Zeitschrift: Pestalozzi-Kalender
Herausgeber: Pro Juventute
Band: 62 (1969)
Heft: [1]: Schülerinnen

Artikel: Ein Plakat entsteht
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-989394

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

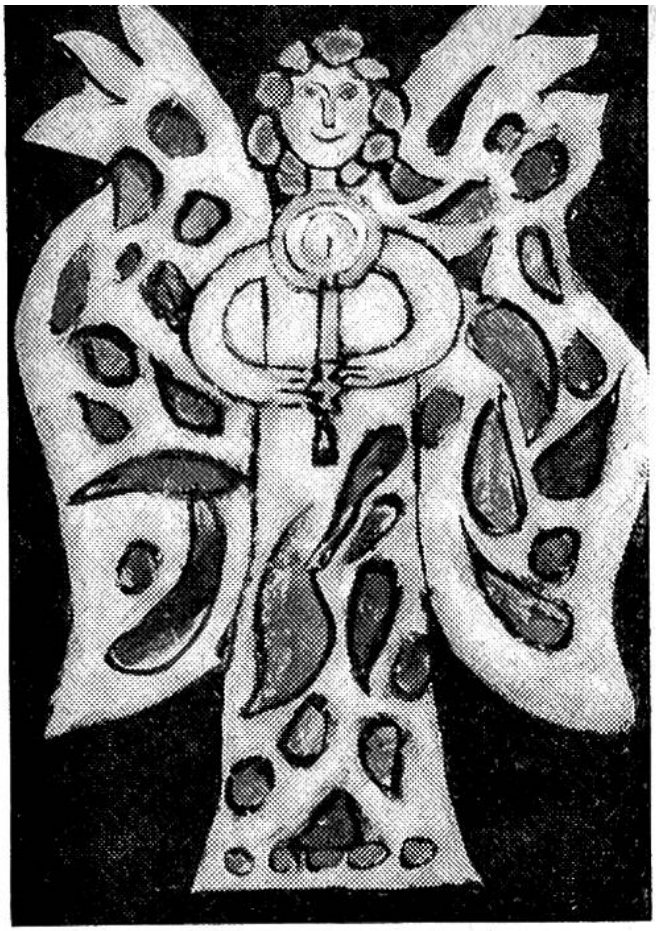
coop

Ein Plakat entsteht

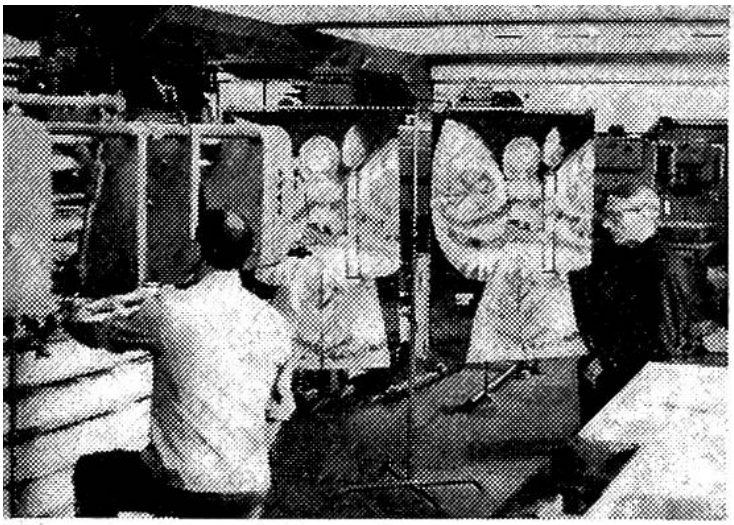
Plakate gehören zum modernen Strassenbild, wie Autos, Verkehrstafeln und Schaufenster. Wir haben uns an sie gewöhnt und ziehen eilig an ihnen vorbei: an den Säulen, Telephonhäuschen, Bauwänden und in den Bahnhöfen. Fast scheint es, als würden wir sie überhaupt nicht beachten, und doch: an manchem Konzert- oder Theaterbesuch, an etwelchem Kauf oder Geschenk war vielleicht gerade ein Plakat «schuld».
Hinter der Herstellung eines Plakates steckt viel Mühe, Geduld, Sorgfalt, fachliches Wissen und natürlich auch Phantasie. Sie ist ein Gemeinschaftswerk von Spezialisten: Grafiker, Werbeberater, Drucker, Reproduktionsphotograph, Photolithograph, Retoucheur, Papierlieferant und Farbhersteller.
Bevor mit der Produktion eines Plakates begonnen werden kann, muss eine Idee vorhanden sein. Die Gestaltung ist der eigentliche Bereich des Grafikers. Trotz gewisser Einschränkungen von seiten des Auftraggebers bleibt dem Grafiker genügend gestalterische Freiheit, seiner Phantasie freien Lauf zu lassen. Dabei achtet er auf möglichst grosszügige Flächenaufteilung und möglichst wenig Text, um die Wirksamkeit des Plakates zu erhöhen, muss doch die Werbebotschaft von den eiligen Passanten und Autofahrern in Sekundenschnelle wahrgenommen werden.
Ist die Idee einmal gefunden, so bringt sie der Grafiker in einer oder verschiedenen Varianten zu Blatt. Den besten Entwurf auszuwählen ist Sache des Auftraggebers, des Werbeberaters, oft auch einer Jury. Mit Feder, Pinsel und Schere, mit Tusche, Plakatfarben und Deckweiss erstellt der Grafiker die Reinzeichnung.
Im Gegensatz zum Kunstmaler ist der Grafiker auf die originalgetreue Wiedergabe seines Werkes angewiesen: auf die Reproduktion. Seine Arbeit ist ja dazu da, vervielfältigt zu werden.

