

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 16 (1929)
Heft: 8

Vereinsnachrichten: Aus den Verbänden

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: 17.03.2025

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

STOCKHOLM. Brücken-Wettbewerb.

Die Hafenverwaltung der Stadt Stockholm schreibt hiermit einen allgemeinen, internationalen Wettbewerb für den Entwurf einer Strassenbrücke über den Mälarsee in Stockholm aus. — Die Programmakten können beim Registrator der Hafenverwaltung, Katarinavägen 13 A, bezogen werden, gegen Hinterlegung von 50 Kronen, die zurückerstattet werden, wenn ein programmässiger Entwurf eingereicht oder sämtliche Aktenstücke unbeschädigt vor dem 1. Oktober 1929 zurückgeschickt werden.

Dem Preisgericht steht ein Betrag von 50,000 Kronen zur Verfügung, wovon 38,000 Kronen für mindestens drei Preise, von denen der niedrigste 5000 Kronen nicht unterschreiten darf und 12,000 Kronen für den Ankauf von nicht preisgekrönten Entwürfen, mit einem Ankaufspreis von mindestens 3000 Kronen.

Die Wettbewerbsfrist läuft am 1. Februar 1930 ab.

ENTSCHIEDENE WETTBEWERBE

Interlaken. Schwimmbad. Unter 49 eingereichten Entwürfen hat das Preisgericht folgende prämiert: A. Belvédère-Liegenschaft: I. Preis (2000 Fr.), Entwurf Nr. 5:

AUS DEN VERBÄNDEN

BUND SCHWEIZER ARCHITEKTEN

Ortsgruppe Zürich

Am 11. Juli fand im Zunfthaus zur Safran in Zürich die Monatssitzung der Zürcher Ortsgruppe des B. S. A. statt. Das aktuelle Thema der Traktanden lautete «Baupolizeifragen». Und tatsächlich sassen sich an der gedeckten Tafel, nur durch blaurote Sweet-Peas getrennt, Vertreter der Zürcher Baupolizei und Architekten unmittelbar gegenüber. Baupolizeiinspektor Furrer leitete die Aussprache ein; er skizzierte die so heikle Aufgabe seines Amtes: die Wahrung der öffentlichen Interessen, der gegenüber der Architekt als Vertreter seines Bauherrn private Interessen zu vertreten hat. Nach den ruhigen Ausführungen, von hoher Warte aus, war es nicht eben leicht den Ton zu finden, in dem die Beschwerden, über die schon so oft im kleinen Kreise bittere Worte gefallen waren, hier Aug' in Auge mit dem Widersacher angebracht werden sollten. Nach und nach fanden sich die Beschwerdeführer ein, sodass schliesslich eine ganze Phalanx von Anklägern den drei Vertretern der Baupolizei gegenüberstand. Wie der Wissende wissen konnte, trafen die meisten Beschwerden nicht so sehr den Ausleger des Gesetzes, die Baupolizei, als das in vielen Punkten durch die Zeit überholte Gesetz. Die Klagen über das als besonders lästig und überflüssig empfundene Kunstrichtertum wusste Herr Furrer ebenfalls

L. Lüthi mit Dr. Max Lüthi, Arch., Solothurn. II. Preis (1800 Fr.), Nr. 2: H. Hohloch, Arch., Winterthur-Dresden. III. Preis (1200 Fr.), Nr. 34: M. Schnyder, Ing., und E. Bechstein, Arch., Burgdorf. IV. Preis (1000 Fr.), Nr. 42: Fr. Scheibler, Arch., B. S. A., und Ernst Peter, Ing., Winterthur.

B. Goldey-Liegenschaft: I. Preis (1600 Fr.), Entwurf Nr. 17: F. Reiber, Arch., Zürich. II. Preis (1400 Fr.), Nr. 49: A. Koelliker, Arch., in Hannover. III. Preis (1000 Fr.), Nr. 8: v. Sinner & Beyeler, Arch., Bern.



