



## 100 JAHRE PLAKATE SAMMELN IN DER WIENBIBLIOTHEK IM RATHAUS

### PUBLIKATION ZUM JUBILÄUM

**Bernhard Hachleitner, Julia König (Hg.)**

**DAS PLAKAT IN DER STADT**

**100 Jahre Plakatsammlung der Wienbibliothek im Rathaus**

Mit zahlreichen Abbildungen. Klappenbroschur, 256 Seiten

ISBN 9783701735860, EUR 32,00

Erscheint am 18. April 2023 im Residenz Verlag

### FESTAKT & BUCHPRÄSENTATION

**Donnerstag, 27. April 2023, 18.30 Uhr**

Lesesaal der Wienbibliothek im Rathaus

Rathaus, Eingang Lichtenfelsgasse, Stiege 6 (Glaslift), 1. Stock, 1010 Wien

Anmeldung erforderlich unter [www.wienbibliothek.at](http://www.wienbibliothek.at)

*Eine Kooperation mit der Gewista*

### Programm

#### **Begrüßung und Einführung**

Bürgermeister Michael Ludwig

Anita Eichinger, Direktorin der Wienbibliothek im Rathaus

Franz Solta, Geschäftsführer der Gewista

#### **Im Gespräch**

Bernhard Hachleitner, Herausgeber

Julia König, Herausgeberin, Leiterin der Plakatsammlung in der Wienbibliothek im Rathaus

#### **Künstlerische Intervention**

Franzi Kreis, Künstlerin

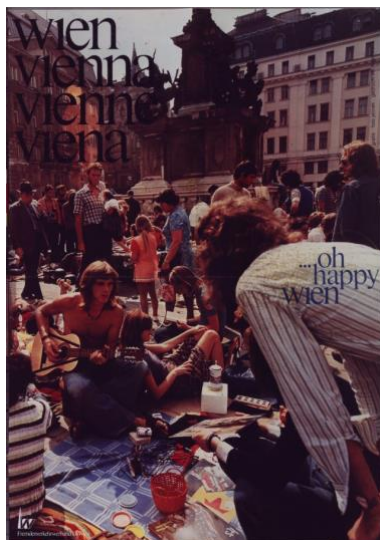
### **PRESSEKONTAKT WIENBIBLIOTHEK IM RATHAUS**

vielseitig ||| Valerie Besl

t: +43 1 522 4459 10, m: +43 664 8339266

[valerie.besl@vielseitig.co.at](mailto:valerie.besl@vielseitig.co.at)

[www.wienbibliothek.at](http://www.wienbibliothek.at)



... oh happy Wien (1975)  
Kindl Grafik, Margret Wenzel-Jelinek  
(Foto)

Gänsehäufel (1935)  
Gewista-Griessler

Worauf freut sich der Wiener wenn er vom Urlaub kommt? Auf Hochquellwasser und Ankerbrot (1950) Donnhofer Werbung, Monogram L



© Wienbibliothek im Rathaus

## 100 JAHRE PLAKATE SAMMELN IN DER WIENBIBLIOTHEK IM RATHAUS

Vor 100 Jahren beschloss die Stadt Wien das systematische Sammeln von Plakaten, heute zählt die Plakatsammlung der Wienbibliothek im Rathaus mit mehr als 400.000 Exemplaren zu einer der weltweit größten. Anlässlich dieses Jubiläums stellt die von Julia König und Bernhard Hachleitner herausgegebene Publikation »Das Plakat in der Stadt« die Wiener Stadtgeschichte im Spiegel des Plakats dar und zeigt dessen Interaktion mit dem Stadtraum. Der Band präsentiert Einblicke in die Geschichte des Sammelns und Bewahrens, eindrucksvolle Beispiele aus den Bereichen Politik-, Produkt- und Kulturplakat zeigen das breite Spektrum des Bestandes der Wienbibliothek und visualisieren ein Jahrhundert Plakatgeschichte.

»Das breite Sammeln über ein Jahrhundert erfolgt stets im Bewusstsein, die politische, gesellschaftliche, soziale und kulturhistorische Situation einer Epoche, insbesondere das Alltagsleben, zu dokumentieren. Gesammelt wird dabei alles, was jemals in Wien affiziert wurde und wird. Diese einzigartige Sammlung spiegelt als ‚Tagebuch der Straße‘ die Veränderungen der Stadt auf den unterschiedlichsten Ebenen wider,« betont Bürgermeister Michael Ludwig.

