

Vier Jahrzehnte Plakatgestaltung

Autor(en): **Thalmann, Rolf**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung**

Band (Jahr): **75 (1997)**

Heft 12

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-725520>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Vier Jahrzehnte

Wenn von der Gestaltung von Plakaten die Rede ist, werden oft die beiden Ausdrücke «Plakatkunst» und «Plakatgrafik» mehr oder weniger unterschiedslos verwendet. Dabei eignen sich diese beiden Begriffe sehr gut, um die zwei Hauptabschnitte der Plakatgeschichte zu bezeichnen: In den ersten Jahrzehnten dieses neuen Massenmediums waren es vor allem die Künstler, die sich – neben Illustratoren und Typografen – dem Entwurf dieser Werbemittel angenommen haben. In den Jahren nach dem ersten Weltkrieg entstand dann der Beruf des Grafikers, und in den folgenden zwei Jahrzehnten haben die Gestalter, wie sie sich heute meist nennen, die Künstler fast vollständig abgelöst.

Plakate von Künstlern und Grafikern

Diese Entwicklung lässt sich an den Plakaten für Pro Senectute gut ablesen: Die erste Hälfte der Plakate (1921 bis 1940) stammt vorwiegend von Entwerfern, die als Künstler bekannt geworden sind, diejenigen der zweiten Hälfte (1941 bis 1964) grösstenteils von berufsmässigen Grafikern.

Der grundsätzliche Unterschied zwischen der Arbeit des Künstlers und des Grafikers liegt darin, dass sie mit unterschiedlichen Voraussetzungen ans Werk gehen. Der Künstler ist in der Regel völlig frei, ob er ein Ölbild, ein Aquarell oder eine Zeichnung schafft, ob er eine oder viele Farben verwendet, ob er diese mischt oder rein verwendet. Der Gebrauchsgrafiker hingegen weiss von vornherein, dass sein Entwurf technisch weiterbearbeitet und schliesslich gedruckt wird. Mit möglichst einfachen Mitteln soll er seine eigentliche Aufgabe erfüllen, nämlich den Betrachter zu einer bestimmten Handlung beeinflussen.

Beim Grafiker gehören diese Dinge ganz selbstverständlich zu seiner Ausbildung, der Künstler hingegen muss sich, wenn er einen Plakatauftrag annimmt, erst in dieses Metier hineinfinden. Das Arbeiten mit wenigen ungemischten Farben ist für einen Maler



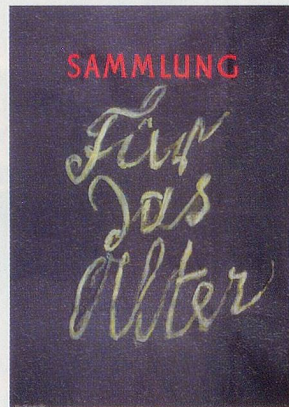
1925



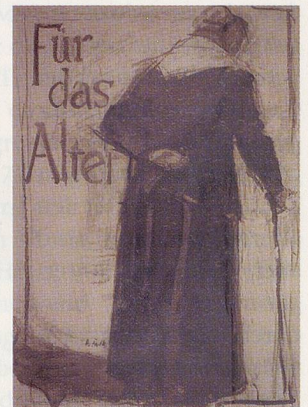
1931



1934



1944



1945

meist ungewohnt; deshalb lässt er diese entweder ganz weg oder ordnet sie der Zeichnung meist viel stärker unter als der Grafiker.

Eine Besonderheit der Grafiker ist natürlich die Arbeit mit Fotografien. Der Gestalter lässt eine Idee, die ihm vorschwebt, vom Fotografen ins Bild umsetzen oder sucht sich in dessen Archiv ein entsprechendes Sujet aus. Daraufhin vereinigt er dieses mit dem Text und allfälligen zusätzlichen Elementen zu einem Ganzen.

Ausgewählte Plakate aus der «Plakatgalerie» von Pro Senectute

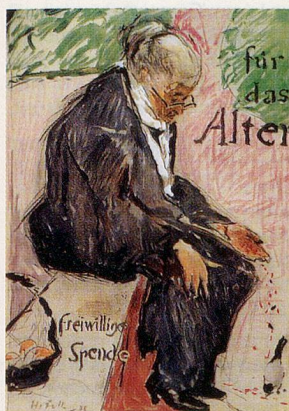
Schreiten wir nun in Gedanken die «Plakatgalerie» ab und schauen einzelne Blätter etwas genauer an! Als erstes sticht wohl das von Jules Courvoisier (1925) ins Auge. Mit nur zwei Farben hat er eine starke Wirkung erzielt. Zu-

dem hat er – anders als seine Vorgänger und Nachfolger – den Aufruf «Sorget für die Alten» nicht an den Rand, sondern dekorativ ins Bild hinein geschrieben, wo er wie eine schützende Hand über der Frau steht.

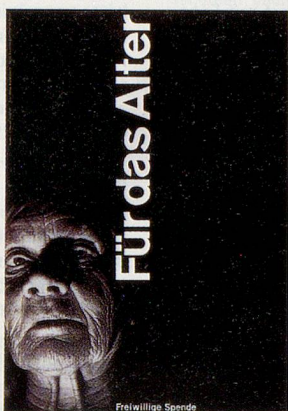
Die beiden Plakate des Neuenburgers Roger-Pierre Kramer (1931 und 1934) heben sich durch ihre Farbigekeit, aber auch durch ihre flächige Gestaltung von ihren Nachbarn ab. Kramer ist denn auch der erste in unserer Reihe, der sich ausschliesslich der Werbegrafik gewidmet hat.

