider konnte das nur zum Teil gelingen. Ich bin noch immer davon überzeugt, abgesehen von den nur auf die damalige DDR zutreffenden ideologischen und allgemeinen gesellschaftlich bedingten Besonderheiten, einen grundsätzlich tragfähigen Beitrag zur Ästhetik der Gebrauchsgrafik geliefert zu haben, zu dem ich auch heute noch stehe. Es kann natürlich nicht bestritten werden, dass geistig und künstlerisch Tätige, dass Kreative überhaupt in der DDR gewissen hemmenden Zwängen und leider meist unumgänglichen Direktiven unterworfen waren, die nicht außer

Acht gelassen werden durften, wollte man überhaupt etwas veröffentlichen, von dem man meinte, dass es um der Sache willen oder als Ausdruck persönlicher Überzeugung erforderlich war. Es stimmt aber auch, dass diese Hemmnisse mit Engagement, Risiken in Kauf nehmend, immer wieder mit Witz, Klugheit und Einfallsreichtum, natürlich auch mit gewissen Kompromissen vielfach umgangen oder gar überwunden werden konnten, um schließlich, vielleicht etwas verklausuliert oder, wie man so sagt, zwischen den Zeilen das entgegen den offiziellen Vorbehalten zum Ausdruck zu bringen, was man sich ursprünglich zu sagen vorgenommen hatte. Die Zensur hat auf die Dauer nirgends das letzte Wort behalten und über die Wahrhaftigkeit gesiegt, auch in der DDR nicht. Die heute meist dominierenden ökonomischen Zwänge bieten zwar andere, allerdings, so weit ich sehe, ebenfalls gewiss nicht immer fördernde Bedingungen für das jeweils im Auftrag stehende Grafik-Design. Die humanistischen Ideale, die für unsere demokratische Gesellschaft bestimmend sein sollten, sollten sie indessen nicht in Frage stellen. Ich glaube, da gibt es noch so manches Arge zu überwinden.

Kommen wir zurück auf das Plakat, wobei wir natürlich davon auszugehen haben, dass sich mit seiner Existenz, seinem Wirken in der Öffentlichkeit ein pragmatischer Zweck im Interesse eines Auftraggebers verbindet. Die zweckfreien, die rein dekorativen Plakate, die unter Künstlern wie kunstliebenden Sammlern durchaus ihre Freunde haben, schließe ich aus meiner Betrachtung aus. Sie bilden für mich ein eigenes der freien Kunst eng verwandtes, natürlich interessantes eigenes Genre, dem ich an sich mich prinzipiell durchaus nicht verschließen will. Doch das wäre ein Thema für sich.

Woraus erklärt sich nun aber die ungemaine Beliebtheit der künstlerischen Plakate in weiten Kreisen der Öffentlichkeit? Sie erfüllen ihre kommunikative Aufgabe bei Wind und Wetter und beleben gleichsam als Partner im Konzert der Medien das Bild der Straße, dem dafür Empfänglichen die Sinne schmeichelnd, seine Aufmerksamkeit erregend, im besten Fall sein Informationsbedürfnis stillend. Sie gelten für viele Menschen auch als spezifische Kunstwerke – einst sprach man bekanntlich von den Plakaten auf der Straße als von der Galerie des kleinen Mannes – und werden als solche auf Auktionen und im Kunsthandel angeboten, sie werden ausgestellt und im besten Fall auch öffentlich bewertet, bilden ständig auf den neusten Stand gebrachte Bestände in Museen und werden dort wissenschaftlich erfasst und bearbeitet. Sie werden trotz der mit ihren großen Formaten verbundenen Schwierigkeit der Aufbewahrung von unzähligen Liebhabern gesammelt, die ihre Freude an den farbigen Blättern haben und mit List und Tücke versuchen, sich möglichst kein bedeutendes Exemplar entgehen zu lassen, Lustobjekte für Auge und Geist. Und was bedeuten die Plakate mir? Ihre dekorative

Schönheit, ihre oft geist- und ideenreich, humorvoll, witzig, einfallsreich oder tiefgründig, ernst durch Auge und Hand des Künstlers erfolgende, mich anregende Widerspiegelung der vielen Facetten des Lebens, der phantasievolle Reichtum ihrer Figurenwelt, ihre, wenn sie gut sind, höchst aktuelle Diktion, ihre ganze künstlerische Ausstrahlung, die Fähigkeit ihrer Autoren, mich mit ihren Einfällen immer wieder zu überraschen, ihr Mut, gleichsam mit dem Ungewöhnlichen zu spielen und nicht zuletzt die Meisterschaft namhafter oder aufstrebender junger Künstler mir auf einfache verständliche Weise, eben mit den Mitteln des Plakates, jeweils ein Stück der Welt zu erklären – alles Momente, die sich für mich mit der Plakatkunst verbinden. Und eine Plakatsammlung, was ist sie im Grunde anderes als die Fixierung einer einst gelebten Gegenwart, nunmehr als kostbarer Schatz der Erinnerung an die Vergangenheit sorgsam bewahrt für die Nachfahrenden?

Die Nutzung aller möglichen Gestaltungsmittel, der Fotografie und der Montage, der Grafik, der Malerei, der raffinierte variable Einsatz der Drucktechniken, der Farben, die interessanten Möglichkeiten der Schriftbehandlung und deren Integration in die Gesamtkomposition, Verfremdungen, die in die Entwürfe integrierten aus dem Leben, aus der Welt der Kunst, wo auch immer aufgegriffenen und für den jeweiligen Zweck gewissermaßen zubereiteten Motive und manches andere bieten den Künstlern weite, ja schier unbegrenzte Räume für das freie Spiel ihrer Phantasie. Und das alles gleichsam im Gewand des Alltags, wenn man das so sagen darf, geht es doch stets dabei um die auf die unmittelbare Gegenwart bezogene praktische Erfüllung eines pragmatischen Auftrags im Rahmen der visuellen Kommunikation. Schließlich ist das Plakat in dieser seiner Eigenschaft, angesichts seiner Aktualität und geistigen Mobilität, seines nahezu unbegrenzten Themenbereiches auch eine hochbedeutsame aussagestarke Quelle historischer Erkenntnis, ein Umstand, der für mich stets eine primäre Bedeutung hatte. Allerdings, ich muss da ein wenig Wasser in den Wein schütten, hat das Plakat seine ursprünglich dominierende Position, seine einstige Stellung als König unter den Werbemitteln nicht bis heute behaupten können. Es ist vielfach an den Rand gedrängt, doch immer noch, wenn es denn wie zum Beispiel im kulturellen Bereich zum Zuge kommt, in der Lage das zu leisten und zu sein, was ich eben mit, zugegeben, ein wenig Enthusiasmus zum Ausdruck bringen wollte.

