

die Frage zumindest legitim erscheinen, ob die Thyssen-Gruppe dort beheimatet sein könnte (*Abb. 1*).

Abschließend muß festgehalten werden, daß in London kein eigenhändiges Werk von Jacopo Sansovino ausgestellt ist. Wäre der Versuch gelungen, Sansovinos ‚Johannes‘ aus der Frari-Kirche in Venedig als Leihgabe zu erlangen, dann hätte die Ausstellung keine so bedauerliche Lücke an zentraler Stelle aufgewiesen. (Das Werk wird meist in die frühen 50er Jahre datiert, Francesco Sansovino jedoch bezeichnet den Täufer als die erste venezianische Arbeit seines Vaters.) Dafür aber wird der ‚Genius‘ der venezianischen Malerei durch nicht weniger als siebzehn unzweifelhafte Gemälde von Tizian beschworen.

Charles Davis

FERDINAND HODLER UND DAS SCHWEIZER KÜNSTLERPLAKAT 1890—1920

Ausstellung im Kunstgewerbemuseum der Stadt Zürich (10. 11. 1983 — 22. 1. 1984), in der Wiener Secession (7. 2.—7. 3. 1984) und im Musée des arts décoratifs de la Ville de Lausanne (29. 3.—27. 5. 1984)

mit 2 Abbildungen

Das Kunstgewerbemuseum Zürich, das sich seit den Anfängen des Schweizer Künstlerplakats für das neue künstlerische Medium engagiert und die größte Plakatsammlung der Schweiz besitzt, präsentierte im November 1983 eine Ausstellung, die erstmals Ferdinand Hodler in den Mittelpunkt einer Darbietung von Affichen stellt. Im Rahmen der 275 Exponate (einschließlich einer umfangreichen Dokumentation) nehmen die wenigen Plakate und die zahlreichen dazugehörigen Entwürfe Hodlers einen zentralen Platz ein. Um Hodler sind rund 50 Künstler aus der Frühzeit des Schweizer Künstlerplakats mit repräsentativen Gestaltungen aus verschiedenen Werbereichen gruppiert. Ergänzend placiert sind mit charakteristischen Beispielen Schweizer Künstler, die Frankreich (Paris) zu ihrer Wahlheimat gemacht hatten: Grasset, Steinlen und Vallotton, aus München Carl Moos (der 1915 in die Schweiz zurückkehrte), daneben ausländische Künstler, die in der Schweiz wirkten (wie Jules de Praetere und Walther Koch), außerdem die Wiener Secessionisten aus den Jahren 1898 bis 1906 um Ferdinand Hodlers prominente Affiche für die Wiener Secession von 1904. Hinzu kommen einige überragende richtungweisende Vertreter der Plakatkunst: aus Frankreich Henri de Toulouse-Lautrec mit seinem ersten Plakat, dem für Moulin Rouge von 1891, das Plakatgeschichte machte, und aus Deutschland Ludwig Hohlwein mit einem Blatt für das nicht zuletzt durch Plakate weithin bekannte, noch heute bestehende Züricher Konfektionshaus „PKZ“, von 1908. Gewünscht hätte man sich hier auch ein Beispiel Lucian Bernhards, auf dessen „Erfindung eines künstlerisch plakativen Telegrammstils“ (Rademacher) das „Sachplakat“ zurückgeht, das für die Schweiz so bestimmend werden sollte. Und

es fehlte der — von Lautrec bewunderte — Jules Chéret, der oft zitierte „Vater des modernen Bildplakats“, der schon in den siebziger Jahren in Paris mit seinen auf den Stein gezeichneten farbigen Affichen zum Pionier der späteren Entwicklung wurde.

Ziel der Ausstellung ist es, erstmals einen Überblick über das wenig bekannte Plakatschaffen Hodlers zu geben und die Wirkung seiner Kunst auf das frühe Schweizer Künstlerplakat zu zeigen. Die zahlreichen Zeugnisse früher Schweizer Plakatkunst sollen „Antwort und Nicht-Antwort auf Hodler“ geben.