Einen bedeutenden Teil der Plakatsammlung stellt das Archiv der 1921 gegründeten Gewista, Gemeinde Wien – Städtische Ankündigungsunternehmung dar, das 1975 vollständig übernommen wurde. Bis heute werden die von der Gewista angebrachten Anschläge sowie Affichen von Firmen, Veranstaltungsbetrieben, politischen Parteien, Theatern, Filmverleihen und der freien Kulturszene gesammelt – so wächst die Sammlung jährlich kontinuierlich um rund 7.000 Exemplare. »Diese Kooperation, die in unterschiedlicher Ausprägung nun seit einem Jahrhundert besteht, ist Garant für die Überlieferung und den Erhalt der affizierten Druckerzeugnisse. Als Dokumente ihrer Zeit erweitern sie das Gedächtnis der Stadt maßgeblich«, betont Franz Solta, Geschäftsführer der Gewista.

---

In 100 Jahren Sammeltätigkeit war das Medium Plakat vielen Veränderungen unterworfen: von grafischen Gestaltungsformen über ästhetische Moden bis hin zum Einzug der Digitalisierung, die seit einigen Jahren neue Möglichkeiten der Bewerbung bietet und für die Sammlung neue Wege der Erschließung. So sind bisher rund 200.000 Plakate im Online-Katalog recherchierbar und noch Ende dieses Jahres wird eine Suchmaschine mit Unterstützung von Künstlicher Intelligenz Ähnlichkeitssuchen über die Plakate möglich machen. Die Wienbibliothek im Rathaus macht damit ihre einzigartigen Bestände sichtbar und lädt alle Interessierten ein, sich spielerisch mit den Plakaten auseinanderzusetzen.

### **Plakat und Stadt – eine Interaktion**

In drei Kapiteln widmen sich Beiträge der Publikation den verschiedenen Aspekten der Interaktion zwischen der Stadt und dem Plakat als Quelle und Akteur von Geschichte: Der Abschnitt »Stadtgeschichte im Spiegel des Plakats« beleuchtet das Plakat als stadthistorisches Dokument und seine Funktion als Medium der Massenkommunikation sowie seine verschiedenen Einsatzbereiche von der Produktwerbung bis zum Wahlkampf. Das Kapitel »Sichtbarkeit im öffentlichen Raum« dokumentiert die Auseinandersetzung in den Medien Fotografie, Film und bildende Kunst wie auch den Versuch, mittels Plakatwettbewerb eine »Erziehung« zu besserer grafischer Gestaltung zu erreichen. Der dritte Teil »Plakate Sammeln und Bewahren« ist der Sammlungsgeschichte und den Sammelstrategien der Wienbibliothek im Rathaus sowie anderer öffentlicher Plakatsammlungen – in Wien und international – gewidmet.

Ergänzend illustrieren umfangreiche, thematisch aufgebaute Bildblöcke mittels zahlreicher Beispiele zu Politik, Produktwerbung und Kultur das breite Spektrum der Plakatsammlung der Wienbibliothek im Rathaus und visualisieren ein Jahrhundert Stadt- und Plakatgeschichte.



*Gumpendorfer Kaserne in der Kasernengasse  
(heute Otto-Bauer-Gasse) vor 1902, Foto: August Stauda  
© Wien Museum*

## **DIE GESCHICHTE DES PLAKATE SAMMELNS**

Mit dem Fall der Stadtmauern, dem Bau des von Alleen gesäumten Boulevards und der Errichtung der ersten Ringstraßengebäude gab es plötzlich mehr Freiraum und Baustellenverplankungen. Historische Fotografien dokumentieren eindrücklich den Veränderungsprozess. Kommen anfangs noch vor allem Textplakate zum Einsatz, so sind es in der Folge immer mehr Bildplakate.

Um 1900 gab es in Wien bereits rund 1.700 offizielle Anschlagstellen, während es in Berlin und München nur jeweils rund 700 gab. Einzig Paris bot zu dieser Zeit mit 3.000 Stellen mehr Plakatierungsmöglichkeiten.

