



Aufnahmen P. Ma

Plakate am Holzzaun

Zirkusplakate müssen immer etwas Jahrmarktstäbliches an sich haben, um schon von weitem die Neugierigen anzulocken. Für sie hat der Zirkus noch nichts von dem geheimnisvollen Zauber verloren, der sich aus der mittelalterlichen Tradition des Fahrenden Volkes bis in unsere Tage fast unverändert erhalten hat.

lich etwas phantastischen — Beruf des Propagandachefs bei einem Wanderzirkus aus. Die 300 „Damen im Breitformat“ waren Plakate mit Darstellungen von Artistinnen und Tänzerinnen, die ich unter diesem Stichwort von unserem Lager in Dresden abrief. Sie waren, wie der Lagerverwalter meldete, vergriffen, so daß er mir als Ersatz kleinere Plakate mit Zirkuskünstlerinnen vorschlug oder solche mit chinesischen Gauklern, feuerfressenden Fakiren, Nilpferden. Er hätte ebensogut sagen können: „Indianer-Überfall“ — „Tiger kolossal mit Schwanz rechts“ — „Dompteur im Löwenmaul“ — „Eisbär auf Rutschbahn“ — „Bozendes Känguruh“ — „Direktor im Frack“: das alles nämlich waren Bildplakate, die zu Tausenden im Keller des Standquartiers des Zirkus lagerten und bei Bedarf jeweils abgerufen wurden.

*

Die „300 Elefanten im Auto“ trafen noch rechtzeitig für das Gastspiel in Kottbus ein. Es waren Plakate im Riesenformat, die, aus 18 Einzelteilen zusammengeklebt, an der Planke das gigantische Bild des Direktors und einiger auto-fahrender Dickhäuter ergaben. Als ich dann in meinem Dienstwagen durch die Gegend sauste, um zu kontrollieren, wie meine Reklamekolonnen gearbeitet hatten, kam ich an eine Mauer, bei deren Anblick mir der Atem wegblieb. Da hatten die Leute das Riesen-Elefanten-Plakat geklebt, aber so — daß der eine Dickhäuter den Kopf unseres Direktors trug!

So etwas kann vorkommen. Denn Plakate werden meist nachts geklebt und mit einer unheimlichen Schnelligkeit. Schnelligkeit ist beim Wanderzirkus alles. Damit steht und

fällt der ganze Betrieb. Blitzschnell muß der Zirkus in eine Stadt eindringen, eine Gegend „überfallen“, durch seine Vorreklame das Publikum aufregen, stärkste Spannung hervorzubringen, mit seinem ganzen, gewaltigen Material einzuziehen, die Stadt im Sturm nehmen.

Die Reklamekolonnen — auch „Klebekolonnen“ genannt — sind dabei die wichtigsten Pioniere. Auf ihren Autos, die so konstruiert sind, daß eine Unmenge Plakate, Kleister, Eimer, Pinsel und Besen darauf Platz haben und auch für die Mannschaft Schlafgelegenheit vorhanden ist, durchfahren sie Tag und Nacht das ganze Operationsgebiet (durchschnittlich 20 Kilometer Umkreis um die Spielstadt) und bekleistern jeden freien Fleck, soweit es die Polizei erlaubt, mit der frohen Botschaft: Der Zirkus kommt!

Bildplakate zu kleben ist ein Vergnügen. Sie liegen fix und fertig im Lager und werden verklebt, wie sie sind, nach Belieben und Geschmack. Aber die Schriftplakate! Die haben es in sich und können einem Propagandachef das Leben sauer machen. Auf diesen Schriftplakaten nämlich steht: wo, wann, wie lange der Zirkus in der Stadt gastiert, wo der Vorverkauf sich befindet usw.

Ich begann meine Vorreklame mit den Schriftplakaten immer vier Wochen vor Beginn des Gastspiels. Nacheinander wurden acht verschiedene Schriftplakate geklebt. Natürlich sind die 25 oder 30 Städte einer Tournee vorher genau festgelegt. Die Schriftplakate werden also gleich bei Saisonbeginn gedruckt, so daß dann nur jedesmal Ort und Datum zum Eindruck an die Druckerei zu telegrafieren ist. Dann kriegt der Direktor einen Dickkopf und will nicht, wie ursprünglich festgesetzt, Kottbus, sondern Guben zuerst