Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 30 (1943)
Heft: 8

Artikel: Künstlerische Durchdringung des Alltags
Autor: Kasser, Hans
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-24296

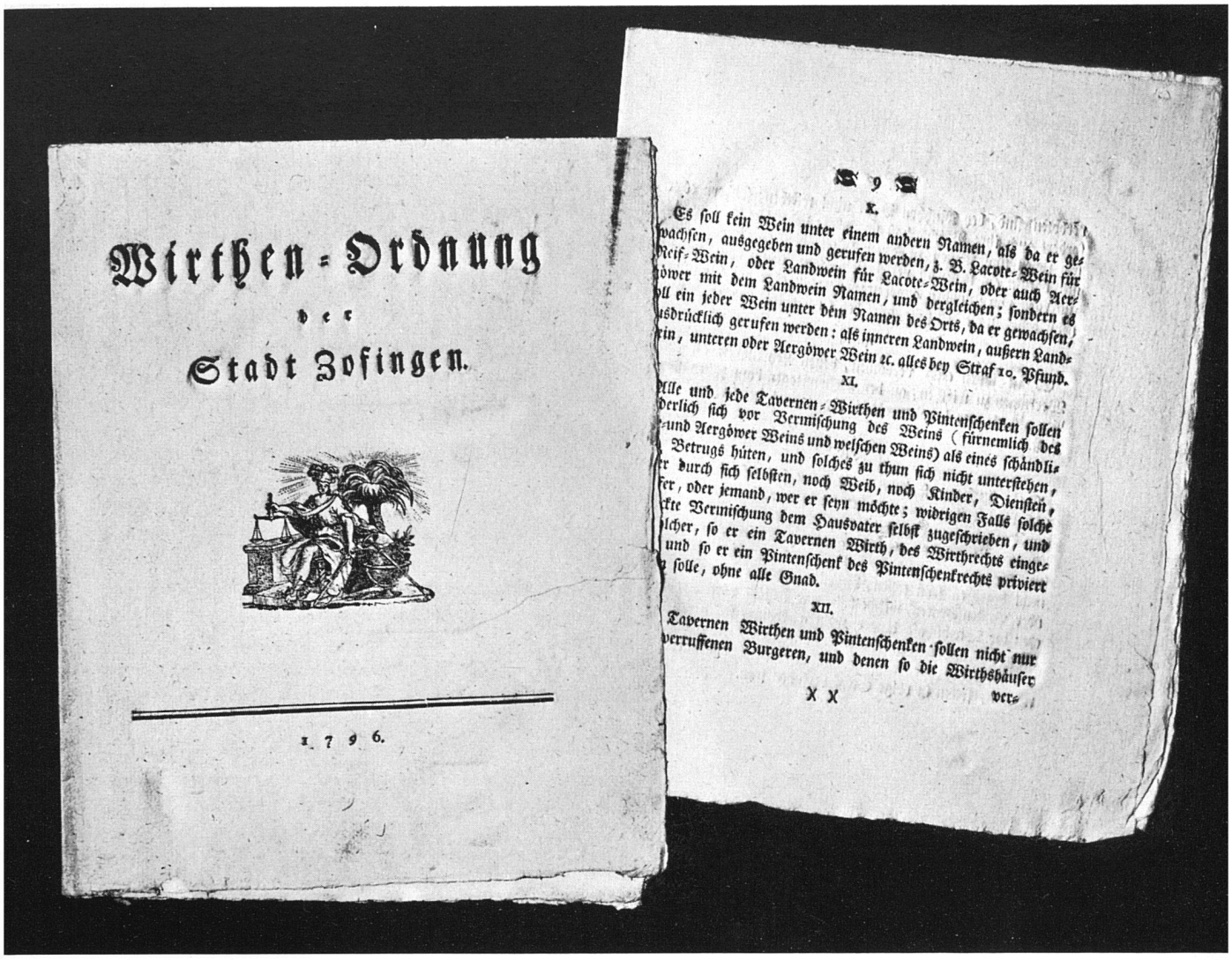
Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. 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: 09.01.2026

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



Wirthen-Ordnung
der
Stadt Zofingen.

