

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 28 (1941)
Heft: 9

Artikel: 50 Jahre Schweizer Plakat
Autor: Kern, Walter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-86858>

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: 01.02.2026

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

50 Jahre Schweizer Plakat

Zur Ausstellung der Kunstgesellschaft Davos vom 19. Juli bis 15. August 1941.

Das Plakat ist insofern ein besonders aufschlussreiches Spiegelbild der Zeit, als es sich nie in einer abgeschlossenen geistigen Sphäre entwickeln und in extremen Versuchen ausleben kann, sondern immer die Mitte zwischen den Strömungen und Experimenten der freien Kunst und den praktischen Werbeforderungen, also dem allgemeinen Geschmack, zu suchen hat. Dieser Publikumsgeschmack ist für die Kenntnis der geistigen Situation einer Epoche ebenso aufschlussreich wie hohe Kunst und Literatur. Wenn wir Plakate aus der Renaissance besitzen würden, könnten wir an ihnen über die kulturelle Struktur manches ablesen, was uns die grossen Kunstwerke jener Epoche nur auf Umwegen offenbaren.

Das Plakat, soweit dessen noch nicht hundertjährige Geschichte uns zeigt, lehnt sich wohl an die Strömungen der grossen Malerei an, steht aber auf einem breiten, allgemein zugänglichen Boden, so dass es seine eigene Gesetzmässigkeit auf Grund dieser Zwischenstellung vorerst tastend zu suchen hatte. Die geistige Verpflichtung, die die Malerei zu einer sich oft fast nicht mehr aus sich heraus zu wagenden Introversion geführt hat oder sie, im Gegenteil, in wildestem Bekenntnisseifer jeder Stille und Geschlossenheit beraubte, weil man glaubte, seinen Geist «ausschütten» zu müssen, lastet weniger schwer auf dem Plakat, und das hat gerade dazu geführt, dem Plakat eine Form zu geben, die der Ausdruck nicht einer Gruppe, eines Programmes, sondern der geistigen Situation des aufgeweckten Mannes der Strasse ist, zu dem es zu sprechen hat. Und man wird beispielsweise in fernen Zeiten das Kulturbild Frankreichs um die Jahrhundertwende nicht nur an einem Mallarmé, J. K. Huysman und den Symbolisten ablesen, von deren Existenz

die Masse kaum Kenntnis hatte, sondern ebenso sehr am Pariser Vaudeville, an den auf Ereignisse der Zeit anspielenden Chansons, an Zeitungen und Plakaten von Toulouse-Lautrec, Léandre usw. Und wenn wir heute die Plakate der Zeit des Jugendstils betrachten, so sind wir überrascht, wie besonders reine und typische Verkörperungen dieses Stils sie sind. Die Malerei ist zaghafte, noch stark auf die der Tradition entnommenen Werke bedacht und die Architektur, als die dauerhafteste und daher verantwortungsvollste Ausdrucksform einer Zeit, darf sich jenen spielerischen, so sehr zeitbedingten und einer frischen Phantasie entspringenden Formen nicht so rückhaltlos hingeben.

Die um 1890—1895 entstandenen Plakate zeigen rein illustrativen Charakter. Sie sind erzählend und in diesem Eifer, möglichst viel in Schrift und Bild mitzuteilen, formal indizipiniert. Mit dem Aufkommen des Jugendstils um 1894 geht das Plakat von der illustrativen Anhäufung von Motiven zu ausgesprochen allegorischen Lösungen über. Es ist die Zeit der zahnrädertragenden, lorbeergeschmückten Frauen, der mit einer Lyra bewaffneten Schwäne, wobei sich, der Tendenz des Jugendstils entsprechend, auch immer wieder das Symbol in die Darstellungen schiebt. Diese Tendenz hält sich bis um 1906 mit verschiedenen Schwankungen, Vorstössen und Rückfällen, bis dann die spezifischen Elemente des Plakates sich deutlicher abzuzeichnen beginnen. Vorerst beispielsweise 1905 im Plakat für das Eidg. Sängerfest in Zürich, von Burkard Mangold, das noch im Jugendstil konzipiert, schon im besten Sinne plakatmässig aufgefasst ist. Auch werden die Möglichkeiten der Lithographie wieder mehr ausgeschöpft, da nicht mehr allein aus dem Motiv heraus, sondern vielmehr aus dem Material



