

SCHAFFHAUSER PLAKAT-TAGE

Plakatkunst — ein in der Wolle gefärbtes **HANDWERK**

Wie kommt eine Agentur für Kommunikationsdesign, Illustration, Grafik, Fotografie, Video und Motion Pictures dazu, ihre Räume in eine Bühne für eine Plakatausstellung zu verwandeln? In einen Ort, den man eher in den Hallen eines Museums oder einer Galerie verorten würde? *Eclipse Studios* tun's einfach und nennen die Ausstellung keck «Schaffhauser Plakat-Tage».

Von Claude Bürki

Schon der Ort des Geschehens präsentiert sich anders als eine herkömmliche Werbeagentur: Man residiert in den stillgelegten Fabrikationsräumen der legendären *Schaffhauser Wolle*. Ein Unternehmen, das weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt war, nicht zuletzt auch durch hervorragend gestaltete Plakate, die für ihre Wolle warben. *Eclipse Studios GmbH* hat diese Räume vorsichtig geöffnet, da und dort eine Wand herausgenommen, ohne den industriellen Charakter zu verfälschen. Entstanden ist so ein Loft, das vergangene Zeiten mit künstlerischem Ambiente verbindet.

Noch etwas ist anders bei *Eclipse Studios GmbH*. Ihre Mitarbeitenden waren vor ihrer kreativen Tätigkeit als Art Director, Grafik- und Industrie-Designer, als Illustrator oder Video- und Filmspezialist in einem anderen, einem handwerklichen Beruf unterwegs. MICHAEL BURTSCHER, Mitinhaber und Wortführer,

hat zum Thema Plakat und somit auch zum «Plakatverbot» eine dezidierte Meinung. Wenn regionale Gewerbebetriebe oder lokale Ladeninhaber nicht mehr mit Plakaten werben könnten, gehe ein finanzier- und sichbares Medium verloren. Dann blieben nur noch Zeitung oder Online-Kanäle. «Dann verdienen nur *Google*, *Meta* & Co. Für Gewerbler, Kulturschaffende, Museen und Theater wäre ein Plakatverbot schlimm.»

Von der Lust getrieben

«Wir haben unsere Plakatausstellung aus Lust gemacht. Dabei hatten wie das Thema Plakatverbot gar nicht auf unserem Radar», sagt BURTSCHER und lacht. «Wir verfolgen die Idee, in lockerer Folge jährlich ein Fokus-Thema zu Fotografie, Film, Illustration und Gestaltung öffentlich zugänglich zu machen.» Gemeinsam mit seinem Bruder FARO sowie RETO COAZ, Mitinhaber der *Eclipse Studios GmbH*, fiel die Wahl in diesem Jahr auf das Plakat.

Aber wie kommt eine Agentur überhaupt dazu, ihre eigene Plakatausstellung zu inszenieren? «Da sind einmal die ehemaligen Räume der *Schaffhauser Wolle*. Räume, die nicht bespielt sind. Wir finden es spannend, diese zu beleben», sagt BURTSCHER. Da die Agentur parallel ein Jugendprojekt – Gestaltung des eigenen Plakats in Tagesfrist – verfolgt, bot sich an, dieses Element zu integrieren.

«Wir kommen vom Künstlerischen her und versuchen immer wieder, Veranstaltungen durchzuführen. Es ist sehr aufwendig, aber einmal jährlich wol-

Führungsgew in Wollmützen – entspannt im Auftritt, fokussiert im Tun (von links): Reto Coaz, Faro Burtscher, Michael Burtscher.



len wir unter dem Namen *Fokus-Tage* eine Ausstellung realisieren. Dabei unterstützt uns die Verwaltung der ehemaligen *Schaffhauser Wolle* und berechnet keine Miete, die andernorts fällig würde.»

Was bringt diese Ausstellung den Machern? PR, Kundengewinnung, Bekanntheit? «Kundengewinnung – auf die Länge vielleicht schon», meint BURTSCHER zurückhaltend. Das stehe aber nicht im Vordergrund. «Bei einer Ausstellung reflektierst du ja auch über die eigene Arbeit – das ist auch spannend für die Mitarbeitenden. Und last but not least sagt vielleicht jemand, oah, das finde ich cool, mit denen möchte ich in Kontakt treten.»

