

Erik F. J. Eybl

pack die badehose ein

Ausstellung von österreichischen Sommertourismus-Plakaten

1900 bis 1975

aus der Sammlung Erik Eybl

Plakate sind ein uraltes und gleichzeitig doch gerade 200 Jahre altes Medium. Aus der Antike sind Aufschriften auf Tafeln und an Wänden bekannt, die die Aufgabe unserer modernen Plakate hatten: zu informieren und zu verführen. Dazu mussten sie Aufmerksamkeit erregen. Die wurde Jahrhunderte lang mehr schlecht als recht durch verschiedene Lettern-Größen und -Formen, eingefügte Stiche oder Schnitte, manchmal sogar Handkolorierungen erzeugt. Den wirklichen Durchbruch bewirkte erst die Erfindung der Lithographie ab 1800, die es ermöglichte auch Grafiken, schließlich sogar in Farbe, auf größere Blätter zu drucken.

Bis zum Ersten Weltkrieg war auf den Plakatwänden hauptsächlich Werbung für Produkte und gesellschaftliche Ereignisse zu sehen. Über Eisenbahn- und Hotelwerbung wurden auch schon Touristen angesprochen.

In den Kriegsjahren verdrängten behördlichen Informationen und Anordnungen private Plakate fast völlig. Nachdem der Staat die Wirksamkeit von Plakatwerbung erfahren hatte, setzten ab 1918 auch die politischen Parteien dieses Medium massiv ein – woran sich bis heute nichts geändert hat.

Mit steigender Bedeutung des Fremdenverkehrs als Teil des Wirtschaftslebens wurde die Werbung dafür immer wichtiger. Während im Ausland das Image Österreichs oft durch kulturelle Ereignisse oder Messen bestimmt wurde, erreichte man den Inländer hauptsächlich über Plakate. Die oftmals künstlerisch sehr ansprechenden Grafiken wurden ab den 1960er Jahren vermehrt durch Fotografien ersetzt, denen das Publikum eine höhere Glaubwürdigkeit zugestand. Als 1971 die Österreich Werbung den Künstler Leherb mit der Gestaltung einer Serie von Tourismusplakaten beauftragte, sollte dies eine Ausnahme bleiben. Jeden Tag offerieren in Österreich rund 400.000

Plakate ihre Verlockungen. Während Zeitungen durch Fernsehen, Internet und modernste mobile Telekommunikation in ihrer Existenz ernsthaft bedroht scheinen, können diese Technologien Plakaten scheinbar nichts anhaben.

Diese Ausstellung zeigt ihnen österreichische Werbeplakate für Sommertourismus der Jahre 1900 – 1975. Tourismus ist ein Phänomen des ausgehenden 19. Jahrhunderts. Davor hatte die Masse der Bevölkerung zwar an Sonntagen und den zahlreichen kirchlichen Feiertagen frei, aber keinen Urlaub. Privatreisende waren entweder Pilger oder junge Männer aus wohlhabendem Haus, die vor dem Eintritt in den „Ernst des Lebens“ andere Länder kennen lernen sollten. Der Adel zog sich vor der Hitze des Sommers mit seinem Hofstaat auf die Landschlösser zurück. Eine erste Form von Tourismus waren die Reisen des Adels und wohlhabenden Bürgertums in die Kurbäder Böhmens ab dem Ende des 18. Jahrhunderts. Im Biedermeier begann der Ausflugstourismus aus den Städten in das nahe Umland, zumeist aber ohne auswärtige Nächtigung. Eine besondere Rolle spielten Reichenau an der Rax und Bad Ischl als Sommerfrische und Kurort der kaiserlichen Familie. All das geschah vorerst noch in engen und schaukelnden Kutschen auf schlechten Straßen. Richtig bequem, rasch und erschwinglich wurde das Reisen erst mit dem Ausbau der Eisenbahn. So entwickelte sich auch in Österreich der Fremdenverkehr parallel zum Eisenbahnbau. Die Eisenbahngesellschaften profitierten am Urlaubsreiseverkehr, initiierten erste Fremdenverkehrs-Werbekampagnen und waren oft auch Eigentümer großer Hotels. So wurden sowohl der Semmering als auch der Dolomitenort Toblach und das istrische Küstenstädtchen Abbazia/Opatica erst durch die Hotelbauten der Südbahngesellschaft zu Tourismuszentren. 1890 übernahmen

die österreichischen Staatsbahnen die Aufgabe der Förderung des Fremdenverkehrs und als 1896 ein k.k. Eisenbahnministerium eingerichtet wurde, war es auch für „grundsätzliche Maßnahmen zur Hebung des Fremdenverkehrs“ zuständig.

