Siegfried Bittel

Autor(en): **Bäschlin, Franz**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]**

Band (Jahr): **33 (1960)**

Heft 6

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-776721

Nutzungsbedingungen

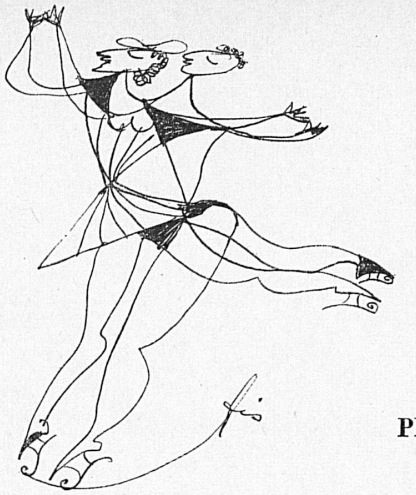
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Siegfried Bittel

«D'Liit la rede und d'Chie la chalbere, de git's Milch», sagt der Walliser. Ich hörte das Sprichwort aus Siegfried Bittels Mund. Derb faßt es einen Wesenszug meines einstigen Chefs: die Unentwegtheit, die sich um Gerede wenig kümmert; die Kraft des Beharrens auf dem eingeschlagenen Weg. Er nahm mich kurz nach der Übersiedlung von Bern nach Zürich in seine Equipe auf, vertraute mir bald die «Revue» an – sein Kind, die Zeitschrift, die in andern Fremdenverkehrsländern schon Schule gemacht hatte. Ich sah, wie er in die Leitung der Verkehrszentrale hineinwuchs: sich gegen tausend Hindernisse behauptend, nach außen, nach innen; denn seht ihn an: er vereinigt die robuste, vitale Natur mit der verletzlichen, sensiblen Art des Künstlers. Gerade da galt es «D'Liit la rede», sich abschirmen, brauchte er doch für seine Aufgabe beides: kämpferische Härte und jene Begeisterungsfähigkeit, die sich so oft schon in der Jugend von den äußern Widerständen erdrücken läßt, die so mancher um des äußern Erfolges willen selber glaubt dämpfen zu müssen. Er hat sie bewahrt. Und diese Doppelnatur kam der Sache zugute, welcher er dient: der Werbung für den Reiseverkehr.

Man mußte Siegfried Bittel einen Vorschlag, eine Anregung bringen, wenn keine Störung zu befürchten war. Da es für ihn in jenen Anfängen kaum eine Freizeit gab, ließ er mich am Sonntag, kurz vor Mittag, in sein Büro an der Löwenstraße kommen. Hier packte es mich immer wieder, wie behaglich der Vorgesetzte Mensch sein konnte und wie in diesen Augenblicken Ideen, Pläne ihn tief bewegten, welche Freude aus ihm strahlte, wenn er einen neuen Mann gefunden hatte, der ihm ganz entsprach: Herbert Matter etwa, den Graphiker, dessen Begabung er intuitiv erkannte und den er sogleich mit vollem Vertrauen zum Zuge kommen ließ. Es wären andere Namen zu nennen, schon aus der Berner Zeit. Für den kaum der Schule entwachsenen Max Frisch hatte er einen Auftrag bereit gehabt. Und darauf kam es hier an: die Leute zu finden, die seine Vorstellung einer lebendigen Werbung die lebendige, die künstlerische Gestalt verliehen. Was bei solchem Einsatz der besten, eines Paul Budry im Literarischen, geschaffen wurde, war nicht Routinematerial, nicht ertestet und errechnet auf die Wirkung; es war und ist Material, das aus der Liebe zum Land entstanden ist, dem es Freunde gewinnen soll, aus dem Glauben, daß die Schönheit und Eigenart dieses Landes für sich selber spricht, wenn man sie den Menschen in aller Welt nur echt und wahr nahebringt.

