

Bernd Frank – „Dialoge“, Plakate und Anderes aus 50 Jahren

„Manchmal auch fürchte ich, daß die Bahn voller Menschen ist, die am Vortag eine Arbeit geleistet haben, die ich am Morgen noch vernichten werde: Drucker, Setzer, Zeichner, Schriftsteller, die sich als Werbetexter betätigen, Grafiker, Einlegerinnen, Packerinnen, Lehrlinge der verschiedensten Branchen: Von acht bis halb neun Uhr morgens vernichte ich doch rücksichtslos die Erzeugnisse ehrbarer Papierfabriken, würdiger Druckereien, grafischer Genies, die Texte begabter Schriftsteller; Lackpapier, Glanzpapier, Kupfertiefdruck, alles bündele ich ohne geringste Sentimentalität, so, wie es aus dem Postsack kommt, für den Altpapierhändler zu handlichen Paketen zurecht. Ich vernichte innerhalb einer Stunde das Ergebnis von zweihundert Arbeitsstunden, erspare der „Ubia“ weitere hundert Stunden, so daß ich insgesamt (hier muß ich in meinen eigenen Jargon verfallen) ein Konzentrat von 1:300 erreiche.“

Diese Sätze spricht der Ich-Erzähler aus Heinrich Bölls Erzählung „Der Wegwerfer“, in der Böll die Vernichtung einer Unmenge gedruckter Werbebroschüren, die mit der Post in einer größeren Behörde ankommen, satirisch diesem Mann überlässt, der für sich den Beruf und die Berufung des Wegwerfers gefunden hat. Die Erzählung entstand schon 1957.

Nun wir wissen alle, was Böll schon 1957 augenscheinlich als zu viel empfunden hatte, erfuhr noch eine Steigerung. Plakate und Werbung, wo man hinschaut. Man möchte diesen Dingen ausweichen, aber der Plakat-, Bilder- und Werbeflut entkommen wir besonders in den Großstädten nicht. Unsere Zeit führt ungehindert weiter zu einem Produktions-, Konsum- und Wegwerfautomatismus, der materielle und humane Ressourcen verschleißt.

Was will ich mit diesem Negativbild als Einstieg? Natürlich hätte Böll seine Erzählung im Osten nicht geschrieben. Denn, dass muss man deutlich artikulieren, es gab eine völlig anders gartete Situation in der DDR. Spätestens ab den sechziger Jahren entstand fast keine Werbung mehr für die Dinge des täglichen Bedarfs, wie es damals hieß, warum sollte man in einer konkurrenzlosen Situation auch Werbung betreiben. Papier war bis zum Ende der DDR knapp und wurde zugeteilt. Hauptaugenmerk lag auf dem politischen Plakat als eine Art Erziehung an der Litfaßsäule.

Andere, weniger streng kontrollierte, Aufgaben fanden sich für die Gebrauchsgrafiker in der Gestaltung von Theater-, Ausstellungs- und Veranstaltungsplakaten, in denen eine schrittweise erkämpfte gestalterische Freiheit, persönlicher Ausdruck und die ineinandergreifende Arbeit mit Schrift, Zeichnung, Collage und Fotografie zu einer ganz eigenständigen Entwicklung von Plakatkultur führte. Da gedruckte Dinge, ob Bücher, Plakate, Postkarten etc. gerade auch im Bereich von Kunst und Theater schnell vergriffen und zum Teil nur unter dem Ladentisch zu haben waren, gab es eine andere Wertschätzung und einen unstillbaren Hunger nach ihnen.

Dies ist sehr grob umrissen die Zeit, in der Bernd Frank über Umwege an die Berliner Volksbühne findet. Das Theater hat ihn früh interessiert.

Eigentlich wollte er sogar Schauspieler werden. Anfangs nur für kleinere gestalterische Aufgaben am Theater engagiert, wird er über die Jahre und ein zusätzliches externes Studium an der Kunsthochschule Berlin Weißensee zum Hausgrafiker der Volksbühne.

Die Berliner Volksbühne ist ein Theaterhaus mit einer Geschichte von über 130 Jahren. Zentral in der Stadtmitte in einem Bau von pathosbeladener Wucht und Massigkeit, die durch verschiedene architektonische Veränderungen noch zugespitzt wurde, hat sie eine unübersehbare Präsenz im Stadtraum. Dementsprechend gab es immer auch eine starke Rückkoppelung zwischen der Gesellschaft und diesem Theater, zwischen Politik und Bühne, zwischen Theaterschaffenden und Publikum. Eine Vermittlerrolle hatte auch das Theaterplakat. „Das Plakat hatte die Aufgabe, das Stück auf die Straße zu bringen.“, sagt Bernd Frank über seine Arbeit.