ST. DOMINGO. Columbus-Gedächtnismal. In Madrid ist vor kurzem die Ausstellung der 415 eingegangenen Vorentwürfe eröffnet worden. Die Arbeiten stammen von Architekten und Bildhauern aus 46 verschiedenen Staaten. Von den zehn besten Entwürfen, die für die in Rio de Janeiro stattfindende endgültige Wahl bestimmt sind, stammen vier von Amerikanern, zwei von Franzosen, je einer von einem Deutschen, Engländer, Italiener und Spanier. In Nr. 23 des «Zentralblatt der Bauverwaltung» finden wir die Wiedergabe des Lageplans und Schaubild vom Entwurf Josef Wentzler (Strunk & Wentzler, Architekten B. D. A., Dortmund).

an eine andere Adresse zu leiten. Die schweren Anklagen über Schädigung des Bauherrn durch langes Hinziehen der Bewilligungen fand ihre Erklärung darin, dass der mit den Jahren angewachsene Instanzenweg zu lang geworden ist für die im Gesetz vorgesehene Frist.

Die freimütige Aussprache über die beiden Teilen gleich erwünschte bestmögliche baupolizeiliche Behandlung der Projekte hatte nach dem Vorausgegangenen fast etwas Rührendes. Es zeigt sich wieder einmal, wie unendlich eine rein menschliche Begegnung dem peinlichen Instanzenweg überlegen ist. B.

SCHWEIZER WERKBUND

Zwei Städte schreiben Plakatwettbewerbe aus

Im Januar dieses Jahres hat der Verkehrs- und Verschönerungsverein von *Biel* und Umgebung der Geschäftsstelle des Schweizerischen Werkbundes die Mitteilung gemacht, dass er beabsichtige, ein Preisausschreiben zur Erlangung von Plakatentwürfen zu machen. Der Verkehrsverein von Biel bat uns, die diesbezüglichen Vorschriften vorzulegen und gleichzeitig einige Mitglieder, die geeignet wären, im Preisgericht ein Amt anzunehmen, in Vorschlag zu bringen.

Wir haben dem Verkehrsverein in unserer Antwort solche Vorschläge unterbreitet und ihm ebenfalls von den Haupt-

punkten des Reglementes zur Durchführung von Wettbewerben, das von der Gesellschaft Schweizer Maler, Bildhauer und Architekten, dem «Oeuvre» und dem Schweiz. Werkbund aufgestellt wurde, Kenntnis gegeben.

Im Juli nun schrieb der Verkehrsverein Biel einen Wettbewerb aus, dessen Programm einwandfrei aufgestellt ist, für die Prämierung der Arbeiten einen Gesamtbetrag von Fr. 2000.— zur Verfügung stellt und ein Preisgericht vorsieht, bei dem, wie es sich gehört, drei Künstler und zwei Laien die Garantie für eine korrekte Durchführung des Wettbewerbes geben. Als Künstler amten in diesem Preisgericht: Baumberger, Zürich; Blanchet, Genf und Cardinaux, Bern. Diese Preisrichter haben ihre Wahl angenommen und die Bedingungen des Wettbewerbes gutgeheissen. Auch diese Formel verpflichtet die Juroren und erweckt bei den Wettbewerbsteilnehmern das Vertrauen. Wir beglückwünschen Biel zu seinem Vorgehen und wünschen der Stadt ein Plakat, das freudig und wirksam wirbt.

Zürich, das ebenfalls durch ein Plakat für sich werben möchte, zieht andere Methoden vor. Der Verkehrsdirektor dieser Stadt, Dr. Ith, der Organisator der Schweizerischen Gastwirtschafts-Gewerbe-Ausstellung 1927, der Internationalen Binnenschiffahrts-Ausstellung 1926, schreibt an vier stadtzürcherische Kunstanstalten unter dem Datum vom 13. Juni 1929 nachstehenden Brief:

«Wir beehren uns, Sie zur Mitwirkung in zwei engern Wettbewerben für die Erlangung eines Städteplakates für Zürich und eines Plakates für die Internationale Kochkunst-Ausstellung Zürich 1930 (ZIKA) einzuladen und hoffen gerne, dass diese Einladung Ihr Interesse und Ihre Zustimmung finden wird. Die nötigen Angaben glauben wir in dem beiliegenden Wettbewerbsreglement abschliessend zusammengestellt zu haben. Zuhanden der sich beteiligenden Künstler möchten wir noch eine Bemerkung beifügen, die nicht im Sinne einer Wettbewerbsbedingung, sondern einer Anregung aufgefasst werden soll.

