

«DIE NOT HAT EIN ENDE»

Okkulte Logos mit Schweizer Präzision

Wie preist man Rockmusikerkonzerte an? Brav, anarchisch, knallbunt oder gediegen: Die Rockgrafik hierzulande hat sich durchaus vielfältiger Formen bedient.

VON ERICH KELLER

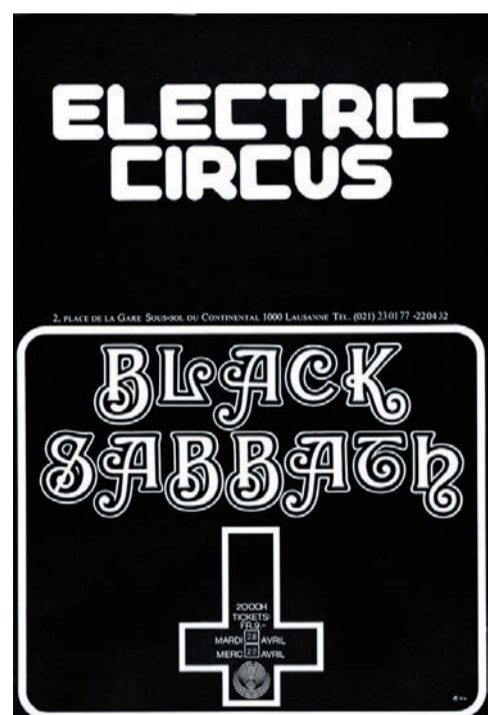
Schweizer Grafik gilt als internationales Qualitätslabel, in ihrer Präzision und formalen Strenge. Eine typisch «schweizerische» Rockgrafik jedoch gibt es nicht – eine bewegte Geschichte aber hat sie durchaus. Der dritte Teil der von Lurker Grand herausgegebenen Trilogie zu Rock und Underground in der Schweiz dokumentiert und analysiert ein halbes Jahrhundert Rock-Art made in Switzerland.

«Die Not hat ein Ende! Die Zeit der Dorf-musik ist vorbei!», pries 1962 ein Plakat verheis-

