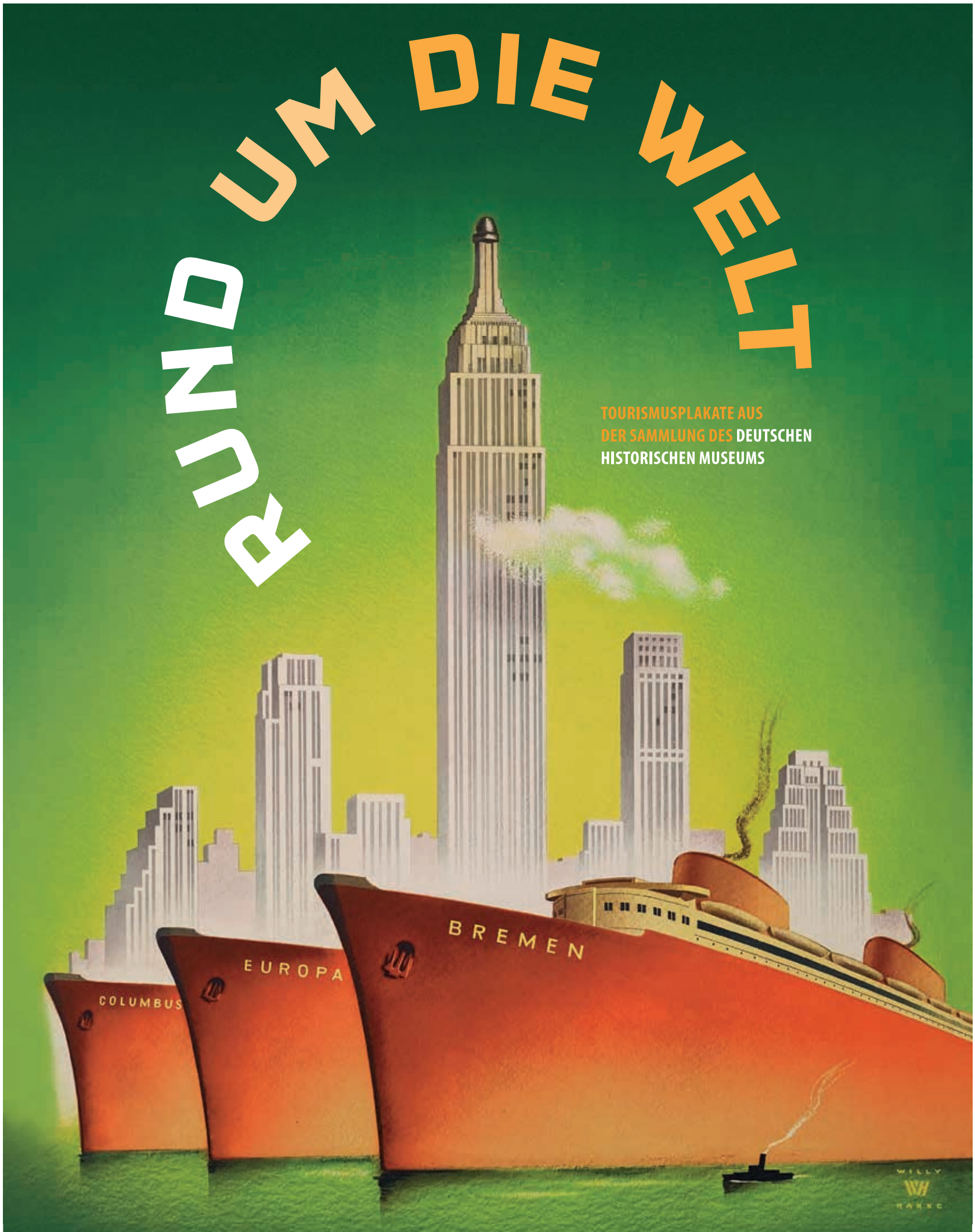
RUND UM DIE WELT

TOURISMUSPLAKATE AUS
DER SAMMLUNG DES DEUTSCHEN
HISTORISCHEN MUSEUMS



Sonderausstellung

30. März bis 29. Juni 2014 | **Knauf-Museum Iphofen**

Vorwort

Seit vielen Jahren besteht zwischen dem Deutschen Historischen Museum, dessen Standort in Berlin an prominenter Stelle gleich neben der Museumsinsel im Alten Zeughaus und dem neu entstandenen Pei Bau (Unter den Linden) zu finden ist, und dem Knauf-Museum Iphofen eine enge freundschaftliche Zusammenarbeit. So ist es kein Wunder, dass eine Ausstellung aus Berlin einen Umweg über Iphofen in das Knauf-Museum macht, bevor diese im Musèe dè la Ville de Luxembourg zu sehen ist. Im vergangenen Jahr entstand aus den umfangreichen Sammlungen des Deutschen Historischen Museums die Sonderausstellung „Rund um die Welt – Tourismusplakate aus der Sammlung des Deutschen Historischen Museums“ und war mit großem Erfolg in den eigenen Räumen für das Berliner Publikum zu sehen. Unter dem gleichen Titel präsentiert das Knauf-Museum vom 30. März bis 29. Juni 2014 nun nahezu 100 Tourismusplakate aus der umfangreichen Sammlung des leihgebenden Berliner Museums. Es sind beeindruckende Bilddokumente, die die Bewerbung von Reisen und Reisezielen sowie verschiedensten Verkehrsmitteln zeigen. In chronologischer Hinsicht schlägt die Ausstellung einen Bogen von der Zeit der Weimarer Republik und dem Nationalsozialismus über die deutsch-deutsche Vergangenheit bis in die Gegenwart. Dem Betrachter wird die Vielfalt des Reisens aus kulturgeschichtlicher Respektive des 20. Jahrhunderts vor Augen geführt. Unter den ausgestellten Plakaten finden sich Arbeiten von namhaften Grafikern wie Ottomar Anton, Ludwig Hohlwein, Donald Brun, Herbert Leupin oder Jupp Wiertz. Farbgewaltige Bilder laden ein in Erinnerungen zu schwelgen und lassen Sehnsüchte wach werden. Motive von Ozean-Riesen, Passagierflugzeugen und Eisenbahnen nehmen den Besucher mit auf die Reise, Bilder verschiedenster Städte und Landschaften laden ein zur Begegnung mit bekannten und weniger