

Gesprechungen und Berichte

Zum Wettbewerb für das Plakat „Deutsche Politik“*)

IN der letzten Sitzung des Vereins der Plakaffreunde wurden die eingesandten Arbeiten aus dem Wettbewerb „Deutsche Politik“ ausgestellt. Bei dieser Gelegenheit hat sich fast allgemein nicht nur gegen den recht mässigen Durchschnitt der Einsendungen überhaupt, sondern insbesondere gegen die Entscheidung der Preisrichter das Urteil der zahlreichen Anwesenden gewandt. Noch mehr kam diese Stimmung in einer späteren Sitzung der Typographen, die doch immerhin ein sachverständiges Durchschnittspublikum darstellen, in einer lehrreichen Aussprache zur Geltung. Es war nur eine Stimme darüber, dass keines der Plakate in künstlerischer, wie besonders in reklametechnischer Beziehung berechtigten Ansprüchen genügt. Diese Zeilen wollen weniger Kritik üben, als helfen, die gerügten Mängel für spätere Wettbewerbe zu beseitigen. Schon bei der Abfassung der Wettbewerbsbedingungen sind die ersten Fehler begangen. Hierbei, wie im Preisrichterkollegium, merkt man eben deutlich das Fehlen eines wirklichen Reklamefachmannes, denn Kunstprofessoren und Reklamemaler sind noch lange keine Reklamefachleute. Jeder Reklamefachmann weiss, dass zu einem guten Plakat zunächst eine weise Beschränkung des Textes gehört. Die vorgeschriebenen, ganz überflüssigen Worte: „Deutsche, lest“ die Deutsche Politik, Wochenschrift etc. haben eine heillose Verwirrung bei den Bewerbern angerichtet. Das „Deutsche“ oder „Deutsche, lest!“ bildet nahezu bei allen Einsendungen das einzig lesbare Stichwort, während das, wofür Reklame gemacht werden soll, nämlich die „Wochenschrift – Deutsche Politik“ auf den meisten und insbesondere den preisgekrönten Plakaten kaum auf Armlänge zu lesen ist. Ein Säulenplakat muss in seinem wesentlichen Inhalt aber unbedingt auf grössere Entfernungen in schnellem Vorbeigehen oder -fahren erfasst werden können. Es hätte meiner Ansicht nach auch in dem Preisausschreiben betont werden sollen, dass für ein Blatt, das sich „Deutsche Politik“ nennt, auch die deutsche Schrift verwendet werden soll. Ich bin auch nicht der Ansicht, die neulich ein sächsischer Minister geäussert hat, dass ein Plakat dadurch wirksam wird, dass man erst studieren muss, um was es sich eigentlich handelt, weil sonst das Interesse an demselben fehle. Eine Unzahl bisher geschaffener Plakate, wie beispielsweise von Bernhard, beweisen das Gegenteil. Aber nicht nur im Sachplakat, dessen Benennung eben schon bedeutet, dass es sachlich und leichtfassbar sein muss, auch beim Bildplakat ist im allgemeinen die Aufgabe von Rätseln nicht gerade reklamewirksam. Ein Plakat braucht sich deshalb nicht nüchtern an den Stoff zu klammern; ich verweise als Beispiel auf die hervorragenden Plakate von Sütterlin für die Berliner Gewerbeausstellung und auf das Stück'sche Auge für die Dresdener Hygiene-Ausstellung, die beide in einer weit lesbaren Schrift eine genügende Erläuterung für ein Bild gaben, das zwar an sich nicht sofort verständlich war, aber durch lebhaftige Gestaltung und witzige Beziehung auf den Zweck hinweis und so das höchste Ziel eines Plakates, nämlich allgemeine Popularität erreichte. Geradezu ein Unglück für die Entwicklung des modernen Plakates ist es, wenn das hilflose Suchen, das heute

in der Malerei leider schon zu manchen Verirrungen führt, auch auf dieses Gebiet übergreift. Im- und expressionistische, kubistische kurz mystische Illustrationen, mögen sie auch noch so viel Reiz haben, eignen sich nimmermehr für das Plakat, das nicht nur für Liebhaber und Kenner geschaffen wird, sondern für ein grosses Publikum. An den Verein der Plakaffreunde richte ich im Namen vieler die Bitte, bei weiteren Preisausschreiben folgende Punkte zu berücksichtigen:

