



Heimatblätter

Die Jahrmarktsplakate von den 1930er-Jahren bis zur Gegenwart

Farbenfrohe Verlockung ruft Bürger zu dem beliebten Bad Kreuznacher Fest

VON STEFAN KÜHLEN, BAD KREUZNACH

Das Jahrmarktsplakat ist die Ikone des Kreuznacher Jahrmarkts. Das beliebte Volksfest wird jedes Jahr mit Hunderten von Plakaten in den unterschiedlichsten Formaten beworben. Nach Aussage des Marktmeisters Weyand wurden im Jahr 2017 für den Jahrmarkt 775 Exemplare gedruckt. Produziert werden sie von heimischen Druckereien, aktuell von der Firma Advanced ARTEC Media GmbH, in der Riegelgrube 4. Die historischen Jahrmarktsplakate wurden beim Verlag Ferdinand Harrach, bei Buss und Kupfer und bei Grass und Jung gedruckt. Viele Wochen vor der „schönsten Kreuznacher Festlichkeit“ schmücken die bunten Werbeträger aus Papier die hiesigen Geschäfte und Behörden mit dem uns allen bekannten „Lachenden Brückenhaus“. Großformatig werden die Litfaßsäulen in Rheinland-Pfalz damit beklebt. Die Stadtbusse tragen die Werbung an ihren Fenstern bis vor die Tore der Stadt. Neben der intensiven Verbreitung der Jahrmarktswerbung durch die verschiedenen Zeitungen, Rundfunkprogramme, durch die Tätigkeit unseres Freundeskreises „Kreuznacher Jahrmarkt“ und zunehmend durch das Internet mit seinen sozialen Netzwerken ist die Plakatwerbung neben der Mund-zu-Mundwerbung wohl die älteste Verbreitungsform, die auf den Jahrmarkt einstimmen soll. Taucht man ein in die Recherche um die Geschichte des Jahrmarktsplakates zu beleuchten, muss man viele Stunden aufwenden, doch es lohnt sich, die kleinen Anekdoten und Geschichten einmal zusammenzutragen. Wann die ersten Jahrmarktsplakate gedruckt und verbreitet wurden, geschweige denn welche Motive sie trugen, ist mir leider nicht bekannt. Der erste Hinweis unserer Recherche führt uns zu einem Artikel im Nationalblatt vom 31. Juli 1935 mit dem Titel: „Welche Schöne wird die Tochter Nahe?“

Hier ein Ausschnitt: „[...] Viele Tausende Plakate werden an den Litfaßsäulen der benachbarten großen Städte, an den Scheunentoren in den Dörfern an Nahe, Hunsrück, Glan, Saar und Rhein, in Hessen und der Pfalz die Volksgenossen so lange beeinflussen, bis das Bündel gepackt und die Kreuznacher Festwiese erreicht ist. [...]“

1935 wurde das Jubiläum „125 Jahre Bad



Jakob Thon: Fröhlicher Jahrmarktsbesucher

Quelle: Repro Kühlen

Kreuznacher Jahrmarkt“ gefeiert. Am 7. August 1935 folgte im Nationalblatt: „Gestern wurden die Werbeplakate für den diesjährigen Jahrmarkt verteilt. Das Plakat ist äußerst wirkungsvoll in Entwurf und Farbgebung, eine ausgezeichnete Leistung unseres einheimischen Malers Thon. Hoffen wir, dass dieses schöne Plakat seinen Werbe-Zweck erfüllt und uns Tausende alte und neue Besucher auf das Volksfest bringt!“

Der „Öffentliche Anzeiger“ schrieb am gleichen Tag: „Die Kreuznacher Jahrmarktsplakate sind jetzt herausgebracht worden und werben überall zum Besuch des großen Volksfestes an der Nahe. Das Plakat ist nach einem Entwurf unseres Kreuznacher Künstlers Thon von Carl Zorn in Linol geschnitten, die Ausführung stammt aus der Buchdruckerei Ferdinand Harrach. Das Plakat ist sehr zugkräftig in Bild- und Farbwirkung, es zeigt die lebensfrohe Gestalt eines Jahrmarktsbesuchers mit dem traditionellen Schoppen und der Worscht. Hoffentlich beherzigen alle, die es sehen,

die Devise des Kreuznacher Jahrmarkts: Ein Tor, wer sich das entgehen lässt, darum auf zum Kreuznacher Jahrmarktsfest!“

Ein Bild des Jahrmarktsplakates suchen wir vergeblich. Das Abdrucken eines Bildes in der Zeitung war zu dieser Zeit noch sehr selten. Es war zu aufwendig und kostspielig, darum begnügte man sich wohl mit der doch eindrucksvollen Beschreibung des Motives.

