

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 42 (1955)
Heft: 11: Sonderheft Grafik

Artikel: Ausblicke in die Zukunft
Autor: Gerstner, Karl
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-32565>

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: 16.03.2025

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

VII.

Nochmals: die Entwicklung in die Breite, Bedarf und Verschleiß an Werbemitteln haben unerreichte Ausmaße angenommen. Die Nachfrage wächst, und der Bedarf muß gedeckt werden. Stets von neuem.

In diesem Prozeß ist die Qualität in der Arbeit des Gestalters in dem Maße gefährdet, in dem der Verschleiß der Produktion zum Verschleiß seiner schöpferischen Kraft wird. Das heißt in dem Maße, in dem die Basis der Arbeit nicht mehr aus sachlichen Bedürfnissen und Gegebenheiten besteht, sondern aus Zwang, stets Neues um des Neuen willen zu schaffen. Dies führt und muß zwangsläufig dazu führen, klare und bestimmte Funktionen, statt gültig zu interpretieren, in endlosen Varianten abzuwandeln. Statt Dokumente einer Verfassung werden Werbemittel Gegenstand raffinierter Spielereien, die ihre Wirksamkeit berechnend auf psychologische Reaktionen gründen.

Diese Entwicklung erregt Besorgnis. Man kann zwar einwenden, daß wieder und wieder gute Arbeiten entstehen, wofür die Proben der vorherstehenden Seiten zeugen. Sie sind in der Tat durchwegs Resultate ernsthafter Auseinandersetzungen mit den Grundlagen und den künstlerischen Ausdrucksmitteln unserer Zeit. Dabei mögen die Beispiele aus verschiedenen Bekenntnissen hervorgegangen sein; aber jenseits der Art der Gestaltung ist ihnen ein Merkmal gemeinsam: alle sind als mehr oder minder isolierte Einzelaufgaben entstanden: ein Plakat, ein Prospekt, bestenfalls eine Serie Inserate, eine Anzahl Geschäftsdrucksachen. Alle zusammengenommen, mögen die Arbeiten ein überzeugendes Dokument für das Bestreben ihrer Urheber abgeben. Jedoch in der Masse der gesamten Produktion sind sie hoffnungslos vereinzelt Erscheinungen. Auch dann, wenn wir jene Arbeiten hinzuzählen, die lediglich aus Platzgründen nicht in unsere Sammlung aufgenommen werden konnten.

Was ist zu tun? Vom Standpunkt der Entwicklung aus gesehen, sind die Probleme der Gestaltung in allen Belangen des Materials und der Funktion nicht mehr ausschließlich und genügend. Vielmehr muß nach Mitteln und Wegen gesucht werden, um der Qualität eine breitere Basis zu geben. Das heißt, daß in der Arbeit des Entwerfens von Anfang an die Probleme der Quantität, der Massenverbreitung der Werbung, mit einbezogen werden müssen. Und zwar – dies ist der springende Punkt – nicht, indem wir eine Nivellierung, indem wir sogenannten reale Kompromisse anstreben. Im Gegenteil: auf die Dauer wird nur das konsequente Bemühen um die Synthese, um die gesamtheitliche Lösung aller Probleme und die Berücksichtigung aller Aspekte der Werbung zum Ziel führen.

VIII.

In der heutigen Situation besteht das Dringlichste zu tun logischerweise darin, in dem Verschleiß der Produktion die schöpferischen Kräfte anders, ökonomischer und wirksamer zugleich einzusetzen. Mit dem Ziel, statt kurzlebig Originelles auf die Dauer Originales zu schaffen. Wohlverstanden, Originales nicht gegen, sondern aus den eigenen Voraussetzungen der Werbung heraus entwickelt. Der Weg führt dazu, alle die isoliert entstandenen Werbemittel in der Propaganda einzelner Auftraggeber unter einheitlichen Gesichtspunkten zusammenzufassen. Nicht unter

organisatorischen und psychologischen; das ist durch Reklameberater längst geschehen. Sondern unter den Aspekten der Gestaltung.

In den drei folgenden Beispielen soll der aufgezeigte Weg umrissen werden. Beabsichtigt ist jedoch vor allem, das Problem als ein grundsätzliches zur Diskussion zu stellen. Dabei sollen als Grundlage absichtlich keine Hypothesen dienen, keine Schemen von allgemeinverbindlichen Idealfällen. Es gibt keine Idealfälle: jede Aufgabe hat ihr eigenes Gesicht. Und am Beginn jeder Aufgabe steht der Mut zum Versuch. Unsere Beispiele sind über dieses Stadium hinaus. Alle sind erprobte Möglichkeiten, und, mehr noch, alle haben die in sie gesetzten Hoffnungen bestätigt und übertroffen. Sicher sind die Ergebnisse im einzelnen noch entwicklungs-fähig. Aber in verschiedener Intensität wird die eine zentrale Idee manifest: die Integration des Einzelobjekts in den Verband einer geschlossenen Aufgabe.

Beispiel 1, s. Seiten 366 + 367

Aufgabe: Die Werbung der J. R. Geigy AG für pharmazeutische Spezialitäten betrifft verschiedene Produkte und eine einzige Gruppe von Abnehmern: Ärzte.

Grundlagen: Die Ordnung der gesamten propagandistischen Aktivität beruht in der Dosierung und Koordination sämtlicher Aufgaben, die an sich isoliert auf einzelne Produkte, auf einzelne Absichten bezogen sind. Den Kernteil bilden wissenschaftlich objektive Informationen über alle Aspekte der Qualität der Produkte. Dies geschieht durch periodische Dokumentationen über experimentelle Versuche und klinische Erfahrungen, die für die Arbeit des Arztes eine unerläßliche fachliche Unterstützung bedeuten. Die rein propagandistischen Aktionen beziehen sich darauf, die Produktion der Firma abzugrenzen gegen jene der Konkurrenz, oder auf spezielle Aufgaben, wie die Einführung neuer Produkte. Sinn und Zweck ist, im Bewußtsein des Konsumenten das Vertrauen zu festigen und das Interesse wachzuhalten: in Form von Inseraten, Monatslöschblättern, Mustersendungen usw. oder durch Good-will-Aktionen, deren Werbecharakter sekundär ist.

Gestaltung: Voraussetzungen und Funktion jeder einzelnen Arbeit bilden für den Entwerfer klare und abgegrenzte Gegebenheiten. Die Form ist konzentriert auf das Wesentliche der Aufgabe. In jedem Fall ist sie eine eindeutige und subjektive Aussage ihres Urhebers. Sie gibt Assoziationen, stets neu an die Phantasie des Empfängers appellierend. Aber über das einzelne Erzeugnis hinaus geht das Bemühen, in der Gestaltung einer einheitlichen organisatorischen und psychologischen Konzeption Ausdruck zu verleihen, Gruppen, Ordnungen herzustellen und verbindend der gesamten Werbung ein typisches Gepräge zu geben. Der Rahmen der Integration ist weit gefaßt. Er bezieht sich auf die Mittel und die Art der Darstellung, auf die Merkmale des Stils, auf die Konsequenz in der Anwendung zeitgemäßer Gestaltungsmittel. Verschiedene junge Grafiker sind an dem umfangreichen Programm beteiligt. Jeder arbeitet individuell, und die Einheit kommt durch das Gemeinsame des Standpunkts, des Suchens nach der der Aufgabe im weitesten Sinn genuinen Form zustande. Dies kennzeichnet einen wichtigen Anfang: die erste Stufe.

