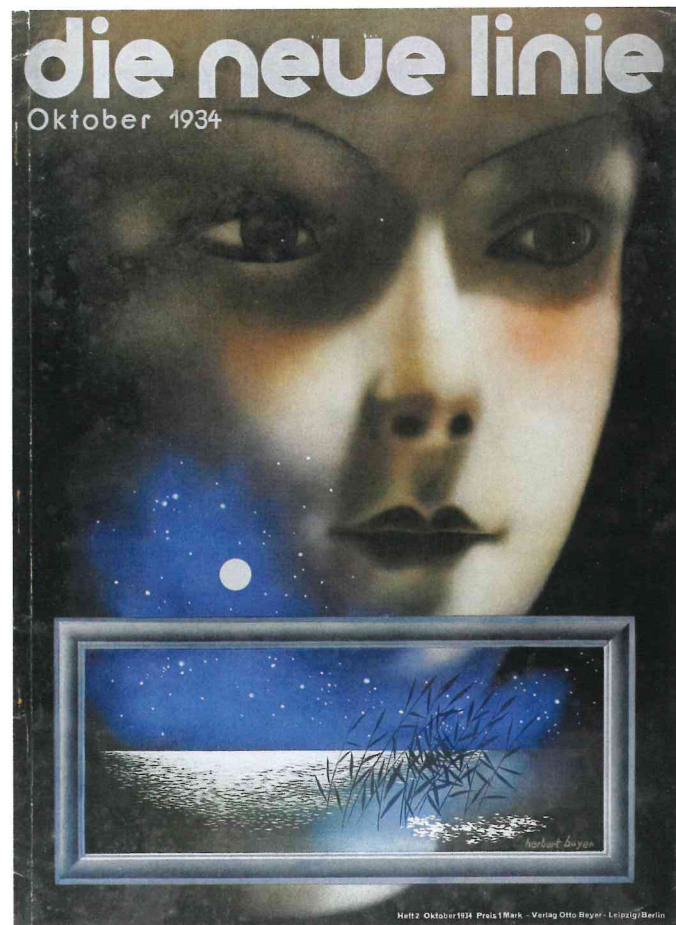


BAUHAUS-ARCHIV / MUSEUM FÜR GESTALTUNG

»mein reklame-fegefeuer«

Herbert Bayer und die deutsche Werbegrafik 1928–1938

20. November 2013 bis 24. Februar 2014



Herbert Bayer, Titelseite für die Zeitschrift »die neue linie«, Oktober 1934. Mehrfarbiger Druck, 36,5 x 27 cm. Bauhaus-Archiv Berlin. © VG Bild-Kunst, Bonn 2013. Foto: Atelier Schneider

Selbstverständlich, er hätte sich weiterhin arrangieren können. Zumal als einer der angesehensten Gebrauchsgrafiker Deutschlands, mit einem eigenen, bestens eingeführten Atelier und Aufträgen satt, und als Mittdreißiger von blendender Erscheinung, mit einem Schlag bei Frauen, wie es damals hieß. Das Bankkonto gut gefüllt, regelmäßige Skiurlaube in den Bergen oder Touren durch Südeuropa, ein Wagen für die kleinen Spritztouren am Wochenende, mit wechselnden, stets ad-

retten Damenbekanntschaften – auch im NS-Deutschland ließ es sich gut leben, für manche. Und trotzdem emigrierte Herbert Bayer 1938 in die USA, wagte einen Neubeginn unter schwierigen Umständen, holte die »halbjüdische« Noch-Ehefrau und die gemeinsame Tochter gerade noch rechtzeitig aus dem Deutschen Reich, bevor sie der Verfolgung durch die Machthaber anheimfielen. Als Fremdem in einem ihm fremden Land gelang ihm ein erfolgreicher Neube-

ginn unter Umständen, die sicher nicht erfreulich, aber vielleicht doch günstiger waren als bei anderen Auswanderern. Doch wie erklärt sich dieser Lebensweg eines ehemaligen Bauhaus-Angehörigen, der als Jungmeister 1928 freiwillig aus dem Lehrkörper ausschied, um sich in Berlin selbstständig zu machen?

Die Ausstellung »mein reklame-fegefeuer.« Herbert Bayer und die deutsche Werbegrafik 1928–1938« spürt dieser Frage nach. Sie zeigt anhand von rund 200 Arbeiten aus dieser Zeit, wie Bayer seine am Dessauer Bauhaus entwickelten Prinzipien eines modernen Reklamedesigns im Sinne der »Neuen Typografie« konsequent weiterverfolgte. In der für ihn charakteristischen Bild- und Formensprache, die Fotografie, Collage und Airbrush-Illustrationen mit klassischen Illustrationstechniken verband, gestaltete er in der Zwischenkriegszeit Hunderte Plakate, Buch- und Zeitschriftentitel, Werbebroschüren, Anzeigen und Handzettel. Was in seiner Zeit als Gelegenheitsgrafik galt, sind aus heutiger Sicht Beiträge zum künstlerischen Grafikdesign, die ihrer Zeit um Dekaden vorausseilten.