1796.

9

X.

Es soll kein Wein unter einem andern Namen, als da er ge-
wachsen, ausgegeben und gerufen werden, z. B. Lacote-Wein für
Reif-Wein, oder Landwein für Lacote-Wein, oder auch Aer-
göwer mit dem Landwein Namen, und dergleichen; sondern es
soll ein jeder Wein unter dem Namen des Orts, da er gewachsen,
ausdrücklich gerufen werden: als inneren Landwein, außern Land-
wein, unteren oder Aergöwer Wein ꝛc. alles bey Straf 10. Pfund.

XI.

Alle und jede Tavernen-Wirthen und Pintenschenken sollen
sonderlich sich vor Vermischung des Weins (fürnemlich des
Reif- und Aergöwer Weins und welschen Weins) als eines schändli-
chen Betrugs hüten, und solches zu thun sich nicht unterstehen,
weder durch sich selbsten, noch Weib, noch Kinder, Dienstleu-
ter, oder jemand, wer er seyn möchte; widrigen Falls solche
verkte Vermischung dem Hausvater selbst zugeschrieben, und
solcher, so er ein Tavernen Wirth, des Wirthrechts einge-
und so er ein Pintenschenk des Pintenschenkrechts priviert
solle, ohne alle Gnad.

XII.

Tavernen Wirthen und Pintenschenken sollen nicht nur
verruffenen Burgeren, und denen so die Wirthshäuser

