

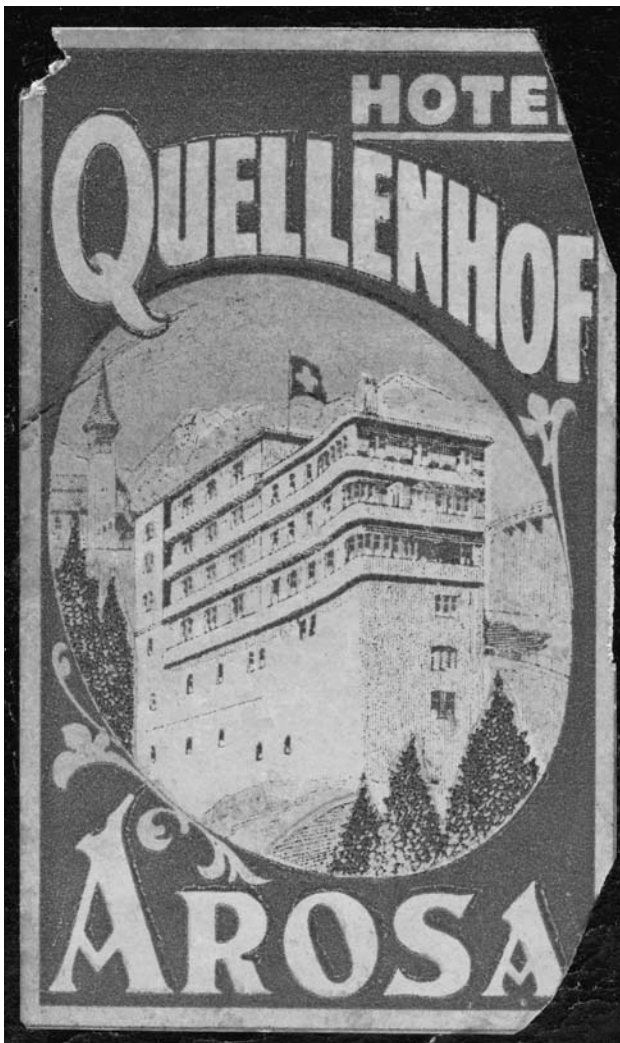
Während des Ersten Weltkriegs gab es Stimmen, die die Gestaltung der Kofferaufkleber als Stiefkind der Hotelwerbung betrachteten, wenngleich gerade diesem grafischen Randsegment als Teil der Außenwerbung eine wichtige Rolle zugesprochen wurde. Denn vielfach stellte der Kofferaufkleber für Fremde den ersten Eindruck eines Hotels dar, wenn sie Reisenden mit derart beklebten Gepäckstücken begegneten. Kritiker plädierten dafür, die Hotels auf den Aufklebern besser in das rechte Licht zu rücken. Viele Häuser setzten noch auf ihre vielfach veralteten Prachtbauten und nicht auf neue Errungenschaften, wozu neben künstlerischen Inneneinrichtungen auch hygienische Neuerungen gehörten. Es wurde der Hoffnung Ausdruck verliehen, dass nach dem Kriegsende eine Neugestaltung der Kofferaufkleber in die Wege geleitet würde.

Das verstärkte Reiseaufkommen sowie die zunehmende Eigenverantwortung für das Gepäck führten dann in den 1920er Jahren zu einer Blütezeit der Kofferaufkleber, und

