



Bild 21 / OTTO BARTH / Plakat 1913  
 Druck: Paul Gerin, Wien

liche Natur wiedergeben, ist darin begründet, daß im Sommer, der Zeit der längsten Arbeitspausen, am meisten gereist wird und die auf Fremdenverkehr bedachten Orte sich dann am vorteilhaftesten darzustellen pflegen. See- und andere im Freien zu nehmende Bäder sind an und für sich genötigt, sich in den warmen Monaten malen zu lassen. Hell jauchzt die Sommerlust auf dem Blatte Völckers „Badenweiler“ (Bild 20): ein heilkräftiges



Bild 22 / HANS DIETRICH / Plakat 1911  
 Druck: Thieme, Kaiserslautern

Bad im schön umfriedeten Becken, prächtiges Nadelholz, das der Luft Würze mitteilt, nach dem Bad ein gesunder Marsch über Berg und Höhen, was kann der Gast sich mehr wünschen!

Sehen wir, welche Antwort unsere Plakate auf die Frage nach dem Reiz des schnee- und eisspendenden Winters erteilen. Sie lautet, etwa von dem Davos-Blatte Kochs (Bild 30) abgelesen: Schön ist der weiße Pelz, der die Linien der Dinge rundet, schön der Blick über weitgedehnte, schneebedeckte Gefilde. Ein Blatt für den Winterkurort Davos muß trotz aller Zeichen des Winters die Empfindung der Milde wecken. Das ist Koch vortrefflich gelungen.



Bild 23 / EMIL CARDINAUX  
 Plakat 1918

Der blaue Duft des Himmels, des Sees und der Bergschatten atmet warmes Behagen, Schnee und Eis üben aber auch dadurch mächtige Lockung aus, daß sie Sport, Eis-, Schneelauf und Schlittenfahren ermöglichen. Ihrer besonderen Eignung hierzu verdanken manche Orte ihren Ruf. Die Plakate geben uns nun fesselnden Aufschluß darüber, mit welchen stillen Erwartungen die Leute zum Sport ausziehen, denn sie werden natürlich gerade das zeigen, was die meiste Anziehungskraft ausübt. Stellen wir das bekannte Blatt von Erler (Bild 26), eins der ältesten deutschen Sportplakate überhaupt, das von ihm wohl angeregte Plakat von Bertle

Druck: J. E. Wolfensberger,  
 Zürich