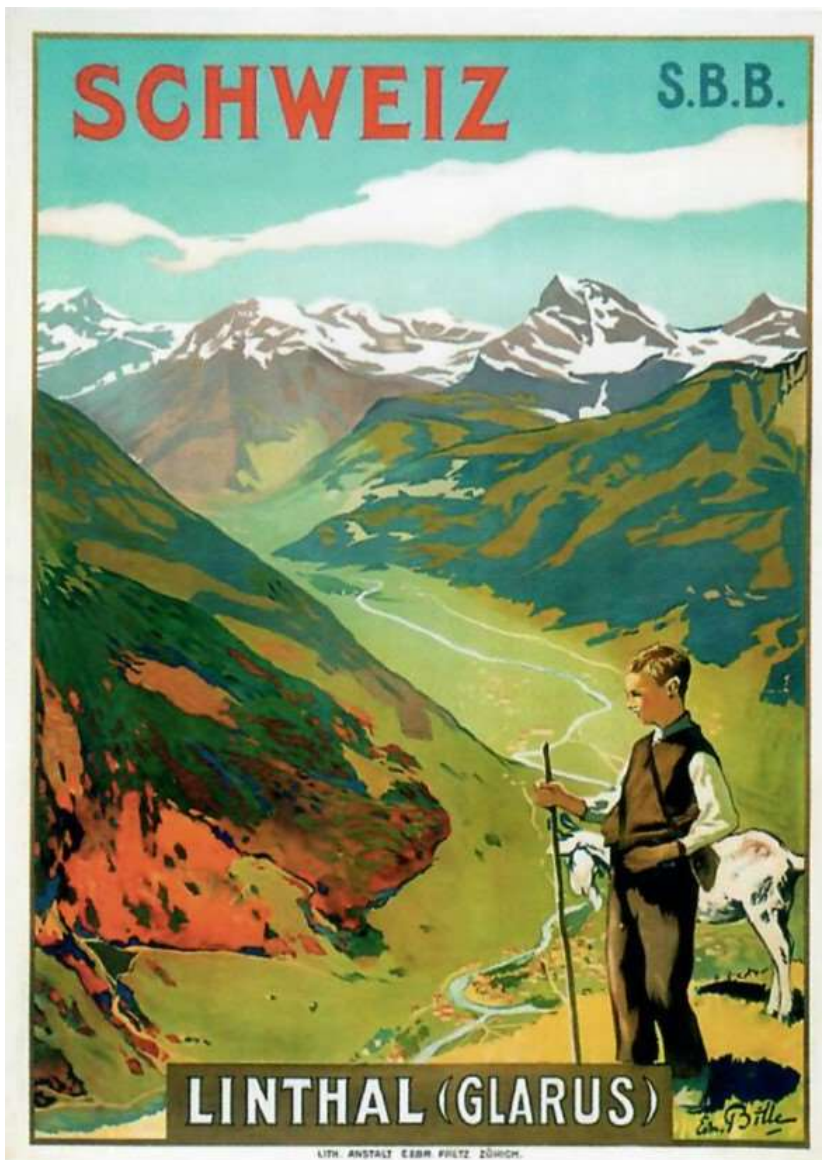


Der Glarner Tourismus im Spiegel der Plakate

Von Dr. Stefan Paradowski, Agentur für Kunst- und Regionalgeschichte, Lachen SZ

Moderne Plakate begleiten die touristische Entwicklung im Glarnerland. Sie wurden von schweizweit bekannten Gebrauchsgrafikern gestaltet.

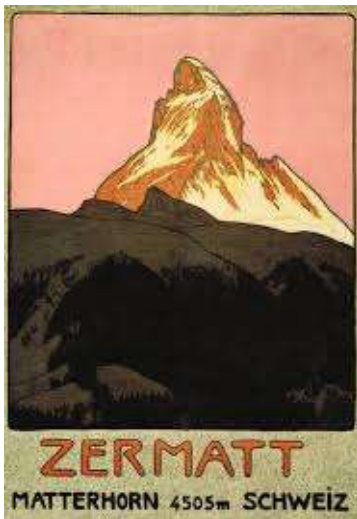
Die Hauptfigur der Werbung für Linthal ist ein – Ziegenhirt. Sein Standort befindet sich oberhalb von Sool. Zu seinen Füßen breitet sich das weite Tal der Linth aus: Der Blick geht in Richtung Linthal, Linthal selber ist nicht zu erkennen. Der Hirte schaut ins Sernftal, Richtung Engi. Die Ziege scheint den Zusammenfluss von Sernf und Linth mit Schwanden in Augenschein genommen zu haben. Eine schneebedeckte Bergkette im Hintergrund beschliesst die grossartige Aussicht: ganz links der Tödi, anschliessend folgen Gemsfären, Clariden, Ortstock und ganz rechts der Höch Turm. Der mit einem Stock bewehrte Ziegenhirt steht in sich gekehrt vor einer grossräumigen Landschaft, die darauf zu warten scheint, vom Tourismus als Erholungs- und Erlebnisraum in Beschlag genommen zu werden.



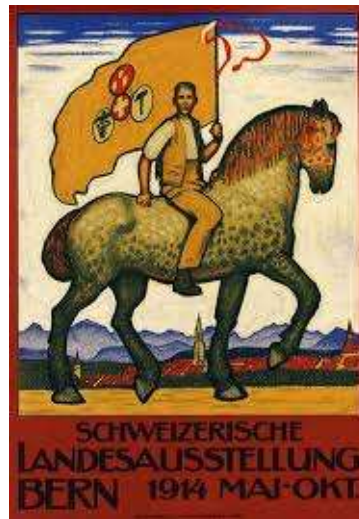
Edmond Bille: SBB-Plakat «Linthal», 1904 (Bild aus: Bernard Wyder: Edmond Bille – Estampes et Affiches, 2013)