Der 1914 in Basel geborene Schweizer Grafiker Walter Grieder bei der Arbeit.

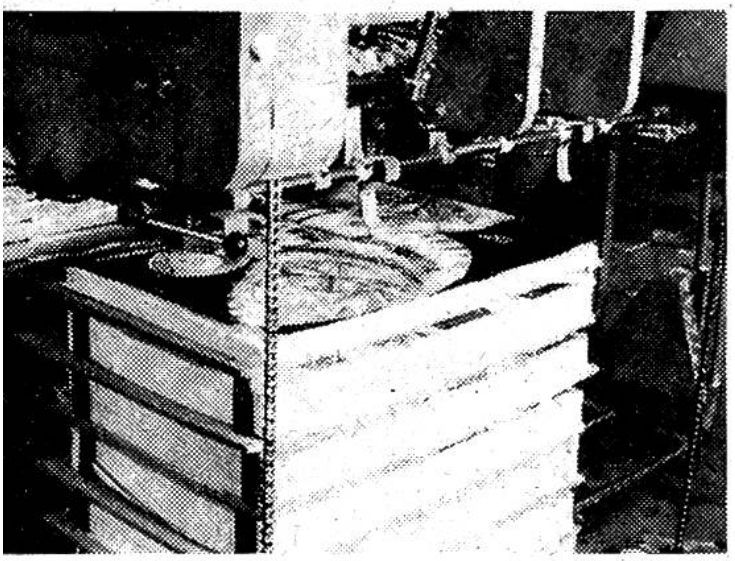
Deshalb ist die Frage nach dem geeignetsten Reproduktionsverfahren für ihn entscheidend. Welche Probleme mit der Reproduktion verbunden sein können, ermisst man erst richtig, wenn man weiss, dass die oft zehn, fünfzehn und mehr Farbtöne einer Vorlage mit nur vier Grundfarben gedruckt werden müssen: Blau, Rot, Gelb und Schwarz. Die übrigen Tonwerte werden durch die Mischung dieser Grundfarben erreicht. Sicher wisst ihr, dass zum Beispiel die Mischung von Gelb und Blau Grün ergibt, die Mischung von Blau und Rot gibt Violett usw. Mit Hilfe einer Reprokamera zerlegt der Reproduktionsphotograph die Vorlage als erstes fein säuberlich in die einzelnen Druckfarben und in kleine, vom Auge fast unsichtbare Rasterpunkte. Das photographische Endprodukt dieser ersten Phase gibt der Reproduktionsphotograph an den Photolithographen weiter. Der Photolithograph ist ein Perfektionist. Er besorgt die Feinkorrektur. Jede Farbe erhält ihre eigene Druckplatte und ihren



Plakate oder Kunstgemälde? Diese vier Weihnachtsplakate, die der Grafiker Walter Grieder für Coop (Verband Schweizerischer Konsumvereine) geschaffen hat, machen die Beantwortung dieser Frage nicht leicht.



Mit kritischen Augen überwacht der Grafiker den Druck seines Plakates.



