



Die 1869 in Basel gegründete Metzgerei Bell, heute ein international tätiges Unternehmen, engagierte bereits früh führende Plakatgestalter für ihre Werbung. 1939 arrangierte Herbert Leupin (1916–1999) liebevoll Wurstscheiben und Speck auf einem Holzbrettchen und setzte dabei ganz auf die Fleischeslust der Kriegsgeneration.

Das Gürkchen setzt in der rosaroten Farbpalette von Herbert Leupins Stilleben einen markanten Farbakzent. Leupin, der über Jahrzehnte hinweg ein Ein-Mann-Atelier in Basel betrieb, gilt vielen Gestaltern und Werbern als Vorbild. Wie kein Zweiter verstand er es, mit populären Produktplakaten den Zeitgeist zu treffen. Das Bell-Plakat, in der fotografischen Dingtreue der Neuen Sachlichkeit ausgeführt, zählte zu seinen ersten Erfolgen. Neben grossem handwerklichen Können war es auch werberisches Denken, das Leupin auszeichnete. Seine Markennamen und -persönlichkeiten sowie einprägsamen Slogans waren ganz der Emotionalisierung verpflichtet. Für sein Bell-Plakat verzichtete Leupin auf jeglichen Text, verwendete den erst 1938 von Paul O. Althaus entworfenen Schriftzug jedoch als Brandstempel auf dem Schneidebrett. Die

grosse Kundennachfrage nach dem Brettchen führte Bell erst zur Produktion des Merchandising-Artikels, welcher auf Leupins Salami-Plakat von 1948 schon ganz selbstverständlich auftaucht. (Bettina Richter)

<https://www.eguide.ch/de/objekt/bell/>