

Eine Bahn im Spiegel der Zeit

Reise nach Chiasso: Die Ausstellung «Züge zwischen Kunst, Grafik und Design» im «m.a.x museo» beleuchtet die künstlerischen und grafischen Aspekte der Bahngeschichte.

Gerhard Lob Die Inbetriebnahme der Gotthardbahn im Jahr 1882 war eine Revolution. Die neue alpenquerende Bahnverbindung verkürzte die Reisezeiten zwischen Nord- und Südeuropa massiv. Im Tessin setzte der Tourismus ein, überall wurden Hotels gebaut und eröffnet. Der erste Süden war nun relativ rasch erreichbar. Die Bahn veränderte die Kultur des Reisens. Die Alpenfahrt wurde zum Genuss für die Massen.

Doch der Bau der Bahn genügte nicht, das neue Angebot musste auch bekannt gemacht und umworben werden. Für Werber, Designer und Grafiker bedeutete dies viel Arbeit. Und diese zeigten sich äusserst kreativ und erfinderisch, wie die soeben eröffnete und äusserst sehenswerte Ausstellung «Treni fra arte, grafica e design» (Züge zwischen Kunst, Grafik und Design) im «m.a.x. museo» in Chiasso nachdrücklich unter Beweis stellt. Es entstanden wahrhaftige Kunstwerke, wie etwa die Werbung für die Gotthardbahn aus der Druckerei von Gabriele Chiattoni in Mailand (siehe Bild).



Inklusive Fahrplan: Werbeplakat von Gabriele Chiattoni für die Gotthard-Bahn (1899).
Bilder: SBB Historic

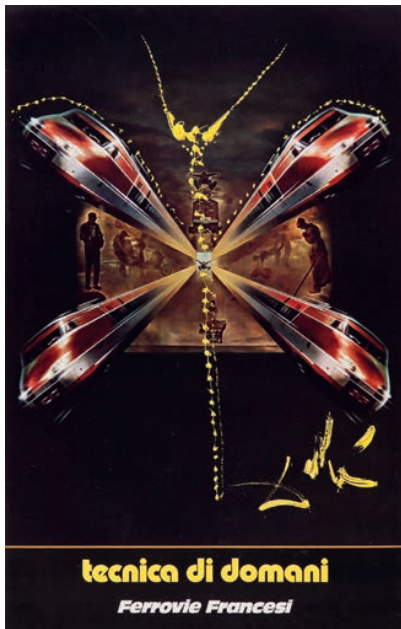
Helvetia setzt hier ihren Fuss auf das Flügelrad, das damalige Symbol der Eisenbahn. Mit ihren Händen hält sie die nördlichen Bahnverbindungen wie ein Spinnennetz. Der Verlauf der Gotthardbahn mit ihren Kehrtunneln ist erkennbar. Minutiös reproduziert sind sogar der Fahrplan 1899 für die Gotthardbahn sowie die Fahrzeiten für den Schiffsverkehr auf dem Comer-See, Luganer-See und Lago Maggiore. Geradezu verblüffend ist die Dimension dieses Plakats, das in seiner Originalversion in Chiasso zu sehen ist, mit einer Höhe von 1,27 Metern und einer Breite von 74 Zentimetern. «Zum damaligen Zeitpunkt waren die Werbeplakate noch nicht grössenmässig normiert wie heute», hält Nicoletta Ossanna Cavadini, Direktorin des Museums fest. Sie hat gemeinsam mit Oreste Orvitti, Direktor des italienischen Eisenbahnmuseums Pietrarsa in Neapel-Portici, die Ausstellung kuratiert.

Die Einführung und Anwendung der Farblithographie Ende des 19. Jahrhunderts ermöglichte es, die grossformatigen Plakate zu drucken. «Berühmte Künstler wie



Der Weg ist das Ziel: Mobiliar aus einstigen Luxus-Zügen (Privatsammlung Alessandro Bellenda).