Die Antwort gibt — für die, die es angeht — der Maler. Erwartet man in dieser Ausstellung etwa einem in Vergessenheit geratenen Plakatoeuvre Hodlers zu begegnen, so irrt man sich. Hodlers auffällige Repräsentation in der Ausstellung kann nicht darüber hinwegtäuschen, daß es einen Plakatkünstler Hodler eigentlich nicht gibt und sein schmales Plakatoeuvre, aus der Malerei gespeist, in Malerei mündet. Wenn Hodler dennoch als ein Erneuerer der Schweizer Plakatkunst gelten kann, ja er diese weitgehend ausgelöst hat und zum Patron einer Plakatausstellung wird, so ist es vor allem der Maler der Schweizer Alpen und der monumentalen Fresken, der das bewirkte. — Eine eingehende Betrachtung seiner Entwürfe, welche die Genesis seiner Plakate genauestens spiegeln, läßt erkennen, daß der Künstler ursprünglich nicht für Plakate konzipierte Bildmotive — meist schon aus den 80er Jahren — für seine gelegentlichen Plakatprojekte wieder aufnahm und variierte. Der sich um das Plakat bemühende Hodler macht bei dem Maler Anleihe, Plakat- und Bildmotiv verschmelzen und sind, sich durchdringend, kaum voneinander zu trennen.

Der Maler Hodler stand bei einer Reihe früher Künstlerplakate Pate (s. einige prägnante Beispiele in der Gruppe „Hodleriana I und II“). Einer der ersten „Hodlerianer“ und ersten Meister des Schweizer Künstlerplakats war Emile Cardinaux (1877—1936). Mit seinem ‚Matterhorn‘ von 1908 (dem 1906 seine Mono[Reklame]karte mit demselben Motiv vorangegangen war; *Abb. 4b*) schuf er gleich am Anfang der Entwicklung ein Meisterwerk. „Am Anfang war das Matterhorn“, schreibt Bruno Margadant in seiner 1983 erschienenen wichtigen Monographie *Das Schweizer Plakat 1900—1983*. Das bis heute mit Recht gerühmte Plakat („... ein herrliches Beispiel des typischen Künstlerplakats malerischer Art“, Fritz Bühler, 1958) wurde augenblicklich populär und hing noch jahrzehntelang in Schweizer Amtsstuben und Schulklassen. Zahlreiche Zeugnisse im In- und Ausland halten das Lob für den ‚Berg Cardinaux‘ fest: „Noch erinnere ich mich an die Freude, wenn ich vor Jahren auf ausländischen Bahnhöfen im Vorbeiflitzten ... dieses Schweizer Plakats gewahr wurde. Es war so etwas Neues, in seiner weitgehenden Beschränkung etwas Schlagendes, daß unter den aquarellmäßig getitelten Blättern weit und breit keines dagegen ankommen konnte“ (Hermann Roethlisberger, 1917). Die „Beschränkung“ bezieht sich auf Farbe und Form, eine knappe Zeichnung, klare Flächen, den Kontrast von Hell und Dunkel und wenige Farben, als Lithographie vom Stein gedruckt (hier in der hervorragenden Graph. Anstalt J. E. Wolfensberger Zürich). Die Wesenszüge der modernen Affiche sicherten Fernwirkung und ein rasches Erfassen des Werbesujets. Cardinaux hatte für seine kühne Komposition

kühne Farben gewählt: bronzen schimmernd der von Gletschern geformte Gipfel über olivgrünen Hängen unter einem blaßvioletten Himmel.

Den zu Kunstwerken gewordenen, von Hodler wesentlich beeinflussten Schweizer Reiseplakaten im ersten Jahrzehnt dieses Jahrhunderts („in keinem anderen Land hat die heimische Malerei im Plakat eine so schöne Wiedergabe gefunden wie in der Schweiz“, von Zur Westen, 1913), hat Hodler selbst keinen eigenen Beitrag gewidmet. Eine mit dem „Berg“ verbundene Werbeidee, der Berg im Dienst einer Reklame, etwa für einen Kurort, für Wintersport oder eine Drahtseilbahn, hätte den Maler des Kosmischen, des „Blickes in die Unendlichkeit“, der Allegorien und Symbole kaum ernsthaft interessieren können. Bezeichnenderweise galten fast alle von ihm bekannten Plakate und Entwürfe Kunstaussstellungen und trugen, zurückverwandelt in Bilder, die Titel ‚Traum‘, ‚Kunst‘ oder ‚Poesie‘. Ausgesprochene Affichen sind seine beiden ersten Plakate — rein typographische Blätter (unter sorgsam überlegter Anordnung der Schrift mit fanalhaftem Rot) von 1889; das erste — ein ungewöhnlicher Fall — für die Ausstellung eines einzigen (!) Bildes, seines Gemäldes ‚Die Nacht‘, das vom Genfer Stadtrat aus „sittlichen Gründen“ zurückgewiesen worden war, das andere für die Ausstellung von 22 seiner jüngsten Gemälde im Bâtiment Electoral in Genf.