Augenschmaus und Gaumenschmaus

Mit Blick auf die Exponate stellt sich die Frage nach ihrer Herkunft. Darunter sind veritable Trouvaillen. «Viele Exponate haben wir selbst entworfen, stammen aus der eigenen Küche. Einen Bereich des Raumes haben wir dem Thema «Ein Plakat, das ich mag» gewidmet. Alle Mitarbeitenden konnten ein Plakat auswählen, das ihnen besonders gefiel. Es war spannend, wie sich jede Person für ein bestimmtes Plakat entschied und welche Gründe zu der Wahl geführt hatten.»

Die *Schaffhauser Plakat-Tage* 2026 erstreckten sich über zwei intensive Januar-Wochen, begleitet von Führungen, die so unterschiedlich waren wie ihr Publikum, wobei jede ihre eigene Dynamik entwickelte, sagt BURTSCHER. Aber spannend waren alle – auch für Kinder.

Am Eröffnungsabend fanden sich rund 70 Gäste ein. Zum Start servierte die Kuratoren neben visu-

eller Kost eine Rieslingsuppe und Bratwurst als Augen- und Gaumenschmaus. «Wir wollen kein Etepetete», so BURTSCHER. Bei den *Schaffhauser Plakat-Tagen* setze man bewusst auf Lokales. Und als Schaffhauser Agentur verstehe man sich als Handwerksbetrieb, bodenständig, nahbar, ohne Schnickschnack. «Wir sind eben Handwerker», bekräftigt BURTSCHER.

Rund hundert Plakate wurden an diesen *Schaffhauser Plakat-Tagen* dem Publikum präsentiert – eine bewusst vielfältige Auswahl aus Gross- und Kleinplakaten, historischen Stücken und aktuellen Arbeiten. «Neben den Plakaten, die unserem Team besonders am Herzen liegen, war uns vor allem wichtig, eine Ausstellung zu gestalten, die überrascht und fesselt. Unter dem Titel «Leider nein!» präsentieren wir deshalb auch Entwürfe, die nie öffentlich zu sehen waren. Gerade diese Plakate werfen interessante Fragen auf: Warum haben sie das Licht der Öffentlichkeit nicht erblickt? Die Gründe dafür sind vielfältig. Mitunter fehlt schlicht das Budget. Manchmal verschiebt sich der kommunikative Fokus, sodass ein anderes Konzept plötzlich besser passt», so MICHAEL BURTSCHER.

>



Ein Zeitzeuge (links): Plakat von Herbert Berthold Libiszewski aus dem Jahr 1946. Mitte: Kundenauftrag, Imagewerbung für lokales Handwerk. Und «Leider nein!», ein unveröffentlichtes Plakat (rechts).



René Theiler sucht Kollegen und Kolleginnen, die ebenfalls für SanMobil fahren

Der gemeinnützige Verein SanMobil übernimmt im Raume Zürich Transporte zu medizinischen Behandlungen für Personen, welche nicht mit einem öffentlichen Verkehrsmittel fahren können. Dank des freiwilligen Einsatzes von Fahrern und Fahrerinnen sind tiefe Preise möglich.

Die Fahrten werden mit dem eigenen Wagen durchgeführt. Ein Verdienst sollte nicht im Vordergrund stehen, aber die Unkosten werden grosszügig abgedeckt. Freude am Kontakt mit Mitmenschen ist wichtig.

Weitere Informationen bietet die Webseite sanmobil.ch

Kontakt: 079 870 77 57 (Bürozeiten) oder info@sanmobil.ch.

Und nicht zuletzt spielen gelegentlich die Eitelkeit des «Big Boss» eine Rolle, der ein Sujet aus rein geschmacklichen Gründen ablehne.

Was ein gelungenes Plakat ausmacht, hängt stark vom Ort ab, an dem es hängt, erklärt BURTSCHER.



Aktion «Ein Plakat in einem Tag», gestaltet von einer Schülerin. Die Veranstalter zeigen sich jedes Jahr aufs Neue begeistert von der Qualität dieser Arbeiten. Die Plakate seien nicht nur charmant und überraschend originell, sondern oft auch erstaunlich präzise in ihrer gestalterischen Aussagekraft, so Burtscher.

