

Tourismusplakate : mal für feine, mal für kleine Leute = Affiches touristiques pour tous les goûts

Autor(en): **Nosedá, Irma**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]**

Band (Jahr): **47 (1974)**

Heft 2

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-775224>

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 Reisen war des Bürgers Lust und Privileg durchs 19. Jahrhundert hindurch bis zum Ersten Weltkrieg. Die Schweiz, das Reiseland par excellence, war Anziehungspunkt für die Wohlhabenden ganz Europas; in der piekfeinen Ambiance der Hotelpaläste, auf bequem angelegten Spazierwegen und Aussichtspunkten spielte sich hier zur Sommerzeit das Gesellschaftsleben ab. Nach Kriegsausbruch 1914 aber blieben die pompösen Hotels leer. Und auch nach dem Krieg kehrte nur ein Teil der ausländischen Stammgäste zurück: vielen war solcher Luxus jetzt unerschwinglich, oder der Grenzübertritt wurde ihnen erschwert. Mit allen

die Unternehmer. Sie kämpften um einen Lohn, der ihnen wenigstens ihre Existenz sicherte, sie kämpften um das Recht auf Erholung; um kürzere Arbeitszeit, geregelte Ruhetage und – nach dem Ersten Weltkrieg – um bezahlten Urlaub (1910 hatten 8 % der Fabrikarbeiter bezahlte Ferien; 1939 hatten 60 % der Arbeitnehmer 6 bis 9 Tage bezahlte Ferien). Trotzdem war es den Arbeitern nicht möglich, ihre paar sauer verdienten Ferientage weg von der engen Stadtwohnung in den Schweizer Erholungsgebieten zu verbringen. Ihr Zahltag reichte dazu nicht aus. In diese Marktlücke sprang 1935 der Hotelplan, das erste Reiseunternehmen

TOURISMUSPLAKATE: MAL FÜR FEINE, MAL FÜR KLEINE LEUTE

Entwurf: M. Zimmermann, 1890. Plakatsammlung des Kunstgewerbemuseums Zürich
Die Berg- und Seelandschaft ist Hintergrund für die luxuriösen Hotelanlagen als Treffpunkt des europäischen Vorkriegsbürgertums. Die verführerisch lächelnde Zigeunerin verspricht Weltstadt-Amusement in Schweizer Alpenluft

Le décor de montagnes et de lacs sert de toile de fond pour les grands hôtels de luxe où se retrouvaient les élites européennes d'avant-guerre. L'agüichante bohémienne, à droite, déploie en éventail derrière elle toutes les tentations que pouvaient offrir alors les grandes stations de villégiature alpêtres

Laghi e monti fanno da sfondo all'albergo di lusso, luogo d'incontro della borghesia dell'anteguerra. Il sorriso della zingara promette svaghi da metropoli nel clima alpino della Svizzera

Lake and mountain serve as a background for luxurious hotels, the meeting-places of Europe's pre-war bourgeoisie. The exotic figure of the gipsy is to be understood as a promise of all the allurements of the world of entertainment—in pure Alpine air

GRAND HOTEL DE CAUX
SUR
MONTREUX
Switzerland

CAUX EN HIVER

LAKE OF GENEVA
CAUX is 3300 feet above the sea.
Charming excursion from Montreux,
by mountain railway and carriage road.

Distances of Caux from:

ZÜRICH	via Lake and Rorschach	20
GENÈVE	via Montreux	25
AMSTERDAM	via London	30
BRUXELLES	via London	35
ST. PETERSBURG	via London	40
VIENNE	via London	45
PARIS	via Montreux	50
MILAN	via Lugano	55
ROME	via Florence	60
BARCELONA	via France	65
MADEIRA	via London	70
PARIS	via Montreux	75

Tourists should not leave Switzerland
without having seen this beautiful
and marvellous mountain panorama.

PANORAMA DU GRAND HOTEL

Mitteln versuchte die heruntergekommene Hotellerie die goldene Zeit wieder herauf zu beschwören. Vermehrt – und mit Erfolg – wurde um gutsituierte Schweizer Gäste geworben.