Die Städteplakate der verschiedenen Länder, die in den letzten Jahren zum Aushang gelangten, waren im allgemeinen naturalistische oder stilisierte Wiedergaben photographischer Ausschnitte des Städtebildes. Das bedeutet im allgemeinen, dass in dem Plakat einer bestimmten Stadt diejenigen Gebäude, die als Wahrzeichen gelten (für Zürich z. B. das Grossmünster), in zahlreichen Varianten immer wieder abgehandelt werden. Wir möchten im Einverständnis mit andern Mitgliedern des Preisgerichtes die Anregung machen, dass in einzelnen einzureichenden Entwürfen auch versucht würde, das Wesen der Stadt Zürich mehr aus der Intuition, als der Kopierung eines Landschaftsbildes heraus, zur Darstellung zu bringen. Dieses Wesen unserer Stadt besteht nicht nur landschaftlich, sondern auch inhaltlich in seiner ausserordentlichen *Vielseitigkeit*.

Landschaftlich: Als ob die Vielgestaltigkeit des schweizerischen Landschaftsbildes sich in der Stadt Zürich und ihrer Umgebung noch einmal in einer gedrängten Zusammenschau hätte manifestieren wollen, besitzen wir alle Vorzüge einer schönen Stadt mit dem See, der waldreichen Umgebung, der unmittelbar neben der Stadt aufsteigenden aussichtsreichen Höhen des Uetliberges und des Zürichberges und des interessanten, an den Hängen hinaufstrebenden und an den Seefern entlang sich ausdehnenden Stadtbildes.

Inhaltlich: Wir müssen denjenigen, die wir durch unser Städteplakat in möglichst intensiver Weise veranlassen wollen, unsere Stadt zu besuchen, einprägen, dass man etwas vom schönsten, wichtigsten und interessantesten in der Schweiz, vielleicht sogar in Europa, nicht gesehen habe, wenn man nicht in Zürich gewesen sei. Wir müssen in dem Fremden

ein Bewusstsein dafür zu schaffen suchen, dass er die Schweiz nicht gesehen habe, wenn er die Stadt Zürich nicht kennt. Zürich ist in jeder Beziehung die Metropole der Schweiz. Es ist nicht nur die grösste Stadt des Landes, sondern auch das geistige Zentrum desselben mit Kunst- und Bildungsstätten, die weit über die Grenzen unseres Landes hinaus einen Ruf besitzen. Zürich ist aber auch Industrie- und Handelszentrum und der grösste Bankplatz der Schweiz und das am raschesten aufstrebende Gemeinwesen.

Wir verhehlen uns nicht, dass diese Aufgabe, das damit skizzierte Wesen der Stadt Zürich auf eine kurze prägnante Formel zu bringen, um es in einem Plakat wirksam werbend zum Ausdruck zu bringen, an einen Künstler wesentlich grössere Anforderungen stellt, als die künstlerische Wiedergabe eines Ausschnittes des Stadtbildes. Andererseits glauben wir aber, dass gerade eine solche Aufgabe einen Künstler von Format reizen könnte.

In diesem Sinne ist z. Z. in dem Plakat der Stadt Hamburg das Wesen dieses Gemeinwesens als Welthafen in einer sehr eindrücklichen Form zur Darstellung gebracht worden.

Da erfahrungsgemäss eine gediegene Nuance des Humors in der Reklame immer ausserordentlich wirksam ist, möchten wir auch auf das Städteplakat von Düsseldorf hinweisen, welches wir, wie das Plakat der Stadt Hamburg, zwar nicht in seiner Farbgebung, sondern nur auf der Schwarz-Weiss-Reproduktion kennen. Die beiden Plakate sind in dem 2. Februarheft der Zeitschrift «Die Reklame» (Zeitschrift des Verbandes Deutscher Reklamefachleute), Berlin W. 30, Motzstrasse 11, auf Seiten 115 und 116, in dem Artikel «Das Plakat» wiedergegeben.