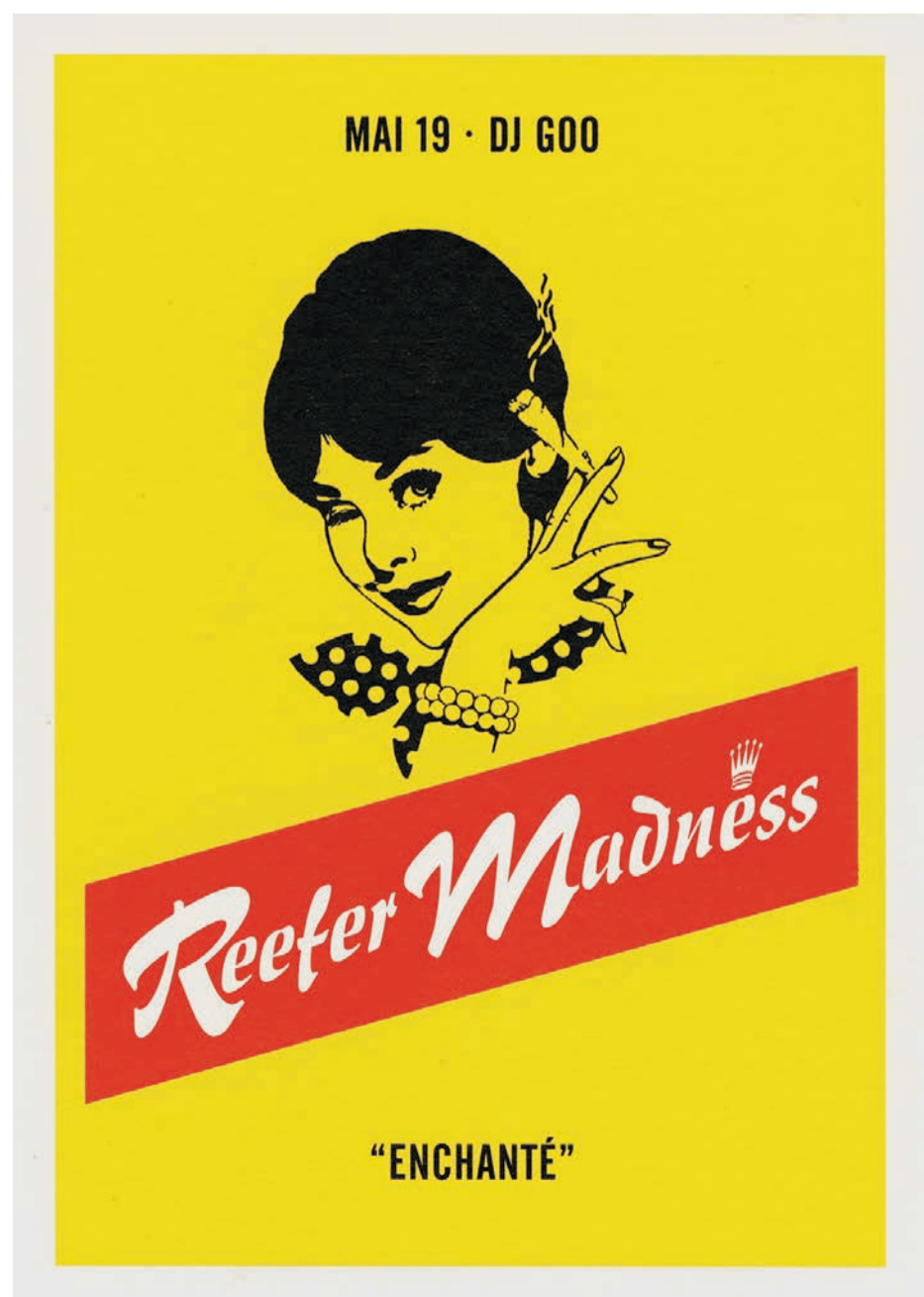
sungsvoll die Eröffnung des Treffpunkts Star-Club auf der Hamburger Reeperbahn an, wo der Aufstieg der Beatles in den Pop-Olymp begann. Rock- und Popmusik macht vor keinen Grenzen halt, und so übertönten auch hierzulande elektrisch verstärkte Gitarren bald die Schlager- und Volksmusik im «Beat Pop Protest»-Jahrzehnt und halfen mit, das wachsende Unbehagen im Kleinstaat zu verstärken. Musikjournalist Sam Mumenthaler, der diese Szene akribisch erforscht hat, beschreibt im Buch die Entwicklung der «schweizerischen» Rockmusik im Überblick als eine Importgeschichte mit Exportschwächen. Brav und nicht immer originell werden die Vorbilder aus Britannien und den USA in der Schweiz kopiert und an das geschmackliche Konkordanzmodell angepasst.

