



# JUNGFRAU-BAHN



# /DE ALPEN IN BEELD

## Toen de fotografie nog een verre droom was...

***Vandaag is het vanzelfsprekend dat we onze indrukken en ervaringen in luttele seconden kunnen delen met anderen. We bewaren duizenden jpg-bestanden voor later gebruik of gewoon als herinnering. De oudere generatie heeft thuis nog een massa dia's in de kast liggen die, om praktische redenen, amper nog bekeken worden. En in een oude koekjesdoos bewaren we oude foto's, in zwart/wit of met vervagende kleuren. Maar nog voordat de Alpen door een lens werden bekeken maakte de reclame al veelvuldig gebruik van beelden.***

### EEN BEELD ZEGT MEER DAN DUIZEND WOORDEN

In de negentiende eeuw was er een ontluikende toeristische industrie waarvoor een vermogend publiek naar de steden en de Alpendorpen werd gelokt. Uitgevers maakten reisgidsen en de bergpanorama's moesten daarin de grote blikvangers zijn. Zwitserland liep inzake toerisme op kop. Hotels wilden adverteren om hun investering te laten renderen en een goede tekenaar kon daarbij wonderen verrichten. Hij kon de compositie naar eigen keuze invullen en er wat eigen stijlaccenten aan toevoegen om de opdrachtgever en de klanten te behagen. Meestal maakten de kunstenaars ter plekke enkele snelle schetsen om die dan later uit te werken met alle nodige details. Aquarel was de schildertechniek die compact genoeg was om hoog in de bergen mee te dragen. Drukkerijen gebruikten lithografische technieken om kleurrijke affiches te maken.

Een nevenverschijnsel was dat enkele van die reporters en tekenaars mettertijd uitstekende bergbeklimmers werden.

Nochtans was de fotografie toen al uitgevonden. Joseph Niépce en Louis Daguerre experimenteerden in het begin van de negentiende eeuw met de fotosynthese en slaagden er voor het eerst in om beelden vast te leggen op een papieren drager. Dit opende grandioze mogelijkheden, maar het had nog enorme beperkingen. De nieuwe techniek was erg omslachtig en de kwaliteit kon niet wedijveren met het werk van de virtuoze schilders en grafici. De uitgevers bleven nog tot in de vijftiger jaren van de vorige eeuw kiezen voor getekende illustraties. Het is duidelijk waarom, een tekening kon immers beter bijgestuurd worden. De tekenaars plaatsden de dingen in een optimale compositie terwijl de fotografie enkel kon registreren. Pas in 1988 ontwikkelden de broers Thomas en John Knoll het digitaal beeldbewerkingsprogramma Photoshop, wat een nieuwe revolutie teweegbracht in de drukkunst en de desktoppublishing. Maar eigenlijk deden de tekenaars van bergenlandschappen een eeuw voordien ook al aan "photoshoppen", alleen werd dat toen niet zo genoemd. Dat heette toen "componeren, accentueren, romantiseren" of ook "dramatiseren".





*"SCHRECKHORN UND EISMEER AN DER STATION DER JUNGFRAUBAHN"  
RECHZIEGEL PLAATSTE ONDERAAN RECHTS ZICHZELF IN BEELD,  
SAMEN MET ZIJN VROUW ANNA (1905)*



## KUNSTENAARS WERDEN VEDETTEN

Net zoals de berggidsen hun sterren hadden zo waren er ook bij de illustratoren enkele grote namen die het illustratieniveau dermate overstegen waardoor ze als grote kunstenaars erkenning kregen. Anderen kregen hun erkenning meer op basis van hun sportieve prestaties, of voor beide. De bekendste is ongetwijfeld Edward Whymper die in 1860 door een Engelse uitgeverij naar Frankrijk was gestuurd om er hele reeksen panorama's te tekenen in de Centrale- en de Westelijke Alpen.

De dramatiek van Whymper's eerste beklimming van de Matterhorn werd dan weer krachtig in beeld gebracht in de schilderijen en gravures van Gustave Doré, terwijl die zelf niet naar de Alpen ging maar zich baseerde zich op Whymper's schetsen en beschrijvingen. Aan de andere kant van de Alpen was vooral E.T. Compton actief als illustrator en schilder. Maar dezelfde Compton opende ook tientallen nieuwe en zware klimroutes in de Dolomieten. In Oostenrijk waren Gustav Jahn en Otto Barth gerespecteerde ontwerpers van spoorwegposters en vooral Barth werd een veelgevraagd schilder van alpine scènes.

De geschiedenis van het toerisme in Zwitserland kan je volgen in de evolutie van de reclameposters. Vooral de spoorwegen waren de belangrijkste troef om toeristen aan te trekken. Bovenaan zijn alle posters van de hand van Anton Reckziegel, de onderste rij illustreert de periode erna. Vanaf de jaren twintig van vorige eeuw begon de ArtDeco en het modernisme de stijl te domineren.

## DE BELLE EPOQUE VAN DE AFFICHEKUNST

In Zwitserland had Anton Reckziegel zich rond 1900 ontpopt tot de bekendste posterontwerper. Eigenlijk kan je de hele evolutie van het toerisme in Zwitserland illustreren met spoorwegposters van Reckziegel. Zijn werk schitterde in de detaillering en zijn posters worden vandaag nog gretig gekocht. Reckziegel was eigenlijk geboren in Gablonz aan de Neisse, dat nu Jablonec noemt en in Tsjechië ligt. Na zijn opleiding tot landschapschilder in Graz vond hij werk bij een bedrijf in Aarau dat reclameborden schilderde. In 1893 verhuisde hij naar Bern en werkte er in een drukkerij waar hij naast wat reclamewerk vooral postkaarten ontwierp. In 1904 kreeg hij als zelfstandig reclamekunstenaar de eerste opdracht voor een spoorwegaffiche. Dit was het begin van een periode van tien jaar dat hij de markt van de toeristische posters in Zwitserland helemaal domineerde. Reckziegel kreeg ook opdrachten uit Duitsland en Oostenrijk en zelfs vanuit België waaronder een affiche voor de grotten van Han.

Zijn werk was allesomvattend en niemand kon de vraag naar uitnodigende voorstellingen van de Zwitserse vakantietroeven zo krachtig in beeld brengen. Het Alpine Museum der Schweiz in Bern bezit met negentig affiches de grootste collectie van zijn origineel geschilderde werken.

Na de wereldoorlog werkte Reckziegel nog voornamelijk vanuit Oostenrijk waar hij zich al in 1909 had gevestigd. De erkenning vanuit Zwitserland was groot en tot zijn laatste levensjaren bleef hij opdrachten uitvoeren. 🇨🇭