X X ver-

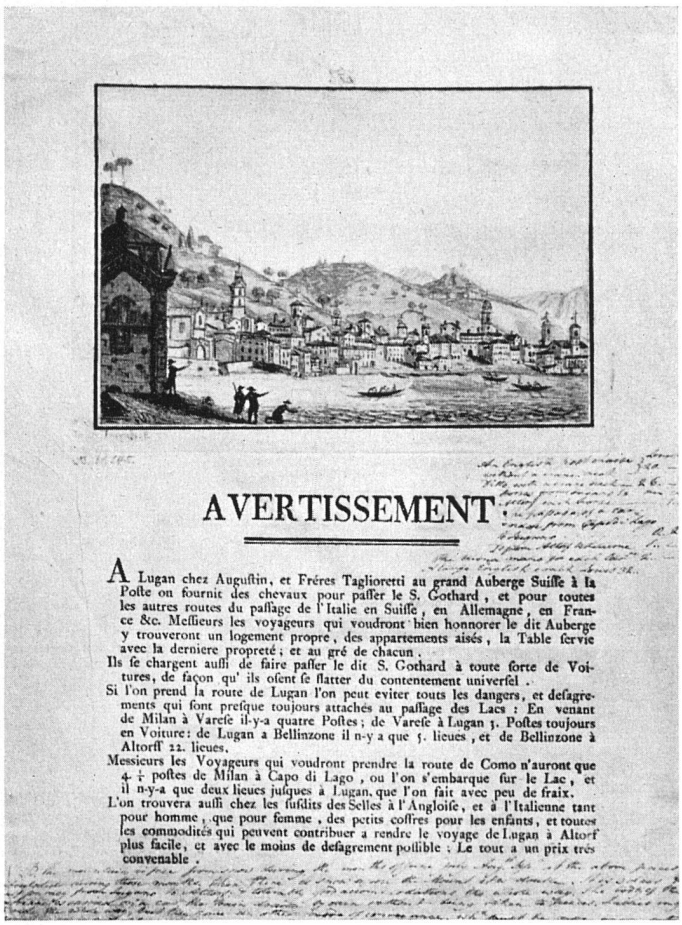
Wirteordnung der Stadt Zofingen 17

KÜNSTLERISCHE DURCHDRINGUNG DES ALLTAGS

von Hans Kasser

Der häßliche Begriff « Gebrauchsgrafiker » ist eine charakteristische Wortschöpfung unserer Zeit. Er beschränkt sich auf das deutsche Sprachgebiet. Der sonst so reiche französische Wortschatz kennt überhaupt keinen festumrissenen Ausdruck für den Beruf des Werbegrafikers. «Arts et métiers» blieben bei den lateinischen Völkern eine viel stärkere, untrennbare Einheit. Die frühen, großartigen Leistungen auf dem Gebiete des modernen Plakates, die Theateraffichen eines Toulouse-Lautrec, sind durchblutet von der schöpferischen Kraft eines großen Künstlers. Zeichnung und Schriftbild verschmelzen sich in ihnen zu einer temperamentvollen Komposition, zeitbedingt wohl in der äußern Form, zeitlos durch ihren echten künstlerischen Gehalt. Aus demselben Geiste entstanden die Plakate der Pariser-Schweizer Valloton und Steinlen. Vom alternden Courbet hängt in Nyon am Genfersee ein Wirtshauszeichen, das der von Geldsorgen geplagte Flüchtling mit nicht minderem Ernste schuf, als ob es sich um ein freies Tafelbild gehandelt hätte. Die politische Karikatur gestaltete Daumier zum vollendeten Kunstwerk. Alle diese Beispiele sind aus dem täglichen Leben heraus für den Tag geschaffen worden. Die Gesinnung, das Gestaltungsvermögen ihrer Schöpfer hebt sie über den Tag hinaus. Sie sind aus einem Geiste geboren, der die Kunst nicht als Luxus betrachtet, sondern als wahre Lebensäußerung. An der Wiedererweckung dieser verkümmerten Verbundenheit von Kunst und Leben mitzuhelfen, ist eine Hauptaufgabe des heutigen Werbegrafikers. Geht er keine Kompromisse ein, so wächst sein Beruf zum künstlerischen.

« Bekanntschaft mit der Kunst ist heutzutag ein beinahe unentbehrliches Bedürfnis für jeden Menschen, welcher



AVERTISSEMENT

A Lugan chez Auguſtin, et Fréres Taglioretti au grand Auberge Suiſſe à la Poſte on fournit des chevaux pour paſſer le S. Gothard, et pour toutes les autres routes du paſſage de l'Italie en Suiſſe, en Allemagne, en France &c. Meſſieurs les voyageurs qui voudront bien honnorer le dit Auberge y trouveront un logement propre, des appartements aisés, la Table ſervie avec la derniere propreté; et au gré de chacun.

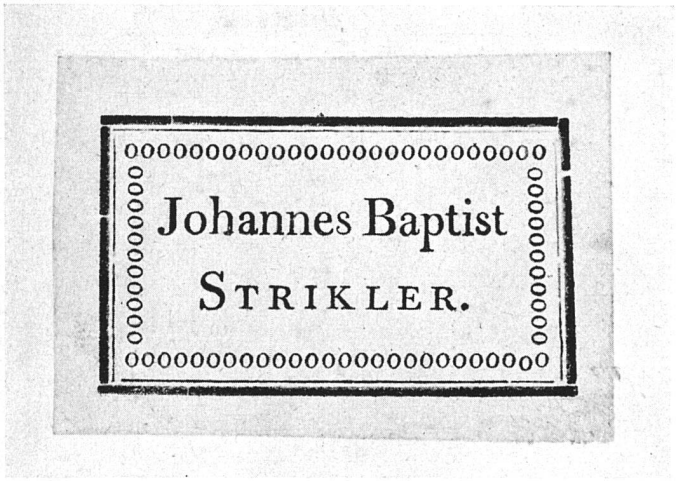
Ils ſe chargent auſſi de faire paſſer le dit S. Gothard à toute ſorte de Voitures, de façon qu' ils oſent ſe flatter du contentement univerſel.

