

Wettbewerb um ein Hamburger Plakat.*)

Zur Erlangung eines Propaganda-Plakates für die Hansastadt Hamburg hatte die Hamburger Plakat-Anschlags-Gesellschaft m. b. H. ein Ausschreiben für einen Wettbewerb unter den Hamburger Künstlern erlassen. Nach den Bestimmungen sollte ein Plakat geschaffen werden, das Hamburg in charakteristischer Weise veranschaulicht. Wenn auch die Masse der eingelaufenen Arbeiten (etwa 60 bis 70) zeigte, dass den Hamburger Künstlern die Aufgabe als eine recht lockende erschien, so sei doch vorweg gesagt, dass sich unter all diesen Entwürfen auch nicht ein einziger fand, der als vollkommene Lösung angesprochen werden darf, wie überhaupt nur wenige Arbeiten vor dem Forum einer strengen Kritik standhalten konnten. Die wirtschaftliche Grösse Hamburgs, seine Bedeutung als erster Hafenplatz des europäischen Festlandes, die überragende Stellung, die es als deutsche Handelsstadt einnimmt, das alles fand in den eingereichten Plakaten keinen oder doch nur geringen symbolischen Ausdruck. Und so kann man den Preisrichtern beipflichten, wenn sie keine der eingelaufenen Arbeiten des ersten und zweiten Preises für würdig hielten. Trotzdem dürfte das Urteil der Jury einiges Befremden erweckt haben. Denn die von den Preisrichtern mit je 100 Mark prämierten fünf Arbeiten (die ausschreibende Gesellschaft hatte 500 Mark als Preise ausgesetzt) vermögen den kritischen Beschauer weit weniger zu befriedigen als eine ganze Zahl ebenfalls tüchtiger Entwürfe, die leer ausgingen und nicht einmal einer lobenden Erwähnung für wert befunden wurden. Es ist schade, dass die Preisrichter die Gründe



R. Felten (Kunstgewerbeschule)



Fri. H. Arnheim (Kunstgewerbeschule)

für ihr Urteil nicht dargelegt haben. Sicher wäre es recht interessant gewesen zu erfahren, welche Beweggründe sie ihrer Bewertung zugrunde gelegt haben. So steht man verständnislos vor dem Richterspruch. Die von uns reproduzierten Arbeiten stellen die preisgekrönten Entwürfe dar.

Da sind zunächst zwei Schriftplakate. Wenn wir auch absolut nicht verkennen wollen, welch ein ungemein dekorativer Charakter der Schrift innewohnt, so kann man doch im Zweifel sein, wie weit ein reines Schriftplakat geeignet ist, Hamburg zu charakterisieren. Zudem ist eine Lösung, die den ganzen zur Verfügung stehenden Raum mit Schrift füllt, schon aus Gründen der Lesbarkeit unmöglich. Der andere Entwurf weiss durch auffallende Schräglegung einiger Grundstriche wenigstens noch einen gewissen bestechenden Reiz auszuüben, der auch durch die eigenartige Aufteilung der Fläche von pikanter Wirkung ist. Aber als für Hamburg charakteristische Plakate, wie die Ausschreibung verlangte, durften sie nicht gewertet werden. Auch den Hermeskopf als Symbol für Hamburg in Anspruch zu nehmen, erscheint mehr billig, als recht. Besser ist schon das Plakat mit dem mächtigen aus dem Wasser auftauchenden Schiffsrumpf, das wenigstens entfernt eine Ahnung von der Bedeutung der Hamburger Schifffahrt vermittelt, und zudem von guter dekorativer Wirkung ist. Eine wenigstens technisch geschickte Lösung ist der Entwurf mit dem Motiv der Katharinenkirche. Aber schliesslich entspricht das Bild eines alten, wenn auch interessanten Stadtbildes nicht den Anforderungen, die man an ein für Hamburg charakteristisches Plakat stellen muss.

*) Abdruck und Klischees aus der „Hamburger Woche“. 1913 Nr. 49