

# Die Plakatsammlung Thomas Hill

INTERVIEW

## Das Lebenswerk eines „obsessiven Sammlers“

### Herr Hill, seit wie vielen Jahren sammeln Sie Plakate und was gab hierzu den Anstoß?

Die ersten Plakate an meinen Wänden und Türen waren von den Beatles, Pink Floyd, Deep Purple, Led Zeppelin, Alice Cooper und ein blutrotgrundiger Che Guevara am Kleiderschrank, mit dem ich das Loch eines Fehlschusses mit meinem Kleinkalibergewehr vor den strafenden Blicken meiner Mama erfolgreich verbarg.

### Sie sind sicherlich einer der erfolgreichsten Plakatsammler. Über die Jahre haben Sie immer wieder Plakate veräußert. Wie viele Plakate dürften Sie insgesamt gesammelt haben?

Vielleicht war ich der obsessivste unter den obsessiven Plakatsammlern und -jägern. Insgesamt waren es mehr als 400.000 Exemplare, einschließlich von etwa 50 % Mehrfachexemp-

laren. Die größten Sammlungen sind die der Nationalbibliotheken in Moskau und Paris mit jeweils ca. 500.000 Plakaten.

### Können Sie uns einige größere Sammlungskomplexe nennen, und an welchen Einrichtungen Sie diese veräußert haben?

Besonders rührt und ehrt mich die Liste der bedeutenden US-Institutionen, die insgesamt ca. 65.000 Plakate aus meiner PosterArc in ihre Bibliotheken aufgenommen haben: Princeton, Harvard, Yale, Stanford, UCLA, Cornell, George Mason, Library of Congress (Gegenkultur, Aids, Global Health, DDR, Theater, Film). 25.000 internationale Filmplakate tauschte ich mit dem Filmmuseum Amsterdam, 12.000 Aidsplakate aus fast 150 Ländern erwarb das Hygienemuseum in Dresden. Leider ist abgesehen von einer Großausstellung in Dresden und Digitalisierungen bei Harvard und UCLA (University of California) bis-

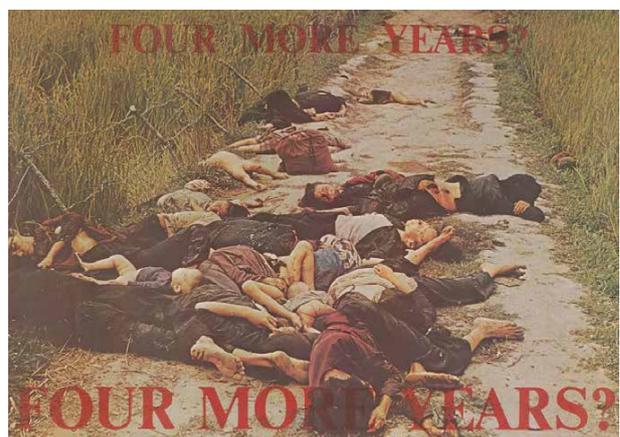


Abb. 1  
*Four more years*  
Vietnam Veterans Against the War



Abb. 2 Simbongko, illegales Wahlkampfplakat in Pandacan, Manila (Philippinen), Foto (14.2.2016): Laura St., Pandacan, Manila



Abb. 3 Post no Bills beschäftigt sich mit den produktiven Spannungen, die Plakate erzeugen. Sie betreffen Aktionen, in denen bewusst Regeln überschritten wurden.

her wenig im Sinne von Sichtbarmachung und Forschung mit diesen ungeheuren Potenzialen geschehen und ich hoffe, dass die WLB nun mit Verve in diese Lücke dringt.

**Was macht für Sie der Reiz der Plakate zur politischen Gegenkultur aus? Diese werden ja in der Regel nicht gehandelt. Wie kommen Sie an diese?**

Die Themen, welche die politische Gegenkultur – für mich die globale Bewusstseinsavantgarde – durch Auspressen von Herzblut publizierte, um träge Massen unserer Spezies mit ihrer Leidenschaft für die brennenden Themen unserer Zeit zu sensibilisieren und zu mobilisieren, gehören doch ganz unzweifelhaft zu den wichtigsten Primärquellen innerhalb der visuellen Medien.

**Welche Protestbewegungen haben nach Ihrer Meinung die reizvollsten Plakate hervorgebracht?**

Wenn man „reizvoll“ nicht allein positiv, im Sinn von ästhetisch-hübsch verstehen möchte, für die es in der Geschichte der Umweltbewegungen sehr viele, auch recht „romantische“ Beispiele gibt, ist diese Sammlung von 55.000 Exemplaren sehr reich an tief anrührenden und leider auch schockierenden grafischen Zeugnissen, die immer wieder der Maxime „ein Bild – 1.000 Worte“ entsprechen, wie beispielsweise dieses zum My Lai Massaker in Vietnam: ein Stillleben, das zu längeren Meditationen über unsere Spezies ... abstößt, isn't it? [Abb. 1]

**Ihre persönliche Leidenschaft gilt Afrika. Wie kam es hierzu?**

Einen genauen Schlüsselmoment kann ich eigentlich für keines der sukzessive recht tief beackerten Themenfelder nennen. Chronologisch lagen sie wohl alle zwischen der Aufmerksamkeit, welche ganze Horden von leidenschaftlichen Aktivisten, bewegten Wissenschaftlern, Historikern und Journalisten den Themen schenkten und der graduellen Bewusstwerdung weiterer Anteile der Mainstream-Gesellschaften, sehr gut zu beobachten bei den kürzlich eskalierten Black Lives Matter, Kolonialismus- und Restitutionsdebatten.

**Welche Rolle spielen Alphabetisierung und Bildungssystem für die Plakattradition?**

Keine Ahnung. Das dürften in Folge und anhand der umfangreichen Anhäufungen von (Bild)quellen und Zeitzeugen dieses einzigartigen Jahrhunderts die Experten aller Couleur während der nächsten paar Jährchen erarbeiten.

**Welche Perspektiven sehen Sie als Sammler?**

„Forward ever, backward never.“ [Abb. 2]

**Was kann das Plakat, was die Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook oder Twitter nicht können?**

Schönes, großes, buntes Papier auf den unerwartetsten Flächen – erlaubt oder illegal – vermittelt Botschaften, die über die Social-Media-Kanäle nicht so gut rüberkommen.

*Die Fragen stellte Rupert Schaab*