Beispiel 2, s. Seiten 368 + 369

Aufgabe: Vortragszyklen und Kurse der Volkshochschule Ulm betreffen die verschiedensten Wissensgebiete. Die Referenten gehören durchwegs zu den ersten Fachleuten ihres Gebiets. Trotzdem sind die Veranstaltungen nicht fachlich spezifiziert; in der Problemstellung sind sie auf Gegenwartsfragen bezogen, die jedermann angehen. Und auf jedermann in Ulm beziehen sich die Publikationen der Volkshochschule: die Mitteilungen und Plakate.

Grundlagen: Informationen über die Veranstaltungen und damit zusammenhängende Fragen erscheinen zuhänden der Teilnehmer in einem eigenen Blatt. Die kleinformatigen Plakate wenden sich orientierend und werbend an ein breiteres Publikum. Eigene Plakatständer stehen zur Verfügung, die an wichtigen Passantenstellen in ganz Ulm verteilt sind.

Gestaltung: Plakat und Ständer bilden eine Einheit; die charakteristischen Proportionen beider sind aus dem Quadrat abgeleitet. Außer dem Format der Plakate bleiben die Mittel der Darstellung unverändert: die reine Fläche ohne Halbtöne, die Linie, Anzahl der Farben: 2, die Schrift, als Reproduktionsverfahren Steindruck.

Nicht die formalen Elemente, nicht die Farben an sich sind es, sondern die Mittel zu ihrer Darstellung, die bewußt beschränkt, auf ein Minimum reduziert sind. Ihre konsequente Einhaltung garantiert von Anfang an eine Konstanz. Aber zugleich sind in ihrer kombinatorischen Anwendung unerschöpfliche und stets überraschende Möglichkeiten vorhanden. Jede Aufgabe hat entsprechend dem Thema ein neues und unverwechselbares Gepräge; jede einzelne überzeugt durch die zeichenhafte Gestalt und packt den zufälligen Passanten auf der Straße. Sie erweckt Aufmerksamkeit und lenkt das Interesse auf den Kurs oder den Vortragszyklus, für den sie wirbt. Aber ebenso unverwechselbar, nicht mit Bezug auf eine bestimmte Absicht, sind die Plakate in ihrer Gesamtheit identisch geworden mit der Volkshochschule. Heute gehören sie zum Stadtbild von Ulm und geben bestimmte und bestimmende Akzente.

Beispiel 3, s. Seiten 370–372

Aufgabe: St-Raphaël Quinquina wendet sich mit einem Produkt, dem bekannten Apéritif gleichen Namens, an die gesamte Öffentlichkeit Frankreichs.

Grundlagen: Die Werbung beruht zum wichtigsten Teil auf der Straßenpropaganda. Sie entfaltet sich überall auf den Landstraßen und in den Städten, vor allem in Paris. Als Mittel dienen Brandmauer- und Schildermalereien, Bahnhof- und Verkehrsmittelplakate, Inserate sowie das Bemalen von Cafés, Kiosken, Lieferungswagen usw.

Interessant ist vor allem, die heutige Werbung von St-Raphaël Quinquina aus ihrer Tradition heraus zu verstehen. Die alte Firmenmarke stellt zwei Kellnerfiguren mit Flasche dar, die gleichzeitig mit dem Schriftzug aus einer monumentalen Grotesk verwendet wurde (Bilder 1 und 2). Die Farben waren konstant Rot, Weiß, Schwarz. Nach dem Krieg waren die Umstände gegeben, die Propaganda nach neuen Gesichtspunkten, mit neuen Maßstäben der Gestaltung zu überarbeiten. Aber in jedem Fall mußte die Kontinuität gewahrt werden.

Gestaltung: Die Lösung ergab sich daraus, daß der Namenszug neu geschaffen, das Signet modifiziert und die Farben beibehalten wurden (Bilder 3 und 4). Diese wenigen Elemente bilden als Prinzip die Grundlage der gesamten Werbung. Ausnahmslos für

sämtliche der vielseitigen Aufgaben gelangen sie zur Verwendung, jedoch nicht als Fertigfabrikate, sondern als genormte Bestandteile. Dies eröffnet entscheidende Möglichkeiten. Mit Hilfe dieser Bestandteile lassen sich durch unbeschränkte Konstellationen die jeweiligen Werbemaßnahmen auf den spezifischen Zweck, auf die Gegebenheiten der Umgebung, des Maßstabs usw. in einem wirtschaftlich durchaus realisierbaren Verhältnis von Aufwand und Nutzen genauestens abstimmen.

Es ist noch etwas anderes, was dieses Beispiel zu einem der interessantesten Experimente stempelt. Dauernd begegnet der Beschauer den wenigen, aber um so markanteren Elementen der Werbung für St-Raphaël Quinquina: als Straßenpassant, im Auto, als Zeitungsleser. Dadurch werden im Unterbewußtsein bestimmte Assoziationen über die Form und den Gegenstand der Reklame, den Apéritif, hervorgerufen. In kurzer Zeit wurden Form und Gegenstand völlig miteinander identifiziert – und die Form wurde selbständig. Das heißt, der Entwerfer konnte, ohne Risiko auf speziell propagandistische Attribute, auf die Anführung des Produkts überhaupt verzichten. Das Sujet wird aufgelöst in die reinen grafischen Bestandteile. Und die Arbeit des Gestaltens erhält in der Zweckerfüllung, im Dienst einer legalen, kaufmännischen Absicht eine neue, ungeahnte Freiheit.

IX.

Die gestalterische Integration in der Werbung ist an sich kein Hilfsmittel. Sie bedeutet lediglich ein neues System, eine neue Methode des Entwerfens: Mittelpunkt sind nicht mehr immer wieder neu isolierte Einzelaufgaben. Mittelpunkt ist vielmehr eine Struktur von formalen Gesetzen und Elementen, die in jedem Fall des einzelnen Auftraggebers original ist und auch den Bedürfnissen entsprechend, abgewandelt stets original bleibt.