Um die Jahrhundertwende erstarkte die schweizerische Arbeiterbewegung. Gewerkschaften und Arbeiterparteien führten einen harten Kampf gegen

für kleine Lohntüten. Vergeblich protestierte die Grosshotellerie und prophezeite den Untergang der Reisekultur schlechthin; der kommerzialisierte Massentourismus war geboren. Die Klasse der kleinen Lohnabhängigen kümmerte sich nicht um die Ablehnung der Hoteliers und begann, in die elitäre Ferienszene einzudringen. Irma Noseda

AFFICHES TOURISTIQUES

Pendant le XIX^e siècle, et jusqu'à la Première Guerre mondiale, voyager resta un privilège réservé à la classe aisée. La Suisse, pays de tourisme par excellence, attirait les gens nantis de toute l'Europe; la vie de société se déroulait dans l'ambiance raffinée des palaces, sur les promenades et les belvédères alpestres spécialement aménagés pour agrémenter les belles journées d'été.

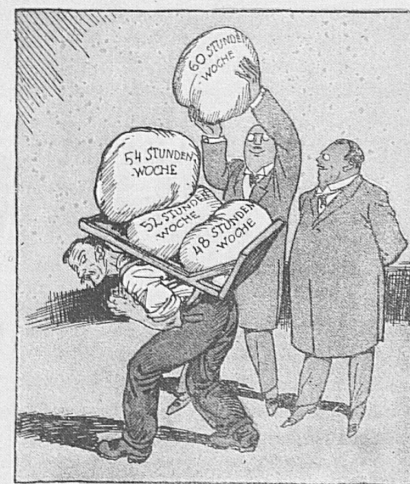
Mais dès qu'éclata la Guerre de quatorze, les fastueux hôtels restèrent vides. Et même après la guerre, la plupart des anciens hôtes ne revinrent plus, soit parce que leur nouvelle situation ne le leur permettait plus, soit parce que le passage des frontières était hérissé d'obstacles. L'hôtellerie en détresse s'efforça, par tous les moyens, de faire revivre l'âge d'or. Elle fit appel de plus en plus – et non sans succès – à la classe aisée du pays.

Dès le début du siècle, les milieux ouvriers commencèrent en Suisse à s'émanciper. Syndicats et partis ouvriers engagèrent une lutte sans répit contre le patronat. Ils revendiquaient des salaires suffi-



Die beiden Plakate spiegeln die neue Situation des Fremdenverkehrs in der Zwischenkriegszeit anschaulich: Ferien sind nicht mehr länger das Privileg der Allerreichsten. Angestellte und auch Arbeiter schmieden Ferienpläne. Und alsbald richtet sich die Tourismuswerbung mit Plakaten an sie, aber mit einer ganz neuen, bilderbuchhaften Lebhaftigkeit. Den Reiseunkundigen wird die Schweizer Landschaft als fröhlicher Tummelplatz für «kleine Leute» naiv und bunt geschildert. Im Unterschied dazu das Plakat mit der gediegenen Dame, die vor dem stillblauen See und den heeren Berggipfeln mit ihrem roten Schirm posiert. Nur angedeutet sind im Hintergrund die berühmte Silhouette von Luzern und Hotelpaläste, als Referenzen für «feine Leute».

Deux affiches, qui rappellent la nouvelle situation du tourisme dans la période d'entre-deux-guerres: les vacances ne sont plus le privilège exclusif des classes aisées. Des employés et même des ouvriers peuvent élaborer des projets de vacances; la propagande touristique ne tarde pas à s'adresser aussi à eux, mais dans un style nouveau, coloré et simplifié. Pour les novices du voyage, le paysage suisse est dépeint comme une sorte de joyeuse kermesse à l'usage de tous. Sur l'autre affiche, une dame attrayante se prélassait sous une ombrelle rouge au bord d'un lac bleu, que dominent les cimes altières des Alpes. C'est à peine si l'on voit se profiler au loin la silhouette de Lucerne et de ses palaces – discret appât pour la clientèle «distinguée».



Selig sind die Mühseligen und Beladenen.

In dieser Welt trägt wohl auf Schritt und Tritt ein jeder Mensch sein Päcklein Sorge mit. Doch angenehmer, wenn man's überlegt, ist's, wenn ein anderer deine Sorgen trägt. Auch diese Männer haben das erkannt und die Erkenntnis praktisch angewandt. Sie gehen wohlbeleibt und schön befrachtet, dem andern wird gemächlich aufgepackt. Wir aber sagen laut: Das darf nicht sein! Bezeug' es, Bürger, durch ein kräftig **NEIN!**

I due affissi rispecchiano la nuova situazione del turismo fra le due guerre. Le vacanze non sono più privilegio esclusivo dei più abbienti. Impiegati e pure operai pensano ad esse. E perciò la propaganda turistica si rivolge anche a loro, ma con una vivacità del tutto nuova. Al turista inesperto la Svizzera viene presentata come un campo di giuochi gaio e multicolore per gente di mezzi modesti. In contrasto l'affisso con la signora elegante con l'ombrellino rosso dinanzi ad un lago azzurro e tranquillo e montagne maestose. Sullo sfondo solo un accenno alla celebre siluetta di Lucerna con i grandi alberghi, referenza per la «gente di mondo».