Si l'on prend la route de Lugan l'on peut eviter touts les dangers, et deſagrements qui ſont preſque toujours attachés au paſſage des Lacs: En venant de Milan à Vareſe il-y-a quatre Poſtes; de Vareſe à Lugan 3. Poſtes toujours en Voiture: de Lugan a Bellinzone il n-y a que 5. lieues, et de Bellinzone à Altorff 22. lieues.

Meſſieurs les Voyageurs qui voudront prendre la route de Como n'auront que 4 ½ poſtes de Milan à Capo di Lago, ou l'on s'embarque ſur le Lac, et il n-y-a que deux lieues juſques à Lugan, que l'on fait avec peu de fraix.

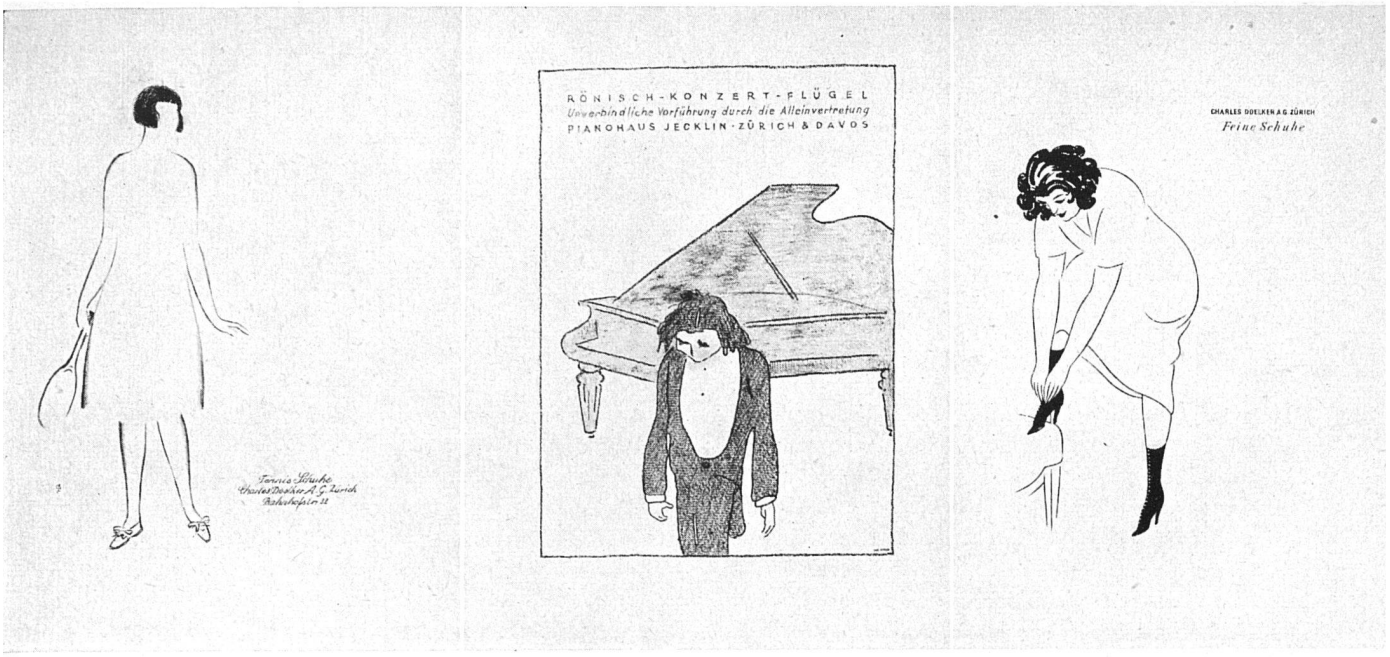
L'on trouvera auſſi chez les ſuſdits des Selles à l'Angloiſe, et à l'Italienne tant pour homme, que pour femme, des petits coffres pour les enfants, et toutes les commodités qui peuvent contribuer a rendre le voyage de Lugan à Altorf plus facile, et avec le moins de deſagrement poſſible: Le tout a un prix trés convenable.

Hotelprospekt Lugano Vignette von Rocco Torricelli Ende 18. Jahrh.