Einen ersten Eindruck gewann ich davon schon bei der Kenntnisnahme der Sachs-Plakate. Mir, dem zwar Kunstinteressierten, doch primär als Historiker Tätigen, wurde da schnell klar, wie sehr sich in den sowohl gestalterisch wie inhaltlich farbigen Plakaten das Bild einer ganzen Gesellschaftsperiode darstellte, eine erste momentane Einsicht jedenfalls, die sich mir in meinen späteren Arbeiten bestätigen und vertiefen und mich den historischen Quellencharakter der

Plakate erkennen und schätzen lassen sollte. Die bei der ersten Sichtung der Sammlung zu Tage geförderten Plakate stammten in ihrer großen Mehrzahl aus der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg, eine relativ in sich geschlossene bürgerliche Welt mit ihrem verbreiteten Wohlstand, ihrem vielfältigen Alltagskonsum, ihren Luxusangeboten, ihrem vor allem in Paris und in Berlin turbulenten Veranstaltungswesen und Amüsierbetrieb, mit den Stummfilmkinos, den Kabaretts und dem Theater und deren Stars, mit ihrer Mode, ihrem Sport, ihren Reisen, auch ersten sozialen Diensten verpflichteten Plakaten – die ganze Lebens- ja auch Geisteshaltung, ob nun der Hoch- oder der Trivialkultur zugehörig stellte sich hier dar. In den Entwürfen waren die Lust und die schöpferische Freude der Gestalter an dem für sie damals noch neuen künstlerischen Betätigungsfeld, dem Plakat, zu spüren das ihnen bis dahin unbekannte Möglichkeiten und die Handhabung neuer Techniken eröffnete. Und sie bekundeten das mit Darstellungen einer figurenreichen Bilderwelt, in der sich das Antlitz von Zeit und Umwelt brillant widerspiegelte. So etwas wie eine Welt ohne Konflikte könnte uns vielleicht ein schneller Blick der Sympathie verraten. Anzeichen einer wachsenden sozialen Verantwortung den unteren in dieser reichen Gesellschaft bittere Not leidenden Bevölkerungsschichten gegenüber lassen sich allerdings in einigen Entwürfen und bereits solchen, aus denen eine gezielte Gesellschaftskritik abzulesen ist, erkennen und korrigieren das ideale Bild von der heilen Welt. In ihnen spricht die Geschichte direkt zu uns. So in frühen Entwürfen von Käthe Kollwitz. Ihr sozialkritisches Blatt für die Deutsche Heimarbeitsausstellung 1906 in Berlin mit dem erschütternden Porträt einer Proletarierfrau musste, ein Kuriosum der Plakatgeschichte, von den Litfaßsäulen wieder entfernt werden auf Verlangen der sich offenbar durch die öffentliche Konfrontation mit dem sozialen Elend brüskiert fühlenden Deutschen Kaiserin, die andernfalls ihren Besuch der Ausstellung verweigert hätte – ein bemerkenswertes Indiz dafür, wie ernst man damals bereits die öffentliche Plakatwirkung nahm. Im eigentlichen Sinne problembeladene Plakate finden sich noch vergleichsweise selten, direkt politische Äußerungen artikulierende waren in Deutschland presserechtlich ohnehin weitgehend verboten. Eine Sonderstellung müssen wir vielleicht dem von Julie Wolfthorn 1912 für die sozialdemokratische Zeitung Vorwärts entworfenem Blatt zuerkennen, mit dem, ohne gegen die Zensur zu verstoßen, tatsächlich eine massive politische Wirkung erzielt werden konnte.

Lachen, Humor, Charme, möglichst ungetrübte Heiterkeit, Lebenslust, Schönheit, Optimismus sprechen aus den meisten Plakaten der Zeit vor dem verheerenden großen Kriege mit ihren lockenden Bildern, man könnte fast von einer heilen Welt reden. Sie war aber nicht so, wie sich in der „wirklichen“ Realität zeigte, mochten die Meinungsmacher und die im Wohlstand Lebenden auch einen solchen Eindruck vermitteln. Logen also die Plakate? Doch wohl nicht. Sie

kamen nur ihrer Aufgabe nach und taten das, was ihre Auftraggeber von ihnen verlangten, die Schaffung eines günstigen Klimas für den Absatz ihrer Produkte. Ihrer unmittelbaren Gegenwart verpflichtet lenkten sie im Grunde aber eben auch schon den Blick darüber hinaus, indem sie mit ihren materiellen Angeboten ein bereichertes Leben versprachen, neuen Ideen Raum zu geben suchten, mit denen eine bessere Zukunft gestaltet werden könnte.

Bedingung für eine erfolgsversprechende Erfüllung dieser kommunikativen Aufgabe war und ist auch heute noch für die Plakate unbedingte Aktualität in Inhalt und Form. Das trifft natürlich auch auf den Text zu, der ja die eigentliche werbliche Aussage enthält. Auch die Rhetorik der Plakate ist in ihrer Syntax, in ihrer Ausdrucksweise und ihren angezogenen Redensarten, in der Vorliebe für bestimmte Redewendungen zeitbedingt veränderlich und kann entgegen allerdings den vielen Geschmacklosigkeiten und sich für zeitgemäß haltenden „Wortschöpfungen“ der Werbungs-Terminologie in so manchem Fall für den dafür Empfänglichen, jedenfalls für mich, ob ihres Witzes oft von einem eigenen Reiz sein.

Ein Gestern gibt es für die Plakate nicht, es sei denn, es dient der Rechtfertigung ihrer eigenen Gegenwart und einer in die Zukunft weisenden Perspektive im Interesse des Auftraggebers. Sie verkörpern die unmittelbare Gegenwart, die dem kundigen Blick somit ganz deutlich und quasi objektiv im Wohl und Wehe vor Augen steht, eine einzigartige Quelle historischer Anschaulichkeit und Wertung. Sie zeichnen auch die Ideale einer Gesellschaft oder besser die ihrer sozialen Klassen auf, schaffen ablesbare und von vielen Menschen anzunehmende Leitbilder, propagieren oder kreieren geradezu das Schönheitsideal der Frau, das gültige Image des erfolgreichen und smarten Mannes in den unterschiedlichen Sparten seiner gesellschaftlichen Positionen, denen nachzueifern hatte, der etwas im Leben gelten wollte. So ersteht in der Plakatkultur einer Zeit im Verbund mit anderen öffentlich wirkenden Medien vor dem nachträglichen Blick des Historikers das ganze Panorama einer Gesellschaft, wie sie sich zu ihrer Zeit wohl am liebsten selbst betrachtet und gewertet hätte und zwar, um an eine Formulierung des populären Plakatisten Edmund Edel anzuknüpfen, durch die rosarot gefärbte Brille eines bedingungslosen Optimismus. Für den kritischen Betrachter darf dagegen wohl ein tieferer Blick in das eigentliche Gefüge der in Wahrheit durchaus nicht konfliktfreien Gesellschaft und der sie treibenden Kräfte anzuraten sein, der den Schleier der Verlockung, den die Plakate darüber zu decken suchen, durchdringt. Historische Quellenkritik ist beim Plakat ebenso wie bei anderen Dokumenten und Zeugen der Geschichte angesagt.

Dennoch, nicht nur die glänzende Fassade des Lebens im Wohlstand findet in den Plakaten ihren beredten und im Grunde vorbehaltlos bejahten Ausdruck.

Auch kritische Auseinandersetzungen mittels Satire und Karikatur fehlten im damaligen Plakat nicht und wiesen meist eine bemerkenswert geistvolle Ausdrucksstärke auf, manchmal hintergründig, scharf, in der Karikatur eher moderat humorvoll und mit insbesondere an Ironie nicht sparender Charakterisierung der sozialen Typen und dergleichen. In einigen Fällen musste die beabsichtigte Regimekritik zur presserechtlichen Absicherung der Autoren als Camouflage listig versteckt bleiben, etwa in Entwürfen für unverfängliche Angebote, doch dem verständnisvollen Betrachter durchschaubar. Ein treffendes Beispiel bietet Thomas Theodor Heine in seinem Blatt für die Ausstellung des Deutschen Künstlerbundes 1905 in Berlin, in dem er Stellung nimmt zur Auseinandersetzung um die Wertung der die Gemüter erregenden fortschrittlichen Kunst der Sezession. Der Deutsche Kaiser hatte sie, seinen Abscheu artikulierend, öffentlich als Rinnsteinkunst diffamiert. Heine hielt dagegen und zeigte auf seinem Plakat eine schöne junge Frau, aus dem Rinnstein eine köstliche Blume pflückend, während daneben ein hochnäsiges herrschaftliches Dienstmädchen einen Blumentopf mit einer verdorrten Rose präsentiert. Gewiss ein Affront, der als solcher vom Künstler auch gemeint war. Ähnliche Beispiele gibt es zwar nur wenige. Ihnen ist immerhin eigen, dass das Plakat auch im politischen Einsatz seine Rolle zu spielen wusste.

