

# DIE TAT

Schweizerische unabhängige Tageszeitung Gründer: Gottlieb Duttweiler

Samstag, 11. Januar 1969



## Auch in Amerika rollt das grosse Plakatgeschäft

Ursprünglich war das Plakat reine Information. Um die Jahrhundertwende wurde es, dank *Lautrec*, *Steinlen*, *Bonnard*, *Beardsley*, *Kokoschka* und *Kandinsky* sehr oft zum Kunstwerk. Später schufen *Picasso*, *Leger*, *Miro* und *Dufvet* denkwürdige Plakate, die zu eigenständigen Kunstwerken wurden. Unter den Graphikern waren es vor allem eine Handvoll Schweizer, später Polen und in den letzten Jahren Japaner, die Aussergewöhnliches leisteten. Die Plakatkunst verlor immer mehr von ihrem Originalwert, als Kollagen, Photomontagen, Vergrösserungen oder reine Schriftplakate die traditionellen, gemalten Plakate zu verdrängen begannen. Dies gilt vor allem für die USA, deren Plakatkunst erst mit Photographie-Plakaten (Posters genannt) zur Blüte kam.

Heute ist die Plakatkunst in den USA die populärste Form der visuellen Künste. Allerdings sind die reinen Werbeplakate in dieser Hausse nicht

mehr allein. Eine ebenso grosse Rolle spielen Plakate, die nur der reinen Freude am Plakat wegen geschaffen wurden; in den meisten Fällen natürlich mit dem Gedanken an einen grossen Verkaufserfolg unter der Posterverrückten Jugend.

Die grosse Welle der Plakat-Massenproduktion in den USA begann Anfangs der sechziger Jahre als Mitläufer der ebenfalls damals ihren Anfang nehmenden Pop-Kunst. Den ersten Höhepunkt erreichte sie um 1965/66. Die Hippies und ihre Mitläufer adoptierten das Plakat als Ausdruck ihrer Lebensform. Im gleichen Masse, in dem man Schallplatten kaufte, sammelte man Plakate, die in vielen, wie Pilze aus dem Boden schiessenden Ländern für 4 bis 5 Dollar das Stück zu haben waren.

Hier findet man alles: getreue Kopien alter Plakatmeister; überdimensionierte Photo-Plakate berühmter Künstler;

von Sophia Loren bis zu Humphrey Bogart; das Verbrecherpaar Bonnie and Clyde in der berühmten Pose vor dem Auto, aber mit den Köpfen von Lady Bird und Präsident Johnson versehen. Daneben die ungeheuer populären psychodelischen Poster, die farblich ausgezeichneten Werbeplakate der Pferderennbahn Aqueduct und die ausserordentlich werbewirksame Plakatserie der jüdischen Grossbäckerei Levy. Die Stile dieser Plakate sind so vielfach wie die Geschichte des Plakates selber: Jugendstil, der Stil der Depressionsjahre, Pop, japanisch, indisch — dazu alle Techniken, die der heutigen Graphik zur Verfügung stehen: Malerei, Photographie, Photomontage, Kollage, Schrift usw. Die wenigsten von ihnen sind eine Konkurrenz für die Meisterwerke der Vergangenheit oder die der heutigen Meistergraphiker in Europa oder Japan. Es sind in den meisten Fällen nur sich selbst genügende Abklatsche der gerade aktuellen Kunstrichtung, mit einem aufmerksamen Auge darauf, was das Publikum — also die Teenager und Tweens — wollen, oder mit was man sie begeistern könnte.

Max E. Ammann