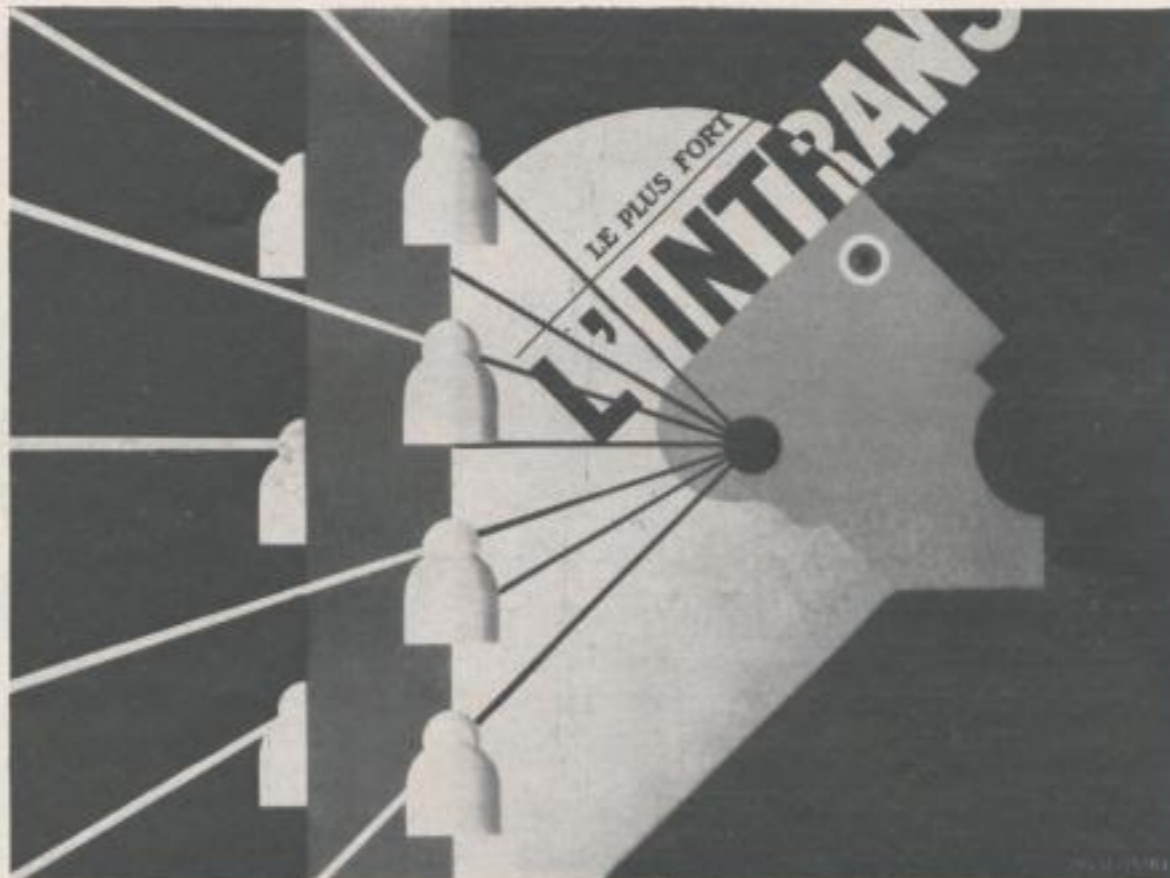


A. M.
CASSANDRE
PARIS



Plakat
Poster

DR. FR. SCHMALZ

DAS PUBLIKUM ALS PLAKATRICHTER

Die Seidenstadt Krefeld veranstaltete vom 8. bis 17. November eine Werbewoche. Gleichzeitig fand eine Internationale Plakatausstellung statt, mit der eine Prüfung des Geschmacks der Massen verbunden wurde. Als bestes Plakat sollte dasjenige gelten, das die meisten Stimmen erhielt, selbst wenn es vor einer Jury von Fachleuten nicht hätte bestehen können. Man wollte einmal wissen, was der breiten Masse am meisten zusagt; denn offenbar ist damit ein Anhaltspunkt für die Zugkraft der Plakate gegeben. Das Abstimmungsergebnis war überraschend. Man hätte erwarten sollen, daß eins der Plakate mit realistischer Darstellung dem Publikum am leichtesten verständlich erschienen wäre. Die meisten Stimmen jedoch erhielt ein französisches Plakat für die Zeitung „L'Intransigeant“, entworfen von Cassandre, einem hervorragenden Meister der zeitgenössischen Plakatkunst. Es stellt auf schwarzem Hintergrund einen im Profil

gezeichneten Kopf unplastisch dar. In das Ohr dringen konzentrisch Telegraphendrähte, die die Nachrichten aus aller Welt bringen, und der geöffnete Mund schreit sie hinaus. Prägnanter kann man das Wesen einer Tageszeitung nicht wiedergeben. In diesem Plakat vereinigen sich Witz, Esprit und Farbe zu einem graphischen Kunstwerk. Die Masse verfiel somit auf ein Plakat, das auch von den Fachleuten als ein Glanzstück der Ausstellung bezeichnet wurde. Aus diesem Abstimmungsergebnis kann man wertvolle Schlüsse ziehen. Es ist also doch nicht unbedingt nötig, daß man die Plakatwände und -Säulen mit Kitsch bedeckt, wenn man die Massen erfassen will. Diese haben oft mehr Verständnis für ein gutes Künstlerplakat als die Auftraggeber, die dem Künstler tausend Vorschriften machen, wie sie das Plakat haben wollen, von dem sie sich die rechte Reklamewirkung versprechen.