

OHNE PLAKATE



Text:
Christine Moosmann



③

Jedes Jahr werden die Ergebnisse des Wettbewerbs »100 beste Plakate« mit Spannung erwartet, denn sie zeigen Trends, Strömungen und herausragende zeitgenössische Gestaltung.



②

④



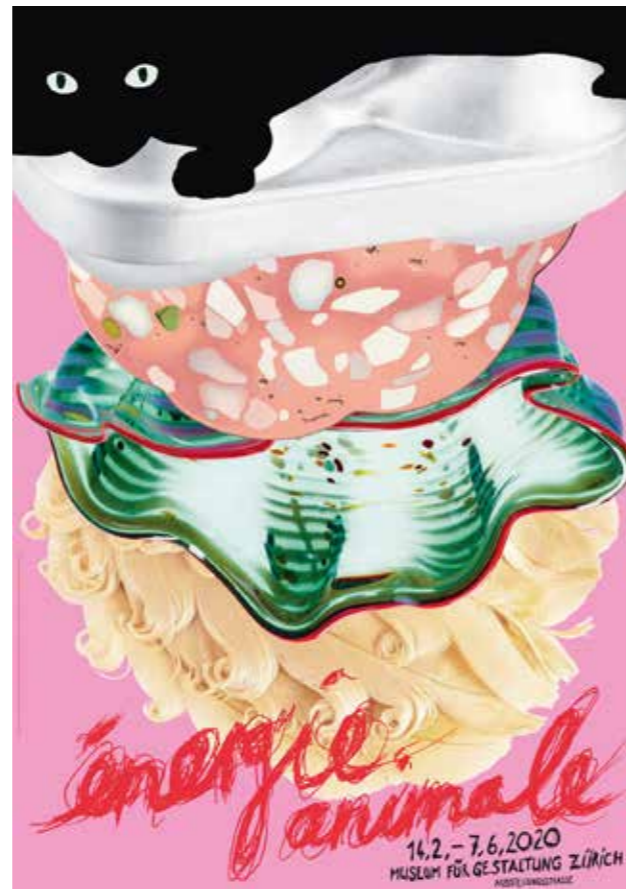
WÄRE DIE WELT EINE ÄRMERE

Showroom

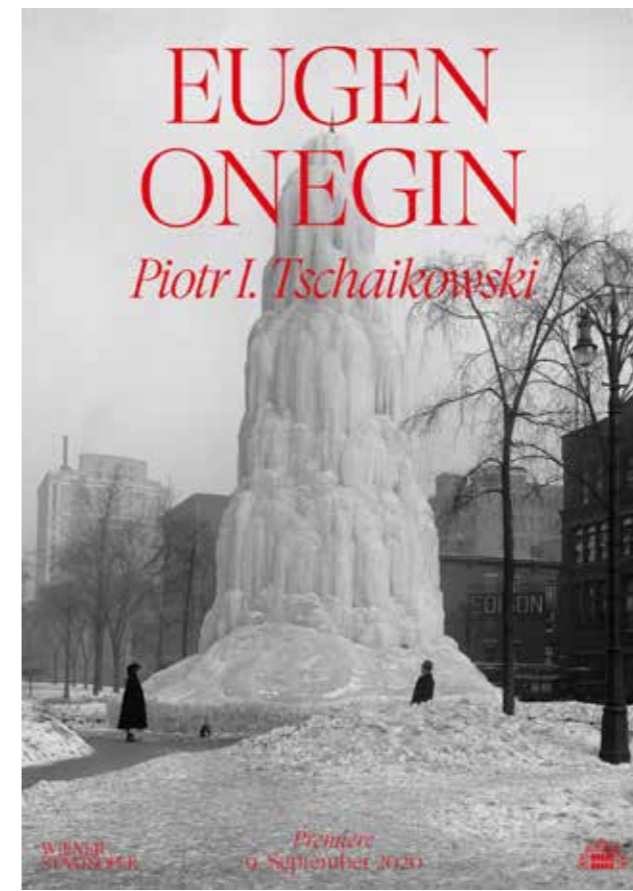
Showroom



Mit 1973 eingereichten Plakaten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz war der Zuspruch auch in diesem Jahr sehr groß und die fünfköpfige Jury unter Leitung von Markus Weisbeck hatte die Qual der Wahl. Dass die Qualität der Arbeiten beeindruckend ist, spricht allerdings nicht nur für die Gestalter:innen, sondern auch für den Wettbewerb selbst. »100 beste Plakate« feiert in diesem Jahr 20-jähriges Bestehen, die Wurzeln reichen aber viel weiter zurück, bis in die DDR der 60er-Jahre.