Für den ersten Entwurf eines *Bild*plakats, zur Ausstellung seines ‚Grand Cyclorama des Alpes Suisses‘ auf der Weltausstellung 1894 in Antwerpen, ‚Aufstieg und Absturz‘, wählte Hodler ein Motiv aus dem ‚Absturz‘, das er im Hinblick auf den plakativen Zweck geringfügig veränderte. Dieser Entwurf kam vermutlich ebenso wenig zur Ausführung wie die beiden folgenden von 1896 für ein Maschinenöl namens ‚Lubrit‘ einer nicht mehr zu identifizierenden Firma. Die beiden Entwürfe, ‚Technik‘ und ‚Elektrizität‘ betitelt, in denen Hodler neben Andeutungen von Eisenbahn- und Dampfmaschinenteilen u. a. Motive aus der ‚Nacht‘ verwendet, lassen über dem Symbolgehalt die Werbeidee fast vergessen.

In ‚Elektrizität‘ stellt Hodler eine schwarz verhüllte abgewandte Frauengestalt, eine Nachfahrin der ‚Nacht‘, monumental in den Mittelpunkt, die mit der Rechten den Himmel weist und in der Linken ein winziges Ölkännchen hält; damit berührt sie einen Blitz, der vom Himmel her achtfach in gewaltiger Streuung in die Erde fährt. Sollte hierbei, wie die Katalogbearbeiter interpretieren, die Werbeidee ein Hodlerscher ‚Witz‘ gewesen sein (gemeint: mit ‚Lubrit‘ läuft alles wie ein geölter Blitz), so wäre es ein seltsamer, wenn nicht mißglückter. Was das interessante Blatt in seiner graphischen Qualität nicht schmälert.

Sicher kam der Plakatauftrag von 1897 für die Zürcher Kunstgesellschaft (‚Ständige Kunstaussstellung moderner Kunstwerke‘) den Intentionen Hodlers weit mehr entgegen als der Auftrag für eine Ölwerbung, aber auch hier greifen seine beiden (nicht ausgeführten) Entwürfe auf bereits in Gemälden verwendete Motive zurück. Der eine Entwurf, das Mädchen mit der Blume — ein konstantes Motiv aus den achtziger Jahren — wurde nach Übermalung des für die Kunstgesellschaft bestimmten Textes durch den ‚liegenden Jüngling‘ zum ‚Traum‘. Der zweite Entwurf, das Mädchen mit erhobenen Armen in Wolken, dem Berthe Jacques, Hodlers

spätere Frau und sein Hauptmodell über viele Jahre, ihre Züge lieb, wurde mit übermaltem Text betitelt als ‚L’Art’ 1899 zum erstenmal in Genf ausgestellt, als ‚Die Poesie’ 1904 in Wien (Motiv des Ausstellungsplakats und Katalogumschlags der gegenwärtigen Ausstellung). Mühelos konnten die Motive, Bildern entlehnt, in Bilder zurückverwandelt werden.

