

20



Archivar

Zwischen Glück und Verlust

Henning Rader archiviert Plakate im Münchner Stadtmuseum. Seit sechs Jahren pflegt er mehr als 30.000 davon. Etwa die Hälfte ist Werbung

Von Tatjana Kerschbaumer und Stephan Sahn (Fotos). Plakate: Stadtmuseum München

Wenn einer stirbt, ist das natürlich erst mal traurig. Für das Münchner Stadtmuseum aber ist der Tod, so makaber es klingt, manchmal ein Glücksfall. Denn dann öffnet sich der ein oder andere Dachboden, auf dem Schätze lagern, mit denen die Erben nichts anzufangen wissen. Diese Schätze kommen zu Henning Rader.

2015 war es wieder einmal so weit, Verlust und Glück lagen nah beieinander. Mitendrin: Rader. Aus einem Nachlass bekam der Leiter des Plakatarchivs mehrere Rollen mit Reklame für die Olympischen Spiele in München 1972. Nicht, dass die Sammlung nicht schon etliche davon besessen hätte. Aber die Plakate, die Rader jetzt vor sich hatte, fehlten noch. Und sie waren perfekt erhalten, weil der verstorbene Sammler sie sorgfältig in Kartonhüllen aufbewahrt hatte. Rader konnte die Olympia-Serie mit ihnen fast vervollständigen. Für jemanden, der, wie er selbst sagt, im „kollektiven Gedächtnis der Stadt“ arbeitet, war das erhebend.

Rader, ein großer, schlanker Mann, der wegen seiner Arbeit mit Altem oft Handschuhe trägt, ist Herr über 30.000 Plakate. Die Sammlung des Münchner Stadtmuseums geht zurück bis ins Jahr 1888, sie wuchs stetig und tut das heute noch. Wenn Rader eines fürchtet, dann nur, dass ihm irgendwann der Platz ausgeht. Plakate sind besitz- und raumergreifend, Rader kann, darf und will sie nicht gerollt aufbewahren wie manch privater Sammler auf seinem Speicher. Stattdessen gibt es am Münchner Sankt-Jakobs-Platz ein Meer von grauen Metallschubladen, in denen die Anschläge sowie Werbung von einst und heute säuberlich geglättet liegen. Nummeriert und katalogisiert, versteht sich. Sonst würde sogar Rader den Überblick verlieren.

Kommt ein neues Plakat in die Sammlung, zückt er die Lupe. Er ist kein Kunsthistoriker, kein Restaurator, er hat Geschichte und Politik studiert. Ob er es mit einem Offsetdruck oder einer Lithografie zu tun hat, sieht er trotzdem fast auf den ersten

Wenn einer stirbt, ist das traurig. Für das Münchner Stadtmuseum kann der Tod aber manchmal ein Glücksfall sein

Blick. Sechs Jahre im Archiv prägen, schärfen die Augen.

Reicht die Lupe nicht aus, wird das Mikroskop bemüht. Das neue Plakat muss genau untersucht werden, vor allem auf Schäden. Manche „Blätter“, wie Rader sie nennt, erreichen ihn in erbarmungswürdigem Zustand. Gerade kurz nach dem Zweiten Weltkrieg war die Papierqualität so schlecht, dass manchmal ganze Stücke fehlen, Risse und Knicke tun ihr Übriges. Gut, dass das Archiv nicht nur Schönheitsköniginnen sammelt. Es hat auch ein ganzes Repertoire an Dubletten, also Blättern, die mehrmals vorhanden sind. Sie dienen sozusagen als zeitgenössisches Papierlager.

Muss ein Teil eines Plakats ersetzt werden, können die Restauratoren manchmal das Originalpapier einer Dublette dafür verwenden.

Danach teilt Rader das instand gesetzte Plakat einer Sachgruppe zu. Ein großer Teil der Sammlung besteht aus politischen Aushängen, zum Beispiel der 1919 überall in der Stadt angeschlagenen Bestattungs-Ankündigung von Kurt Eisner. „Deren Gestaltung ist völlig belanglos“, sagt Rader. Was hier zählt, ist eher der historische Aspekt.

Es gibt auch eine Sachgruppe „Genussmittel“. Dort liegen vor allem Werbeplakate: Tabakwerbung, Automobilwerbung, Werbung von Kaufhäusern. Etwa die Hälfte des Archivbestands ist Werbung, schätzt Rader grob. Wobei es natürlich eine Grauzone gibt: etwa wenn Werbung Veranstaltungen, Ausstellungen und Attraktionen betrifft. Hörbar stolz ist der Plakatarchivar zum Beispiel auf seine Exponate von Ludwig Hohlwein, der die Reklame für den Tierpark Hellabrunn gestaltet hat, ▶



Der Fokus des Archivs liegt auf München, trotzdem gibt es viele ausländische Plakate. Zum Beispiel eines des Franzosen Jules Chéret (Mitte)



Wenn Rader arbeitet, dann mit Lupe und Handschuhen. Auf dem Bild untersucht er Plakate aus der Zeit um 1900

Manche Plakate erreichen das Museum in einem erbarmungswürdigen Zustand. Zu lange wurden sie schlecht gelagert

die heute noch in manchen U-Bahn-Stationen hängen. Die Auer Dult, ein traditionsreicher Münchner Jahrmarkt, gibt archivtechnisch nicht so viel her. „Da sehen die Plakate immer gleich aus, nur das Datum ändert sich. Da reicht es dann auch, wenn man eines hat.“

Auch preislich dürfte das Auer-Dult-Plakat im unteren Sektor rangieren. Richtig teuer kann es dagegen bei Filmplakaten werden. Sie sind mit am gefragtesten; Rader kennt eines, das unter Sammlern in gutem Zustand 300.000 Euro wert ist: Werbung für einen Horrorfilm.

Obwohl er mit Platzproblemen kämpft, sammelt

Rader weiter. Oft geschieht das projektbezogen, wenn das Museum eine Ausstellung zu einem bestimmten Thema plant. Dazu wären dann eben auch ein paar zeitgenössische Plakate schön. Und Rader sucht sie: auf Dachböden, in Auktionshäusern, im Internet. Das Münchner Stadtmuseum hat sich zwar seit einigen Jahrzehnten vor allem auf Plakate aus München und Bayern spezialisiert. Trotzdem schlüpfen bei solchen Anlässen auch immer wieder Exponate von anderswo in Raders Schubladen.

Mit dem Außenwerber Ströer unterhält das Plakatarchiv ebenfalls eine Koope-

ration. Denn auch neue, moderne Blätter schaffen es in die Sammlung – sofern sie einen Bezug zu München haben oder von historischem Wert sind. Aber die Masse, sagt Rader, die Masse erschlägt einen manchmal fast.

Das Gute ist aber auch: Es ist nie genug. Selbst nach sechs Jahren und Tausenden Plakaten ist Rader ihrer nicht überdrüssig. Es ist nicht so, dass seine ganze Privatwohnung voll mit ihnen wäre, er lässt die Arbeit auch gerne mal Arbeit sein. Aber der ein oder andere Nachdruck, ja, der hat es dann doch zu Henning Rader nach Hause geschafft. „Man kann sich einfach nicht sattsehen.“