1. Das Ausschreiben muss in seiner Abfassung auch von einem Kaufmann und Reklamefachmann geprüft werden.
2. Das Preisrichterkollegium darf nicht im überwiegenden Teil aus Leuten bestehen, die lediglich eine noch dazu von der Allgemeinheit scharf abgelehnte Kunstrichtung vertreten. Es müssen Künstler verschiedener Richtungen, Illustratoren und Graphiker neben dem Kunstsachverständigen, dem Reklamefachmann und dem Kaufmann sitzen.

Werden diese Bedingungen erfüllt, dann wird weder der Einsendungsdurchschnitt noch der der Preisgekrönten ein so betrübender sein, wie bei diesem Wettbewerb. Ernst Marx.

Entgegnung auf den vorhergehenden Artikel

Ein Reklamefachmann von der Erfahrung des Herrn Marx verdient in unsrer Zeitschrift auch da gehört zu werden, wo er nicht angenehmes sagt und seine Ansicht von der unsrigen abweicht. Daher wurde sein Artikel hier aufgenommen. Wenn einzelne Punkte im Namen des Vereins und der Preisrichter nicht unwidersprochen bleiben, so sei damit offen bekannt, dass er in manchen andern Zustimmung zu dem Gesagten auch bei uns findet.

1. Der Bewertung der eingesandten Entwürfe in künstlerischer Beziehung durch die sieben Preisrichter dürfte grösseres Gewicht beizumessen sein, als der durch die Typographen. Gerade sie bewiesen durch ihre Ausführungen, dass sie in stark einseitiger Weise nur die Lösung der Schrift zu beurteilen imstande waren, nicht aber den Gehalt an künstlerischen Werten, der in vielen der Blätter steckte.

2. Das Preisrichterkollegium setzte sich nicht, wie es nach Herrn Marx' Worten den Anschein hat, ausschliesslich aus „Kunstprofessoren und Reklamemalern“ zusammen. Zu zwei Malern und Graphikern gesellten sich ein Reklamekünstler, ein Museumsleiter, ein Politiker, ein Verleger und der Unterzeichnete, der weder Kunstprofessor noch Reklamemaler, freilich auch kein Reklamefachmann ist. Dass diese sieben Männer „lediglich eine, noch dazu von der Allgemeinheit scharf abgelehnte Kunstrichtung vertreten“, ist eine etwas kühne Behauptung. Welche Kunstrichtung ist gemeint? Die von Heinz Keune, der aus Hannover kommt, die des Berliners Paul Scheurich oder die des Pragers Emil Orlik? Woher mag es dann nur kommen, dass die Mehrzahl der Preise an Münchner fiel, deren bei der Allgemeinheit so beliebte Kunstrichtung doch nicht gerade unwesentlich von der zwischen den Zeilen des Herrn Marx genannten – Kunstrichtung abweicht?

3. Die unsinnige Hervorhebung der Worte „Deutsche, lest“ in so vielen Entwürfen muss den Künstlern zum Vorwurf gemacht werden, nicht uns. In den Bedingungen waren in wohlwogener Absicht diese Anfangsworte in kleinen Typen abgesetzt, u. z. in weit kleineren, als die Namen der Zeitschrift und der Herausgeber. Künstler, die zu lesen verstanden, sind gerade in den hier gerügten Fehler nicht verfallen. Sachs.

*) Näheres Seite 157, Abbildungen auf der beigehefteten Tafel.