Die Vorteile liegen auf der Hand, welche durch die Konzentration der Mittel verursacht werden; in jedem Fall sind sie größer als die investierte Mehrarbeit. Dies geht aus der einfachen Tatsache hervor, daß durch die immense Produktion von Werbemitteln, gesamthaft gesehen, der Empfänger bald ermüdet ist. Und eine weitere Wirksamkeit der Propaganda kann nicht nur in der Quantität gesucht werden. Das führt zu der bekannten endlosen Spirale der gelegentlichen Inflation.

Es muß festgehalten werden, daß eine Gestaltstruktur kein Schema, kein Festlegen von starren Elementen bedeutet. Das Ziel ist keine Einengung der schöpferischen Phantasie. Einengungen erweisen sich vielmehr da, wo in dem fieberhaften Prozeß von Bedarf und Verschleiß im Grunde genommen zusammengehörende Arbeiten, eingewurzelter Gewohnheiten wegen, isoliert in Auftrag gegeben und geschaffen werden müssen. Denn das führt zwangsläufig zum Dilemma von unverhältnismäßig großem Aufwand an Zeit und Energie für Detailaufgaben, es führt zur Zersplitterung oder, wie gesagt: zu naheliegenden Formen von Oberflächlichkeit.

Die Gestaltstruktur bedeutet im Gegenteil, schöpferische Freiheiten freizulegen, mit dem Ziel, dem Speziellen der einzelnen Aufgabe erschöpfend gerecht zu werden, über deren Bereich hinaus jedoch dem Künstlerischen in der Werbung eine neue, erweiterte und konstante Basis zu geben.

J. R. Geigy AG, Basel
Ärztepropaganda 1953–1955

J. R. Geigy S. A., Bâle
Propagande médicale 1953–1955

J. R. Geigy AG, Basel
Medical Propaganda 1953–1955

1
 Prospektblatt
 Entwurf: Enzo Rösli SWB, Basel
 Page de prospectus
 Prospectus Sheet

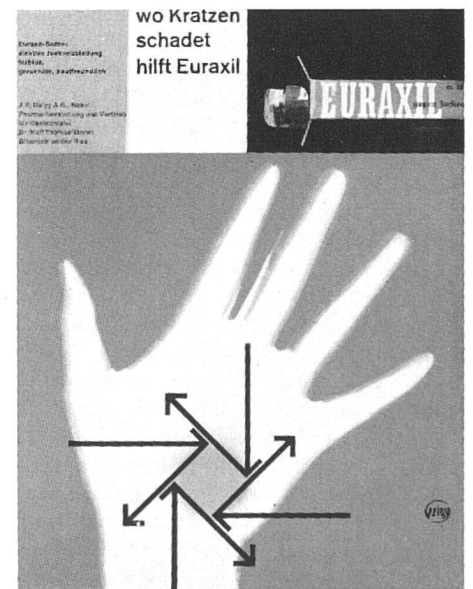
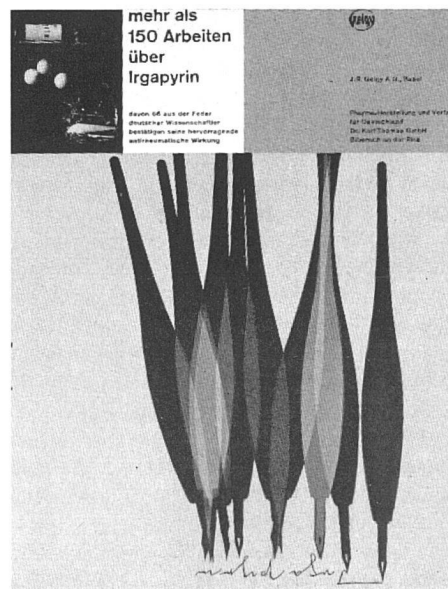
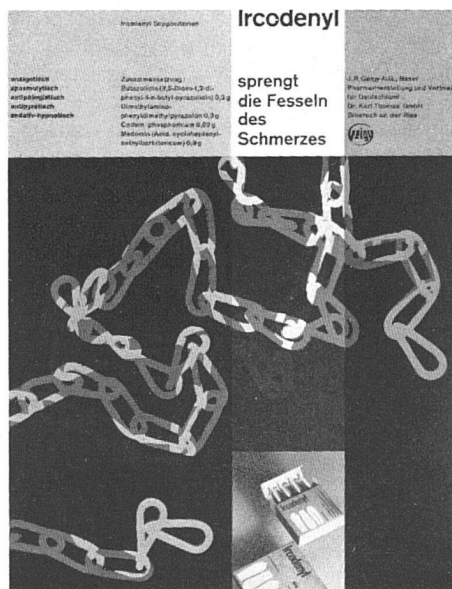
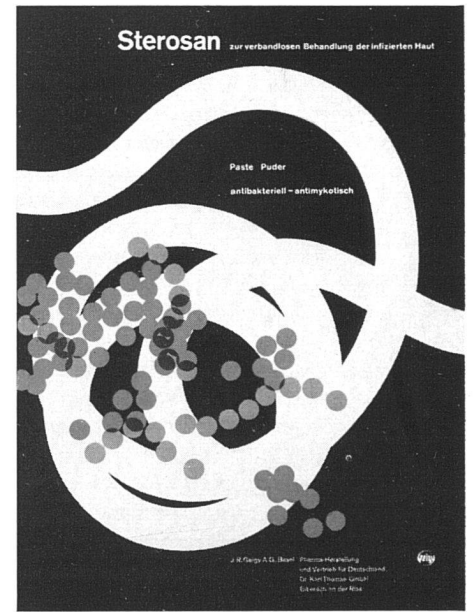
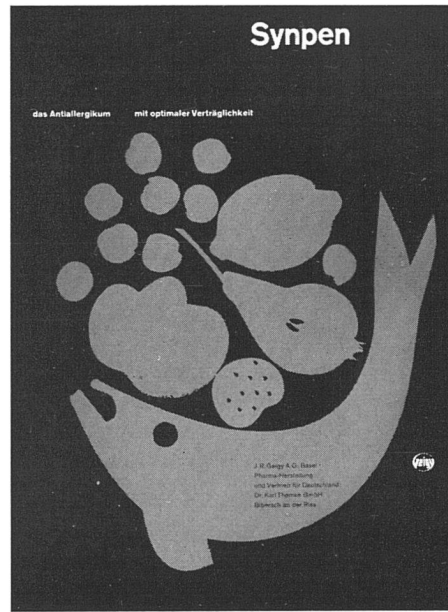
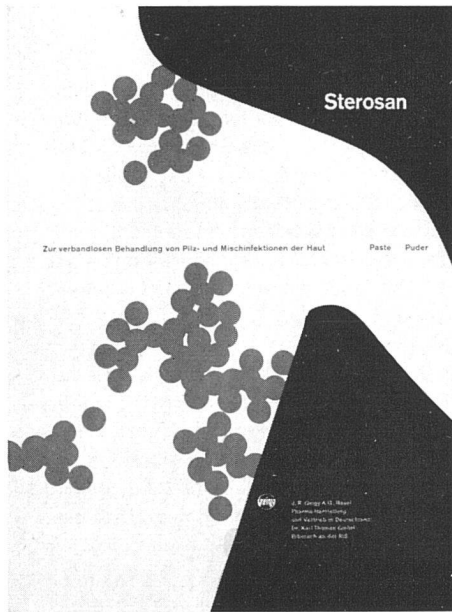
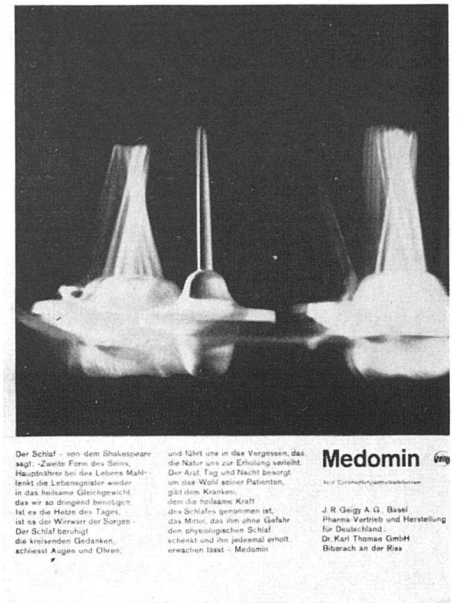
2–4
 Inserate
 Entwürfe: Max Schmid SWB/VSG, Basel
 Annonces
 Advertisements