Das erste moderne Tourismusplakat im Glarnerland

Die Affiche «Linthal» ist wohl das erste moderne Tourismus- und Künstlerplakat für das Glarnerland und symbolisiert den aufstrebenden Fremdenverkehr vor Ort. Der Aushang geht aus einem Plakatwettbewerb hervor, den die Schweizerische Bundesbahn SBB 1903 ausschreibt. Der künstlerische Wettstreit legt einen der Grundsteine zur Entwicklung des Schweizer Künstlerplakates. In der Ausschreibung heisst es: «Wettbewerb zwischen schweizerischen oder in der Schweiz wohnenden Künstlern zur Ausführung von Originalentwürfen zu sechs farbig illustrierten Plakaten, welche vornehmlich in Bahnhöfen, Hotels und auf Dampfbooten des Auslandes ausgestellt werden sollen». Von vielen namhaften Künstlern werden 257 Entwürfe eingereicht. Einer der Wettbewerbsteilnehmer ist Emil Cardinaux, der zu einem der bekanntesten Plakatkünstler der Schweiz werden sollte: Von ihm stammt etwa das legendäre, 1908 gedruckte Plakat «Zermatt» mit dem Matterhorn. Damit schafft er «am Anfang der Schweizer Plakatkunst einen Höhepunkt» (Bruno Margadant). Emil Cardinaux' Bekanntheit steigert sich noch: 1914 gewinnt er den hoch dotierten Wettbewerb für die Plakatgestaltung der Schweizerischen Landesausstellung. Die Verwirklichung des skandalträchtigen Entwurfs ist einer mutigen Wettbewerbsjury zu verdanken, zu deren Mitgliedern auch Ferdinand Hodler, der «Nationalmaler», gehört. Die grüne Farbe des Ackergauls löst einen Sturm der Entrüstung und des Spottes aus. So entschliesst man sich für eine Alternative. Plinio Colombis «hodlerisierendes» Plakat mit dem wolkenbekränzten Berg Jungfrau dient zur Beruhigung der über Emil Cardinaux' grünem Pferd erbosten Gemüter und kommt vor allem im Ausland zum Aushang.



Emil Cardinaux: Plakat «Zermatt», 1908 (Bild: Internet)



Emil Cardinaux: Plakat zur Landesausstellung Bern 1914 (Bild: Internet)



Plinio Colombi: Plakat zur Landesausstellung Bern 1914 als Alternative zum skandalträchtigen Plakat von Emil Cardinaux mit dem «grünen Ross» (Bild: Internet)

Edmond Bille ist einer der sechs SBB-Wettbewerbsteilnehmer, deren Entwürfe zur Ausführung gelangen. Sein Plakat «Schweiz Linthal (Glarus)» erscheint in den drei Landessprachen Deutsch, Italienisch, Französisch sowie in Englisch und macht die Glarner Destination international bekannt.

Edmond Bille war ein Schweizer Künstler. Seine Tätigkeiten waren vielseitig, so war er Maler, Graveur, Journalist, Schriftsteller und Politiker. Neben der École des Beaux-Art in Genf besuchte er eine private Kunstschule, die Académie Julian in Paris, die unzähligen Malern und Bildhauern eine künstlerische Ausbildung ermöglichte. Viele Schweizer – der wohl Bekannteste unter ihnen: Giovanni Giacometti (Alberto Giacomettis Vater) – belegten Kurse an

dieser Kunstakademie. Für Edmond Bille scheint der Kanton Glarus ein Begriff gewesen zu sein. Jedenfalls hinterliess er die Radierung «La Landsgemeinde».

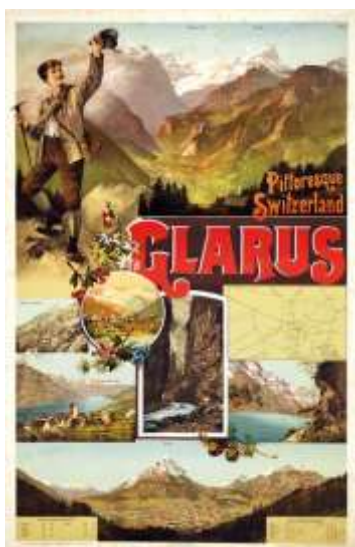


Edmond Bille: Radierung (Zinkätzung) «La Landsgemeinde», 1925 (Bild aus: Bernard Wyder: Edmond Bille – Estampes et Affiches, 2013)

Luxus-Anlage mit Zentralheizung, Beleuchtung und 150 Zimmern

Als das «Linthal»-Plakat an Wänden und Säulen im In- und Ausland klebt, zu dieser Zeit – um 1904 – erlebt das Bad Stachelberg in Linthal seine Hochblüte. Die europäische Hochprominenz tummelt sich in diesem mondänen Kurort. Napoleon III, der Kaiser der Franzosen, lässt sich vom stinkenden Schwefelwasser ebenso gesunbbaden wie der deutsche General Helmuth von Moltke. Ins Gästebuch schreiben sich auch etliche Künstler ein, so etwa der deutsche Komponist und Dirigent Richard Wagner.

Die heute versiegte Schwefelquelle wird erstmals 1714 erwähnt. Auf Initiative des lokalen Arztes Johann Marti entsteht eine erste Fassung. Durch hölzerne Teuchel wird ab 1812 das Heilwasser in einen Kuhstall geleitet, in dem fünf Badewannen stehen. Die ersten Kurgäste treffen ein – mit der Postkutsche. 1830 entsteht das erste Kurhaus, ein strenger klassizistischer Bau mit einer Badeanstalt, 24 Gästezimmern, einem geräumigen Speisesaal sowie einem Billardzimmer. 1860 wird ein weiteres Hauptgebäude eröffnet, das dem Andrang der Gäste wiederum nicht standhalten kann.