### **Die Flut des Merkantilismus oder die Kommerzialisierung des Stadtraums**

Bereits 1909 schreibt Karl Kraus in seinem in der Zeitschrift *Die Fackel* erschienenen Text »Die Welt der Plakate«, dass es vor der Kakophonie auf den Wänden aus den einander überlagernden und übertönenden Bildern, Namen, Satz- und Erzählfetzen »kein Entrinnen« gebe und resümiert: »Die Sintflut des Merkantilismus ist über die Welt hereingebrochen.«

Mit dieser Satire hat Karl Kraus bereits viel noch immer Gültiges über Plakate gesagt. Das »Merkantile« hatte mit der industriellen Produktion von Gebrauchsgütern in den beiden Jahrzehnten vor dem Ersten Weltkrieg breite Bevölkerungsschichten erreicht, Massenkonsum und -kultur im modernen Verständnis vorbereitet. Es waren die Plakate, die die Verfügbarkeit und den Reiz der Waren und modernen Attraktionen in der (großstädtischen) Öffentlichkeit erstmals an »alle« vermittelten, die in der Lage waren, die Botschaften auch zu empfangen. Insbesondere die neuen Bildplakate, auf die Karl Kraus anspielte, brachten eine Art der Kommunikation hervor, die für alle späteren (Werbe)Medien maßgeblich wurde.

### **Der Erste Weltkrieg**

Plakate als Form der politischen Kommunikation waren in den 1920er-Jahren nicht neu, sie waren bis zum Ende der Habsburgermonarchie aber stark beschränkt gewesen. Nach der Aufhebung der Zensur ergoss sich in Wahlkämpfen der Ersten Republik eine wahre Bilderflut über die Stadt. Die Wahlplakate der Parteien waren Ausdruck und Mittel der Zuspitzung der politischen Auseinandersetzung.

---

»Die Kommunikations- und Werbewissenschaft zählt das Plakat zu den Medien der Massenkommunikation, da es sich nicht an individualisierte Empfänger:innen, sondern an ein unbestimmtes Publikum wendet. Mit diesem Anspruch, sich an alle zu wenden, ist auch das Potential verbunden, gesellschaftliche Debatten zu stimulieren«, zeigt sich Bernhard Hachleitner überzeugt. »Die Plakate sprechen auch Bevölkerungsgruppen an, die für andere Medien nicht oder nur schwer erreichbar sind. Sie sind nicht nur Zeugnisse, sie waren auch Akteure der Stadtgeschichte.«

## **Die 1920er-Jahre**

Nach dem Ersten Weltkrieg und mit der neuen sozialdemokratischen Wiener Stadtregierung wurde das Ankündigungswesen im öffentlichen Raum monopolisiert. Der Wiener Gemeinderat beschloss im September 1921 die Gründung des bis heute bestehenden Städtischen Ankündigungsunternehmens Gewista. 1923 erfolgte unter federführender Beteiligung der Gewista mit der Wipag, der Wiener Plakatierungs- und Anzeigen-Gesellschaft mbH, die Gründung einer zweiten Gesellschaft, mit der auch die privat bewirtschafteten Plakatflächen übernommen wurden. Die Wipag war in der Folge für die Plakatierung der Plakatwände und Litfaßsäulen zuständig, die Gewista für die Bespielung der Verkehrsmittel, die vor 1920 noch werbefrei waren. Als Ziele wurden der Schutz des Stadtbildes vor »regelloser Plakatierung« und die professionelle Bewirtschaftung der Flächen im Interesse der städtischen Einnahmen und der Ansprüche der Werbekund:innen propagiert.

Auch in der Zwischenkriegszeit blieb Wien eine Plakatstadt, in der im Vergleich zu anderen Großstädten überproportional viele Plakate affiziert wurden. 1928 wurden in Wien rund 3.000 Plakatwände und 300 Litfaßsäulen bespielt. In der Hauptstadt der Weimarer Republik waren es nur halb so viele. Nach dem gewaltsamen Ende des Roten Wien blieben Gewista und Wipag bestehen, 1938 übernahm die Gewista auch die Aufgaben der Wipag. Was sich ab 1934 änderte, waren die Inhalte der affizierten Plakate, die nun der Zensur unterworfen waren. Politische Propaganda (mit unterschiedlicher Intensität und inhaltlicher Ausrichtung) löste den demokratischen Wettstreit ab. Die Strukturen des Plakatierens überdauerten die politischen Brüche.