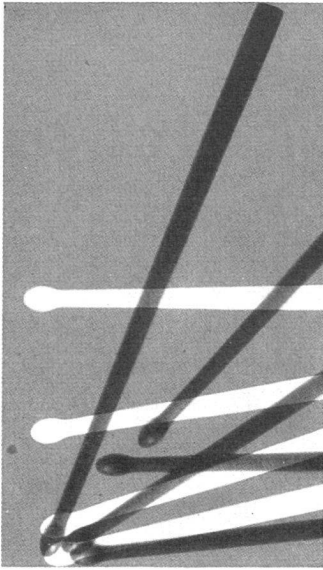
5–7
 Inserate
 Entwürfe: Karl Gerstner SWB/VSG, Basel
 Annonces
 Advertisements

8–10
 Inserate
 Entwürfe: Igildo Biesele SWB, Basel
 Annonces
 Advertisements

11
 Löschblatt
 Entwurf: Michael Engelmann, München
 Papier buvard
 Blotting Pad

12
 Löschblatt
 Atelier: J. Müller-Brockmann SWB/VSG, Zürich
 Entwurf: Nelli Rudin, Zürich
 Buvard
 Blotting Pad

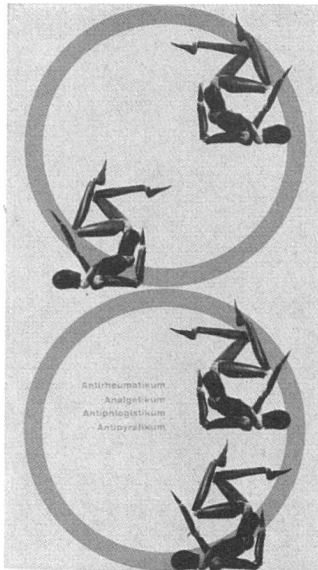




Medomin

Im Wirbel der Zeit:
Medomin
beruhigend am Tage,
schlafbringend in der Nacht.

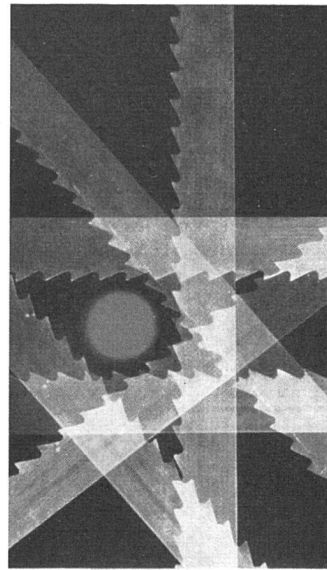
8



Irgapyrin

Durch Irgapyrin
freies, unbeschwertes Spiel
der Glieder,
das erhsehnte Ziel jedes
Rheumatisikers