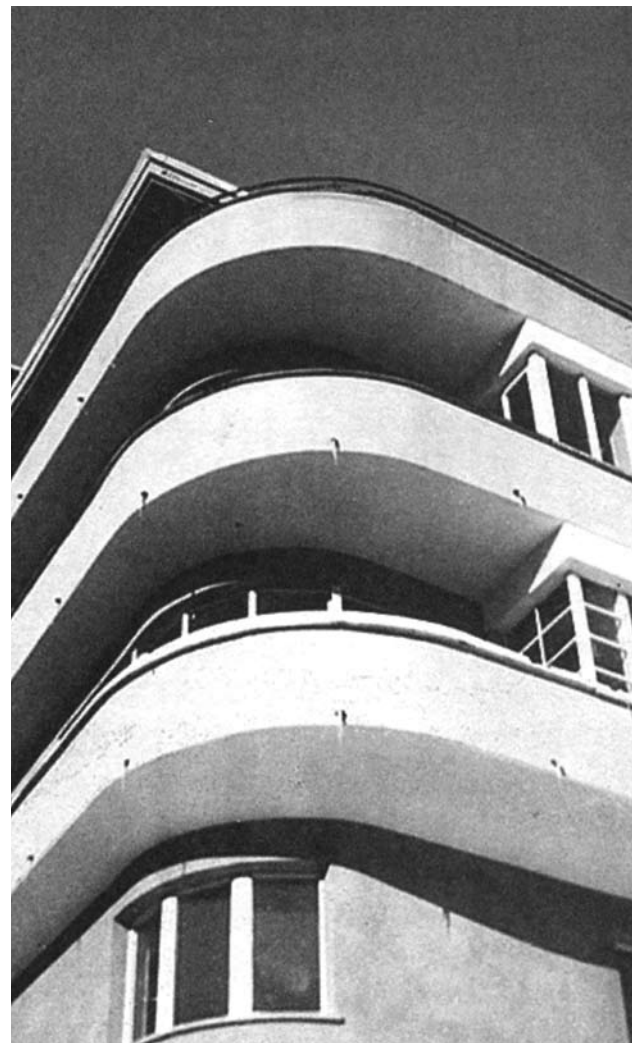
offensichtlich waren die früheren Kritiken auch beherzigt worden, denn nun tauchten vermehrt nur Hotelnamen – zum Teil mit dem Signet des Hauses – wiedergebende oder auch typische Stadtansichten zeigende Aufkleber auf. Allerdings gestalteten einige Gebrauchsgrafiker diese Werbemittel auch weiter mit Hotelansichten. Zudem oblag das Bekleben des Koffers mittlerweile vermehrt dem Gast.

Ein Koffer und seine Aufenthaltsorte

Der Koffer der Kronacher Apothekerfamilie legt ein beredtes Zeugnis von den europäischen Ferien- und Aufenthaltsorten der Familie ab. So schmückten den Deckel elf, die Seiten jeweils zwei beziehungsweise vier Aufkleber. Demnach besuchte die Familie Hotels im heute kroatischen Opatija und im Südtiroler Wolkenstein (Selva) sowie in Velden am Wörthersee, Bad Reichenhall, Interlaken, Riva del Garda, Rom, Cortina d'Ampezzo, Lugano, Meran, Arosa, Zürich, Bozen und schließlich in Montreux.



Kofferaufkleber Hotel Quellenhof, nach 1931



Moderne, geschwungene Balkone am Hotel Quellenhof (aus: Arosa. Die Moderne in den Bergen. Zürich 2007, S. 279)



Blick auf die Berge aus dem Speisesaal des Hotels Quellenhof (aus: Arosa. Die Moderne in den Bergen. Zürich 2007, S. 279)

Ein Kofferaufkleber vom Monte Verità bei Ascona kann derzeit nicht mit Sicherheit als Hotelaufkleber identifiziert werden. Zwischen 1902 und 1926 existierte auf dem Berg ein Sanatorium und seit 1929 gab es dort ein Hotel im Bauhausstil, das von dem Architekten Emil Fahrenkamp (1885–1966) im Auftrag des Bankiers Eduard von der Heydt errichtet worden war. Es war bis zum Zweiten Weltkrieg ein beliebtes Reiseziel, nachdem zuvor, nämlich in den beiden ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts, der im Tessin gelegene Berg schon einen Anziehungspunkt für viele Anthroposophen und Künstler bildete, wobei sich letztere zu einer Künstlerkolonie zusammenschlossen. Verschiedene Publikationen sowie ein 1930 erschienener Roman über den Berg lockten im Laufe der Zeit neben vielen namhaften Persönlichkeiten auch zahlreiche Touristen an.