Bild: Gerhard Lob



Technik von morgen: Salvador Dalí gestaltete 1976 dieses Werbeplakat für die französischen Bahnen. Bild: Galleria l'Image

Leopoldo Metlicotiz, Achille Luciano Mauzan, Daniele Buzzi, Plinio Codognato, der Mitteleuropäer Emil Schulthess oder auch Louis Koller und François Koller wurden mit der Herstellung von Grossanzeigen, wie sie damals genannt wurden, beauftragt», hält Cavadini fest.

Mit dem Übergang zur Belle Époque wurde das ästhetische Konzept des Designs auf die Innenausstattung der Züge ausgedehnt, von der Einrichtung bis zu

Ausstellung läuft bis April

Die Sonderausstellung «Treni fra arte, grafica e design» wurde am 9. Oktober 2021 eröffnet und ist noch bis 24. April 2022 zu sehen. Danach wird sie nach Neapel ins italienische Eisenbahnmuseum überführt (22. Mai bis 13. November 2022). Parallel zur Ausstellung werden in Chiasso viele interessante Rahmenveranstaltungen angeboten, die auf der Homepage des Museums aufgelistet sind. Im Bahnhof von Chiasso ist eine eigene Ausstellung zu sehen. m.a.x. museo, Via Dante Alighieri 6, 6830 Chiasso. Öffnungszeiten: Di-So 10-12/14-18 www.centroculturalechiasso.ch

den Begleitgegenständen, wobei jedes Detail speziell für den Zug entworfen und konzipiert wurde. Das goldene Zeitalter findet seinen Ausdruck in den Schlafwagen und im Orient-Express, wo Schönheit und Komfort einen Höchstgrad an Raffinesse erreichen. Bedeutende Art-Déco-Künstler wie René Lalique und René Prou spielten eine wichtige Rolle bei der Gestaltung der Wagen und ihrer Ausstattung. Eleganz und Luxus dieser Züge spiegeln sich auch in den Werbeplakaten. In acht Tagen konnte man sogar von London nach Bagdad reisen. Allerdings waren diese Luxuszüge und Reisen nicht für jedermann erschwinglich.

In den 1950er und 1960er Jahren führte die Frage der Wiedererkennbarkeit der verschiedenen Eisenbahngesellschaften zur Neugestaltung ihrer Logos, ihrer gesamten visuellen Identität in Form von Broschüren, Reisepostkarten, Fahrplänen, Uniformen, Werbekampagnen und anderen Identitätselementen, wobei in einigen Fällen Spitzenleistungen auf dem Gebiet der Grafik erreicht wurden. Auch der technische Fortschritt inspirierte. Interessant ist in diesem Zusammenhang das von Salvador Dalí entworfene Plakat für die französischen Eisenbahnen aus dem Jahr 1976, welches vier Züge in Propellerform anordnet und damit das Zeitalter der Hochgeschwindigkeitszüge vorwegnimmt. Die Bahn wie ein Flieger auf der Schiene.

Der Gang durch die Ausstellung von Chiasso ist inspirierend. Neben den Plakaten sind auch einige Objekte aus Zügen, Mobiliar und historische Fotografien zu sehen, die teils aus Privatsammlungen stammen. Ein Exponat der besonderen Sorte: Das Original-Generalabonnement 1949/50 von General Henri Guisan aus den Beständen von SBB Historic. Ein Leitmotiv ist indes die Verbindung zwischen Bahn und Ferien, was sich schon in einem Werbeplakat von

Hans Erni aus dem Jahr 1940 zeigt: «Mit dem Ferienabonnement durchs Helvetische Land». «In der Schweiz führen elektrische Bahnen mitten in die Wintersportgebiete», lässt sich ebenfalls finden. Dabei bleibt die Show keineswegs im Historischen verhaftet. Inzwischen haben die SBB aus den schönen Abteilen allerdings einen «Chat-room» gemacht, in denen sich Seniorinnen lebhaft unterhalten – gemäss dem SBB-Motto «unterwegs zuhause».



SBB-Bahnhofsuhr als Design-Ikone: Gestaltet von Hans Hilfiker im Jahr 1944. Gotthard-Express als luxuriöser Nachtzug Basel – Mailand (1927). Original-GA von General Guisan.