Auch das städtische Archiv ist leider nicht im Besitz eines Exemplars aus dem Jahr 1935, daher ist zu hoffen, dass eines Tages doch noch ein Plakat vielleicht auf einem Dachboden oder in einer alten Scheune auftaucht und den Weg nach Bad Kreuznach findet.

In den alten Aufzeichnungen von Jakob Thon fand ich ein Bild, das ich leider nur in einer Schwarzweißkopie besitze, welches der Beschreibung in der Presse sehr nahe kommt. Vielleicht war es die Vorlage zum genannten Plakat.

Noch einmal findet das Werbeplakat von Jakob Thon eine Woche vor Beginn des Jahrmarkts im Nationalblatt vom 10. August 1935 Erwähnung:

»Neues vom Kreuznacher Jahrmarkt«

„[...] Das durch den einheimischen Künstler Thon entworfene, sehr wirkungsvolle Plakat ist in allen Ortschaften des Kreises Kreuznach sowie in den Randorten von Rhein-Hessen und Neupfalz zum Aushang gebracht worden. [...]“

Textgleich finden wir den Artikel am gleichen Tag im Öffentlichen Anzeiger.

Der nächste Beitrag zum Jahrmarktsplakat führt uns in das Jahr 1937.

Der Öffentliche Anzeiger schrieb am 2. August 1937:

»Der Kreuznacher Jahrmarkt naht«

„Bunte Plakate werben – Versteigerung der Zelte und Buden.

[...] Das große Volksfest an der Nahe wird auch diesmal wieder ein Ereignis sein, schon sind die wirkungsvollen Plakate vorbereitet, die in den nächsten Tagen hinausgehen und überall einladen werden zum Jahrmarkt auf der Pflingstwiese. Unser Kreuznacher Künstler Paul Nobis, der in der letzten Zeit durch eine Reihe ausdrucks-



starker Plakatentwürfe hervorgetreten ist, hat auch diese Werbung geschaffen, die in kräftigen Farben und gut gelungener bildnerischer Gestaltung des flotten Jahrmarktstreibens wirkungsvoll in die Augen fallen wird. [...]"

Jakob Thon war ein Jahr zuvor, im September 1936, verstorben. Sein Künstlerkollege, der Grafiker und Designer Paul Nobis (1887–1966), trat an seine Stelle als Gestalter des Jahrmarktplakates. Das Motiv zeigt die aufsteigenden Luftballons vor dem Karussell- und Budenpanorama des Kreuznacher Jahrmarkts. Es verspricht „Große Volksbelustigungen“ und „Neuartige Fahrgeschäfte und Schaubuden“. Denn die Attraktion am Jahrmarktssonntag 1937 war der Start von 1000 Luftballons. Sie brachten, mit humorvollen Festpostkarten von Jakob Thon versehen, Jahrmarktsgriße in alle Welt.

noch das Wappen der Rheinprovinz befindet, ist nicht nachweisbar, aber möglich.

Das Motiv, gestaltet von August Bechter (1890–1965), wurde später für eine Werbepostkarte der Süßwarengroßhandlung Paul Müller im Brückes verwendet. August Bechter wurde auch 1939 beauftragt ein Plakat zu entwerfen.

Das Fest war für den 2. bis 6. September 1939 terminiert. Das Volksfest fiel aus. Am 1. September 1939 begann mit dem Überfall auf Polen der Zweite Weltkrieg.

1948 fand der erste Jahrmarkt nach dem Zweiten Weltkrieg statt. Ob hier schon wieder mit einem Plakat für das Fest geworben wurde ist mir nicht bekannt. Aber ein Jahr darauf, am 18. August 1949, findet sich in der Allgemeinen Zeitung ein Hinweis zum damaligen Motto für das beliebte Volksfest und eine eingehende Beschreibung des von

mit flotten, schwungvollen Pinselstrichen entworfen. Wer vermochte sich ihrer Werbekraft zu verschließen? Aber das will ja auch gar keiner! An allen Straßenecken, von den Stirnseiten der Straßenbahnwagen grüßt uns das lustige Kreuznacher Mädchen, das fesch und adrett (welche Kreuznacherin wäre das wohl nicht?!) auf dem Rand eines gewaltigen Weinpokals hockt und mit den hübschen Beinchen wippt, während die blauen, roten und grünen Luftballons über ihrem Lockenköpfchen schaukeln.