Zwei alte Ex libris

auf Bildung einigen Anspruch machen will. Keine Gesellschaft kann besucht, kein Buch kann gelesen werden, wenn man in diese Kenntnis nicht einigermaßen eingeweiht ist, oder man läuft Gefahr, jeden Augenblick seine Unwissenheit darin auf eine unangenehme Art zu empfinden, und auf eine schimpfliche Weise zu verrathen. » Mit diesen Worten eröffnete Sigmund Wagner seine während der Kunst- und Industrieausstellung in Bern Anno 1810 erschienene Ausstellungszeitung, eine Art Katalog, durchstreut mit Zitaten zeitgenössischer Dichter: vor allem von Goethe und Schiller. Sigmund Wagner wäre sicher enttäuscht, wenn er heute durch unsere Städte wandern würde und nicht « mit jedem wohlgekleideten Manne geläufig und mit Einsicht von den Kunstwerken, welche alle diese Orte zieren », sprechen könnte. Vielleicht müßte er seinen Partner eher unter den Schlechtgekleideten suchen. Er lebte im Zeitalter der Kleinmeister, die mit ihren gepflegten, illuminierten Umrißstrichen die Vorläufer unserer Landespropagandisten geworden sind. Durch die Kleinmeister erfuhren die Jahrzehnte um die vorletzte Jahrhundertwende eine künstlerische Durchdringung des Alltags auf breitester Basis. Der künstlerische Gestaltungswille beherrschte hier einmal, – wir dürfen auf die damaligen Verhältnisse bezogen – sagen, eine Art Industrie, die im Zeitalter eines wachsenden Materialismus erschlaffte. An dessen Schwelle erschienen die ersten Briefmarken. Und diese blieben die besten. Die Komposition der Zürcher Postwertzeichen des Jahres 1843 diente der in diesem Frühjahr von Händlern und Sammlern aufgekauften Zentenariumsmarke als Grundlage. Begegneten wir ihr trotzdem gelegentlich mit den laufenden Postwertzeichen vereint, dann berührte das Nebeneinander seltsam: unser nüchternes Zeitalter schafft die romantische Marke, die verklingende Romantik aber schuf die sachliche. Die Gestalter der Zürcher Postwertzeichen zehrten noch von den geistigen Kräften der Vergangenheit, in der das Leben von der Kunst durchwirkt war, in der ein Sinn für Maß und Form die breitesten Volksschichten vor Entgleisungen, wie wir sie später und heute immer wieder feststellen, bewahrte. Die Marke sollte nicht mehr sein als das Symbol eines Geldwertes, als die Quittung für einen vorausbezahlten Betrag. Auf diesen Voraussetzungen basierend, dem Sinn für das Praktische und dem Formempfinden ihrer Hersteller, mußten solche Wertpapiere auch schön werden. Was für die Marke galt und gilt, das kann mit gleichem Recht auf alle andern Dinge des Alltags übertragen werden, in unserem Falle auf jede Alltagsgrafik. Wir bestaunen die bescheidensten Drucksachen aus dem Zeitalter Bodonis, amtliche Erlasse, Programme, Ex Libris, darunter zahllose anonyme Blätter. Anonymität enthebt nie der Verantwortung. Sich dieser Tatsache bewußt werden, ist heute im Zeichen der Vermassung notwendiger denn je. In anderer Form, mit neuen Hilfsmitteln, hat der Gestalter der Alltagsgrafik immer wieder ähnliche Probleme zu lösen. Die Schaffung einer Firmenmarke beispielsweise ist eine verjüngte heraldische Aufgabe. Seine Arbeit steht im Dienst oft nüchter-



«Mentor»-Inserate aus der Zeitschrift «Schweizerland», Jahrgang 1

ner oder den Launen des Tages unterworfener Dinge. Erfüllt er selbst in scheinbar belanglosen Aufträgen seine Aufgabe mit Liebe als Künstler, so leistet er, man kann das nicht genug betonen, seinen Beitrag an eine neue künstlerische Durchdringung des Lebens. Für die Werbegrafik gilt, was der große Schriftkünstler Johann Friedrich Unger vom Druckgewerbe sagte: « es ist eine so nützliche Kunst, daß man bei denen, welche sie ausüben, einen gewissen Grad von Kultur voraussetzen sollte ».