bekannten Reisezielen, ferner Welten und Kulturen. In beeindruckender Weise belegen die gezeigten Plakate die Bedeutung der touristischen Werbung des 20. Jahrhunderts. Sie offenbaren die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung, dem daraus resultierenden Konsumverhalten der Reisenden sowie die Veränderung in der Bildsprache der Werbekunst.

Erinnern wir uns an die völlig unterschiedlichen Rahmenbedingungen des Reisens in der Zeit der beiden Deutschen Staaten. In der Bundesrepublik gewinnt das Reisen mit dem wirtschaftlichen Aufschwung mehr und mehr an Bedeutung und die Deutschen wurden Reiseweltmeister. In der Deutschen Demokratischen Republik wurden Reisen staatlich organisiert, reglementiert und viele ferne Reiseziele waren per se ausgeschlossen. Unter anderem waren die Forderung nach Reisefreiheit und der Ruf nach freien Wahlen das Anliegen der Bürgerbewegung 1989.

Oder erinnern wir uns an die Propagandamaschinerie in der Zeit der Nationalsozialisten, die vielen Deutschen über die Freizeitorganisation KdF „Kraft durch Freude“ das Reisen erst ermöglichte und die Akzeptanz des Regimes erleichterte. Oder denken wir an den, seit den 60er Jahre sich entwickelnden, Massentourismus mit seinen teils ökologischen, ökonomischen und sozialen Folgen oder die modernen Spezial- und Individualtourismen, die im Zeichen globalen Denkens und Wirkens mit stetig wachsender Angebotsvielfalt kaum noch Wünsche offen lassen und mit immer exotischeren Reisezielen aufwarten. Das inhaltliche und gestalterische Konzept der Sonderausstellung, die neben Touristikplakaten auch zeitgenössische Fotografien, Reiseführer, Reisesouvenirs und originale Fahrzeuge zeigt, berücksichtigt gleichermaßen chronologische und geografische Bezüge vom Reisen innerhalb Deutschlands, in die europäischen Länder sowie in die großen Metropolen und die außereuropäische Welt. Die Präsentation ist ein kleiner geschichtlicher Abriss des modernen Tourismus, der bekannte und weniger bekannte Blicke in die Kultur des nun bald 100-jährigen organisierten Reisens eröffnet.