Als Plakat konzipiert, wenn auch wiederum unter Verwendung wesentlicher Motive Hodlerscher Malerei — der liegende (schlafende, verwundete, tote) Jüngling und parallel verlaufende Wolkenbänder — ist das berühmte Blatt für die Ausstellung der Wiener Secession von 1904 (die Hodler den durchschlagenden Publikumerfolg brachte; *Abb. 4a*). Mit diesem Blatt, das wie ‚L’Art’ oder ‚Die Poesie’ zu den Meisterwerken des europäischen Symbolismus und Jugendstils zählt, gelang Hodler eine ganz eigene, ungewöhnliche Version des „Heiligen Frühlings“ (Ver Sacrum, Leitmotiv der Wiener Secessionisten) und machte es zugleich zu einem eindrucksvollen Beispiel des Parallelismus in seiner Kunst. „Parallelismus nenne ich jede Art von Wiederholung. So oft ich in der Natur den Reiz der Dinge am stärksten verspüre, ist es immer ein Eindruck von Einheit ... Wenn man über eine Wiese hinblickt, wo nur eine einzige Art von Blumen sich dem Auge bietet, wo z. B. die Blüten des Löwenzahns sich in hellem Gelb von dem grünen Grunde des Rasens abheben, so wird man einen Eindruck von Einheit empfinden, der in Entzücken versetzt. Ich bemerke, daß die Wirkung größer sein wird, der Eindruck stärker, als wenn sich eine Mischung von Blumen da vor uns ausbreitet, die in Farbe und Form verschieden sind.“ Vielleicht berührt unter den kostbaren dekorativen Blättern der Secessionisten die Hodlersche Lösung in ihrer glücklichen Synthese von Dekorativem und Figürlichem am stärksten: In dem in blühender Wiese ruhenden Jüngling scheinen sich Traum, Schlaf und Tod zu vereinen, die Dimension von Unendlichkeit, die Hodler zeitlebens beschäftigte, in einer Art von transzendenter Harmonie vollendet zum Ausdruck zu kommen. Das die silbergrauen Wolken leuchtend durchdringende „himmlische“ Blau — eine Lieblingsfarbe des Künstlers — und das lichte Grün der Wiese mit den weißen Blumen „nur einer einzigen Art“ nehmen den metaphysischen Wohlklang farblich kongenial auf.

Wenige Jahre vor dieser lyrisch-poetischen Schöpfung des Symbolisten Hodler entstand mit dem „Knienden Krieger mit ausholendem Schwert“ aus der rechten Seitenlunette des monumentalen Freskos „Rückzug von Marignano“, das 1900 nach dem heftigen ‚Freskenstreit’ in der Waffenhalle des Züricher Landesmuseums zur Ausführung kam, eine Figur, die die andere, monumentale Komponente Hodlerscher Kunst vorstellt. Der Krieger wurde 17 Jahre später als Plakatmotiv für Hodlers große Retrospektive im Kunsthaus Zürich benutzt. Die Veränderung besteht in der bewußten Betonung des kämpferischen Ausdrucks über Haltung und Gebärde hinaus, der den Krieger zur Allegorie des kämpfenden Künstlers werden läßt. Auch diese Farblithographie wurde — wie andere Plakate Hodlers — von Otto Baumberger auf den Stein gezeichnet und bei der Graphischen Anstalt Wolfensberger, Zürich (die viele Talente wesentlich gefördert hat und noch heute besteht), gedruckt. Daß Hodlers sicher vorhandenes Interesse für das Medium Plakat

kein ganz „vital“ gewesen sein kann, verdeutlicht u. a. diese Tatsache; denn seit etwa 1906/07 zeichneten diejenigen Maler und Graphiker, die sich tatsächlich mit dem Plakat auseinandersetzten und ihm zumindest einen gewichtigen Teil ihres Oeuvre widmeten — wie Cardinaux, Cuno Amiet, Augusto Giacometti — ihre Plakate selbst auf den Stein. Und nicht zuletzt der junge Otto Baumberger, der bald zum führenden Schweizer Plakatgraphiker wurde. Er hatte 1911 seine ersten Plakate entworfen, 1914 als ständiger freier Mitarbeiter bei Wolfensberger zu lithographieren begonnen und bis 1917 bereits 45 eigene Plakatentwürfe auf den Stein gezeichnet.

Pathos und Dynamik Hodlerscher Prägung, die Ausdruckskraft seiner Linie, die packende Kühnheit der Farben, „jene Bewegtheit, die durch eine Entladung zäher Kraft bedingt ist“, wirkten auf viele Schweizer Zeitgenossen (Max Buri, Cuno Amiet u. a.) und wurde von ihnen in Stilisierung und Formgebung, im Dekorativen und in dem gemeinsamen „Streben nach Klarheit“ in ihre Affichen aufgenommen und mehr oder weniger individuell umgesetzt. Hodlers Kunst galt gewissermaßen als „Essenz des Geistes seiner Heimat“ und führte zum Begriff des Schweizer Nationalstils. Sein Symbolismus und seine knappe monumentale Formsprache lenkten aus der früheren illustrativen Befangenheit zu wandbildhaften Lösungen in einem neuen Plakatstil.