9



Eurax

Antipruriginosum

Stillt in Minuten,
was für Stunden quält

10

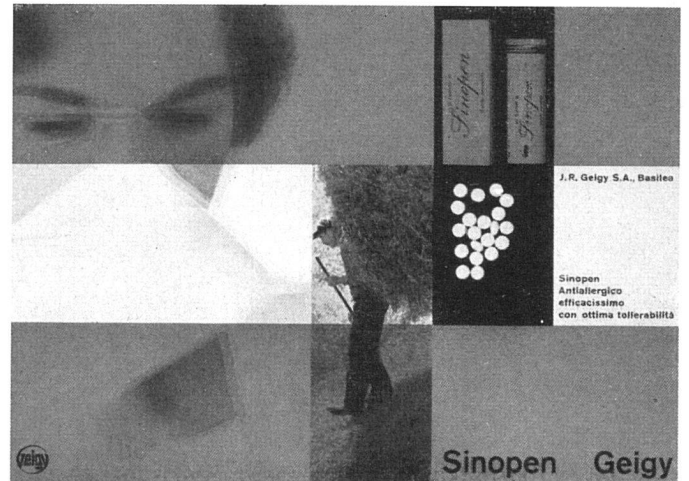


Geigy S.A., Milano

medomina

Ore notturne senza sonno, ore diurne perdute

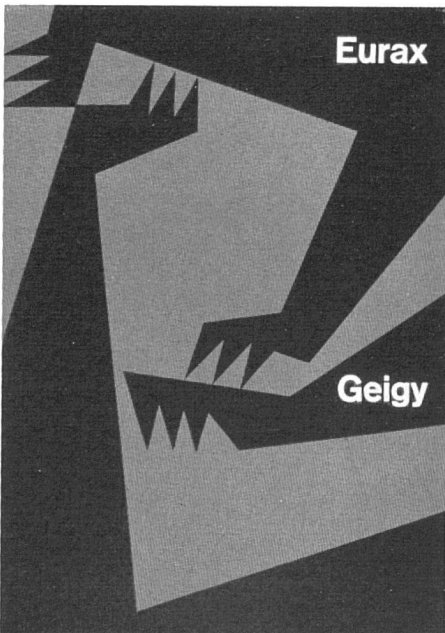
11



J. R. Geigy S.A., Basilea

Sinopen
Antiallergico
efficacissimo
con ottima tollerabilità

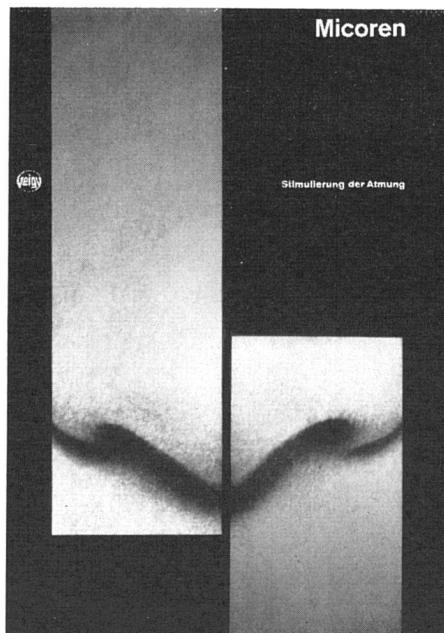
12



Eurax

Geigy

13



Micoren

Stimulierung der Atmung

14

13
Prospektumschlag
Entwurf: Andreas His, Basel
Couverture de prospectus
Prospectus Cover

14
Prospektumschlag
Entwurf: Michael Engelmann, München
Couverture de prospectus
Prospectus Cover

vh

Elmer Volkshochschule
Lehrpläne
für April 1955

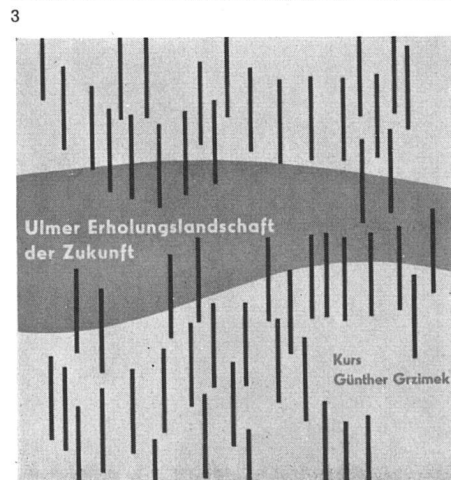
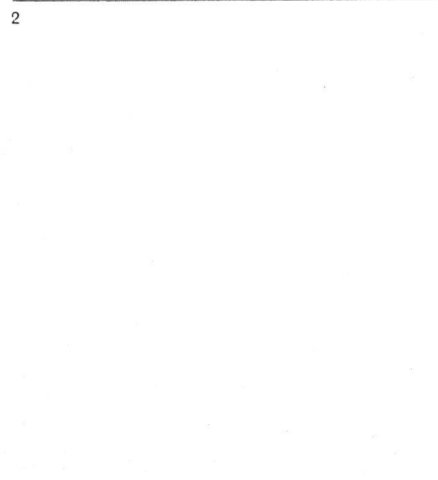
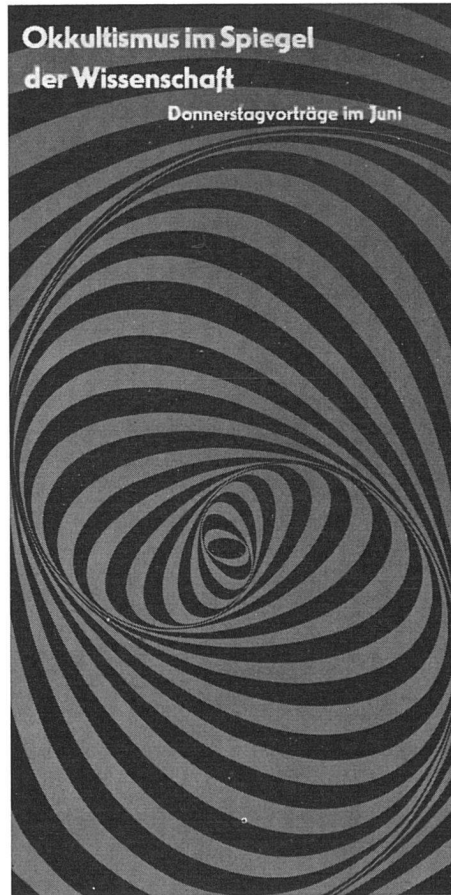
1. Kurs Latein Kurs Latein I Kurs Latein II Kurs Latein III Kurs Latein IV Kurs Latein V Kurs Latein VI Kurs Latein VII Kurs Latein VIII Kurs Latein IX Kurs Latein X Kurs Latein XI Kurs Latein XII	1. Kurs Griechisch Kurs Griechisch I Kurs Griechisch II Kurs Griechisch III Kurs Griechisch IV Kurs Griechisch V Kurs Griechisch VI Kurs Griechisch VII Kurs Griechisch VIII Kurs Griechisch IX Kurs Griechisch X Kurs Griechisch XI Kurs Griechisch XII	1. Kurs Englisch Kurs Englisch I Kurs Englisch II Kurs Englisch III Kurs Englisch IV Kurs Englisch V Kurs Englisch VI Kurs Englisch VII Kurs Englisch VIII Kurs Englisch IX Kurs Englisch X Kurs Englisch XI Kurs Englisch XII	1. Kurs Französisch Kurs Französisch I Kurs Französisch II Kurs Französisch III Kurs Französisch IV Kurs Französisch V Kurs Französisch VI Kurs Französisch VII Kurs Französisch VIII Kurs Französisch IX Kurs Französisch X Kurs Französisch XI Kurs Französisch XII	1. Kurs Spanisch Kurs Spanisch I Kurs Spanisch II Kurs Spanisch III Kurs Spanisch IV Kurs Spanisch V Kurs Spanisch VI Kurs Spanisch VII Kurs Spanisch VIII Kurs Spanisch IX Kurs Spanisch X Kurs Spanisch XI Kurs Spanisch XII	1. Kurs Portugiesisch Kurs Portugiesisch I Kurs Portugiesisch II Kurs Portugiesisch III Kurs Portugiesisch IV Kurs Portugiesisch V Kurs Portugiesisch VI Kurs Portugiesisch VII Kurs Portugiesisch VIII Kurs Portugiesisch IX Kurs Portugiesisch X Kurs Portugiesisch XI Kurs Portugiesisch XII	1. Kurs Italienisch Kurs Italienisch I Kurs Italienisch II Kurs Italienisch III Kurs Italienisch IV Kurs Italienisch V Kurs Italienisch VI Kurs Italienisch VII Kurs Italienisch VIII Kurs Italienisch IX Kurs Italienisch X Kurs Italienisch XI Kurs Italienisch XII	1. Kurs Russisch Kurs Russisch I Kurs Russisch II Kurs Russisch III Kurs Russisch IV Kurs Russisch V Kurs Russisch VI Kurs Russisch VII Kurs Russisch VIII Kurs Russisch IX Kurs Russisch X Kurs Russisch XI Kurs Russisch XII	1. Kurs Arabisch Kurs Arabisch I Kurs Arabisch II Kurs Arabisch III Kurs Arabisch IV Kurs Arabisch V Kurs Arabisch VI Kurs Arabisch VII Kurs Arabisch VIII Kurs Arabisch IX Kurs Arabisch X Kurs Arabisch XI Kurs Arabisch XII	1. Kurs Hebräisch Kurs Hebräisch I Kurs Hebräisch II Kurs Hebräisch III Kurs Hebräisch IV Kurs Hebräisch V Kurs Hebräisch VI Kurs Hebräisch VII Kurs Hebräisch VIII Kurs Hebräisch IX Kurs Hebräisch X Kurs Hebräisch XI Kurs Hebräisch XII	1. Kurs Türkisch Kurs Türkisch I Kurs Türkisch II Kurs Türkisch III Kurs Türkisch IV Kurs Türkisch V Kurs Türkisch VI Kurs Türkisch VII Kurs Türkisch VIII Kurs Türkisch IX Kurs Türkisch X Kurs Türkisch XI Kurs Türkisch XII	1. Kurs Polnisch Kurs Polnisch I Kurs Polnisch II Kurs Polnisch III Kurs Polnisch IV Kurs Polnisch V Kurs Polnisch VI Kurs Polnisch VII Kurs Polnisch VIII Kurs Polnisch IX Kurs Polnisch X Kurs Polnisch XI Kurs Polnisch XII	1. Kurs Tschechisch Kurs Tschechisch I Kurs Tschechisch II Kurs Tschechisch III Kurs Tschechisch IV Kurs Tschechisch V Kurs Tschechisch VI Kurs Tschechisch VII Kurs Tschechisch VIII Kurs Tschechisch IX Kurs Tschechisch X Kurs Tschechisch XI Kurs Tschechisch XII	1. Kurs Slowakisch Kurs Slowakisch I Kurs Slowakisch II Kurs Slowakisch III Kurs Slowakisch IV Kurs Slowakisch V Kurs Slowakisch VI Kurs Slowakisch VII Kurs Slowakisch VIII Kurs Slowakisch IX Kurs Slowakisch X Kurs Slowakisch XI Kurs Slowakisch XII	1. Kurs Ungarisch Kurs Ungarisch I Kurs Ungarisch II Kurs Ungarisch III Kurs Ungarisch IV Kurs Ungarisch V Kurs Ungarisch VI Kurs Ungarisch VII Kurs Ungarisch VIII Kurs Ungarisch IX Kurs Ungarisch X Kurs Ungarisch XI Kurs Ungarisch XII	1. Kurs Rumänisch Kurs Rumänisch I Kurs Rumänisch II Kurs Rumänisch III Kurs Rumänisch IV Kurs Rumänisch V Kurs Rumänisch VI Kurs Rumänisch VII Kurs Rumänisch VIII Kurs Rumänisch IX Kurs Rumänisch X Kurs Rumänisch XI Kurs Rumänisch XII	1. Kurs Serbisch Kurs Serbisch I Kurs Serbisch II Kurs Serbisch III Kurs Serbisch IV Kurs Serbisch V Kurs Serbisch VI Kurs Serbisch VII Kurs Serbisch VIII Kurs Serbisch IX Kurs Serbisch X Kurs Serbisch XI Kurs Serbisch XII	1. Kurs Kroatisch Kurs Kroatisch I Kurs Kroatisch II Kurs Kroatisch III Kurs Kroatisch IV Kurs Kroatisch V Kurs Kroatisch VI Kurs Kroatisch VII Kurs Kroatisch VIII Kurs Kroatisch IX Kurs Kroatisch X