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

Artikel: Kritik der Graphik
Autor: Baeschlin, Alfredo
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-24342

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: 14.07.2025

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

Kritik der Graphik

Zusammenarbeit

Die Ausstellung « Grafik » im Zürcher Kunstgewerbemuseum veranlaßte Herbert Roth in der Mai/Juni-Nummer der Typografischen Monatsblätter unter dem Titel « Grafiker und Buchdrucker, Gedanken zu einer Ausstellung », sich zu einem Problem zu äußern, das hier, von anderer Warte aus, nochmals aufgegriffen sei.

Roth anerkennt die Leistungen der Schweizer Grafiker durchaus, bemängelt jedoch die typografisch gelösten Arbeiten. Aus der Tatsache, daß der Buchdrucker vielfach der Diener des Grafikers geworden ist, leitet er die Klage ab, « aus dem Akzidenzer, der selbst schöpferisch tätig war, aus dem Inseratensetzer, der auch beim Schnellschuß immer mit gutem Geschmack seine Arbeit tat, aus dem Werksetzer, der seine ganze Liebe und sein vielseitiges Können an die Bücher wandte, die er umbrach, aus dem Meister an Tiegel und Schnellpresse, kurz aus dem auch gedanklich Arbeitenden wird ein Fabrikarbeiter, der nur mit seinen Händen nach öden Vorschriften werkt ».

Im Katalog der Ausstellung « Grafik » steht mit Recht, die Aufgabe des Grafikers sei « künstlerische Durchdringung des Alltags ». Wenn Richard P. Lohse die Typografie als « notwendigen Bestandteil des grafischen Schaffens » bezeichnet, ist damit die Brücke zwischen Grafiker und Typograf bereits geschlagen.

Künstlerische Durchdringung des Alltags war auch die Buchdruckerkunst in ihrer Frühzeit, ja sie hat nie aufgehört, es zu sein, wenn auch um die letzte Jahrhundertwende ein derartiger Tiefstand erreicht wurde, daß eher von einer Sintflut der Geschmacksverirrungen, als von einer Durchdringung mit künstlerischem Gut die Rede sein kann.

An diesem Tiefstand ist aber weder der Buchdrucker noch der Grafiker (den es damals noch nicht in der heutigen Prägung gab) schuld, sondern vielmehr jene Zeit, in der sich auf allen Gebieten der Kunst Zerfallserscheinungen häuften.

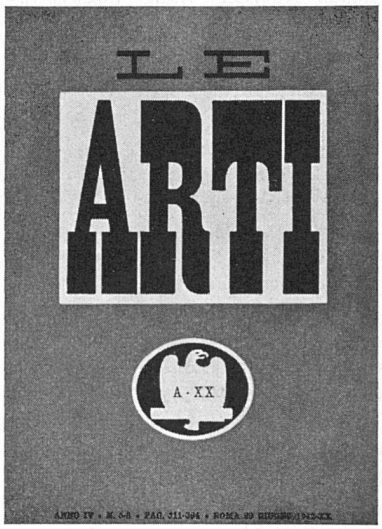
Wenn wir uns heute schon erlauben, von einer « besseren », ja vielleicht vom Anbruch einer typografisch-schöpferischen Zeit zu sprechen, so deshalb, weil solche Epochen von jeher aus einer Notlage heraus entstanden sind. Verglichen mit der geistvollen Beschwingtheit der Schreibkunst des 17. oder 18. Jahrhunderts oder der meisterlichen Beherrschung Fournier'scher Typografie erscheint uns die Jahrhundertwende als eine Zeit größter Verarmung.

Die Typografie hat am längsten unter dieser Not gelitten; früher als sie haben andere Gebiete der Kunst Ansätze zu einer gesunden Reaktion gezeigt, ja vielleicht ist der heutige Grafikerberuf nicht zuletzt aus dieser Lage heraus entstanden. Wahrscheinlich wäre auch der Typograf nie zum Fabrikarbeiter herabgesunken, hätte er frühzeitig neben seinem Winkelhaken den Stift gepflegt, hätte er von sich aus versucht, das frühere hohe Niveau des Buchdrucks zu erhalten...

« Die Zeit des Spezialisten ist gekommen und, wie überall, sind auch hier Schüsse übers Ziel hinaus gegangen. – Diese Spezialisten, Grafiker oder Akzidenzer, Virtuosen in ihrer Art, sind kaum mehr wegzudenken. Die vielbeliebten Spitzenleistungen dieser ‚Wegbereiter' werden früher oder später eine gesunde Reaktion heraufbeschwören, denn nicht auf die Einzelfälle kommt es an, sondern es geht um den Querschnitt einer Richtung und um die Brauchbarkeit des ‚Neuen' ».