Die Macht der Schere

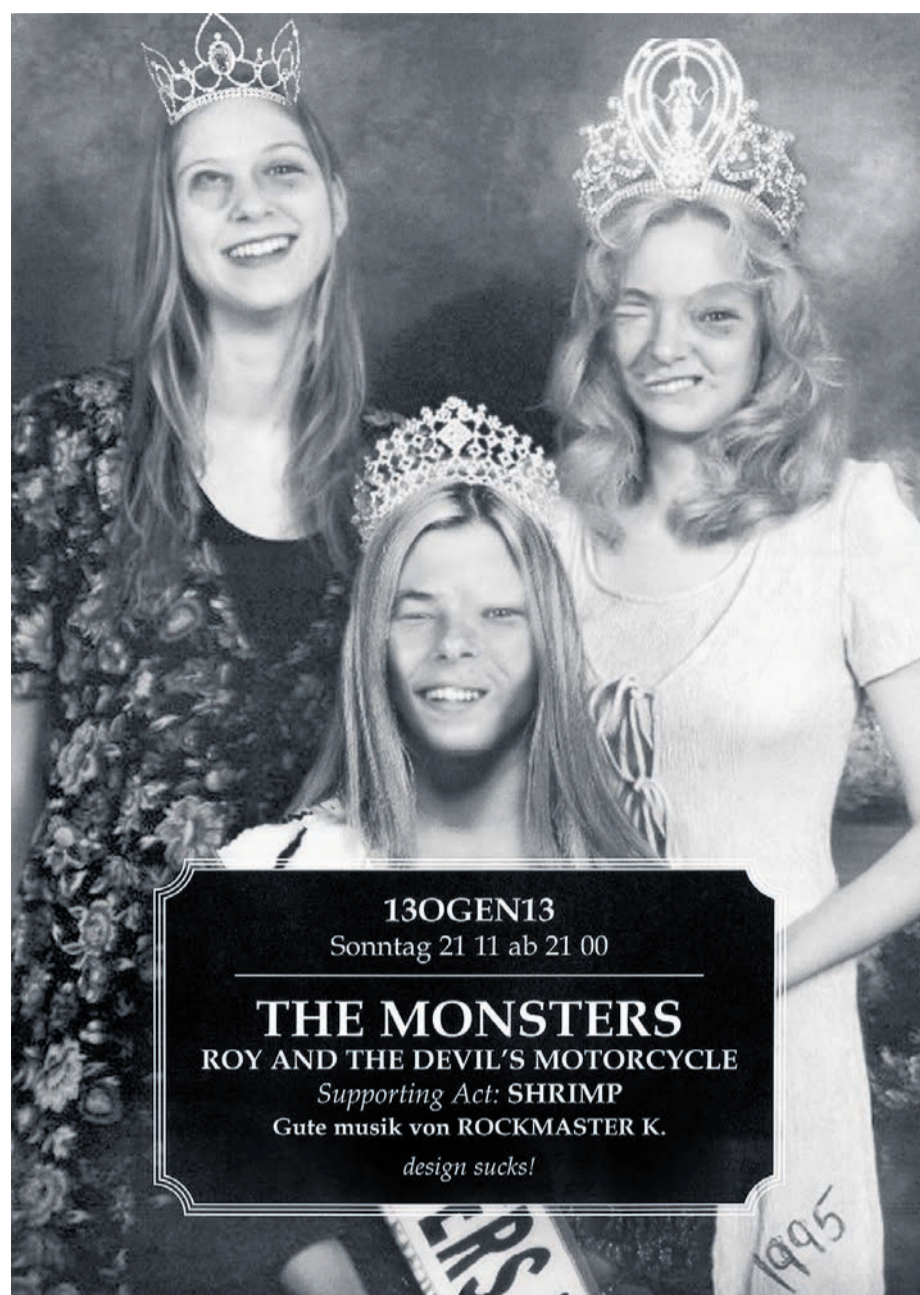
Erst dem verhältnismässig früh rezipierten (Post-)Punk mit dazugehöriger Optik gelingt es, die eingeschlafene Musiklandschaft aufzumischen. Auch grafisch: Die typische Instant Art wird von Mumenthaler als Demokratisierung und Ästhetisierung begriffen, in der Letraset, Schere und Fotokopierer vorübergehend die gestalterische Macht übernehmen. Im letzten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts diversifiziert sich die Musikszene endgültig. Der Rock beginnt zu müffeln, bis in den nuller Jahren die «Retromania» das Zepter in die Hand nimmt. Immerhin, so Mumenthaler, wird der Rockgrafik seither neues Leben eingehaucht, indem sie sich nicht bloss dem Trashigen und Ephemeren zuwendet, sondern sich der langen Tradition Schweizer Plakatkunst erinnert.



1



2



3

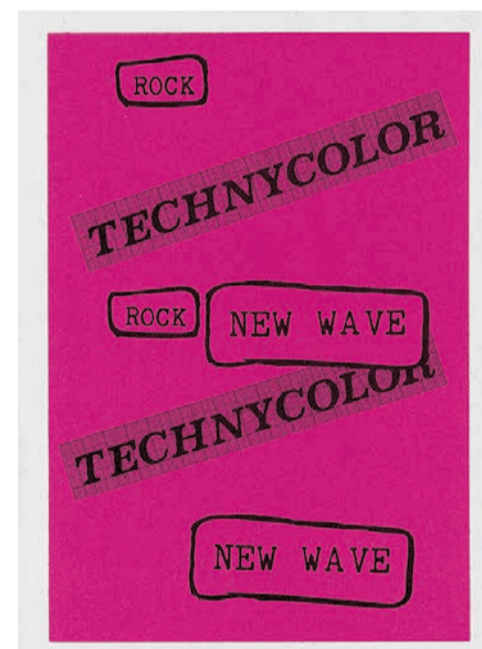
Diese Rock-Art made in Switzerland wird im Buch im Detail analysiert. Roland Fischbacher von der Hochschule der Künste in Bern und Robert Lzicar, Designforscher und Gestalter, diskutieren das gestalterische Pingpong zwischen internationaler und schweizerischer Rockgrafik. Sie schaffen so eine Grundlage für eine zeitgemässe, über das Dokumentarische hinausgehende Auseinandersetzung mit Rockmusik und Populärkultur; ein akademisches Feld, das in der Schweiz immer noch brachliegt.