Eine Besonderheit ist das Blatt von Rolf Bangerter (1944). Der damals 22-jährige hat als einziger nicht das sonst stets verwendete Motiv des alten Menschen verwendet, sondern die etwas zittrige Schrift einer älteren Person. Diese formale Anpassung der Botschaft an ihren «Absender» ist eine neuartige und überzeugende Lösung.

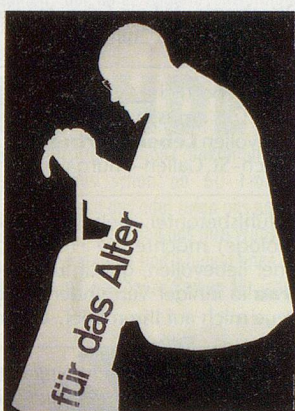
Plakatgestaltung



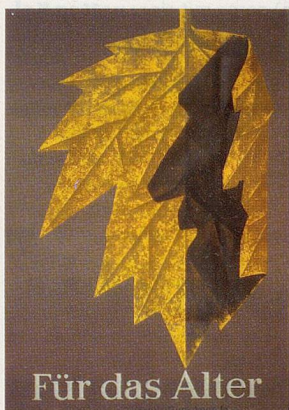
1948



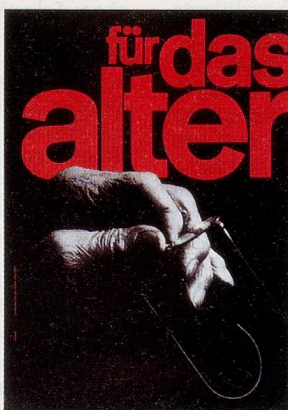
1949



1958/59



1960/61



1964/65

1945 und 1948 hat der Kunstmaler Hans Falk die Plakate «Für das Alter» geschaffen – nicht die ersten in seinem Œuvre. Falk hat es beide Male vermieden, die dargestellten Frauen frontal abzubilden; offenbar wollte er nicht, dass sie allzu verhärtet oder mitleiderregend aussahen. Trotzdem sind sie ausgesprochen eindrücklich geraten.

Carlo Vivarelli hat 1949 hingegen ein (fotografiertes) Antlitz ins Bild gesetzt – allerdings nicht ins Zentrum, sondern an den Rand, wo sich alte Menschen allzuoft befinden. Genau in der Symmetrieachse steht dafür der Name der Institution, um die es im Sammelaufruf geht.

Eine interessante Mischform von Fotografie und Grafik hat Heini Fischer-Corso 1958 gefunden – er hat eine Fotografie als Grundlage genommen und mit ihrer Hilfe einen umgekehrten Schattenriss gestaltet, in dem

der Schriftzug wie eine zusätzliche Stütze wirkt.

In den fünfziger und sechziger Jahren nimmt die Fotografie in der Werbung immer mehr überhand – es braucht nun geradezu Mut, eine gezeichnete Lösung vorzuschlagen. Die Brüder Lenz haben dies 1960 getan mit einem Entwurf, der etwas Zeit braucht, bis er den beabsichtigten «Aha-Effekt» auslöst.

Das eindrücklichste von allen ist vielleicht das letzte Plakat der grossen Serie, das Fridolin Müller 1964 geschaffen hat. Die Hand mit der Brille spricht das Herz an, ohne allzusehr auf die Tränenrüden zu drücken. Dieses Erfordernis, das für alle sozialen Plakate gilt, wurde hier in meisterhafter Art erfüllt.

*Dr. Rolf Thalmann,
Plakatsammlung
der Schule für Gestaltung,
Basel*

Plakate der Stiftung Pro Senectute Schweiz

Poster «Plakate Pro Senectute»



Abbildung aller Plakate und Sammlungsprospekte von 1921 bis 1997, Format A2, zweimal gefalzt auf A4, beidseitig farbig bedruckt

Fr. 4.– pro Exemplar



Postkartenset «Für das Alter»



8 Karten mit 8 verschiedenen Plakatsubjekts. Vorderseite farbig, Rückseite weiss mit Angabe des Gestalters und des Erstellungsjahres

Fr. 8.– pro Set

«Kombi» Poster und Postkarten-Set Fr. 10.– pro Set

Bestelltalon (bitte Anzahl angeben)

- ... Ex. Poster «Plakate Pro Senectute» à Fr. 4.– (plus Fr. 1.40 Porto/Sendung)
- ... Ex. Postkarten-Set «Für das Alter» à Fr. 8.– (plus Fr. –.70 Porto/Sendung)
- ... Ex. Kombi Poster und Postkarten-Set à Fr. 10.– (plus Fr. 1.40 Porto pro Sendung)

Name _____

Vorname _____

Strasse/Nr. _____

PLZ/Ort _____

Bestellungen an: Verlag ZEITLUPE,
Plakate, Postfach 642, 8027 Zürich
Tel. 01/283 89 00, Fax 01/283 89 10
Die Auslieferung erfolgt mit Rechnung.