Ihre ersten starken Impulse erhielt die moderne schweizerische Werbegrafik von Künstlern, die unter dem Einfluß Hodlers standen. Von Hodler selbst gibt es auch meisterlich gestaltete Plakate. Das « grüne Pferd », das Landesausstellungsplakat von 1914, schuf der Maler Emil Cardinaux. Im gleichen Jahre zeichnete Edouard Vallet seine groß empfundene Affiche für die Galerie Moos in Genf. Amiets Obsternte als Ausstellungsplakat war eine Meisterleistung, entstanden in der besonders in den Nachkriegsjahren der künstlerischen Werbegrafik förderlichen Kunstanstalt Wolfsberg in Zürich. Von Otto Baumberger und Niklaus Stöcklin gibt es frühe werbegrafische Lösungen, die jetzt noch so frisch wie vor zwanzig Jahren wirken. In diesen Werken, die wir heute als « Künstlerplakate » bezeichnen, verschmolzen sich kommerzielle Voraussetzungen und künstlerischer Gestaltungswille zu einer Einheit, die über die engere Zweckbedingtheit hinauswirkte: zur Kulturwerbung. Was sich im großen Blickfeld der Plakatwand abspielte, wiederholte sich im kleinen, im Inserat. Die « Mentor »-Werbeseiten der Zeitschrift « Schweizerland » aus dem Jahre 1920 sind heute noch vorbildlich. Sie dienten zum Teil der Mode unterworfenen Dingen, der Haute Couture, aber sie warben auch für den Flügel, der in einer langen Entwicklung vielleicht seine endgültige Formschönheit gefunden hat. Grafik des Alltags und die Mode, beide haben die gleichen unendlichen Möglichkeiten. Sie können befruchtend wirken und zerstören. Wie für den Flügel, das abgewogene Instrument, gibt es auch für sie ewig gültige Gesetze der Form und der Klangfarbe. Wer sie empfindet und zu meistern weiß, der darf auch etwas wagen. Jede Weiterentwicklung erstürbe, wenn uns der Mut zu neuen Gehversuchen fehlte. Was eine neue künstlerische Durchdringung des Lebens bedeuten kann, verspürte unsere Generation in bisher nie gekanntem Ausmaß an der Schweizerischen Landesausstellung des Jahres 1939. Halbstaatliche Unternehmungen wie die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung und die Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung haben viel zur Verbreiterung der Basis einer verfeinerten Werbegrafik beigetragen und in Verbindung mit dem Architekten den Schweizer Grafiker auch im Ausland bekannt gemacht. Daß unsere Behörden den Wert einer gediegenen Werbung heute erkennen, bezeugt der folgende Bericht: « Im letzten Jahre hat das Eidgenössische Departement des Innern auf Antrag der Eidgenössischen Kommission für angewandte Kunst beschlossen, zur Förderung der schweizerischen Plakatkunst den Herausgebern, Entwerfern und Druckern für die besten während eines Kalenderjahres erschienenen Straßenplakate Anerkennungsurkunden zu verabfolgen. – Maßgebend für die Beurteilung der Plakate, legt das Reglement fest, sind ihre künstlerische Haltung, ihre Druckqualität und ihre Werbekraft, nicht dagegen der Gegenstand oder das Ziel der Werbung. » – Diese Anerkennung weiß der Grafiker zu würdigen. Sie wird sich auch fördernd auf die Zusammenarbeit von Auftraggeber und Grafiker auswirken. Denn das große Ziel, die Kunst wieder mitten ins Leben zu stellen, kann nur erreicht werden, wenn sich der Wille zur verantwortungsbewußten Zusammenarbeit noch stärker festigt.