Direkte Zugverbindungen:

GENÈVE	125	200	GLARUS	115	200
NEUCHÂTEAU	45	200	GLARUS	115	200
BASEL	75	200	GLARUS	115	200
SCHAFFHAUSEN	105	200	GLARUS	115	200
ZÜRICH	135	200	GLARUS	115	200
NOISACH	165	200	GLARUS	115	200
CHAM	195	200	GLARUS	115	200
BOLZANO	225	200	GLARUS	115	200

Direkte Zugverbindungen:

MILANO	100	100	GLARUS	100	700
WIEN	100	900	GLARUS	100	900
BERLIN	100	900	GLARUS	100	900
LONDON	100	900	GLARUS	100	900
PARIS	100	900	GLARUS	100	900

Peter Balzer: Plakat «Pittoresque Switzerland – Glarus» mit Angaben zu direkten Zugverbindungen nach Glarus, um 1900 (1859: Bahn bis Glarus, 1879: Bahn bis Linthal). (Bild: Internet)

Plakat «Sernftalbahn», anonym, 1909 (Bild: Internet)

Mit der am 1. Juni 1879 von der Schweizerischen Nordostbahn in Betrieb genommenen Linie Glarus–Linthal wird das dritte Gebäude, mit einem grossen Speisesaal und einer Dependence, der Villa Secken, eröffnet. Mit dem 1902 erstellten Neubau findet der Ausbau des Bades Stachelberg, einer Hotel-Anlage mit vier Häusern, 150 Zimmern, Tennisplätzen und einem Park mit Springbrunnen, seinen Abschluss.

Unter dem Slogan «Pittoresque Switzerland – Glarus» sind «direkte Zugverbindungen» aus dem In- und Ausland nach Glarus aufgeführt. Dabei handelt es sich um einen Fahrplan in Plakatformat. Peter Balzers Werk von 1900 folgt noch ganz dem Stil des frühen, weit verbreiteten Tourismusplakates mit seinen detailreichen Veduten (Ansichten) und den integrierten Fahr- und Streckenplänen. Ähnlich, also künstlerisch minimal gestaltet, ist das Plakat «Sernftalbahn» aus dem Jahr 1909. Die Eröffnung der Verbindung Schwanden-Elm ereignet sich 1905. Die elektrische Meterspurbahn (wird 1969 eingestellt) ist besonders für die Textilindustrie und die Steinbrüche im Sernftal von Bedeutung. Die touristische Wichtigkeit hält sich in Grenzen.



Postkarte um 1902 (Ausschnitt): Bad Stachelberg, Linthal, mit elektrischem Licht und Zentralheizung ausgestattet (Bild: Internet)

Austern, Schildkrötensuppe, Rheinsalm, Gänseleberschnitten, Rehkoteletten, gefüllte Wachteln, Pouletfilet – aus solchen Hochgenüssen kann eine Festtagstafel für eine Hochzeitsgesellschaft bestehen, die sich im Bad Stachelberg ergötzt. Diner und Souper können sagenhafte 19 Gänge umfassen. Acht Weine erwecken die Gaumenfreuden der Feinschmecker. Natürlich ist die Menükarte in der Sprache der Kulinarik, in Französisch, geschrieben und auf die Anwesenheit der Noblesse aus dem In- und Ausland zugeschnitten. Der vornehme Kurort befindet sich unter jenen, die als Erste elektrisches Licht und Heizwärme ersehnen. Das Elektrizitätswerk Linthal nimmt 1901 seinen Betrieb auf. Nun erhellt das elektrische Licht zahlreiche Stuben und Strassen. Eine eigens errichtete Hochspannungsleitung für die Zentralheizung und die Beleuchtung erschliesst Bad Stachelberg.

Der Ausbruch des Ersten Weltkriegs bedeutet zugleich das abrupte Ende des Bades Stachelberg. Am 1. August 1914 reisen alle Gäste Hals über Kopf ab. In der Schweiz, im Glarnerland bricht der Tourismus dramatisch ein.

Die Glanzzeit des Schweizer Tourismus

Die Glanzzeit des Schweizer Tourismus setzt 1882 mit der Eröffnung des Gotthardtunnels ein und zieht die Eroberung des Schweizer Gebirges nach sich. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt sich die touristische Infrastruktur: An schwer zugänglichen Orten werden geeignete Verkehrsmittel in Betrieb gesetzt, an landschaftlich reizvollen Standorten Hotelpaläste erbaut. Ins Besuchsprogramm gelangen kulturelle und sportliche Aktivitäten. Die Anbieter sorgen für Vergnügungen und Zerstreuung in Casinos und Kursälen. Es entstehen medizinische Einrichtungen für Erholungs- und Pflegebedürftige. Das Naturerlebnis wird mit Aussichtspunkten, Spazierwegen, Parks und Quais aufgewertet. Dabei finden neue Techniken wie elektrisch betriebene Lifte und Zahnradbahnen Verwendung. Zwischen 1888 und 1914 werden 40 Seil- und 13 Zahnradbahnen errichtet, gleichzeitig verdoppelte sich die Hotelzahl von etwa 1700 auf über 3500. Eine inszenierte Alpenbegeisterung markiert den eigentlichen Eintritt des Gebirgslandes Schweiz in die Fremdenverkehrsindustrie. Sie etabliert das Land zum Standard für den internationalen Tourismus. «Mit dem Aufkommen des Fremdenverkehrs ging die Kommerzialisierung der Landschaft Hand in Hand» (Irma Nosedá). Seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts werben grossformatige Plakate für die Touristenlandschaft Zentralschweiz. Die besten Graphiker schaffen mit ihren künstlerisch wertvollen Entwürfen eine ganz neue Kunstform durch Vereinheitlichung und Verknappung des Bildinhaltes. «Beeinflusst durch Jugendstil und Expressionismus tritt anstelle der naturalistischen Wiedergabe die farblich freie und grosszügig-flächige Übersetzung» (Irma Nosedá). Der Ausbruch des Ersten Weltkriegs setzt dem einmaligen Hoch des Schweizer Tourismus ein jähes Ende. In der Zwischenkriegszeit erholt sich der Fremdenverkehr nur sehr langsam. Aber der Wintertourismus kommt in dieser Zeit auf.