In seinen Plakaten finden sich eine spielerische Strenge und eine offensive Zurückhaltung. Das sind in sich konträre Wortpaare, die aber ganz gut beschreiben, was ich beim Betrachten seiner Arbeiten wahrnehme. Oftmals werden figürliche oder naturhafte Versatzstücke mit den grafischen Zeichen der Typografie so gefügt, dass eine Art Reibung entsteht. Schrift bekommt dabei Energie, sie drückt, schiebt, bewegt etwas. Sie bedrängt Kopf, Hand und Figurenausschnitte. Die Körperfragmente werden in einer Parallelbewegung gleichermaßen abstrakt, flächen- und fleckhaft. Aus dieser Spannung beziehen die Plakate ihre, wenn man so will dramatische Wirkung, als eine verknappte, eingedampfte Übersetzung des Stückes in eine grafische Form, als eine Botschaft für die Straße.

Mit dem von Achim Freyer entworfenen Logo der Volksbühne, einem rechten Winkel für das V arbeitet Frank wiederkehrend, aber frei, jedes Mal individuell, solitär auf die Gestaltung des jeweiligen Plakates bezogen. Obwohl so eigentlich eben jedes Plakat eine jeweils auch neue Erfindung beinhaltet, zeigen sie gerade im Rückblick eine ganz eigene gemeinsame Sprache. Unterschiedlich in der Nuancierung nutzt Frank farbige Akzente, die er in Kontrast zum dominierenden Schwarz-Weiß setzt.

In den Arbeiten zu Stücken von Heiner Müller werden die Mittel weiter reduziert. Bernd Frank findet hier eine gestalterische Antwort auf Müllers schonungslose intellektuelle Klarheit. Müllers Fähigkeit aktuellste Zeitmomente mit Geschichte und Mythos ad hoc kurzzuschließen, findet sich auch in seinen Stücken, die den Abraum der Reflektion zu klaren Formen und rhythmischen Strukturen fügt. Textbaustein und Struktur bestimmen auch Bernd Franks Müller-Plakate, die das Erzählende oder gar Anekdotische absolut vermeiden.

Die Plakate blieben im Kopf, das bezeugte mir der Urberliner Künstler Marc Gröszer während des Aufbaus der Ausstellung, in dem er sagte, an mehr als die Hälfte der gezeigten Plakate könne er sich sofort wieder erinnern.

Wenn Bernd Frank über seine Arbeit als Plakatgestalter erzählt, betont er zum einen das Handwerkliche seiner damaligen Tätigkeit. Es sei ein Handwerk, ein Gewerbe. Einzelschaffender sei er gewesen. Keine entfremdete Arbeit. Unabhängig von großen Büros mit Arbeitsteilung, wie es heute der Fall sei.

Auf dem Boden, konkret oft auch in der späteren Größe des Plakates hätte er seine Entwürfe entwickelt, collagiert, Schrift gezeichnet, geschnitten, Fotografien gerissen und überarbeitet. Es wäre 1:1 seine gestalterische Arbeit gewesen.

Zum anderen erinnert er die Wichtigkeit des Austausches und die Gespräche mit den Regisseuren, Dramaturgen und den Schauspielern. Das Theater war mein Lebensraum, sagte Bernd Frank in unserem Gespräch im Vorfeld der Ausstellung. Ganz bewusst heißt die Ausstellung eben „Dialoge“, neben dem Bezug zu den Theaterdialogen der Stücke, ist vor allem der Dialog auch mit den Kollegen gemeint.

Die Ausstellung stellt ausschnitthaft eine Auswahl von Theaterplakaten vor und im Zusammenhang dazu freie Arbeiten aus den letzten Jahren. Diese Collagen, Überzeichnungen und Frottagen lassen sich hier auch auf kleinem Raum problemlos mit den Plakaten vereinen, da Bernd Frank die Arbeit mit überarbeiteten Fotos fortführt, dabei Natur- und Körperfragmente auf ihre grafischen und flächenhaften Werte hin befragt und in eine freie Form überführt.

Der Maler Philip Guston sagte in einem Interview, das er in einer größeren Retrospektive seiner Arbeiten gab, sinngemäß auf die kritische Frage eines Reporters nach den verschiedenen Stilen innerhalb seines Werkes, dass es völlig unerheblich ist, ob nun dieser oder jener Stil, das Wesentliche wäre die ununterbrochene Kontinuität des Arbeitens über die lange Zeit ausgehend von einer Person, von seiner Person. Und so fasste er abschließend zusammen, dies sei natürlich eine Kunstaussstellung, aber es sei auch mehr, es wäre ein gelebtes Leben.

Diese Ausstellung von Bernd Frank ist eine Plakat- und Grafikausstellung, aber sie ist mehr, denn sie zeigt ein gelebtes Leben im Dialog im Theater als Lebensraum.

Christian Ulrich, September 2022