

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design

Herausgeber: Hochparterre

Band: 10 (1997)

Heft: 9

Artikel: Politisch unkorrekt? : warum das BAK Cornel Windlins Plakat für den Wettbewerb für Gestaltung abgelehnt hat

Autor: Settele, Christoph

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120638>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

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

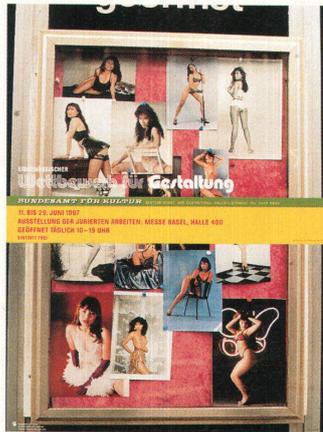
Politisch unkorrekt?

Schaukästen an Hauswänden strahlen einen naiven Charme aus und sind der Inbegriff liebloser Gestaltung. Das Bild eines Striplokal-Schaukastens hätte nun für den Wettbewerb für Gestaltung des Bundesamtes für Kultur (BAK) werben sollen. Hat es aber nicht. Das BAK hat einen Plakatentwurf wie auch eine der Einladungskarten von Cornel Windlin abgelehnt. Zu Recht?

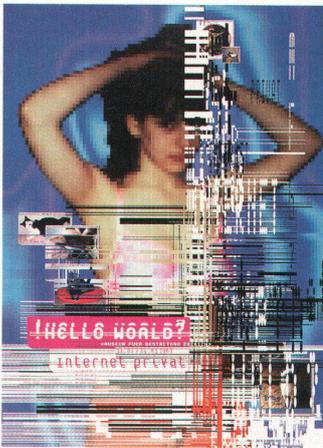
Cornel Windlin hat für den diesjährigen eidgenössischen Wettbewerb für Gestaltung rund 40 Schaukästen in der Stadt Zürich von Isabel Truniger fotografieren lassen und davon sechs Sujets für zwei Plakate und vier Einladungskarten ausgewählt. Das vom BAK abgelehnte Kleinplakat zeigt die Fotografie eines Striplokal-Schaukastens. Der Designer hat lediglich ein gelb-grünes Band mit Text und ebenso passend den Titel in einer kitschigen Dreispur-schrift beigefügt.

Das Plakat provoziert in seiner ungebrochenen Hässlichkeit und löst weiterhin Kopfschütteln, Unverständnis und Empörung aus. Windlin stört das nicht. Für ihn zählt die Idee. Die triviale Kunstform von Fotografie und Selbstdarstellung soll zum Nachdenken über den Wettbewerb anregen: «Bei der Art und Weise, wie das BAK den Wettbewerb einrichtet, ist es sehr ähnlich. Du musst ja auch eine Art Schaukasten machen, in dem du dich präsentierst – eine extreme Darstellungsform, um sich zu verkaufen.»

Für Martin Heller, leitender Konservator am Museum für Gestaltung Zürich, bringt Windlins Plakat ein Thema auf den Punkt: «Es thematisiert präzise den theoretischen Konflikt, der dem fragwürdigen Dualismus von angewandter und nicht-angewandter Kunst eingeschrieben ist, und es stellt den Begriff der Dienlichkeit und der Angewandtheit buchstäblich bloss.»



Das vom BAK abgelehnte Kleinplakat und das gedruckte B4-Plakat von Cornel Windlin



Windlins Plakat zur Ausstellung «Hello World!» im Museum für Gestaltung Zürich

Die «Kultur»- und die «Produkt»-Werbung der Sonntagszeitung (Advico Young & Rubicam)



Zitieren schafft Distanz

Windlin zitiert ein vorgefundenes Bild, stellt es in einen anderen Kontext und lädt es mit einer zusätzlichen Bedeutung auf. Dadurch hat das Bild für Windlin mit seiner ursprünglichen Funktion nichts mehr gemein.