## **Nach 1945**

Nach der Befreiung Wiens wurden bereits am 16. April 1945 die ersten Kundmachungen plakatiert. Die ersten Kulturplakate für Theater und Kinos wurden Anfang Mai angebracht und die ersten »Tramwaypickerln« in den Straßenbahnen Anfang Juni. Fünf Jahre später wurde der Höchststand an Plakatflächen vom Anfang der 1930er Jahre bereits übertroffen. Dies lag allerdings auch daran, dass es durch die vielen Kriegsschäden in Wien eine große Anzahl von Baustellenplanken gab.

Zu größeren Neuerungen bei der Plakatwerbung im öffentlichen Raum kam es in den 1970er Jahren: 1974 wurden nach der Errichtung der Fußgängerzone auf der Favoritenstraße neue Werbevitрины aufgestellt und 1977 die U-Bahn Werbung eingeführt. Seit 1992 gibt es die City Lights, die bis heute das Stadtbild dominieren. Als weiteres Werbemedium wurden 2004 330 Rolling Boards mit wechselnden Sujets entlang stark frequentierter Straßenzüge errichtet. Doch auch das klassische Plakat hat weiterhin große Bedeutung und ist im Wiener Straßenraum stark präsent.

---

## **Plakatwertung zur Förderung der künstlerischen und grafischen Erziehung**

Mit der Plakatwertungsaktion versuchte die Stadt Wien von den 1950ern bis in die 1970er-Jahre, »bessere« Plakatgestaltung zu fördern, indem das »künstlerische und graphische Niveau« durch Prämieren und Betrachten »guter« Plakate gehoben würde. Neben der Präsentation auf Plakatwänden in der Stadt konnte das Ergebnis in einer jährlichen Schau der prämierten Plakate bei freiem Eintritt besichtigt werden.

»Die Listen der prämierten Plakate enthalten eine Fülle an Detailinformationen zu den Plakaten, wie die Namen der Grafiker:in, Auftraggeber:in, Druckerei inklusive deren Adressen, die zum Beispiel Rückschlüsse auf Atelier- und Arbeitsgemeinschaften zulassen und die eine reiche Quelle der Wiener Plakatgeschichte darstellen«, so Julia König, Herausgeberin und Leiterin der Plakatsammlung der Wienbibliothek im Rathaus.

Auch wenn die Plakatwertungsaktion und ihr erzieherischer Ansatz längst Geschichte sind, haben Wettbewerbe als Mittel der Selbstdarstellung der Werbebranche nicht ausgedient: Die Gewista beauftragt bis heute eine Jury mit der Auswahl von Plakaten und vergibt Plakatpreise wie den »Großen Österreichischen Plakatpreis« (seit 2001 »Out of Home-Award«).





*So habe ich das Christentum nicht gemeint! (1920) Mihály Biró  
© Wienbibliothek im Rathaus*

### POLITISCHE PLAKATE

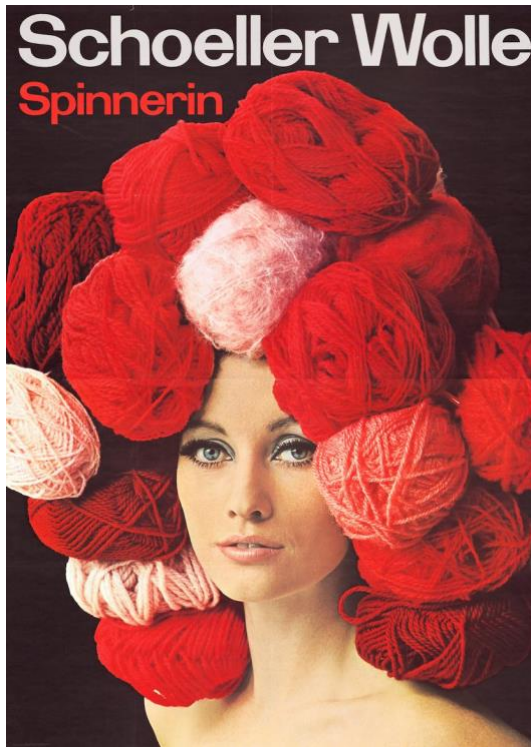
In der Habsburgermonarchie waren politische Plakate durch die Zensur stark reglementiert, weshalb Parteien auf Bilder meist verzichteten und sich auf die Ankündigung von Versammlungen und ähnlichen Veranstaltungen beschränkten. Die Plakate der Ersten Republik waren auf die Sympathisant:innen der jeweiligen Parteien zugeschnitten, häufig mit polarisierenden Botschaften. Durch ihre Präsenz im Stadtraum waren sie Akteure und Zeugnisse einer politischen Zuspitzung, sie zeigten aber auch das Können der Grafiker:innen, mit Bildplakaten Geschichten zu erzählen.