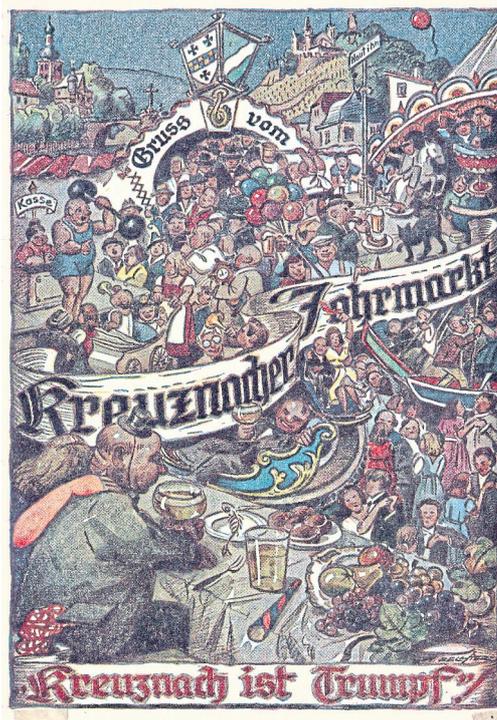
„Kreuznacher Jahrmarkt – wie einst!“, so steht es auf dem Plakat geschrieben. Ist das nicht eine wunderbare Verheißung? Ist das nicht ein Magnet, der uns alle, ob alt, ob jung, mit unwiderstehlicher Gewalt anzieht? [...]"

Bei dem neugestalteten Jahrmarktspakat im Jahr 1949 handelte es sich noch nicht



Paul Nobis: Plakat von 1937

Quelle: Sammlung Kühlen



August Bechter: Plakat von 1938

Quelle: Sammlung Kühlen



Pit Mahr: Neues Plakatomotiv ab 1951

Quelle: Sammlung Nagel

Diese historische Vorlage war der Ideengeber für den Luftballonwettbewerb des Freundeskreises „Kreuznacher Jahrmarkt“ an der Jahrmarktseröffnung 2017.

Am 17. August 1937, wenige Tage vor der Eröffnung des Jahrmarkts, stand im Oeffentlichen Anzeiger: »Und nun ist Jahrmarkt«

„[...] Die Propaganda für unseren Bad Kreuznacher Jahrmarkt ist durch reichhaltige Plakatierung weit über den Kreis Kreuznach hinaus durchgeführt. [...]"

Die Suche nach weiteren Hinweisen zu historischen Jahrmarktspakaten führt uns ins Jahr 1938.

Der Werbeträger für das Fest, „nach einem hübschen und glücklichen Entwurf des heimischen Kunstmalers August Bechter fertig gestellt“, es zeigte in „einer farbenfrohen Komposition das Programm der frohen Tage“.

Ob es sich bei dem Entwurf um die gezeigte Ansicht handelt, die mit Sicherheit vor dem Zweiten Weltkrieg entstanden ist, da sich rechts neben dem Stadtwappen

Pit Mahr entworfene Werbeplakats für den Kreuznacher Jahrmarkt.

»Unser Kreuznacher Jahrmarkt – ganz wie einst!«

„Werbeplakate rufen zum großen Volksfest auf der Pfingstwiese/Das Beste zu billigen Preisen“

„Noch kleben an allen Ecken und Enden die zahllosen Propagandaplakate der politischen Parteien aus dem Wahlkampf (hoffentlich geht es diesem papierernen Wirrwarr an den Häuserfronten bald mit Wasser und Wurzelbürste zu Leibe!) – da erscheint im Stadtbild von Kreuznach und rundherum in der Nachbarschaft ein neues Plakat. Doch es ist von ganz anderer Art als die Flut seiner Vorgänger. Es wendet sich nicht an den Verstand, verlangt nicht politische Überlegungen, sondern appelliert einzig und allein an unser Herz und Gemüt. Bunt und lustig lacht es uns an: dass leuchtend gelbe Werbeplakat zum Kreuznacher Jahrmarkt, der nun an diesem Samstag die Tore zu seinem fröhlichen Zauberreich öffnen wird.“

Pit Mahr hat diese öffentliche Einladung

um das Motiv mit dem „Lachenden Brückenhaus“. Das folgte erst zwei Jahre später.

