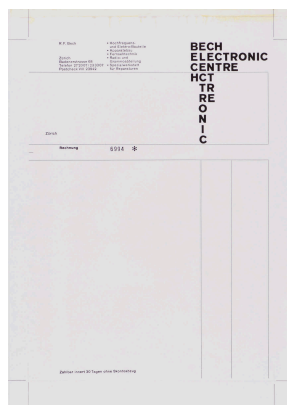


1



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.

L'œuvre stylistique pionnière de l'agence bâloise Gerstner + Kutter, qui fait une percée internationale dans les années 1960 sous le nom de Gerstner, Gredinger + Kutter (GGK), voit principalement le jour au cours de ses premières années. Karl Gerstner (1930-2017), graphiste, trouve le rédacteur idéal en Markus Kutter (1925-2005) – et inversement. Ils font une publicité intelligente et hors des sentiers battus, accroissent la force du message publicitaire par des jeux intégrant la forme et les mots. En témoigne cet encart de 1959-1960 pour Bech Electronic Centre.

Bien que la publicité pâtisse d'une mauvaise réputation chez les graphistes, Karl Gerstner, graphiste, et Markus Kutter, historien, fondent en 1959 leur agence de publicité et de graphisme à Bâle, et la baptisent Gerstner + Kutter. Ils ont tous deux travaillé auparavant au sein de l'entreprise chimique J.R. Geigy AG – l'un comme graphiste, l'autre comme chef du service presse – et ont publié ensemble deux livres innovants : le roman synthétique *Schiff nach Europa* (Un bateau pour l'Europe, 1957) et l'ouvrage en deux volumes publiés pour le bicentenaire de Geigy, *Geigy 1758 bis 1939* et *Geigy heute*

(Geigy de 1758 à 1939 et Geigy aujourd'hui, 1958). Dans les deux œuvres, idée, texte et mise en page forment une entité. Ce principe, que Gerstner baptise « typographie intégrale » en 1959 et qu'il approfondit en méthode interdisciplinaire dans son ouvrage culte, *Programme entwerfen* (Concevoir des programmes, 1964), est également appliqué à la conception d'identités visuelles et de campagnes publicitaires. En témoigne la communication visuelle de Bech Electronic Centre, magasin d'électronique zurichois, à partir de 1959. Karl Gerstner comprend que le nom de la société se prête au jeu et il en fait son fil conducteur conceptuel. Il varie les combinaisons de mots sur les documents imprimés et supports publicitaires, ce qui en accroît l'intérêt. Les déclinaisons suggèrent de plus l'idée de la série électronique. Dans l'encart de presse d'une demi-page, il structure l'abondant texte publicitaire de Markus Kutter en le découpant et le plaçant sous les capitales en gras, à la manière d'un index. Les capitales préparent le jeu de lettres sur le logo de l'entreprise. (Barbara Junod)

Werbeinserat, Bech Electronic Centre, 1959–1961
Gestaltung: Gerstner + Kutter, Basel, CH / Karl Gerstner
Text: Gerstner + Kutter, Basel, CH / Markus Kutter

Auftrag: Bech Elechtronic 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/fr/objekt/bech-electronic-centre/>