



### Sonne, See und Firnens- schnee...

Ab 1924 wird die deutsch-schweizerische Grenze allmählich wieder leichter passierbar. 1926 wird der Visumzwang abgeschafft. Die Zeitschrift «Bodensee und Rhein» erscheint in neuer Aufmachung. Ein neuer «Bodensee und Rhein» – Prospekt präsentiert seit 1927 den Bodensee als Sehnsuchtsort für Sportler und Abenteuerlustige vor der Traumkulisse der schneebedeckten Alpen. Idyllische Landschaft und historische



Denkmäler rücken in den Hintergrund. 1937 erscheint nochmals ein in Aufmachung, Bildsprache und Layout völlig neuer Prospekt. Eine Badenixe und Sonnenanbeterin ziert das Cover. Der Bodensee hat viel zu bieten: Sonne, See und Alpen gleichzeitig.

**23. März–31. Oktober, täglich 10–17 Uhr**  
Museum Lindwurm, Understadt 18, CH-8260 Stein am Rhein  
Tel. + 41(0) 52 741 25 12, [www.museum-lindwurm.ch](http://www.museum-lindwurm.ch)  
**Öffentliche Führungen durch die Ausstellung**  
**«Immer freitags, 15 h»** am 6. April, 1. Juni, 6. Juli,  
3. August, 24. August, 28. September



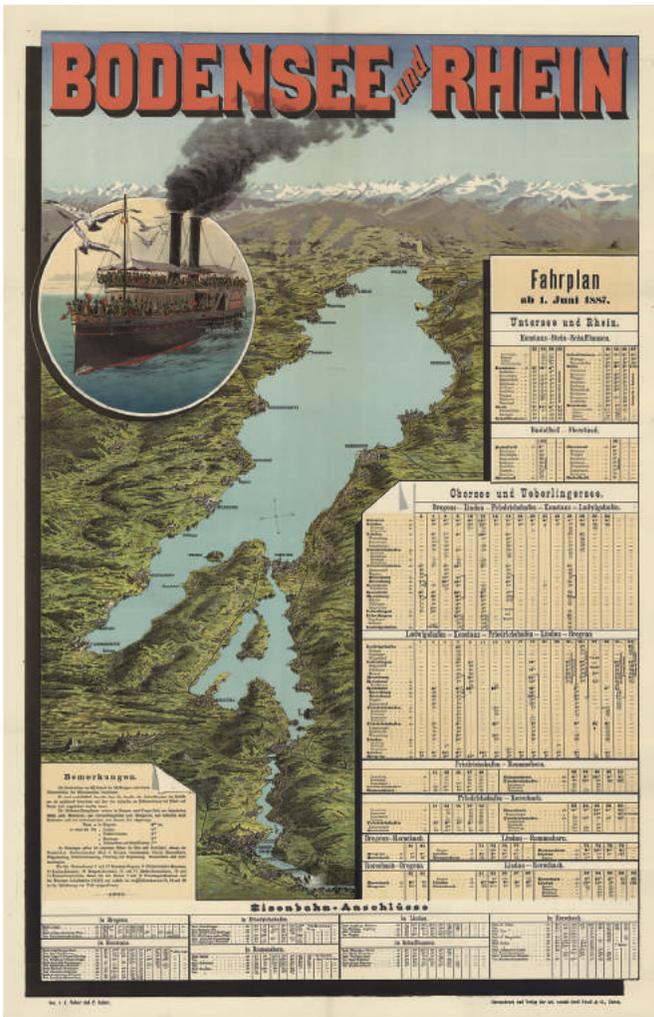
### Fünf Länder auf einer Reise

Fünf Länder – Bayern, Württemberg, Baden, Österreich und die Schweiz – auf einmal besuchen: mit dieser Attraktion wirbt das von Ludwig Hohlwein gestaltete Plakat seit den 1930er Jahren, auch international. Bald aber ist es damit vorbei. Mit der Machtergreifung durch die Nazis 1933 verschlechtern sich die politischen Rahmenbedingungen zunehmend. Ab 1939/40 sind die Grenzen zwischen Deutschland und der Schweiz dicht. Nach Kriegsende werden Reisen über Grenzen allmählich wieder möglich. Erst in den fünfziger Jahren erreicht der Tourismus langsam wieder Vorkriegsniveau.