Und schließlich gingen in Europa die Lichter aus, so titelte Ludwig Reiners eines seiner Bücher, und eine schwarze Wolke senkte sich über unseren Kontinent, wie Egon Friedell im dritten Band seiner Kulturgeschichte der Neuzeit schrieb. Der Erste Weltkrieg setzte eine scharfe Zäsur. Das Plakat, vordem doch vor allem ein Ausdruck mehr oder weniger unbeschwerten bürgerlichen Lebens, wurde dann zwangsläufig zu einem medialen Instrument des Krieges und der Feindschaft unter den Völkern.

Die Welt sah nach dem Großen Krieg völlig anders aus, auch Deutschland. Noch einmal sollte das Plakat in der das zivile Leben regenerierenden Weimarer Republik ähnlich wie auch in Frankreich, England und anderswo eine Zeit besonderer Blüte, eine kurze Periode reichen Wirkens mit rasch wechselnden Impulsen aus der zeitgenössischen Bildenden Kunst erleben, doch traten gleichzeitig andere Medien, die den sich wandelnden Bedingungen des modernen großstädtischen Lebens und der im starkem Aufwind befindlichen und sich rasch ausbreitenden Reklameindustrie besser entsprachen, mehr und mehr an seine Seite und wurden zunehmend für die gesellschaftliche Kommunikation belangvoller. Die Veränderungen wirkten sich auch auf das Plakat selbst aus, indem es vielfach nicht mehr so sehr wie bisher als künstlerische Einzelleistung in Erscheinung trat und als solche gewürdigt wurde, sondern es wurde mehr integriert in größere Komplexe strategisch geplanter und geleiteter Kommunikationskonzepte.

tionen. Das gilt es natürlich bei einer nachträglichen historischen Betrachtung zu berücksichtigen.

Kehren wir aber zum Ende des Krieges zurück. In Ungarn und in Russland trat erstmalig direkt das auf geplante politische Wirkung abzielende Plakat in den revolutionären Kämpfen auf den Plan, nachdem bereits vor dem Kriege Mihály Biró in Ungarn einen schockierenden Entwurf gegen den Militarismus vorgelegt hatte und mit seinem großflächigen, in der Folge legendär gewordenen „Roten Hammermann“ für die Zeitung *Nepszava* ein packendes, vielfach auch anderwärts eingesetztes Symbol für die Arbeiterparteien zu schaffen wusste. Während der revolutionären Kämpfe in Russland wuchs mit dem Plakat ein bis dahin unvergleichbar mächtiges politisches Medium heran, wobei es bei aller Unterschiedlichkeit der in ihm sich darstellenden künstlerischen Handschriften und nationalen Besonderheiten die anschauliche Volkstümlichkeit zum Gebot machte einer Bevölkerung gegenüber, die zum großen Teil noch aus Analphabeten bestand und vor allem vom Bild her beeinflusst mit den Forderungen und Zielen der Revolution vertraut gemacht und zu Mitkämpfern gewonnen werden musste. Auch bei der Abwehr der internationalen Intervention gegen Sowjetrußland spielte das Plakat eine vergleichbar große Rolle.

In Deutschland trat das politische Plakat schließlich in der Novemberrevolution geradezu mit einem Paukenschlag in Erscheinung. Damals bekannte Künstler wie Max Pechstein, Cesar Klein, Hans Richter, Heinz Fuchs und einige andere anonym Gebliebene legten meist im Auftrag der sozialdemokratisch geführten Regierung und zeitgemäß dem Expressionismus verpflichtet Plakate in Abwehr der spartakistisch-kommunistischen Umsturzversuche zu den Wahlen für die Nationalversammlung vor. Man glaubt, so etwas wie das Feuer der Revolution und die Erregtheit der um die Gestaltung der Zukunft ringenden Menschen darin zu spüren. – Geschichte pur, könnte man wohl sagen. Ob sie allerdings tatsächlich auch eine ihrer künstlerischen Bedeutung vergleichbare Wirkung und wunschgemäß die dem Expressionismus meist noch fernstehenden Menschen auch erreichen konnten, bleibt eine offene Frage, die m. E. abgesehen von den sehr unterschiedlichen subjektiven Urteilen einzelner Zeitgenossen, wohl nie ernsthaft untersucht worden ist. Zeit und Umstände sind in unzähligen Dokumenten und Verlautbarungen niedergelegt, zu denen auch die Plakate gehören als spezifische Zeugnisse auf dem Wege zu einem demokratischen Staat anstelle des untergehenden Reiches wilhelminischer Prägung. Mit der Wahl der Nationalversammlung und der erfolgreichen Abwehr des statt ihrer von den Kommunisten nach sowjetrussischem Vorbild angestrebten Rätessystems stockte der anfänglich so überwältigend anmutende Impetus der politischen Plakatkunst und verstrickte sich in die politischen Grabenkämpfe der Parteien mit ihren di-

versen Programmen. Dabei unterschieden sich die Plakate analog zu den Parteien nicht nur im Inhalt voneinander, sondern auch in ihrer Form und in ihrem Appellcharakter, ein für den historisch Interessierten bemerkenswert aufschlussreicher Aspekt.

Fortan nutzten die Kommunisten das Plakat als vielseitig einsatzbereites Medium ausdrücklich unter dem Motto der Kunst als Waffe, die es ja tatsächlich angesichts der harten politischen, Menschenleben nicht immer achtenden Auseinandersetzungen auch war. Bildsprache und Rhetorik der Plakate entsprachen dem ideologischen Profil der revolutionären KPD und ihrer kompromisslos aggressiven Politik, damit im Unterschied zu den anderen Parteien einen eigenen politischen Plakatstil kreierend. In ihren formalen Umsetzungen konnten sie allerdings mit der Zeit eine gewisse Schablonenhaftigkeit nicht vermeiden, die kaum noch Überraschungen, eigentlich ein unabdingbares Lebenselixier des erfolgversprechenden Plakates, zuließ. Dennoch gibt es unter den kommunistischen Plakaten ungeachtet ihrer parteilich einseitigen Argumentation einzelne bedeutende Leistungen, die selbst in der Kunstgeschichte ihren ehrenvollen Platz finden, man nennt zum Beispiel den Namen John Heartfield, mit seinen Fotomontagen dem politischen Plakat in Deutschland eine neue Dimension eröffnend, oder den von Jean Carlu in Frankreich mit ebenfalls ungemein ausdrucksstarken Montagen für Frieden und internationale Abrüstung. Einzelne weitere Künstler zeichneten sich in Deutschland durch ihre Sonderwege aus wie Käthe Kollwitz, Max Pechstein, Heinrich Vogeler, Konrad Felixmüller, George Grosz, Max Schwimmer. Der Historiker wird die politischen Plakate dieser Periode zweifellos mit Gewinn für parteiengeschichtliche wie soziologische Untersuchungen nutzen können. In meiner Dissertation habe ich darüber geschrieben und meine Sicht relativ umfassend dargelegt.