So erfreulich jeder Ausdruck des Berufsstolzes ist, so sehr erscheint es als kindliche Überheblichkeit, wenn der Typograf sagt: « Wir können es besser..., wir haben mehr gegeben als genommen..., wir sehen es nicht gerne, wenn unsere Blumen von anderen gepflückt werden... » Anderseits liegt natürlich auch etwas Deprimierendes für die Typografen in den Worten des Grafikers: « Heute dagegen gehört die Typografie zum elementarsten Bestandteil der grafischen Mittel ». Es ist unserer Meinung nach müßig, den Typografen gegen den Grafiker auszuspielen oder umgekehrt. Bestimmt gibt es Arbeiten, die, vom Grafiker geleitet, die Unterordnung des Typografen verlangen; es gibt auch solche, die ein umgekehrtes Kräfteverhältnis fordern; es mag sogar Arbeiten geben, die von beiden

Gute Typografie in Aufdrucken einiger ausländischer Zeitschriften. Die Spannung moderner Schriften und ihrer Anordnung in italienischen Architektur- und Kunst-Zeitschriften überzeugt das heutige Auge neben derjenigen einer zwar klassizistischen, jedoch außerordentlich gepflegten im englischen Beispiel. *L. S.*



Teilen den gleichen Einsatz verlangen; immer aber haben sich beide, sowohl der Grafiker, wie auch der Typograf, der grundlegenden Idee unterzuordnen.
Zusammenarbeit tut not. Jeder Grafiker, der sich nicht vom guten Typografen beraten läßt, verpaßt eine gute Chance. Jeder Typograf, der gegebenenfalls sich anmaßt, ohne den guten Grafiker auszukommen, läuft Gefahr, in eine Sackgasse zu geraten. Reicht euch die Hand; anstatt der Fehler sucht die Qualitäten des andern; mit vereinten Kräften werden wir ans Ziel kommen. *Walter Schurter*

J. E. Wolfensberger

Zum 70. Geburtstag am 18. Juni aus der « Neuen Zürcher Zeitung » vom 18. 6. 43., Nr. 956.

