

Schauen Sie nicht hin! Steigen Sie nicht ein! Machen Sie keine Probefahrt!

— denn aus einem 'deux chevaux' steigen überraschend die ungewöhnlichsten Leute. Das ist ein Wagen für Persönlichkeiten.
— wenn Sie nicht einen universellen Wagen mit einem universellen Komfort wünschen. Das ist das wahre Mehrzweck-Automobil.
— wenn Sie nicht Ungewöhnliches erleben wollen. Fahreigenschaften, die Sie noch nicht kennen. Sie sehen hier ein technisches Kolombus!

Kaufen Sie diesen Wagen nicht!

— wenn Sie von einem Auto nichts Neues erwarten. Mit einem 'deux chevaux' werden Sie überrascht. Sie entdecken ein Fahrzeug, das anders ist.
— der stützende Riess unter den Kleinen. der Sparsamste für das, was er leistet, das Auto, das immer gesund bleibt.
— Nur kluge, unabhängige, rechnerische Leute besitzen 'deux-chevaux' oder werden es noch und wer ihn einmal fährt, fährt ihn für immer.



C. Schlotterbeck, Automobile AG, Zürich, Verkaufsl lokale Falkenstrasse 12, Telefon 34 00 54, Werkstätten Badenerstrasse 415



- 1 Werbeinserat, Steigen Sie nicht ein!, 1960, Gestaltung: Karl Gerstner, Text: Markus Kutter, Donation: Gerstner, Gredinger + Kutter, Werbeagentur AG, Basel, CH. Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.
- 2 Werbeinserat, Schauen Sie nicht hin!, um 1960, Gestaltung: Karl Gerstner, Text: Markus Kutter, Donation: Gerstner, Gredinger + Kutter, Werbeagentur AG, Basel, CH. Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.

Ever since it was founded, in 1959, the Basel advertising agency Gerstner + Kutter has attracted attention with its exceptional advertising campaigns. In a series of advertisements from 1960 for the Zurich car dealership C. Schlotterbeck, the Citroën 2 CV was advertised with negative headlines like "Don't buy this car!" accentuated with ironic and humorous captions accompanying the images.

The innovative advertising campaigns by the Basel agency Gerstner + Kutter, headed by the graphic designer Karl Gerstner (1930–2017) and the copywriter Markus Kutter (1925–2005), attracted first local and then international attention. The firm's very first advertising commissions, which came from the duo's circle of acquaintances, already revealed extraordinary approaches. For example, the campaign for the reopening of the Rheinbrücke department store in Basel visualized a virtual dialogue between a customer and the Rhine bridge (*Rheinbrücke*). Even more daring was an advertising campaign for the Zurich car dealership C. Schlotterbeck featuring the legendary Citroën 2 CV, which appeared in the daily press. Kutter used negative headlines throughout,

juxtaposed with corresponding visual irony generated by his colleague Gerstner. The headlines of this four-part series were summarized in the last advertisement. They read: "Don't look!", "Don't get in!", "Don't take a test drive!", and at the very end, big and bold, "Don't buy this car!" Beneath this, written in lowercase letters, were the words: "... if you don't expect something new from a car." Then, paradoxically, the advantages of a small car were listed, while beneath this a black bar almost completely obscured the depicted 2 CV, thus ostensibly discouraging the readership from purchasing the vehicle. The extensive photographs that Kutter organized for the casting were produced by Gerstner. The client seemed to approve of the witty and flippant campaign. In any event, the duo became an overnight sensation. (Barbara Junod)

Werbeinserat, Kaufen Sie diesen Wagen nicht!, 1960
Gestaltung: Gerstner + Kutter, Basel, CH / Karl Gerstner
Text: Gerstner + Kutter, Basel, CH / Markus Kutter
Auftrag: C. Schlotterbeck Automobile AG, Zürich, CH
Material/Technik: Papier, Andruck
34.9 × 49.8 cm
Donation: Gerstner, Gredinger + Kutter, Werbeagentur AG, Basel, CH
Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

