



EMIL CARDINAUX

A. WALTER DIGGELMANN



jeher verstanden hat, einen Stamm von Künstlern seinem Unternehmen zu verpflichten, und diese Künstler haben der Firma ihren Stil aufgedrückt. Namen wie Carigiet, Charles Kuhn, Diggelmann, Geuchat, Herdeg, um nur einige wenige zu nennen, legen Zeugnis ab für den einheitlichen Geschmack und den gleichmäßigen Instinkt dieses immer auf neue und interessante Lösungen bedachten Unternehmens. Wie viele Firmen von Weltruf müssen sich heute damit begnügen, Druckaufträge entgegenzunehmen, die ihnen fix und fertig ins Haus geliefert werden, ohne Rücksicht darauf, ob es ihnen liegt oder nicht. Wolfensberger aber ist verantwortlich für das ganze Plakat, sowohl für seine technische wie für seine künstlerische Ausgestaltung. In einer Zeit, die durch das Prinzip der Arbeitsteilung und der Spezialisierung mehr und mehr den Überblick über das Ganze verliert, empfindet man diese Gewissenhaftigkeit der Ausführung, die den Künstler wieder unmittelbar am Arbeitsprozeß teilnehmen läßt — er muß seinen Entwurf selbst auf den Stein zeichnen — um so wohltuender.

Von prinzipieller Bedeutung aber ist die Tatsache, daß Wolfensberger einer der ersten war, der sich für ein einheitliches Plakatformat in der Schweiz eingesetzt hat. Das ist vor allem auf das ästhetische Bild der Straße nicht ohne Einfluß geblieben. In anderen Ländern, namentlich in Deutschland, wo es noch zu keiner gesetzlichen Regelung auf diesem Gebiet gekommen ist, bietet sich dem Beschauer ein Chaos der Formate, die dem Straßenbild etwas Unruhiges geben und das Auge hin und her irren lassen. In der Schweiz aber existiert das seit Wolfensberger offiziell gewordene „Einheitsformat“ (90,5 × 128 cm), dem sich auch alle übrigen Firmen angeschlossen haben, und wenn man heute durch die Straßen von Zürich oder Bern, von Basel oder Interlaken geht, so ist es nicht zuletzt die wohltuende Gleichmäßigkeit der Plakatanordnung, die dem äußeren Stadtbild sein harmonisches Gepräge gibt. Ein Besuch bei dem Seniorchef der Firma läßt noch einmal die mit Kunst und Geschmack gesättigte Atmosphäre dieses Hauses erkennen. Ein dem Betrieb angegliederter Kunstsalon vereinigt die gesamte Produktion an Plakaten, Prospekten, Briefköpfen, Urkunden, Diplomen usw. zu einem imponierenden Rückblick auf eine 25jährige Tätigkeit, und es ist kein Zufall, daß diese Ausstellung dem Gedenken Senefelders gewidmet ist. Etwas von dem Zunftgeist, von der Werktreue und Werkgesinnung früherer Jahrhunderte lebt in diesem bedeutsamen Unternehmen, dessen leitender Kopf wohl beanspruchen darf, ein Vorkämpfer für die Qualität im Schweizer Plakatwesen genannt zu werden.

Dr. H. Johannsen.