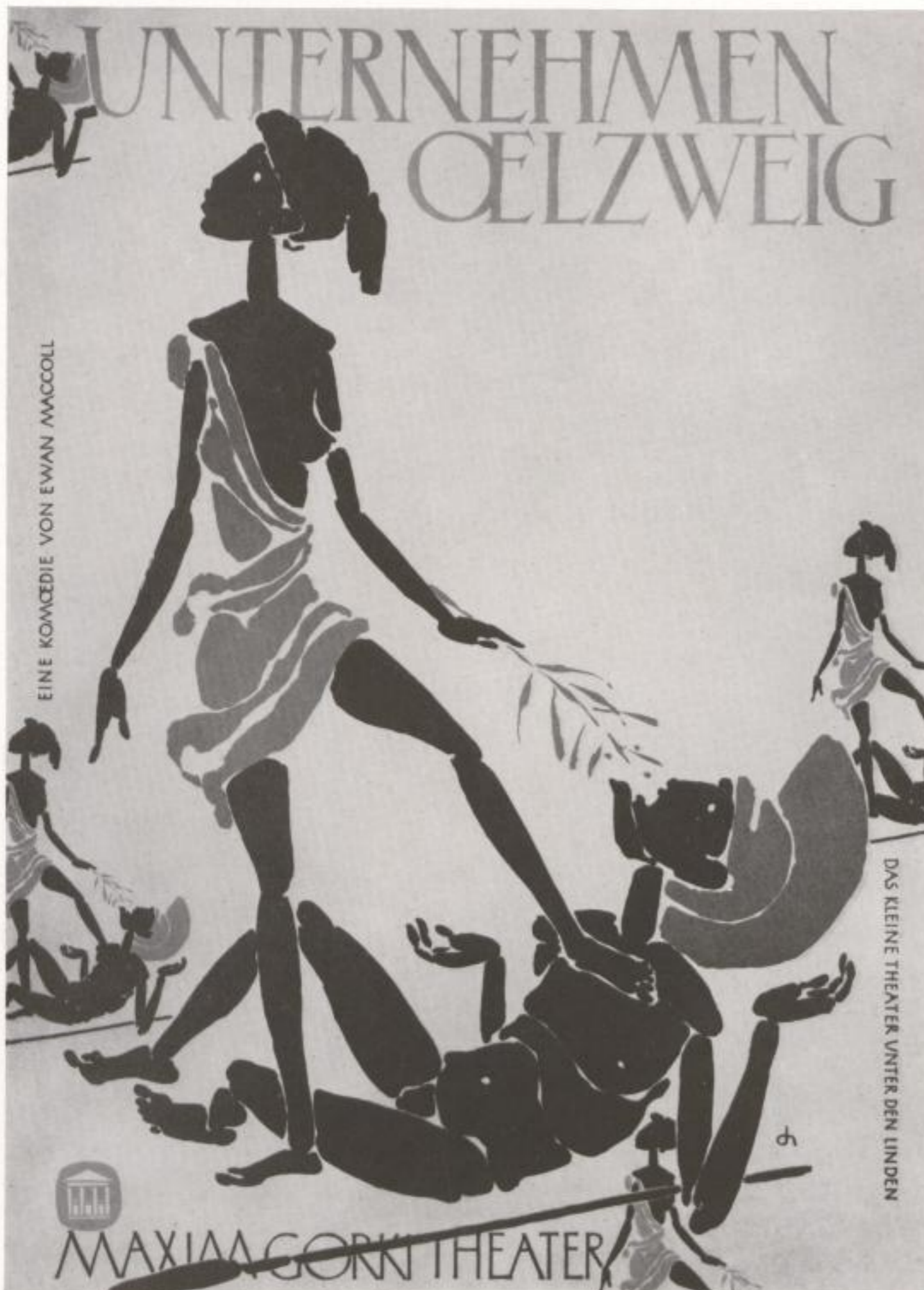


frohe Gestaltung oder eine nahezu folkloristische Auffassung – stets stehen Form und Inhalt in einer engen Verbindung zueinander, wobei die Form den Inhalt auf ihre besondere Weise interpretiert. Gemäß der besten deutschen Plakattradition findet nirgends eine Überladung statt, die plakativsinnfällige Form konzentriert den Inhalt auf das Wesentliche und sagt damit alles Nötige. Neben seiner eigentlichen Werbefunktion übt das Volksbühne-Plakat, an dem auch andere Künstler wie Mahn und Ernst beteiligt sind, eine für die allgemeine kulturpolitische Situation wesentliche Mission aus, indem

es den Sinn für die Möglichkeit und die Notwendigkeit einer gepflegten, kultivierten Werbekunst stärkt.

Eine ähnlich erfreuliche Entwicklung zeigt sich im Plakat-schaffen auch anderer Bühnen. Die Komische Oper hat in Dietrich Kaufmann einen Plakatkünstler mit charakteristischer Note gefunden. Das Plakat des Berliner Ensembles verdankt sein Gesicht mehreren Künstlern, vor allem Karl v. Appen und John Heartfield, der mehrere Entwürfe geliefert hat. In den Plakaten Haackens und neuerdings der Künstler der «Gruppe 4» für das Metropol-Theater kommt die beschwingte Muse der



Bert Heller (grünblau, schwarz, rot), 1957