

**SCHWEIZERISCHES NATIONAL
MUSEUM. MUSÉE NATIONAL
SUISSE. MUSEO NAZIONALE
SVIZZERO. MUSEUM NAZIUNAL
SVIZZER. Landesmuseum Zürich.**

GUT ZUM DRUCK
Kunst und Werbung
bei Wolfensberger www.gutzumdruck.landmuseum.ch
25.10.2013 – 28.2.2014

UNTERLAGEN FÜR SCHULEN

Landesmuseum Zürich.

GUT ZUM DRUCK: KUNST UND WERBUNG BEI WOLFENSBERGER 25.10.2013–28.02.2014

Liebe Lehrerinnen und Lehrer

Bunte Werbung, internationale Kunst, Steine so fein wie Papier – willkommen im Reich der Druckgrafik. Die Ausstellung «Gut zum Druck: Kunst und Werbung bei Wolfensberger» verfolgt die Entwicklung des am Schnittpunkt von Gebrauchsgrafik, Kunst und Kommerz gelegenen Zürcher Familienunternehmens J. E. Wolfensberger AG vom Beginn des 20. Jahrhunderts bis heute. Die Ausstellung veranschaulicht die Technik des Steindrucks und des Offsetdrucks und zeigt erstklassige Drucke – von kleinformatiger Reklame über Originalgrafik, Kunstreproduktionen und Künstlerbücher bis zum Plakat. Die Vision des Firmengründers J. E. Wolfensberger, im grafischen Gewerbe neue Massstäbe zu setzen und der Schweizer Kunst eine neue Plattform zu geben, lässt sich so über 111 Jahre zurückverfolgen und bis heute nachweisen.

In stufengerechten Führungen und Workshops finden die Schülerinnen und Schüler heraus, wie Werbegrafik funktioniert und wie sie sich in 100 Jahren verändert hat, spüren den Anfängen des Zürcher Kunstmarktes nach und erhalten Einblick in die grundlegenden Verfahren des Stein- und Offsetdrucks.

Die Ausstellung ermöglicht spannende Auseinandersetzungen mit Bild und Schrift, Medienkunde, Plakatwerbung, Gestaltung, Kunstgeschichte und Drucktechniken.

Die vorliegenden Unterlagen vermitteln einen Überblick über die Ausstellung, skizzieren deren thematische Schwerpunkte und liefern Anregungen für den Museumsbesuch sowie zur Vor- und Nachbereitung im Unterricht.

Detaillierte Informationen zur Ausstellung und zum Begleitprogramm sowie alle Angebote für Schulen finden Sie unter www.gutzumdruck.landesmuseum.ch/schulen

Wir freuen uns auf Ihren Besuch im Landesmuseum Zürich.

Prisca Senn und Magdalena Rühl, Bildung & Vermittlung | Landesmuseum Zürich

Information und Anmeldung
Büro Bildung & Vermittlung
044 218 65 04 (Mo–Fr 9.00–12.30)
fuehrungen@snm.admin.ch
www.gutzumdruck.landesmuseum.ch/schulen

ANGEBOTE FÜR SCHULEN

Die Technik des Steindrucks und des Offsetdrucks stehen neben der Kunst und Werbegrafik aus dem Hause Wolfensberger im Zentrum der Angebote für Schulen.

Angebote für Schulklassen aus der Schweiz sind kostenlos.
Alle Angebote im Überblick und Details unter
www.gutzumdruck.landeshmuseum.ch/schulen

WORKSHOP FÜR ALLE STUFEN | DAUER 2H

«TYPO, FARBE, DRUCK»

Wie entsteht Grafik? Was macht eigentlich ein gutes Bild aus? Wie funktioniert ein Werbeplakat? Welche Rolle spielen Farbe, Typografie und Drucktechnik? Der Workshop gibt einen Überblick über die vielseitigen Produkte der Firma J. E. Wolfensberger AG und veranschaulicht die Techniken des Stein- und des Offsetdrucks. Im Atelier gestalten wir ein eigenes Cover für das persönliche Notizheft.

Der Workshop wird der Schulstufe angepasst.

Materialkosten pro Klasse CHF 50.–

FÜHRUNG FÜR SEKUNDARSTUFE I UND II | DAUER 60 MIN.

«VON DER IDEE ZUM DRUCK»

Wie entsteht Grafik? Wie funktioniert ein Werbeplakat? Was geschieht im Druckprozess? Die Führung bietet einen Überblick über 111 Jahre wegweisende Kunst und Werbung, gibt Einblick in die erste Zürcher Kunstgalerie und veranschaulicht die Technik des Stein- und des Offsetdrucks.

SELBSTSTÄNDIGER AUSSTELLUNGSBESUCH

Der Besuch der Ausstellung im Landesmuseum mit einer Schulklasse ist nur auf Anmeldung möglich. Zur Erkundung der Ausstellung eignen sich die Klassenmaterialien (KM) aus den Unterlagen für Schulen.

EINFÜHRUNG FÜR LEHRPERSONEN | DI, 5.11.2013, 17.00–18.30

Rundgang durch die Ausstellung, Präsentation der Angebote für Schulen, Inputs für den Unterricht. Anmeldung erwünscht.

fuehrungen@snm.admin.ch

INFORMATION & ANMELDUNG

T. 044 218 65 04 (Mo–Fr 09.00–12.30 Uhr) | fuehrungen@snm.admin.ch

INHALT

5	ZUR AUSSTELLUNG
6	AUSSTELLUNGSPLAN
7	1. DIE CHRONIK DER J. E. WOLFENSBERGER AG 1902–2013
12	2. BLICK HINTER DIE KULISSEN
13	3. SPRITZIGE WERBUNG: SINALCO
15	4. DRUCKTECHNIKEN
20	5. HAND IN HAND
22	6. FARBE ALS QUALITÄTSMERKMAL
23	7. MEDIENVERZEICHNIS
24	KLASSENATERIALIEN
24	KM / 1 DER FARBFÄCHER
25	KM / 2 SELBER DRUCKEN
26	KM / 3 SCHRIFT
30	KM / 4 PLAKAT

IMPRESSUM

UNTERLAGEN FÜR SCHULEN ZUR AUSSTELLUNG
 GUT ZUM DRUCK: KUNST UND WERBUNG BEI WOLFENSBERGER
 25.10.2013–28.02.2014 | LANDESMUSEUM ZÜRICH

KONZEPT

Prisca Senn, Magdalena Rühl, Rebecca Sanders

INHALT

Prisca Senn, Magdalena Rühl, Rebecca Sanders, Rebecca Morganti-Pfaffhauser

LEKTORAT

Ingrid Kunz Graf

GESTALTUNG

Rebecca Morganti-Pfaffhauser

AUSSTELLUNG

GESAMTLEITUNG

Andreas Spillmann

PROJEKTLEITUNG

Felix Graf

SZENOGRAFIE, LICHT UND AUSSTELLUNGSGRAFIK

Alex Harb

BILDUNG & VERMITTLUNG

Prisca Senn, Magdalena Rühl, Rebecca Sanders

ZUR AUSSTELLUNG

Die Geschichte der Künstlerlithografie, des Künstlerplakats und der Kunstreproduktion in der Schweiz ist eng mit dem Namen von Johann Edwin Wolfensberger (1873–1944) verbunden.

Der qualitätsbesessene Steindrucker verwirklicht seine Vision einer Firma am Schnittpunkt von Gebrauchsgrafik und Kunst 1911 in einem Neubau in Zürich. Der *Wolfsberg* vereint die 1902 gegründete Lithographische Anstalt J. E. Wolfensberger und den neuen Kunstsalon unter einem Dach. Der Kunstsalon ist die erste private Galerie Zürichs. Mit zwölf Ausstellungen jährlich.

Künstler wie Cuno Amiet, Oskar Kokoschka und Otto Dix zeichnen die Plakate zu ihren Ausstellungen vor Ort selber auf den Stein. Die erste Ausstellung findet 1911, die letzte 2007 statt. Auch für Originalgrafik ist der *Wolfsberg* eine der ersten Adressen: Hans Erni, Alois Carigiet, Henry Moore, Jean Tinguely, Bernhard Luginbühl, Dieter Roth, Peter Fischli und David Weiss, John Baldessari, Albrecht Schnider, Shirana Shahbazi und viele andere lithografieren hier. Die Reihe der Kunstreproduktionen beginnt mit dem «Schwörenden» von Hodler. Sie setzt sich über die Steindrucke der 1920er- und 1930er-Jahre und die Fotolithografien der 1950er-Jahre bis zu den Offsetdrucken für den New Yorker Kunstverlag Caspari Inc. fort. Nach fast 100 Jahren verlässt das Unternehmen den mittlerweile unter Denkmalschutz stehenden *Wolfsberg*. Die Offsetdruckerei befindet sich heute in Birmsdorf, das Steindruckatelier mit den Pressen aus der Gründungszeit an der Eglistrasse in Zürich.

