

Das künstlerische Plakat als Werbemittel

Die Gebrauchsgraphik, der die Plakatkunst als Teilgebiet angehört, bildet bereits seit Jahrzehnten einen beachtlichen Zweig der bildenden Künste. In der Kunstgeschichtsschreibung wird dieser Tatsache im allgemeinen aber wenig Rechnung getragen. Im Hinblick auf die gesellschaftliche Funktion der Kunst und ihre umfassende Einheit können wir dieser Vernachlässigung der Gebrauchsgraphik nicht zustimmen.

Die Werbegraphik ist im Unterschied zur reinen Graphik zwar unmittelbar zweckgebunden, ihr künstlerischer Charakter wird dadurch aber nicht gemindert. Ihr Betätigungsfeld liegt im modernen Alltagsleben in aller seiner von mannigfaltigen ökonomischen, politischen, kulturellen oder sozialen Faktoren geprägten Vielschichtigkeit. Sie steht im Dienste von merkantilen und politischen Kräften, wie Industrie, Handel, Veranstaltungswesen, Parteien und gesellschaftlichen Organisationen. Nach den sich hieraus ergebenden Anforderungen richtet sich auch im wesentlichen ihre formale Gestaltung, wobei das sachliche Interesse und die Erfolgskalkulation zum Maßstabe der künstlerischen Formgebung werden. Es gibt dabei Gebiete, auf denen der Spielraum individueller künstlerischer Gestaltung weiter gezogen ist als auf anderen. Das kulturellen Aufgaben dienende Plakat, z. B. für Ausstellungen, Erinnerungstage, verschiedentlich für Film und Theater, in mancher Hinsicht auch das politische Plakat eröffnen solche Möglichkeiten und lassen dem Künstler im Rahmen der Grundsätze plakativer Gestaltung Raum, eigenen künstlerischen Überzeugungen Form zu geben.

Das liegt einmal am geistigen oder moralischen Gehalt des Werbeobjektes selbst, zum anderen daran, daß die kulturellen und politischen Auftraggeber künstlerischen Gestaltungsfragen gegenüber meist aufgeschlossener sind, da es weniger um zählbaren ökonomischen Erfolg als um eine geistige Beeinflussung der Menschen geht. Die hierzu erforderliche vertiefte künstlerische Gestaltung, die nicht bloß Neugierde und Interessiertheit befriedigen, sondern darüber hinaus vor allem seelische Ergriffenheit und innere Anteilnahme erwecken will, vermag nur von wirklich künstlerischer Gesinnung auszugehen. Hier eröffnet sich für den Plakatkünstler neben seiner propagandistischen Funktion ein Feld künstlerischer Gestaltung von hohem Rang. Das beweisen Blätter etwa von Käthe Kollwitz, Heinrich Zille, Thomas Theodor Heine, Max Pechstein, um nur einige Namen zu nennen.

Indessen ist das nur ein Teilaspekt der Plakatkunst, die zum überwiegenden Teil im Dienste ganz anderer, von ökonomischen Überlegungen bestimmter Aufgaben und Auftraggeber steht. Maßstab ist hier allein der geschäftliche Erfolg, für den die künstlerische Gestaltung nur ein Mittel ist.

Das bedeutende, erfolgversprechende Plakat – das haben mehr als sieben Jahrzehnte in der Geschichte der Gebrauchsgraphik hinreichend bewiesen – kann nur das künstlerische Plakat sein. Fern jeder Banalität und entgegen allen Vorstellungen von einer falschen, verlogenen Volkstümlichkeit in den Niederungen von Kitsch und schlechtem Geschmack sind in ihm alle der Plakatkunst eigenen Elemente gemeistert, wie sie sich im Laufe der Entwicklung herausgebildet haben. Der