

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 105 (1979)
Heft: 44

Rubrik: Basler Bilderbogen

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 29.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Kunstgalerie für jedermann

Ich möchte wetten, dass Sie alle wissen, wie die Mona Lisa aussieht. Sie ist sicher die am meisten abgebildete Dame der Welt und ein Beweis dafür, dass auch eine durchaus ehrenwerte Frau es zu allgemeiner Berühmtheit bringen kann, wenn sie einen guten Künstler findet, der sie malt. Ich möchte auch annehmen, dass Sie den Gottfried Keller und den Henri Dufour kennen, und das nicht nur dem Namen nach, sondern auch vom Sehen. Wenn nicht, dann schauen Sie einmal kurz im Portemonnaie nach, ob Sie nicht zufällig eine Zehn- und Zwanzig-Franken-Note besitzen. Nicht eine neue Zwanzigernote mit dem Monsieur de Saussure drauf und seiner Sherpakolonne, die ihn auf den Montblanc transportierte, sondern eine ältere, wo eine Silberdistel die eine Seite und der General Dufour die andere Seite zierte. Die beiden Porträts stammen zwar nicht, wie die Mona Lisa, von Leonardo da Vinci, sondern von einem Mann, der in Indien geboren wurde, in Zürich heimatberechtigt und deshalb ein Basler ist. Er heisst Hermann Eidenbenz. Nehmen Sie jetzt einmal eine Lupe und sehen Sie sich die Porträts auf den Banknoten an. Und betrachten Sie die Blumen und die Schrift und die Arabesken und die Linien des Hintergrundes. Wenn Sie jetzt nicht über das Können, das darin steckt, in Begeisterung ausbrechen, so sind Sie ein hoffnungsloser Fall und sollten so schöne Banknoten gar nicht herumtragen. Tun Sie sie in ein Couvert und schicken Sie sie an meine Adresse.

Es kann auch sein, dass Sie im Laufe der letzten Jahrzehnte die Plakatwände unseres Landes angesehen haben. Hoffentlich haben Sie das, denn dazu sind die ja da. Da werden Ihnen des öfteren Plakate aufgefallen sein, die so ausgefallene, aber bestens zu-

einander abgestimmte Farben wie Türkis und Lila, Blau und Violett und Orange zeigten, und die nicht nur Kunstwerke waren, sondern auch voll Humor. Für so etwas haben Sie ja eine Nase, weil Sie das von den Karikaturen des Nebelspalters her gewöhnt sind. Vielleicht erinnern Sie sich an das munter in einer Matte herumhüpfende weisse Lämmlein, das für Ferien im Frühling warb, oder an das Persil-Maiteli mit seinen roten Haaren und der lustigen Haar-Rolle über den ganzen Kopf. Oder Ihnen ist das Katzenbusi von der Firma Zwicky in Erinnerung geblieben, der wilde Tiger auf dem Elefanten des Zirkus Knie oder auch nur das rote Nastuch über den Handgranaten, das Sie zur Vorsicht im Umgang mit Blindgängern aufforderte. Auf all diesen Plakaten stand als Autor jeweils der Name eines Mannes, der in Basel geboren wurde, in Basel seinen Beruf lernte und Basler ist. Der Name hiess Donald Brun.

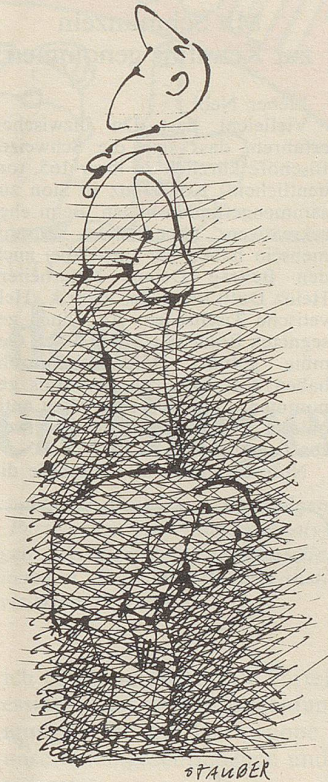
Von den beiden Künstlern ist im Basler Gewerbemuseum jetzt gerade eine Ausstellung zu sehen, die Beispiele aus ihrem Lebenswerk enthält. Es ist erstaunlich, was da alles vertreten ist. Von Hermann Eidenbenz sieht man eine Briefmarke mit dem Bildnis von J. R. Wettstein, was sehr sinnig erscheint, weil Wettstein ja auch als Zürcher in Basel wirkte. Man sieht aber auch ein Riesenplakat, das Eidenbenz für eine deutsche Firma entwarf – es füllt eine halbe Plakatwand. Ob Mini oder Gigant, ist ganz wurscht – wer die Werke von Hermann Eidenbenz einmal gesehen hat, der vergisst sie nicht. Und das ist ja der Sinn der Sache in der Werbung. Mir zum Beispiel wird ein schwarzes Katzenbusi mit Leuchtaugen und gesträubten Haaren auf lila-violetterm Hintergrund lebenslang nachlaufen, das Eidenbenz einmal malte. Leider gibt's davon keine Reproduktionen, so dass ich es nicht zu Hause aufhängen kann. Und dann die-

Neues Posthotel St. Moritz

Das ganze Jahr offen.