Die Mehrzahl der in der Ausstellung gezeigten Drucke stammt aus dem Fundus einer durch die Swiss Graphic Design Foundation vermittelten Schenkung der Nachfahren von J. E. Wolfensberger ans Schweizerische Nationalmuseum. Der Förderfonds Engagement Migros unterstützt die Erschliessung der wertvollen Sammlungsbestände Grafik und Fotografie des Schweizerischen Nationalmuseums und macht sie damit der Öffentlichkeit zugänglich. Ab 2016 stehen die Exponate dauerhaft im neuen Studienzentrum des Landesmuseums für Recherchezwecke zur Verfügung.

Das GUT ZUM DRUCK (GzD) oder die Druckfreigabe erfolgt durch die Unterschrift des Auftraggebers auf einem möglichst druckreifen Probedruck oder Andruck vor dem endgültigen Druck der geplanten Auflage.

Der Druckbogen mit dem handschriftlichen Gut zum Druck, dem Datum und der Unterschrift des Auftraggebers dient als Referenzbogen für den Druck der bestellten Auflage und allfällige Nachdrucke. Er wird in der Druckerei zusammen mit anderen für den Auftrag wichtigen Unterlagen in einer mit der Auftragsnummer versehenen Laftasche aufbewahrt.

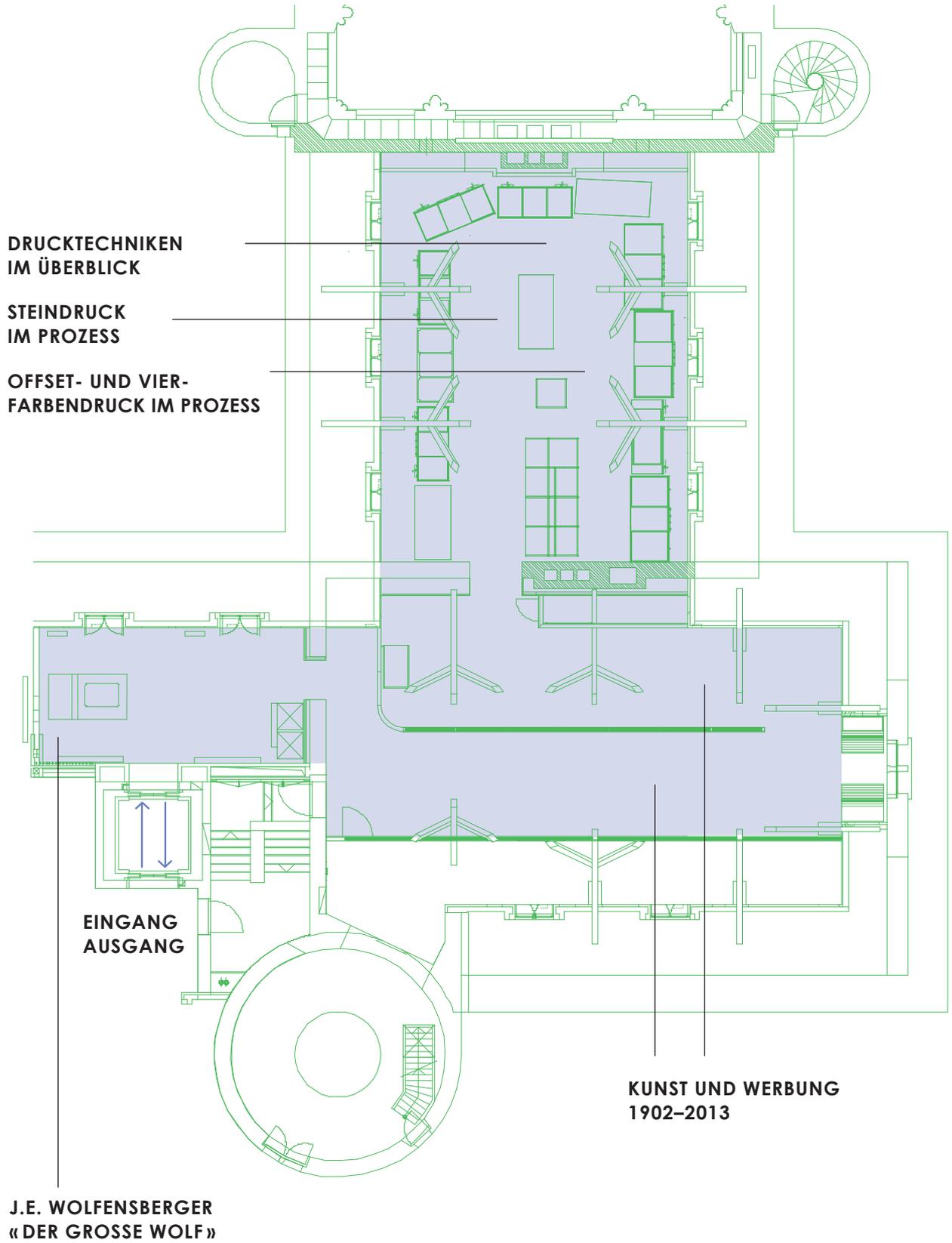
Die meisten Druckmuster, die durch die Vermittlung der Swiss Graphic Design Foundation aus dem Archiv der Graphischen Anstalt J. E. Wolfensberger als Schenkung in das Schweizerische Nationalmuseum gelangt sind, sind solche Referenzbogen.

AUSSTELLUNGSPLAN

● UNTERLAGEN FÜR SCHULEN

● BEI WOLFENSBERGER»

● «GUT ZUM DRUCK: KUNST UND WERBUNG



1. DIE CHRONIK DER J. E. WOLFENSBERGER AG 1902–2013

J. E. WOLFENSBERGER UND DER *WOLFSBERG*

1911 vereint J. E. Wolfensberger in einem imposanten Neubau an der Bederstrasse 109 in Zürich Geschäfts- und Wohnräume, Druckerei, Zeichenateliers und Kunstgalerie unter einem Dach. Mit dem klaren Ziel, im grafischen Gewerbe neue Massstäbe zu setzen.

Die wichtigste Visitenkarte der Firma ist die Werbung in eigener Sache. Die Plakate und Drucksachen für die Verkaufsausstellungen im neu eröffneten Kunstsalon gehören zum Besten, was in der Schweiz je auf Stein gedruckt worden ist.

PLAKATE

Die Erfolgsgeschichte des Plakats als Leitmedium der Strasse beginnt in den 1890er-Jahren. Seine Blütezeit fällt in die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts. Von den 1980er-Jahren an verändern Werbefernsehen, Digitaldruck und Internet Erscheinungsbild und Stellenwert des Plakats.

J. E. Wolfensberger steht bei der Geburt des Schweizer Künstlerplakats Pate. 1906 entwirft Emil Cardinaux für den Verkehrsverein Zermatt eine Mono-Karte mit dem Matterhorn als Sujet. 1908 druckt Wolfensberger die Reklamekarte als Plakat. Es wird zum Leitfossil des Schweizer Plakatschaffens. Klare Konturen, reduzierte Farbskala, starke Nah- und Fernwirkung sind seine Qualitäten.

DIE ÄRA DES STEINDRUCKS

Bis zur Einführung des Offsetdrucks ist der Steindruck das wichtigste Druckverfahren für qualitativ hochstehende Plakate, Werbe- und Geschäftsdrucksachen sowie Kunstreproduktionen. In allen drei Sparten ist die (Stein-)Druckerei J. E. Wolfensberger führend.

Der Maschinensaal mit den Andruckpressen und den vier schweren Steindruck-Schnellpressen befindet sich im Halbparterre, der grosse Zeichensaal und die Gästeateliers für auswärtige Künstler liegen im ersten Obergeschoss.

DER KUNSTSALON

Die im zweiten Stock gelegene Galerie ist eine neue Plattform für junge Schweizer Kunst. Erste Erfahrungen sammelt Wolfensberger schon 1908 mit einer improvisierten Verkaufsausstellung mit Werken von Cuno Amiet, Giovanni Giacometti, Ferdinand Hodler, Emil Cardinaux und Burkhard Mangold.

Die erste Ausstellung im Kunstsalon Wolfsberg findet im Herbst 1911 statt, wiederum mit Werken von Emil Cardinaux. Schon 1912 überrascht Wolfensberger mit einer Gauguin-Ausstellung, im gleichen Jahr folgt Hodler.

Bis in die 1920er-Jahre finden jährlich zwölf Ausstellungen statt, mit eigenem Plakat und Broschüre, darunter bedeutende Gruppen- und Einzelausstellungen: Cuno Amiet (1920/1948), Oskar Kokoschka (1923), Otto Dix (1929, 1938), Adolf Dietrich (1931/1947/1974/1981), Bernhard Luginbühl und Henry Moore (2002).

WOLFSBERGDRUCKE

Die druckgrafische Reproduktion von gemalten Bildern hat eine lange Tradition. Die Lithografie ist bis in die 1960er-Jahre die überlegene Technik für die Reproduktion von Ölbildern. Das Zielpublikum der im *Wolfsberg* zu erschwinglichen Preisen produzierten Kunstblätter sind Privatpersonen, Schulen, Spitäler, Behörden und Firmen.