Einem Siebzigjährigen zu gratulieren, noch viele gute Jahre zu wünschen und ihm zu danken für alle Anregung und Förderung, die ein ganzer Berufszweig, die Schweizerkunst und die Allgemeinheit überhaupt durch ihn erfahren hat, ist um so erfreulicher, wenn man persönlich an solcher Förderung teilhaben durfte und eigene bescheidene Erfüllung nicht ganz zuletzt derselben zuzuschreiben hat.
Als schüchterner « Lithographenstift » durfte ich auf einem Gang für meinen Lehrmeister erstmals die Bekanntschaft des Mannes machen, der um 1904 schon als draufgängerischer Qualitätsfanatiker, als wagemutiger Initiant des schweizerischen Künstler-Plakates und der Monos und als Verfechter der Papierformatnormung (im sogenannten Weltformat) weit über die Berufskreise hinaus angesehen war. Der vollbartgeschmückte Hüne hantierte in seiner ersten kleinen Druckerei an der Geßnerallee neben dem Warenhaus Wiegner & Mayer, jetzt Ober, in Räumen, die weder seiner Körperfülle, noch weniger seinem Unternehmungsgeist angemessen waren. Komfortablere Lokalitäten an der Dianastraße bildeten eine zweite Etappe in der Entwicklung seiner Werkstatt. Einige Jahre später, um 1911, durfte ich, als Zeichner angestellt, sein eigenes Haus, den «Wolfsberg » an der Bederstraße, Lithographie, Druckerei und Kunstsalon, einweihen helfen.
Man macht sich heute schwer einen Begriff vom lebendigen Wollen und Wagen, das im letzten Dezennium vor dem ersten Weltkrieg auf jenem Gebiete der angewandten Kunst herrschte, das heute als «Werbegraphik » sachlich abgegrenzt, vorwiegend von eigentlichen Spezialisten betreut wird, damals aber, von besten freien Künstlern eben zum Arbeitsgebiet erkoren, als wahre Kunst fürs Volk angesprochen werden durfte. Wohl hatten einzelne Schweizer Künstler sich schon gelegentlich an einem Plakatentwurf versucht, und die eine oder andere Kunstanstalt hatte ihn reproduziert und gedruckt. Nun aber fand ein Mann den Mut, Entwürfe ausschließlich von Künstlern erstellen, sie unter seiner Anleitung von denselben auf den Stein zeichnen zu lassen, und er hatte die Energie dazu, die notwendige Kundschaft zu begeistern, welche es ihm ermöglichte, diese Entwürfe und Künstlerlithographien in Druckwerke, in Auflagen zu verwandeln. Die Schaupp, Stiefel, Cardinaux und Mangold – um einige wichtige Namen zu nennen –, alles Mitarbeiter J. E. Wolfensbergers, begründeten damals den europäischen Ruf schweizerischer Plakatkunst. Daß auch die Umwandlung der einst Hausmauern und Bauzäune verunstaltenden Tapeten von wahllos übereinander gepappten Affichen in wohldurchdacht im Weltformat aufgeteilte schmucke Anschlagstellen in diese Zeit fiel, ist kein Zufall. Diese « Galerie der Straße », wie man die Neuerung der Plakatgesellschaft begeistert nannte, ist weitgehend J. E. Wolfensbergers Anregungen zu verdanken.
Im Hause «Wolfsberg » arbeitete man erzieherisch. Das fürchterliche Schlagwort «Wer zahlt, befiehlt » galt hier nicht. Es war nicht selten, daß der Prinzipal unbefriedigende unkünstlerische Kundenentwürfe glatt abwies und lieber auf den Druckauftrag verzichtete, als dem « Maschinenfutter » zuliebe zu drucken. Für wertvolle Arbeit aber war ihm keine Mühe zuviel, ein Druckgang mehr auf seine Kosten im Interesse der Qualität spielte keine Rolle. Wer in Berufskreisen ein Arbeitszeugnis aus dem «Wolfsberg » vorzuweisen hatte, brauchte sich aber auch keine Anstellungssorgen zu machen.
Wenn sich im ersten Viertel unseres 20. Jahrhunderts wieder eine Schweizer Drucktradition herausgebildet hat, wenn Schweizer Reproduktionskunst heute auf hoher und höchster Stufe steht und jeder Schweizer Lithographie und Druckerei von Namen Qualität Ehrensache bedeutet, so ist das in erster Linie ein Verdienst unseres Pioniers J. E. Wolfensberger. Er hat als erster schweizerischer Druckereibesitzer den Beruf aus dem öden Merkantilismus erlöst, dem er jahrzehntelang verfallen war, Qualität vor Quantität gesetzt und mit dem Idealismus eines Künstlers die Erfindung Senefelders wieder auf die Höhe eines Kunsthandwerkes gebracht.
Der Kunstsalon im Haus zum «Wolfsberg », der eine der ersten großzügigen Privatausstellungsgelegenheiten war und bald der Sammelpunkt der Schweizermaler, besonders des Kreises um Hodler wurde, ermöglichte einen für beide Seiten fruchtbaren Kontakt. Fast alle graphisch arbeitenden Künstler der älteren Generation sind einmal, kürzer oder länger, angestellt oder in Gastrollen, durch die Werkstätten des « Wolfsbergs » gegangen. Ich habe hier Ferdinand Hodler am Lithographiestein arbeiten gesehen. Linck, Sturzenegger, Buri, Berger, Blanchet, Forestier, Boß, die beiden Giacometti, Conradin, Senn, Righini, Mangold, Boscovits, E. E. Schlatter, Hugentobler, Bickel u. a. m. waren in der Druckerei bekannte Gäste, Würtenberger und Vallet druckten im «Wolfsberg » ihre Holzschnitte, und mit dem jungen Morgenthaler erschien sein Mentor Cuno Amiet zur Begutachtung erster Lithographieversuche. In den Kriegsjahren um 1915/16 entstanden erstmals einige schweizerische Städtebilder, die als Original-Künstlerlithographien den Beginn jener Wandbilderreihe bezeichnen, die dann mit Buris « Handörgeler » die Serie der prachtvollen Faksimilereproduktionen bedeutender Kunstdrucke einleitete, welche heute als « Wolfsbergdrucke » bekannt sind. Wer überblickend die internationalen Größen sich vergegenwärtigen kann, welche im Laufe der Jahre im Hause an der Bederstraße ein- und ausgingen und das Werk des einfachen Steindruckers bewunderten, all die ausländischen Verleger, Pädagogen, Großindustriellen, die Magistraten aus unzähligen Städten Europas, die in den Ausstellungsräumen des «Wolfsbergs » sich ihre Begriffe über Schweizer Kunst und Schweizer Graphik bildeten, kann den Einfluß von J. E. Wolfensbergers Wirken als Förderer und Propagandist schweizerischer Kulturwerte gar nicht hoch genug einschätzen.
Manche Namen, welche in der Gründungszeit des «Wolfsbergs » glänzten, sind heute verblaßt, oder ihre Träger sind abgetreten in eine andere Welt, und junge Kräfte, neue Namen – wie Carigiet, Tomamichel, Leupin, Aeschbach, Charles Hug, Meißer, Käßner usw. – beherrschen die « Galerie der Straße » oder mehren das Ansehen unserer graphischen Kunst in den

Mappen der Sammler. Der Siebzigjährige aber steht immer noch aufrecht und unternehmungslustig an seinen Pressen, als lebendige Garantie für neue Meisterdrucke mit seinem Qualitätszeichen J.E.W. *Otto Baumberger*

Publicité et Arts graphiques - Werbung und grafische Kunst

Ueber 350 Seiten, ca. 100 farbige Tafeln, 25/31 cm, Fr. 28.—. Editeur Maurice Collet, Genf 1943.