Schließlich sei auf die Nazis mit ihren abscheulichen, die Massen gegen die bestehende Staatsordnung aufhetzenden, vor allem infamen antisemitischen Plakaten verwiesen, in denen sie ihre ganze Niedertracht und Unmenschlichkeit, eigentlich für jedermann deutlich erkennbar, bewiesen. In einem Land aber, in dem die einflussreichsten Kreise der Bevölkerung unbelehrbar nach Revanche für den verlorenen Krieg dürsteten, wurden sie allerdings in ihrer gefährlichen politischen Absurdität nicht gebührend zur Kenntnis genommen, sondern ihrer aktivistischen Stoßrichtung wegen eher noch begrüßt. Mit Hanns Schweitzer (Mjólnir) stand den Nazis ein begabter Künstler zur Seite, der bereits früher mit einem Blatt zur sogenannten Dolchstoßlegende unrühmlich hervorgetreten war.

Wir dürfen, denke ich, die politischen Plakate der Weimarer Zeit allerdings nicht nur unter dem Aspekt ihrer unmittelbar ablesbaren politischen Mission betrachten. Sie geben, und das macht sie für den Historiker auch besonders interessant, auch bloße, vielleicht hier und da nur latent vorhandene Stimmungen,

nicht artikulierte Erwartungen der Menschen, wohl auch ihre Ängste, Besorgnisse und gar Enttäuschungen wieder, die es zu entschlüsseln und bei der Einschätzung der historischen Situation zu berücksichtigen gilt.

Angesichts der aufwühlenden, viele Zeitgenossen eher abstoßenden parteipolitischen Auseinandersetzungen und drängender wirtschaftlicher Probleme sowie einer demzufolge von vielen als nicht gesichert angesehenen Zukunft konnte bei vielen Enttäuschten und Hoffnungslosen eine gewisse Verklärung der nunmehr retrospektiv als glänzend empfundenen Vergangenheit in einem Deutschland „der Zucht und Ordnung“ nicht ausbleiben. Viele darauf abzielende Motive auf Plakaten vornehmlich für die bürgerlichen Parteien, besonders aber für Wirtschaft und Kultur deuten darauf hin. Allein schon die Typen der auf den Plakaten dargestellten Menschen weisen deutliche Unterschiede hinsichtlich der angesprochenen Zielgruppen auf. Auf der einen Seite der Arbeiter in einer der traditionell konstanten Sichtweise der sozialistischen Parteien entsprechenden meist klischeehaft robust proletarischen Wiedergabe, auf der anderen oft der unbedingt Vertrauen erweckende männlich anmutende Typ mit markanten Gesichtszügen oder der als Sympathieträger gepflegte Zivilist „mit Schlips und Kragen“, von dem umstürzlerische Abenteuer nicht zu befürchten wären. Hier bietet sich für den Nachspürenden ein weites Feld der dem Plakat immanenten Möglichkeiten einer unterschwelligen Beeinflussung der Menschen, ohne dass denen stets die dahinterliegenden tatsächlichen politischen Absichten wirklich erkennbar würden. Hier sei nur darauf hingewiesen. Vielleicht ist an dieser Stelle der richtige Ort, noch einmal auf die Notwendigkeit einer methodischen quellenkundlichen Behandlung des Plakates zu verweisen, wenn wir ihm als aussagefähiges Geschichtszeugnis gerecht werden und die in ihm liegenden Möglichkeiten nutzen wollen. Beziehungen zur Historischen Bildkunde, zu der ich mich unter dem quellenkundlichen Aspekt an anderer Stelle geäußert habe, sind augenscheinlich.

Ein treffliches Beispiel für eine verdeckte Aussage findet sich in dem hervorragenden Entwurf von Theo Matejko 1932 für die Zigarettensorte Kosmos Akka. Seine visuelle Dominante bildet die mitreißende Zeichnung eines stürmenden Weltkriegs-Infanteristen, mit dem vor allem an jugendliche Betrachter gerichteten Hinweis auf die der Zigarettenschachtel beiliegenden Sammelbilder über den Weltkrieg. Die Stimulierung der Jugend zur Wehrbereitschaft war damit, das darf mit Gewissheit vermutet werden, keine neben der kommerziellen nur beiläufige Absicht. Sie ordnet sich vielmehr ein in die vielfältigen propagandistischen Bemühungen, die von den dominierenden politischen Kräften beabsichtigte nationale Wiederaufrüstung populär zu machen.

Schon vorher hatte Cesar Klein 1919 während der Revolution ein sozialdemokratisch inspiriertes Blatt vorgelegt unter dem Motto „Wer nicht arbeitet ist der Totengräber seiner Kinder“. Streikende Arbeiter stehen untätig abseits ihren hungrigen Kindern gegenüber, die über einem Sarg trauern. Die nicht direkt ausgesprochene Absicht des Blattes ist es, die Arbeiter an ihre väterliche Fürsorgepflicht zu erinnern mit der dringenden Mahnung, sofort wieder die Arbeit aufzunehmen und sie so vom aktiven revolutionären Kampf abzulenken.

Eine Ikonografie des politischen Plakates müsste wohl noch geschrieben werden, wobei sein ästhetisches Profil als spezifisches Kunstwerk zu beachten und zu würdigen ist. Ich betrachte das Plakat ungeachtet seines Genres als einen interessanten Vermittler historischen Wissens und entsprechender Einsichten in das Leben der Menschen, Klassen und Völker. Als Exponent für seine Zeit, eingebettet in den Strom der Geschichte, ist es auch ein legitimer und nicht zu übersehender Bestandteil der Bildenden Kunst, nicht allein in ihrem angewandten Bereich, und lässt, wenn auch in unterschiedlicher Gewichtung, dabei keine von deren Etappen aus. Jugendstil, Expressionismus, Neue Sachlichkeit, Surrealismus, Pop Art, aber davon auch unabhängige Handschriften einzelner Künstler, sie alle beeindruckten das Plakatschaffen nachhaltig, wobei sich zumindest doch wohl fragen lässt, ob nicht auch umgekehrt vielleicht eine einwirkende Kraft vom Plakat ausgegangen sein könnte. Mag es an dieser Stelle bei der Frage bleiben.

Und noch einmal musste mit dem Zweiten Weltkrieg eine tiefe Zäsur beachtet und überwunden werden. In den beiden deutschen Staaten entwickelte sich wie das Leben überhaupt auch das politische Plakat in sehr unterschiedlicher Weise. In der Bundesrepublik verflachte, pauschal formuliert und prinzipiell gewertet im Wesentlichen das politische Plakat, obgleich in Ausnahmefällen Autoren wie Klaus Staeck mit seinen scharf satirisch angelegten Montagen treffende Entwürfe vorlegten und speziell auf dem Gebiet des Kulturplakates mit großem Erfolg tätige Künstler wie Frieder Grindler, Günther Kieser, Uwe Loesch, Holger Matthies, Gunter Rambow und vielleicht noch einige andere bei einer entsprechenden Auftrags- und Interessenlage eine spezielle Kultur des politischen Plakates in der Bundesrepublik hätten durchsetzen können. Es sollte aber nicht dazu kommen. Angesichts des übergewichtigen Interesses an einer vordringlich dem Kommerz dienenden Kommunikation und des ohnehin zu beobachtenden zunehmenden Bedeutungsverlustes des Plakates zu Gunsten anderer Medien wandelte es sich, sofern im politischen Auftrag stehend, mehr und mehr zu so etwas wie einem meist nur formal genutzten Sichtelement anlässlich bestimmter Ereignisse wie zum Beispiel Wahlen, ohne dass in der Regel eine wahrnehmbare Argumentation von ihm ausging. Das Interesse der Bevölkerung wie der Auftraggeber an den politischen Plakaten hielt sich zunehmend in engen Grenzen. Die junge Grüne Bewegung brachte zeitweise allerdings dagegen einen politisch hocham-

