

Eine Zeitreise durch mehr als 100 Jahre Plakatschaffen

Vor drei Jahren hat Beatrice Müller ihre private Sammlung von über 3000 Vintage-Plakaten der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Der Besuch ihrer Galerie Artifice in Zürich ist eine aufregende Zeitreise, die die Entwicklung der Plakatgestaltung der vergangenen 100 Jahre aufzeigt.

Text: Sandra Aeberhard

Früher lagerte Beatrice Müller ihre Plakate in grossen, grauen Kartonmappen unter dem Bett. Irgendwann wurden es so viele, dass sie dort nicht mehr genug Platz hatten. Es musste ein neuer Ort gefunden werden. Obwohl die Werbe-fachfrau ihre Raritäten eigentlich nie verkaufen wollte, entschloss sie sich vor drei Jahren, die private Sammlung der Öffentlichkeit zugänglich zu machen und gründete eine eigene Galerie. Heute sind es insgesamt über 3000 Original-plakate aus 100 Jahren Schweizer und internationalem Plakatschaffen, die Beatrice Müller in laufend wechselnden Ausstellungen in der Galerie Artifice am Zeltweg 10 in Zürich zeigt.

Ihre Leidenschaft für «Vintage»-Plakate entdeckte Beatrice Müller während eines New York-Aufenthalts. Dort sah sie zufällig ein PKZ-Plakat, das den Anfang ihrer Sammlung machen sollte. Auf der Suche nach weiteren Plakaten begann sie, Flohmärkte im In- und Ausland zu durchstöbern. «Vor 20 Jahren fand man da noch alte Lithos, aber die Zeiten sind leider vorbei.» Plakate sind heute Sammlerobjekte und werden nur noch unter der Hand, in Galerien oder an Auktionen gehandelt. Das hat seinen Preis. Bis zu mehreren 10 000 Franken muss man für ein rares Schweizer Plakat hinlegen.

FÜHRENDE SCHWEIZER GRAFIK

Ihren Ursprung hat die Plakatkunst in Frankreich. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts entdeckten Künstler wie Henri de Toulouse-Lautrec, Pierre Bonnard oder Felix Vallotton den Reiz des Grossformatigen. Noch heute sind Toulouse-Lautrecs Affichen, die er für die Pariser Cabarets entwarf, vie-

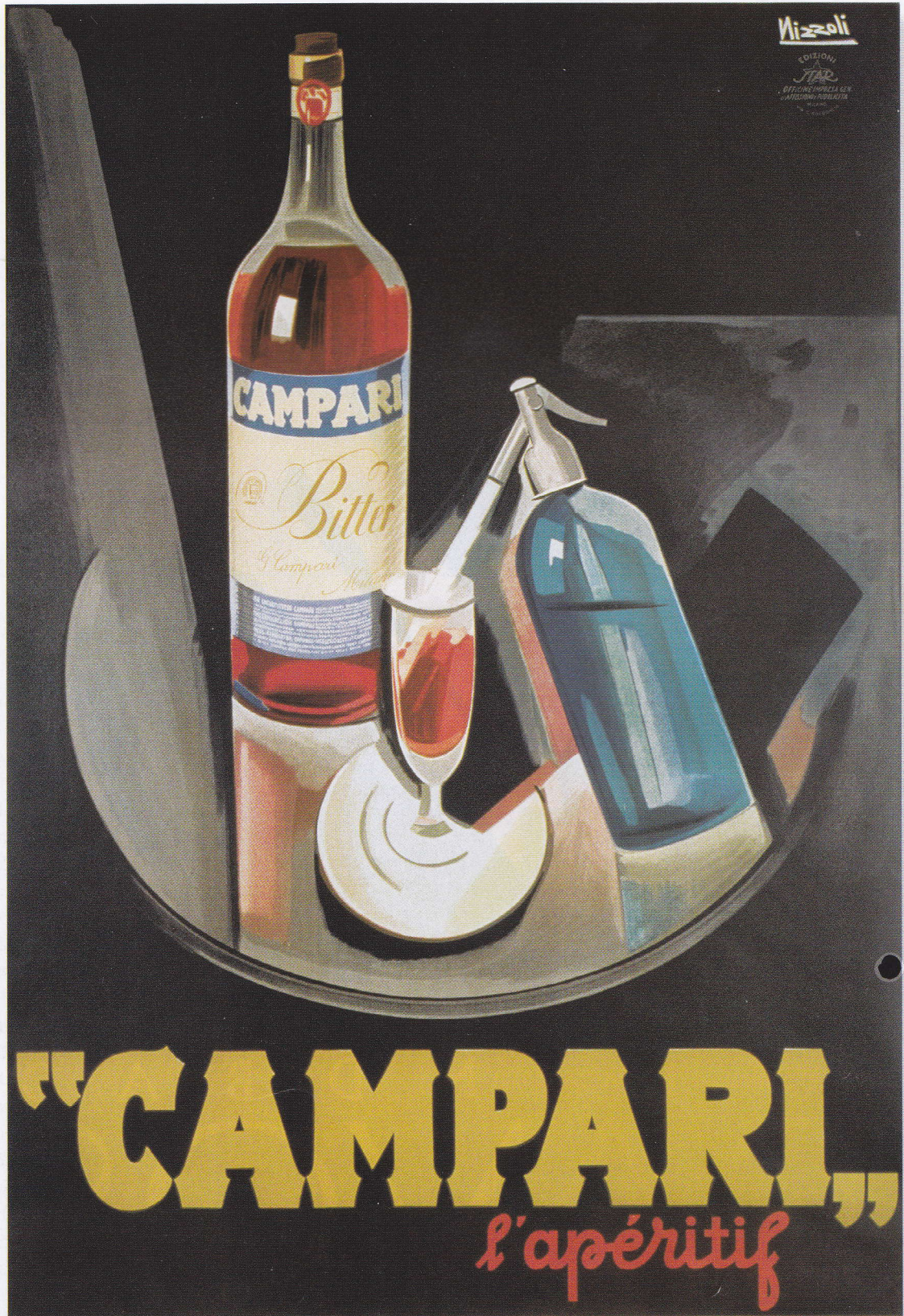
len ein Begriff. Emile Cardinaux war einer der ersten Schweizer Maler, der sich mit seinem farbenreichen und durch Einfachheit bestechenden Stil der Plakatkunst widmete. Seine genialen Werbeplakate für Schweizer Skorte wie das «Matterhorn» von 1908 oder das «Palace Hotel St. Moritz» von 1920 gehören heute weltweit zu den gesuchtesten Werken. Hervorragende Künstler schufen die Basis für ein fortgesetztes, innovatives Plakatschaffen in der Schweiz: Burkhard Mangold 1914 mit «Winter in Davos», Walther Koch 1907 mit «Wintersport in Graubünden» oder Augusto Giacometti 1918 mit dem berühmten Sonnenschirm für die Rhätische Bahn.

