

**B KULTURWISSENSCHAFTEN**

**BE SCHÖNE KÜNSTE**

**BEC Graphik**

**Plakat**

**Jugendstil**

**Frau <Motiv>**

**AUSSTELLUNGSKATALOG**

- 24-4** *Plakatfrauen. Frauenplakate* : [... anlässlich der Ausstellung Plakatfrauen. Frauenplakate, 11. Oktober 2024 bis 16. Februar 2025] / hrsg. von Peter Forster für das Museum Wiesbaden. - Berlin : Deutscher Kunstverlag, 2024. - 126 S. : zahlr. Ill. ; 26 cm. - (Jugendstil ; 1). - ISBN 978-3-422-80259-9 : EUR 28.00  
[#9374]

Der Katalog dokumentiert die gleichnamige Ausstellung, die vom 11. Oktober 2024 bis zum 16. Februar 2025 im Museum Wiesbaden zu sehen war. Die Publikation begründet gleichzeitig die Schriftenreihe **Jugendstil!** Der 2020 verstorbene Kunsthändler, -sammler und Mäzen Ferdinand Wolfgang Neess besaß die größte Privatsammlung mit Jugendstil-Artefakten in Europa, die er, abgesehen von einigen wenigen Dauerleihgaben, im Jahr 2017 dem Museum Wiesbaden geschenkt hat. Allerdings standen Jugendstilplakate nicht im Zentrum seiner Sammelleidenschaft.

Neben den rund 75 Abbildungen enthält der Katalog fünf Textbeiträge:<sup>1</sup> eine knappe Einführung in die Ausstellung, zwei Interviews mit begrenztem Erkenntnisgewinn, die der Kurator Peter Forster mit der Mäzenenwitwe Danielle Neess und dem Privatsammler und Hauptleihgeber Maximilian Karagöz geführt hat, einen längeren Essay von Petra Eisele, Ko-Kuratorin und Fachfrau für die Geschichte der Frauendesignerinnen, mit der Überschrift „*Oho, eine Dame*“ : *Frauen gestalten Plakate vom Künstlerinnenplakat zum Reklameplakat* (S. 22 - 59) und einen Beitrag von Peter Forster *Der männliche Blick - Eindeutig! : Jugendstil unter Strom* (S. 62 - 123).

Petra Eisele schildert in ihrem sehr lesenswerten Beitrag die Schwierigkeiten, die Plakatgestalterinnen im 19. und frühen 20. Jahrhundert überwinden mußten, um sich in einem von Männern beherrschten Metier einen Namen machen zu können. Bis zum Ende des Kaiserreiches konnten sie kein Studium an einer staatlichen Kunstakademie aufnehmen, sondern waren auf die Ausbildung an Kunstgewerbeschulen angewiesen. Alternativ erhielten

---

<sup>1</sup> Inhaltsverzeichnis: <https://d-nb.info/1326778536/04>

sie Privatunterricht bei einem Künstler, sofern sie den entsprechenden finanziellen Hintergrund des Elternhauses besaßen. Trotzdem gelang es immer wieder einzelnen Frauen, herausragende Plakate zu entwerfen, an Plakatwettbewerben teilzunehmen oder in Ausstellungen vertreten zu sein. Dennoch blieben sie eine extrem kleine Minderheit, wie ein Zahlenbeispiel zeigt: Auf der Berliner Plakatausstellung AUGUR im Jahr 1908 waren unter 250 Ausstellern gerade einmal drei Frauen, also rund ein Prozent. (S. 26) Petra Eisele stellt einige dieser frühen und heute völlig unbekanntem Plakatgestalterinnen mit biographischen Daten und von ihnen geschaffenen Objekten schlaglichtartig vor und entreißt sie damit dem Vergessen – ein generelles Verdienst ihrer Forschungsarbeit wie dieses Beitrages.

Was die beiden thematischen Artikel dominiert, ist ein zu einseitiger feministischer Blickwinkel, der sich allein an den bürgerlichen Frauen orientiert. Petra Eisele schreibt: „Frauen sollten sich entsprechend den Rollenvorstellungen der damaligen Zeit im häuslichen Bereich betätigen. [...] Aufgrund der ihnen zugewiesenen ‚natürlichen Geschlechtseigenschaften‘ wie Tugend, Sittsamkeit und Fleiß bestand die ihnen zugedachte Rolle in der der Ehefrau und Mutter“ (S. 23). Dies übersieht völlig, daß Millionen Arbeiterinnen, in der Fabrik wie auf dem Land, zum Familieneinkommen durch Arbeit beitragen mußten, ob sie wollten oder nicht. Gesteigert wird diese einseitige Wahrnehmung in dem Beitrag von Peter Forster, in dem er das Fahrrad als Emanzipationsbeschleuniger feiert: es „versprach Freiheit, Aufbruch und den Weg in die Selbstbestimmung“ (S. 78). Während sicher die eine oder andere Proletarierin auch einmal auf dem Rad unterwegs war, konnte keine arbeitende Frau den Freizeitsport als Freiheitsgewinn für sich verbuchen: „Insbesondere bei den neuen modernen Sportarten aus dem angloamerikanischen Raum wie Tennis und Golf spielten Frauen mit und entwickelten ein neues Selbstverständnis für ihren Körper“ (S. 81). In diesem Fall hätte der Leser gerne erfahren, in welchem Promillebereich der Gesellschaft die golfspielenden Frauen im Kaiserreich und in der Weimarer Republik rangierten. Hier wird die soziale Realität völlig ausgeblendet, weil sie nicht ins Argumentationskorsett paßt.

In den Aufsatz von Peter Forster ist ein knapper Exkurs (S. 111 - 113) über Ludwig Hohlwein eingebettet, einen der berühmtesten deutschen Plakatkünstler überhaupt, ein geborener Wiesbadener noch dazu und ein Nationalsozialist der ersten Stunde, was man beim Betrachten seiner Meisterwerke stets im Hinterkopf behalten sollte.

Zum Schluß natürlich ein Wort über die Plakate; ob die Definition, sie fungierten „innerhalb der urbanen Öffentlichkeit als Kommunikationsmittel und diene[n] dem wirtschaftlichen Konkurrenzkampf ebenso wie der Kunsterziehung“ (S. 117) einer Überprüfung standhält, mag dahingestellt sein. Sollten kommerzielle Produktwerbung und Kunsterziehung wirklich in einem Atemzug gleichberechtigt als Motive genannt werden? - Der Katalog lebt in erster Line von den oft ganzseitigen Abbildungen, deren ästhetische Aura bis heute nicht an Wirkmächtigkeit eingebüßt hat. Davon wird sich jeder Leser des ansprechend gestalteten Bandes leicht überzeugen lassen.

Bernd Braun

## QUELLE

Informationsmittel (IFB) : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft

<http://www.informationsmittel-fuer-bibliotheken.de/>

<http://informationsmittel-fuer-bibliotheken.de/showfile.php?id=12917>

<http://www.informationsmittel-fuer-bibliotheken.de/showfile.php?id=12917>