Mit vorzüglicher Hochachtung
sig. Dr. A. ITH, Verkehrsdirektor

«Da erfahrungsgemäss eine gediegene Nuance des Humors in der Reklame immer ausserordentlich wirksam ist» und der genannte Verkehrsdirektor solche Briefe schreibt, müssen wir vermuten, dass er der Meinung ist, diese Art Wettbewerbs-Ausschreibung sei schon mehr oder weniger «Reklame». Was da in einem Plakat für die Stadt «zwecks Erfassung» des Wesens der Stadt mehr aus der Intuition alles drin sein muss, ergibt allein schon so viel Humor, dass wir unsererseits fürchten, eine solche Aufgabe könnte einen «Künstler von Format» nicht mehr reizen. Aber verlassen wir die Tonart dieses Briefes und geben wir uns mit dem Wettbewerbsprogramm ab. Es hat folgenden Wortlaut:

REGLEMENT für den Wettbewerb zur Erlangung eines Plakates für die Stadt Zürich.

1. *Sujet*: Zürich, die Fremden- und Kongreßstadt, die Stadt mit Sonne, See und Wäldern, grösste und bedeutendste Stadt der Schweiz, Zentrum des geistigen Schaffens und Stätte der grossen, weltberühmten Bildungsanstalten. Mittelpunkt des schweizerischen Industrie- und Handelslebens, Autozentrum der Schweiz.

2. *Text*: Das Plakat soll mit einem kurzen geeigneten Schlagwort versehen werden, das die bildliche Werbekraft textlich unterstreicht oder ergänzt. Als Beispiel führen wir an:

«Zürich, Metropole der Schweiz» oder: «Jeder einmal in Zürich, der Metropole der Schweiz».

Es soll dem Künstler anheimgestellt werden, auch hinsichtlich des Textes das ihm gutschmeinnende und zum Plakat passende Schlagwort zu wählen.

3. *Format*: 15 × 11 cm.

Der Entwurf soll in einem Projektionsapparat in der Grösse des Plakat- Weltformats projiziert werden können. Da für den Projektionsapparat Bilder bis zu einer Maximalhöhe von 15 cm verwendet werden können, ergibt sich die proportionale Breite von 11 cm.

4. *Reichweite*: Das Plakat soll im In- und Auslande für den Besuch der Stadt Zürich werben.

5. *Farben*: Das Plakat soll maximum sechs Farben aufweisen.

6. *Liefertermin*: Die Entwürfe sollen bis 31. Juli 1929 an Herrn Dr. A. Ith, Verkehrsdirektor, Uraniastrasse 7, mit der Aufschrift «Plakat der Stadt Zürich» eingesandt werden.

7. *Konkurrenzbedingungen*:

a) Für die Erlangung eines geeigneten Entwurfes wird ein engerer Wettbewerb unter den Zürcher Firmen Gebr. Fretz A. G., J. C. Müller, Art. Institut Orell Füssli, J. E. Wolfensberger, veranstaltet.

b) Es steht den eingeladenen Firmen frei, beliebig viele Plakatentwürfe einzusenden. Dieselben sollen mit einem Kennwort versehen sein. Ein mit demselben Kennwort bezeichnetes verschlossenes Kuvert soll beigelegt werden und den Namen der betreffenden graphischen Anstalt enthalten.

c) Das Preisgericht behält sich vor, auch solche Entwürfe mit in den Wettbewerb einzubeziehen, die bereits existieren und von denen den Preisrichtern der Name des Künstlers bekannt ist.

8. *Entschädigung*:

Fr. 50.— bei Einreichung eines Entwurfes,

Fr. 100.— bei Einreichung von zwei und mehr Entwürfen.

9. *Die Ausführung des Plakates* bleibt der graphischen Anstalt vorbehalten, die den ausgewählten Plakatentwurf eingereicht hat.

