

angestrebten Ziele sind vorwiegend von den Interessen Erwachsener geprägt. Deren Erwartungen bestimmen die Bewertung der Ergebnisse.

Auch die restlichen, nicht prämierten Kinderarbeiten erschienen interessant. Sie zeigen "eine Fülle an Phantasie und Kreativität, die man einer breiteren Öffentlichkeit nicht vorenthalten sollte" (Zit. Mitarbeiter der Firma). Die Presseabteilung hatte die Idee einer Ausstellung. Zusammen mit der Werbeabteilung sollte der Auftrag durchgeführt werden. Die Anfrage im Germanischen Nationalmuseum fand ein positives Echo – die Realisierung lag beim KpZ.

Dort erkannte man eine seltene Chance: Die gebotenen Materialien dokumentieren den gesamten Verlauf eines jener Malwettbewerbe, denen gegenüber kritisch begründete Zurückhaltung geboten erscheint. Vorgeschichte, Ausschreibung, Ergebnisse, Prämierung und die nicht prämierten Arbeiten lagen vor – ein exemplarischer Befund! Materialien für eine didaktisch strukturierte Ausstellung mit dem Ziel, Eltern und Lehrern grundsätzliche Probleme bei bild-

nerischen Äußerungen von Kindern bewußt zu machen. Eine KpZ-Arbeitsgruppe (Horst Henschel, Christa Rudloff, Dr. Gesine Stalling) übernahm die Entwicklung des Konzepts, später in Kooperation mit den Werkstätten der Firma und des GNM die Realisierung.

Abteilungsüberschriften, ein Fragenkatalog für den Besucher und erklärende Texte für einige Zusammenhänge geben Orientierungshilfen bzw. werfen Fragen auf zur Bewertung von Kinderarbeiten. Von den ca. 980 ausjuriierten Blättern wurden 190 ausgewählt unter den Gesichtspunkten:

– Nähe bzw. Distanz zu den Bildvorlagen – helfendes Eingreifen von Erwachsenen – zusätzlich eingearbeitete Firmenwerbung. Aus dem angestrebten Arbeitsziel ergab sich die Gliederung:

1. Dokumentation des Malwettbewerbs: Vorgeschichte – Prämierung
2. Die preisgekrönten Arbeiten
3. Auswahl aus den übrigen eingesandten Arbeiten: mit durchgepausten und/oder von den Bildvorlagen abgezeichneten Tierfiguren – mit eigenen Bild-

vorstellungen mit bzw. ohne Übernahme von Motiven der Comic-Vorlagen – mit erkennbar fremder Hilfe – mit zusätzlicher Firmenreklame

4. Die Entwicklung der Bildsprache von Kindern (mit ergänzenden Beispielen aus dem Kleinkindalter, um einen Maßstab zu gewinnen).

Es gibt in der Ausstellung eine gedruckte Information für Besucher, ferner Tafeln mit Fragen und Antworten für den Betrachter, z.B.: – Wie entwickelt sich die Bildsprache bei Kindern normalerweise? – Soll man Kindern beim Zeichnen und Malen helfen? – Wie wirken sich bei Kindern Comics als Bildvorlagen aus? – Wie haben sich die Bedingungen des Malwettbewerbs in den Bildern ausgewirkt? – Sind die ausjuriierten Arbeiten schlechter, z.B. weil sie nicht so akkurat gemalt sind oder weil sie Rudi, das Nilpferd, weggelassen haben (Thema verfehlt)? –

Die Ausstellung empfängt den Besucher mit Fragen – sie soll ihn mit neuen Fragen entlassen.

Horst Henschel

## british posters

Als um die Jahrhundertwende hier bei uns in Franken die Brüder Schiestl mit ihren großformatigen Farblithographien auftraten, suchten sie den Spuren ihres verehrten Vorbildes Hans Thoma zu folgen. Wie dieser, so wollten auch sie "Bilder... schaffen, die auch an den Wänden der ärmlichsten Hütte zum Auge und Herzen der Bewohner sprechen sollten." Solchen Bestrebungen war man in England mit den "Fitzroy Pictures" vorausgegangen, "Wandtafeln, welche es bei uns in Deutschland... ihres lehrhaften Inhalts wegen nicht über die Wände der Schulzimmer hinausbrachten, während sie in England durch die geschickte Wahl allgemeinverständlichen Gegenstände... auch in die Kinderstuben Einlaß fanden."