In den Jahren des Austrofaschismus und Nationalsozialismus dienten politische Plakate der Regierungspropaganda, oppositionelle Gruppierungen setzten vermehrt auf kleinformatige Streuzettel, Wahlplakate fehlten. Illegales Plakatieren wurde mit hohen Strafen geahndet.

Mit den freien Wahlen nach 1945 kehrten die Plakate der politischen Parteien wieder. In den ersten Nachkriegsjahren spielten Bezugnahmen auf die jüngste Vergangenheit eine große Rolle. Die aus der Ersten Republik bekannte Polarisierung zwischen den Großparteien war noch nicht verschwunden, der Angriff auf den politischen Gegner geschah häufig mit an die Erste Republik erinnernden Stilmitteln.

Ab den 1950er-Jahren nahmen die Plakate mit thematischen Inhalten zugunsten jener mit den »Köpfen« der Spitzenkandidaten (bis zuletzt seltener: Spitzenkandidatinnen) als Bildinhalte ab. Die gemalten Porträts wurden ab den 1960er-Jahren schrittweise, ab etwa 1970 vollständig von Fotografien abgelöst. Doch auch diese Plakate konnten zum Angriff auf den Gegenkandidaten genutzt werden. So spielte »Ein echter Österreicher« unter dem Porträt von Josef Klaus mit antisemitischem Unterton auf die jüdische Herkunft von dessen Gegenkandidaten Bruno Kreisky an. Insgesamt wurden die diskriminierenden Sujets in dieser Phase aber weniger. Erst seit den 1990er-Jahren prägen Wahlplakate mit diskriminierenden, xenophoben Sujets wieder verstärkt das Stadtbild.

Neben den Parteien tauchten um 1970 mit Bürger:inneninitiativen neue politische Akteur:innen auf, die nicht auf die Plakatwände der professionellen Unternehmen oder die Dreiecksstände der Parteien setzten, sondern kleinere Plakate selbst im Stadtraum affischierten. Diese Plakate der Zivilgesellschaft zielten nicht auf Wahlkämpfe und allgemeine politische Themen ab, sondern thematisierten konkrete Anliegen, oft mit ökologischem Hintergrund, oder den Kampf um kulturelle Freiräume in der Stadt.



*Schoeller Wolle, Spinnerin (1970)  
Jost Wildbolz, Jürg Fausch (Foto)  
© Wienbibliothek im Rathaus*

### PRODUKTPLAKATE

Der größte Teil der Plakate in der Sammlung der Wienbibliothek im Rathaus bewirbt kommerzielle Angebote, Produkte und Dienstleistungen. Anders als die politischen Plakate, die außerhalb der nur alle paar Jahre stattfindenden Wahlkämpfe geringe Bedeutung haben, ist kommerzielle Werbung immer präsent.

Innerhalb eines Jahrhunderts haben sich nicht nur die Inhalte, sondern vor allem die Mittel der grafischen Gestaltung der Plakate, die Produktion von Papier und der Druckvorgang stark verändert. Gemalte Entwürfe wurden ab den 1950er-Jahren immer mehr von Fotografien und Fotomontagen abgelöst. Die Plakate für den Außenraum wurden sukzessive größer.

Dominierten in den 1950er-Jahren Anschläge in der Größenordnung von DIN A0, so erreichen die Plakate ab den 1960er-Jahren ein Vielfaches dieser Größe. Grund dafür ist vor allem die Massenmotorisierung: Nicht mehr an die Fußgänger:innen, sondern an die Autofahrenden richten sich die Botschaften. Gleichzeitig diversifizierten sich die Werbemittel für den innerstädtischen Raum, technische Neuerungen wie zum Beispiel die City Lights kamen dazu.

Aber auch die Palette der beworbenen Produkte selbst verweist auf technische, ökonomische und gesellschaftliche Veränderungen. In den 1950er-Jahren zeugt die Bewerbung von Kühlschränken und anderen elektrischen Haushaltsgeräten von der Technisierung der Haushalte. Ab den 1960er-Jahren boomt die Autowerbung, in den 1980ern kommen Personal Computer, Schnurlostelefone und wenig später Mobiltelefone dazu. Vor allem die neuen elektronischen Geräte und die damit verbundenen Netzanbieter spielen seit den 1990er-Jahren eine große Rolle in der Plakatlandschaft.