Kurs Kroatisch XI Kurs Kroatisch XII	1. Kurs Dänisch Kurs Dänisch I Kurs Dänisch II Kurs Dänisch III Kurs Dänisch IV Kurs Dänisch V Kurs Dänisch VI Kurs Dänisch VII Kurs Dänisch VIII Kurs Dänisch IX Kurs Dänisch X Kurs Dänisch XI Kurs Dänisch XII	1. Kurs Norwegisch Kurs Norwegisch I Kurs Norwegisch II Kurs Norwegisch III Kurs Norwegisch IV Kurs Norwegisch V Kurs Norwegisch VI Kurs Norwegisch VII Kurs Norwegisch VIII Kurs Norwegisch IX Kurs Norwegisch X Kurs Norwegisch XI Kurs Norwegisch XII	1. Kurs Schwedisch Kurs Schwedisch I Kurs Schwedisch II Kurs Schwedisch III Kurs Schwedisch IV Kurs Schwedisch V Kurs Schwedisch VI Kurs Schwedisch VII Kurs Schwedisch VIII Kurs Schwedisch IX Kurs Schwedisch X Kurs Schwedisch XI Kurs Schwedisch XII	1. Kurs Finnisch Kurs Finnisch I Kurs Finnisch II Kurs Finnisch III Kurs Finnisch IV Kurs Finnisch V Kurs Finnisch VI Kurs Finnisch VII Kurs Finnisch VIII Kurs Finnisch IX Kurs Finnisch X Kurs Finnisch XI Kurs Finnisch XII	1. Kurs Estnisch Kurs Estnisch I Kurs Estnisch II Kurs Estnisch III Kurs Estnisch IV Kurs Estnisch V Kurs Estnisch VI Kurs Estnisch VII Kurs Estnisch VIII Kurs Estnisch IX Kurs Estnisch X Kurs Estnisch XI Kurs Estnisch XII	1. Kurs Lettisch Kurs Lettisch I Kurs Lettisch II Kurs Lettisch III Kurs Lettisch IV Kurs Lettisch V Kurs Lettisch VI Kurs Lettisch VII Kurs Lettisch VIII Kurs Lettisch IX Kurs Lettisch X Kurs Lettisch XI Kurs Lettisch XII	1. Kurs Litauisch Kurs Litauisch I Kurs Litauisch II Kurs Litauisch III Kurs Litauisch IV Kurs Litauisch V Kurs Litauisch VI Kurs Litauisch VII Kurs Litauisch VIII Kurs Litauisch IX Kurs Litauisch X Kurs Litauisch XI Kurs Litauisch XII	1. Kurs Polnisch Kurs Polnisch I Kurs Polnisch II Kurs Polnisch III Kurs Polnisch IV Kurs Polnisch V Kurs Polnisch VI Kurs Polnisch VII Kurs Polnisch VIII Kurs Polnisch IX Kurs Polnisch X Kurs Polnisch XI Kurs Polnisch XII	1. Kurs Tschechisch Kurs Tschechisch I Kurs Tschechisch II Kurs Tschechisch III Kurs Tschechisch IV Kurs Tschechisch V Kurs Tschechisch VI Kurs Tschechisch VII Kurs Tschechisch VIII Kurs Tschechisch IX Kurs Tschechisch X Kurs Tschechisch XI Kurs Tschechisch XII	1. Kurs Slowakisch Kurs Slowakisch I Kurs Slowakisch II Kurs Slowakisch III Kurs Slowakisch IV Kurs Slowakisch V Kurs Slowakisch VI Kurs Slowakisch VII Kurs Slowakisch VIII Kurs Slowakisch IX Kurs Slowakisch X Kurs Slowakisch XI Kurs Slowakisch XII	1. Kurs Ungarisch Kurs Ungarisch I Kurs Ungarisch II Kurs Ungarisch III Kurs Ungarisch IV Kurs Ungarisch V Kurs Ungarisch VI Kurs Ungarisch VII Kurs Ungarisch VIII Kurs Ungarisch IX Kurs Ungarisch X Kurs Ungarisch XI Kurs Ungarisch XII	1. Kurs Rumänisch Kurs Rumänisch I Kurs Rumänisch II Kurs Rumänisch III Kurs Rumänisch IV Kurs Rumänisch V Kurs Rumänisch VI Kurs Rumänisch VII Kurs Rumänisch VIII Kurs Rumänisch IX Kurs Rumänisch X Kurs Rumänisch XI Kurs Rumänisch XII	1. Kurs Serbisch Kurs Serbisch I Kurs Serbisch II Kurs Serbisch III Kurs Serbisch IV Kurs Serbisch V Kurs Serbisch VI Kurs Serbisch VII Kurs Serbisch VIII Kurs Serbisch IX Kurs Serbisch X Kurs Serbisch XI Kurs Serbisch XII	1. Kurs Kroatisch Kurs Kroatisch I Kurs Kroatisch II Kurs Kroatisch III Kurs Kroatisch IV Kurs Kroatisch V Kurs Kroatisch VI Kurs Kroatisch VII Kurs Kroatisch VIII Kurs Kroatisch IX Kurs Kroatisch X Kurs Kroatisch XI Kurs Kroatisch XII	1. Kurs Dänisch Kurs Dänisch I Kurs Dänisch II Kurs Dänisch III Kurs Dänisch IV Kurs Dänisch V Kurs Dänisch VI Kurs Dänisch VII Kurs Dänisch VIII Kurs Dänisch IX Kurs Dänisch X Kurs Dänisch XI Kurs Dänisch XII	1. Kurs Norwegisch Kurs Norwegisch I Kurs Norwegisch II Kurs Norwegisch III Kurs Norwegisch IV Kurs Norwegisch V Kurs Norwegisch VI Kurs Norwegisch VII Kurs Norwegisch VIII Kurs Norwegisch IX Kurs Norwegisch X Kurs Norwegisch XI Kurs Norwegisch XII	1. Kurs Schwedisch Kurs Schwedisch I Kurs Schwedisch II Kurs Schwedisch III Kurs Schwedisch IV Kurs Schwedisch V Kurs Schwedisch VI Kurs Schwedisch VII Kurs Schwedisch VIII Kurs Schwedisch IX Kurs Schwedisch X Kurs Schwedisch XI Kurs Schwedisch XII	1. Kurs Finnisch Kurs Finnisch I Kurs Finnisch II Kurs Finnisch III Kurs Finnisch IV Kurs Finnisch V Kurs Finnisch VI Kurs Finnisch VII Kurs Finnisch VIII Kurs Finnisch IX Kurs Finnisch X Kurs Finnisch XI Kurs Finnisch XII	1. Kurs Estnisch Kurs Estnisch I Kurs Estnisch II Kurs Estnisch III Kurs Estnisch IV Kurs Estnisch V Kurs Estnisch VI Kurs Estnisch VII Kurs Estnisch VIII Kurs Estnisch IX Kurs Estnisch X Kurs Estnisch XI Kurs Estnisch XII	1. Kurs Lettisch Kurs Lettisch I Kurs Lettisch II Kurs Lettisch III Kurs Lettisch IV Kurs Lettisch V Kurs Lettisch VI Kurs Lettisch VII Kurs Lettisch VIII Kurs Lettisch IX Kurs Lettisch X Kurs Lettisch XI Kurs Lettisch XII	1. Kurs Litauisch Kurs Litauisch I Kurs Litauisch II Kurs Litauisch III Kurs Litauisch IV Kurs Litauisch V Kurs Litauisch VI Kurs Litauisch VII Kurs Litauisch VIII Kurs Litauisch IX Kurs Litauisch X Kurs Litauisch XI Kurs Litauisch XII
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Volkshochschule Ulm
Entwürfe: Otl Aicher, Ulm, 1952-1955