Max Lehrs wies auf diesen Zusammenhang hin, als er 1896 im Dresdner Königlichen Kupferstichkabinett eine "Ausstellung künstlerischer Plakate" und damit wohl die erste Plakatausstellung eines deutschen Museums überhaupt veranstaltete. Keine Frage, daß die Dresdner Ausstellung selbst ge-

schmackserzieherische Ziele verfolgte: der Künstlerschaft sollte vor Augen gestellt werden, "daß es mit dem Ernst und der Würde der Kunst wohl vereinbar sein, Bilder für die Straße zu schaffen und so gewissermaßen zu einer Gemäldegalerie des armen Mannes beizutragen", die Firmen andererseits sollten ermutigt werden, "sich von wirklichen *Künstlern* Plakate entwerfen zu lassen."

Ein Ausstellungsunternehmen wie das Dresdner und die es begleitenden programmatischen Äußerungen waren Ausdruck von allenthalben in Europa sich regenden Bestrebungen, mit Hilfe der angewandten Kunst nicht nur ästhetische, vielmehr alle Lebensbereiche durchwirkende Reformkräfte freizusetzen. Nachhaltige Anstöße zur Bildung und Verbreitung dieser Reformbewegung waren von Großbritannien ausgegangen, von Künstlern um William Morris und Walter Crane oder von Theoretikern wie dem Architekten Charles Lock Eastlake. Und häufiger als in anderen Ländern blieben die Forderungen der englischen

Kunstgewerbereformer vernünftig, in Übereinstimmung mit den Erfordernissen des Publikums, der Auftraggeber oder der Gattung. So lesen wir 1895 in "Picture Posters" von Charles Hiatt, dem ersten in Großbritannien erschienenen Buch über die aktuelle künstlerische Plakatproduktion: "The artist is the servant of the tradesman. His first business is not to achieve a decoration, but to call the attention of the man in the street to the merits of an article. He may be fantastic only in so far as his fantasy assists the advertisement; he must ever keep before his eyes the narrow object of his effort."

Unter solchen Voraussetzungen konnte in Großbritannien eine Plakatkunst entstehen, welche in Teilen eigenständiger und effektiver war, als die Plakatgraphik der benachbarten Länder. Für die Frühzeit darf in diesem Zusammenhang auf die Plakate der Beggarstaff Brothers (eigentl. William Nicholson und James Pryde) hingewiesen werden; ihre Kakao-Werbung (Nr. 5) sowie ihr Theaterplakat "Don Quixote" (Nr. 87), beide aus dem Jahre 1895 (das letzte in einem Nachdruck des Jahres 1974 ausgestellt), zeigen die vom Plakat zu fordernde Reduzierung und Vereinfachung von Bild und Text in extremer Weise und das zugleich mit höchst elegantem dekorativen Effekt. Als einmalig in Stil und Wir-

kung dürfen auch die Arbeiten von Aubrey Beardsley angesprochen werden, eine eigenständige Verbindung von ostasiatischem Einfluß mit älteren Traditionen der englischen Karikatur. Beardsley's 1894 angeschlagen gewesene Plakatanzeige für die Zeitschrift "The Yellow Book" (Nr. 4) zählt zu den liebenswürdigsten Schöpfungen dieses Künstlers. Ein zweites von Beardsley stammendes Stück ist bedauerlicherweise nur im Katalog (Nr. 6) abgebildet; es zeigt eine Mädchenfigur in jener für den Künstler charakteristischen provozierenden Stilisierung, die noch als Ausgangspunkt für die abwegigen, wenn auch flacheren, Erotismen eines Allen Jones dienen konnte. Einer zweiten Gruppe eigenständiger angelsächsischer Prägung begegnen wir um das Jahr 1930 in Frank Newbold (Nr. 45), Fred Taylor (Nr. 49) und Adrian Stokes (Nr. 53). Was die Künstler auszeichnet, ist eine besondere Art der Farbwahl, die wir ähnlich bei den Beggarstaff Brothers vorgebildet finden: in ein und demselben Entwurf benutzen sie benachbarte, nur durch Nuancen unterschiedene Farbtöne und gleichzeitig Farben von extremer Gegensätzlichkeit. Meist sind ihre Farbflächen ohne trennende Konturen gegeneinandergesetzt und erzeugen damit einen Eindruck sowohl von Simplizität wie auch von Kostbarkeit – ein Eindruck wie man ihn ähnlich ambivalent vor den Farbharmenien Adam'scher Innen-