Beim Rundgang durch die „Schweizer Galerie der Straße“ wird die Bedeutung Hodlers für das Schweizer Künstlerplakat besonders in der „Hodleriana I und II“ deutlich. In der ersteren in der Aufnahme von Stilelementen aus Hodlers Plakatentwürfen für die Züricher Kunstausstellung, ‚Traum‘ und ‚Kunst‘ (diese waren, wenn auch nicht realisiert, durch Ausstellungen und Abbildungen bekannt); ein prägnantes Beispiel: Karl Bickels Mädchen in Wolken für die ‚Elektrische Licht-Stark & Schwachstrom-Anlage S. Mazzanti, Zürich‘, von 1915. In der „Hodleriana II“ sind bestimmend neben der Fortwirkung der Motive aus Hodlers Marignano-Fresken und seinem Entwurf ‚Schlacht bei Näfels‘ von 1897 (u. a. in Walter Roshardts ‚Wilhelm Tell‘ oder Paul Kammüllers ‚Klauen weg! Die Schweiz den Schweizern‘, beide 1919) die Aufnahme des Hodlerschen Parallelismus (s. Bickel), die Monumentalisierung der Figur durch ihre Platzierung über dem Horizont und vor allem die Übernahme von Hodlers Landschaftsdarstellung in das Schweizer Künstlerplakat. Einige wenige Beispiele — stellvertretend für viele — zur Monumentalisierung der Figur: Walther Kochs Plakat für ‚Central Sport-Hotel Davos Platz‘ 1911, Jules-Ami Courvoisiers Affiche für ‚Genève, La Fête de Juin‘ 1914 oder Eduard Stiefels ‚Der grüne Heinrich‘ von 1912. Die dominierende Gruppe der Landschaftsplakate ist hier neben dem bereits erwähnten herausragenden ‚Zermatt/Matterhorn‘ von Cardinaux und desselben ‚Jungfrau-Bahn‘ von 1910 vertreten durch Wilhelm Friedrich Burgers ‚Jungfrau-Bahn‘ von 1914, Walter Küpfers ‚VII. Großes Ski-Rennen der Schweiz/St. Moritz‘, 1911 oder Otto Landolts ‚Dietschiberg Luzern/Kleine Rigi‘ von 1914.

Angesichts dieser augenfälligen „Antwort“, die Hodler auf die Frage nach seinem Einfluß auf das frühe Schweizer Künstlerplakat gibt, scheinen sich Worte wie

die folgenden zu bewahrheiten: „Gewiß geht sie (die Schweizer Graphik), wie die ganze Kunstbewegung unseres Landes, letzten Endes auf Ferdinand Hodler zurück, doch fußt auch Hodler nicht auf fremder, sondern auf heimischer Arbeit ...“ (Albert Baur, 1920). Und Bruno Margadant (1983) zu Hodler und dem Schweizer Plakat: „Die neue Kunst war durchdrungen von unverwechselbarer helvetischer Eigentümlichkeit. Hodlers Wille, eine nationale Malerei zu schaffen, die Eigenart von Volk und Staat ausdrückt, verwirklichte sich in der Schweizer Plakatkunst der Frühzeit.“ Das „Heimische“, „Helvetische“ und Heroische Hodlerscher Prägung manifestierte sich vielfältig im künstlerischen Plakat.

Doch die an Begabungen und unterschiedlichen Temperamenten reiche „Galerie“ weist auch eine Reihe Blätter von Künstlern auf, die eigene Wege gingen, die Hodler nicht berührte und die damit gewissermaßen die „Nicht-Antwort“ auf ihn geben. Einflüsse aus Frankreich und Deutschland spielten eine bedeutende, für manchen entscheidende Rolle. Fast alle Schweizer Plakatkünstler hatten in Paris und München studiert; die jungen Maler und späteren Meister der Schweizer Plakatkunst Emile Cardinaux, Burkhard Mangold und Augusto Giacometti hielten sich zu Beginn des Jahrhunderts zu Studienzwecken in Paris auf. Mangold lebte in den 20er Jahren abwechselnd in Paris, München und Italien: einer der Pioniere des künstlerischen Lithographie-Plakates in der Schweiz, dessen moderne Affiche ‚Winter in Davos‘ (1914), in Farbgebung und Komposition von großer Delikatesse, eines der frühesten Meisterwerke des Schweizer Touristenplakats darstellt. Otto Morach und Hugo Laube holten sich ebenfalls, in den Jahren vor dem ersten Weltkrieg, wesentliche Anregungen aus der französischen Metropole, ebenso Otto Baumberger, für den aber vor allem das sich um 1906 rasch zur Blüte entwickelnde deutsche Sachplakat zur wesentlichen Anregung wurde. Im französischen Sprachgebiet der Schweiz war Genf (Hodlers Wohnort) mit seiner verdienstvollen Société suisse des affiches artistiques zu Beginn des Jahrhunderts zunächst mehrere Jahre hindurch der Entstehungsort von Künstlerplakaten, vor allem derjenigen H. C. Forestiers mit ihrer charakteristischen witzig-satirischen Note. Gegen 1910 verlagerte sich der Schwerpunkt der Plakatbewegung nach Basel, wo Hans Sandreuter, Böcklins bedeutendster Schüler, schon 1890 (!) und 1898 Plakate geliefert hatte, die sich eigenwillig und phantasievoll von den landesüblichen Werbungen abhoben, wo Emil Welti, ebenfalls Böcklin-Schüler, und vor allem über Jahre hin Burkhard Mangold, der Lehrer Niklaus Stoecklin, wirkten. Bald trat, nicht zuletzt durch den „Wolf“ (Joh. Edwin Wolfensberger, den engagierten Vermittler zwischen Künstler und Auftraggeber), Zürich immer stärker in den Vordergrund mit W. F. Burger, Emil Huber, Robert Hardmeier, Otto Baumberger, Ernst Keller u. a.

