

Das Bild der Schweiz : Wandel und Konstanz

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2001)**

PDF erstellt am: **18.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630191>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

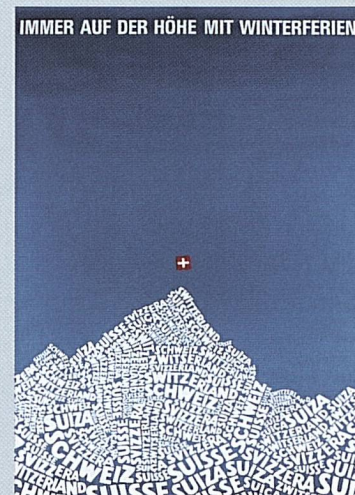
Das Bild der Schweiz: Wandel und Konstanz.



Emile Cardinaux,
Sommer in der Schweiz, 1921



Alois Carigiet,
Für geruhsame Ferien die
Schweiz, 1953



Peter Kunz,
Immer auf der Höhe mit
Winterferien, 1967



Herbert Matter,
Für schöne Autofahrten
die Schweiz, 1935

tung für die touristische Werbung verloren, wie die kommende Kampagne «Berge.®» zum UNO-Jahr der Berge belegt.

Plakatwerbung behält in der touristischen Kommunikation über Jahrzehnte einen hohen Stellenwert. Seit jeher zeichnet die Zusammenarbeit mit bekannten Künstlern und Grafikern die Werbung von Schweiz Tourismus aus. Alois Carigiets Plakat, das 1953 für geruhsame Schweiz-Ferien warb, steht stellvertretend dafür; Schweizer Design genießt einen ausgezeichneten Ruf. Auftragswerke von Schweiz Tourismus haben Geschichte gemacht und Aufnahme in die bedeutendsten Sammlungen der Welt gefunden.

Herbert Matters Plakat «Für schöne Autofahrten die Schweiz» von 1935 visualisiert die Begeisterung der Zeit für das Automobil mit einer faszinierenden Dramatisierung der Gotthardpassstrasse. Noch sind die Strassen leer, herrscht

freie Fahrt für den Autotourismus. Das Bild des Tourismuslandes Schweiz prägte die Plakate über die Jahrzehnte. Einzig in den grafikbegeisterten Siebziger Jahren nahmen Text und Grafik überhand, ausgezeichnet illustriert mit dem Plakat «Immer auf der Höhe mit Winterferien», wo Peter Kunz schon 1967 Schweiz und Berg auf einen grafischen Nenner bringt.

Die jüngsten Werbemittel zeigen, dass die Konstante der «grossen Landschaft», mit den Augen herausragender Gestalter gesehen, zentrales Thema der Foto- und Bildarbeit von Schweiz Tourismus bleiben wird.

Ein Blick zurück auf die knapp 85 Jahre Schweizer Tourismusförderung zeigt Wandel und Konstanz. Am Anfang stehen die legendären Berge, wie im Plakat «Sommer in der Schweiz» des Künstlers Emile Cardinaux von 1921. Bis heute haben die Berge nichts von ihrer Bedeu-