M. Annen, 1890
rechts: Atelier Orell-Füssli, 1901



M. Annen, 1908
rechts: Eduard Renggli, 1912



Hans Sandreuter, 1913
rechts: Otto Baumberger, 1913



Robert Hardmeier, 1905
rechts: Paul Kammüller, 1912



Jules de Praetere, 1918
rechts: Walter Koch, ca. 1920



Otto Baumberger, 1917
rechts: Emile Cardinaux, 1917



Emile Cardinaux, 1914
rechts: Albert Hoppler, 1917



Ferd. Hodler (Lithogr. von O. Baumberger), 1917
rechts: Alexandre Blanchet, 1918

Burckard Mangold, 1912—1914
rechts: Emile Cardinaux, 1911

Hugo Laubi, 1920
rechts: Otto Baumberger, 1918





Otto Baumberger
rechts: Otto Baumberger, 1918



Albert Hoppler, ca. 1918
rechts: Hugo Laubi, 1924



Otto Baumberger, 1920
rechts: Carl Moos, 1924

Herbert Matter, 1928
rechts: Ernst Keller, 1932



heraus gedacht wird. Mangolds früheste Plakate gehen auf das Jahr 1900 zurück, und es darf hier festgestellt werden, dass sein Anteil an der Entwicklung des Schweizer Plakates nach dem Reichtum seiner Produktion und dem künstlerischen Ernst, mit dem er jede neue Aufgabe löste, für die ersten zwei Jahrzehnte ebenso bedeutsam war, wie der spätere Beitrag von Emile Cardinaux und Otto Baumberger. An der Herausarbeitung der spezifisch plakatmässigen Elemente, der Befreiung des Plakates von unwesentlicher Ornamentik, dem Einklang von Bild und Schrift sind Robert Hardmeier (Plakat der Waschanstalt Zürich 1905), Carl Moos (Chocolat Klaus 1906), Emile Cardinaux (Zermatt 1906) und Walter Koch (Davos 1905) neben dem immer auf zeichnerische Fülle ausgehenden Mangold besonders bahnbrechend beteiligt. Mangold und Cardinaux dürfen dabei noch das besondere Verdienst in Anspruch nehmen, die Steinzeichnung in einer Weise und mit einer Könnerschaft gepflegt zu haben, dass schon frühzeitig das Schweizer Plakat den Rang eines wirklichen Kunstblattes im Sinne jener damaligen Bestrebungen des deutschen Kunstwartes einnahm. Bis um 1910 ist denn auch der Einfluss Münchens, wo die meisten dieser Künstler in ihren Lehr- und Wanderjahren wirkten, unverkennbar. Carl Moos wird übrigens wenige Jahre später auch seine ersten Wintersportplakate schaffen und den damals viel verbreiteten illustrativen und süßlichen Wintersportplakaten von C. Pellegrini (der nicht mit dem Basler Maler A. H. Pellegrini zu verwechseln ist!) einen entwicklungsähnlichen, aus der Steinzeichnung heraus geborenen Stil entgegenstellen.

Um 1912 erscheinen die ersten Plakate von Otto Baumberger. Bereits die frühesten Blätter dieses fruchtbarsten und vielseitigsten schweizerischen Plakatkünstlers zeigen den Blick für das Wesen des Plakates (Seiden-Grieder 1913). Ob Baumberger reine Sachplakate schafft, ob er mit Effekten des Expressionismus oder mit impressionistischen Mitteln arbeitet — für alle diese Strömungen gibt es Beispiele in seinem Schaffen — so findet er immer eine künstlerisch interessante und werbetechnisch wirkungsvolle Lösung. Mit Baumberger parallel, wenn auch nicht so vielseitig und experimentierfreudig, geht die Produktion Emile Cardinaux', der Westschweizer Loupot und Forestier, die mit den bereits erwähnten Schriftmachern das Schweizer Plakat in der Zeit von 1913—1918 zu einer ersten vollen Reife bringen. Und es war eine besonders glückliche Fügung, die Baumberger und Cardinaux 1917 gemeinsam mit einer Serie von Plakaten für die künstlerischen Veranstaltungen deutscher Theater und Dirigenten in der Schweiz zu einem edlen Wettkampf veranlasste, der zu einem Höhepunkt schweizerischer Plakatkunst führte. Baumberger schuf damals seine «Medea» für das Gesamtgastspiel des