Postkarte «Gruss aus Linthal», Chromolithografie, wohl um 1900 (Bild: Internet)

Plakate vom Bad Stachelberg sind keine überliefert, Postkarten hingegen schon, und zwar in allen Varianten. 1869 erfindet ein Wiener die Postkarte. Kein Jahr später erfolgt die Zulassung in der Schweiz. Die praktische Alternative zum Brief begeistert. Ab etwa 1896 setzt sich die Ansichtskarte, nicht zuletzt durch die Nutzung neuerer Druckverfahren, im grossen Stil durch. Ab dieser Zeit wird hauptsächlich das mehrfarbige Druckverfahren der Chromolithografie verwendet – ein typisches Beispiel dafür ist der «Gruss aus Linthal». Zuvor sind Ansichtskarten fast immer einfarbig, oft in Sepiatönen bedruckt. Der Höhepunkt ist kurz vor dem Ersten Weltkrieg erreicht: auf jeden Einwohner kommen gut 30 verschickte Postkarten.

Das «Ende der Welt» als Liebesnest

Viele Gäste dislozierten nach der Kur im Stachelberg ins abgeschiedene Hotel «Tödi», «ans Ende der Welt», wie der geografische Schriftsteller Johann Gottfried Ebel das nahegelegene Tierfed umschreibt. In jenem Gasthaus ist es, wo Karl Kraus den Epilog zu seinem monumentalen Werk «Die letzten Tage der Menschheit» verfasst. Ganz am Schluss der Tragödie

erhebt Gott seine Stimme: «Ich habe es nicht gewollt.» Der österreichische Schriftsteller trifft sich hier, auch nach dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs, jahrelang im Geheimen mit der ungarischen Gräfin Sidonie Nadherny von Borutin. «Der malerische Ort wird beiden zur utopischen Chiffre für eine Liebe werden, die nicht glücken konnte» (NZZ).

Karl Kraus publiziert 1909 in der von ihm gegründeten satirischen Zeitschrift «Fackel» den Beitrag «Die Welt der Plakate». Er meint, dass wir alles «Wissenswerte» aus dem Plakat erfahren, dass sich uns dadurch die Welt erschliesst. Karl Kraus´ gewagte These aktualisiert 1969 der berühmte Deutsche Soziologe und Gesellschaftstheoretiker Niklas Luhmann: «Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Medien.»



E. Winter: Plakat «Braunwald», um 1910
(Bild: Internet)



Plakat «Grand Hotel Braunwald – Eröffnung
Juüi 1907», anonym (Bild: Internet)

Braunwald in Konkurrenz zum Bad Stachelberg

Der 1902 mit Wasserkraft funktionierenden Materialseilbahn Rüti-Braunwald folgt 1907 die Eröffnung der elektrisch betriebenen Standseilbahn Linthal-Braunwald. Damit tritt der Höhenkurort Braunwald, wo 1896-1897 das Lungensanatorium entsteht, in Konkurrenz zum Bad Stachelberg, das seinerseits 1915 in Konkurs geht und 1918 offiziell aufgelöst wird. Die Gasthäuser Grand Hotel (heute Bellevue), Alpina und Alpenblick entstehen in kurzer Folge (1906-1908). Das Plakat von E. Winter, wohl um 1910 gedruckt, bringt diese Übergangszeit zum Ausdruck, indem «Linthal» in kleinerer und «Braunwald» in grösserer Schrift geschrieben steht.



Ernst Emil Schlatter: Plakat «Braunwald-Bahn», 1914 (mit Ortstock)
(Bild: Internet)



Fritz Meyer: Plakat «Glarnerland», 1935 (mit Höch Turm)
(Bild: Internet)



Plakat «Elm Glarnerland», anonym, 1932 (mit Hausstock)
(Bild: Internet)

Die Plakatkünstler Ernst Emil Schlatter und Fritz Meyer stellen die unberührte gebirgige Umgebung von Braunwald im besten Licht und in den schönsten Farben dar: der eine hebt den Ortstock als Hintergrundkulisse hervor, der andere stilisiert den Höch Turm zum «Glarner Matterhorn» in der Art von Emil Cardinaux. Dasselbe Gestaltungsprinzip mit einem markanten Berg als Symbol und Magnet waltet im Plakat «Elm Glarnerland», das folgerichtig das im Titel erwähnte Dorf zu Ehren kommen lässt. 1898 wird in Elm das Kurhaus eröffnet, dessen Blütezeit bis 1914 reicht.

Erste Wintersaison

Ende 1928 beginnt in Braunwald die erste Wintersaison. Der Betrieb der Braunwald-Bahn in der kalten Jahreszeit wird eingeführt und das Eisfeld eröffnet. Da das Gebiet oberhalb von Braunwald zu Touren und Wanderungen lockt, wird an eine Fortsetzung der Standseilbahn oder an eine Schwebebahn zum Ortstockhaus gedacht. Zur Ausführung kommt vorerst eine Schlittenseilbahn nach Grotzenbüel, die 1936 eröffnet wird.



Alex Diggelmann: Plakat «Braunwald» (Schlittenseilbahn), 1937 (Bild: Internet)



Eric de Coulon: Plakat «Braunwald-Gumen Sesselbahn», 1948 (Bild: Internet)



Eric de Coulon: Plakat «glücklich! durch Therma – den vollkommenen Elektroherd», 1948 (Bild: Internet)

Alex Diggelmann, ein freischaffender Grafiker, bringt mit dem Plakat «Braunwald» und der effektiv ins Bild gesetzte Schlittenseilbahn den modernen Winterbetrieb und das brandneue Beförderungsmittel zu Füßen des Höch Turms emblematisch auf den Punkt. Das Plakat ist ein Reflex auf die touristische Entwicklung vor Ort. Alex Diggelmann gewinnt drei Medaillen an Olympiade-Kunstwettbewerben. Er nimmt erstmals an den Olympischen Spielen 1936 in Berlin teil, bei denen er mit einem Tourismusplakat antritt und die Goldmedaille in der Kategorie «Gebrauchsgrafik» gewinnen kann. Bei den nächsten ausgetragenen Olympischen Spielen 1948 in London gewinnt er mit Plakaten zu den Weltmeisterschaften im Strassenradsport bzw. im Eishockey die Silber- bzw. die Bronzemedaille. Als die Kunst noch Olympische Disziplin war, kann Alex Diggelmann als einziger Künstler weltweit einen vollständigen Medalliensatz erobern. Er verkörpert eine neue Berufsgeneration. Nicht mehr der akademisch gebildete Künstler, sondern der Grafiker, der professionell arbeitende Gestalter tritt als Plakatschöpfer in Erscheinung.