Nahezu bruchlos rekrutierten sich Bayers Auftraggeber vor wie nach 1933 aus der Konsumgüterindustrie und dem Verlagswesen, hinzu kamen nun staatliche Stellen und staatsnahe Einrichtungen. Seine Entwürfe etwa im Kontext der Großausstellungen »Deutsches Volk, deutsche Arbeit« (1934) oder »Das Wunder des Lebens« (1935) dienten zweifellos der politischen Propaganda des NS-Regimes, ebenso wie vereinzelt Kulturreklamen der Deutschen Arbeitsfront oder Zeitschriftentitel zu Ehren von Mussolinis italie-

nischem Faschistenstaat. Die gesamten 1930er-Jahre hindurch duldete Bayer zwar künstlerisch keine Kompromisse, formulierte bei der Suche nach einer optimalen Lösung für eine Kommunikationsaufgabe jedoch nie Zweifel an deren Absichten. Gleichzeitig empfand er »das minderwertige geistige niveau, die geistige abgeschlossenheit, die allgemeine isoliertheit [...] recht bedrückend«, wie er es schon 1934 in einer Tagebuchnotiz in der für ihn typischen Kleinschreibung formuliert. Und doch zögerte er lange, jenes Land zu ver-

ein anderer früherer Kollege, der ebenfalls in die USA emigrierte László Moholy-Nagy, sogar eine Dozentur an dem frisch gegründeten New Bauhaus in Chicago. Letzteres zerschlug sich, doch der MoMA-Auftrag bewog Bayer, seine Berliner Existenz aufzulösen.

Aufgrund der zu entrichtenden »Reichsfluchtsteuer« mittellos geworden, blieben ihm für den Neuanfang immerhin seine Werke, die er aus London retten konnte; dann die Aussicht auf Startkapital und Anstellung; weiter die Hoffnung,

Schließlich galt seine Sorge Frau und Kind, von denen er schon länger getrennt lebte, die er aber während der Krise rund um das Münchner Abkommen ebenfalls zur Ausreise überreden konnte. Herbert Bayer, zeitlebens kein Freund öffentlicher Auftritte und nie ein politischer Agitator, hatte seine kleine Welt in ein neues gesellschaftliches Umfeld hinübergerettet. Der einstige »Star« unter den deutschen Werbedesignern, Leiter des Dorland-Studios Berlin, konnte sein national und international längst etabliertes Programm fortführen, das wegen seiner Orientierung am Funktionalen selbst unter der NS-Elite (trotz der Bauhaus-Vergangenheit) wohlgehten gewesen war.

Die Ausstellung »Herbert Bayer und die deutsche Werbegrafik 1928–1938« präsentiert und kontextualisiert – anlässlich des 75. Jahrestags von Bayers Emigration im Herbst 1938 – die wichtigsten gebrauchsgrafischen Arbeiten jener Epoche. Sie schließt an die seinerzeit viel beachtete Ausstellung »Das Bauhaus am Kiosk« über die Zeitschrift »die neue linie« an, für die u.a. Herbert Bayer Umschläge entworfen hatte (Mj 1/2007). Diese Ausstellung trug bereits zur Auseinandersetzung mit dem Phänomen der »Vielfalt in der Gleichschaltung« bei, vor dessen Hintergrund das Motto des Berliner Themenjahres »Zerstörte Vielfalt« eine neue Wendung erfährt: Wenn nämlich das NS-Regime nicht nur durch seine Repressalien die Breite des kulturellen und intellektuellen Lebens vernichtete, sondern gleichzeitig einen begrenzten künstlerischen Spielraum erlaubte, um der noch im Land verbliebenen Elite zumindest eine Scheinvielheit vorzugaukeln, dann trugen sogar die modernen, bauhausorientierten Werbegestaltungen eines Herbert Bayer zur Stabilisierung des Systems bei – eine Funktion, der sich das Allround-Talent erst spät zu entziehen traute.

PATRICK RÖSSLER

Der Autor, Gastkurator der Ausstellung im Bauhaus-Archiv – Museum für Gestaltung, ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt.

Zur Ausstellung erscheinen im Vergangenheitsverlag Berlin eine Werkübersicht und eine biografische Skizze zu Herbert Bayer.



Herbert Bayer, Titelblatt »Amtlicher Führer Deutsches Volk, deutsche Arbeit«, 1934. Offsetdruck in drei Farben, einseitig bedruckt, 20,2 x 20,3 cm. Bauhaus-Archiv Berlin. © VG Bild-Kunst, Bonn 2013

lassen, das ihm eine erfolgreiche Karriere ermöglichte – ohne die Aussicht auf Arbeit und Auskommen wollte er den Sprung ins Ungewisse nicht wagen, auch wenn der Künstler Bayer den Alltagstrott einer Werbeagentur nur als Mittel zum Broterwerb betrachtete.

Doch nach der erfolgreichen Werkschau seiner malerischen Arbeiten in der London Gallery schien 1937 der richtige Zeitpunkt gekommen: Walter Gropius bot ihm die Federführung bei der Ausrichtung der ersten Bauhaus-Retrospektive im New Yorker Museum of Modern Art an, und

aufgrund der kommerziellen Verwertbarkeit seiner künstlerischen Fähigkeiten schnell Fuß fassen zu können – und schließlich als vielleicht wichtigstes Kapital die Gewissheit, dass ihn ein verlässlicher Freundeskreis früherer Bauhaus-Angehöriger nach seiner Ankunft unterstützen würde. Damit verfügte der legal unter den Augen des Regimes ausgereiste Bayer über eine bessere Ausgangsposition als viele andere Emigranten aus der Kunstwelt, denen nach oft abenteuerlicher Flucht mitunter wenig mehr geblieben war als ihr nacktes Leben.