«Werbung und grafische Kunst 1943» nennt sich eine gewichtige und umfangreiche Neuerscheinung, herausgegeben und verlegt von Maurice Collet, Genf. Auf 372 Seiten mit 328 schwarzweiß Wiedergaben und 103 Beilagen sowie 26 Seiten redaktionellen Textes soll ein Überblick über den Stand der schweizerischen Werbung im Jahre 1943 gegeben werden. Ähnliche Veröffentlichungen sind uns aus dem Ausland schon lange bekannt, es sei nur an den amerikanischen «Annual of advertising art and publicity 1934» und an «Arts et Métiers graphiques Paris» erinnert, von denen die letzteren das neue schweizerische Jahrbuch stark beeinflußt haben. Die auffallende Mannigfaltigkeit und das durchschnittlich hohe Niveau der schweizerischen Reklamekunst rechtfertigen an sich eine Sammlung und Sichtung der Leistungen, und bei der gegenwärtigen Abschließung vom Auslande ist ein solches Unternehmen doppelt willkommen. Maurice Collet hat nun sehr viel Material gesammelt, fast zu viel. Eine Beschränkung der Quantität zugunsten einer strengeren Sichtung und einer strafferen Anordnung hätte dem Werk nur zum Vorteil gereicht. Durch die Häufung des Stoffes sind erstens viele Seiten überladen und unübersichtlich geworden, und zweitens werden die dennoch zahlreichen guten Beispiele von den mittelmäßigen und schlechten, die sich besonders unter den ganzseitigen Beilagen finden, fast erdrückt. Die hier befolgte rein formale Anordnung, Plakate, Zeitungsanzeigen, Kataloge, Prospekte, Broschüren usw. erschwert – unserer Ansicht nach – ebenfalls die Übersichtlichkeit. Eine Gliederung nach Sachgebieten hätte die Benützbarkeit des Werkes vor allem für den Werbungsauftraggeber, für den es nach dem Wunsche des Herausgebers eine Hilfe und Stütze sein soll, bedeutend erleichtert. Von grundsätzlicher Wichtigkeit erscheint uns aber für die kommenden Ausgaben eine eindeutig scharfe Trennung der redaktionell ausgewählten Beiträge vom bezahlten Reklameteil. Diese Trennung, die in unserer Presse erfreulich deutlich durchgeführt wird, sollte in einem Jahrbuch der Reklame aufs peinlichste beachtet werden. Aus der Fülle des Gebotenen sticht in erster Linie der hohe Stand unserer grafischen Industrie hervor, deren Arbeiten auf dem friedensmäßig guten Papieren aufs schönste zur Geltung kommen. Erfreulich sind die vielen guten Beispiele harmonischer Verbindung von Schrift und Bild. Etwas zu knapp geraten im Vergleich zu den Plakaten und Anzeigen ist die Wiedergabe guter Schaufenster; und wir vermissen ganz einige Beispiele westschweizerischer Buchumschläge, unter denen sich Leistungen von vorbildlicher Gestaltung finden. Von den Textbeiträgen erwähnen wir die instruktiven Angaben über Farbenfotografie von W. Aberegg-Steiner und die aufschlußreichen Bemerkungen von Louis Zurn über den Werbefilm. Wir hoffen, daß diesem ersten Bande, hinter dem viel Arbeit und Initiative steckt, alljährlich ein Nachfolger entstehe. *a. h.*

Die in obiger Publikation als für die Zusammenstellung verantwortlich aufgeführten Herren W. Boßhard, H. Fretz, P. Gauchat, E. von Gunten und H. Vollenweider sandten der Presse eine Richtigstellung, aus der wir entnehmen: Die Gesamtanordnung des Werkes besorgte der Herausgeber, Beilagen und Inseratenseiten wurden von ihm aquiriert und mitten in die von der Jury ausgewählten Beispiele plaziert. Red.

Die ausländischen Fachzeitungen vom Gesichtspunkt des Grafikers aus betrachtet

Hier sei einer impulsiven Kritik eines Grafikers Raum gegeben; sie regt zum Nachdenken an und man kann dem Verfasser nicht überall beipflichten.