- Das behagliche, komfortable Haus. BEL-ETAGE mit Balkonzimmern, freie Sicht auf See und Berge.
- Spezialitäten-Restaurant. Grosser Parkplatz.
- Fitness- und Spielraum. Solarium. Bequeme Bus-Verbindung zum neuen Heilbad.

P. Graber, dir.
Telefon 082/2 21 21 Telex 74430



ser Donald Brun! Er ist ein seelischer Nachfahr des Henri de Toulouse-Lautrec, der vor einem Jahrhundert die ersten grossen künstlerischen Plakate schuf. Ich hatte einen guten Freund in Hamburg, der hat Plakate von Donald Brun gesammelt, und wenn er wieder ein neues bekam, so war das für ihn eine helle Freude.

Womit wir mitten in der Sache sind. Gute Plakate sind nämlich so etwas wie eine Kunstgalerie für jedermann. Da sie öffentlich ausgehängt werden, sieht sie jeder. Und wer seine Augen nicht nur dazu hat, dass er eine Brille davorhängen kann und danach geistvoller aussieht, der setzt sich mit den Plakaten auf irgendeine Weise auseinander. Nicht nur mit der Firma oder der Ware, wofür sie werben. Nein: auch mit der Darstellung, und deshalb auch mit der Kunst. Noch vor nicht allzu langer Zeit war die Schweiz ja das Land mit dem höchsten künstlerischen Verständnis der Bevölkerung. Ehrlich gesagt: daran waren zu einem guten Teil die ausgezeichneten Plakate schuld, die an unseren Plakatwänden hingen. Schweizer Plakatkünstler, voran die Basler, waren daher im Ausland gesucht. Heute ist's leider oft umgekehrt. Seit die Werbung in die Hände von Leuten gefallen ist, die sich vorwiegend ans un-

terste Niveau der Konsumenten richten, beziehen wir die Werbeideen aus dem Ausland, zusammen mit der Werbesprache. Und drum ist an vielen Plakatwänden das künstlerisch Beste der Hund, der davorsteht und sein Bein lüpfet. Leider hat der Hund keinen Einfluss auf die Gestaltung der Plakate. Sonst wären sie besser. Aber er kann seine Meinung ausdrücken.

Es ist etwas ganz Seltsames mit den Plakaten. Wenn sie Kunstwerke sind, so wirken sie ganz unerhört intensiv. Wenn eine Metzgerei ein Plakat aufhängt, auf dem Donald Brun appetitliche Wursträdlein abgemalt hat, so stürmen Sie zwar nicht in die nächste Filiale der Firma und kaufen alles an Aufschnitt zusammen, was dort zu haben ist. Aber wenn Sie das nächstmal Aufschnitt kaufen möchten, so fällt Ihnen das Plakat ein, und die Firma hat dann den Profit davon. Das bleibt jahrelang so. Mit anderen Produkten ist es gleich. Plakate haben eine unvorstellbar lange Wirkung – falls sie gut sind. Damit sie aber gut sind, müssen sie von jemandem gemacht werden, der Künstler ist und nicht nur die komplizierte Technik beherrscht, sondern auch Menschenkenntnis hat. Plakate entstehen nicht dadurch, dass ein Raum voller Halbschlauer mit Schlagworten um sich wirft, Tabellen studiert, Statistiken zu Rate zieht und dann das nachmacht, was die Konkurrenz bereits einer weiteren Konkurrenz nachgemacht hat, die ihre Idee in Amerika gestohlen hatte. Plakate entstehen, indem ein begnadeter Plakatkünstler in Ruhe schaffen kann. Und auch dann erst, wenn er für einen Auftraggeber arbeitet, mit dem er sich versteht, mit dem er vernünftig reden kann – und vor allem: der ihn machen lässt. Wenn der Leonardo da Vinci seine Mona Lisa so gemalt hätte, wie heute manche Werbeagenturen Plakate machen – nie und nimmer hätten Sie jemals etwas von dieser Mona Lisa gehört. Und Sie wüssten schon gar nicht, wie sie aussah. So aber ...

Verstopfung?

Ich? - Nein!

«Ich nehme immer Regulets bei Darmträgheit. Die wirken mild und zuverlässig.»

Regulets-Tabletten, in Apotheken und Drogerien.