Erst 1951 gelingt dem Grafiker Pit Mahr aus Langenlonsheim mit diesem Entwurf „Das Symbol des Bad Kreuznacher Nachkriegsjahrmarkts“.

Hier das motivgleiche Plakat von 1965 mit dem Zusatz „155 Jahre Kreuznacher Jahrmarkt“.

Der Oeffentliche Anzeiger schreibt am 7. August 1951:

„Lautsprecherwagen und von Künstlerhand entworfene wirkungsvolle Werbeplakate künden schon jetzt von den intensiven Vorbereitungen zum Kreuznacher Jahrmarkt [...]"

Einige Tage später am 11. August 1951 folgte die Allgemeine Zeitung mit einem Artikel:

»...unn in acht Dag is Jahrmarkt«

„[...] Noch kleben an allen Ecken und Enden zahllose Werbeplakate für Sommerfest, Theaterveranstaltungen, sogar vom letzten



Zirkus sind noch welche da. Aber in wenigen Tagen wird das Plakat[,] auf das jeder Kreuznacher wartet, das Jahrmarktsplakat, alle anderen überstrahlen. [...]"

Das „lachende Brückenhaus“ mit dem Weinglas und der Worscht blieb viele Jahre unangefochten der Werbeträger mit „Kultcharakter“ für den Kreuznacher Jahrmarkt.

Erst 1984, zum Jubiläum 175 Jahre Kreuznacher Jahrmarkt, – das Jubiläum wurde fälschlicherweise ein Jahr zu früh gefeiert –, kam es zur Ausschreibung für die Gestaltung eines neuen Jahrmarktsplakates. Der Grafiker Walter Krick aus Boppard wurde beauftragt einen neuen Entwurf für das Festtagsplakat zu gestalten. Er reichte mehrere Vorschläge ein. Durchgesetzt hatte sich eine Modifikation des Plakatentwurfs von Pit Mahr. Walter Krick fügte dem ursprünglichen Motiv zwei Fahrgeschäfte bei,

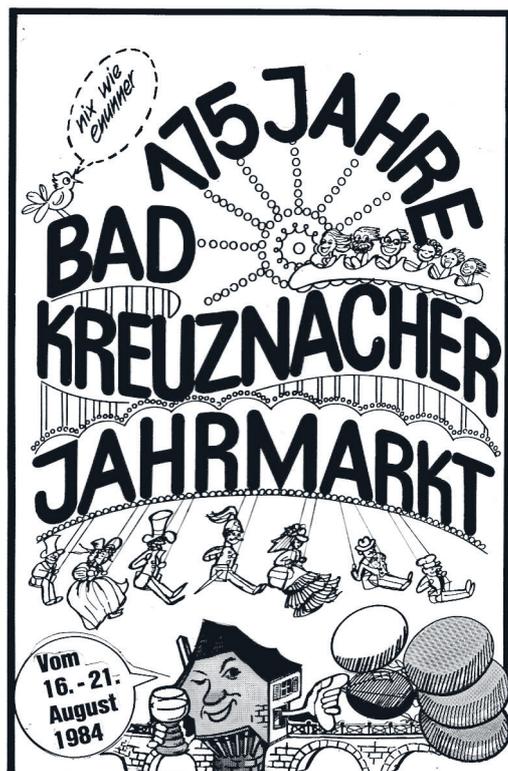
das Kreuznacher Stadtwappen und einen riesigen Luftballon.

Das Plakat blieb unverändert bis Anfang der 90er-Jahre, nur ohne den großen Ballon über dem Brückenhaus.

Elf Jahre später, der Jahrmarkt bestand bereits 185 Jahre, und seit 1951 ein fast unverändertes Werbeplakat, kam es dann erneut zu einem „Ideenwettbewerb“ für eine „Neufassung“ des Volksfestposters, „über dessen Ergebnisse eine Jury befinden sollte“. Diese bestand aus dem damaligen Oberbürgermeister Schwindt, sieben Ausschussmitgliedern, zwei Vertretern der Presse und einem Künstler, der natürlich keinen eigenen Entwurf eingereicht hatte. Der Oberbürgermeister Schwindt rief per Post die Grafiker dazu auf, sich an dem Wettbewerb zu beteiligen. „Als Preis für den besten Entwurf werden 2500 Mark aus-

gelobt.“ Zwei Künstler aus Bad Kreuznach, Peter Trautmann und Gernot Meyer-Gröhnhof, Herbert Köhler aus Bingen und Michael Kappler aus Bad Münster am Stein-Ebernburg, reichten insgesamt sieben Entwürfe ein. Jeder der Künstler sollte das bekannte Poster von Pit Mahr zeitgemäß überarbeiten und zusätzlich einen Entwurf nach eigenen Ideen einreichen.