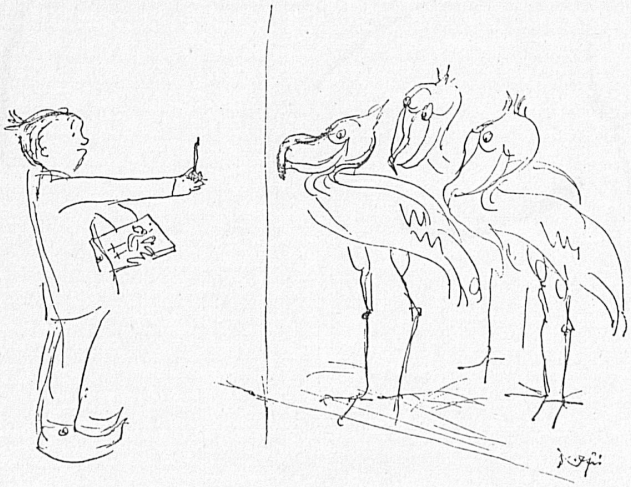
Auf dieser Freude am Echten, am Substantiellen beruht Siegfried Bittels erfolgreicher Versuch, die konkretesten Gaben der Erde, Speis und Trank, veredelt durch Kunst und Brauchtum, für die Werbung einzusetzen. Dahinter steckt kein «Materialismus», sondern jene wirkliche Gastlichkeit, die es nicht bei romantischen – so oft kaum empfundenen – Anpreisungen der Naturschönheit und der «nationalen Vorzüge» bewenden läßt, sondern den Gast recht eigentlich mit dem Lande «nähren» möchte. Sein Name, sagte mir Siegfried Bittel kürzlich, bezeichne ursprünglich ein Weißmehlsieb, und im Wappen führe sein Geschlecht drei Weizenähren. Besinnlich bemerkte er dann bei Tische, das Wörtchen «Spis» umfasse im Wallis Käse, Brot und Wein und habe, weil es diese nahrhaft köstliche Dreiheit bezeichne, etwas wie geheiligten Klang. So wirkt denn in diesem Manne in seinem Ziel und Tun sein Ursprung fort. Und wäre es nicht in Wahrheit der Sinn der Gastlichkeit, den Menschen, die zu uns kommen, etwas von unserm Lande «einzuverleiben»?

Siegfried Bittel dachte aber auch immer an das Brot, das der Reiseverkehr so vielen in unserm Volke, das er vor allem den Menschen in unsern kargen Berggegenden bringt. Es lag ihm am Herzen, durch sein Wirken für unser Land Brot zu schaffen. Und nicht zuletzt verdient er dafür bei seinem Rücktritt vom Amte den Landesdank. Auch darf es uns zuversichtlich stimmen, daß sein Nachfolger aus jener Bergwelt stammt, die vielleicht noch am meisten Sinn hat dafür, daß unser tägliches Brot unser Leben ist.

Franz Bäschlin

Photographie und Zeichnung

Es gab eine Zeit, da die Photographie als Illustrationsmittel die Zeichnung fast gänzlich aus dem Felde geschlagen hatte. Nur auf einem Gebiet blieb ihr der Stift immer überlegen, auf dem Gebiet des Witzes, des Humors. Der Versuch, sie in der Form der Photomontage auch hier einzubürgern, war unzulänglich; denn in der Karikatur geht es um mehr als um Darstellung des äußerlich Wirklichen. Der Satiriker hebt Schwächen hervor, übertreibt einzelne Züge, um der Wahrheit, die sich oft hinter dem äußeren Anschein verbirgt, näherzukommen. An diesem Beispiel wird uns der Unterschied zwischen bildender Kunst und Photographie klar. Das Auge, die zeichnende Hand, der Geist des Künstlers wählt aus der Fülle des Zufälligen aus, hält nur das Wesentliche fest, gestaltet es und verleiht ihm Ausdruck. Die Kamera dagegen fängt alles ein, was in ihrem optischen Felde liegt; sie schenkt uns Dokumente des Wirklichen. Nur die freilich sehr wichtige Wahl des Ausschnittes, der Stimmung und Belichtung ist in das Belieben des Photographen gestellt. Sie allein gibt auch der Photographie bis zu einem gewissen Grade einen künstlerischen, persönlichen Charakter, der es dem Kenner ermöglicht, aus dem Bild den Autor zu erraten. Die touristische Werbung muß in erster Linie darauf abzielen, den Fremden mit Dokumenten, mit Bildern der Wirklichkeit für Reisen und Ferien zu gewinnen. Sie beabsichtigt nicht zum



Für unsere Revue in den dreißiger Jahren gezeichnete Vignetten von Hans Fischer (1909–1958)

Vignettes dessinées il y a trente ans pour notre revue, par Hans Fischer (1909–1958)

Hans Fischer ha disegnato, verso il 1930, queste vignette per la nostra rivista

Vignettes by Hans Fischer (1909–1958), especially done for the Review "Switzerland"

Hans Fischer karikiert sich selber im Basler Zoo, 1949
Hans Fischer au Jardin zoologique de Bâle, vu par l'artiste, 1949
Hans Fischer allo Zoo di Basilea. Autocaricatura del 1949
Hans Fischer caricaturizes himself in Basel's zoological garden