

Zeitschrift: SBB Revue = Revue CFF = Swiss federal railways
Herausgeber: Schweizerische Bundesbahnen
Band: 2 (1928)
Heft: 8

Artikel: Sonderausstellung im Berner Kunstmuseum
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-780037>

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>

SONDERAUSSTELLUNG IM BERNER KUNSTMUSEUM

Waisenhausstrasse (beim Bahnhof)

Im Kunstmuseum bietet sich eine retrospektive Schau. Werke von *Sibylla Merian*, aus Basel (1647-1717), der Tochter des Matthäus Merian d. Ält., eröffnet die Folge mit Blumen und Stilleben. *Maria Waser*, aus Zürich (1678-1714), die Schülerin Joseph Werners, zeigt ihr Können im Porträt des englischen Gesandten bei den Eidgenossen, Agliombay, (1704). Von ihr sind ausserdem mehrere bezeichnende Blätter in der Ausstellung vorhanden. *Angelica Kauffmann* (1741-1807) wurde in Chur geboren. Ihre Mutter war Schweizerin. Sie wird also mit einem gewissen Recht als eine der Unsrigen betrachtet. Von ihr sind besonders malerisch anziehende Werke im Kunstmuseum zu sehen.

Genf ist hauptsächlich durch Porträte von *Amélie Munier-Romilly* (1788-1875) vertreten. *Clara von Rap-
pard* (1862-1912) und *Annie Stebler-Höpf* (1861-1918)

beweisen, dass die Frau sich zu gediegenen künstlerischen Leistungen aufschwingen kann. Besonders beachtenswert ist die Folge, die der kürzlich verstorbenen *Louise Breslau* gewidmet ist. Die Künstlerin wurde neulich durch eine grosse Ausstellung in Paris gefeiert. Ihre Werke machen unserm Land alle Ehre. Es vereinigen sich in ihr zähe Energie, wie man sie nur von einem Mann erwarten würde, und zarte Empfindung. «*Les amies*» vom Berner Kunstmuseum, die Bildnisse «*Fräulein Schulthess*» und «*Bundesrat Schulthess*» gehören zum Besten, was die Ausstellung bietet und was unsere heutige Schweizerkunst überhaupt geleistet hat.

Büsten der *Marcello* (Fürstin Colonna, geb. d'Affry, aus Freiburg) und alte Teppichwirkereien schmücken das Treppenhaus.

LE COMPTOIR SUISSE

LAUSANNE, 8-23 septembre 1928

Le premier Comptoir Suisse eut lieu en 1920 à Lausanne. L'initiative certes était audacieuse, sa réalisation rencontrant de nombreux obstacles. La crise économique et la dépression qui en résulta dans le monde des affaires encouragèrent les pessimistes, dont les prévisions furent heureusement démenties par les événements. En effet, ceux qui prirent l'initiative du Comptoir Suisse voient aujourd'hui le succès couronner leurs efforts. D'année en année, l'expérience montre que le Comptoir Suisse répond à une réelle nécessité.

Le Comptoir Suisse a sa place toute marquée parmi nos grandes manifestations nationales qui se répètent annuellement, soit, à part le Comptoir, la Foire Suisse à Bâle, et le Salon de l'Automobile à Genève.

Parallèlement au Comptoir Suisse, de nombreuses autres manifestations économiques ont lieu à Lausanne: expositions annexes, conférences, congrès, assemblées générales d'organisation de producteurs et de commerçants, etc.

Les buts généraux du Comptoir Suisse

La propagande en faveur de nos produits nationaux est l'un des buts essentiels du Comptoir Suisse. Ce serait une erreur de croire, en effet, que le produit suisse est suffisamment connu sur notre propre marché. Pendant la guerre, alors que le consommateur était obligé de se passer de plus d'un article de provenance étrangère, il a été frappé de constater la richesse, la diversité de notre production nationale. Nous avons pu remarquer à plus d'une reprise que l'industriel suisse était en mesure de fabriquer tout aussi bien si ce n'est mieux que l'étranger. Actuellement, encore, trop de consommateurs sont les victimes du mirage qui leur fait donner la préférence aux produits de la concurrence. La raison qui explique ce privilège dont bénéficie la fabrication étrangère

ne réside pas nécessairement dans la qualité meilleure des produits, mais bien plutôt dans la réclame et la propagande, pour lesquelles les fabricants étrangers dépensent sans compter sur notre propre marché.

Pour compenser ces efforts considérables de publicité, nos fabricants suisses se doivent à leur tour de ne pas négliger la propagande, en se rappelant que celui qui prétend que la réclame est trop chère se trompe. La seule réclame onéreuse est celle qui est mal faite ou qui n'est pas appropriée au but poursuivi, ainsi qu'aux possibilités d'écoulement de tel produit.

Les moyens de réclame et de propagande sont certes très nombreux. Peu d'entre eux néanmoins se recommandent autant que la participation aux manifestations économiques, telles que le Comptoir Suisse à Lausanne.

La propagande qui se fait à Lausanne en faveur des exposants et de la production suisse en général est d'autant plus efficace qu'elle emprunte des formes diverses, dont les effets se complètent mutuellement.

Le but du Comptoir est de mettre en rapport acheteur et vendeur et d'aboutir à des transactions. Ces transactions peuvent avoir lieu à Lausanne, au cours du Comptoir, ou ultérieurement, dans le courant de l'année, si l'acheteur, pour une raison ou une autre, ne se décide pas séance tenante.

Ces deux effets pratiques — l'un immédiat et l'autre différé — de la participation au Comptoir Suisse, ne sont pas seuls à entrer en ligne de compte. Il ne faut pas oublier un troisième effet: la propagande générale en faveur de nos produits nationaux, réclame dont l'efficacité finit par se manifester si l'on songe au grand nombre des visiteurs qui, d'année en année, se rendent à Lausanne en septembre pour visiter le Comptoir Suisse.

Il convient enfin de relever, sans insister, un but que