Die Jury des Ideenwettbewerbs war sich schnell einig. Nach gut einer halben Stunde Beratung stand fest: „Der Abschied vom lachenden Brückenhaus wird bis auf weiteres verschoben.“ „Die Entwürfe können ja im nächsten Jahrtausend wieder aus der Schublade geholt werden“, sprach der damalige Oberbürgermeister Schwindt. Die Jury bescheinigte den Künstlern: „dass die eingereichten Arbeiten durchaus ideenreich seien, mit Arbeit und Mühen entwor-



Zwei Entwürfe für die Neugestaltung des Jubiläumspakates für 1984 von Walter Krick aus Boppard. Quelle: Sammlung Gronbach



Größtes Volksfest zwischen Nahe, Mosel, Rhein und Saar
 Messengelände Pflingstwiese
16.-21. 8. '84
 täglich bis 3 Uhr nachts
Dienstag, 21. August 1984, 22.00 Uhr, Großes Brillantfeuerwerk

Über 200 Fahr-, Belustigungs-, Schau- und Verkaufsgeschäfte, Wein- und Bier-Großzelte, Imbißbetriebe aller Art, Schießhallen, Verlosungen, Ausspielungen, Spiel- und Süßwaren Verstärkter Omnibusverkehr der Bundesbahn und Omnibussonderverkehr der Städt. Betriebs- und Verkehrsgesellschaft m. b. H. Bad Kreuznach

Das Jubiläumspakat von 1984.

Quelle: Sammlung Kühlen



BAD KREUZNACHER JAHRMARKT



GRÖSSTES VOLKSFEST
ZWISCHEN NAHE, MOSEL, RHEIN & SAAR
18.-22.8.95 · PFINGSTWIESE



BAD KREUZNACHER JAHRMARKT



GRÖSSTES VOLKSFEST
ZWISCHEN NAHE, MOSEL, RHEIN & SAAR
18.-22.8.95 · PFINGSTWIESE



Entwürfe von Peter Trautmann, Bad Kreuznach

Quelle: Sammlung Kühlen (Bild links), Sammlung Trautmann (Bild rechts)

fen waren – aber der Wiedererkennungswert! Der war beim gewohnten Anblick größer!“. Die Enttäuschung der Künstler war groß zumal das „ausgelobte Preisgeld“ nicht gezahlt wurde. Die vier Künstler protestierten. Sie forderten die sofortige Herausgabe ihrer künstlerischen Arbeiten und forderten, dass der Preis laut den mitgeteilten Bedingungen vergeben werden sollte.

Ähnlich wie bei einem Architektenwettbewerb musste einer der Entwürfe der Beste sein, gleichgültig wie er aussah, und war damit Anwärter für das Preisgeld.

Zu guter Letzt gab es für jeden der vier Künstler einen Trostpreis von 300 D-Mark und die Entwürfe erhielten sie natürlich auch zurück. Der Kommentar zu diesem Entwurf von Peter Trautmann in der dama-

ligen Presse: „Das Brückenhaus wird weiter für den Jahrmarkt werben. Das aktualisierte Riesenrad konnte allerdings nicht überzeugen.

Hier noch ein weiteres Zitat aus der Zeitung zu einer weiteren Gestaltung von Peter Trautmann: „Der Wein steht zu sehr im Vordergrund, befand die Jury, die auch dieses Plakat in die engere Wahl miteinbezogen hatte.“

Eines hat man von den Entwürfen übernommen. Es ist der übersichtliche Text, der sich fast nur noch auf das Datum des Volksfestes beschränkt. Keinerlei Hinweise mehr auf Fahrgeschäfte, Budenzauber und Brillantfeuerwerk, oder was sonst den Jahr-

marktsbesucher erwartet. Betrachtet man die Jahrmarktsposter der einzelnen Jahrgänge etwas detaillierter erkennt man den ein oder anderen Hinweis auf ein besonderes Ereignis.

So zum Beispiel 1990, in diesem Jahr feierte Bad Kreuznach 700 Jahre Stadtrecht.