K.-K. Hofburgtheaters in Wien, für die Gastspiele des Grossherzogl. Hoftheaters Darmstadt, für die «Orestie» Max Reinharts und das Gastspiel von Prof. Arthur Nikisch; Emile Cardinaux sind die hervorragenden Blätter für die Gastspiele Richard Strauss', die Mozart-Festspiele und Pfitzners Palestrina zu danken. Aber nicht nur die beiden Künstler, sondern auch Graf Harry Kessler, der Auftraggeber, und J. C. Wollensberger, der Drucker, sind an diesen Höchstleistungen unserer Plakatkunst mitbeteiligt. Um diese Zeit tritt auch Hugo Laubi als Schöpfer hervorragender Plakate auf, von denen die Bally-Plakate (1924) und das Beurer-Plakat von 1920 den einfallreichen Zeichner und sorgfältigen Handwerker am Stein belegen. Eine Sonderstellung nimmt Augusto Giacometti ein, dessen dekorative, farbenfreudige Malerei ihn auf geradem Weg auch zum Plakat führte, sowie Cuno Amiet, der einige hervorragende Plakate, zum Teil für eigene Ausstellungen, zwischen seinem malerischen Werk verzeichnen darf.

In diesem Decennium von 1920—1930 begegnen wir auch den ersten Plakaten von Otto Morach, Karl Bickel, Ernst Keller, Walter Käch, W. Trapp, Walter Cyliax und Niklaus Stoecklin. In diesen Künstlern manifestieren sich sehr verschiedene Tendenzen. Stoecklin neigt zum symbolhaften Plakat, Cyliax macht die ersten Photoplakate (Optiker Koch 1929), Ernst Keller ist vorbildlich im Schriftplakat, Karl Bickel strebt nach Monumentalität und symbolhafter Wirkung, so dass sich von 1896 bis zu diesem Zeitpunkt eine Entwicklung aus der Allegorie des Jugendstils zum Symbol vollzogen hat, aus der erzählenden Illustration zum abgekürzten, schlagkräftigen Kennzeichen. Unter der Devise «Wahrheit in der Reklame» im Zusammenhang mit der Vervollkommnung des Tiefdruckverfahrens erlebte das Photoplakat einen starken Auftrieb, wobei formal die russischen Photomontagen nicht ohne Einfluss waren. Es ist hier zu bemerken, dass das Photoplakat als vergrösserte photographische Aufnahme schon jahrelang in der schweizerischen Fremdenverkehrswerbung gebraucht wurde, also gegenüber dem neuen Photoplakat jene gleiche Stellung der vergrösserten Illustration einnahm, wie die um die Jahrhundertwende geschaffenen Plakate, jedoch durch die rigorose Teilung von Bild und Schrift noch nicht im eigentlichen Sinne von einem Photoplakat gesprochen werden kann. Vötzige Photoplakate schufen neben Cyliax der seit Jahren in USA. tätige Herbert Matter, Eidenbenz und Walther Herdeg. Herdeg hat, wiederum parallel mit der Entwicklung des Farbentiefdrucks, die ersten Farbenphoto-Plakate für St. Moritz herausgebracht.