*Ekstase (1933) Anton Ziegler  
© Wienbibliothek im Rathaus*

## KULTURPLAKATE

Im Kapitel zu den Kulturplakaten liegt der Schwerpunkt auf den Themen Film, Ausstellungen, Konzerte, Theater, Radio, Fernsehen und Veranstaltungen der unterschiedlichsten Art.

Kino und Plakat sind zwei zentrale Bildmedien der Moderne, die seit dem frühen 20. Jahrhundert eng miteinander verbunden sind. Die

gemalten Sujets der Filmplakate sorgten vor allem in den 1920er- und 30er-Jahren für Aufsehen und waren Blickfänger und Objekte von Zensurbestrebungen, die oft eine angeblich zu freizügige Darstellung (fast) nackter Frauenkörper zum Ziel hatten. Ein besonderes Genre bilden die Plakate von Kunstausstellungen, die fast immer zumindest ein Sujet aus dem jeweiligen Œuvre verwenden. Bei den Theaterplakaten reicht die Spannbreite von einfachen Programmaushängen bis zu künstlerisch aufwändig gestalteten Werken.

Mit der Etablierung von Privatsendern in den 1990er-Jahren tauchten auch auf den Plakatwänden neue Akteure auf, auf die wiederum von den öffentlich-rechtlichen Sendern reagiert wurde. Während viele dieser Sujets großformatig affiziert wurden, sind die Plakate für Popkonzerte und ähnliche Veranstaltungen kleiner und vergleichsweise billig, werden im Freien oder auch in Innenräumen angebracht, und entziehen sich oftmals den Strukturen der großen Plakatierungsunternehmen.

---

## PUBLIKATION

**Bernhard Hachleitner, Julia König (Hg.)**

**DAS PLAKAT IN DER STADT**

**100 Jahre Plakatsammlung der Wienbibliothek im Rathaus**

Mit zahlreichen Abbildungen. Klappenbroschur, 256 Seiten

ISBN 9783701735860, EUR 32,00

Erscheint am 18.04.2023 im Residenz Verlag

### BEITRÄGE:

#### **Stadtgeschichte im Spiegel des Plakats**

Bernhard Hachleitner und Werner Michael Schwarz: *Botschaften an Alle! Plakate und ihre Wirkung im Stadtraum*

Christian Maryška: *Versuch der Erregung öffentlicher Aufmerksamkeit. Wie kommt das Plakat in die Stadt?*

Franz J. Gangelmayer: *Zensur am Plakat. Von skandalösen und skandalisierten Plakaten*

Rudolf Hübl: *Plakate in Freiräumen. Wildplakatieren. Akteur:innen und Strukturen eines Gewerbes in Grauzonen*

#### **Sichtbarkeit im öffentlichen Raum**

Susanne Winkler: *Linien, Fluchtpunkte und kleine Geschichten. Plakate in der Stadtfotografie*

Vrääth Öhner: *Die Wände unseres Lebens. Plakate in Wien-Spielfilmen*

Julia König: *Plakatwertung zur Förderung der künstlerischen und graphischen Erziehung*

Julius Deutschbauer: *Der Papierene*

Otto Mittmannsgruber: *Die verkaufte Stadt – Plakat-Paradoxe aus einer anderen Zeit*

Peter Putz: *Werden mir in den letzten Momenten meines Lebens Bilder von Burger King oder von McDonald's eingespielt?*

#### **Plakate Sammeln und Bewahren**

Franz J. Gangelmayer und Julia König: *Alle Plakate sammeln, die in Wien affiziert werden. 100 Jahre Sammlungsgeschichte und Sammlungsstrategie, vom Erhalt eines Dienstzettels bis in die Gegenwart*

Bianca Hawel: *Plakatsammlungen in Wien*

Julia König: *International Poster Collections. Ein Blick in europäische Plakatsammlungen*

Julia König: *Der Weg des Plakats. Nachleben und Nutzung als Teil einer Sammlung*

## PRESSEKONTAKT WIENBIBLIOTHEK IM RATHAUS

vielseitig ||| Valerie Besl

t: +43 1 522 4459 10, m: +43 664 8339266

valerie.besl@vielseitig.co.at

[www.wienbibliothek.at](http://www.wienbibliothek.at)



**Stadt  
Wien**

Wienbibliothek  
im Rathaus