

nehmen! Dann bricht die ganze, fein ausgeklügelte Propaganda zusammen! Alle Daten ändern sich, alles muß umdisponiert, umgeändert, umgedruckt, umgeklebt werden!

Eine besonders nette Ueberraschung ist es immer, wenn ein Zirkus auf seiner Fahrt auf einen anderen trifft, der in dieselbe Stadt will. Dann hagelt es natürlich Plakate gegen Plakate. Da hatte ein Konkurrent von uns einmal in einer Stadt sämtliche Flächen mit Riesenplakaten belegt, die nur seinen Namen darstellten. Wir brauchten also noch größere Lettern. Die Drucker erklärten sich außerstande, sie hatten keine so großen Steine. Aber wir siegten schließlich doch: ließen unseren Namen in Linoleum schneiden und davon derartig gewaltige Buchstaben drucken, daß der andere dagegen klein erschien.

*

Zirkusplakate kann durchaus nicht jede Druckerei herstellen. Es gehört dazu außer der Schnelligkeit und Wendigkeit, die nun einmal für das Wandergeschäft lebenswichtig ist, ein ganz eigenartiger Stil. Zirkusplakate müssen nämlich immer etwas Jahrmarktmäßiges an sich haben, in der Zeichnung sowohl wie in den Farben. Oft haben mir Künstler gesagt: „Müßt ihr denn immer diese kitschigen Bilder kleben? Wollt ihr nicht mal etwas Modernes, wirklich Künstlerisches bringen?“ Ich habe dann auch tatsächlich einige solcher Plakate ausführen lassen, die hohen künstlerischen Anforderungen genügten. Und der Erfolg? Sie wurden am wenigsten beachtet! Der Zirkus lebt nicht von den — wenigen — Logenbesuchern, sondern von der Masse der einfachen Menschen, und für diese muß der Zirkus immer etwas von jenem geheimnisvollen, dabei grellen Jahrmarktszauber haben, der noch aus der mittelalterlichen Tradition des Fahrenden Volkes stammt.

Die Spezialdruckereien für Wanderzirkusse und Menagerien haben die originelle Einrichtung der „Lagerplakate“. Das sind fertig ausgedruckte Bilder, die zu Tausenden lagern, und in die dann nur noch der Name des Unternehmers eingedruckt wird. Deshalb sieht man bei kleineren Wandergeschäften immer dieselben Bildplakate: die acht Matrosen,



Der Mann, den nichts fesseln konnte

Harry Houdini, um 1900 der teuerste amerikanische Artist, ließ sich in Zuchthauszellen und Geldschränke einschließen, gefesselt in die Spree werfen, in Kästen einnageln, in Milchkannen einlöten — und entkam immer nach wenigen Minuten.

die die Riesenschlange tragen — die Luftakrobaten, mit denen ein Adler um die Wette schwebt — die tanzenden Derwische — die garantiert dicksten Schwestern der Welt — oder auch „Programm komplett“, das heißt schneidige Jockeis, schöne Drahtseiltänzerinnen, steigende Pferde, Clowns und der Direktor, mit elegantem Schnurrbart und Reitpeitsche, auf einem Bilde vereint.

Daß es Leute gibt, die sich Plakate ganz genau betrachten, erfuhr ich einmal, als ein Mann in meinem Bürowagen trat und sich beschwerte: auf unserem Plakat seien 100 Musiker verzeichnet, und in der Vorstellung habe er bloß 98 gezählt. Eine Nachfrage beim Kapellmeister ergab, daß tatsächlich an jenem Abend zwei Musiker beurlaubt gewesen waren. Der Beschwerdeführer beruhigte sich erst, als ich ihm eine Freikarte gab, damit er nochmals Gelegenheit hätte, unsere Musiker durchzuzählen.

*

Die Zeichner und Maler, von denen die Entwürfe zu unseren Zirkusplakaten stammen, lernten wir kaum kennen. Der Abschluß für eine Plakatlieferrung erfolgt immer nur mit der Druckerei, die für Entwürfe aller Art ständig Graphiker — meist wohl jüngere — im Hause sitzen hat. In einer süddeutschen Stadt interessierte sich einst ein bedeutender Maler für den Zirkus und stellte Plakatentwürfe in Aussicht. Aber sie kamen nie zur Ausführung, weil der geniale Mann immer vergaß, für wen sie eigentlich bestimmt waren, und sie an Liebhaber verkaufte, die sie sich dann in die Stube hängten. Richard Sawade, der berühmte deutsche Tigerdompteur, wurde mit seinen Tieren von Edward Munch gezeichnet. Bis zu einem Plakat jedoch gediehen auch diese Zeichnungen nicht.

Wenn zu mir einmal ein Künstler kam, der Tierplakate zeichnen wollte, dann stellte ich ihm eine Probeaufgabe: Eisbären zu zeichnen. Das Hinterteil eines Eisbären richtig zu „treffen“, ist nämlich ungemein schwierig! Meist sahen die Gebilde aus wie Mischungen aus Bären (vorne) und Elefanten (hinten).

Das Geheimnis der Zirkus-Plakat-Druckereien liegt in den Farben. Sie müssen eine besondere Leuchtkraft haben und diese auch in der Sommerhitze behalten. Man kann da merkwürdige Ueberraschungen erleben. So fuhrten wir einmal mit unseren Plakaten im Winter nach der anderen Erdhälfte, wo nun gerade tropischer Sommer war. Das hatte zur Folge, daß unsere Plakate schnell verblaßten: aus allen Zebras wurden plötzlich Schimmel, die Löwen kriegten hellblonde Locken, und die Dickhäuter sahen alle aus wie die berühmten weißen Elefanten in Siam. Andererseits dürfen die Plakatsfarben auch nicht zu haltbar sein. Sonst klebt nämlich ein nachkommender Zirkus einfach seinen Namen hinein und spart auf Kosten des Vorgängers.

*

In den letzten Jahren des vergangenen Jahrhunderts erst kamen die riesigen Zelt-Wanderzirkusse auf, und damit setzte auch die Plakatdruckerei für diese Unternehmen ein. In unserem Wirtschaftsleben spielte sie eine beachtliche Rolle. Für die deutschen Zirkusse insgesamt dürften 2,5 bis 3 Millionen als Plakat-Etat nicht zu viel gerechnet sein.

Dr. A. H. Kober.