ORIGINALGRAFIK

Die nummerierte und handsignierte Originalgrafik bildet einen integrierenden Bestandteil sowohl der Firmengeschichte als auch des Angebots im heutigen Wolfsberg-Verlag. Künstler wie Oskar Kokoschka und Alois Carigiet gehen im *Wolfsberg* während mehr als eines halben Jahrhunderts ein und aus. Die enge Zusammenarbeit zwischen Künstler, Patron und Steindrucker ist kennzeichnend. Damals wie heute. Im Fall von Hans Erni erstreckt sie sich über vier Generationen!

Im neuen Steindruckatelier an der Eglistrasse wird mit denselben Pressen, Steinen und Techniken gearbeitet wie im *Wolfsberg*. Zu den traditionellen Techniken gesellen sich Kombinationen mit verwandten Verfahren sowie analoge und digitale Umdruckverfahren. «Computer to Stone», heisst eines der neuen Stichworte.

DIE ÄRA DES OFFSETDRUCKS

Der Offsetdruck ist in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts das wichtigste Druckverfahren sowohl für Plakate als auch für Zeitungen, Zeitschriften und Bücher, Verpackungen und vieles mehr.

Mit der relativ späten Umstellung auf Offset 1956 beginnt bei Wolfensberger der Spezialitätendruck. Auf einer Zwei-Farben-Offsetmaschine mit Gold- und Silberbronzieranlage werden veredelte Weihnachts- und Neujahrskarten sowie Tischsets und Geschenkpapiere produziert. Auch im Offsetdruckverfahren behauptet sich die Druckerei als wichtiger Produzent von Kunstkatalogen, Firmenschriften und Plakaten.

(Quellen: Presse- und Ausstellungstexte von Felix Graf)

DIE DRUCKEREI IM WANDEL

Früher zählte das Unternehmen rund 30 Mitarbeiter: einen Grafiker, zwei Handlithografen, einen Andrucker, drei Maschinenmeister und zahlreiche Hilfsdrucker wie die Steinschleifer und die Frauen an den Maschinen. An jeder grossen Presse standen drei Frauen. Der Patron war selber gelernter Steindrucker.

Heute durchlaufen die Aufträge die Druckerei viel schneller, der Drucker steht an einer Hightechmaschine, die ganzen Abläufe sind schlanker geworden und verlaufen fast durchgehend elektronisch. Es werden heute mit deutlich weniger Personal mehr Druckaufträge produziert. Auch die Kundenbeziehungen haben sich verändert. Es ist alles viel kurzlebiger geworden.



1



2



3



4



5



6

1 Der Wolfsberg nach der Eröffnung. Fotograf unbekannt. 1911. Schwarz-Weiss-Abzug. Privatbesitz

2 J. E. Wolfensberger mit einer Druckwalze vor dem Wolfsberg. Um 1940. Schwarz-Weiss-Abzug. Privatbesitz

3 Handlithograf Oskar Haag überträgt Hodlers Tell auf den Stein. 1938. Schweizerisches Nationalmuseum

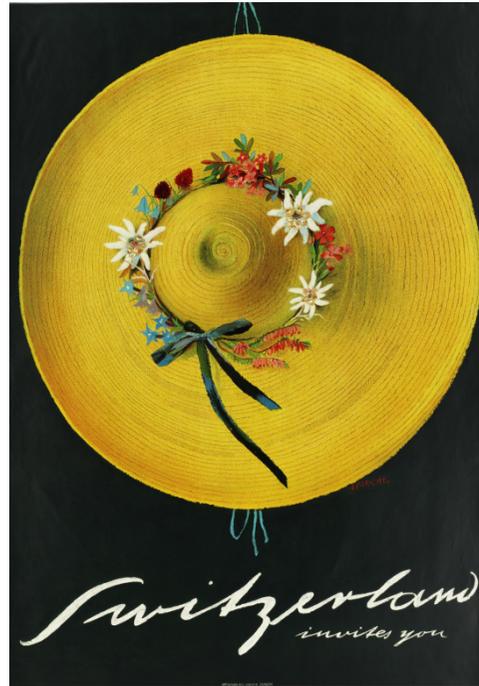
4 Maler Hans Sturzenegger und Andrucker Fritz Meier beim Probedruck der Künstlerlithografie «Sitzende Frau mit Nelke». Um 1914. Schwarz-Weiss-Abzug. Schweizerisches Nationalmuseum

5 Karl Hayd. Blick in den Maschinensaal. 1922. Öl auf Leinwand. Privatbesitz. Foto: Donat Stuppan

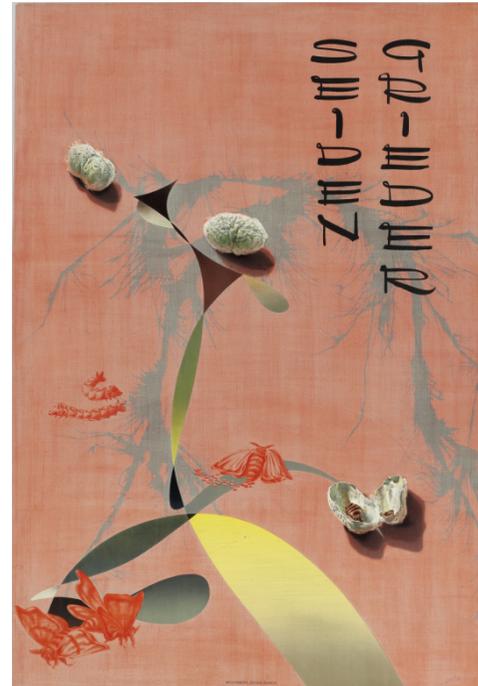
6 Emil Cardinaux. Flugblatt. 1922. Farblithografie. Schweizerisches Nationalmuseum



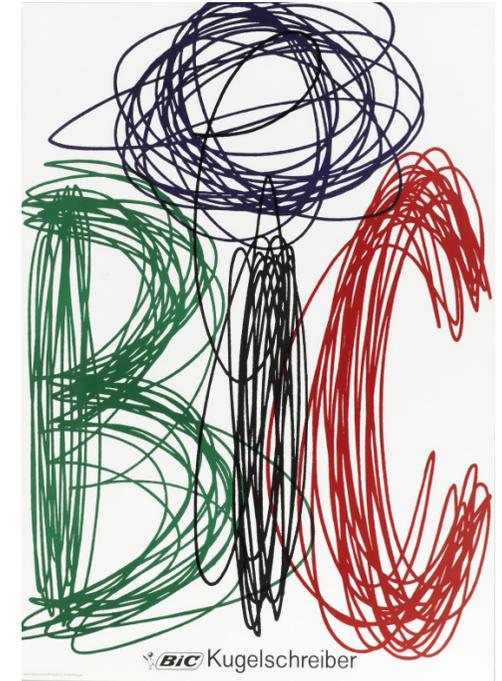
7



8



9



10

7
Emil Cardinaux. Tourismusplakat für das Palace Hotel in St. Moritz. 1920. Farblithografie. Schweizerisches Nationalmuseum

8
Alois Carigiet. Tourismusplakat für die Schweizerische Verkehrszentrale. 1937. Farblithografie. Schweizerisches Nationalmuseum

9
Hans Erni. Konsumplakat für Seiden Grieder, Zürich. 1946. Farblithografie. Schweizerisches Nationalmuseum

10
Ruedi Külling. Konsumplakat für Bic-Kugelschreiber. 1964. Offsetdruck. Schweizerisches Nationalmuseum



11

11
 Otto Dix gehört zu den bedeutendsten Künstlern des 20. Jahrhunderts. 1933 zieht der als «entarteter Künstler» verfeimte Maler in die Nähe der Schweizer Grenze, zuerst nach Randegg, 1937 nach Hemmenhofen. Im *Wolfsberg* stellt Dix 1929 und 1938 aus. Im gleichen Jahr druckt Wolfsberger eine hervorragende Reproduktion des Ölbildes «Berninalandschaft». Otto Dix signiert die Auflage eigenhändig.
 Bernina, Engadin, Switzerland. Reproduktion eines Gemäldes von Otto Dix. Vom Künstler signierter Achtfarbindruck. 1938. Lithografie. Schweizerisches Nationalmuseum



12

12
 Die in Teheran geborene Künstlerin Shirana Shahbazi (1974) lebt und arbeitet in Zürich. Ihre mit zahlreichen Preisen ausgezeichneten Arbeiten waren 2012 im Museum of Modern Art (MoMA) in New York und 2011 im Fotomuseum Winterthur zu sehen. Die Künstlerin übersetzt ihre fotografischen Arbeiten auch in andere Medien. Eines davon ist die Lithografie. Bisherige Höhepunkte sind der Tapetendruck für das Museum of Modern Art in New York, welcher mit seinen handbepuderten Silberpigmenten einen starken Eindruck hinterlässt, und die im September 2013 für den Wolfsberg-Verlag geschaffene Lithografie.
 Shirana Shahbazi. Ohne Titel, 2012. Originallithografie. Privatbesitz

2.

