

Werbeplakat für den Wintersportplatz Davos, 1906

Walther Koch, Plakat für den Verkehrsverein Davos, 1906.

Kommentar

Die Bedeutung des Tourismus für die wirtschaftliche Entwicklung Graubündens ist allgemein bekannt. Mit dem Tourismus gingen regionale Veränderungen in Landschaft, Arbeit und Gesellschaft einher. Der Ausbau der grossen Tourismusorte zu Wintersportplätzen prägte auch die lokale Kultur.

Das Werbeplakat wurde um die Jahrhundertwende noch fast ausschliesslich in Zürich oder Basel konzipiert und gedruckt. Unser Bild beinhaltet zwei typische Bildelemente des Werbeplakats dieser Zeit. Wir erkennen eine Landschaft, die als Kulisse dient. In diese Kulisse integriert sich organisch der Eisschnellläufer. Die zwei Bildelemente, nämlich Winterlandschaft und Sportaktivität, die miteinander verschmolzen sind, ergänzen sich problemlos.

Die Plakatgestaltung ist stark vom Jugendstil geprägt. Überschwengliche Ornamente rahmen das Plakat ein. Die Formen sind meist gerundet und geschwungen.

Der Mann fand zu dieser Zeit als Bildelement eher selten Eingang in die Tourismuswerbung. Viel öfter sind Frauen, Paare oder ganze Familien anzutreffen. Das Männerbild spielt in unserem Plakat eine bestimmte Rolle: Gezeigt wird ein Eisschnellläufer, der Werte wie Sport, Abenteuer, Schnelligkeit und Freiheit zu suggerieren vermag.

Literatur:

Vgl. den Beitrag von Daniel Kessler in Band 3. (Kurzfassung).

Gantenbein, Köbi: Tourismus als Veranstaltung und Regime. Seine soziologische Analyse anhand der Entwicklung der Tourismusplakatgrafik des Kantons Graubünden, unveröffentlichtes Liz. Zürich 1984.