# Bodensee und Rhein

Tourismuswerbung über Grenzen 1890–1950  
Museum Lindwurm, Stein am Rhein  
23. März–31. Oktober 2018



### Tourismusregion Bodensee und Rhein – grenzenlos

Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts werden Reisen einer immer breiteren Bevölkerungsschicht zugänglich. Der Fremdenverkehr wird zu einem wichtigen Wirtschaftszweig. Es entstehen professionelle Organisationen mit dem Ziel, den Tourismus rund um den Bodensee zu fördern und auszubauen: 1893 der Verband der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein, 1902 der Bodensee-Verkehrsverein, 1907 der Verkehrsverein Untersee und Rhein. Verschiedene Reiseziele konkurrieren um die Gäste. Wie kann man die Touristen an Bodensee und Rhein locken?



Moderne Werbestrategien werden entworfen, ausprobiert und umgesetzt. Anzeigen und Artikel werden in Zeitungen und Zeitschriften platziert, Landkarten und Fahrpläne herausgegeben. Zu den wichtigsten Werbemitteln zählen Plakate, Prospekte und Reiseführer. Sie stehen im Zentrum der Ausstellung **Bodensee und Rhein. Tourismuswerbung über Grenzen 1890–1950**.

### Per Bahn, per Schiff...

Schiffs- und Eisenbahnverwaltungen umwerben die neue Kundschaft der Urlauber und Ausflügler. Fahrpläne werden als attraktive Farbplakate und illustrierte Prospekte gestaltet.

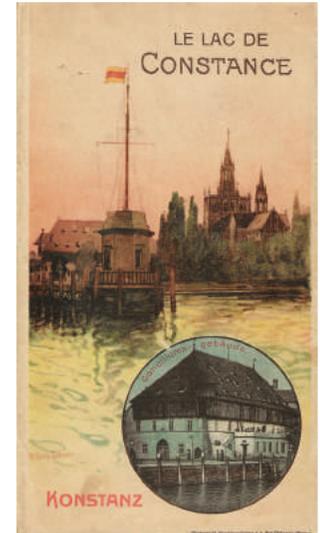


Die Dampfschiffahrt auf dem Rhein von Schaffhausen bis Konstanz wird als «eine der schönsten Stromfahrten Europas» angepriesen. Immer bessere Bahnverbindungen bringen die Reisenden ans Ziel. Mit der neuen Bodensee-Toggenburgbahn (ab 1910), der Mittelthurgaubahn (ab 1911) und der Schwarzwaldbahn (seit 1866/73) erreichen die Gäste aus allen Richtungen mühelos Bodensee und Rhein.



### Auf an den Bodensee!

Plakat- und Prospektwerbung haben Priorität. Ein Plakat – um 1900 eine sehr kostspielige Angelegenheit – halten die Gasthofbesitzer für absolut vorrangig. Der Bodensee-Verkehrsverein setzt auf ein «in Farben künstlerisch ausgestattetes Reklamebüchlein» – einen Faltprospekt. Bekannte Künstler wie Michael Zeno Diemer oder E.T. Compton fertigen eigens Aquarelle der wichtigsten Attraktionen rund um den See. 1904 erscheint der erste aufwendig gestaltete Faltprospekt, nicht nur auf Deutsch, sondern auch auf Englisch und Französisch. Selbst Reisende aus Übersee möchte man anlocken. Zur Unterhaltung der Gäste erscheint seit 1896 während der Sommersaison das Fremdenblatt «Bodensee und Rhein».



Der 1. Weltkrieg bildet einen massiven Einschnitt für den Fremdenverkehr an Bodensee und Rhein.

Nicht nur die Politik, auch die Gesellschaft, das Reisen und die Werbung verändern sich nach dem 1. Weltkrieg – vom Individual- zum Massentourismus, vom Künstlerprospekt zur Werbegrafik, von rein informativen oder literarischen Texten zur Werbesprache. Viele dieser Entwicklungen lassen sich an den Plakaten und, noch deutlicher, an den Prospekten und ihrer Gestaltung ablesen.