bitionierten und absolut neuartigen, geradezu geistreich-frechen Zug voller Witz und ingenióser Einfälle in das politische Plakatschaffen, ein bemerkenswertes Ereignis für dessen Geschichte. Die deutlich ablesbare mangelnde Qualität des politischen Plakates in der Bundesrepublik im Unterschied zu so vielen anderweitigen künstlerisch bedeutenden und prägenden kulturellen Leistungen, legen zumindest den Verdacht nahe, dass sie tatsächlich einer offenbar verminderten Anteilnahme der Bevölkerung an der Politik entspricht. Darf man das, muss man das so sehen? Zu untersuchen wäre wohl, ob es einen solchen Zusammenhang geben könnte, wobei ich, soweit ich das beurteilen kann, die von mir beanstandete mangelnde Qualität der politischen Plakate in der Bundesrepublik weniger als Ursache für die oft beklagte in der Bevölkerung verbreitete Politikverdrossenheit, wenn es sie denn überhaupt geben sollte, sehe, sondern eher umgekehrt als eine Folge dieser leidigen Tatsache. Ein Kuriosum in der Plakatgeschichte?

In der DDR wie in anderen sozialistischen Staaten spielte das politische Plakat im Partei- und Staatsauftrag dagegen eine eminent wichtige Rolle, wobei es, auch hier mit Ausnahmen, schließlich ob des von zentraler Stelle rigoros geübten Dirigismus und der letztlich bei den meisten Menschen nur Missbehagen auslösenden stereotypen Wiederholungen der einseitig behandelten politischen Thesen letztlich zur Platitude verkommen musste. Viele, besonders begabte junge Gestalter, suchten sich allerdings soweit möglich dagegen zu wehren und sich ihrer Verantwortung der Kunst und wohl vor allem dem eigenen Gewissen gegenüber bewusst zu verhalten. So entstanden neben als unumgänglicher Brotarbeit zu verstehenden Pflichtentwürfen für den politischen Auftraggeber zahlreiche hervorragende als persönliche Bekenntnisse zu verstehende Entwürfe zum weltweiten Friedensthema, zur Solidarität der Menschen, gegen die Atomgefahr und für die Erhaltung und den Schutz des Lebens, zu bedeutenden Memorialanlässen und zu anderen allgemein verbindlichen, wenn ihnen vielfach auch vorgegebenen Themen. Bezeichnend war indessen das Verhalten der Parteiinstanzen, als in einem von der UNO 1981 ausgelobten internationalen Wettbewerb für ein Plakat zur weltweiten Abrüstung der Entwurf des Hallenser Künstlers Gerard Voigt den ersten Preis erhielt, allerdings sehr zum Missvergnügen der DDR-Oberen, die sonst eifrig nach jeder, auch der kleinsten Spur internationalen Ansehens haschten. Das der persönlichen Überzeugung des Autors wie auch der vieler Menschen in der DDR Ausdruck verleihende, sehr sinnfällige Plakat wurde in der ganzen Welt bekannt. In seinem Ursprungsland durfte es nicht veröffentlicht werden, da es mit seiner pazifistischen „Freund und Feind“ nicht unterscheidenden Tendenz der offiziellen Staatsdoktrin vom „bewaffneten Frieden“ nicht entsprach, in der ohnehin der Bewaffnung der Sowjetunion und ihrer Satelliten eine besondere, natürlich positiv bewertete Vorzugsrolle eingeräumt war. In einigen

Kirchen hatte man jedoch den Mut, das Plakat dennoch zu zeigen. Plakate zu kulturellen und sozialen Themen, oft mit einer heimlich versteckten politischen Anspielung, das sei gerechterweise am Rande erwähnt, erreichten in der DDR eine beträchtliche ideelle wie künstlerische Qualität, waren populär und legten Zeugnis ab vom wahren Leistungsvermögen der Plakatkünstler des Landes. Mir scheint für ihre Arbeiten, jedenfalls für die meisten von ihnen, bei einer tiefen geistigen Durchdringung der umzusetzenden Idee oder des gegebenen Stoffes so etwas wie ein realistisches Grundprinzip zu gelten, was sicher mit erklärt, dass es keine Schwierigkeit bereitete, sie als legitime Werke der Bildenden Kunst anzuerkennen und als solche auch in der Kunstgeschichtsschreibung zu würdigen. Die Jahreswettbewerbe der besten Plakate der DDR und die entschiedene Arbeit der Juroren, insbesondere ihr vielfach auch gegen Widerstände engagiertes Eintreten primär für die Anerkennung hoher, speziell künstlerischer Qualitätskriterien bei der Auswahl der auszuzeichnenden Arbeiten, haben daran gewiss ihren Anteil. Wie auch immer man die Geschichte beurteilen mag, die qualitativ bedeutsamen Werke der Plakatkünstler der DDR werden neben solchen der alten Bundesländer einen bleibenden Platz im kulturellen Erbe unseres wiedervereinigten deutschen Vaterlandes einnehmen.

Eines der bis 1990 unter dem Vorzeichen des Marxismus-Leninismus regierten Länder errang sich bezüglich der Kunst eine besondere Stellung und bildete eine rühmliche Ausnahme, Polen. Mit ihren künstlerisch von aller Welt bewunderten Plakaten trotzten die polnischen Künstler den Geboten des Sozialistischen Realismus (was immer das auch sein mochte), der ursprünglich von der Sowjetunion ausgehend ihren Satelliten als strikt zu befolgendes Dogma in der Kunst aufgezungen worden war. Das künstlerische Plakat stellte in Polen ein von der Bevölkerung hochgeschätztes Kunstereignis dar. Mit ihrem Festhalten an der eigenen Tradition und der Betonung des eigenen Leistungswillens, mit dem augenscheinlichen Bruch oder dem gewitzten Umgehen ihnen auferlegter Gebote politischen Wohlverhaltens leisteten die polnischen Plakatschaffenden einen wertvollen Beitrag zur nationalen Selbstbehauptung ihres Volkes.

Wie sehe ich, abgesehen von der großen Masse mehr oder weniger beliebiger kommerzieller Plakate, von mir gelegentlich als „Hobelspäne der Zeitgeschichte“ bezeichnet, die Rolle des Plakates heute, sei zum Abschluss gefragt. Natürlich lässt sich diese Frage, wenn überhaupt, nur ganz allgemein beantworten. Die Kenntnis der nationalen Kulturen und der Kunst der meisten Länder ist heute über Grenzen hinweg in der ganzen Welt verbreitet. Auch die Plakatkunst gehört dazu. Internationale Wettbewerbe und Ausstellungen, die ihr gewidmete Publizistik, der Tourismus, die modernen Medien tragen zur Verbreitung dieser Kenntnis bei und führen zum unaufhaltsamen gegenseitigen Austausch von Mei-