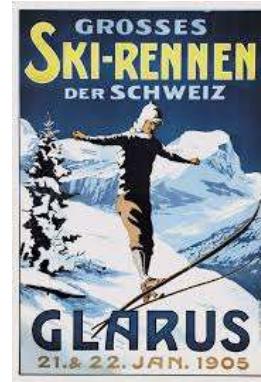
Die Sesselbahn Braunwald-Kleiner Gumen wird 1948 in Betrieb genommen. Eric de Coulon liefert dazu das Plakat, das aus der Froschperspektive einen kühnen Blick nach oben auf das luftige, mit einem skibegeisterten Paar besetzte Transportgerät wirft. Von ihm stammt auch das Plakat «Glücklich! durch Therma – den vollkommenen Elektroherd». Die Therma AG produzierte in Schwanden und hatte bei der Herstellung von Elektrogeräten eine Monopolstellung inne. Eric de Coulon macht sich überdies einen Namen als Gestalter zweier Klausenrennen-Plakate.



Karl Annen: Plakat «III. Ski-Rennen in Glarus», 1904
(Bild: Internet)



Sprunglauf (Skispringen) in Glarus, Foto um 1904 (Bild aus: Werner Tschappu: Der älteste Ski-Club der Schweiz jubiliert – 100 Jahre Skisport, Glarus 1993)



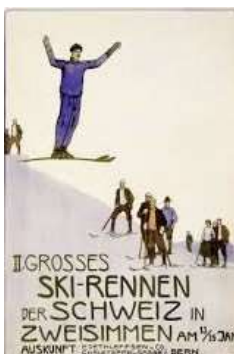
Plakat «Grosses Ski-Rennen der Schweiz», anonym, 1905
(Bild: Internet)

Die «Grosse Zeit» des Ski-Clubs Glarus

Der 1893 gegründete Skiclub Glarus ist der älteste der Schweiz. 1902 wird das erste Skirennen in Glarus ausgetragen, allerdings fällt das Skispringen aufgrund der widrigen Witterungsbedingungen aus. Ein Jahr später kommen zwei Norweger nach Glarus: Beim «II. Schweizerischen Ski-Rennen» 1903 auf «Sack bei Glarus» begeistern sie mit Sprüngen bis zu 22 m über eine Sprungschanze im Elmerfeld. An dieser Sportveranstaltung findet das «1. Meisterschaftslaufen um die Meisterschaft der Schweiz» statt. Für das erstmalige Ereignis werben Inserate und grosse Plakate in den Städten. Die «Neue Glarner Zeitung» schreibt am Schluss ihrer Berichterstattung: «Die Bestrebungen hiesiger Kreise, unser Land dem Fremdenverkehr zu erschliessen, haben durch den gestrigen Tag jedenfalls mächtigen Impuls erhalten.»

Für das «III. Skirennen in Glarus» 1904 gelingt es nicht mehr, skandinavische Springer zu verpflichten, aber mit 18,5 m stellt ein Skispringer aus Bregenz die bis dato grösste Sprungweite eines Mitteleuropäers auf. An dieser Hauptattraktion des ganzen Festes wird die Zahl aller Zuschauer auf zirka 6000 geschätzt. Erstmals ist ein Damen-Wettlauf ausgeschrieben.

An der ersten Delegiertenversammlung des eben gegründeten Schweizerischen Skiverbandes wird das erste «Grosse Skirennen der Schweiz» (1905) dem Ski-Club Glarus übertragen. 600 Plakate und 5000 «Rennkarten» (Tickets) werden gedruckt. Die SBB führt Extrazüge. Das Hauptereignis ist einmal mehr das «Sprungrennen». Als Kombination wird die «Internationale Ski-Meisterschaft der Schweiz» ausgetragen, das prompt ein Mitglied des Ski-Clubs Glarus gewinnt. Die Presse spricht von «einer gewaltigen Zuschauermenge, die... die Zahl von 10'000 erreicht haben mag», ist begeistert über den Nachwuchs, dem es an Mut und Verwegenheit nicht fehle: die Schüler seien über 14 Meter gesprungen. Gelobt werden die Gäste, «die Elite der Wintersportwelt», die «aus allen Ländern herbeigeeilt waren».



Emil Cardinaux: Plakat «Il. Grosses Ski-Rennen der Schweiz in Zweisimmen», 1906 (Bild: Internet)

Raffael: Gemälde «Verklärung Christi», 1520

(Bild: Internet)

Emil Huber: Plakat «Ski-Rennen Glarus», 1912 (Bild: Internet)

Das «Grosse Ski-Rennen der Schweiz» (1905) beschliesst die erfolgreiche, publikumswirksame und wirtschaftlich interessante «Grosse Zeit» des Ski-Clubs Glarus. Es dauert nicht lange, bis die grossen Winterkurorte sich um die Durchführung solcher Rennen reissen. So findet das «Il. Grosse Ski-Rennen der Schweiz» in Zweisimmen statt – das Plakat dazu stammt von keinem Geringeren als Emil Cardinaux. 1908 zählt die Schweiz bereits 42 Wintersportstationen.

Später wird in Glarus mit der Glärnischschanze eine permanente Sprungschanze errichtet, auf der noch in den vierziger Jahren Weiten über 40 m erzielt werden.