10. *Preisgericht*: Die Auswahl des zur Ausführung bestimmten Plakatentwurfes erfolgt durch ein Preisgericht, bestehend aus den Herren:

Dr. A. Ith, Verkehrsdirektor, Zürich,

H. Kracht, Hotel Baur au Lac, Zürich,

Adolf Schnider-Sigg, Kunstmaler, Küsnacht,

Prof. Ed. Stiefel, Kunstmaler, Zürich,

Dr. Jakob Welli, Redaktor der «Neuen Zürcher Zeitung», Zürich.

Der Entscheid des Preisgerichtes ist verbindlich und endgültig.

11. *Künstler*: Ausser denjenigen Künstlern, die mit den zum Wettbewerb eingeladenen graphischen Anstalten in Arbeitsgemeinschaft stehen, sollen unter den frei arbeitenden Plakat Künstlern auf alle Fälle folgende Herren zur Mitwirkung herangezogen werden:

Baumberger, Laubi, Morach, Giacometti.

Die zum Wettbewerb eingeladenen vier Zürcher Firmen werden ersucht, sich untereinander darüber zu verständigen, wer unter ihnen die Entwürfe der genannten vier frei arbeitenden Künstler einreichen will.

12. *Beurteilung der Entwürfe*: Das Preisgericht legt Wert darauf, festzustellen, dass für die Beurteilung der Plakatentwürfe nicht eine bestimmte Kunstrichtung, sondern lediglich die Eignung der Entwürfe für die oben angeführte Zweckbestimmung des Plakates (d. h. die intensive Werbung für den Besuch der Stadt Zürich) ausschlaggebend sein wird.

Wir haben dazu zu bemerken:

1. Die Bestimmung, dass in einem Preisgericht die Fachleute — in diesem Falle die Plakat Künstler — die Mehrheit haben sollen, ist ausser acht gelassen. Es ist ein Verstoss gegen die Reglementierung, welche in den letzten Jahren dank der energischen Stellungnahme der interessierten Verbände selbst von Firmen und Privaten, die Wettbewerbe ausschreiben, fast durchwegs angenommen wurde. Warum gibt sich eine städtische, halbamtliche Vereinigung dazu her, diese Bedingungen zu verletzen?

2. Der Entwurf, der eingesandt werden muss, soll das Format 15 × 11 cm haben und so geschaffen sein, dass er auf die Original-Plakatgrösse, also im Weltformat, durch den Lichtbilder-Apparat vergrössert werden kann. Dem Verkehrsverein Zürich fällt es wahrscheinlich kaum ein, künstlerische Entwürfe nach ihrer Grösse zu bewerten, für kleines Format kleine Honorare zu bezahlen und für grosses Format grosse Honorare. Es sollte wirklich auch einem Laien keine Mühe machen, einzusehen, dass die künstlerische Leistung eines Plakatentwurfes zum

grössten Teil in der Konzeption der Plakatidee liegt. Wenn dann das kleine Format, sagen wir eine Skizze, auf das Originalformat vergrössert werden muss, stellt das eigentlich noch grössere handwerkliche Anforderungen an den Künstler, als wenn er den Entwurf in der Grösse 1 : 1 vor sich haben kann.

Der Verkehrsverein bezahlt für einen Entwurf Fr. 50.—, für zwei oder mehr Entwürfe Fr. 100.—. Ueber diese Honorierung ist wohl kein Wort zu verlieren. Aussenstehende und Beteiligte werden das als armselige Entlohnung empfinden. Grosszügige Künstler werden diese Fr. 50.— dem städtischen Verkehrsverein vielleicht noch schenken und weniger grosszügige Künstler werden sich damit gerade knapp ihr Papier, ihre Farben, ihren Pinsel und für einen Tag lang ihre Bude bezahlen.

3. Der Wettbewerb hat die Form einer sogenannten beschränkten Konkurrenz, d. h. es werden vier Firmen eingeladen, die ihrerseits so viel Künstler als sie wollen aufordern können, Entwürfe zu machen. Nun enthält Art. 7 des Reglementes einen Passus (c), gemäss welchem das Preisgericht sich vorbehält, auch solche Entwürfe mit in den Wettbewerb einzubeziehen, die bereits existieren und von denen den Preisrichtern der Name des Künstlers bekannt ist. Im übrigen ist der Wettbewerb eine Vertrauenssache. Die andern Entwürfe müssen mit einem Kennwort ohne Namensnennung eingesandt werden.