Der heutige Stand der schweizerischen Plakatkunst scheint einerseits durch den farbenfrohen, einfallreichen Alois Carigiet und anderseits durch das Sach-



Emil Schulthess, 1938
rechts: Walter Herdeg, 1937

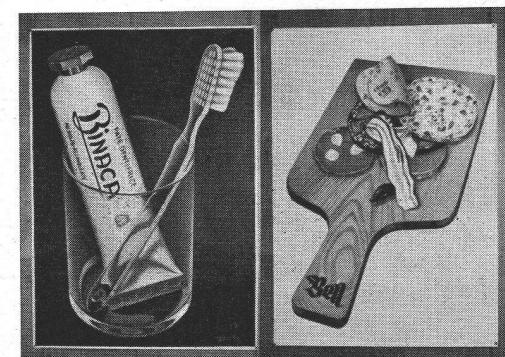


Max Bill, 1931
rechts: Walter Käch, 1933



Alois Carigiet, 1939
rechts: Alois Carigiet, 1933

Niklaus Stoecklin, 1940
rechts: Herbert Leupin, 1939



plakat Niklaus Stoecklins und der jüngern Peter Birkhäuser, Edi Hauri und Fritz Bühler gekennzeichnet zu sein, die das reine Lithoplakat pflegen und dadurch über das — inzwischen schon anonym gewordene Farbenphoto-Plakat hinaus — neue Wege weisen. Neue Sachlichkeit und die lyrischen, durchaus jedem Programm fernen Blätter Carigets sind Ausgangs- und Höhepunkte des Schweizer Plakates von heute.

Man gestatte mir zum Schluss, den im Vorwort des Kataloges der Davoser Ausstellung niedergeschriebenen Satz zu wiederholen: «Aus einer kleinlichen und schüchternen Ueberredungskunst entwickelte sich das Plakat zu einer Kunst selbstbewusster Propaganda, die nicht nur überreden will, sondern die sich auch ihrer erzieherischen und kulturellen Aufgabe bewusst ist.»

Walter Kern

Niklaus Manuel Deutsch

Druckvermerk: Den Bilderteil dieses Buches bauten Dr. Hans Koegler und Robert Spreng in gemeinsamer Arbeit auf. Die Aufnahmen selbst wurden von Robert Spreng SWB geschaffen. Den Text verfassten Prof. C. von Mandach, Bern, und Dr. Hans Koegler, Basel. Das Buch wurde mit Unterstützung der Gleyre-Stiftung, des Bundes und der Ulrico-Hoepli-Stiftung im Urs Graf Verlag G. m. b. H. herausgegeben.

LV Seiten Text, 124 Tafeln, 27,5×36 cm. Ganzleinen Fr. 24.—. Urs Graf Verlag, Basel, o.J.

Eine in Anbetracht ihrer Qualität und ihres grossen Formats erstaunlich billige Publikation mit unübertrefflich klaren Kunstdruck-Abbildungen nach Aufnahmen von R. Spreng, von denen die Bildausschnitte bis ins Detail der malerischen Farbmaterie zeichnen.

Aus dem Text von H. Koegler:

«Wenn man das gesamte Zeichnungswerk vor seinen Augen vorbeigleiten sieht, so bleibt als dauernde Resterinnerung ein stark erzählerischer Eindruck haften, in welchem ein Lebenskünstler eben von der Vielseitigkeit unseres Lebens berichtete, immer unter der Aufsicht des Schönheitssinnes, immer unter Wahrung eines gewissen Gefühlsabstandes, sein Herz nicht freigiebig an anderer Lust und Leid zu verschenken. Der Reichtum dessen, was zur Sprache kommt, darf weite Grenzen haben, der Anteil engere; Unmass und entfesselte Leidenschaft sind durchweg verbannt, desgleichen das Gemeine und das Furchtbare; es gibt eine Art, auch über das Ernste gelassen und unbeschwert zu sprechen, und über das Unschöne entschuldigend, wenn Takt und Form immer im Vordergrund bleiben. Durchschnittlich dringen die Meister der deutschen Kunst in Manuels Epoche energischer in die Gefühlswerte ein, freudiger und hartherziger, auch rückhaltloser und manchmal auch mit einem biederem Ungeschick. Manuel erzählt vom Liebenswürdigen und vom Anstössigen, vom Komischen und vom Traurigen mit derselben weltmännischen Gefälligkeit; in diesem Sinne ist seine Kunst der Darbietung eine neue und einmalige, ein Produkt hoher zivilisatorischer Bildung. Ein flottes, schweizerisch-kriegerisches Band zieht sich auch als sein persönlich-männliches Ideal durch seine ganze bunte Reihe durch und, was die Frauen anbelangt, eine erotische Verschwärmeit. Wenn der Kunst seiner Zeit aus altert Vermächtnis noch das Hymnische bekannt war und das uralt Epische, dazu aus neuerer Findung das Dramatische, wusste sie von der gotischen grotesken Behandlungsweise und auch schon von der neuesten idyllischen, so ist Niklaus Manuel Deutsch der erste bildende Künstler diesesseits der Alpen, der von der novellistischen Behandlungsart eines Stoffes Kunde gibt; sicher nicht ohne direkte Verbindung seiner Person und seiner Herkunft mit Italien. Ich möchte wünschen, dass diese Bemerkung nicht als gesuchte Geistreichigkeit, sondern als die Feststellung eines wichtigen Kulturfaktums aufgenommen würde.»

