

EINLEITUNG

008

1 RAHMEN

1.1 Eine demokratische Kunst:
Die Konstruktion eines
nationalen Plakatschaffens im
Ausstellungskatalog

026

1.2 In diplomatischer Mission:
Das Schweizer Plakat als Sendung
der Pro Helvetia

038

1.3 Kunst und Kunstgewerbe im
Spiegel des Plakats: Über die
Spezifik des Mediums im Rahmen
von nationaler Repräsentation

054

2 WERTEN

2.1 Designförderung oder
Kulturpropaganda? Die Einführung
der staatlichen Plakatprämierung
in den 1940er Jahren

072

2.2 Von Stilkritik
zum Nationalstil:
Die Prämierung im Spiegel
des Fachdiskurses

095

3 VERBREITEN

3.1 Zwischen Lehr- und Kulturschau:
Präsentationsmodi von
Das Schweizer Plakat (1949–1952) 111

3.2 Grafikdesign als
nationale Kompetenz: Die Rezeption
in britischen Fachkreisen 125

3.3 Wie das MoMA das modernistische
Narrativ von Schweizer Grafik stahl 133

4 EINSCHREIBEN

4.1 Das Vermächtnis:
Folgeausstellungen zwischen Außenpolitik
und aktuellen Entwicklungen im Design 157

4.2 Schweizer
Grafik als internationale
Marke: Rückwirkungen auf den Fach-
diskurs Ende der 1950er Jahre 174

4.3 Eine Nation mit grafischem Gespür? 187

ANHANG

194