Den eigentlichen Kern des Buchs bilden aber thematische und überraschende Werk-schauen ausgewählter Rockgrafiker (die weibliche Form kann man sich hier sparen, es sind ausschliesslich Männer dargestellt). Zum ersten Mal überhaupt werden beispielsweise Rock-plakate des international renommierten Grafikers Werner Jeker gezeigt. Seine konsequent in Schwarzweiss gehaltenen Affichen für den Lausanner Club Electric Circus bestechen durch Reduktion und Klarheit, zeigen, was möglich war, wenn schweizerische Präzisionsgrafik auf (nicht selten) okkult eingefärbte Rockmusik-logos traf. Auch das Werk des früh verstorbenen Peter Blumer wird gewürdigt. Seine für die Agentur Good News gefertigten Plakate kommen erst in der gezeigten Serialität voll zur Geltung – knallbunte Pop-Art, streng umrahmt, und auf jedem Plakat thronen die berühmten drei Affen mit Megafon, Feldstecher und Kopfhörer.

Niemand kontrolliert

Grafiker und Künstler der Gegenwart – darunter Alain Kupper, Michel Casarramona und Eric Anderson – zeigen, wie stark sich seit den neunziger Jahren Musik und Grafik wieder zu entkoppeln begannen, sich Bilder über die (elektronischen) Töne erhoben. Das Buch funktioniert dank der zahlreichen Abbildungen als illustrierter Längsschnitt durch ein halbes Grafikjahrhundert. Es zeigt Verschiebungen, die weit über das Thema hinausreichen: Auf dem Plakat, das 1960 zur Rock-and-Roll-Show mit den Red Dynamites in Basel lud, ist die Werbung des Sponsors Rivella markanter gesetzt als der Bandname, beides aber deutlich voneinander getrennt. Auf Flyern der neunziger Jahre, wie denen von Cornel Windlin, ist diese Trennlinie formal eingerissen, Bandname und kommerzielles Warendesign werden verschmolzen.

Rockmusik sei nun mal ausufernd, grenzenlos, voller Widersprüche, offen sei sie, frei, international, ja das Gegenteil der SVP-Schweiz, sagt Herausgeber und Rockarchäologe Lurker Grand im Gespräch. Niemand kontrolliere sie, immer noch habe sie die Macht, zu irritieren und zu provozieren. Diese Vielfalt darzustellen, sei Aufgabe und Herausforderung gewesen. «Die Not hat ein Ende» markiert in der Tat den gelungenen Abschluss der mit «Hot Love»



4

(2006) und «heute und danach» (2012) von Lurker Grand in enger Zusammenarbeit mit der Edition Patrick Frey begonnenen Trilogie zur Geschichte und Aktualität des rockmusikalischen Undergrounds der Schweiz. Diese detailversessenen, aufwendig produzierten Bücher seien in ihrem barocken Überschwang eigentlich unmögliche Bücher, meint André P. Tschan, der an allen drei Publikationen mitgearbeitet hat.

Für «Die Not hat ein Ende» wurde sogar eine eigene Schrift entworfen, vom Schweizer Typografen Mirco Schiavone – und benannt wurde sie, natürlich, nach einem Musiker. Nicht Polo Hofer, nicht Endo Anaconda, nicht Sophie Hunger oder Gölä – sondern nach dem Chamäleon aus England, Bowie.



Lurker Grand (Hrsg.): «Die Not hat ein Ende. The Swiss Art of Rock». Edition Patrick Frey, Zürich 2015. 498 Seiten mit 535 Abbildungen. 78 Franken.

Buchvernissagen: Fumetto Comix-Festival Luzern, 15. März, und M4Music in Zürich, 27. März.

- 1 Werner Jeker: Plakat für einen Auftritt von Black Sabbath in Lausanne, 322 x 487 cm, 1970.
- 2 Cornel Windlin: Plakat für die Veranstaltungsreihe «Reefer Madness», 85 x 120 cm, 1995.
- 3 Alain C. Kupper: Plakat für The Monsters, 460 x 640 cm, 2004.
- 4 Ives Penet und Urs Steiger: Plakat für die Band Technicolor, 110 x 150 cm, 1979.