Wer erinnert sich nicht freudig jener Zeiten, als die Architektur die überlieferten, nahezu eingefrorenen Formen des Jugendstils und falscher Klassik sprengte und sich von Grund auf erneuerte! War das ein Krachen der Lebensformen und Materialanwendungen! Eine wohltuende Wechselwirkung von Kunst und Architektur, Film und Literatur ergab unerhörte Befruchtungen. Der deutsche Architekt Gropius hat selbst beim Bau von Autochassis mitgewirkt, und Le Corbusier schuf neue Gestaltungsmöglichkeiten, die für die neue Architektur zur Grundlage wurden. Die bildende Kunst und die Grafik wurden neugeboren. In diesem Zusammenhang sei beispielsweise an das revolutionierende Plakat von Lissitzky für eine Zürcher Ausstellung erinnert, an die beiden fotogrammatisch ineinanderkopierten Köpfe. Der Sauerteig der Gestaltung wurde mit kräftigen und gesunden Händen aufgerührt. Was blieb davon? Eine gewisse Enttäuschung und Unsicherheit. Die Grafik ist seither ihre neuen Wege gegangen, aber auch sie scheint zu tasten und zu suchen, befindet sich vielleicht – um es einmal offen zu sagen – in einer Sackgasse. Und wie hat der neue Zug des Gestaltens auf jene Publikationen übergegriffen, die sich seinerzeit mit den künstlerisch umstürzlerischen Dingen befaßten? Ich habe immer wieder gestaunt über die Mutlosigkeit und Fantasielosigkeit, durch die sich die Zeitungsmacher der architektonischen und verwandten Fachblätter auszeichneten. Kaum war der Hauch dieser schönen und verrückten Zeit in den Blättern zu spüren. Auf keinen Fall haben z. B. typografische Lehren eines Tschichold und ähnlicher führender Typografen in irgendeiner Weise auf das Gesicht dieser Fachzeitungen abzufärben vermocht. Sie verharrten in ihrer grafischen Bravheit. Man darf es dem einstigen künstlerischen Leiter von Fretz, Walter Cyliax, der heute in Wien eine eigene Großdruckerei führt, hoch anrechnen, daß er den von ihm betreuten Typografischen Monatsblättern frisches Blut zuzuführen bestrebt war. Seither hat man aber wieder die alten Geleise befahren. Das «neue» «Werk» besitzt eine typografisch und grafisch gepflegte Linie, die jeden Vergleich mit dem Ausland aushält, wenn ich auch hier noch mehr Wagemut und Fantasie sehen möchte.

Ich habe nun rund fünfzehn Architektur- und Bauzeitungen Europas und eine einzige Südamerikas durchgeblättert, um mich zu vergewissern, ob ich mich mit meiner Enttäuschung nicht doch getäuscht habe. Im Gegenteil. Das Urteil muß im großen Ganzen durchaus abfällig sein. Nirgends spürt man eine schöpferische Grafikerhand, bloß in einigen Zeitungen gute Ansätze und Einzelnummern. Typografische Erneuerungsversuche sind gemacht worden, hauptsächlich in *Skandinavien* und *Finnland*. Die französischen, englischen, deutschen, türkischen, die holländischen und slawischen Fachzeitungen sind fast durchwegs öd und langweilig. *Italien*, das sich schon an der letzten Pariser Weltausstellung über eine ganze Reihe begabter Grafiker auswies, macht eine

löbliche Ausnahme. Zeitschriften wie « Stile » und « Domus » haben Rasse. «Stile» wagt etwas, wenn die Grafik auch manchmal allzu üppig wuchert. Aber besser so als umgekehrt. Aus *Frankreich* vermissen wir leider « Cahiers d'Art ». Mit wachsendem Behagen richtet sich dann der Blick nach *Finnland*, und ein Blättern durch « Arkitekten » bereitet Freude, wenn man auch nicht umgeworfen wird. Das Blatt ist elegant und luftig gemacht. Das *dänische* Fachblatt mit dem gleichen Namen hat sich ganz besonders auf die gute Gestaltung der Anzeigen verlegt, was man hierzulande etwas vermißt. Eine kühne Mischung von Egyptienne-Titeln und -Auszeichnungen mit einer feinen Antiqua tut dem Grafikerauge wohl. Von den *norwegischen* und *schwedischen* Zeitungen bin ich etwas enttäuscht. Es ist alles ganz nett aufgezogen, aber etwas eintönig. Bei den deutschen Blättern hat einzig « Bauformen » Anspruch auf ernsthafte Bewertung. Diese Zeitschrift hat ziemlich viel Ähnlichkeit mit unserem «Werk». *Ungarn* und die *Tschechoslowakei* überraschen angenehm, ohne jedoch Neues zu bieten. Bei der ungarischen Zeitung « tér és forma » ist das Spiralband interessant. Ganz schlimm sind die türkischen, holländischen und slowakischen führenden Blätter, ebenso die « Revista de Arquitectura » aus Buenos Aires. Das englische « Journal of the Royal Institute of British Architects » ist mir zu akademisch. Fast bei allen Zeitungen sind Satzspiegel und Bildanordnung langweilig. Man hat jedoch nirgends das Gefühl, daß der Krieg in allen diesen von ihm irgendwie betroffenen Ländern sich ungünstig auswirkte, denn gute Grafik läßt sich durch nichts hemmen. Was ich bei fast allen Zeitschriften vermisse, das ist eine ungekünstelte Vitalität. Welche Möglichkeiten stünden hier offen. Wie schlecht werden sie leider genutzt.

