

Gedanke der Zweckmäßigkeit erscheint hier verbunden mit dem der technisch bedingten Schönheit, ein Stilwille, der sich auch auf anderen Gebieten des öffentlichen und kulturellen Lebens äußerte, in entsprechender Weise auch im Plakat.

Die Wirkung des Bauhauses auf die Plakatkunst erstreckt sich besonders auf die Gestaltung der Schrift und auf die gesamte Flächenkomposition. Besonderer Wert wurde auf gepflegte Typographie und ihre Anordnung im Plakat gelegt. Auch die Photographie wurde als gestalterisches Mittel erschlossen. Bezeichnend sind einige Ausführungen von Moholy-Nagy: «Die Typographie ist ein Instrument der Mitteilung. Sie muß eine klare Mitteilung in der eindringlichsten Form sein.»

Klarheit sei daher die erste Forderung, die an den Schriftsatz zu richten sei.

«Der Druck korrespondiere mit dem Inhalt durch seine den optischen und psychischen Gesetzen untergeordnete Gestaltung.

Wesen und Zweck eines Druckes bestimmen den hemmungslosen Gebrauch aller Zeilenrichtungen (also nicht nur horizontale Gliederung), aller Typen, Schriftgrade, geometrischen Formen, Farben usw. Mit der Elastizität, Variabilität und Frische des Satzmaterials soll eine neue typographische Sprache geschaffen werden, deren Inanspruchnahme nur der Gesetzmäßigkeit des Ausdrucks und seiner Wirkung unterliegt.»

Diese Forderung bezieht sich auf die Typographie schlechthin, nicht nur die des Plakates. Zwar wurde wiederholt versucht, dem Plakat durch vertikale oder querangelegte Schriftzeilen Abwechslung und Auflockerung zu verleihen, doch hat sich das meistens insofern als problematisch erwiesen, als die dem Plakat notwendige schnelle und leichte Lesbarkeit darunter sehr zu leiden hatte.

Moholy-Nagy fordert weiter, daß die Photographie mehr als bisher in das Druckverfahren einbezogen werden müsse. Er

ARCHITEKTUR
LICHTBILDER

VORTRAG

PROFESSOR HANS
POELZIG

BERLIN

FREITAG

26.

FEBRUAR

ABDS. 8H IN DER AULA DES
FRIEDRICH - GYMNASIUM

KARTEN VORVERKAUF BEI:
ALLNER • OLBERG • RAUCH

DER KREIS
DER FREUNDE
DES BAUHAUSES