POUR TOUS LES GOUTS

sants pour assurer leur existence et leur droit aux loisirs: horaires de travail réduits, réglementation sur les jours de repos et, après la Première Guerre mondiale, les congés payés. (En 1910, 8% des ouvriers bénéficiaient de congés payés; en 1939, 60% des salariés avaient droit à six à neuf jours de congé payé.) Seulement quelques ouvriers touchaient un salaire suffisant pour échapper parfois à leurs logements exigus des villes et aller passer, dans un lieu de villégiature en Suisse, des vacances bien courtes qu'ils avaient chèrement payées. C'est l'organisation «Hôtel-Plan», qui, en 1935, rendit pour la première fois le tourisme accessible aux gens disposant de salaires modestes. En vain, la grande hôtellerie protesta, prédisant la décadence prochaine du tourisme; un fait nouveau avait bel et bien pris naissance: le tourisme de masse commercialisé. La foule des gagne-petit, indifférente au dédain des grands hôteliers, fit ainsi son entrée dans le décor des lieux de villégiature, qui étaient naguère réservés aux élites.

Flugschrift zur Abstimmung vom 2. Januar 1924. Verfasst von Dr. G. Laur, schweiz. Bauernsekretär. Herausgegeben vom schweiz. Bauernverbande.

93 Z
331 **Asarum**

stimmen wir bei Revision von Artikel 41 des Fabrikgesetzes betreffend die

Verlängerung der Arbeitszeit

Ja! 295
331

Weil der Achtstundentag die Exportindustrie schädigt, die Arbeitslosigkeit vermehrt, die Produktion und die Lebenshaltung verteuert.

Weil kein einziger wichtiger Industriestaat der Welt die Arbeitszeit in den Fabriken allgemein tatsächlich so beschränkt hat wie die Schweiz.

Xweil es einem gesunden Menschen nichts schadet, wenn er statt 48 Stunden 54 Stunden in der Woche arbeitet.

Weil auch viele Arbeiter es nicht verstehen, daß man ihnen verbietet, etwas länger zu arbeiten und so mehr zu verdienen.

Weil, wenn die Revision vertorfen wird, die liegesfreundigen Sozialdemokraten und das Internationale Arbeitsamt in Genf auch noch den Bauern den Normalarbeitsstag aufzwingen möchten, und das Schweizervolk nun einmal sagen soll: Bis hieher und nicht weiter!



SCHWEIZ
Hin- und Rückreise · Hotel · prima Verpflegung · Strand-
bad · Schiff · Bergbahnen
„Alles inbegriffen“
7 TAGE ARRANGEMENTS
von Fr. **67.-** an **HOTEL-PLAN**

These two posters mirror the changed situation of the tourist trade between the two wars: holidays are no longer a privilege of the rich. Office and factory workers can now afford a week or two away from home. Tourist promotion is therefore addressed to them through the poster, but with a new picture-book brand of vitality. The Swiss landscape is sold to the as yet untravelled as a cheerful playground for ordinary folk, all in a naive and colourful vein. A hint of the old exclusivity, however, is still retained in the poster showing the fashionable lady with parasol, and with a backdrop of blue lake waters and distant peaks. The famous silhouette of Lucerne and its palatial hotels is discreetly incorporated as a token of social refinement.

Lido Luzern, Entwurf O. Landolt, 1932; Hotel-Plan, Autor unbekannt, 1936. Plakatsammlung des Kunstgewerbemuseums Zürich

Flugschriften: Die Abstimmungskampagne 1924 für und gegen die Arbeitszeitverlängerung der sogenannten Lex Schulthess illustriert den harten Kampf der Arbeiterschaft um ihr Recht auf Erholung. Schweiz. Sozialarchiv, Zürich

Manifesti per la votazione del 1924 per o contro l'estensione delle ore lavorative, la cosiddetta «lex Schulthess», ricordano la dura lotta dei lavoratori per il diritto al riposo

Tracts: la campagne pour les votations de 1924 sur la loi Schulthess, «pour ou contre la prolongation des horaires de travail», illustre le dur combat des ouvriers pour faire reconnaître leur droit à des loisirs

Pamphlets: The propaganda in 1924 for and against the Lex Schulthess, which would have raised working hours to 52 per week, illustrates labour's struggle for the right to leisure