BLICK HINTER DIE KULISSEN

Benni und Thomi Wolfensberger leiten heute die J. E. Wolfensberger AG in vierter Generation.



Benni Wolfensberger



Thomi Wolfensberger

THOMI WOLFENSBERGER

1. *Was ist Ihre Aufgabe in der J.E. Wolfensberger AG?*

Ich leite die Steindruckerei, welche limitierte Originalgrafiken für Künstler druckt. Den haus-eigenen Verlag betreue ich auch und entscheide über das Verlagsprogramm.

2. *Was gefällt Ihnen an der Arbeit besonders?*

Mir gefällt wirklich alles: das Handwerk, die Betreuung der Künstler und die Ausarbeitung eines spannenden Verlagsprogramms.

3. *Sie führen die J. E. Wolfensberger AG zusammen mit Benni Wolfensberger in vierter Generation. War diese Arbeit schon immer Ihr Traumberuf, oder stellte die Übernahme dieser Aufgabe eher eine Pflicht dar?*

Die Berufswahl war keine Qual. Nach dem Vorkurs an der Kunsti in Zürich (Zürcher Hochschule der Künste, ZHDK. Anm. d. Red.) und einer Lehre als Buch-Offsetdrucker war der nächste Schritt zum Steindrucker einfach nur logisch.

4. *Worin sehen Sie die Zukunft der J. E. Wolfensberger AG?*

Herausragende, spezielle Drucksachen und gedruckte Kunst wird es immer geben – deren Wertschätzung und die Menge der Publikationen ist jedoch sehr offen.

BENNI WOLFENSBERGER

1. *Was ist Ihre Aufgabe in der J.E. Wolfensberger AG?*

Meine Aufgabe ist die Geschäftsleitung der Offsetdruckerei in Birmensdorf. Dies beinhaltet die Verantwortung über die Kosten, die Organisation, das Marketing, die Technik, die Nachhaltigkeit und die Personalführung der Unternehmung.

2. *Was gefällt Ihnen an der Arbeit besonders?*

Mir gefallen vor allem die vielfältigen Aufgaben in unserer Familienunternehmung. Sehr wichtig sind mir auch die Kontakte zu Mitarbeitenden, externen Partnern und allen Kunden. Ich setze mich sehr gerne für die Ideen meiner Kunden ein. Gerade anspruchsvolle Druckprojekte sehe ich immer als schöne Herausforderung, mit dem Ziel, ein tolles Endprodukt abliefern zu können. Schön ist auch, dass jedes Druckprodukt immer wieder etwas Neues darstellt. Es gibt ein neues Layout, neue Papierarten und auch laufend neue Möglichkeiten der Veredelung einer Drucksache.

3. *Sie führen die J. E. Wolfensberger AG zusammen mit Thomi Wolfensberger in vierter Generation. War diese Arbeit schon immer Ihr Traumberuf, oder stellte die Übernahme dieser Aufgabe eher eine Pflicht dar?*

Es war für mich nicht der Traumberuf, aber bis zum 23. Altersjahr lebte ich im gleichen Gebäude, in dem die Druckerei untergebracht war. Der Einstieg war ein langsamer, natürlicher Übergang – ohne dass ich von der Familie zu einer Übernahme gedrängt wurde.

4. *Worin sehen Sie die Zukunft der J. E. Wolfensberger AG?*

Die Printbranche und deren Produkte sind in letzter Zeit stark unter Druck geraten. Viele Aufträge werden nicht mehr als Printmedium realisiert, sondern nur noch elektronisch publiziert. Der Preisdruck durch die Konkurrenz aus dem Ausland ist gross. Für unsere Druckerei heisst dies, die Kosten wo möglich anzupassen und zu versuchen, die Spezialitäten weiterzupflegen und auszubauen.

Eine Druckerei wie die J. E. Wolfensberger AG wird es auch in Zukunft geben, da wir Spezialitäten im Druck anbieten und es auch noch in vielen Jahren und Jahrzehnten Druckereien für die Herstellung von solchen Printpublikationen braucht.

Interviews im September 2013

3. SPRITZIGE WERBUNG: SINALCO

Der rote Punkt und die legendäre Formflasche machen das Getränk Sinalco weltweit unverwechselbar. Mitte der 1960er-Jahre gelingt Ruedi Wolfensberger zusammen mit dem Graphic Designer Ruedi Külling mit den Plakaten für die Marke Sinalco ein werberischer Coup. Sie ist ein Beispiel für die gelungene Zusammenarbeit der Firma J. E. Wolfensberger AG mit innovativen Gestaltern. Die folgenden Ausschnitte aus einem Interview von Felix Graf mit Ruedi Külling und Benni Wolfensberger geben Einblick in diese fruchtbare Zusammenarbeit.

Ruedi Külling: 1965 hat mich Ruedi Wolfensberger, der wusste, dass ich demnächst nach New York fliegen würde, auf einem Spaziergang darauf aufmerksam gemacht, dass es in New York etwas ganz Neues, Aufregendes in der Kunst gäbe. Pop Art. Arbeiten, die mit Leuchtfarben gedruckt würden. In der Galerie Leo Castelli in der Nähe des Central Park habe ich die Arbeiten angeschaut und einige davon aus Neugier und Freude für 12 bis 16 Dollar gekauft. Blätter von Roy Lichtenstein, James Rosenquist, Andy Warhol und anderen, als Souvenirs und Mitbringsel für Freunde und Bekannte. Nur eines dieser Blätter habe ich für mich behalten.

In Zürich haben wir sogleich ein Sinalco-Plakat mit Leuchtfarben gedruckt. Der Auftraggeber, ein Direktor der Brauerei Hürlimann, die Sinalco abgefüllt hat, war stets für neue Wege in der Werbung zu haben, die Druckerei Wolfensberger ebenfalls. Beim ersten Aushang mussten wir uns von amtlicher Seite darauf hinweisen lassen, dass Signalfarben nur für die Signalisation, nicht für die Werbung verwendet werden dürften.

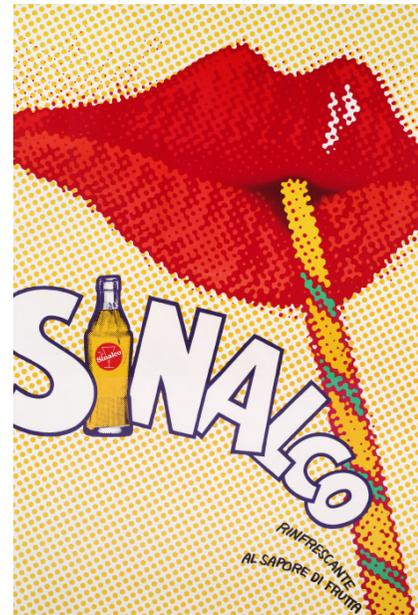
Benni Wolfensberger: Die Brauerei Hürlimann lag früher ja dem *Wolfsberg* gerade gegenüber, auf der andern Seite der Bederstrasse. Als Kinder haben wir neben der Brauerei Fussball gespielt und uns an heissen Tagen ab und zu ein Sinalco erbettelt ...

Ruedi Külling: Wir haben bewusst mit neuen visuellen Ausdrucksmitteln gearbeitet, um die Zielgruppen, im Fall von Sinalco junge Leute und Familien, zu erreichen. Dann kam der Gedanke, mit dem Produkt selber für das Produkt zu werben. Das spritzende Glas suggeriert auf den ersten Blick fruchtige Frische, sprudelndes Temperament, spritzige Jugendlichkeit. Das einzige Textelement besteht aus dem Logo auf dem Glas. Das Plakat war für unzählige Kombinationen im B12-Aushang geeignet und hat sich 16 Jahre gehalten!

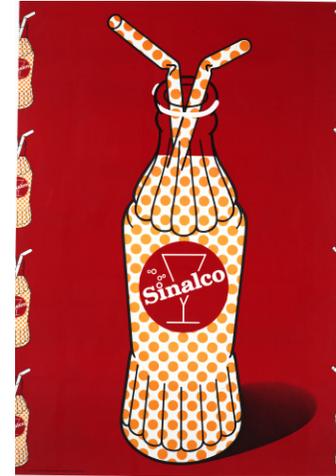
Man muss ergänzen, dass diese heute selbstverständliche Bilderwelt damals noch nicht existierte. Auf dem Computer sind derartige Bildmontagen eine Kleinigkeit. Damals haben wir tagelang geübt, wir haben das Fotoatelier regelrecht überschwemmt, bis wir das Glas so zum Spritzen brachten, wie wir es haben wollten, und der Fotograf auch noch im richtigen Moment abdrückte.