«Ein Plakat neben einem Fahrradständer darf oder soll sogar mehr Text enthalten. Dort haben die Menschen Zeit, genauer hinzuschauen und auch einmal «ums Eck zu denken», damit die Botschaft im Gedächtnis bleibt.

Ganz anders an einer stark befahrenen Strasse. Ein Plakat, das dort lange Texte oder komplexe visuelle Inhalte aufweist, wäre ungeeignet. Die Botschaft muss auf einen Blick erfassbar sein. Alles andere wäre nicht nur ineffektiv, sondern ergäbe möglicherweise sogar ein Sicherheitsproblem.»

Der Drucker – Nachbar, Freund und Helfer

Was sich kreative Köpfe ausdenken, will auch gedruckt sein. Hier kommt die im selben Gebäude untergebrachte *Copy+Print* ins Spiel. Warum also in die Ferne schweifen, wenn viele gute Gründe für die Druckerei «next door» sprechen?

«Der kurze Weg ist ein Vorteil, oft herrscht Zeitdruck, manchmal auch Kostendruck. Wir können jederzeit schnell bei *Copy+Print* vorbeischaun und profitieren enorm vom Know-how der Druckerei», erläutert BURTSCHER. «Geschäftsführer und Inhaber ANDREAS VOGELMANN übernimmt für uns eine wichtige beratende Rolle. Sein Wissen und seine Maschinen stehen uns zur Verfügung – ob für ein Plakat, einen Flyer oder ein Magazin. Wir finden gemeinsam immer eine Lösung, die für alle passt. Oft hat er Tipps, wie sich Dinge vereinfachen lassen. Und wenn das Dreiergespann, Gestalter, Drucker und Auftraggeber frühzeitig ins Boot genommen werden, gibt es für alle weniger Stress.»

«Ein Plakat in einem Tag»

Die Einbindung von Kindern und Jugendlichen verleiht den *Schaffhauser Plakat-Tagen* eine zusätzliche, besonders lebendige und zukunftsgerichtete Note. Unter dem inspirierenden Motto «Ein Plakat in einem Tag» tauchen die jungen Teilnehmenden

in die Welt der visuellen Gestaltung ein. Unter professioneller Anleitung entwickeln sie ihre eigenen Ideen, skizzieren Motive und experimentieren mit Farben, Formen und Botschaften. So entdecken sie Gestaltung auf spielerische Weise.

Was als spontane Idee beginnt, nimmt im Laufe des Tages immer klarere Formen an. Schritt für Schritt entsteht aus einer ersten Skizze ein vollständiges Plakat – vom Entwurf über die Ausarbeitung bis zur finalen Druckvorlage. «Der Moment, in dem sie ihr Werk im Digitaldruck realisiert sehen, ist ein persönliches Highlight – ein sichtbares, greifbares Resultat ihrer Phantasie und Engagements.»

Deshalb erhalten 25 Plakate ihren Platz in der Ausstellung – gleichberechtigt neben den professionellen Beiträgen. So wird sichtbar, wie viel gestalterisches Potenzial in der jungen Generation steckt und wie bereichernd ihre Perspektiven für die Plakatkunst sein können.

Dialog zwischen Auftrag und Inspiration

Selbstverständlich hält sich die Agentur nicht zurück, wenn es um die Präsentation der eigenen Kreativität geht. In einem separaten Bereich sind ausgewählte Kundenaufträge ausgestellt. Beim Durchschreiten dieses Raumes begegnet man Plakaten aus zwei Jahrzehnten *Eclipse Studios* – Arbeiten, die nicht nur die Entwicklung der Agentur widerspiegeln, sondern auch den Wandel von Trends, Ästhetik und gestalterischem Selbstverständnis. Jedes einzelne Stück erzählt von einer Idee, einem Auftrag, einem kreativen Funken, der sich in Grafik verwandelt hat.