nungen, Ideen und Erfahrungen entscheidend bei. Ich sehe, soweit ich das überblicken kann, im Plakat nach wie vor das mobile und populäre bildkünstlerische Medium, das heute, neben seiner gewohnten Funktion, die bedrohte Welt zu seinem Hauptthema machen sollte und ihre Gefahren widerspiegelnd zu so etwas wie einer Sprache der Welt werden muss. Vielfach ist es ja wohl schon so, denke ich etwa an die fragwürdigen und umstrittenen Benetton-Plakate, die Kommerz mit einer schockierenden politischen Attitüde verbinden und damit anregen, über die Notstände in unserer Welt nachzudenken. Das Plakat wird auch weiterhin die großen, die Menschen bewegenden Fragen der Zeit formulieren, die Erhaltung des Friedens, der Schutz des Lebens auf unserem Planeten, Bewahrung vor Not, Garantie der Freiheit und Toleranz, Gleichberechtigung und Anerkennung der Rassen, Religionen und nationalen Besonderheiten und so manches andere werden von den Plakaten in ihrer zupackenden Bildsprache über Bildungs- und Sprachgrenzen hinweg artikuliert. Das Plakat wird so, wie ich gelegentlich formuliert habe, zu einem document humain, zu einem Zeugnis des die Welt umgreifenden Humanismus, einem Verteidiger von Freiheit und Menschenwürde. Eine vielleicht als gewagt anmutende Behauptung in einer Zeit, die von der Verwirklichung dieser Ideale noch ziemlich weit entfernt ist. Soll die Existenz der Menschheit auf diesem unseren Planeten bewahrt werden, muss sie sich im Sinne dieser Ideale verhalten, das heißt sie muss sich verändern. Und neben anderen hätte, nein, hat das Plakat im Dienste verständnisvoll aufgeschlossener Auftraggeber und vielleicht auch im Selbstauftrag der bedeutenden Künstler da seine Hauptaufgabe als Mobilisator der zukunftssträchtigen Kräfte in aller Welt zu erfüllen. Als schließlich somit politisch relevante Kunstwerke werden die Plakate, so möchte ich das gern sehen, einst in aller Welt gesammelt, bewahrt und in Sammlungen sorgfältig aufbewahrt werden und den Menschen als zu den kostbaren Schätzen ihrer Kultur gehörig immer wieder geschichtliche Belehrung aber auch Freude an der Kunst vermitteln. Ich bin dankbar, dass ich bereits in meinem Leben etwas davon erfahren und dafür tun durfte.

Hellmut Rademacher

Franz von Stuck und Willy Petzold – eine unverabredete Werkgemeinschaft oder: Ein Motiv im Wandel von 1911 nach 1931

Nur zwanzig Jahre trennen zwei Plakate voneinander, die von zwei bedeutenden, jedoch recht verschiedenartigen Künstlern, dem Kunstmaler Franz von Stuck, München, und dem professionellen Gebrauchsgrafiker Willy Petzold, Dresden, geschaffen wurden und zwar zum gleichen Thema: Internationale Hygieneausstellung in Dresden. Beide im Folgenden vorgestellten Entwürfe verbindet nicht allein das Thema, sondern auch das ihre Gestaltungskonzeption bestimmende Motiv, das Horus-Auge. Beide trennen dagegen nicht etwa nur die zwanzig kalendermäßig berechneten Jahre, sondern, was in unserem Zusammenhang schwerer wiegt, zwanzig Jahre deutscher Plakatkunst-Geschichte, in denen das Plakat fast von seiner Frühzeit her zur internationalen Meisterschaft und zu seinem Stil gefunden hat, der vergleichsweise neuen zeitgemäßen künstlerischen Gestaltungsprinzipien sowie dem damals als modern empfundenen Leben entsprach.

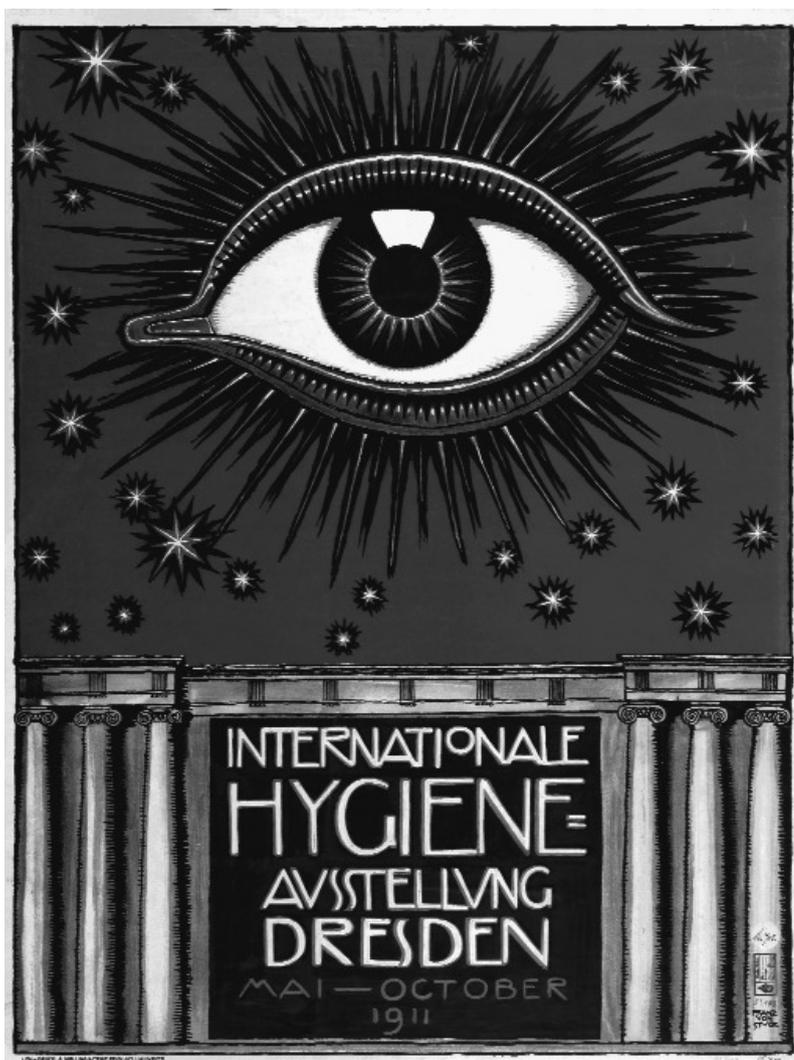
Franz von Stuck, in seinen späteren Jahren einer der bedeutendsten Maler in München, der „Malerfürst“, hatte seine Karriere in der Gebrauchsgrafik begonnen und als Zeichner in dem Künstlerkreis um Simplicissimus und für Zeitschriften wie die Fliegenden Blätter, Allotria und eben die Jugend gearbeitet. Auch einige Plakate von ihm stammen aus dieser Zeit. 1898 hatte er Bau und Einrichtung der Villa Stuck (heute Museum) vollendet, mit der er sich wohl in Fortführung seiner gebrauchsgrafischen Anfänge bemüht hatte, so etwas wie das damals vom Jugendstil angestrebte Gesamtkunstwerk zu schaffen.

1893 gründete er gemeinsam mit dem Maler Wilhelm Trübner die Münchener Sezession. Im gleichen Jahr erschien sein Plakat für deren erste Ausstellung mit dem stilisierten Kopf der Minerva (römische Göttin des kunstfertigen Handwerks!) als blickfangender Dominante auf dem allerdings die Fernwirkung des Blattes stark beeinträchtigenden und daher in späteren Editionen wegfallenden goldglitzernden Mosaikfonds – in Wahrheit, meine ich, das erste schon relativ modern anmutende deutsche Plakat, das auf den überbordenden Bombast überflüssigen Beiwerkes verzichtete, der für die Entwürfe zu dieser Zeit meist noch unerlässlich schien. Im Unterschied zu dieser meiner Meinung, die ich hier nicht verhehlen will, werden ja üblicherweise die beiden in jeder plakatgeschichtlichen Betrachtung zitierten allgemein bekannten Arbeiten von Otto Fischer und Ludwig Sütterlin aus dem Jahre 1896, deren Bedeutung ich keineswegs leugnen will, an die erste Stelle gesetzt. Nicht nur die Konzentration auf eine inhaltliche

wie formale Mitte zeichnet das Plakat Stucks im Vergleich zu anderen seiner Zeit aus, auch seine erlesen kostbare, dekorativ leuchtende Farbkultur tut es. Selbst die Integration des recht umfangreichen, klar gegliederten, das Wesentliche hervorhebenden Textes in die Gesamtkomposition des Blattes ist vergleichsweise bemerkenswert. Auf den gleichzeitigen Plakaten anderer Autoren findet sich meist ein diffuser Wirrwarr verschiedener und oft verschnörkelt gezeichneter, als „dekorativ“ gemeinter, dem Leseprozess nicht gerade förderlicher Schriften. Das Minerva-Plakat wurde übrigens in der Folge wiederholt für weitere Sezessions-Ausstellungen, der Kopf der Minerva als Konstante einem gebrauchsgrafischen Konzept entsprechend als Signet eingesetzt. Stuck hat sich neben seiner führenden Rolle in der Malerei als Gebrauchsgrafiker mit diesem und einigen anderen Plakaten jedenfalls ausdrücklich ausgewiesen.