Interessante, von Hodlerschen Einflüssen unabhängige Arbeiten sind auch zwischen 1910 und 1920 entstandene Anfangswerke der künftigen Meister, in denen sich persönliche Auseinandersetzung mit Stiltendenzen der Malerei ablesen läßt, z. B. die expressionistisch beeinflussten Affiches Otto Baumbergers oder Otto Morachs Plakat für die Ausstellung dekorativer Malerei 1918 im Kunstgewerbemuseum Zürich, das kubistisch-expressionistische Formen aufgreift.

Als thematische Schwerpunkte schweizerischen Werbeschaffens treten Plakate für Veranstaltungen, vor allem für Turn- und Schützenfeste, die in der Schweiz eine alte Tradition haben, hervor. Daneben solche für Landesausstellungen, später zunehmend für Kunstaussstellungen — für „kulturelle Plakate“ — denen das Kunstgewerbemuseum Zürich 1974 eine eigene Ausstellung widmete. Zunehmend lockten qualitätvolle Reiseplakate, für die die sprichwörtlich schöne Schweiz ideale Voraussetzungen bot, zum Besuch des Landes. Am Ende des Rundgangs, dessen zeitliche Grenze um 1920 liegt, begegnet man dem politischen Plakat, u. a. dem eindringlich appellierenden Blatt Alfred H. Pellegrinis ‚Warum sind wir arm geboren?’ für die Nationalwahlen 1919, und schließlich dem Paradebeispiel des frühen Schweizer Sachplakats in Otto Baumbergers ‚Baumann’-Zylinder aus demselben Jahr: ein chef-d’oeuvre, in dessen Nachfolge in den 20er Jahren die richtungweisende „Schweizer Schule“ entstehen sollte.

Besondere Glanzpunkte sind außerdem Emile Cardinaux’ legendäres Plakat für die Landesausstellung Bern von 1904 (das ‚Grüne Roß’, in insgesamt 31 194 Exemplaren gedruckt, löste wegen seiner Farbe einen landesweiten Sturm der Entrüstung aus: die neue Malerei wagte sich ins Plakat einer Ausstellung, mit der die Bevölkerung sich identifizierte), der hinreißende, über eine Gebirgslandschaft gespannte rote Schirm Giacomettis oder Otto Morachs zeichenhafte und Zeichen setzende Affiche von 1918 für den Schweizer Werkbund, eines der ersten vorbildlichen Schriftplakate.