2005 trug das Plakat einen Aufdruck: „Deutschland Tour Dienstag 23. August 2005 ab 10.30 auf dem Kornmarkt“. Diese über neun Etappen verlaufende Radsportveranstaltung verlief von Altenburg nach Bonn. Bad Kreuznach war der Startort für die neunte und letzte Etappe.

Eine einschneidende aber kurze Veränderung erfuhr das Jahrmarktsplakat 1999. Quer über das Brückenhausdach und die Luftballons wurde der Werbeträger mit einem „Looping-Streifen“ ergänzt. Die damalige Presse schrieb: „Die Meinung, ob dies dem Plakat einen grafischen Gefallen tut, ist geteilt.“ Beworben wurde mit diesem Zusatz die zu diesem Zeitpunkt „einzige transportable Achterbahn der Welt mit fünf Loopings“ der Firma Rudolf Barth. Dieses außergewöhnliche Fahrgeschäft wollte man natürlich angemessen würdigen.

2009 wurde das beliebte Jahrmarktsplakat um das Maskottchen des Schaustellerverbandes ergänzt.

Auch im Jubiläumsjahr 2010, „200 Jahre Jahrmarkt“, grüßte das „lachende Brückenhaus“, mit dem Weinglas und der Worscht.

Die Überschrift gibt einen Hinweis auf das besondere Jahrmarktsjubiläum. Der gelbe Luftballon trug den Aufdruck des Jubiläumsjahres 2010 und der orangene Ballon das Gründungsjahr 1810.

Erst 2011 wurden die farbigen Ballons mit dem Schlachtruf „Nix wie enunner“ versehen. Dort blieb er bis zum aktuellen Poster.

2013 ergänzten die Werbestrategen das Plakat rechts am unteren Rand mit einem QR-Code. Das Maskottchen des Schaustellerverbandes sprang dafür auf das Riesenrad. Der QR-Code lässt sich mit einem Smartphone scannen und der Benutzer wird auf die offizielle Internetseite geführt und erhält so die aktuellen Neuigkeiten rund um das Volksfest.

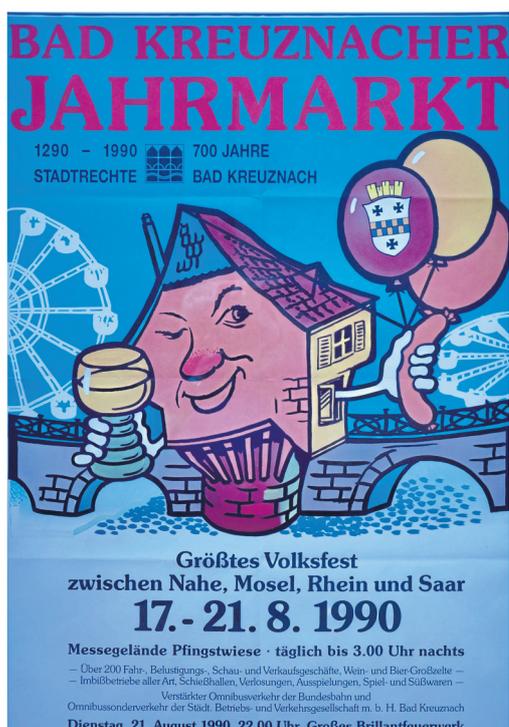
Seit fast sieben Jahrzehnten grüßt uns alljährlich das Lachende Brückenhaus. Es hat einen einmaligen Wiedererkennungswert für unser geliebtes Volksfest.

So soll es auch bleiben und noch viele folgende Generationen erfreuen.

Literaturempfehlung:

200 Jahre Jahrmarkt Bad Kreuznach. Geschichte und Geschichten. Hrsg. Stadt Bad Kreuznach. Verlag Matthias Ess 2010.

Bei Rückfragen wenden Sie sich gerne an den Autor, Herrn Stefan Kühlen: Telefon 0671/332 40.



Plakat zum Stadtrechtejubiläum

Quelle: Sammlung Zeiler



Aktuellste Ausführung des Plakates mit allen Neuerungen

Quelle: Sammlung Kühlen

Die Bad Kreuznacher Heimatblätter erscheinen monatlich in Zusammenarbeit mit dem Verein für Heimatkunde für Stadt und Kreis Bad Kreuznach e.V. (i. A. Anja Weyer M.A., Richard-Wagner-Str. 103, 55543 Bad Kreuznach, Telefon 0671/757 48, E-Mail anjaweyer@gmx.de).