Kein Wunder daher, dass Stuck auf dem Höhepunkt seines Ansehens als Künstler von dem ihm bereits von früheren Arbeiten her bekannten Geheimrat Lingner (Produzent des Odol-Mundwassers), 1911 mit dem Entwurf eines Plakates für sein höchst ambitioniertes Vorhaben, die *Erste Internationale Hygiene-Ausstellung* in Dresden, beauftragt wurde. Eigentlich ein Kuriosum der Plakatgeschichte, da für die Erwerbung eines solchen Plakatenwurfes ein gut dotierter Wettbewerb ausgelobt worden war, an dem sich, selbstverständlich auf die Einhaltung der in der Ausschreibung zugesicherten Bedingungen vertrauend, Gestalter aus dem In- und Ausland beteiligten, die aber schließlich enttäuscht und eigentlich auch getäuscht erleben mussten, dass Lingner regelwidrig noch vor dem termingemäßen Abschluss des Wettbewerbes und außerhalb von diesem, Stuck hatte sich selbst gar nicht daran beteiligt, eben diesen beauftragt hatte und zwar, wie es hieß, zu einem Honorar, das die für den Wettbewerb vorgesehene Summe dem Vernehmen nach noch übertroffen haben soll.

Die in Stucks Entwurf die Fläche beherrschende Dominante bildet ein ziemlich naturalistisch wiedergegebenes großes menschliches Auge vor einem mit funkelnden goldenen Sternen besetzten nachtblauen Himmel, nahezu zwei Drittel des oberen Teils des Plakates ausfüllend – ein die Phantasie des Betrachters zweifellos fesselndes Bild. An der Konzeption dieses Plakates war dem Vernehmen nach der Auftraggeber persönlich beteiligt. In der Literatur wird von einem Horus-Auge gesprochen. Horus war der ägyptischen Überlieferung nach der Gott der Hilfsbedürftigen, der Kranken und der Kinder. Er kann sehr wohl in dieser Eigenschaft mit seinem durchdringenden Auge gleichsam als wohlmeinender Mentor für Hygiene und daraus resultierender Gesundheit gelten, bestens geeignetes Motiv also für ein Plakat zu der geplanten Ausstellung, besonders natürlich in der Hand eines Künstlers wie Stuck mit einem in seiner Malerei vielfach zum Ausdruck gebrachten Hang zu einem mythologisch begründeten Symbolismus. Das Auge des Horus war der Götterlehre nach in einer Auseinander-



Franz von Stuck (1863–1928)
Internationale / Hygiene / Ausstellung / Dresden
Deutschland, Dresden, 1911
A. Molling, Hannover
Farblithografie
92,6 x 70,0 cm
DPM 16.756

setzung mit dem konkurrierenden Rivalen Seth verletzt worden, wurde aber wieder geheilt, immerhin ein gewisses weiteres, die Verwendung auf dem Plakat gleichsam rechtfertigendes Indiz für die Heilkraft der Medizin. Das Horus-Auge dient in Ägypten als Amulett gegen Gefahren und Krankheit. Es blickt in der plakativen Umsetzung Stucks den Betrachter eindringlich an, zieht ihn möglichst in seinen Bann, wirkt aber, scheint mir, gewiss vom Künstler unbeabsichtigt, mit seinen wie Speißen wirkenden Wimpern etwas bedrohlich, vielleicht gar aggressiv. Gemeint sind da aber wahrscheinlich die Strahlen, die vom Auge, dem eigentlichen Organ des Lichtes, ausgehen und Lust am Leben, also Gesundheit verkünden. Den unteren Teil des Entwurfes nimmt die dem Jugendstil verpflichtete, wohl nicht allzu weithin lesbare Schrift ein, umrahmt von der Wiedergabe architektonischer Elemente des Ausstellungsgebäudes. Seinen eigentlichen und sinngebenden, ja geradezu intimen Reiz, finde ich, gewinnt das Plakat erst durch ein für Symbole aufgeschlossenes Verständnis und die Kenntnis des mit dem Horus-Auge verbundenen tatsächlichen mythologischen Zusammenhangs. Selbst ohne dieses Wissen beeindruckt das Plakat natürlich angesichts seiner auffälligen und großzügig angelegten Konzeption auch den mit der Mythologie nicht so vertrauten Betrachter mit dem schon von Weitem „ins Auge fallenden“ und seine Neugier weckenden ungewöhnlichem Motiv des ihn anstarrenden Auges. Und schließlich, muss es denn unbedingt das Auge des ihm unbekanntes „Römers Horus“ sein, das ihn anblickt, kann es nicht einfach das „Auge Gottes“ sein, das aus Himmelshöhen, ihm Gesundheit verheißend, über ihn wacht? Das Plakat wurde recht populär und ließ allerlei Ausdeutungen zu, es wurde wiederholt in der zeitgenössischen Publizistik besprochen oder wie zum Beispiel in den „Fliegenden Blättern“ launig karikiert.

Nach dem Ersten Weltkrieg und der Revolution brach wie überhaupt auch für das Plakat eine neue Zeit mit neuen Anforderungen, neuen künstlerischen Vorstellungen und technischen Möglichkeiten an. In den zwanziger und beginnenden dreißiger Jahren kamen Anregungen unter anderem vom Bauhaus, von der Neuen Sachlichkeit zum Zuge. Das wirkte sich besonders für kulturellen Aufgaben dienende Plakate aus, also vor allem für zahlreiche Ausstellungen, Messen, Jahresschauen und dergleichen, die sich ästhetisch meist themenbezogen durch ihren rationalen, konstruktiven Stil auszeichneten. Als ein Meister auf diesem weitläufigen Felde erwies sich der Dresdener Willy Petzold, der sich unter anderem mit seinen Entwürfen für die Dresdener Jahresschauen mit ihren vielfältigen Themen aus der Berufs- und Alltagswelt einen Namen gemacht hatte.