Während und nach dem Zweiten Weltkrieg wurde der sachbezogene Gestaltungsstil tonangebend in der Plakatwerbung. Er zeichnet sich durch eine klare Typografie aus, die sich massgeblich auf das Produkt beschränkt. Dieser Stil ging vor allem von den Basler Grafikern Niklaus Stoecklin, Karl Birkhäuser, Herbert Leupin und Donald Brun aus. Unterstützt wurden diese Grafiker durch eine reichhaltige Farbgebung und ein perfektes Druckverfahren mittels Steinlithografie, in dem die Schweizer weltweit führend waren.

In den 60er und 70er Jahren hielt der strenge Stil von Gestaltern wie Josef Müller-Brockmann, Armin Hofmann und Ernst Keller Einzug, welcher dann später zum führenden Graphic Design-Stil der Postmoderne avancierte. In den vergangenen Jahren waren es Plakatgestalter wie beispielsweise Paul Brühwiler, Niklaus Troxler, Werner Jeker, Bruno Monguzzi und Ralph Schraivogel, die das Schweizer Werbeplakat prägten.

1927

PALACE HOTEL



Sehr gesucht und heute etwa 40.000 Franken wert ist das Original Campari-Plakat von Marcello Nizzoli aus dem Jahr 1927.

Ein Zeitreis
mehr als 100 Jahre

1933



Das Strandbad Davos von Willy Tapp ist ebenfalls ein klassisches Art déco-Werk von 1933.

Dieses Werk stammt von Otto Baumberger, dem bekanntesten Zürcher Grafiker jener Zeit.



Dieses Werbeplakat für das Palace Hotel in St. Moritz von Emile Cardinaux hat 1999 bei Christies 9000 £ erzielt.



