

Münchener Marionettentheater verlangen können, dass sie bei jedem Auftreten in jeder Stadt individuelle Plakate herstellen lassen. Und erst bei den unzähligen Bällen oder Vereinsfesten, die sich alljährlich überall unter meist ähnlichen Verhältnissen wiederholen, bei der Überfülle kleiner Festlichkeiten und Regional - Ausstellungen verböte es schon die Bilanz zwischen Einnahmen und Ausgaben, neue künstlerische Eigenarbeiten für all die Turner- und Schwimmfeste, Hunde-, Kaninchen- oder Hühnerausstellungen aufzulegen, ganz abgesehen davon, dass den meisten veranstaltenden Komitees nicht nur das Geld, sondern auch die Fähigkeit abgeht, ein wirklich künstlerisches Plakat zu wählen oder zu beurteilen. Da ist es nun ohne Zweifel besser, ein tüchtiger Künstler schafft ein für allemal ein gutes Blatt – vgl. das Karneval-Plakat von Kainer (Abb. 22) – oder eine leistungsfähige Druckanstalt, wie W. Stürtz in Würzburg, verlegt sich auf diese Spezialität und stellt den Veranstaltern ein Mustersortiment zur Verfügung, das seinen wesentlichsten Zweck erfüllt, wenn es keine veralteten Geschmacklosigkeiten enthält, sodass es schliesslich gleich bleibt, ob sich eine Ruderregatta in Aschaffenburg im selben Zeichen abspielt, wie in Pirna oder Donauwörth und der Kanarien-Edelroller-Verein von Stendal seine Ausstellung ebenso ankündigt, wie die gleichstrebenden Kameraden von Hintertupfingen oder Zabern. Der Hauptnachteil bei allen solchen Rahmenplakaten ist es, dass kleine, ländliche Druckereien die ihnen meist

unvernünftiger Weise zugemutete Textmasse nicht immer sehr geschickt hineinzufügen wissen, sodass manches an sich nicht übel gelungene Blatt dadurch noch verdorben wird, ganz abgesehen davon, dass die Mischung von Stein- und Buchdruck schon an sich nicht recht erfreulich ist. Aber bei den unleugbaren Fortschritten, die unsere deutschen, selbst kleineren Betriebe im Typensatz machen, ist zu hoffen, dass solche nachträglichen Beschriftungen mit der Zeit wenigstens die ärgsten Schönheitsfehler und Ungleichheiten zu vermeiden wissen werden. Wo es nur halbwegs möglich ist, ein Rahmenplakat durch ein wirklich gelungenes individuelles zu ersetzen, dort sollte dies auch geschehen. Namentlich sollte niemals der Mangel

an vorbereitender Zeit als Entschuldigung gelten zumal unsere guten Kunstdruckanstalten bereits so weit gekommen sind, derartige Fragen auch sozusagen im Handumdrehen zur Zufriedenheit zu lösen. Unsere Künstler müssen aber auch selbst dazu beitragen, das Spezifische ihrer Schöpfungen nicht zu verwischen, indem sie eine Arbeit, die einmal ihren Zweck erfüllt hat, noch einmal für einen ganz anderen Zweck gebrauchen lassen; dass uns z. B. ein Plakat, das eine Ausstellung angezeigt hat, als Zigarrenankündigung wieder begegnet, oder dass sich ein Ballplakat in ein Parfümplakat verwandelt, ist nicht sehr erfreulich. Ob den Künstler jedesmal die volle Verantwortung dafür trifft, wollen wir hier nicht umständlich untersuchen. Fast immer ist es übel



F. Pletzsch Abb. 15 Plakat
Druck: Dr. Haas, Mannheim



Anonym Abb. 16 Plakat
Druck: Gebr. Fretz, Zürich



Adalbert Niemeyer Abb. 17 Plakat
Druck: Klein & Volbert, München