In dem nur schwarz-weiss gehaltenen und von Carl Annen entworfenen Plakat von 1904 dominiert eine fliegende Person mit Brettern an den Füssen die Komposition. Im Hintergrund sind der Glärnisch und Glarus mit der Stadtkirche zu erkennen. 1905 knüpft ein weiteres Plakat an diese Bildfindung an, nun aber in Farbe. Carl Annens Plakat darf als sensationell bezeichnet werden: Es stellt wahrscheinlich die erste bildliche Wiedergabe eines Skispringers dar. Das Privileg des Fliegens oder Schwebens blieb bis dahin nur Engeln und andern überirdischen Gestalten vorbehalten.

Coolness und Eleganz sprechen aus dem von Emil Huber erschaffenen Plakat «Skirennen Glarus» aus dem Jahr 1912. In dieser Zeit – nach der kurzen gloriosen Ära mit den international beachteten Ski-Grossereignissen – organisiert der Ski-Club Glarus vor allem Jugend-Skirennen und Ski-Touren. Emil Huber gehört zu der Garde bekannter Gebrauchsgrafiker, die Plakate für das populäre Klausenrennen beisteuern.

«Hexenkessel» am Klausen

In den Jahren zwischen 1922 und 1934 wird der Wettbewerb um den «Grossen Bergpreis der Schweiz» insgesamt zehn Mal ausgetragen. Die Strecke des seinerzeit bekanntesten und schwersten Bergrennens Europas führte vom Start im Dorf Linthal bis zum Zielpunkt auf der Klausenpasshöhe (Kanton Uri). Der 21,5 Kilometer lange, gefährliche Kurs geht durch 136 Kurven und über 1237 Höhenmeter hinweg.



Klausenrennen: Zuschauerspalier auf der Startgeraden, 1932 (?) (Bild aus: Bernhard Brägger: Mythos Klausen – Race to the clouds, Glarus, ohne Jahreszahl)

«Mit der Entwicklung des Rennsports kamen natürlich auch dessen Exponenten an den Klausen: Die Rennfahrer, Ingenieure und Mechaniker, die Fabrikdirektoren samt pelzbehandelter Begleitung, die Fachpresse, Mitläufer und Mächttegerns – alle reisten sie zu diesem

Ereignis. Und natürlich auch die Zuschauer...Die meisten fuhren mit Extrazügen nach Linthal oder Flüelen. Dann gings zu Fuss auf den Klausen – die ganze Nacht lang. Zuschauer überfielen die Bevölkerung des Glarner- und Urnerlandes, die Äpler und Bergbauern mit ihrer Abenteuerlust, ihrem Lärm, ihrer Arroganz und Ihren technischen Fortschrittswahn» (Bernhard Brägger).

1899 wird die Klausenstrasse für Fussgänger und Kutschen freigegeben. 1917 erfolgt die Freigabe für das Automobil (derweil in Graubünden bis 1925 ein Autoverbot herrscht). 1921 kommt am Klausen das Aus für die Pferdepost. Ein Car Alpin mit 20 Sitzplätzen wird ab 1922 eingesetzt. 1930 säumen über 22'000 zahlende Zuschauer die Rennstrecke. Allein 6500 erlebnishungrige «Flachländer» transportieren die Extrazüge nach Linthal. 1932 ist das bestbesuchte Klausenrennen: über 30'000 Zuschauer. Die Zeitungen sprechen von 50'000. Inert weniger Jahre wächst die Spitzengeschwindigkeit der Grand-Prix-Rennwagen auf dem Urnerboden von 140 auf 200 km/h an. 1934 beginnt sich das Ende des Klausenrennens abzuzeichnen. Der Streit um Geld mit Behörden und Anwohnern zermürbt die Organisatoren. Ausserdem sollte die holprige Strasse auf den Urnerboden saniert werden. Doch diese Nebengeräusche beeinflussen kaum den sportlichen Wert des zehnten Klausenrennens: Mit 15.22.20 stellt Rudolf Caracciola einen neuen Streckenrekord auf. «Karratsch» war Deutscher und vor dem Zweiten Weltkrieg der erfolgreichste Automobilrennfahrer in Europa.

Die Klausenrennen geht als «Hexenkessel», Massenveranstaltung, touristisches Grossereignis und bedeutender Wirtschaftsfaktor in die Geschichte ein.



Anton Trieb: Plakat zum 2. Klausenrennen, 1923



Emil Huber: Plakat zum 3. Klausenrennen, 1924



Ernst G. Mossdorf: Plakat zum 4. Klausenrennen, 1924



Karl Bickel: Plakat zum 4. Klausenrennen, 1925



Eric de Coulon: Plakat zum 5. Klausenrennen, 1926



Eric de Coulon: Plakat zum 6. Klausenrennen, 1927



Ernst Rupprecht: Plakat zum 8. Klausenrennen, 1930



Ernst Schönholzer: Plakat zum 9. Klausenrennen, 1932



Ernst Schönholzer: Plakat zum 10. Klausenrennen, 1934

Für das erste Klausenrennen wird 1922 weder mit einem Programmheft noch einem Plakat geworben. Ab 1923 gestaltet jeweils ein namhafter Grafiker das Plakat zum Bergrennen.

