



reklame ihre besondere Bedeutung — zwei miteinander: In künstlerischer Hinsicht muß man dem Elite-Hotel vor dem Hotel Belvedere in Sanct Moritz unstreitig den Vorzug geben. Jenes ist die Verkleinerung eines von Emil Cardinaux geschaffenen Plakates, dieses die Zeichnung eines unbekanntem Lithographen. Auch der zünftige Reklamefachmann, der an die Einheitlichkeit in der Reklame denkt, möchte dem Elite-Hotel den Vorzug geben. Aber der Reisende kümmert sich einen Quark um den Reklamefachmann und seine Einheitlichkeit. Er kennt das Plakat des Elite-Hotels wahrscheinlich gar nicht. Aber er hat darin gewohnt, er kennt das Haus und die Gegend. Und wenn die Darstellung des Belvedere kein Werk hoher Kunst ist, sie sagt ihm etwas. Und das ist doch wohl die Hauptsache.

Das haben die Lithographen instinktiv erkannt, als sie den Kofferzettel mit der Hotelansicht schufen und den Typus mit kleinen Änderungen immer wieder anwandten. »Plus que ça change, plus c'est la même chose« sagt man leicht hin. Aber man kann auch sagen, daß solche Gleichförmigkeit, solche feste Anschauung ohne Seitenblicke auf andere Möglichkeiten auch die Grundlage für etwas schafft, was man fast als Stil bezeichnen kann.

that from an artistic point of view, that of the Elite Hotel must be considered superior to that of the Hotel Belvedere—both in St. Moritz. The first is a reproduction in miniature of a poster by E. Cardinaux, the second a drawing by some unknown lithographer. Even the expert advertiser, whose aim is rather directed towards unity in advertisement, would prefer to give the Elite Hotel the advantage.

But the traveller does not trouble himself in the least about the advertising expert and his sense of unity. He probably does not know the Elite Hotel poster at all. But he has lived there, he knows the hotel and the neighbourhood. And although the representation of the Belvedere may be no high work of art, it has something to say to him. And that is the main thing in this case.

This is what the lithographers instinctively recognized when they created the baggage label with the hotel view and continually employed this type with only slight variations. »Plus que ça change, plus c'est la même chose« one may say lightly. But one may also say that such uniformity, such a fixed point of view without any side-glances at other possibilities, creates a foundation for something which may almost be designated as style.

It is in this sense that we must regard most of