



Pressemitteilung September 2011.

## Als man noch sparte – Plakate für die Sparkasse 1955-1980

### 90. Geburtstag des Grafikers Heinz Traimer

Wie die meisten Grafik-Designer ist auch Traimer in die Vergessenheit geraten, kaum jemand wird sich daran erinnern, dass das Logo des Donauzentrum (dz), ein ARBÖ-Logo oder das der Zentralsparkasse der Gemeinde Wien (Z) von ihm stammt. Hunderttausende Österreicher haben seine Arbeiten täglich gesehen und wurden mit ihnen groß. Heinz Traimer wäre in diesen Wochen 90 Jahre alt geworden.

Am 30. September 1921 kam der Grafiker in Schondorf in Bayern zur Welt. Traimer wollte Arzt werden aber die Kinderlähmung, die er sich in der Kriegsgefangenschaft zuzog, ließ ihn diesen Wunsch nicht mehr realisieren. So kam es, dass er im Sanatorium beschloss, Grafiker zu werden. Über seine Frau kam er 1955 nach Österreich und lebte und arbeitete fortan in Wien als freischaffender Grafiker. Eine der ersten Wiener Arbeiten des Grafikers ist das Weltspartagsplakat der Sparkassen von 1955, das abstrahierend auf die wiedergewonnene Freiheit der Republik anspielt. Schon in der Münchener Zeit war Traimer für Sparkassen tätig und entwarf Plakate wie auch Schaufensterdekorationen.

In Wien arbeitete er zuerst noch zwei Jahre als Atelierleiter bei Koszler, die für die Zentralsparkasse der Gemeinde Wien verschiedene Arbeiten ausführten. Zeitgleich eröffnete das Ehepaar Traimer die „Kahlenberg-Graphik“ eine der ersten Siebdruckereien des Landes, die namhafte Kunden zählte.

Von 1958 an, für über ein Jahrzehnt, war Traimer fast im Alleingang für die grafische Gestaltung der Plakate der Zentralsparkasse der Gemeinde Wien sowie der übrigen Sparkassen Österreichs verantwortlich. Mit seinen oft sehr erzählerischen und humorigen Plakaten, die aber allesamt noch an das Sparen und Vorsorgen gemahnen, konnte Traimer hervorragend die Bevölkerung erreichen. Die Hauptklientel der Sparkassen bestand damals noch aus den nicht besonders vermögenden Bürgern. Besonders die Erwachsenen und älteren Menschen waren noch misstrauisch, da einige bereits schon zwei Kriege und Inflationen hinter sich hatten und daher wenig für Bankbesuche zu begeistern waren, zumal dazu kommend kaum eine Familie Sparen konnte.

## **Sparefroh - über die Kinder an die Masse**

Traimer und die Werbeabteilung suchten sich also neue Wege um die Sparkasse in der Öffentlichkeit zu reetablieren. Dies gelang durch das Ansprechen der Kinder mit für sie verständlichen und oft farbenfrohen Motiven, die für das Groschensparen, Klassensparen, Sparbuch, später Girokonto warben. Hinzu kamen Jugendfeste, Kinoabende, Bankbesuche oder gesponserte Sportveranstaltungen. Kinder und Jugendliche wurden zudem mit umfangreichem Zeitschriftenmaterial wie dem „Sparefroh-Magazin“ oder der „Zeit und wir“ hunderttausendfach eingedeckt. Neben den bald eigenständigen Kunden konnten so auch deren Eltern zurückgewonnen werden.

Mit den Jahren verselbständigte sich der Weltspartag von selbst und immer neue Rekordeinlagen sowie Kundenzugewinne wurden erzielt. Traimer produzierte in diesen Jahren zahlreiche Plakate, die zudem in und an Straßenbahnen angebracht wurden, er entwarf Prospekte, Briefe, Erziehungsratgeber, Benimmbücher, Haushaltsbücher, DIA-Bankwerbung für die Kinos, Rundfunk- und Fernsehspots.

Ab 1970 kam die Werbung der Sparkassen zunehmend in die Hand der nunmehr professionellen geführten PR-Abteilung, die mit neuen Marketingkonzepten arbeitete. Traimer hatte nun deren explizite Ideen in Form von Fotografie und Textgestaltung um-

zusetzen. Neue Themen wie Kredit, Finanzierung und Scheckkarte kamen auf, sind aber in ihrer erwünschten fotografischen Gleichförmigkeit bisweilen kaum noch von Konkurrenten zu unterscheiden. 1976 gewann der Grafiker den Staatspreis für Werbung für eine Werbeschiene des Sparkassenverlags. 1980 trat Traimer in den Ruhestand ein.

## **ARBÖ und weitere Kunden**

Neben den Sparkassen war Traimer auch für kleinere Unternehmen wie Hotels, Vereine oder Modehäuser tätig. Für die Stadt Wien entstanden Anleihen oder Plakate für Musikfestivals. 1966 entwarf der Grafiker das Bernhardiner-Logo für den ARBÖ.

Für das 1976 eröffnete Donauzentrum in Wien zeichnet er sich für die gesamte Werbeschiene samt Logo (dz) aus. Ebenfalls in den 1970er Jahren kamen nun Unternehmen wie Kapsch oder CIBA-Arzneimittel hinzu.

## **Traimer in Wiener Museen**

Heinz Traimer verstarb 2002 in Grinzing und hinterließ einen Nachlass, der derzeit aufgearbeitet wird, von knapp 2500 Objekten, wie Skizzen, Entwürfe oder Plakate. In Wien selbst liegen im Museum für angewandte Kunst (MAK), in der Wienbibliothek und in der Österreichischen Nationalbibliothek einige Plakate des Grafikers in deren Plakatsammlungen.

## **Bedeutung Trainers**

Trainers Plakate lassen gut den Wandel einer Nachkriegsgesellschaft hin zum heutigen wohlhabenden Österreich dokumentieren – eine Entwicklung die nicht zuletzt durch die zur Sparsamkeit und

wirtschaftlich haushalten erzogenen Generationen zu verdanken ist. Für die Wirtschafts- Sozial und Kulturgeschichte stellt Heinz Traimer eine bedeutende Quelle dar.

Text: Matthias Bechtle Wien