Hans Neuburg-Coray

Das Briefmarkenbild

Der 1942 durchgeführte Wettbewerb für ein neues Briefmarkenbild hat keine eindrucksvolle Lösung ans Licht gebracht. Am überzeugendsten waren wohl die Entwürfe mit den großen Ziffern, die aber verzweifelt an die heutigen Strafportomarken erinnern. In den wohlorganisierten und schönen Ausstellungen unserer Briefmarken von ihren ersten Anfängen bis auf den heutigen Tag mußte es den vielen Besuchern, den Liebhabern und Sammlern klar werden, daß die ersten Briefmarken aus den Vierzigerjahren des letzten Jahrhunderts allen späteren Schöpfungen in Haltung und Stil weit überlegen waren. Wie schön sind diese Vierer und Sechser, bei denen man höchstens die Schattenstriche, die eine Plastizität vorzutäuschen scheinen. tadeln möchte!

Statt der strengen Sachlichkeit, der ersten Anforderung an eine Briefmarke, ist seither eine eigentliche Entartung, eine Abschweifung ins Erzählerische eingetreten. Es sind allerlei, an sich meist sehr nette Bildchen («Helgeli») produziert worden, die für unser Land werben sollten, Landschaftsbilder, stilisierte und nicht stilisierte Stadtansichten, die an verkleinerte Plakate erinnern, naturalistische Porträte berühmter Persönlichkeiten, hübsche Schweizermädchen in Landestrachten usw. Der Empfänger der Marke aber kann sich der Bilderschönheit nicht einmal recht freuen, denn ein darüber geklopfter brutaler *Stempel* hat all die schönen Kunstwerkchen, die Gebirgslandschaften, die Staatsmänner, die anmutigen Mädchengesichter ganz oder teilweise zerstört. Es könnte vielleicht der Einwand erhoben werden, daß auch unsere Münzen und Banknoten mit allerlei symbolischen und naturalistischen Darstellungen bereichert worden seien, obgleich auch sie dem nüchternen Geschäft des Zahlungsverkehrs dienen. Über unsere Banknotenbilder ließe sich allerlei sagen, aber mindestens wird die Betrachtung der Bilder nicht von vornherein durch den Stempel unmöglich gemacht. Auch wenn sie außer Kurs gesetzt sind, behalten Münzen und Banknoten ihren etwaigen Kunstwert und können den Liebhaber in Münzsammlungen und Grafikkollektionen auch ästhetisch weiter erfreuen.

Die PTT hat wohl mit der Herausgabe von Postkarten, welche die werbenden Bilder auf der Seite links oben, getrennt von der Marke, zeigen, eine gute Lösung gefunden. Die Bilder bleiben unbehelligt durch einen Stempel, und der sachlich-einfachen Marke schadet der Aufdruck nichts. Es läge nahe, diese Kombination auch auf Briefumschläge zu übertragen. Trotz aller Sachlichkeit dürfte man der Briefmarke aber doch einen rein ornamentalen, abstrakten oder heraldischen Schmuck nicht vorenthalten. Für die Entwürfe sollte jedes Land seine besten Kräfte aufbieten, zu tausendfacher Mannigfaltigkeit im Einzelnen und zu einheitlichem Stil im Ganzen. Die Art des Ornamentes, die Wiedergabe des Landeshoheitszeichens oder Wappens und die deutliche, genügend große Wertziffer würden sofort Herkunft und Wert jeder Marke offenbaren. Unser schönes weißes Kreuz im roten Feld dürfte auf keiner unserer Marken fehlen.

Gewiß würden zunächst viele die etwas nüchterne Sachlichkeit dieser neuen Marke bedauern. Aber wie es uns auf anderen Gebieten selbstverständlich geworden ist, die sachliche Richtigkeit der zweckmäßigen Lösung falschem Schmuck vorzuziehen, so würde uns gewiß auch bei der Briefmarke die Schlichtheit bald überzeugen, und wir würden ebensowenig zu den «Helgeli» und «Plakätchen» zurückkehren wollen wie zu den Nippsachen im « Salon » unserer Großeltern. Es stünde der Schweiz gut an, in dieser Sache des Markenbildes einen mutigen Schritt vorwärts zu wagen.

