

Macht der Straße. Politik und Ästhetik des Plakats (online, 14–15 Nov 25)

online, 14.–15.11.2025

Eingabeschluss : 16.05.2025

Martin Papenbrock, Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

Mit der Demokratisierung des öffentlichen Raums wurden Plakate nicht mehr nur zur Werbung und zur Information, sondern auch zum Aufruf und zum Protest eingesetzt. Das Plakat wurde ein Ausdrucksmittel sozialer und politischer Oppositionen, von der Arbeiterbewegung über die Friedensbewegung bis zur ökologischen Bewegung. Plakate von Käthe Kollwitz, John Heartfield, Pablo Picasso und anderen entwickelten eine spezifische Ikonografie und Ästhetik und wurden zu Ikonen sozialer Bewegungen.

Im Rahmen eines Online-Workshops zur Politik und Ästhetik des Plakats wollen wir die politische Wirksamkeit künstlerisch ambitionierter Plakate diskutieren, und zwar in historischer wie in gegenwartsbezogener Perspektive. Es soll nicht nur exemplarisch um die politische Ästhetik künstlerischer Plakate im 20. und 21. Jahrhundert gehen, sondern auch um die Attraktivität und Relevanz der Straße als politischer Kommunikationsraum und um die Frage, wie sich das Plakat als analoges Medium im digitalen Zeitalter verändert, aber auch gegen die digitale Konkurrenz behauptet hat.

Diese und ähnliche Fragen sollen in 20-minütigen Impulsvorträgen diskutiert werden. Als ausgearbeitete Beiträge sollen sie 2026 im Jahrbuch „Kunst und Politik“ veröffentlicht werden.

Themenvorschläge für Vorträge werden bis zum 16. Mai 2025 erbeten an Prof. Dr. Martin Papenbrock (martin.papenbrock@kit.edu)

Online-Workshop des Faches Kunstgeschichte am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) in Zusammenarbeit mit der Guernica-Gesellschaft e.V. am 14. und 15. November 2025.

Leitung: Prof. Dr. Martin Papenbrock

Quellennachweis:

CFP: Macht der Straße. Politik und Ästhetik des Plakats (online, 14-15 Nov 25). In: ArtHist.net, 12.04.2025.

Letzter Zugriff 10.05.2025. <<https://arthist.net/archive/47227>>.