⑤



⑥



⑦



⑧



⑨

Plakatwettbewerbe haben eine überraschend lange und vielfältige Geschichte, wie man in Jens Müllers Buch »Best German Posters« nachlesen kann. Schon zu Beginn des vergangenen Jahrhunderts gab es eine Vielzahl von Wettbewerben, die man heute vielleicht eher Ausschreibungen nennen würde, nach dem Zweiten Weltkrieg kamen dann neutralere Leistungsschauen hinzu. Während in der BRD verschiedene Wettbewerbe und ausrichtende Verbände, später auch kommerzielle Organisatoren miteinander konkurrierten, war dem Wettbewerb »Die besten Plakate des Jahres« ein längeres Leben beschieden. Unter diesem Namen wurden ab 1966 die besten Plakate der DDR ausgezeichnet, vom Filmplakat bis hin zu Plakaten für gesellschaftliche Propaganda und Sport. 1980 war es schließlich der Kunstwissenschaftler Ullrich Wallenburg, der die Arbeit der Jury und die Bewertungskriterien schärfte und die Zahl der Auszeichnungen von bisher 20 auf nun 100 an hob. Die Ausstellung »Die 100 besten Plakate 1989« die in Erfurt gezeigt wurde, fiel genau in die Zeit der deutschen Einheit und ab 1990 etablierte sich der Wettbewerb als gesamtdeutsche Leistungsschau. Dass es weiterging, war dem neu gegründeten Verband der Grafikdesigner zu verdanken, 2001 wurde er jedoch wegen zu geringer Mitgliederzahlen wieder aufgelöst. Was blieb, war der Wettbewerb. Er wurde nun durch den 100 Beste Plakate e. V. organisiert und seinem Gründungspräsidenten Niklaus Troxler ist es zu verdanken, dass sich der Wettbewerb nun auch an Gestalterinnen und Gestalter aus Österreich und der Schweiz richtet. Diese Öffnung hat den »100 besten Plakaten« viel Aufwind

Showroom



⑩



100 beste Plakate 20 Deutschland Österreich Schweiz

Verlag Kettler, www.verlag-kettler.de
Text in Deutsch und Englisch
376 Seiten, Softcover
ISBN 978-3-86206-913-2
29,90 €

Ausstellungen

Die Ergebnisse des Wettbewerbs werden auf einer Ausstellungstournee, sofern dies Pandemiebedingt möglich ist, in Deutschland, Österreich und der Schweiz gezeigt. Der Auftakt findet noch bis 4. Juli in Berlin statt, weitere Ausstellungstermine finden Sie unter:

www.100-beste-plakate.de

gegeben, auch in diesem Jahr war mit fast 2000 eingereichten Plakaten der Zuspruch groß. Das Medium Plakat hat also nichts an seiner Attraktivität eingebüßt und der Jury-Vorsitzende Markus Weisbeck sagt: »Visuelle Kommunikation in dieser Form wird immer in unserer Gesellschaft eine Rolle spielen. Die Information, die hier gestaltet arrangiert wird, ist Teil unseres kulturellen Lebens, eine Welt ohne diese Medien wäre eine ärmere.« Interessant ist auch zu sehen, wie sich die Ausdrucksformen des Grafikdesigns mit dem Gebrauch neuer Werkzeuge und Techniken kontinuierlich verändern, so nutzen bewegte Plakate heute ähnliche Möglichkeiten wie etwa Filmtitel. Dem entgegen läuft ein Trend, den Markus Weisbeck beobachtet hat: »Es geht ein bisschen handwerklicher zu als in den vergangenen Jahren und die Gestalterinnen und Gestalter versuchen bei vielen Entwürfen die digitale Herkunft zu verschleiern.« Doch das Medium ist nicht nur in gestalterischer und technischer Hinsicht wandelbar. Da viele Auftraggeber von Plakaten aus dem Kulturbereich kommen, Ausstellungen, Events oder Konzerte aber seit einem Jahr kaum noch stattfinden, macht man sich Sorgen um die Zukunft des Plakats. Unbegründet, wie Markus Weisbeck sagt, unter den diesjährigen Einsendungen seien etliche Entwürfe gewesen, die den Umstand der Pandemie in Optimismus verkehrten und trotz der bedrückenden Gegenwart etwa für ein »Smile« warben.

Vielleicht zeigt sich gerade an solchen Beispielen, welche großartige Kommunikationswirkung Plakate noch immer haben – dem Wettbewerb »100 beste Plakate« möchte man wünschen, dass er sie noch auf viele Jahre hin dokumentiert.