R. Rittmeyer

Schöne Briefmarken

Wie vornehme Fremdlinge erschienen auf unseren Briefen die beiden alten Zürchermarken, die zur Jahrhundertfeier schweizerischer Postwertzeichen gewählt worden sind. Ihre Haltung und die Farben sind klar und maßvoll. Die große Ziffer zeigt nicht allein den Wert an, sondern ist zugleich dominierendes Ornament. Die Beschriftung tritt an den Rand zurück und wirkt lediglich als ein Kranz von Linien, die den Rahmen zu bilden haben. Das gelbliche Rosa des Hintergrundes lädt das Auge ein, ausruhend zu verweilen und erreicht mit Zurückhaltung gleichviel wie eine buntere Farbe. Trotz der Gemessenheit der Mittel wirkt das Markenbild so kräftig, daß es durch keinen Stempel gestört werden kann. Es ist die Idealgestalt einer Briefmarke, und die Postdirektion ist zu dem Einfall zu beglückwünschen, die alten Vierer und Sechser zu einem neuen Zehner vereinigt und die Briefschreiber mit deren edlen Formen erfreut zu haben.

Wo stehen wir aber heute, wenn uns dieses Werk der eher zurückhaltenden Biedermeierzeit als ein Vorbild an Großzügigkeit erscheint? Unsere Ansprüche an das Schöne sind wohl bescheiden geworden, sonst würden Markenbilder nicht so sehr auffallen, die zu ihrer Zeit kaum über den Durchschnitt der Gebrauchsgrafik hinausragten. Einerseits mag das

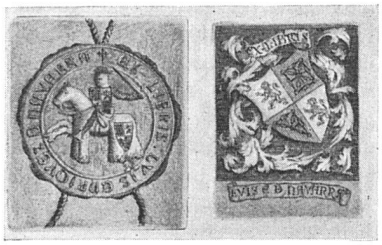
darauf beruhen, daß um die Mitte des letzten Jahrhunderts das Handwerk noch in der Tradition der großen europäischen Grafik ruhte. Ein sicheres Gefühl zeigte beim ersten Versuch die beschränkte Zahl von Motiven, die sich für eine Kleingrafik von der Art einer Briefmarke schicken. Andererseits sind die Markenbilder aus früherer Zeit nicht öffentlich zur Diskussion gestellt worden.

Damit ist ein wesentlicher Grund sichtbar geworden, weshalb unsere gewöhnlichen Postmarken auf ein so ödes Mittelmaß des Geschmacks abgeglitten sind: sie entsprechen genau den Wünschen des Durchschnittsbürgers. Aus Massenkundgebungen entsteht nie Hervorragendes; es ist vielmehr die Leistung Einzelner. Leider haben sich die Herausgeber der Gewohnheit hingegeben, die Auswahl der Postwertzeichen durch Volkskundgebungen bestimmen zu lassen. Zur Zeit vor den Landschaften in der Westentasche, die unsere Briefe heute verzieren, hatte ein Wettbewerb befriedigende Entwürfe anderer Art ergeben. Es erhob sich aber ein Entrüstungssturm, weil das Ansichtskartenmotiv vermißt wurde, und man hielt es höheren Orts für gut, die prämiierten Entwürfe mitsamt den Künstlern zu verabschieden und den Weg des geringsten Widerstandes zu gehen, der sich nach Unterschriftenzahlen mit mathematischer Sicherheit bestimmen läßt. Dieses Ausleseprinzip hat aber nicht weit geführt. Wenn irgendwo, so müssen in der Kunst Wenige entscheiden und den Mut haben, zu ihrer Meinung zu stehen. Meinungen sind heute jedoch seltene Vögel, vor allem im Bereiche der Kunst. Sie kehren aber langsam zurück; sie lassen sich sogar herbeilocken: Vorbilder der Vergangenheit warten darauf, uns den Weg zu eigener Ausdrucksform zeigen zu dürfen. Lange genug haben sie in der Verbannung warten müssen, wohin sie aus Überdruß vor schrankenloser Imitation geschickt worden sind. Heute aber entdecken wir an Beispielen wie den Zürich-Vierern und Sechsern, wieviel sie uns zu lehren haben.

Was zeigen sie? Große und einfache Formen; ausschließlich Ziffern, Wappen und Silhouetten, meist von bedeutenden Persönlichkeiten. Vor allem ist die Raumperspektive vermieden, die bei der gewöhnlichen Grafik statthaft ist, auf einer Fläche von Daumennagelgröße aber komisch wirkt. Hexenmeisterstücke, die erst bei der Lupenbetrachtung die letzten Verzwicktheiten erkennen lassen, gehören eher auf den Jahrmarkt als auf das Hoheitszeichen eines Landes. Eine Briefmarke ist ein Hoheitszeichen Sie vertritt ihr Land sinnbildlich ähnlich wie die Fahne. Deshalb soll sie keinen Platz bieten für mißverstandene Fremdenverkehrsreklame, rührsame Sammlerwünsche und kommerzielle Absichten. Sammler sind aber auch Käufer von Briefmarken, und angeblich bedarf der Fremdenverkehr einer Werbung durch Landschaftsbilder. (Was diese Werbung der Hotellerie bisher genützt haben mag?)