Ein solch merkwürdiges Verfahren der Durchbrechung der Grundlage eines Wettbewerbes, der doch immer einen Vertrag darstellt, ist kaum je schon vorgekommen. Wir protestieren energisch gegen ein solches Vorgehen, das imstande ist, den Wettbewerbs-Teilnehmern jegliches Gefühl der Sicherheit zu nehmen. Entweder legt das Preisgericht Wert darauf, nicht zu wissen, von wem irgendein Entwurf stammt, oder dann sagt sich das Preisgericht, wir sind objektiv genug, um den Entwurf und nicht den Namen des Künstlers, auch wenn dieser uns bekannt ist, zu beurteilen.

4. Der städtische Verkehrsverein hat es vorgezogen, Firmen zu diesem künstlerischen Wettbewerb einzuladen. Die Erfahrungen, welche allgemeine Wettbewerbe gezeigt haben, geben jedermann das Recht, darüber nachzudenken, ob eine Form der Ausschreibung existiert, die die Garantie für bessere Resultate in sich birgt. Bei allgemeinen und oft auch bei beschränkten Konkurrenzen hat man am Schluss meistens das Gefühl, dass im Verhältnis zum ganzen Umtriebe und im Verhältnis zu der Arbeit, die jeder Wettbewerbsteilnehmer hatte, eigentlich kein sehr tröstliches Resultat herauskam. Wir haben deshalb in letzter Zeit oft den Versuch gemacht, Firmen oder Verbände, welche ein Plakat haben wollten, mit einem oder zwei Künstlern in direkte Verbindung zu bringen, dass diese sozusagen in kollektiver Arbeit zusammen einen Entwurf ausarbeiteten, der der gestellten Aufgabe

entsprach. Die grossen Ausgaben des Wettbewerbes wurden vermieden, sodass der beauftragte Künstler grosszügig honoriert werden konnte. Der Künstler selbst konnte sich der Arbeit ohne Zeitbeschränkung ausgiebig widmen. Das Verfahren der direkten Auftragserteilung hat unvermeidlich den Nachteil, dass jüngeren, unbekannteren Kräften eine Chance des Erfolges genommen wird.

Wie steht das nun aber, wenn die Firmen eingeladen werden? Wenn man die geringe Honorierung in Betracht zieht, lassen sich grössere Nachteile, als sie bei irgendeinem andern Verfahren eintreten, nicht von der Hand weisen. «Künstler von Format», wie die vier im Reglement genannten, welche von der ausschreibenden Stelle als Teilnehmer geradezu als Grundbedingung gefordert werden, haben es verhältnismässig einfach; sie werden der Firma, die beim Wettbewerb aus geschäftlichen Gründen auf jeden Fall dabei sein will, erklären, dass sie mit Fr. 50.— nicht einverstanden sind, sondern vielleicht das 10- oder 12fache für den Entwurf haben müssen. Ein namhafter, bedeutender, angesehener Künstler, der unter diesen vier im Reglement genannten figuriert, hat uns erklärt, dass sein üblicher Satz für einen Plakatentwurf sich zwischen Fr. 600.— bis Fr. 1000.—bewege. Dabei sei von seiner Seite aus das Format unmassgeblich, ein Plakatentwurf sei ein Plakatentwurf.

Künstler von nicht so grossem Format, die meistens mit irgendeiner der vier Wettbewerbsfirmen in geschäftlicher Beziehung stehen, sind schon weniger in der Lage, mit Forderungen aufzutreten. Es liegt im Interesse der Firma, am Wettbewerb teilzunehmen, denn wenn der von ihr bestellte Künstler mit seinem Entwurf das Rennen gewinnt, ist der Firma der Plakatauftrag sicher. Fordert

sie nun irgendeinen «kleineren» Graphiker auf, für Fr. 50.— einen Entwurf zu liefern, wird sich der wohl eine Weile besinnen, ob er der Firma, die ihm sonst Aufträge verschafft, absagt oder nicht. Er wird, das ist leicht einzusehen, den Auftrag annehmen und auf die Zähne beiessen.

