

m.a.x. museo – Chiasso

# Bahnästhetik im Spiegel der Zeit

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 rasch erreichbar. Die Bahn veränderte die Kultur des Reisens. Die Alpenfahrt wurde zum Genuss für die Massen.

wurde. Das goldene Zeitalter findet seinen Ausdruck in den Schlafwagen und im Orient-Express, wo Schönheit und Komfort einen Höchstgrad an Raffinesse erreichen. Eleganz und Luxus dieser Züge spiegeln sich auch in den Werbeplakaten.

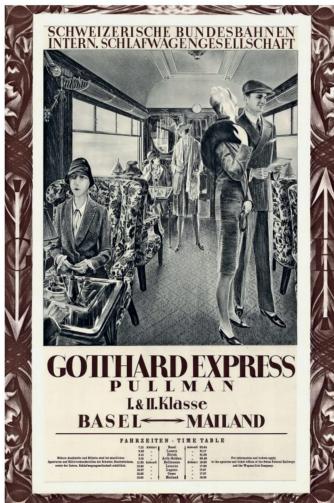
In den 1950er- und 1960er-Jahren führte die Frage der Wiedererkennbarkeit der verschiedenen Eisenbahngesellschaften zur Neugestaltung ihrer Logos, ihrer gesamten visuellen Identität in Form von Broschüren, Reisepostkarten, Fahrplänen, Uniformen, Werbekampagnen und anderen Identitäts-elementen, wobei 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: Es ordnet vier Züge in Propellerform an und nimmt

damit das Zeitalter der Hochgeschwindigkeitszüge vorweg: die Bahn wie ein Flieger auf der Schiene.

Die inspirierende Reise durch die Grafikwelt der Bahn bleibt keineswegs im Historischen verhaftet. Inzwischen haben die SBB aus den schönen Abteilen allerdings einen «Chatroom» (Tschätttruum) gemacht, in dem sich Seniorinnen lebhaft unterhalten. Gemäss dem Motto: «Unterwegs zu Hause.»

Gerhard Lob

Bild: m.a.x.



Doch der Bau der Bahn genügte nicht, das neue Angebot musste auch bekannt gemacht und beworben werden. Für Werber, Designer und Grafiker gab es viel Arbeit. Und diese zeigten sich äusserst kreativ und erfinderisch, wie die Ausstellung «Treni fra arte, grafica e design» (Züge zwischen Kunst, Grafik und Design) im m.a.x. museo von Chiasso nachdrücklich unter Beweis stellt. Es entstanden wahrhaftige Kunstwerke, wie etwa das grosse Werbeplakat für die Gotthardbahn von Gabriele Chiattone, das sogar die Fahrzeiten für den Schiffsverkehr auf dem Comersee, dem Lugarnersee und dem Lago Maggiore reproduziert.

Die Einführung und Anwendung der Farblithografie Ende des 19. Jahrhunderts ermöglichte es, die grossformatigen Plakate zu drucken. Mit dem Übergang zur Belle Époque wurde das ästhetische Konzept des Designs auf die Innenausstattung der Züge ausgedehnt, von der Einrichtung bis zu den Begleitgegenständen, wobei jedes Detail speziell für den Zug entworfen und konzipiert



Fotos: Gerhard Lob

Schon von aussen lässt sich gut erkennen, worum es sich im Innern des m.a.x. museo dreht.



Die Ausstellung in Chiasso zeigt neben Plakaten auch Alltagsgegenstände von einst und jetzt.