Das erste Klausenrennen-Plakat (1922), jenes von Anton Trieb, zeigt eine Lichterscheinung: der Rennwagen, effektiv über den Horizont brausend, ist von einer nimbusähnlichen Staubwolke umgeben. Der Nimbus (Strahlenkranz) ist in der Kunst ein Symbol für Mächtige, Heilige oder Götter. Das Plakat von Emil Huber (1924) stellt ein rasantes Überholmanöver dar. Ernst C. Mossdorf (1924) überführt das in totaler Frontansicht wiedergegebene Rennauto in ein Ornament oder ein Signet. Zur Anzeige des vierten Klausenrennens (1925) von Karl Bickel: «Das Plakat mit dem wie eine Vision vor dem Betrachter emporschiessendem Rennwagen gehört zu den stärksten für Autorennen geschaffenen Plakaten überhaupt» (Willy Rotzler). Eric de Coulon gestaltet die motivisch identischen Klausenrennen-Plakate 1927 und 1929, wobei er «das Beharrende von Strasse und Landschaft und das Dynamische der rasenden Maschine einer raffinierten Diagonalkomposition unter Einbeziehung der Schrift einzuschreiben wusste» (Willy Rotzler). Ernst Rupprechts Plakat zum achten Klausenrennen (1930) scheint das sausende Gefährt der Umgebung zu entwachsen oder der Natur zu ent schlüpfen. Im Plakat von Ernst Schönholzer zum neunten Klausenrennen (1932) schneidet das pfeilschnelle Rennauto staubaufwirbelnd eine Kurve. Das Plakat zum letzten Bergrennen (1934) – vom gleichen Grafiker – zeigt eine vorpreschende Rennmaschine, von der ein steil ansteigender leuchtender Strahlenfächer ausgeht.

Was diese Plakatreihe auszeichnet, ist nicht die besondere Abbildung der Klausen-Berglandschaft und die ausgezeichnete Wiedergabe des neuesten und schnellsten Rennwagens. Nein, es ist die plakative Umsetzung des Themas: Tempo! Bei diesen Allegorien der Geschwindigkeit wenden die Grafiker einen speziellen «Trick» an: Sie bedienen sich der Stilmittel der modernen Kunst, greifen auf die formalen Errungenschaften etwa des Kubismus und des Futurismus zurück. Beiden Kunstströmungen ist das Gestaltungsprinzip der Formauslösung eigen. Mittels dieser Technik erhebt Eric de Coulon das Vorbeisausen des Boliden zum Plakatmotiv (Klausenrennen 1927 und 1929).



Giacomo Bella: Gemälde «Die Geschwindigkeit eines Automobils», 1913 (Bild: Internet)



Eric de Coulon: Plakat zum 7. Klausenrennen, 1929 (Bild: Internet)

Italienische Futuristen: Auto-Fanatiker

Die Futuristen pflegen einen radikalen, dogmatischen Fortschritts- und Technikkult. Sie fordern den Ersatz für das langweilige Gebimmel der Kirchenglocken und preisen aufheulende Motoren, schnaubende Lokomotiven, knatternde Flugzeuge, fauchende Dampfer. Sie verherrlichen den Krieg, «diese einzige Hygiene der Welt». Ein Zeugnis der futuristischen Technischeuphorie ist das Gemälde «Geschwindigkeit eines Autos» (1913) von Giacomo Balla, das die Bewegungsphasen eines fahrenden Autos vorführt. Er wendet ein Bildkonzept an, das sich an den Film anzulehnen scheint.

Filippo Tommaso Marinetti ist der Begründer des Futurismus. Er ist kein eigentlicher Künstler. Er setzt sich mehr als Eiferer, Mentor, Agitator, Provokateur und Faschist in Szene. Er wird Mussolinis Kulturminister – und kämpft für Hitler vor Stalingrad. Er leistet sich 1908 einen 100 PS starken Isotta Fraschini. Sein Kommentar dazu: «Der Rausch der hohen Geschwindigkeit im Automobil ist nichts anderes als die Freude, sich mit der einzigen Göttlichkeit vereinigt zu fühlen...Die Explosionsmotoren und die Reifen eines Automobils,,sind göttlich. Benzin ist göttlich. Religiöse Ekstase der 100-PS-Motoren...». Er glaubt auch, ein röhrender Rennwagen sei schöner als die Nike von Samothrake (griechische Siegesgöttin). Filippo Tommaso Marinetti ist der Prototyp der Auto-Fanatikers. Davon gibt es heute mehr denn je.



Rudolf Koller: Gemälde «Die Gotthardpost», 1873



Filippo Tommaso Marinetti: Begründer des Futurismus und Auto-Fanatiker, Foto um 1908 (Bild: Internet)

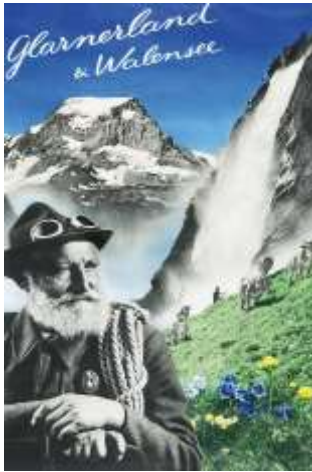


Griechische Siegesgöttin: «Nike von Samothrake», Marmor, vermutlich um 190 v. Chr. (Bild: Internet)

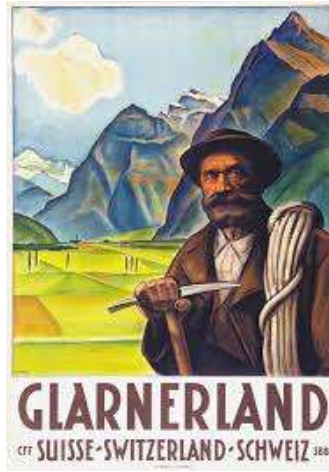
Man kann die legendäre «Gotthardpost» (1873) von Rudolf Koller als Vorläuferin einer Allegorie der Geschwindigkeit am Klausen einstufen: Der Zürcher Künstler thematisiert das Ausweichen des in Panik geratenen Kalbes und das Vorpreschen des Pferdegespanns mit der Kutsche.