Das heisst, es sind uns nun doch Künstler bekannt, die den Auftrag nicht angenommen haben. Diese Künstler haben sich an uns gewandt mit der Bitte, vermittelnd einzugreifen. Wir haben das versucht; wir haben uns mit Preisrichtern zu verständigen versucht, wir haben auch mit zwei eingeladenen Firmen über die Sache verhandelt. Unsere Bemühungen waren resultatlos. Wenn wir nachträglich und ausführlich und öffentlich die Sache ins rechte Licht setzen wollen, geschieht es aus zwei Gründen. Dem städtischen Verkehrsverein hätte es bekannt sein sollen, dass der Schweizerische Werkbund, dass die Gesellschaft Schweizer Maler, Bildhauer und Architekten und dass auch die Direktion des Kunstgewerbemuseums der Stadt Zürich sich seit Jahren um eine gesunde Organisation im Wettbewerbswesen bemühen. Diese drei Instanzen sind seit Jahren bereit, unentgeltlich bei der Veranstaltung von Wettbewerben beratend mitzuhelfen. Zweitens möchten wir durch die öffentliche Darlegung des Falles dahin wirken, dass in Zukunft bei Wettbewerben mit aller Sorgfalt vorgegangen wird.

Ein Wettbewerb hat neben der finanziellen, geschäftlichen Seite immer moralische Konsequenzen. Das Geld, das durch einen Wettbewerb umgesetzt wird, ist lange nicht so wichtig, wie die künstlerischen Gesichtspunkte, denen zum Recht zu verhelfen Aufgabe von Künstlerverbänden ist.

Geschäftsstelle des SWB.

CHRONIK

DEGAS ALS PLASTIKER

Die rund siebenzig Plastiken aus dem Nachlass des Malers Edgar Degas wurden bereits im Jahre 1921 in der Galerie Tanner in Zürich gezeigt. Dadurch wird der Dank nicht geschmälert, den sich das Zürcher Kunsthaus im vergangenen Juli durch die Ausstellung dieses sonderbaren Werkes neuerdings erworben hat. Es handelt sich um das Studienmaterial, das sich Degas, meist in Hinsicht auf seine Malerei, in Wachs und Ton geschaffen hat und das er bei Lebzeiten fast eifersüchtig vor den Augen der Öffentlichkeit verschloss. Erst nach seinem Tode wurden diese Skizzen von dem Pariser Giesser A. Hébrard in vollendeter Weise gegossen und so dem Kunstfreund und vor allem dem Kunsthandel erschlossen.

Der überwiegende Teil dieser Plastiken dürfte gegen das Alter entstanden sein, wenn auch Degas schon in früheren Perioden vereinzelt plastischen Versuchen nach-

ging. Als seine Sehstärke seiner Malerei nicht mehr immer genügen konnte, griff er gerne zu diesem «Blindenhandwerk», wie er es selbst nannte. Und wenn Degas ein herrliches Wunderwerk von Auge besass, so scheinen auch sein Tastvermögen und sein plastisches Empfinden nicht geringer gewesen zu sein. Wussten weitere Kreise kaum etwas von der Existenz dieses reichen Werkes, so schätzten viele, die ihm nahestanden und Einblick in sein ziemlich schwer erreichbares Atelier hatten, schon damals den Plastiker Degas als dem Maler ebenbürtig. Vollard überliefert in seinem Renoir-Buch (deutsch bei Bruno Cassirer, Berlin) ein Gespräch mit Renoir, in dem dieser geäussert haben soll: «Wer redet Ihnen denn von Rodin? Ich sage: Der erste Bildhauer. Nun, das ist doch Degas! Ich habe ein Basrelief von ihm gesehen, das er in Staub zerfallen liess; das war schön wie die Antike. Und jene Tänzerin in Wachs... An ihr gab es einen