Als reizvoller Kontrast treten zudem 20 historische Plakate der *Schaffhauser Wolle* hinzu. Diese Zeitzeugen aus einer anderen Epoche verleihen der Ausstellung eine zusätzliche Dimension, erinnern an handwerkliche Tradition, an regionale Identität und an die visuelle Kommunikation, die weit vor der digitalen Gegenwart begann.

In ihrer Gesamtheit entfaltet die Schau eine besondere Spannung. Die Plakate aus der «freien Wildbahn» und eigenem Schaffen aus dem Einst und Jetzt erzeugen einen Dialog zwischen Auftrag und Inspiration, zwischen Gebrauchsgrafik und künstlerischem Ausdruck. Der Rundgang zeigt, wie lebendig, erzählerisch und überraschend Plakatkunst sein kann. Bei *Eclipse Studios* stets mit der in der Wolle gefärbten handwerklichen Note.



BuBu live erleben – Von der Idee bis zum fertigen Produkt

Mittwoch, 17. Juni 2026 in Mönchaltorf

Die BuBu AG mit Sitz in Mönchaltorf ist ein traditionsreiches Schweizer Familienunternehmen mit über 80 Jahren Erfahrung. Aus einer klassischen Buchbinderei hervorgegangen, hat sich BuBu kontinuierlich weiterentwickelt und verbindet heute handwerkliche Präzision mit modernsten Produktions- und Digitalprozessen.

Ein zentraler Geschäftsbereich ist die Herstellung hochwertiger, individualisierter Fotoprodukte wie Fotobücher, Kalender und Druckerzeugnisse, die vollständig in der Schweiz produziert werden. Ergänzt wird das Angebot durch professionelle Archivierungs-, Digitalisierungs- und Dokumentenmanagementlösungen. Mit diesen schafft BuBu einen nachhaltigen Mehrwert für Kundinnen und Kunden aus unterschiedlichsten Branchen.

BuBu steht für Qualität «Swiss Made», nachhaltiges Wirtschaften und eine konsequente Kundenorientierung. Die Verbindung von Tradition und Innovation, gepaart mit langjährigem Know-how und moderner Technologie, macht das Unternehmen zu einem führenden Anbieter in seinen Märkten.

Beim Firmenbesuch erhalten die Teilnehmenden einen vertieften Einblick in die Philosophie, die Produktionsabläufe und die vielseitigen Dienstleistungen von BuBu.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme und darauf, Sie bei dieser besonderen Veranstaltung begrüßen zu dürfen.

Ort

BuBu AG, Isenrietstrasse 21
8617 Mönchaltorf

Datum

Mittwoch, 17. Juni 2026
13.30 – 16.30 Uhr

Programm

- Eintreffen und Begrüssung
- Vortrag: Tradition und Innovation bei BuBu
- Betriebsbesichtigung
- Apéro und Austausch

Referent

Thomas Freitag, CEO

Kosten

Mitglieder und Partner
CHF 20.– pro Person
Nichtmitglieder
CHF 30.– pro Person
Lehrlingsmitglieder
kostenlos

Anmeldeschluss

Freitag, 12. Juni 2026

Es gilt die Reihenfolge der Anmeldung. Programmänderungen vorbehalten. Die Haftung wird ausgeschlossen. Die Annullationsversicherung ist Sache der Teilnehmer. Mit der Anmeldung wird dem Veranstalter die Erlaubnis erteilt, während dem Anlass Foto- und Filmaufnahmen zu machen und diese Aufnahmen im Zusammenhang mit der Veranstaltung für die Öffentlichkeitsarbeit und die Dokumentation, analog und digital, zu verwenden. Bei unangemeldetem Nichterscheinen (No-Shows) werden die Kosten verrechnet.



17. Juni 2026, BuBu live erleben – Von der Idee bis zum fertigen Produkt

Name / Vorname

Beruf / Funktion

Mitgliedschaft ☐ GFZ ☐ dpsuisse ☐ VSD ☐ LGB ☐ BBZB

Telefon

E-Mail

☐ Korrespondenzadresse ☐ Rechnungsadresse (wenn abweichend von Korrespondenzadresse)

Firma

Strasse / Postfach

PLZ / Ort

Anmeldung auch unter www.gfz.ch

Anmeldeschluss: **12. Juni 2026**