1932

1921

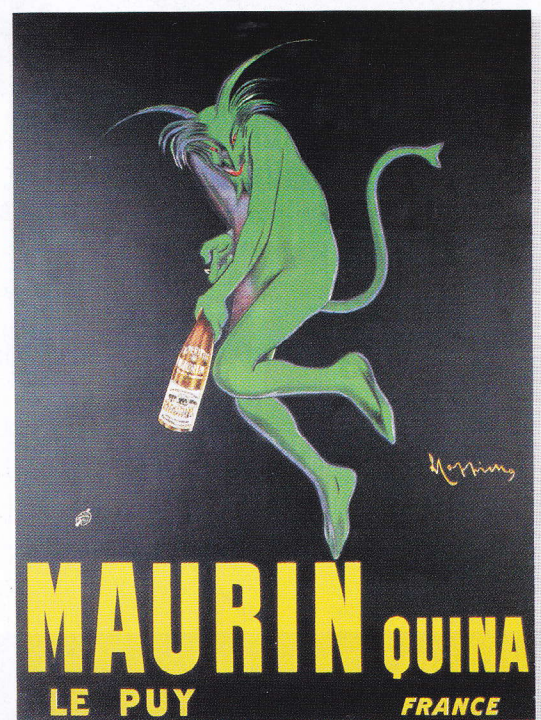
JEDES PLAKAT HAT SEINE GESCHICHTE

In Beatrice Müllers Galerie am Zeltweg erlebt der Besucher eine unvergessliche Reise durch die vergangenen 100 Jahre der Werbung. Thematisch geordnet findet sich fast zu jedem Stichwort das passende Plakat: Zahnpasta, geheizte Schwimmbäder, Mode, Uhren, Schokolade, Tourismus, ... «Meine Welt ist jedoch das Plakat der Art déco-Zeit und der 30er und 40er Jahre des letzten Jahrhunderts», verrät Beatrice Müller und weist auf eines ihrer Lieblingsstücke, das «Campari»-Plakat von Marcello Nizzoli hin, für das vor Jahren an einer Auktion in Italien einmal 32 Millionen Lire hingeblickert wurden. Doch nicht alle Preise liegen so hoch, mit etwas Glück findet man ein schönes Stück schon für 200 bis 500 Franken. Von jedem Exemplar ihrer Sammlung weiss die Galerieinhaberin, wo, von wem und unter welchen Umständen sie es gekauft hat. So hat jedes Plakat seine eigene Geschichte, die Beatrice Müller ihren Kunden nebst dem Plakat auch gerne mit nach Hause gibt.

Vor zwei Jahren hat die Werberin damit begonnen, ihre gesamte Plakatsammlung zu fotografieren. Mittlerweile sind mehr als die Hälfte der Werke im Internet erfasst und können nach Stichworten gesucht werden. 3000 bis 4000 Arbeitsstunden hat sie für ihr aufwendiges Hobby in den letzten Jahren investiert, doch das scheint sie nicht zu stören. «Meine

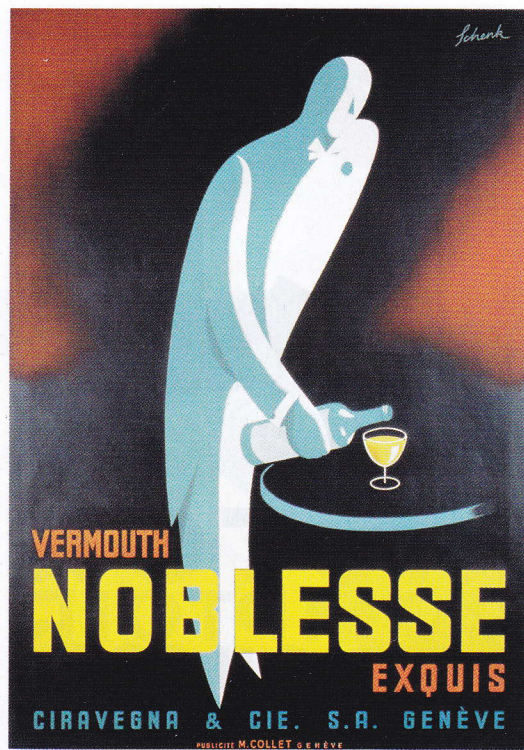
Teuflisch gut die Arbeit des französischen Plakat-Pioniers Leonetto Cappiello. 1907

1907





1935



1935

Zwei klassische
Art déco-Plakate

1991



Die hohe Kunst
der Grafik demon-
striert Bruno
Monguzzi mit der
Affiche für das
Museo Cantonale
di Lugano. 1991

Leidenschaft für Plakate hat mir eine ganze neue Welt eröff-
net. Hier habe ich mit anderen Leuten zu tun als in der Wer-
bung – mit Designinteressierten, Leuten, die auf der Suche
sind nach dem passenden Bild für ihre Loft, mit Ärzten oder
mit Hoteliers.» Was für Beatrice Müller zählt, ist die Qualität
und die Originalität. Dies gilt nicht nur für ihre Plakat-
sammlung, sondern auch beim Wein, einer weiteren Lei-
denschaft der Galeristin. Die Verbindung Plakat – Wein ist kein
Zufall: Beatrice Müller hat eine enge Verbindung zum Burgund
und dessen exklusiven Weinen. Und bereits schmiedet sie wei-
tere Pläne: Sie möchte in Zürich eine Wein-Plakat-Bar eröff-
nen. Dort soll man genüsslich ein Glas Burgunder trinken und
sich gleichzeitig an den einzigartigen Kunstwerken erfreuen
können. Nur das richtige Lokal muss sie erst noch dafür finden.

Beatrice Müller
Artifice AG
Zeltweg 10 (Nähe Kunsthaus)
8034 Zürich
Tel. 079 433 59 69 oder 01 252 36 37, Fax 01 387 40 45
info@artifice.ch, www.artifice.ch

Öffnungszeiten Galerie
Donnerstag von 18 bis 20 Uhr oder nach Vereinbarung