



B · D · G

MITTEILUNGEN DES BUNDES DEUTSCHER GEBRAUCHSGRAPHIKER E.V.

SCHRIFTFLEITUNG DER B. D. G.-MITTEILUNGEN: DR. EBERHARD HÖLSCHER
GESCHÄFTSSTELLE DER BUNDESLEITUNG: BERLIN SW 48, WILHELMSTRASSE 37/38

D A S P O L I T I S C H E P L A K A T

DIE Sozialdemokratische Partei Deutschlands hatte unter Beratung des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker unter 50 deutschen Künstlern einen engen Wettbewerb ausgeschrieben, dessen Ergebnis wir im Nachfolgenden zeigen.

Wie bei allen politischen Plakaten, die wir während der Wahlperioden gesehen haben, so ist auch diesmal wieder kein wirklich zündender Gedanke für die Durchsetzung einer Idee gefunden worden. Dieser Vorwurf ist kein Vorwurf für die gestaltenden Künstler, denn sie sind ja keine Politiker, sondern sind eben Plakatgestalter. Wenn irgendeine politische Partei, sei sie nun rechts oder links, einen Plakatwettbewerb ausschreibt, dann wäre sie meiner Ansicht nach verpflichtet, den Künstlern einen ganz strikten Marschbefehl mitzugeben, denn es muß von vornherein vorausgesetzt werden, daß alle aufgeführten Künstler, selbst wenn sie politisch interessiert sind, nicht gerade zu der Gefolgschaft der ausschreibenden Partei gehören werden. Das spielt auch gar keine Rolle. Der Werbegrphiker ist es gewohnt, Werbelösungen zu suchen und zu finden, auch für solche Dinge, von denen er persönlich keinen Gebrauch machen will.

Auf politischem Gebiete sind die Auftraggeber, die am wenigsten Geschulten. Sie vergessen es meistens, eine richtige »Verkaufsidee« herauszustellen. Denn es handelt sich hierbei um gar nichts weiter als um ein Angebot, daß sich an Leute wendet, die längst gewohnt sind, auf Angebote hin ihre Bedürfnisse zu befriedigen, oder wenn Ihnen die rein kaufmännische Formulierung nicht gefällt, so möchte ich sagen, jeder Armeeführer hatte doch immer einen Mobilmachungs- und Aufmarschplan fertig in seiner Mappe, auch wenn ein Krieg noch nicht wahrscheinlich war. Wenn also irgendeine politische Partei einen Werbefeldzug unternehmen will, dann muß sie einen

ganz bestimmten Operationsplan vorlegen, nach dem die einzusetzenden Künstler zu aktieren haben.

Diese eingesetzten Plakatünstler können dann zu Artilleristen werden, die alle auf ein und dasselbe Ziel schießen mit ganz verschiedener Munition. Läßt man sie aber directionslos, so wird eben jeder einen anderen Zielpunkt für sich aussuchen, und es wird selten zu einem wirklich durchschlagenden Erfolge kommen.

Gerade bei politischen Plakaten ist es notwendig, daß man den Künstler vorher in überzeugender Weise in die Atmosphäre einführt, für die er werben soll. Denn nur ein überzeugter Werber kann andere überzeugen.

Das Preisrichterkollegium bestand aus den Herren: Prof. Max Pechstein, Prof. Frenzel, Prof. Hans Baluschek, Konrad Ludwig vom Vorstand der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands.

Die Preise entfielen auf folgende Künstler:

1. Preis:
Kennwort »Masse«, Entwurf Prof. Virl, Kassel,
2. Preis:
Kennwort »Euch hilft«, Entwurf H. Pape, Münster,
3. Preis:
Kennwort »Aufruf«, Entwurf W. Wolff, Berlin.

8 Prämien entfielen auf:

Kennwort »Symbole I. L.«, Entwurf F. C. Reiser, K. Übelhack, München; Kennw »Konzentration 17«, Entwurf Fritz Wiener, Berlin-Charlottenburg; Kennwort »Prometheus«, Entwurf Fritz Koch, Leipzig; Kennwort »Eva«, Entwurf Michael Biro, Berlin; Kennwort »Ein Ziel«, Entwurf Prof. P. K. Nic. Sauer, Wiesbaden; Kennwort »Pflug«, Entwurf Charal, Berlin; Kennwort »Kämpfer«, Entwurf Hans Baltzer, Berlin; Kennwort »Zukunft«, Entwurf Beyer-Preußner-Glasemann, Niedernhausen i. Taunus.