Wo werden diese sorgsam gestapelten Plakate landen, im turbulenten Getriebe der Zürcher Bahnhofstrasse oder in einem stillen Weilerbahnhof im Oberwallis?

genauen Platz in der Reihenfolge. Farbe vermählt sich mit Farbe. Immer näher rückt der gewünschte Farbton. Schliesslich folgt der letzte «Streich»: die Reprokamera vergrössert auf Weltformat. Das Weltformat ist eine Plakat-Normgrösse von 90,5 × 128 cm, die aber trotz des Namens nur in der Schweiz gilt.
Grundsätzlich unterscheiden wir bei den Druckarten Hochdruck (Buchdruck), Tiefdruck und Flachdruck. Wie bereits die Namen andeuten, ist die Lage der Farbdruckstellen massgebend; beim Hochdruck liegen sie leicht erhöht, beim Tiefdruck vertieft und beim Flachdruck auf ebener Fläche. Für den Druck von Plakaten ist der Flachdruck der gebräuchlichste. Der Linolschnitt, der uns vom Basteln her bekannt ist, wird heute nur noch selten für Plakate verwendet. Ein anderes Ver-

Der Afficheur ist ein wichtiger Mann. Die Lebensdauer des Plakates hängt nicht zuletzt von seinem Feingefühl im Umgang mit Papier, Kleister, Bürste und Wand ab.

fahren, das mehr und mehr aufkommt, ist der Siebdruck, bei welchem die Farbe durch eine gespannte Seidengaze auf das darunterliegende Papier gepresst wird.
Ein früher beliebtes Verfahren zur Herstellung von Plakaten war der Steindruck, der zur Familie des Flachdrucks gehört. Heute wird er höchstens noch als Liebhaberei betrieben, denn seine Möglichkeiten sind beschränkt, ebenso die Auflagezahl. Berühmtester «Nachfolger» des Steindrucks ist der Offsetdruck, der auf dem Prinzip des gegenseitigen Abstossens von Wasser und Fett beruht. Viele Plakate werden heute in diesem Verfahren hergestellt. Der technische Ablauf lässt sich – etwas vereinfacht dargestellt – folgendermassen schildern: die bereits erwähnten Photolithos werden auf Offsetplatten kopiert, für

jede Farbe eine Metallplatte. Nach allfälligen letzten Tonkorrekturen werden die Platten auf Zylinder gespannt. Im Unterschied zum Buch- oder Tiefdruck wird beim Offsetdruck die Farbe zunächst auf eine Gummiwalze übertragen und erst dann auf das Papier. Es handelt sich hier also um einen indirekten Druck.

Die Lebensdauer eines Plakates hängt von der Farbe und vom Papier ab. Die Unbill der Witterung, die Licht- und Sonnenstrahlen üben eine zerstörende Kraft auf jedes Plakat aus. Deshalb ist die Lichtbeständigkeit oder die Lichtechtheit der Druckfarben und die Qualität des Papiers von grösster Wichtigkeit. Eine andere Naturgewalt, der allerdings kein Kraut (beziehungsweise keine Farbe und kein Papier) gewachsen ist, ist das Gekritzel von übermütigen und übereifrigen Buben- und Erwachsenenhänden!

Dauernd lichtechte Druckfarben gibt es nicht, sondern nur Farben, deren Lichtbeständigkeit mehr oder weniger gross ist. Unter Lichtechtheit verstehen wir bei Drucken, die im graphischen Druckverfahren hergestellt werden, die Widerstandsfähigkeit gegen die Einwirkung des Tageslichtes – ohne die zusätzlichen Attacken durch Wind und Wetter. Es ist also die Aufgabe des Farbenspezialisten, die Farbbrillanz des ersten Tages möglichst lange zu erhalten. Sein Können zeigt sich in der Wahl der Farbstoffe und in ihrem chemischen Aufbau.

Nun ist es soweit: das Plakat ist geboren. Hundert- oder tausendfach hängt es in Strassen und Bahnhöfen. Die Menschen eilen vorüber – scheinbar ohne es zu beachten, und doch heitert es durch seinen Farben- und Ideenreichtum, durch seinen Witz und Humor unseren grauen Alltag oft auf. Ohne falsch verstandenen Patriotismus dürfen wir sagen, dass sich die Schweizer Plakatkunst weltweiter Anerkennung erfreut. Alljährlich prämiiert das Eidgenössische Departement des Innern die dreissig besten Plakate und ermuntert damit das graphische Gewerbe unseres Landes zu immer besseren Leistungen. Ro