Wenn dies so ist: Was hindert die Herausgeber, jedem das Seine zu geben? Dem Land eine würdige Briefmarke für den regelmäßigen Gebrauch und den Sammlern Extraserien bei jeder passenden Gelegenheit? Für die repräsentative Schweizermarke sei das Beste gut genug, und man soll sich nicht scheuen, es zu fordern und durchzusetzen. Zu den Extravergnügen wie Schlacht-, Flug-, Jahrhundert- und Jahrtausendfeiern mögen die Bildlein erscheinen, welche in so erfreulicher Weise die Lust der Philatelisten zugleich mit den Aktiven der PTT erhöhen.

H. Bh.



Spanisches Exlibris, Familiensiegel und -wappen

Bemerkungen zum Exlibris im allgemeinen und zum spanischen im besondern

Einige gute Freunde in Spanien, leidenschaftliche Bibliophile, machten mir vor kurzem die Anregung, einen regen Austausch von Exlibris zwischen spanischen und schweizerischen Bücherfreunden anzustreben. Damit ist auch bei mir das Interesse für das schöne Exlibris wieder wach geworden und die Erinnerung an meine Sammlung, die seit dem spanischen Bürgerkrieg nicht mehr berührt worden ist. Die schöne Gepflogenheit, die Bände einer Bücherei mit einer Art Hauszeichen zu versehen, ist wahrscheinlich so alt wie das Buch selbst. Aber in Spanien hat sich das Exlibris in weiteren Kreisen erst vor ein paar Jahrzehnten eingebürgert, und man wird unter der Gelehrtenwelt die meisten Exlibrisbesitzer zu suchen haben. Auch andere Kreise haben inzwischen begonnen, den Besitz eines Buches anstatt mit einem banalen Stempel oder dem geschriebenen Namenszug, mit einem dieser gestochenen, radierten oder litografierten Blättchen auszudrücken. Das mit einem Exlibris gekennzeichnete Buch sagt uns vor allem, daß es aus einem Hause stammt, in welchem das Buch ein guter Freund ist, den man achtet und an dessen Gegenwart man stets Freude hat. Das gezeichnete Exlibris pflegt uns außer dem Namen des Besitzers allerhand über ihn zu verraten: z. B. seinen Stand, seine Liebhabereien; und etwaige Wahlsprüche geben auch oft Aufschluß über gewisse vorherrschende Charaktereigenschaften. Der Wahlspruch « Antes Quebrada Que Doblada » (lieber zerbrochen als gebogen) weist auf den energischen Charakter des Besitzers. In einem andern Beispiel ist die Vorliebe für prähistorische Forschungen angedeutet. Die zwei abgebildeten Exlibris sind vom Besitzer Louis Enrique De Navarra eigenhändig gestochen. Das eine stellt das Familiensiegel dar und das andere das Familienwappen, auf welchem die berühmten Ketten von Navarra figurieren.

Es will mir oft scheinen, als sei bei uns in der Schweiz augenblicklich das Interesse für das Exlibris nicht sehr rege. Das Wiedererwachen dieser Liebhaberei würde auch unsern Grafikern Wasser auf die Mühle leiten, wie denn überhaupt wünschenswert wäre, daß die Gebrauchsgrafik für Verlobungs-, Hochzeits- und Geburtsanzeigen sowie Adressenänderungen wieder Anwendung fände, anstatt der nichtssagenden Anzeigen, seien sie auch noch so schön gedruckt. In Spanien hat die Gebrauchsgrafik, anmutige Erzeugnisse hervorgebracht; gerade vor Ausbruch des Bürgerkrieges hatte man die Absicht, sie in einer Sonderausstellung zusammenzustellen. Ich würde es sehr begrüßen, wenn z. B. in Zürich meine Anregung aufgegriffen und eine Sonderausstellung von Exlibris und anderer Gebrauchsgrafik aus Privatbesitz zusammengetragen würde.

Alfredo Baeschlin

Etwaigen Interessenten ist der Verfasser gerne bereit Tauschexemplare von den veröffentlichten und andern Exlibris zu vermitteln und sie mit spanischen Bibliophilen in Verbindung zu bringen.
Alfredo Baeschlin, Architekt BSA., Rietstraße 185, Schaffhausen.