Université populaire d'Ulm
Dessins: Otl Aicher, Ulm, 1952-1955

Institute of Adult Education, Ulm
Designs: Otl Aicher, Ulm, 1952-1955

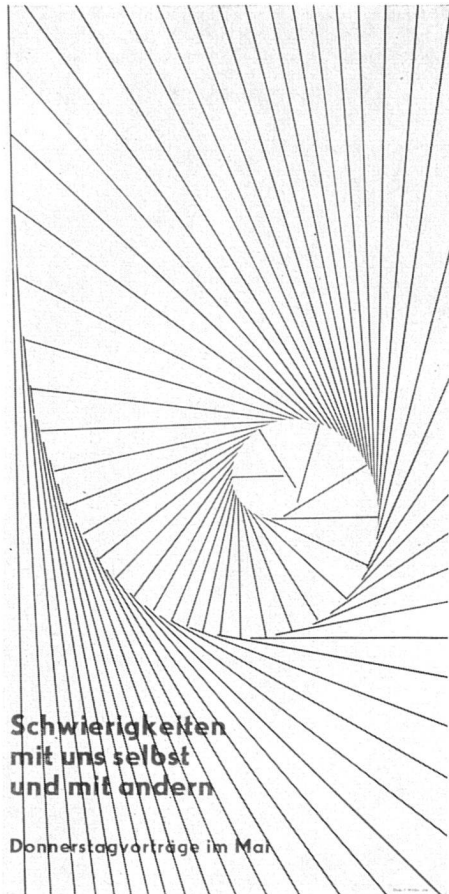
1
Mitteilungsblatt, Doppelseite mit Programm der Kurse und Vortragszyklen
Avis. Double page avec programme des cours et des conférences
Information Sheet, two-page with time-table of courses and lectures