Um die Jahrhundertwende war Böhmen mit seinem Kur- und Bädertourismus Fremdenverkehrsspitzenreiter, gefolgt von (Süd)Tirol und der Steiermark. Niederösterreich lag mit rund 130.000 Gästen auf Platz vier. 1911 verzeichnete Österreich, das damals aus dem heutigen Österreich mit Südtirol, Böhmen, Mähren, Galizien, Slowenien und Dalmatien bestand, 32 Millionen Nächtigungen. Niederösterreich war mit 9 Millionen Nächtigungen an die Spitze aufgerückt und hatte sogar Böhmen und Tirol überholt. Das war hauptsächlich auf die „Sommerfrische“ der erholungssuchenden Wiener zurück zu führen.

Der Erste Weltkrieg unterbrach diese Entwicklung von einem Tag auf den anderen.

In den Hungerjahren 1919/20 wurden Touristen in vielen Gemeinden gar nicht mehr aufgenommen, da man die eigene Bevölkerung kaum ernähren konnte. Zeitweise wurde sogar der Eisenbahnverkehr, die Lebensader des Tourismus, eingestellt. Unterdessen musste sich Österreichs Fremdenverkehrswirtschaft völlig neu orientieren. Viele der besonders renommierten Gebiete wie Südtirol, das adriatische Küstenland oder die böhmischen Kurorte waren verloren gegangen. 1923 übernahm das Bundesministerium für Handel und Verkehr auch die Fremdenverkehrsförderung und gründete dafür die Werbegesellschaft „Österreichische Verkehrswerbung“. Nach Stabilisierung der Verhältnisse ab Mitte der 1920er-Jahre entwickelte sich der Tourismus zu jener wichtigen Komponente der österreichischen Wirtschaft, die er auch heute noch ist. Der Ausbau der Postautobus-Linien brachte die Touristen nun auch bequem in Gebiete abseits der Bahnlinien.

Fremdenverkehrs-Nächtigungen in Millionen

	1924	1926	1933	1934
in Österreich	15,4	13,8	17,4	16,5
davon in Niederösterreich	6,8	3,4	4,3	4,1

Quelle: Statistische Nachrichten des Bundesamtes für Statistik.

Der Einbruch 1926 war nicht auf weniger Gäste, sondern auf eine deutlich verkürzte Aufenthaltsdauer zurückzuführen.

Niederösterreich war bis 1938 das führende Tourismus-Bundesland Österreichs, was nach wie vor auf die Gäste aus Wien zurückzuführen war. Allerdings sanken die Nächtigungszahlen von 1925 bis 1938 kontinuierlich von 6,8 Millionen auf 4 Millionen. Nachdem 1933 ein nationalsozialistischer deutscher Politiker wegen antiösterreichischer Agitation ausgewiesen worden war, verhängte Hitler die „1.000-Mark-Sperre“: Jeder Reichsdeutsche, der nach Österreich reisen wollte, hatte bei der Ausreise eine „Sondersteuer“ von 1.000 Mark (heute etwa 2.000,- EURO) zu bezahlen. Damit brach der Fremdenverkehr aus Deutschland völlig zusammen, wodurch vor allem Tirol betroffen war. Österreich war gezwungen, sein Fremdenverkehrsangebot zu modernisieren und zu verbreitern. Dazu bekam die „Österreichische Verkehrswerbung“ den Auftrag, ab nun die gesamte Urlauberwerbung im In- und Ausland durchzuführen. Das führte unter anderem zu einer Fülle von Werbeplakaten in zahlreichen Sprachen. Tatsächlich konnten die Ausfälle zu einem bedeutenden Teil durch Inländertourismus und Gäste aus anderen Ländern kompensiert werden. Hitler erreichte sein Ziel, die österreichische Regierung über die Torpedierung des Fremdenverkehrs zu stürzen, nicht.

Nach der Annexion durch das Deutsche Reich im März 1938 erlebte der Inlandstourismus wegen des staatlich gelenkten Freizeitprogramms „Kraft durch Freude“ noch einmal eine kurze Hochblüte. Oft wurden Werbeplakate aus den Jahren davor mit nationalsozialistischen Symbolen übermalt oder österreichspezifische Texte durch Überklebungen geändert. Der Beginn des Zweiten Weltkrieges Anfang September 1939 führte zur Einschränkung privater Urlaubsreisen. Zu bevorzugen waren Fronturlauber, Rüstungsarbeiter, Invaliden, Witwen und Kinder. Ab 1941 endete der Tourismus nicht zuletzt wegen zunehmender Versorgungs- und Transportschwierigkeiten. Hunger und Bombardements sorgten für eine andere Art von „Fremdenverkehr“ von den Städten auf das Land.

www.plakatmuseum.at, erik.eybl@aon.at