räume empfangen kann. Was Beispiele für den direkten werbenden Zugriff betrifft, so darf vor allem William Little's Unfallverhütungspakat von 1946 (Nr. 61) erwähnt werden, welches, außer der Wortbotschaft, lediglich eine frontal gesehene weibliche Viertelfigur mit Witwenschleier und eindringlichem, ängstlich-verstörten Blick zeigt – ein Plakat, welches zum Zeitpunkt seines Erscheinens von der britischen Presse als zu schockierend abgelehnt wurde.

Schreyl

Die Ausstellung "British Posters" wird vom 20. November 1981 – 10. Januar 1982 im Ausstellungsanbau des Albrecht Dürer Hauses gezeigt. Zusammengestellt wurde sie vom British Council. Etwa 90 Plakate aus der Zeit von 1890 bis 1978 sind zu sehen. Ein mit 12 Abbildungen ausgestatteter Katalog ist während der Dauer der Ausstellung zum Preise von DM 2,— an der Museumskasse erhältlich.

Der Beitrag Nürnbergs zum Neuen Bauen

## Nürnberg 1930

Ausstellung des Centrum Industriekultur in der Norishalle

Vereinfachungen sind das Alltagsbrot der öffentlichen Meinung. Sie führen komplexe Verhältnisse auf einen leicht begreifbaren Kern zurück und fördern die Gewöhnung. So besteht zum Beispiel die stereotype Auffassung, daß in Nürnberg in diesem Jahrhundert nichts anderes gebaut worden sei als jene Monumental-Architektur, die das nationalsozialistische Regime zu seiner Selbstfeier errichtet hat. Zwar kann man sagen, daß hin und wieder das eine oder andere Bauwerk außerhalb dieses verhängnisvollen Zirkels beachtet worden ist, aber zu einem bleibenden Gewicht gegenüber der brutalen Masse Stein, die zwischen 1934 und 1944 am Rande der Stadt aufgetürmt

worden ist, konnten diese Wahrnehmungen nicht werden. Hartnäckig besetzten jene zyklischen Formen das Gedächtnis und lassen für anderes keinen Platz. Dem ersten Unrecht, das man der Stadt antat, als man ihr diese fremde Architektur aufzwang, gesellt sich nun ein zweites zu, indem man sie ständig mit diesen Dingen identifiziert.

Dergleichen Konfrontationen haben eine legitime Ausgangsebene in einer Stadt, die durch ihre Geschichte fast zu einem Synonym für Tradition geworden ist. Unerbittlich wird Nürnberg immer wieder daran erinnert, daß es ein historischer Ort zu sein hat, von dem erwartet wird, daß er dieser Ver-

pflichtung stets nachkommt. Größe und wirtschaftliche Bedeutung verhindern es jedoch, daß die Stadt sich ganz auf ihre Vergangenheit zurückziehen kann. Was kleinere Städte vergleichsweise mühelos tun können – nämlich sich in toto als Museum anbieten – ist Nürnberg verwehrt. Von flüchtigen Besuchern wird sicherlich zu wenig wahrgenommen, daß es neben der berühmten Altstadt eine beträchtliche Anzahl von Vorstädten gibt, die ein durchaus eigenes Leben führen und dadurch auch so etwas wie Traditionen aufgebaut haben. Allerdings sind sie von ganz anderem Charakter als jene, die man gern mit Nürnberg in Verbindung bringt. Nürnberg ist auch – und das