Auf einer Kofferseite klebt ein Aufkleber mit der Ansicht des im Zentrum von Arosa gelegenen Hotels Quellenhof. Das noch heute existierende Hotel rühmt sich in seinem Internetauftritt, eines der ältesten Gasthäuser vor Ort zu

sein. Der auf dem Koffer fixierte Werbeträger kann allerdings nicht vor 1931 gestaltet und aufgebracht worden sein, denn in diesem Jahr ließ die damalige Besitzerin des Quellenhofs das Gasthaus durch den Architekten Jakob Licht (1881–1946) umbauen und modernisieren. Der Quellenhof lag an einem steil abfallenden Grundstück, und so konnte das Gebäude nur von Südosten in seiner ganzen Höhe wahrgenommen werden. Diese Ansicht spiegelt auch der Kofferaufkleber wider. Er lässt zudem die Alt- und Neubau verbindenden, drei durchlaufenden Balkonreihen erkennen. Kaum wahrnehmbar sind allerdings die großen Kristallglasscheiben des sogenannten Panorama-Speisesaals, die einen zusammenhängenden Blick auf die Gebirgskette ermöglichten. Auch die seinerzeit eingerichteten, sehr modern ausgestatteten Hotelzimmer gewährten diese Aussicht, die nicht zuletzt die Familie aus Kronach gereizt haben wird, das Hotel aufzusuchen. In den 1920er und 1930er Jahren hatte sich der einst stille Kurort zum weltweiten Sommer- und Wintersportort entwickelt und moderne Architektur prägte das Ortsbild.

Traditionsreiche Häuser wie das im Gründerzeitstil gehaltene Hotel Bellevue in Wien, das Hotel Europa in Riva del Garda oder das Hotel du Lac in Interlaken wählten schlichte Aufkleber mit ihrem Namen, vielleicht, um so auch eine gewisse Modernität auszustrahlen, die die Fassaden nicht widerspiegelten. Wie die Aufkleber verdeutlichen, konnten sich die Kofferbesitzer Reisen an prominente Orte, teilweise auch schon in der Zeit vor dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs, leisten. Somit verraten die Aufkleber sowohl etwas über die Standards der aufgesuchten Hotels als auch über das Prestige der ausgewählten Orte.

Das Ende der Kofferaufkleber

Kofferaufkleber hatten in der Regel eine lange Überlebenschance auf Gepäck, das vielfach nur ein-, zweimal im Jahr hervorgeholt wurde. Somit war das Gepäckstück ein langlebiger und mobiler Werbeträger. Denn anders als auf einer örtlich fixierten Plakatwand klebt der Aufkleber in der Regel fortwährend auf dem Koffer und ist keiner neuen Werbekampagne unterlegen. Der Aufkleber gehörte also zur Dauerreklame. Und selbst wenn das Stück nicht mehr mit auf Reisen ging, so diente es oft noch weiter als Aufbewahrungsort für verschiedene Dinge und die Kofferaufkleber bildeten so weiter eine Erinnerung an schöne Urlaubstage.

Das zunehmende Verreisen mit dem eigenen Auto in der Wirtschaftswunderzeit und der Transport des Gepäcks im

Kofferraum entzog dieses immer mehr dem Blickfeld der Mitmenschen. Die Kofferaufkleber waren somit als Werbemittel weniger sinnvoll und Reiseunternehmen hielten verstärkt Prospektmaterial bereit, womit sie weiter Sehnsüchte und Fernweh weckten.

Dieser Koffer und andere Gepäckstücke werden in der Ausstellung „Reisebegleiter – mehr als nur Gepäck“ zwischen dem 9.12.2010 und dem 1.5.2011 im Germanischen Nationalmuseum anlässlich des 175-jährigen Bestehens der Bahnlinie Nürnberg–Fürth zu sehen sein.

► CLAUDIA SELHEIM

Literatur:

Helmut M. Bien und Ulrich Giersch: Reisen in die Große Welt. Die Kulturgeschichte des Hotels im Spiegel der Kofferaufkleber von 1900 bis 1960. Dortmund 1988. - Linna Eisenmann: Das Stiefkind im modernen Hotelbetrieb. In: Das Plakat 1915, S. 103–108. - Marcel Just, Christof Kübler, Matthias Noell und Renzo Semadeni (Hg.): Arosa – Die Moderne in den Bergen. Zürich 2007, S. 176–179. - Dr. Leopold: Kofferzettel. In: Gebrauchsgraphik Jg. 10 (1933), H. 12, S. 50–56. - Harry Nitsch: Die Reklame des Hotel- und Gastgewerbes der Kurorte und des Fremdenverkehrs. Wien, Leipzig 1926, S. 138–152.