

Das Plakat

in Beispielen neuzeitlicher Formgestaltung

Plakate sind Werbemittel. Dem Inhalt und der Form nach können sie gute oder schlechte Werbemittel sein. Plakate sind aber auch Erzieher, sie sind ihrer werbenden Aufgabe entsprechend immer für einen größeren, nicht abgegrenzten Kreis von Menschen bestimmt. Sie werden von vielen Menschen aller Geschmacks- und Bildungsstufen gesehen und üben unzweifelhaft einen nachhaltigen Einfluß auf die Geschmacksbildung aus. Diese Tatsache verpflichtet eigentlich dazu, bei Plakaten jeder Art streng darauf zu achten, daß sie im guten Sinne erzieherisch wirken. Plakatgestalter tragen also in dieser Beziehung eine bedeutende Verantwortung. Daß sie sich dieser Verantwortung leider nicht immer bewußt sind, lehren uns die tausendfältigen Plakate, denen wir täglich und stündlich überall begegnen. Unser Heft macht es sich heute zur Aufgabe, Plakate zu zeigen, deren Gestalter sich ihrer erzieherischen Aufgabe durchaus bewußt waren. Es entspricht unseren Bestrebungen, daß wir dabei dem Schriftplakat den Vorrang einräumen, um gleichzeitig auch den Beweis zu erbringen, daß reine Schriftplakate den Bild- oder gemischten Plakaten durchaus nicht an Werbewirkung nachstehen. Es kommt hier nur auf den Charakter der Schrift und die Raumaufteilung an, um sie auch aus einer Fülle von Plakaten, wie wir sie an den Anschlagssäulen z. B. nebeneinander haben, herauszuheben. Kein anderes Mittel aber ist wie das Plakat auch geeignet, eine Schriftkultur in weitesten Kreisen anzubahnen und ihre neue Freunde und Verehrer zu gewinnen. Das Plakat ist ein wertvolles Mittel, das wertvolle Kulturgut der deutschen Schrift zu erhalten und zum Gemeingut aller Volksgenossen zu machen. Sorgen wir dafür, daß dieser Gedanke weiteste Verbreitung findet. Frz. Eber Dettl

✓