Das Bic- und Sinalco-Konzept wurden übrigens als TV-Spots adaptiert. Sie gehören zu den frühen Schweizer Werbespots. Der Werbespot für Bic wurde als erster Schweizer Werbefilm in Cannes ausgezeichnet.

(Ausschnitt aus: Graf, Felix. Designer und Drucker. Interview mit Ruedi Külling und Benni Wolfensberger. In: Gut zum Druck: Kunst und Werbung bei Wolfensberger. Hg. Schweizerisches Nationalmuseum 2013)



1



2



3



4

1 Advico-Delpire AG, Gockhausen / Peter Emch. Konsumplakat für Sinalco. 1970. Offsetdruck. Privatbesitz

4 Ruedi Külling. Konsumplakat für Sinalco. 1972. Offsetdruck. Schweizerisches Nationalmuseum

2 Ruedi Külling. Konsumplakat für Sinalco. 1978. Offsetdruck. Schweizerisches Nationalmuseum

3 Aushang von Sinalco-Plakaten in Zürich. 1980er-Jahre. Farb fotografie. Privatbesitz

4. DRUCKTECHNIKEN

Zur Zeit der Gründung der Graphischen Anstalt J. E. Wolfensberger sind auf dem Druckmarkt vier Drucktechniken im Einsatz: Hochdruck, Tiefdruck, Durchdruck und Flachdruck. Die Bezeichnungen für die vier Hauptdrucktechniken beruhen auf den druckenden und nicht druckenden Teilen der jeweiligen Druckstöcke.

Um 1900 ist der *Hochdruck* trotz Einschränkungen bei der farbigen Bildproduktion ab Klichschees das am meisten verbreitete Verfahren. Er wird seit 600 Jahren praktiziert und perfektioniert.

Der seit 500 Jahren verwendete *Tiefdruck* kommt industriell nur für hohe Auflagen infrage, da die Herstellung der Tiefdruckzylinder sehr aufwendig ist. Sowohl dem Hochdruck als auch dem Tiefdruck fehlt die Umsetzungsmöglichkeit eines Pinselduktus oder freien Zeichnens.

Der Durchdruck, auch *Siebdruck* genannt, findet zur Zeit der Jahrhundertwende noch keine künstlerische Anwendung. Das Druckverfahren mit Ursprung in der ebenfalls sehr alten Schablonentechnik wird vorab im angelsächsischen Raum für die Druckindustrie weiterentwickelt.

Der *Steindruck*, der chemische Flachdruck, ist zu dieser Zeit die meistgebräuchliche Technik im Bilderdruck. Erstmals können Künstler ohne Materialwiderstände frei gestalten. Zudem ermöglicht das Reproduktionsverfahren ab Stein hervorragende Endprodukte.

Aus dem aufwendigen Steindruckverfahren entwickelt sich in den 1920er-Jahren der *Offsetdruck*. Der ab den 1950er-Jahren alle anderen Druckverfahren dominierende Offsetdruck ersetzt die bis zu 300 Kilogramm schweren Lithografiesteine durch leichte und rund montierbare Metallplatten, die ihrerseits den Bau von leistungsfähigen Rotationsmaschinen ermöglichen.

STEINDRUCK

Der Steindruck ist das älteste Flachdruckverfahren. Für farbige Drucksachen bleibt er bis zum Offsetdruck die wichtigste Drucktechnik. Heute wird er nur noch für Original- oder Künstlergrafik verwendet. Als Druckplatte dient feingekörnter Kalkstein, vorzugsweise Solnhofer Kalkstein. Die Verwendung von Steinen als Druckform gab dem 1796 erfundenen Verfahren den Namen: Lithografie (griech. *lithos* = Stein). Der mit fetthaltigem Material bezeichnete Stein wird mit einer säurehaltigen Lösung geätzt. Das macht die zeichnungsfreien Partien wasserfreundlich und fettabstossend. In der Presse wird die Druckplatte zuerst befeuchtet, dann mit fetthaltiger Druckfarbe eingewalzt. Nur die bezeichneten Stellen nehmen Farbe auf, die zeichnungsfreien, wasser-

haltigen Stellen stossen die Farbe ab. Für den Mehrfarbendruck sind so viele Steine wie verwendete Druckfarben notwendig. Die Zeichnung auf dem Stein ist schwarz. Erst beim Druck nehmen die schwarz bezeichneten Stellen die entsprechende Farbe auf. Auf der Steindruck-Schnellpresse mit Baujahr 1905 sind 200 Drucke pro Stunde möglich.

OFFSETDRUCK

Beim Offsetdruck handelt es sich nicht um einen mit viel Gewicht erzeugten Druck, sondern um einen Berührungsdruck. Im Englischen spricht man denn auch von «kiss print». Der Offsetdruck beruht wie die Lithografie auf der chemischen Abstossung von Fett (Druckfarbe) und Wasser. Als Druckform dienen dünne, lichtempfindlich beschichtete Aluminiumplatten, die belichtet, entwickelt und auf die Zylinder der Druckmaschine gespannt werden. Bei jeder Umdrehung der Zylinder werden die Druckplatten im «Feuchtwerk» befeuchtet und im «Farbwerk» eingefärbt. Die Farbe wird nicht direkt auf den Papierbogen gedruckt, sondern auf einen Gummizylinder abgesetzt (engl. *to set off* = absetzen). Dieser überträgt das seitenverkehrte Druckbild mit wenig Druck auf das über den Druckzylinder laufende Papier.

Für den Mehrfarbendruck werden Zwei-, Vier-, Sechs- bis Zehn-Farben-Offsetmaschinen verwendet. Diese bestehen aus mehreren, hintereinander geschalteten «Druckwerken». Sie erlauben bis zu über 10 000 Drucke pro Stunde.

VIERFARBENDRUCK

Der Vierfarbendruck ist das Grundverfahren bei der Produktion farbiger Drucksachen. Im Vierfarbendruck werden die drei Grundfarben Gelb, Rot und Blau sowie die Druckfarbe Schwarz übereinandergedruckt. Die Drucker reden von Yellow, Magenta und Cyan.

Die Mischfarben entstehen durch das Übereinanderdrucken der lasierenden Grundfarben und von Schwarz für die Tiefenwirkung. Pro Farbe ist ein Druckwerk nötig.

Der Druck von Gold, Silber und Leuchtfarben oder eines satten Schwarz, zum Beispiel für Texte, erfordert zusätzliche Druckgänge. Man spricht dann je nach Anzahl der zusätzlich verwendeten Druckfarben von Fünf-, Sechs- oder Siebenfarbendruck.

(Quelle: Ausstellungstexte von Felix Graf)



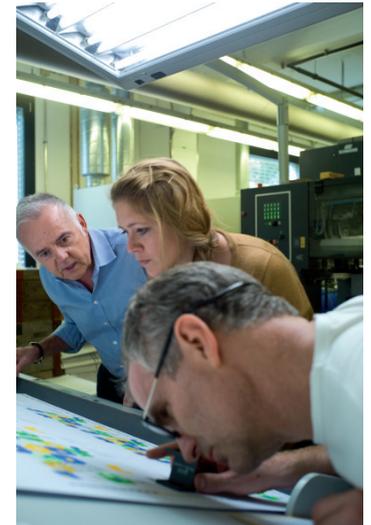
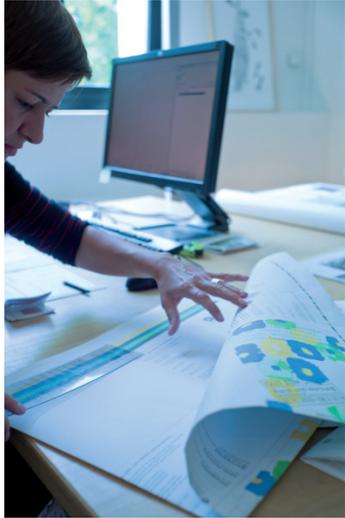




STEINDRUCK AKTUELL

Im April 2013 druckt Thomi Wolfensberger auf der Stein-
druck-Schnellpresse aus dem Jahr 1905 eine Originalgrafik
mit dem Titel «Gut zum Druck» von Samuel Buri. Samuel
Buri hat die Künstlerlithografie im Hinblick auf die Ausstel-
lung «Gut zum Druck: Kunst und Werbung bei Wolfensber-
ger» entworfen. Der Zwölfarben- und Zustandsdruck mit
den Lithosteinen und Zustandsdrucken dient als wichtig-
stes Exponat der Ausstellung.

Fotos und Copyright: Michael Bühler



OFFSETDRUCK AKTUELL

Im September 2013 druckt Benni Wolfensberger auf der Hightech-Offsetmaschine in Birmensdorf ab digitalen Bilddaten die Werbedrucksachen für die Ausstellung. Die Druckdaten für die Einladungskarte der Vernissage, für den Flyer und das Plakat wurden ab den Farbauszügen aus dem Steindruck erstellt und durch das Büro 146 gestaltet. Die Zustandsdrucke und belichteten Aluminiumplatten veranschaulichen die Technik des modernen Vierfarbendrucks im Offsetverfahren.