2

3

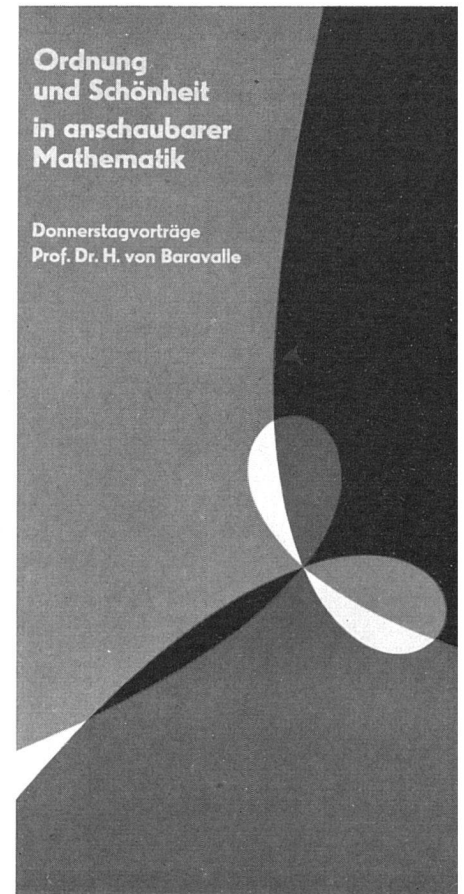
4



7



8



9

Plakate
Affiches
Posters

2
Deutschland / Europa – offen zur Welt
L'Allemagne et l'Europe dans le monde
Germany and Europe – open to the World

3
Okkultismus im Spiegel der Wissenschaft
Aspect scientifique de l'occultisme
Occultism in the light of science

4
Das spielende Kind
Le jeu et l'enfant
The child at play

5
Ulmer Erholungslandschaft der Zukunft
Future zone de repos de la ville d'Ulm
Ulm's Holiday Landscape of the Future

6
Geheimnisse des Pflanzenlebens
Mystères de la vie des plantes
Secrets of Plant Life

7
Schwierigkeiten mit uns selbst und mit andern
Difficultés avec nous-mêmes et les autres
Difficulties with ourselves and with others

8
Der Ferne Osten
L'Extrême-Orient
The Far East

9
Ordnung und Schönheit in anschaulicher Mathe-
matik
Ordre et beauté dans les mathématiques
Order and Beauty Demonstrated in Mathematics

10
Plakatstände in Ulm
Fotografie: Hans Conrad, Ulm
Panneaux d'affichage à Ulm
Poster stands in Ulm



10

St-Raphaël Quinquina, Paris
Entwürfe: Charles Loupot, Paris,
und seine Schweizer Mitarbeiter
1948-1955

Planung und Durchführung:
Max Augier, Directeur général adjoint de la
Société St-Raphaël

St-Raphaël Quinquina, Paris
Dessins: Charles Loupot, Paris,
et ses collaborateurs suisses, 1948-1955
Production: Max Augier
Directeur général adjoint de la Société
St-Raphaël

St-Raphaël Quinquina, Paris
Designs: Charles Loupot, Paris,
and his Swiss collaborators, 1948-1955
Planning and execution: Max Augier,
Directeur général adjoint de la Société
St-Raphaël

1 + 2

Alter Schriftzug und Firmenmarke
 Ancienne marque de la firme
 Old trade-mark and lettering

3 + 4

Neuer Schriftzug und Firmenmarke
 Nouvelle marque
 New trade-mark and lettering

5

Inserat
 Annonce
 Advertisement

6

Lieferungswagen
 Voiture de livraison
 Delivery van

7

Reklametafel im Autobus
 Enseigne dans un autobus
 Advertisement board in bus

8 + 9

Bahnhofschilder
 Enseignes dans les gares
 Station notice boards

10

Straßenschild
 Enseigne routière
 Road signs

11

2 Hauswände entlang der Landstraße
 2 Murs de maison sur la bordure d'une route
 2 house walls along the main road

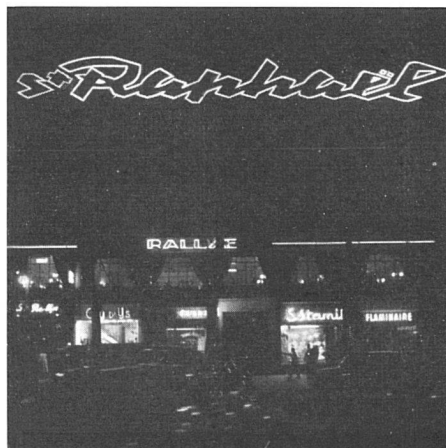
Für den Beitrag St-Raphaël dankt der Verfasser
 für die wertvolle Mitarbeit Gérard Ifert, Paris,
 der auch das Bildmaterial gesammelt und die
 Fotografien 1-9 gemacht hat.
 Fotos 10 + 11: Karl Gerstner



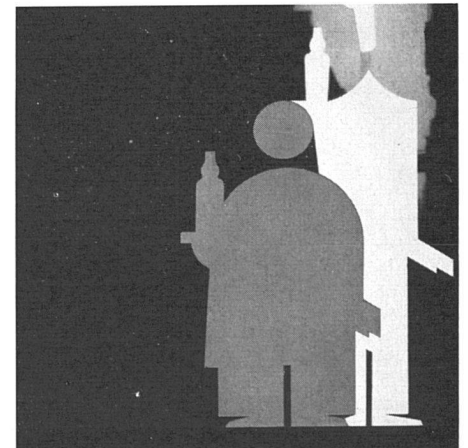
1



2



3



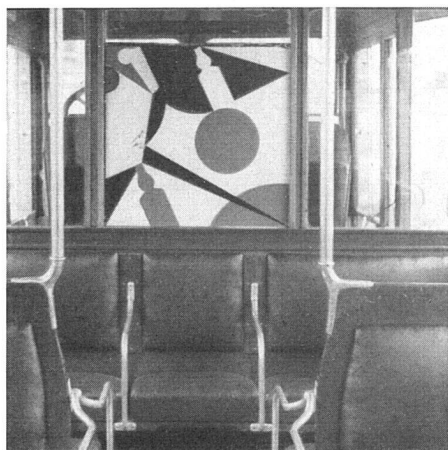
4



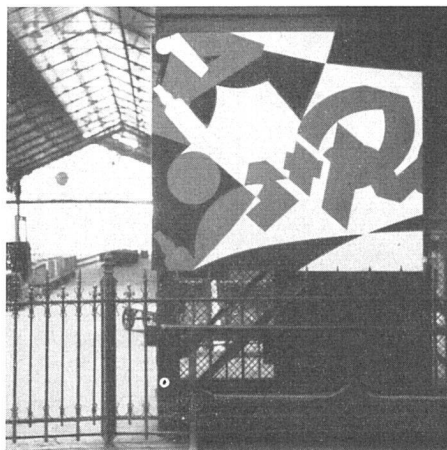
5



6



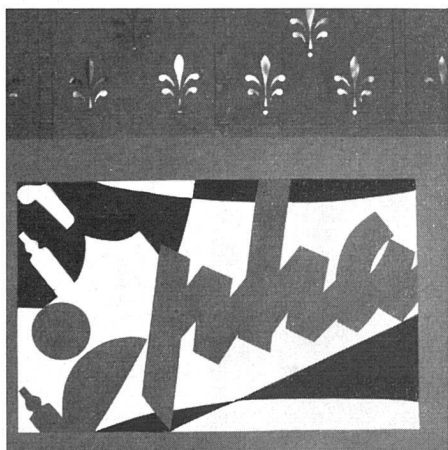
7



8



9



10



11

12
St-Raphaël Quinquina, Paris
Insertat
Annonce
Advertisement