Wenn man trotz der reichen Präsentation außer den eingangs erwähnten Desideraten manch wichtiges Blatt vermißt wie Robert Hardmeiers berühmten Hahn in weißem Oberhemd, der Kopf mit feuerrotem Kamm vor gelbem Hintergrund, für die Waschanstalt Zürich AG von 1905 (!), der bis heute als Firmensignet dient, oder ein frühes Beispiel von Charles Loupot, so gibt die Ausstellung insgesamt doch einen ausgezeichneten Überblick über die Entwicklung, Vielseitigkeit und Originalität der frühen schweizerischen Plakatkunst. Ein Blick auf die nach Paris „Emigrierten“ wie Steinlen und Grasset mit ihren vollendeten Plakatschöpfungen schon aus den frühen 90er Jahren, als daheim noch historisierende Darstellungen weithin das Feld beherrschten, macht deutlich, wie relativ spät im Vergleich zu den Nachbarländern man in der Schweiz mit der Gestaltung künstlerischer Plakate begann — zu einem Zeitpunkt, da in Deutschland das Sachplakat florierte und in Frankreich der unvergleichliche Höhepunkt früher Plakatkunst längst überschritten war. Um so eindrucksvoller wird aber auch deutlich, wie rasch und intensiv Helvetia im Lauf des ersten Jahrzehnts unseres Jahrhunderts einen eigenen Beitrag zu leisten begann, bald Anschluß an die internationale Plakatkunst fand und seit den 20er Jahren richtungweisend wurde. Der weite Weg vom historisierenden Plakat ohne individuelle künstlerische Handschrift (von berufsmäßigen Lithographiezeichnern vielfarbig auf den Stein übertragen) über das künstlerische Malerplakat zur Vereinfachung im kunstvoll-realistisch dargestellten Gegenstand des Sachplakats („die Graphiker beginnen die Maler abzulösen“) ist in dieser bemerkenswerten Ausstellung überzeugend veranschaulicht.

„Ausstellungen, mögen sie auch mehrere Wochen dauern, sind vergänglich, und als einziger Zeuge bleibt der Katalog zurück“, schreibt Luc Boissonnas, der Direktor der Stiftung Pro Helvetia, im Vorwort zum Katalog der großen Hodler-Ausstellung von 1983 in Berlin, Paris und Zürich. Der Zeuge der gegenwärtigen Ausstellung, erarbeitet von Studenten der Universität Zürich unter der Leitung von Oskar Bättschmann, Konservator am Kunstgewerbemuseum der Stadt Zürich, informiert als ein verlässlicher, reich bebildeter Führer in liebevoller Ausführlichkeit über den kunstgeschichtlichen und historischen Zusammenhang fast jedes einzelnen Objektes und bisher z. T. unbekannte Fakten (wobei manche Interpretationen allerdings etwas zu weit gehen und problematisch erscheinen). Darüber hinaus erhält der Leser wertvolle und detaillierte Hinweise u. a. auf frühe Plakatwettbewerbe und ihre Veranstalter, die Bedeutung der Graphischen Anstalten, die typisch schweizerische Art der Plakatierung und die festgelegten Maße der Affiche („Weltformat“ 128 × 90,5 cm).

Zum 150. Geburtstag Hodlers bedeutet die schöne und anregende Ausstellung eine informative Würdigung des Künstlers und seines Einflusses auf das Schweizer Künstlerplakat.

Ruth Malhotra

Rezensionen

RAINER RÜCKERT, *Die Glassammlung des Bayerischen Nationalmuseums München*, Bd. I, II, München, Hirmer, 1982. 372 Seiten, 330 Tafeln. DM 390,—

Der Katalog der Hohlgläser im Bayerischen Nationalmuseum trägt die Nummer 17 in der Reihe der Bestandskataloge dieses Instituts. Mit Unterbrechungen seit 1967 in Arbeit, wird mit diesem Doppelband eine überdurchschnittliche Glassammlung auf vorbildliche Art veröffentlicht. Da es sich hierbei um eine wissenschaftlich außergewöhnliche Leistung handelt, erscheint es angebracht, das Werk auch im Rahmen der Kunstchronik zu besprechen.

Der Verf. strebt Perfektion an. Dabei stellt sich zunächst die Frage nach der Verhältnismäßigkeit: lohnt die Sammlung den ganz erheblichen Aufwand? (Man denkt unwillkürlich an die auf das Notwendigste sich beschränkenden, hervorragenden Bestandskataloge der Gemälde in der Londoner National Gallery oder an den gleichfalls berühmten, mit knappen Eintragungen versehenen Katalog der Bildwerke im BNM von Theodor Müller.) 1960 wurde diese Frage noch verneint (S. 8). Nach Schenkung wichtiger Teile der Sammlung Brauser und nach Ankauf weiterer bedeutender Stücke entschloß sich das Museum dann doch zur Herausgabe eines umfassenden und reich ausgestatteten Werkes. Nun kann man den Bestandskatalog einer Glassammlung (oder anderer Materialien) auf verschiedene Weise strukturie-