Fotos und Copyright: Michael Bühler

5. HAND IN HAND

Thomi Wolfensberger und der Künstler Samuel Buri, der seit 1972 bei Wolfensberger lithografiert, sprechen über ihre langjährige Zusammenarbeit im Steindruckatelier.

Samuel Buri: Was ist für Sie das Besondere an der Zusammenarbeit mit der Druckerei Wolfensberger? Es ist auf der einen Seite die Professionalität, mit der hier gearbeitet wird, und andererseits der Respekt, der dem Künstler und seiner Arbeit entgegengebracht wird. Man ist gut aufgehoben. Wichtig sind die neuen Wege, die Thomi Wolfensberger und ich gemeinsam beschritten haben. Als ich angefangen habe, im *Wolfsberg* zu lithografieren, hat man vor dem Auflagendruck einen Probedruck auf der kleinen Handpresse gemacht. Auf diesem Probe- oder Andruck erfolgte das Gut zum Druck. Als Künstler war man schon mit dem traditionellen, schrittweisen Verfahren gefordert. Als Thomi nach seiner Lehre die Leitung der Steindruckerei übernahm, hat er damit angefangen, ohne Andruck auf der Handpresse direkt auf der Schnellpresse zu drucken. Das war noch anspruchsvoller, aber auch innovativer.

Thomi Wolfensberger, die gleiche Frage geht an Sie? Was ist das Besondere an der Zusammenarbeit mit einem Künstler wie Samuel Buri? Es gibt nicht viele Künstler, die so gut lithografieren können wie Samuel Buri. Und ich mag sein Werk. Mein Grundinteresse gilt der Farbe. Seit der Zeit an der Kunstgewerbeschule. Die Zusammenarbeit mit Samuel begann für mich gleich nach der Lehre. Er war für mich eine Respektsperson, er gehört schliesslich in die Generation meines Vaters, aber er war damals auch ein ausgesprochen moderner Künstler, mit dem man sich austauschen konnte. Es kommt hinzu, dass in den 1990er-Jahren ein ökonomischer Umbruch erfolgte. Die Lithos waren plötzlich keine Cash Cow mehr. Damit war eine gewisse Verunsicherung verbunden – *Why make prints?*, hiess eine Ausstellung der Pro Helvetia –, aber eben auch die Freiheit, zu experimentieren und neue Wege zu beschreiten. Genau das war mit Samuel möglich. Plötzlich haben wir festgestellt, dass der mit dem Verzicht auf den Andruck verbundene Kontrollverlust unserem Medium guttut!

Dann ist die Lithografie also ein kollektives Abenteuer? Das ist bei Samuel Buri und mir ausgesprochen nicht der Fall. Er gibt den Auftrag, ich führe ihn aus. Die Produktion ist kostenintensiv. Samuel Buri kommt gut vorbereitet ins Steindruckatelier. Der Künstler hat genug gestalterische Probleme, der Drucker hat genug technische Probleme. Aber man hat natürlich ein gemeinsames Ziel.

Samuel Buri: Aber die Zusammenarbeit ist spannungsvoll, und es kommt sehr darauf an, ob man sich versteht oder nicht.

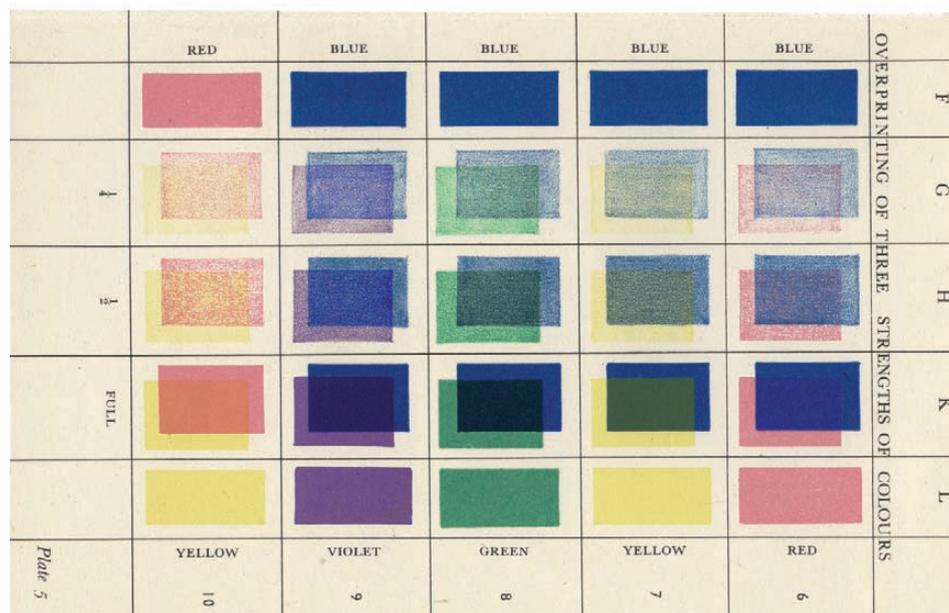
(Ausschnitt aus: Graf, Felix. *Künstler und Drucker. Interview mit Samuel Buri und Thomi Wolfensberger.* In: *Gut zum Druck: Kunst und Werbung bei Wolfensberger. Ausstellungskatalog.* Hg. Schweizerisches Nationalmuseum 2013)



Samuel Buri und Thomi Wolfensberger beim Druck der zwölf farbigen Künstlerlithografie «Gut zum Druck» im Stein-druckatelier der Graphischen Anstalt J.E. Wolfensberger. Fotografien: Michael Bühler. Zürich 2013. Copyright: Michael Bühler.

6. FARBE ALS QUALITÄTSMERKMAL

Ein besonderes Qualitätsmerkmal hochwertiger Druckerzeugnisse ist die Leuchtkraft der Farben. Dahinter steckt ein enormer Aufwand: Je nachdem, wie die Künstlerin oder der Grafiker die Farbe wünscht, sei dies eine Farbe aus einem standardisierten Farbfächer (z. B. von Pantone) oder die Farbe z. B. eines bestimmten Gegenstandes, werden die Farben durch Übereinanderdrucken von Farbschichten gemischt. Dies macht nicht selten über zehn Arbeitsgänge erforderlich. Die Farbe, die vor dem Druck wie hellgrün aussieht, wird sich auf dem Papier ganz anders präsentieren. Am Tageslicht wird nach jedem Durchgang überprüft, ob das Resultat auf dem gewünschten Papier befriedigt. Im Falle der Künstlerlithografie, von der nur eine bestimmte Anzahl Blätter gedruckt wird, kann der Farbschritt nicht mehr korrigiert werden. Die Farbmischung ist also reine Vertrauenssache zwischen Künstler bzw. Grafikerin und Drucker. Diese Abläufe brauchen viel Zeit und Erfahrung und machen schliesslich die Qualität einer Druckerei aus.



Farbtafel – Visualisierung des Übereinanderdrucks von Zweit- und Driftfarben im Steindruck, © J. E. Wolfensberger-AG

7. MEDIENVERZEICHNIS

BEGLEITPUBLIKATION

Zur Ausstellung erscheint eine reich bebilderte Begleitpublikation mit einem Überblick über die Geschichte der Graphischen Anstalt J. E. Wolfensberger, sieben Vertiefungsbeiträgen zu wichtigen Themen wie Künstlerplakat, Werbekarte und Kunstsalon und zwei Interviews über Künstler, Designer und Drucker.

«Gut zum Druck: Kunst und Werbung bei Wolfensberger», 146 Seiten, broschiert. Auf Deutsch. Schweizerisches Nationalmuseum.

ISBN 978-3-905875-37-9

CHF 28.–

Die Publikation ist erhältlich im Museumsshop oder zu bestellen über buchbestellung@snm.admin.ch

LITERATUR

Althaus, Karin. *Druckgrafik. Handbuch der künstlerischen Drucktechniken*. In Zusammenarbeit mit der Graphischen Sammlung der ETH Zürich. Zürich 2008.

Bingens, Christoph. «Swiss style». *Die grosse Zeit der Gebrauchsgrafik in der Schweiz 1914–1964*. Zürich 2000.

Fuchs, Siegfried E. *Die Lithographie. Ein technischer Leitfaden für Künstler und Sammler*. Recklinghausen 1979.

Gale, Colin. *Das Praxisbuch der künstlerischen Drucktechniken*. Bern, Stuttgart, Wien 2010.

Heigold, Otto. *Alle können drucken. Spuren erspüren*. Bern 2002.

Hollis, Richard. *Schweizer Grafik. Die Entwicklung eines internationalen Stils, 1920–1965*. Basel, Boston, Berlin 2006.

Kägi, Sonja. *Werkstatt: Kreative Drucktechniken*. Aarau 2011.

Keller, Barbara, Senn, Prisca. *Rosen, Tupfen, Streifen. SAMMELSURIUM. Familienbroschüre zur Ausstellung «Soie pirate. Textilarchiv Abraham Zürich»*. 2010 Landesmuseum Zürich.

