

Medienmitteilung

Juli 2026

Grafik. Visuelle Gestaltung im Alltag

17.7.2026 – 4.4.2027 | Landesmuseum Zürich

Visuelle Kommunikation begleitet uns überall: auf Verpackungen, Plakaten, Briefmarken, Strassenschildern, Uhren, Inseraten oder in Leitsystemen. Anhand von Objekten aus der Sammlung des Schweizerischen Nationalmuseums wird in der Ausstellung sichtbar, dass Gestaltung weit mehr ist als Dekoration: Sie ordnet Informationen, schafft Orientierung, erzeugt Emotionen, vermittelt Werte und kann gesellschaftliche Vorstellungen festigen oder hinterfragen.

Der erste Teil der Ausstellung richtet den Blick auf die Wirkung von Gestaltung. Farben, Bilder und Schriften werden häufig schneller erfasst als Sprache und sprechen uns direkt an. Werbung nutzt diese Kraft gezielt: Sie inszeniert zum Beispiel Produkte als begehrenswert und transportiert dabei Werte, Rollenbilder oder Vorstellungen davon, welche Körper als ideal gelten. Historische Plakate und Inserate zeigen etwa, wie Frauen lange als fürsorgliche Hausfrauen, blosser Dekoration inszeniert wurden, während Männer häufiger als kompetent, aktiv oder dominant erscheinen. Solche Bilder prägen über Jahrzehnte hinweg, was als «normal» gilt. Gleichzeitig macht die Ausstellung deutlich, dass Grafik auch ein Mittel sein kann, um solche Normen sichtbar zu machen und kritisch zu befragen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Gesundheit, Konsum und «Swissness». Werbung für Tabak, Alkohol oder stark verarbeitete Lebensmittel stellte lange Genuss, Freiheit oder Überfluss in den Vordergrund, während Risiken ausgeblendet wurden. Auch nationale Identität wird grafisch erzeugt: Schweizerkreuz, Berge, Armbrust, Wilhelm Tell oder vertraute Markenauftritte übersetzen Werte wie Qualität, Präzision und Verlässlichkeit in einprägsame Bilder. Der sogenannte «Swiss Style» mit klaren Rastern, Groteskschriften und funktionaler Gestaltung wurde international zu einem Markenzeichen moderner Schweizer Grafik. Zugleich thematisiert die Ausstellung kritisch den Blick auf «das Andere»: Exotisierende und rassistische Darstellungen zeigen, wie in visueller Gestaltung auch Machtverhältnisse, Stereotype und westliche Perspektiven reproduziert werden können.

Der zweite Teil führt in den Entstehungsprozess grafischer Gestaltung ein. Hier wird deutlich, wie viel Beobachtung, Handwerk und Systematik hinter scheinbar einfachen visuellen Lösungen stehen. Plakatentwürfe von Paul Brühwiler, Theo Ballmer oder Donald Brun zeigen die Suche nach dem passenden Motiv, nach Komposition, Technik und Ausdruck. Bei Brühwilers Filmplakat für das Filmpodium

Zürich etwa dient ein Holzschnitt als Grundlage für den Siebdruck, als welcher das fertige Plakat umgesetzt wurde. Die Entwurfsserie macht verschiedene gestalterische Herangehensweisen sichtbar. Auch Ruedi Küllings OLMA-Entwürfe oder Siegfried Odermatts Plakatentwurf «Design aus den Niederlanden» zeigen, wie Formen, Farben, Papier, Schrift und Druckverfahren schrittweise zu einem prägnanten visuellen Auftritt verdichtet werden.

Besonders anschaulich wird die Allgegenwart von Grafik in den Bereichen Signaletik, Corporate Design und Produktgestaltung. Orientierungssysteme wie jenes der EPFL oder die Signaletik des Monte Verità zeigen, wie typografische, farbliche und formale Elemente Räume strukturieren. Das Corporate Design der Stadt Luzern oder Entwürfe für Palexpo machen sichtbar, wie Logos, Manuale und Anwendungen eine wiedererkennbare Identität schaffen. Auch Alltagsobjekte erzählen Designgeschichte: Die Swatch-Uhren von Robert & Durrer, darunter «Banana», «Nautilus» und «Jelly Fish», verbinden grafische Muster, Farben und industrielle Produktion zu kleinen tragbaren Zeichen ihrer Zeit. Verpackungen wie Cementit oder Inserate für Schweppes, BiC und Akris zeigen, wie Wiedererkennung, Wortwitz, Reduktion oder fotografische Präzision zum Erfolg einer Marke beitragen.

Die Ausstellung macht damit erfahrbar, dass Grafik nicht am Rand des Alltags steht, sondern ihn wesentlich mitgestaltet. Sie beeinflusst, was wir sehen, kaufen, erinnern und glauben. Sie kann Orientierung geben, Vertrauen schaffen und Identität stiften, aber auch Klischees verstärken oder ausgrenzen. Indem «Grafik. Visuelle Gestaltung im Alltag» historische Beispiele mit gestalterischen Prozessen verbindet, öffnet sie den Blick für eine visuelle Kultur, die uns täglich umgibt – und lädt dazu ein, genauer hinzusehen.

Für weitere Fragen steht Ihnen zur Verfügung:

Alexander Rechsteiner | Kommunikation | Landesmuseum Zürich.

T. +41 44 218 65 64 | medien@nationalmuseum.ch