NMD, wie er selbst signiert, ist eine der grossen Figuren der schweizerischen Kunst, und zugleich der Repräsentant seiner Epoche, die die bewegteste, im Guten wie im Bösen ausladendste unserer Geschichte ist. Maler, Dichter, Dramatiker, Offizier, Landvogt, Staatsmann, innerlich und amtlich teilnehmend an der Einführung der Reformation. Es ist von hoher histo-

rischer Tragik, wie Manuel, der selbst Heiligenbilder gemalt hatte, eine «Klagred der armen Götzen» verfasst, die den Missbrauch einsehen, der mit ihnen getrieben wurde. — Ein uomo universale, dem vielleicht nichts als der Resonanzboden eines Kulturzentrums ersten Ranges gefehlt hat, um eine Renaissancefigur europäischen Formates zu werden. Urs Graf, sein Zeitgenosse, ist viel primitiver, er schäumt auf im Strudel der Zeit und lässt sich treiben; Manuel ist vielseitiger, an Interessen gehaltener, bewusster, als Patrizier vor allem verantwortungsbewusster. Seine Zeichnung ist nie hemmungslos wie die des Urs Graf, noch in den lockersten Blättern gedanklich beschwert — und dabei ist sein Temperament nicht weniger leidenschaftlich. In der Malerei ist ein leiser Zug von Dilettantismus fühlbar: nicht ein Mangel an Begabung, sondern an künstlerischer Erziehung, ein nicht ganz eingeschmolzener Rest der provinzlerischen Lehrzeit. Bei stärkerer Bindung an bedeutendere Lehrer wären dafür die erstaunlichen Vorstösse in künstlerisches Neuland vielleicht unterblieben, die sich ganz vom Altarbild lösen zugunsten einer renaissanceähnlichen Diesseitigkeit. Diese Bedeutung der drei Basler Leinwandbilder, besonders das völlig neue Landschaftsgefühl und die überraschend kühne Farbigkeit des Bildes mit Pyramus und Thisbe wird im Text schön hervorgehoben; die Datierung dieser Bilder — die andern sind die Anna selbdritt mit Heiligen und Stiftern und das Paris-Urteil — in die Jahre der Erlacher Landvogtei, 1523—1525, überzeugt.

Abgebildet sind sämtliche erreichbaren Gemälde und 74 von den 120 sicher Manuel zuzuweisenden Zeichnungen, die, wie dies für die deutschen Meister seiner Zeit die Regel ist, nicht nur Vorarbeiten für Gemälde, sondern in sich vollendete Kunstwerke darstellen.

Der Text enthält das Biographische — mangels Nachrichten lassen sich Manuels Jugendjahre zwar nicht ganz klarlegen, um so bunter sind seine Mannesjahre mit Ereignissen gefüllt — darunter seine Kriegszüge nach Oberitalien. Ein reizender Zufall ist die