



1



2

- 1 Visitenkarte, Rudolf F. Bech – Bech Electronic Centre, 1959 61, Gestaltung: Gerstner + Kutter, Basel, CH / Karl Gerstner, Donation: Gerstner, Gredinger + Kutter, Werbeagentur AG, Basel, CH. Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.
- 2 Entwurf für Rechnungsformular, Bech Electronic Centre, 1959 61, Gestaltung: Gerstner + Kutter, Basel, CH / Karl Gerstner, Donation: Gerstner, Gredinger + Kutter, Werbeagentur AG, Basel, CH. Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.

Die Basler Agentur Gerstner + Kutter, die in den 1960er-Jahren unter dem Namen Gerstner, Gredinger + Kutter GGK internationale Erfolge feierte, gilt vor allem in ihrer Frühphase als stilbildend. Der Grafiker Karl Gerstner (1930–2017) fand in Markus Kutter (1925–2005) den idealen Texter – und umgekehrt. Sie machten intelligente Werbung auf untypische Weise, steigerten die Kraft der Werbeaussage durch integrale Wort- und Formspiele. So auch bei diesem Inserat für das Bech Electronic Centre von 1959/1960.

Obschon der Werbeberuf in Gestalterkreisen verpönt war, gründeten der Grafiker Karl Gerstner und der Historiker Markus Kutter 1959 ihre eigene Agentur Gerstner + Kutter – Werbung, Graphik und Publizität in Basel. Die beiden hatten zuvor bei der Chemiefirma J.R. Geigy AG gearbeitet – Gerstner als Grafiker, Kutter als Pressechef – und zusammen zwei wegweisende Bücher herausgegeben: den synthetischen Roman *Schiff nach Europa* (1957) und den Jubiläumsdoppelband *Geigy 1758 bis 1939 und Geigy heute* zum 200-jährigen Bestehen der Firma Geigy (1958). In beiden Werken bilden Idee, Text und Gestaltung eine integrale Einheit. Dieses Prinzip, das Gerstner

1959 «integrale Typographie» nannte und in seinem Kultbuch *Programme entwerfen* (1964) zur interdisziplinären Methode erweiterte, kam auch bei der Konzeption von Erscheinungsbildern und Werbekampagnen zum Tragen. So beispielsweise bei der Gestaltung des visuellen Auftritts des Zürcher Elektronikgeschäfts Bech Electronic Centre ab 1959. Gerstner erkannte, dass sich der Firmenname für Wortspiele eignete und erhob diese Einsicht zum konzeptuellen Leitfaden. Indem er die Wortkombinationen auf den Drucksachen und Werbemitteln variierte, machte er diese interessanter. Die Varianten suggerierten zudem die elektronische Serienbildung. Beim halbseitigen Tageszeitungsinserat gliederte er den üppigen Werbetext von Kutter so, dass dieser abschnittsweise wie in einem Verzeichnis unter den fetten Versalien stand. Diese bereiteten das Wortspiel des Firmenlogos vor. (Barbara Junod)

Werbeinserat, Bech Electronic Centre, 1959–1961  
Gestaltung: Gerstner + Kutter, Basel, CH / Karl Gerstner  
Text: Gerstner + Kutter, Basel, CH / Markus Kutter  
Auftrag: Bech Electronic Center, Zürich, CH  
Material/Technik: Papier, Offsetdruck  
27.7 × 34.1 cm

Donation: Gerstner, Gredinger + Kutter, Werbeagentur AG, Basel, CH  
Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

<https://www.eguide.ch/de/objekt/bech-electronic-centre/>