Plakate als Lithografien

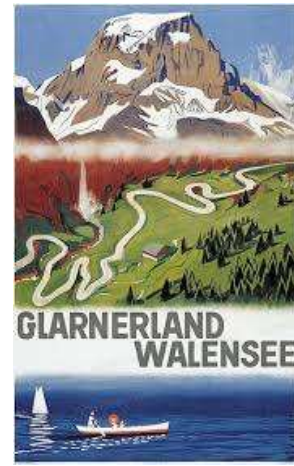
Die meisten hier versammelten und besprochenen Plakate sind Lithografien. Mit Lithografie wird die (seitenverkehrte) Steinzeichnung als Druckvorlage und Druckform zur Vervielfältigung mittels des Steindruckverfahrens bezeichnet. Der Steindruck basiert auf einer Erfindung vom Alois Senefelder aus dem Jahr 1798. Der Solnhofener Plattenkalk gilt bis heute als das beste Lithografie-Gestein (Druckträger). Es ist im 19. Jahrhundert das einzige Flachdruckverfahren, das größere Auflagen farbiger Drucksachen ermöglicht. Wegen der leichten Aufbringung der Zeichnung auf den Stein findet die Lithografie auch auf künstlerischem Gebiet von Goya über Toulouse-Lautrec bis Picasso weite Verbreitung. Bis etwa um 1930 ist der Steindruck eine sehr häufig verwendete Drucktechnik für verschiedene Drucksachen, wird jedoch danach sukzessive vom Offsetdruck abgelöst



Herbert Matter: Foto-Plakat «Glarnerland & Walensee», Tiefdruck, 1936 (Bild: Internet)



Carl Böckli: Lithografie-Plakat «Glarnerland», 1924 (Bild: Internet)



Otto Baumberger: Lithografie-Plakat «Glarnerland Walensee», 1945 (Bild: Internet)

Aus der Glarner Lithografie-Plakatreihe tanzt Herbert Matter. Er ist der Schöpfer des bemerkenswerten Fotoplakats «Glarnerland & Walensee» (1936) – ein Zeugnis des Tiefdrucks (eignet sich besonders gut zur Wiedergabe von Fotografien). Herbert Matter ist ein Pionier der Fotomontage. Berühmt machen ihn die Plakate, die er für die Schweizerische Verkehrszentrale zwischen 1934 und 1936 gestaltet. Bis 1936 bleibt es für ihn ein Problem, dass er nur mit Fotografien in schwarz-Weiss arbeiten kann. Als in den USA 1936 die Farbfotografie auf den Markt kommt, läutet diese Entwicklung auch eine neue Phase in Herbert Matters Schaffen ein, welche sich erstmals in seinem Plakat «Glarnerland-Walensee» zeigt. Herbert Matter prägt «die Ästhetik des Tourismusplakats in den 1930er-Jahren» entscheidend, «indem er die von den russischen Konstruktivisten übernommene Fotomontage in das Genre übertrug» (Guido Tön).

Auch Carl Böckli wählt einen «Einheimischen», einen kernigen Bergführer mit Bickel und Seil, als Blickfänger. Wie Herbert Matter setzt er das Tätigkeitsgebiet der Leitfigur «hinter seinem Rücken» in Szene. Carl Böckli ist von 1927 bis 1962 «Nebelspalter»-Bildredaktor. Er macht diese politisch-satirische Zeitschrift zu einem «Kampfblatt gegen Gewalt und Grausamkeit» vor allem während der Naziherrschaft in Deutschland.

Von den hier vorgestellten Plakaten ist wahrscheinlich kein einziges im Glarnerland selber gedruckt worden. Die Schweiz war gesegnet mit grossartigen Lithografie-Betrieben in Genf, Bern, Aarau und in anderen Städten. Die vielleicht bekannteste Werkstatt für Gestaltung im Land war die Graphische Anstalt J. E. Wolfensberger in Zürich. Cuno Amiet, Ferdinand Hodler und viele andere Künstler vervielfältigten dort auf Steindruckpressen ihre Kunst. In dieser Druckfirma arbeitete eine Zeitlang Otto Baumberger, der 1945 das schöne Plakat «Glarnerland Walensee» auf Stein zeichnete. 1932 erhielt er einen Lehrauftrag an der Architekturabteilung der ETH. 1947 wurde er dort zum ausserordentlichen Professor ernannt.

Bibliografie

Die Identifizierung/Bestimmung der Örtlichkeiten auf dem Plakat «Schweiz Linthal (Glarus)» (1904) verdanke ich Andy Luchsinger, Haslen

Wikipedia:

Ferdinand Hodler, Cuno Amiet, Herbert Matter, Alex Diggelmann

Postkarte, Stachelberg, Braunwald, Elm, Elektrolux, Geschichte des Kantons Graubünden, Sernftalbahn, Lithografie, Tiefdruck

Historisches Lexikon der Schweiz:

Edmond Bille

Tourismus / Fremdenverkehr (Version vom: 25.02.2014)

Zeitungen:

Meier, Martin: Das traurige Jubiläum eines Bades, in: Südostschweiz 02.08.2014

Steinegger, Franz: Ein Schwyzer war Pionier der Skiplakate, in: Bote der Urschweiz 06.01.2017

Autor?: Was hinter uns, war schwer. Hier ist es leicht (Hotel Tödi), in: Neue Zürcher Zeitung 03.08.2002

Literatur:

Bätschmann, Oskar et al.: Ferdinand Hodler und das Schweizer Plakat 1890-1920, Katalog, Zürich, Wien, Lausanne 1984

Bernhard Brägger: Mythos Klausen – Race to the clouds, Verlag Baeschlin, Glarus (ohne Jahreszahl)

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, 2. erweiterte Auflage, Westdeutscher Verlag, Opladen 1996

Margadant, Bruno: Das Schweizer Plakat – The Swiss Poster – L'affiche suisse – 1900-1983, Birkhäuser Verlag, Basel Boston Stuttgart 1983

Nosedà, Irma: Das Tourismusplakat, in: Schweiz im Bild – Bild der Schweiz? Katalog, Zürich 1974

Schärer, Fritz et al.: Das Plakat in der Schweiz, Edition Stemmlé, Schaffhausen 1990

Tön, Guido: Glarner Tourismus- und Sport-Plakate, Zürich, ohne Jahreszahl

Tschappu, Werner: Der älteste Ski-Club der Schweiz jubiliert – 100 Jahre Skisport – Ski-Club Glarus 1893-1993, Glarus 1993

Wyder, Bernhard: Edmond Bille – Estampes et Affiches, Infolio, Lausanne 2013