Petzolds Meisterwerk, die vielgerühmte Spinne auf seinem Blatt für die Textilausstellung 1924, gehört in die Schatztruhe deutscher Plakatkunst und ließ ihren Schöpfer, den Spezialisten einer konsequent streng plakativ umgesetzten Symbolik zu einem Meister seines Faches werden. Die gedankliche Komprimie-



Willy Petzold (1885–1978)

Internationale / Hygiene / Ausstellung

Deutschland, Dresden, 1930

AG für Kunstdruck, Dresden-Niedersedlitz

Buchdruck

89,5 x 59,5 cm

DPM 11.681

rung des weitläufigen Themas „Textil“ findet ihre adäquate sinnbildliche Umsetzung zu einer gedanklich streng verdichteten und ungemein assoziativen visuellen Formel, in der der allerdings wohl nur verständnisvolle Betrachter die moderne industrielle Produktion des Textilgewerbes erkennen konnte. Ohne diese Formel tatsächlich auf ihren geistigen Gehalt hin auflösen zu können birgt das Plakat mit seinem ungewöhnlichen, auf den ersten Blick hin vielleicht sogar rätselhaft anmutenden Motiv auch für den weniger kundigen Betrachter ohnehin einen anziehenden Blickpunkt, von dem eine ausreichende kommunikative Wirkung ausgegangen sein wird. Eine solche Versachlichung bei der Behandlung eines Themas entsprach zweifellos dem Zug der Zeit und verlangte entsprechende neue Sehgewohnheiten seitens des Publikums. Eine weitschweifige, breit erzählerische Umsetzung einer noch so brillanten Idee, selbst Stück hatte in seinem Plakat dem bestimmende Motiv noch eine anekdotische Note beigegeben, passte jedenfalls meist nicht mehr so recht in das temporeiche und von den verschiedensten Eindrücken überflutete Großstadtleben. Auf jeden Fall muss das Spinnenplakat an der Säule wie ein weithin sich von anderen abhebendes visuelles Signal gewirkt haben, und das war ja die Voraussetzung für eine folgende gedankliche Auseinandersetzung mit ihm, ein Aspekt, der für viele Petzold-Plakate gelten sollte. Eine blockartig komprimierte Schriftgestaltung fügte sich zwanglos in die Gesamtkomposition des Plakates von Petzold ein, dem die bei so manchem anderen zeitgenössischen Autor zu beobachtenden dekorativen Spielereien gerade mit der Schrift, deren Lesbarkeit dadurch vielfach ungemein eingeschränkt wurde, zuwider waren. Er hielt sich lieber an das Wort von Moholy-Nagy, nach dem die Schrift zum Lesen da sei.

Petzold war nun gewiss der rechte Mann, im Rahmen der Dresdener Jahresschauen das Thema der Hygiene aufzugreifen und erhielt den Auftrag, das Plakat für die Internationale Hygiene-Ausstellung 1931 zu entwerfen. Ich konnte nicht feststellen, ob die Anknüpfung an das Stück-Plakat im Auftrag direkt vorgegeben oder eine persönliche Entscheidung Petzolds gewesen ist. Sinnvoll war sie auf jeden Fall. Nun steht es also vor uns, dieses schöne und zugleich in so komprimierter Gestalt wirkende Blatt, dem bei aller Strenge der Komposition eine heiter stimmende Anschaulichkeit, die Imagination von Gesundheit und Frische in hohem Maße eigen ist. Nicht nur im Vergleich zum Stück-Plakat wirkt es licht und hell, ein modernes Gesundheitswesen symbolisierend, visuelles Sinnbild für die optimistische Vorstellung von der heilsamen Wirkung der Hygiene. Das keineswegs von einem mythischen Geheimnis umhüllte sonnenumstrahlte Auge, unabgelenkt von illustrativem Beiwerk, eine in sich geschlossene formelhaft anmutende Darstellung, deutlich und ablesbar die reinigende Kraft und Bedeutung der Hygiene vor Augen führend und nicht zu vergessen die geschickte Nutzung der leuchtenden blauen Farbe und die durch sie vollzogene

enge gedankliche Verbindung der für die Werbung so wichtigen Daten des Gesundheit ausdrückenden Auges mit dem Begriff der Hygiene und dem Ort der Ausstellung Dresden, eine unmissverständliche Botschaft gleichsam im Telegrammstil – das Ganze eine gebrauchsgrafische Leistung par excellence! Kann ein Plakat seinen Auftrag stärker, überzeugender erfüllen?

Bemerkenswert scheint mir bei der vergleichenden Betrachtung der beiden Plakate von Stuck und Petzold der Umstand, dass bereits nach zwanzig Jahren, von 1911 bis 1931, der Stuck'sche Entwurf von seiner Anmutung, seiner formalen Umsetzung her schon nahezu als antiquiert gelten konnte, und das wohl auch in Übereinstimmung mit dem tatsächlich im Wandel befindlichen Gesundheitswesen in dieser Zeit. Die Petzoldsche Arbeit kann indessen noch heute als absolut zeitgemäß gelten. So weit ich weiß, sehen das die Leute vom Dresdner Hygiene-Museum auch so und nutzen es unverändert weiterhin. Das spricht eigentlich, könnte man vielleicht wohl sagen, nicht gerade für die Gültigkeit der üblichen Vorstellungen, die wir zumeist vom Plakatwesen hegen, nach denen Plakate äußerst mobil, einem ständigen Wechsel unterworfen und ausschließlich auf einen zeitlich aktuell zugespitzten Moment und Auftrag hin zu gestalten und nur so erfolgreich wirksam sind. Ein Plakat an der Säule mache den Künstler unsterblich, allerdings nur für einen Tag, sagte einst ein bekannter Plakatkünstler. Das hat sich in der Praxis auch immer wieder bestätigt. In ihren besten Leistungen vermag die Plakatkunst indessen offenbar doch so etwas wie eine gewisse Zeitlosigkeit nicht geradezu anzustreben, sie aber wohl zu erreichen. Bei Petzolds Blatt scheint mir das der Fall zu sein. Für ein großes Thema ist ihm zweifellos ein großer Wurf gelungen, eine, ich stehe nicht an zu sagen, meisterliche Leistung. Für wie lange? Wer vermag das zu sagen, wobei wir den Begriff der Zeitlosigkeit für den die Welt als Gast doch nur kurzzeitig belebenden homo sapiens ohnehin nur cum grano salis anwenden sollten.

Petzold hat übrigens dem Thema Gesundheit noch ein weiteres hervorragendes Plakat gewidmet und zwar 1936 für das Radiumbad Oberschlema, ebenfalls mit dem visuell verdichteten Symbolcharakter und einer wundervollen lichten, dem Gesundheitsappell auch emotional Sinnfälligkeit verleihenden blauen Farbigkeit. Uns doch wohl gewiss sehr anregende Plakatkunst konnten wir bei unserem Vergleich zweier für ihre Zeit charakteristischen und ihr nahezu vollendeten Ausdruck verleihenden Entwürfe zweier namhafter Gestalter mit Vergnügen betrachten. Beide zitierten Arbeiten zählen, wenn ich das so sagen darf, jeweils auf ihre Weise zu den Inkunabeln deutscher Plakattradition, Stuck mit einer mehr illustrativ-erzählenden Fassung, Petzold mit einer für ihn typischen konsequent durchgestandenen klaren gebrauchsgrafischen Lösung.

Hellmut Rademacher

Dank

Die Verleihung des Preises ist Teil des Festivals *ESSEN wird PLAKATIVER*, (16. u. 17. September 2011), welches

durch die Unterstützung folgender Institutionen ermöglicht wurde und denen wir herzlich danken:



Deutsches Plakat Forum e.V.



Kunstring Folkwang e.V.



VORWEG GEHEN

Stadtwerke Essen AG



Impressum

Herausgeber:
Museum Folkwang;
Direktor: Hartwig Fischer
Leiter des Deutschen Plakat
Museums im Museum Folkwang:
René Grohnert

Deutsches Plakat Museum
im Museum Folkwang
Museumsplatz 1
45128 Essen

© 2011 für die Texte bei den Autoren
© 2011 Museum Folkwang

Tel. 02 01 / 88 45 000
Fax 02 01 / 88 91 45 000
www.museum-folkwang.de

