



unbekannt
1898
13/14/25



Otto Baumberger
ca. 1932
13/14/26



Alex Walter Diggelmann
ca. 1930
13/14/27



Donald Brun
Jahr unbekannt
13/14/28



E Hansen
ca. 1900
13/14/29



Max Alioth
Jahr unbekannt
13/14/30



Donald Brun
Jahr unbekannt
13/14/31

☀ THE ST. MORITZ DESIGN GALLERY VERSTECKTE SCHÄTZE HIDDEN TREASURES

Plakat Entwürfe
Winter 2013/14

BESTELLUNG / ORDER / ORDINAZIONE
Plakatchdruck / Poster Prints / Riproduzione di Manifesti

The St. Moritz Design Gallery
www.design-gallery.ch

doku@biblio-stmoritz.ch
Bibliothek St. Moritz
Dokumentation
7500 St. Moritz
Tel. +41 (0) 081 834 40 02

* Museum für Gestaltung Zürich Plakatsammlung
Alessia Contin
Registarin
Limmatstrasse 57
8031 Zürich Tel. +41 43 446 66 04
alessia.contin@zhdk.ch

THE ST. MORITZ DESIGN GALLERY VERSTECKTE SCHÄTZE HIDDEN TREASURES



Plakat Entwürfe

Winter 2013/14

* Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung.



THE ST. MORITZ DESIGN GALLERY



VERSTECKTE SCHÄTZE

Plakat Designs St. Moritz
13. Dezember 2013 bis Mai 2014

„Leider Nein“ – diese Absage erhielten die Plakatentwürfe, die sich nun in der Sammlung der Dokumentationsbibliothek St. Moritz befinden. Vom Kurverein St. Moritz in Auftrag gegeben, wurden diese Vorschläge für Werbetafeln jedoch nie genutzt und landeten schliesslich in den Archivbeständen.

Versteckte Schätze sind diese Entwürfe, bisher nur einem kleinen Publikum bekannt, und von einer erstaunlichen gestalterischen Vielfalt. Erstmalig werden diese Trouvaillen nun einer grösseren Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Für den Fremdenverkehr ist das Plakat eines der ältesten Werbemittel mit vielfältiger Funktion und Wirkung: Es geht auf Kundenfang in der Öffentlichkeit, es hat den Ehrgeiz zu verführen, dazu spricht es unsere Gefühlsebene an. Es verspricht, uns Erholung, Ruhe, Abwechslung, Ausgleich, Vergnügen, Prestige. Es soll aber auch aufklären, interessieren, überzeugen und packen. Es will eine Botschaft vermitteln über die geografische Lage, das Landschaftsbild, die Natur, das Klima, die Folklore, die Mentalität, die Gastfreundschaft und die Bevölkerung. Es hebt bestimmte Veranstaltungen oder spezielle Angebote wie Auto- oder Skirennen, oder z.B. ein Sängerfest hervor. Dazu bedient es sich Bildern, die Symbolcharakter haben, z.B. den Ski-stock, das warme Licht in einer kalten Winterlandschaft, oder setzt die Dynamik eines Autos oder Rennschlittens in starke Bilder um.

Wir widmen dem Massenmedium Plakat nur kurze Augenblicke, die in unser Unterbewusstsein aufgenommen werden und trotz flüchtiger Begegnung tiefe Eindrücke hinterlassen können.

Der Kurverein St. Moritz hat diese Zeichen sehr früh erkannt und schon 1895 Frédéric-Hugo d' Alési den Auftrag für Plakate erteilt. Es gibt kaum einen Ort in der Schweiz wie St. Moritz, der eine solche Fülle an Postern gedruckt hat. Sie sind ein Kulturdokumente und ein Zeitspiegel. Namhafte Plakat-Künstler, wie Wilhelm Friedrich Burger, Alex Walter Diggelmann, Otto Baumberger, Franco Barberis und Alois Carigiet mit ihren wunderbaren grafischen Entwürfen haben geholfen, den Namen St. Moritz in die Welt hinaus zu tragen.



HIDDEN TREASURES

Poster Designs St. Moritz
December 13th until May 2014

“Sorry No” was said to the proposal of these posters; they are now in the collection of the Documentation Library St. Moritz. The designs were commissioned by the Tourist Office of St. Moritz, but were never used and finally ended up in the archives.

These “Hidden treasures” have an amazing creative diversity and were previously known only to a small audience.

Now the first time, these gems are being made available to a larger public.

For the tourist industry the poster is one of the oldest advertising methods with a variety of functions and effects: it is seen by the public and has the ability to seduce and to touch us on our emotional level. It promises us rest, peace, diversity, balance, pleasure and prestige. However, it should also inform, be interesting, convincing and have impact. It wants to convey a message about the geographical location, the landscape, the nature, the climate, the folklore, the mentality, the hospitality and the people. The poster should emphasize certain events or special offers such as car or ski races, or for example an upcoming music festival. It does this through images that have symbolic meaning, for example the ski pole, the warm light in a cold winter landscape, or the dynamic images of a car or racing sled.

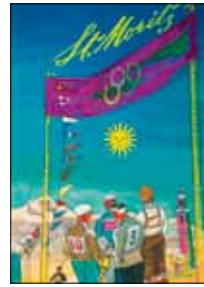
We devote only a brief moment to the mass medium of a poster, but it can leave a deep impression in the subconscious.

The Tourist Office of St. Moritz recognized the possibilities of posters very early and in 1895 Fredric- Hugo d'Alési was commissioned to design such a poster. No other place in Switzerland has such a wealth of printed posters. These are historical and cultural documents and they mirror their time.

Well-know poster artists like Wilhelm Friedrich Burger, Alex Diggelmann, Otto Baumberger, Franco Barberis and Alois Carigiet with their wonderful graphic designs have helped to make known the name of St. Moritz in the world.



Alex Walter Diggelmann
1930
13/14/01



Pierre Monnerat
1946
13/14/02



M. Daester
ca. 1925
13/14/03



Plinio Colombi
ca. 1929
13/14/04



unbekannt
Jahr unbekannt
13/14/05



Alois Carigiet
ca. 1930
13/14/06



unbekannt
Jahr unbekannt
13/14/07



Herbert Berthold
Libiszewski
1952 *
13/14/08



Wilhelm Friedrich Burger
Jahr unbekannt
13/14/09



Stauffer
1930
13/14/10



Franco Barberis
Jahr unbekannt
13/14/11



unbekannt
ca. 1915 *
13/14/12



unbekannt
ca. 1940
13/14/13



Werner Weisskönig
Jahr unbekannt
13/14/14



Otto Baumberger
ca. 1932
13/14/15



unbekannt
ca. 1920
13/14/16



Max Russenberger
Jahr unbekannt
13/14/17



Otto Baumberger
ca. 1935 *
13/14/18



Hans R. Benz
Jahr unbekannt
13/14/19



Werner Weisskönig
Jahr unbekannt
13/14/20



Jules Courvoisier
ca. 1925
13/14/21



Alex Walter Diggelmann
ca. 1930
13/14/22



unbekannt
1947
13/14/23



unbekannt
Jahr unbekannt
13/14/24