

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Definition: Was ist ein Plakat?	3
2.1. Allgemeine Charakteristika	3
2.2. Herkunft und Begriff	6
2.3. Historische Voraussetzungen	7
3. Herstellung	10
3.1. Historischer Überblick	10
3.2. Gegenwart	13
3.3. Materialien: Papier und Farben	14
3.4. Auflagen	16
3.5. Plakatdruckereien	16
3.6. Plakatformate	17
3.7. Entwerfer	19
4. Verteilung	23
4.1. Geschichte der Plakatträger	23
4.2. Heutige Anschlagarten	24
4.3. Plakatierungsfirmen	27
4.4. Klebung	29
5. Juristische Aspekte	31
5.1. Reglementierungen des Plakats	31
5.2. Geschäftsrecht	36
6. Theorien des Plakats	38
6.1. Allgemeiner Überblick	38
6.2. Kunsttheoretische Aspekte	40
6.3. Werbetheoretische Aspekte	45
6.4. Sozialistische Plakattheorie	51
6.5. Kommunikations-, informations- und zeichentheoretische Aspekte	52
7. Kategorien, Plakatgattungen, Typen	55
7.1. Allgemeines	55
7.2. Branchen	57
7.3. Rangfolgen	60
7.4. Drei ausgewählte Gattungen	62

7.4.1. Das Warenplakat	62
7.4.2. Das politische Plakat	66
7.4.3. Das Filmplakat	71
8. Das Plakat als Forschungsgegenstand	75
8.1. Forschungslage	75
8.2. Werbeforschung	76
8.2.1. Ziele und Methoden: Historischer Überblick	76
8.2.2. Werbeträgeranalyse	77
8.2.3. Die gebräuchlichen Testmodelle	79
8.2.4. Ergebnisse: Wen erreichen Plakate?	81
8.3. Plakathistorische Forschung	82
8.3.1. Allgemeine Überblickswerke	82
8.3.2. Forschungen im Museumsbereich	83
8.3.3. Gattungen	84
8.4. Forschungsquellen: Archive und Zeitschriften	85
8.4.1. Sammlungen	85
8.4.2. Fachpresse	88
9. Kurzer Abriß der allgemeinen Plakatgeschichte	90
10. Schlußbemerkungen	97
Literaturverzeichnis	99