Lutz, Hans-Rudolf. *Typoundso*. Zürich 1997.

Poster Collection. Paradies Schweiz / Paradise Switzerland. Hg. Cynthia Gavranic. Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung. Zürich 2010.

Rebel, Ernst. *Druckgrafik. Geschichte, Fachbegriffe*. Stuttgart 2003.

Rottmeier, Peter. *Wir drucken. Praktisches Handbuch mit 30 verschiedenen Drucktechniken für Schule, Heim und Hobby*. Liestal, Zell 1989.

Rotzler, Willy, Schärer, Fritz, Wobmann, Karl. *Das Plakat in der Schweiz*. Schaffhausen 1990.

Smith, Keri. *How to be an explorer of the world. Portable Art Life Museum*. New York 2008.

Why make prints: printmaking in Switzerland since 1960: artists, printers, publishers: el arte del grabado en Suiza desde 1960: artistas, impresores y editores: Druckgrafisches Schaffen in der Schweiz seit 1960: Künstler, Drucker, Verlage = La razón para la impresión = Der Grund zum Druck. An exhibition of Pro Helvetia, Arts Council of Switzerland / una exposición de Pro Helvetia, Fundación Suiza para la Cultura / eine Ausstellung der Pro Helvetia Schweizer Kulturstiftung. Zürich 1998.

Zeidler, Jürgen. *Lithographie und Steindruck*. Stuttgart 2008.

FILM

NZZ Format: Stein, Papier und Alchemie: Die Lithographie. SRF 1, Sonntag, 28.09.2008, 21.40h

LINKS

www.adfontes.uzh.ch
www.fossilien-und-steindruck-museum.de
www.nzzformat.ch/109+M54cecaea0c9
www.senefelderstiftung.de
www.typoclub.ch
www.zeichnen-lernen.net/kunstkurse/gestaltungsgesetze
www.zeichnen-lernen.net/kunstkurse/bildaufteilung

DER FARBFÄCHER

Von jeder Farbe gibt es unendlich viele Farbtöne. Blau ist nicht gleich Blau. Ein dunkles Schilfgrün wirkt ganz anders als ein giftiges Gelbgrün. Ein sattes Tomatenrot unterscheidet sich eindeutig von einem leuchtenden Signalrot. Ein Himmelblau scheint zart neben dem kräftigen Türkismeerblau.

Erstelle eine Farbensammlung.
Sammle farbige Zeitschriften, Prospekte und Flyer. Suche möglichst viele Töne einer Farbe.
Klebe sie nebeneinander auf ein Blatt.
Gib den gefundenen Farben Namen.

CARAMEL
GLACIER
BISCUIT
ABSYNTHÉ
VIEILLE PORCELAINÉ
OPALINE
CENDRE DE ROSE
JONGUILLE
WACHSWEISS
PAPAGEIENGRÜN
LEUCHTWESTEN-
ORANGE
LAVENDEL
SUNSHINE
CRANBERRY

SELBER DRUCKEN



I. KARTOFFELDRUCK

Schneide eine Kartoffel in zwei Hälften. Die Schnittfläche auf dem Küchenpapier trocken tupfen. Aus dem Querschnitt der Kartoffel einfache Formen schneiden. Die Farbe (für Papier die Wasserfarben, für Stoff die Stoffmalfarben) mit dem Pinsel auf den Kartoffelstempel auftragen. Der eingefärbte Stempel kann mehrmals abgedruckt werden. Durch die verschieden starken Abdrucke entsteht ein schöner Effekt.

- Material**
- Kartoffeln
 - Schneidmesser
 - Küchenpapier
 - Wasserfarben oder Stoffmalfarben
 - Pinsel
 - Papier oder Stoff

II. STEMPEL AUS EINEM VELOSCHLAUCH

Formen aus einem Gummischlauch ausschneiden, auf ein Holzklötzchen kleben und fantasievolle Muster drucken.

- Material**
- Gummischlauch eines Velos
 - Cutter oder Schere
 - Holzklötzchen
 - Alleskleber (z.B. Cementfix)
 - Stempelkissen
 - Acrylfarben oder Stoffmalfarben
 - Papier oder Stoff

(Aus: Keller, Barbara, Senn, Prisca. *Rosen, Tupfen, Streifen. SAMMELSURIUM*. Familienbroschüre zur Ausstellung «Soie pirate». Textilarchiv Abraham Zürich. 2010 Landesmuseum Zürich. S. 76–77.)

SCHRIFT

Schriften übermitteln Informationen. Das Aussehen der Schriften kann sehr verschieden ausfallen und hängt auch mit der erwünschten Aussage zusammen.

Welche Schriften gefallen dir besonders gut?

.....
.....
.....
.....

Welche Schriftzüge kann man sich besonders gut merken?

.....
.....
.....
.....

Welche Schriften sind besonders gut lesbar?

.....
.....
.....
.....

SCHRIFTEN SAMMELN
Zeichne und fotografiere Schriften, die dir im Alltag und in der Ausstellung «Gut zum Druck» auffallen. Lege mit diesen Beispielen eine kleine Sammlung an in einem Heft oder auf einem Blatt.
Tipp: Zum Abzeichnen einer Schrift hilft ein liniertes oder kariertes Blatt.

Welche Schriften sind besonders witzig?

.....
.....
.....
.....



Herbert Leupin. Konsumplakat für das Warenhaus Ober in Zürich. 1948. Farblithografie. Schweizerisches Nationalmuseum

TYPOGRAFISCHE EXPERIMENTE

1. Anatomie der Buchstaben:
Forme Buchstaben aus Gegenständen:
z. B. aus dem Schreibzeug auf deinem Tisch
oder aus Migros-Tragtaschen und Klebe-
band.

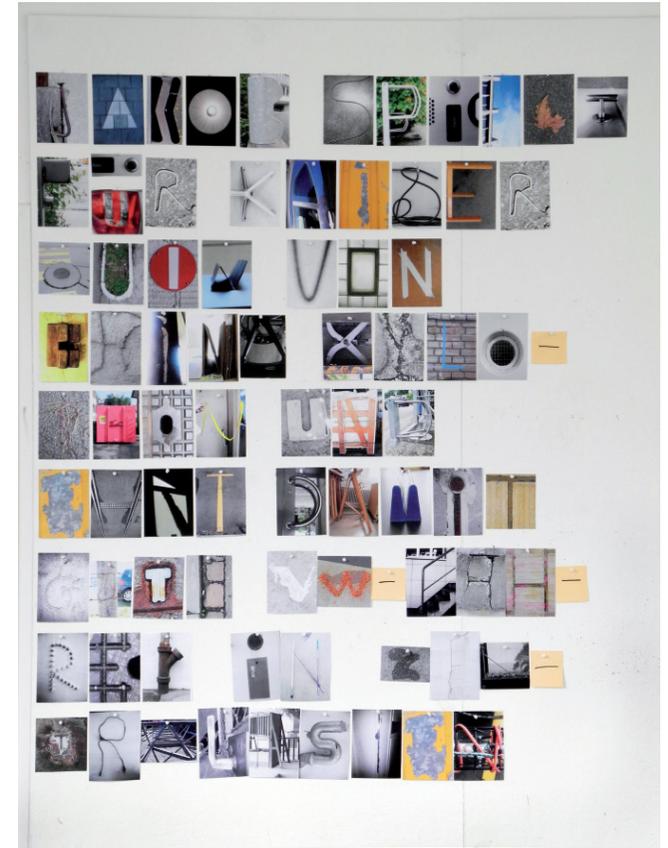
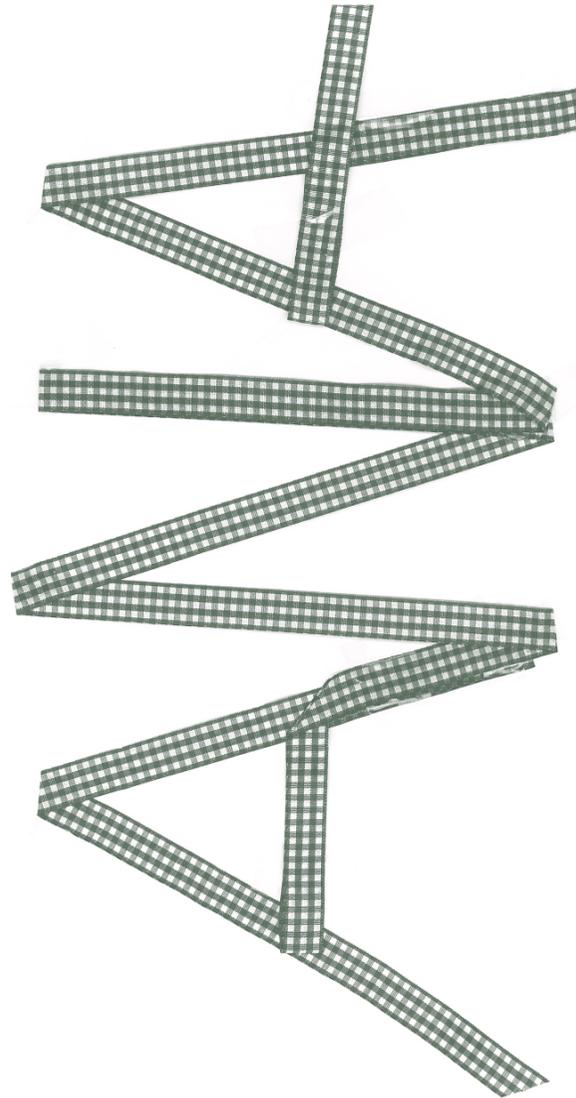
2. Gross-Schreiben:
Schreibe mit WC-Papier deinen Namen in
Schnürlischrift auf den Boden.

