



Gesellschaft für ästhetische Kultur in Frankfurt.
Ausstellung künstlerischer Straßenplakate.

DAS KÜNSTLERISCHE PLAKAT.

Die Gesellschaft für ästhetische Kultur will im Herzen des Frankfurter Straßenverkehrs eine Ausstellung moderner künstlerischer Plakate ins Werk setzen. Sie wandte sich an die Stadt mit der Bitte, ihr an geeigneter Stelle eine größere Fläche zu überlassen. Da es sich nicht um ein Reklameunternehmen, sondern um eine Veranstaltung zur Hebung des künstlerischen Geschmacks handelt, wurde von der Stadt eine Wand, Ecke der Zeil und Stiftstraße, zur Verfügung gestellt. Die Gesellschaft wendet sich an das kunstsinnige Publikum mit der Bitte, ihr künstlerische Plakate aus Privatbesitz zu überlassen, um ihr ohnehin reichliches Ausstellungsmaterial noch zu vermehren. Herr Architekt Paravicini, Frankfurt, Bleidenstraße 1, nimmt solche Beiträge entgegen.

Die Sache ist nun wohl gelungen und eine Plakatwand mit guten Plakaten prangt, wie obiges Bild zeigt, in einer der Frankfurter Straßen. Wenn eine Anregung gegeben werden darf, so ist es die, die Tafel nicht im Winkel zu bringen, weil die Brechung den im Winkel stehenden Bildflächen selbstverständlich Eintrag tun muß.

Das Frankfurter Beispiel verdient in allen Städten nachgeahmt zu werden, um die reklamebedürftige Geschäftswelt an gute Plakate zu gewöhnen und ihr die Erkenntnis zu eröffnen, daß auch in dieser Sache der Erfolg auf die Qualität gegründet ist. Nur das wahrhaft künstlerische moderne Plakat siegt im Wettbewerb auf der Straße.

Es liegt im Wesen des Plakats, daß es sich mitten im Verkehrsstrom dem Menschen entgegenstellt, die Aufmerksamkeit auch der Teilnahmslosesten fesselt und jedem, auch dem Widerstrebenden einen Erinnerungswert mitgibt. Als Kind der Reklame sucht es natürlich nur die belebten Plätze auf, wo nicht Zeit oder Möglichkeit zum stillen Kunstgenuß, es sucht zu wirken, wo viele Menschen sind, und will in der Schnelligkeit eines Augenblicks einen starken Eindruck hervorbringen. Denn es ist für den Augenblick geboren, im nächsten Moment ist es von hundert anderen Eindrücken verschlungen. Da ist es schon keine leichte Aufgabe, sich in dem Gedächtnis der hastenden Menge zu behaupten, gleichsam mit ihren gleitenden Blicken mitzueilen, den kurzen Inhalt haarscharf einzubringen und andere Einwirkungen abzuwehren. Denn wo ein Plakat ist, sind viele, und das Bunterlei der der Straße ist groß. Sein Sinn ist, daß es sich vordrängt, alles andere zu übertrumpfen sucht und auf immer neuere exzentrischere, unerhörtere Mittel verfällt. Jede Ausgelassenheit, jede Frechheit, jede Bizarrerie ist ihm erlaubt oder verziehen, denn es steht damit unter dem Zwang einer Notwendigkeit, es kämpft damit um seine Existenz. Jeden Augen-

blick ist es neu, ist es anders, wechselt seine Erscheinungsformen mit der Hurligkeit eines Fregoli.

Aus diesen seinen Lebensnotwendigkeiten ergeben sich seine künstlerischen Notwendigkeiten. Ehedem hat man, und das geschieht wohl auch heute noch, dem Plakat dadurch eine Anziehungskraft zu verleihen gesucht, daß man irgendwelche Bilder, Landschaften namentlich, die Gefallen erregen konnten, plakatmäßig reproduzierte, auch wenn sie zu dem eigentlichen Ankündigungsinhalt in keinerlei Beziehung standen. Die bildmäßige Wirkung eines solchen Plakats sollte auch das Wunder tun, nebenher den Gerstenkaffee oder die Schuhwichse oder was sonst des Pudels Kern war, zur Geltung bringen. Und sie taten dieses Wunder, solange es keine andere Art von Plakaten gab.

Mögen die zu Plakatdiensten reproduzierten Bilder an und für sich noch so künstlerisch sein, als Plakat sind sie es nicht. Auch das Plakat hat seine Ästhetik, die verlangt, daß seine Form aus dem Ankündigungsinhalt geholt werde. Dieser Inhalt leiht den Stoff, und die Zeichnung gibt ihm den künstlerischen Ausdruck. Es gibt auf seine Art ein Symbol. Es erzählt nicht, es sucht keine eigentlichen malerischen Darstellungen, sondern wirkt als witziger Einfall, als eine Art großer Bilderschrift, die in einem einzigen Aufleuchten den ganzen gewollten Inhalt offenbart. Es ist unter Umständen der Ausdruck einer glänzenden geistvollen Phantasie, die befähigt ist, mit raschem Erfassen all die kunterbunten Alltagserscheinungen in die entsprechende zeichnerische Form zu übertragen und durch nie gesehene oder geahnte Gestaltungsmöglichkeiten zu fesseln oder wie berühmte Karikaturisten und Witzblattzeichner, die charakteristische Linie einer Person oder Sache, wenn auch übertrieben und überscharf, aber immerhin unumstößlich wahr und eindrucksvoll festzuhalten wissen. Daß heute auch hervorragend die Farbe beteiligt ist, die einfach und großflächig dasteht, bedarf kaum der Erwähnung. Es hängt damit zusammen, daß das Plakat vor allem als Fläche wirken soll. Für die Plakatkunst wirkt die Straße selbst als Lehrer. Unter dem Wust von albernen Affichen haben auch unsere Wiener Straßen im Laufe der letzten Jahre manches moderne Plakat von künstlerischem Wert aufzuweisen gehabt. Aber nur so lange, als die von den Professoren der Kunstgewerbeschule Baron Myrbach, Josef Hoffmann, Kolo Moser und Alfred Roller herausgegebene Monatsschrift „Die Fläche“, die ausgezeichnete Plakatentwürfe enthielt, erschienen ist. Dieser Anregung zufolge kamen mancherlei Aufträge an die Schule und die Besteller hatten es nicht zu bereuen. Seit dem Aufhören der „Fläche“ kam die Sache ins Vergessen; die guten Plakate schwanden in den Straßen, und es kam nichts nach, was des Hingehens wert wäre.

Es ist nun schon dringend geboten, in das Plakatwesen neues Leben zu bringen.

DEM PUBLIKUM MISSFALLT DIE NEUHEIT,
WEIL ES ANGST DAVOR HAT.
OSCAR WILDE.