

Schriftplakat und Plakatschrift

Eine Studie von Prof. Dr. Gustáv E. Pazaurek, Stuttgart.



an glaube ja nicht, dass es sich um etwas Nebensächliches handle. Wenn auch die staunenswert

entwickelte Plakatkunst unserer Tage und namentlich die höchststehende deutsche Plakatkunst Fehler früherer Zeiten immer mehr

zu meiden gelernt hat, wenn auch dank dem erfolgreichen Zusammenarbeiten ausgezeichneter Spezialkünstler, bedeutender, leistungsfähiger Kunstdruckanstalten und Plakatinteressenten - Vereinigungen, die alle verwandten theoretischen und praktischen Fragen nach allen Richtungen zu behandeln nicht müde werden, eine stetige Aufwärtsbewegung wahrnehmbar ist, so bleibt doch noch immer recht viel zu tun übrig. Namentlich gilt es, einen entscheidenden Einfluss auf die Besteller - seien es physische oder

juristische Persönlichkeiten - zu gewinnen, da von dieser Seite nicht selten Wünsche geäußert und auch durchgesetzt werden, die nicht immer Fortschritte bedeuten. Und nach dieser Richtung mögen auch die nachfolgenden Auseinandersetzungen in erster Reihe wirken: Die Auftraggeber mögen sich überzeugen, dass es auch für sie oft besser wäre, wenn sie nicht hartnäckig ihren Willen durchzusetzen versuchen, und dass ein vollendetes Plakat nicht nur ästhetisch schön, sondern auch kommerziell wirksam ist, ihnen somit schliesslich doch am meisten nützt.

Die älteren Plakate waren einfache Buchdruckerzeugnisse. Wenn man eine Ankündigung aus ihrer Umgebung herausheben wollte, war man entweder auf die Steigerung des Formates oder der Letterngrösse oder auf die Farbe, teils des Papiers, teils des Druckes angewiesen. Noch heute sind solche



F. H. Ehmcke

Abb. 1

Plakat

Druck: M. Dumont Schauberg, Cöln

kunstlosen Schriftplakate nicht nur in weniger kultivierten Ländern, wie Russland (auf dessen Alphabeten doch gerade Bilder besonders einwirken müssten), sondern auch bei uns keine Seltenheit: Wahlfaffichen, Theaterzettel, Festankündigungen und ähnliche mehr lokale Veranstaltungen, die weder mit zeitraubenden Vor-

bereitungen noch mit nennenswerten Mitteln zu rechnen haben, werden sich auch in der Folgezeit meist mit dem billigen Buchdrucke begnügen, wenn auch der Wirksamkeit solcher Plakate nur enge Grenzen gezogen sind, selbst wenn sie auf dem scheusslichen, grellen Regenbogenfarben-Papier erscheinen.

Ungleich ausdrucksvoller als der Buchdruck ist aber ohne Zweifel für jede Aussen- und Innen-Affiche der Steindruck, selbst dann, wenn es sich nur um eine Schrift ohne Bild handelt. Ein Bild ohne Schrift ist für

eine individuelle Reklame unmöglich, höchstens für eine generelle Anweisung, für die jedoch die Voraussetzungen sehr selten sind, verwendbar. Dagegen eine Schrift ohne Bild kann unter Umständen schön und wirksam sein, wenn sich in der Wahl und Anordnung neuartiger Typen, in der Herauskehrung einzelner, besonders einprägnanter Buchstaben, in einer reizvollen und geschmackvollen Umrahmung oder Grundmusterung, eventuell in der Hinzufügung kleiner bezeichnender Symbole ein starkes Können eines für Form und Farbe fein empfindenden ersten Schriftkünstlers offenbart. Für kleinere Auflagen wird hier auch der Linoleumschnitt ganz gute Dienste leisten.

Typenkünstler von Rang, wie F. H. Ehmcke-Düsseldorf (Abb. 1) oder tüchtige Schriftkünstler wie H. Delitzsch - Leipzig (Abb. 2) tun vielleicht am besten, sich auf



H. Delitzsch

Abb. 2

Plakat

Linoleumschnitt des Künstlers