3. Ich bin auch ein Buchstabe:
Suche einen Gegenstand (z. B. einen Stuhl),
der einen Buchstaben darstellen kann, und
fotografiere ihn so, dass er als Buchstabe
(z. B. als L) lesbar ist. Setze ein ganzes Al-
phabet zusammen.

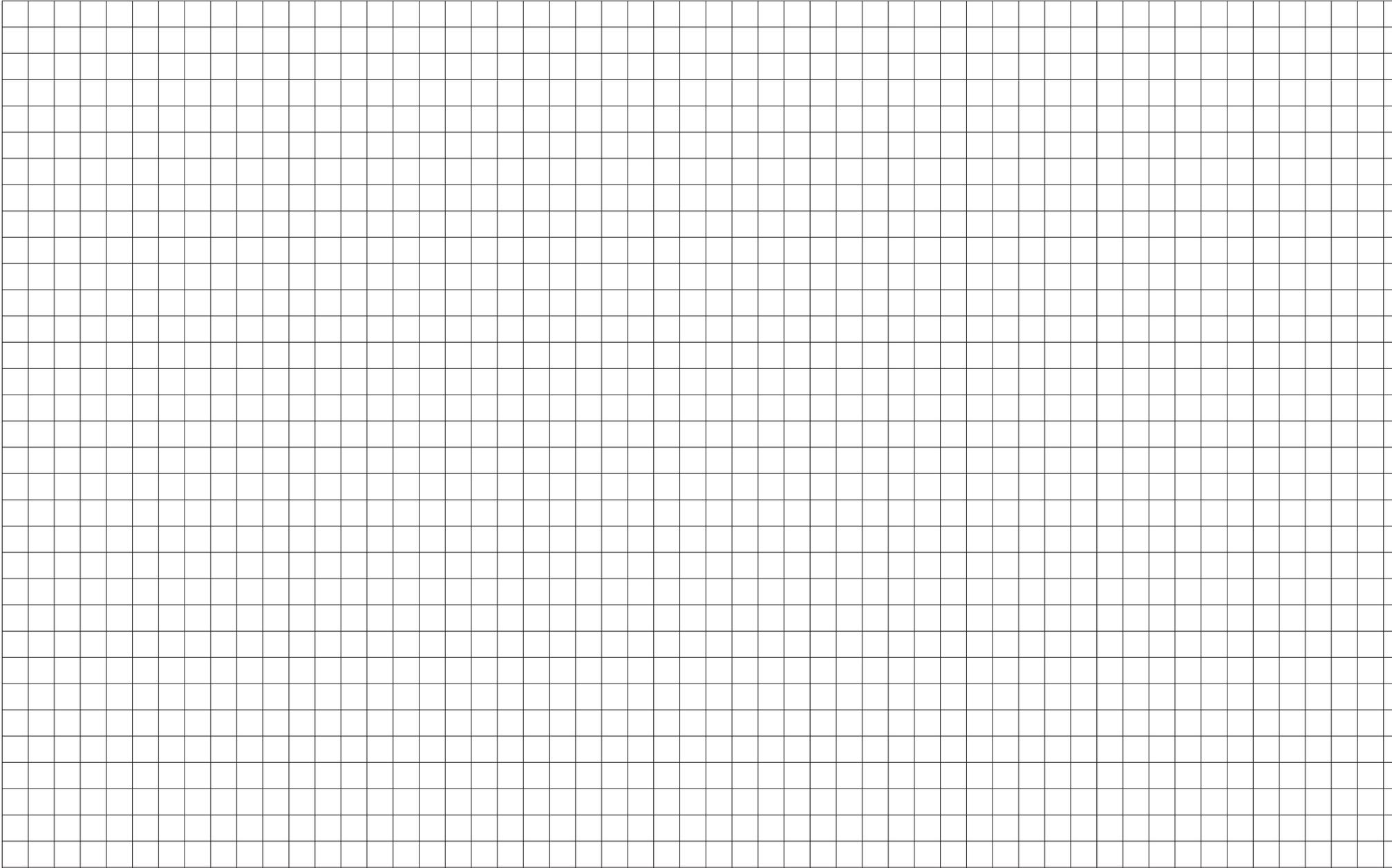
4. Das Pangramm:
Bilde aus erfundenen oder gefundenen
Buchstaben ein Pangramm.
Dies ist ein Satz, der alle Buchstaben des Al-
phabets enthält und den Grafikerinnen und
Grafikern das Schriftbild zeigt:

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE
LAZY DOG. The quick brown fox jumps over
the lazy dog.

FRANZ JAGT IM KOMPLETT VERWAHRLOSTEN
TAXI QUER DURCH BAYERN. Franz jagt im kom-
plett verwahrlosten Taxi quer durch Bayern.



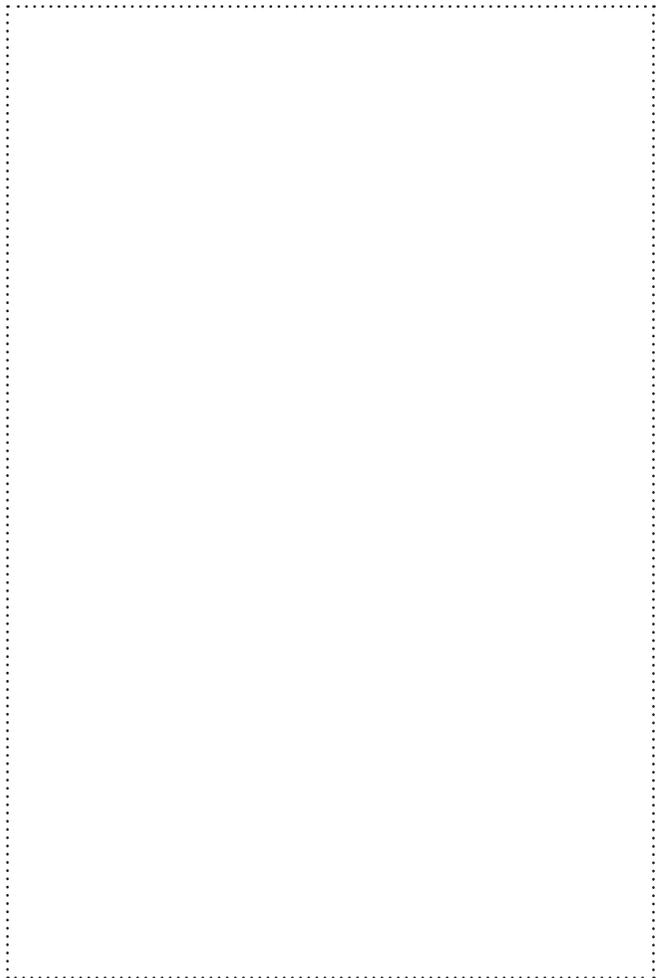
PANGRAMM. «Jakob spielt für Kaiser Quin von China Xylophon und ehrt damit gute VW-Fahrer in Zentralasien.»
Vorkursklasse 12 B, SkDZ Zürich 2013



PLAKAT

Suche in deiner Umgebung oder in der Ausstellung Plakate, die dir gefallen.

Wähle ein Plakat aus, das dir ins Auge sticht. Zeichne es ab.



BILDBETRACHTUNG

Was ist auf dem Plakat abgebildet? Beschreibe Bilder und Schriftzüge.

.....
.....
.....
.....
.....

Welche Farben wurden verwendet?

.....
.....

Welche Schrift wurde gewählt?

.....
.....

Welche Dinge sind sehr gross und sehr vereinfacht dargestellt?

.....
.....
.....

Wo gibt es leeren Raum?

.....
.....
.....

Wie stehen Bild und Text im Zusammenhang?

.....
.....
.....
.....

Mit welchen Mitteln wird versucht, die Botschaft zu übermitteln?

.....
.....
.....

Wie lautet die Botschaft?

.....
.....
.....

Wieso versteht man die Botschaft so leicht?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Was überzeugt dich an diesem Plakat?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Entwirf ein Plakat zu einem Produkt oder einer Veranstaltung, für die du werben möchtest.