



TECHNOSEUM

Landesmuseum
für Technik und Arbeit
in Mannheim

Waren-Werte

Plakate aus 75 Jahren Mannheimer Stadtreklame GmbH

Eine Ausstellung des Landesmuseums

15. Oktober 1998 bis 14. Februar 1999

„Ein Plakat soll ein Blick-Fang sein und kein Auskunftsbüro.“ Dieser Grundsatz der Werbewirtschaft aus dem Jahre 1958 ordnet das Medium „Plakat“ seinem wahren wirtschaftlichen Zwecke zu: Aufmerksamkeit erregen, Kunden „fangen“, Absatz und Umsatz steigern. „Plaktiv“ in Aussage und Gestaltung zu sein, war deshalb ein Lob, das Werbetextern und Grafikern zukam, wenn sie wieder einmal eine Botschaft auf das Wesentliche reduziert und überzeugend in ein Bildmotiv übersetzt hatten.

In der Rückschau auf Plakate, die die Mannheimer Stadtreklame im Laufe ihrer 75-jährigen Geschichte an Litfass-Säulen oder Großflächenwände geklebt hat oder hätte kleben können, stellt sich jedoch heraus, dass jedes Plakat mit zunehmendem Alter doch zu einem „Auskunftsbüro“ wird. Der Rundgang durch die Zusammenstellung von etwa 100 Plakaten, die hauptsächlich aus den Beständen des Stadtarchivs Mannheim und des Landesmuseums stammen, ermöglicht deshalb eine kursorische Zeitreise durch die deutsche Geschichte und Mannheims Vergangenheit seit jenen Tagen, als das Plakatanschlagwesen in den Eigenbetrieb der Stadt überging.

Literatur

Horst Steffens, „Ein Plakat soll ein Blickfang sein...“ Vom wahren Wert der „Waren-Werte“ oder: Historische Plakate als Auskunftsbüro, in: Badische Heimat. Zeitschrift für Landes- und Volkskunde, Natur-, Umwelt- und Denkmalschutz 4/1998, S. 518-522

Projektleitung

Dr. Horst Steffens

Gestaltung

Walter Branner, Heike Morath (Landesmuseum)