In vergleichbar kontroverser Art wirbt auch die Sonntagszeitung (SZ). Zum Beispiel im Plakat «Kultur» mit einer Fotografie des Künstlers Jeff Koons. Im Gegensatz zu Windlin setzt die SZ das Zitat aber nicht in einen neuen Zusammenhang. Denn das Bild von Koons thematisiert bereits selbst den Kulturbegriff, indem sich der «hohe» Künstler mit der «niederen» Künstlerin, Pornodiva und Ex-Politikerin Cicciolina auf ein Sexstück im Kitsch einlässt. Die Inhalte sind verwandt, die visuelle Sprache könnte unterschiedlicher nicht sein.

Erkennbare Zitate schaffen Distanz und erlauben im neuen Kontext eine andere Lesart. Fehlt das Dokumentarische, ist die Gefahr der simplen Reproduktion gross. Im Plakat «Produkt» thematisiert die SZ in Bild und Wort Sexismus. Die Werber benutzen jedoch nicht wie Windlin ein sexistisches Dokument; sie zitieren nicht, sondern sie inszenieren. Was der scheinbar kritische Text anprangert, stellt das Bild als Blickfang visuell opulent dar. Die kontroverse Darstellung dient lediglich als Alibi.

Wieviel Reflexion verträgt der Mensch?

Windlins Plakat greift anhand eines provokativen Bildsujets elementare Fragen zur Gestaltung auf. Nur, hätte das Publikum die hintergründige Botschaft auch verstanden?

Cornel Windlin glaubt jedoch nicht «an Pädagogie und ans Zeigefingersystem». Demgegenüber zweifelt Martin Heller zwar nicht an der starken Brechung der primären Bedeutung der Abbildung in Windlins Plakat. Aber ob sie genüge, weiss auch er nicht: «Ich sehe selbst bei unseren Ausstellungen, dass die wenigsten Leute fähig sind, über das Medium zu reflektieren und den Inhalt in Bedingung zum Medium zu setzen.» Für Patrizia Crivelli, die beim BAK für die Zusammenarbeit mit Windlin

und die Ablehnung der Entwürfe verantwortlich war, funktioniert die Idee nicht: «Bilder, die mit Zeichen von Gewalt, Sexismus oder Rassismus operieren, haben eine starke Wirkung. Will man sie inhaltlich umpolen, so muss man das schon sehr gut und deutlich tun, sonst reproduziert man unweigerlich die Aussage.» Mit ähnlichen Argumenten reagiert Luzia Kurmann, die an den Schulen für Gestaltung Luzern und Zürich Soziologie unterrichtet. Eine «visuell-gestalterische Umweltverschmutzung» sei das Plakat in dieser Umsetzung: «Der Gestalter nutzt das Medium nicht adäquat und formuliert die Aussagen nicht präzise.» Das Plakat sei typisch für die heutige Beliebigkeit. Was Sache sei, werde den Betrachterinnen und Betrachtern überlassen.

Selbstzensur ja oder nein?

Auch Martin Heller müsste genau prüfen, ob er dieses Plakat aushängen würde: «Jeder konkrete Entscheid eines Auftraggebers steht in einem spezifischen Kontext. Doch wenn man jemanden wie Windlin verpflichtet, kann man nicht davon ausgehen, dass nur stromlinienförmige, lustige und hype Entwürfe entstehen, mit denen man sich als Institution progressiv profilieren kann.» Eines ist für das BAK klar. Der Entwurf hätte die Aussage klarer und deutlicher formulieren sollen – ohne notwendige Erklärungen und Rechtfertigungen im Nachhinein: «Wir als Bundesamt für Kultur wollen uns weder der Reproduktion sexistischer Aussagen schuldig machen, noch auf der Welle der Skandalerefolge reiten.» Und auch Windlin weiss, dass er mit einem Tabubruch kokettiert, wenn das BAK mit nackter Haut werben soll. Für das Grafikmagazin «Eye», das sich vorab an visuell Geschulte wendet, war bereits das stark verfremdete Girl in Anbieterpose in Windlins Plakat «Hello World!» als Titelbild zu heikel. **Christoph Settele**

Übrigens: Die Arbeiten der Preisträgerinnen und Preisträger des eidgenössischen Wettbewerbs für Gestaltung 1997 sind bei Hochparterre Online in der Rubrik «Dossier» in Wort und Bild dokumentiert: <http://www.hochparterre.ch>.