11

12



Showroom

»Plakate bieten schier unendliche Möglichkeiten von Kompositionen aus Bild, Farbe und Schrift, wobei jede Epoche, Dekade oder Saison eine eigene visuelle Sprache für sich behauptet.« (Markus Weisbeck, Jury-Vorsitzender 2020)

»Wir wollten vieles besser machen, insbesondere war es mir ein Anliegen, dass der Wettbewerb einen höheren Stellenwert in der Grafikszenen erreicht.« (Niklaus Troxler, Präsident 2001–2007)

»Ein gutes Plakat fordert Sehgewohnheiten heraus und entfaltet sich im Kopf des Betrachters.« (Götz Gramlich, Präsident 2014–2018)

1 Tanzquartier Wien – Kampagne Camilla Schielin. Serie von drei Plakaten. Format A0, Offset. Design: studio VIE, Christian Schlager, Anouk Rehorek, Vanessa Eck, Wien, zusammen mit Katarina Šoškic (Foto), Herwig Scherabon (3D Rendering).

2 Imagine the City, Bee Chapel Hafencity. Serie von drei Plakaten. Format A1, Offset. Design: Stahl R, Tobias Röttger, Timm Häneke, Susanne Stahl, Berlin. AR

3 Gessnerallee. Serie von zwei Plakaten. Format F4, Siebdruck. Design: Hammer, David Schatz, Sereina Rothenberger, Martin Parr (Fotografie), Tomiris Shyngyssova (Illustration), Zürich.

4 Queersicht LGBTI-Filmfestival. Format F4, Digitaldruck. Design: Heyday, Andrea Noti, Sam Divers, Philipp Lüthi, Nadia de Donno, Giannina Ronchetti, Bern.

5 Énergie animale für Museum für Gestaltung Zürich. Format F4, Siebdruck. Design: Iza Hren, Zürich.

6 Living the City – Stadt leben für TheGreenEyl GmbH. Format A0, Offset. Design: Lamm & Kirch Florian Lamm, Jakob Kirch, Leipzig.

7 IM/ MOBILE für CHUV – Institut des humanités en médecine. Format F4, Digitaldruck. Design: Chris Gautschi Graphic & Editorial design, Lausanne, Foto: Henry Leutwyler.

8 Wiener Staatsoper. Serie von drei Plakaten. Format A0, Digitaldruck. Design: Fons Hickmann M23, Fons Hickmann, Olivier Bucher, Berlin. Foto: Detroit Publishing Co., Bildkurator: Martin Conrads.

9 Gli occhi. La testa. Le braccia. Le mani. Il cuore. Grazie für Stadt Lugano. Format F4, Offsetdruck mit Pantone-Sonderfarben Neon und Metallic. Design: Oxfff, Ox000 Sabrina Cerea, Leonardo Angelucci, Zürich. AR

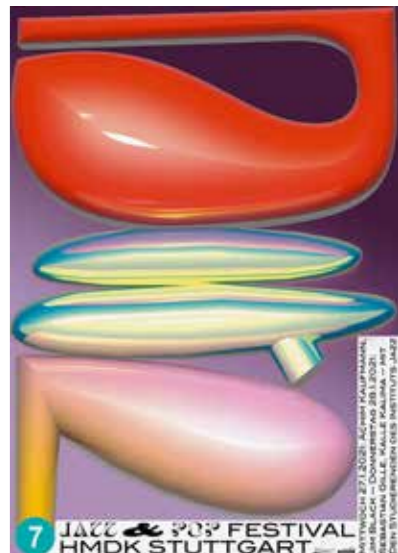
10 Solothurner Filmtage Home Edition. Serie von drei Plakaten. Format F4, Siebdruck. Design: Raffinerie AG für Gestaltung, Zürich.

11 Le Théâtre Saint-Gervais. Serie von drei Plakaten. Format F4, Siebdruck. Design: Futur Neue Alex Dujet, Genf, zusammen mit Matteo Venet.

12 ROXY Programm AUG – DEZ 2020. Format 69 x 44 cm, Offset. Design: Jacques et Brigitte, Brigitte Speich, Jacques Magiera, Biel/Bienne.

13 Jazz & Pop Festival Stuttgart. Projektauftrag an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart. Format A1, Digitaldruck. Design: Malena Kronschnabl, Stuttgart. Kategorie C (Plakate Studierender)

Alle anderen Plakate stammen aus der Kategorie A (Werbemittel für Wirtschaft, Kultur und Soziales, Auftragsarbeiten mit Aushang im halböffentlichen bzw. öffentlichen Raum)



13

»Ein Plakat ist ein Plakat ist ein Plakat ... ob gedruckt, digitalisiert oder animiert. Das Plakat ist ein Medium, das sich wandelt, das sich verändert, das sich auf die Gegebenheiten einspielt – das kann es sowohl formal wie inhaltlich. Das Plakat ist die Botschaft!« (Fons Hickmann, Präsident 2018 – heute)

Showroom

95