

Museum Folkwang

Die Reihe monografischer Kataloge des Deutschen Plakat Museums im Museum Folkwang 2010/2011

In Vorbereitung der Ausstellungen des Deutschen Plakat Museums im Museum Folkwang ging es auch um die Frage der traditionellen Beziehungen zwischen freier und angewandter Kunst bei der Museums-konzeption von Karl Ernst Osthaus (1874–1921), dem Begründer des Museum Folkwang (gegr. 1902).

Besonders in der Gründung des Deutschen Museums für Kunst in Handel und Gewerbe (1909–1922) stellt sich diese Beziehung deutlich dar. Osthaus legte in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Werkbund (gegr. 1907) eine Mustersammlung an, die dann für die Zusammenstellung von Wanderausstellungen diente. Zweck dieser Ausstellungen war die Erweiterung des Wirkungskreises der Ziele des Museum Folkwang¹ durch die Präsentation vorbildhaft gestalteter Drucksachen und Produkte. In diesem Zusammenhang entstand auch eine Plakatsammlung. Nach dem Tod von Osthaus wurden die Bestände des Museum Folkwang nach Essen verkauft, wo sie mit der Sammlung des städtischen Kunstmuseums zusammengeführt wurde. Die Bestände des Deutschen Museums für Kunst in Handel und Gewerbe wurden 1923 an das Kaiser Wilhelm Museum in Krefeld verkauft, wo sie sich noch heute befinden.² Außer der Sammlung selbst sind nur wenige Publikationen überkommen, die wichtigste ist die Reihe der Monographien deutscher Reklamekünstler.³

Als das Deutsche Plakat Museum mit seiner Gründung im Jahre 1974 dem Museum Folkwang assoziiert wurde, begann die Rückkehr eines lange nicht vorhandenen Sammlungsbereiches, das der Plakate. Aber erst mit der räumlichen Nähe konnte diese Verbindung auch wieder inhaltlich entwickelt werden. Was lag also näher, als sich der Tradition zu versichern und der publizistischen Hinterlassenschaft zu folgen und sie in gewisser Weise auch fortzusetzen.

Die Idee, im Rahmen von thematischen – oder auch Einzelausstellungen jeweils monografische Kataloge zu erarbeiten, wurde geboren. Auch die Arbeitsweise wurde – in adaptierter Form – von Osthaus übernommen. Die Gestalter selbst wurden über das Vorhaben informiert, wurden einbezogen in die Ausrichtung der Ausstellung und in die Auswahl der Plakate für Katalog und Präsentation. So wurden die Kataloge – wie bei Osthaus – nicht nur Ergebnis kuratorischer Arbeit sondern auch Spiegel der Intentionen der jeweiligen Gestalter selbst, was sie über den Anlass der Ausstellung hinaus durchaus als ein besonderes Zeugnis erscheinen lässt. Bisher konnten sechs Kataloge auf diese Weise erarbeitet werden (s.u.). In loser Folge sollen weitere Bände erscheinen.

¹ siehe dazu: Museum Folkwang (Hrsg.): „Das schönste Museum der Welt“ Museum Folkwang bis 1933, Essen/Göttingen, 2010

² siehe dazu: Kaiser Wilhelm Museum Krefeld; Karl Ernst Osthaus-Museum der Stadt Hagen (Hrsg.): Deutsches Museum für Kunst in Handel und Gewerbe 1909 – 1919, Gent 1997

³ Deutsches Museum für Kunst in Handel und Gewerbe Hagen (Hrsg.): Monographien deutscher Reklamekünstler:

Heft 1 u. 2: Clara und Fritz Hellmut **Ehmcke**, 1911

Heft 3: Julius **Klinger**, 1912

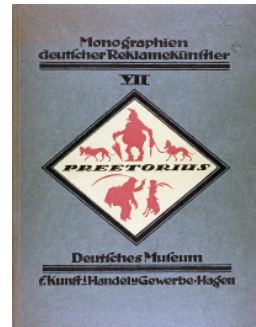
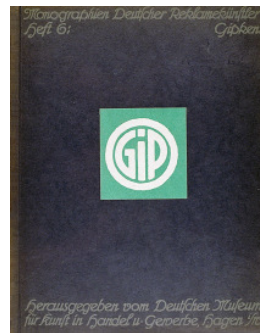
Heft 4: Lucian **Bernhard**, 1913

Heft 5: Peter **Behrens**, 1914

Heft 6: Julius **Gipkens**, 1912

Heft 7: Emil **Preetorius**, 1914

geplante Monographien zu: Ernst **Deutsch**, Josef **Hoffmann**, Koloman **Moser** und Berthold **Löffler**



Deutsches Plakat Museum im Museum Folkwang (Hrsg.):

1. Raumeroberungen – Plakatgestaltung von Günther Kieser, 2010
2. Raumeroberungen – Plakatgestaltung von Holger Matthies, 2010
3. Raumeroberungen – Plakatgestaltung von Gunter Rambow, 2010
4. Punktum – Plakatgestaltung von Uwe Loesch, 2010
5. Flächen, die die Welt bedeuten – Theaterplakate von Frieder Grindler, 2011
6. Flächen, die die Welt bedeuten – Theaterplakate von Volker Pfüller, 2011

(alle erschienen in der Edition Folkwang / Steidl)