» Reisen bildet, soll und darf aber auch Freude bereiten, eine Bereicherung sein und auch Erholung bieten sowie die Sinne zum Träumen anregen, um später in Erinnerungen zu schwelgen. Kaum anders verhält es sich mit dem Besuch von Ausstellungen, dem Betrachten von Bildern und dem Lesen! «

Wir laden Sie ein, an Bord zu kommen und wünschen viel Vergnügen!

Markus Mergenthaler, Museumsleiter

Plakat des Deutschen Reisebüros (DER)
Glückliche Reise durch DER
Plakat des Deutschen Reisebüros (DER),
VEB Graphische Werkstätten, Berlin, um 1955
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin
Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

Werbung für Weltreisen auf Schiffen,
Norddeutscher Lloyd Bremen
Bernd Steiner (1884–1933), Lithographie, vor 1929
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin, Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

Werbung für Schiffspassagen
Nach Südamerika
Bernd Steiner (1884–1933), Wilhelm Jönzen (Lebensdaten unbekannt) Bremen, um 1928
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin, Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

Als das Reisen
Fahrt aufnahm

Von Torsten Schleicher

„Gehe über Würzburg und Bamberg nach Hause, damit Du ein wenig Welt siehst. Wenn Du gut Wetter hast, wird Dir diese Tour viel Freude machen." Der diese Zeilen am 16. Oktober 1808 schreibt, ist nicht nur ein zu dieser Zeit in Deutschland bereits berühmter Dichter, sondern auch ein erfahrener Reisender. Kein Geringerer als Johann Wolfgang Goethe ist es, der seiner Frau Christiane den Tipp gibt, bei ihrer Rückfahrt von Frankfurt nach Weimar doch einen Abstecher ins Frankenland zu machen. Goethe, der Genussmensch, weiß eben, wo es sich ganz gut aushalten lässt.

Schließlich hat der Dichterfürst, im Jahre 1808 immerhin schon 59 Jahre alt, bereits einiges gesehen, vor allem in Italien, wo er die klassische Landschaft studiert hat. „Die beste Bildung findet ein gescheiter Mensch auf Reisen", heißt es nicht ohne Grund im „Wilhelm Meister". Das Reisen ist Goethe sozusagen in die Wiege gelegt worden. Schon Großvater Friedrich Georg Goethe ist als Schneider lange auf Wanderschaft gewesen. Und Vater Johann Caspar Goethe leistete sich – finanziell unabhängig – eine mehrmonatige Italienreise. Über seine „Viaggio per l'Italia" schrieb er 1739 einen umfangreichen Bericht – als Zeichen von Weltläufigkeit in italienischer Sprache und abgefasst in der damals modernen Briefform.

Für die Bildung nach Italien

Die im 18. Jahrhundert in Mode gekommene Bildungsreise darf man wohl als Beginn des touristischen Reisens verstehen. Zumindest eine Italienreise unternommen zu haben, ist für das gut situierte Bürgertum so etwas wie eine Sache des kulturellen Selbstverständnisses. Wer es sich leisten kann, zieht wenigstens einmal in die Fremde – und muss danach bei den Reiseerzählungen und Gesprächen der Freunde und Geschäftspartner nicht nur still zuhören.

Zunächst sind es vor allem die Engländer, die sich von ihrer Insel aus aufmachen, das europäische Festland zu erkunden. Diesen Reise- und Wissensdrang reicht man häufig auch an den Nachwuchs weiter. So werden die Kinder vermögender Engländer schon mal auf große Tour quer durch Europa geschickt. Welche Städte auf dem Kontinent unbedingt angesteuert werden müssen, darüber herrscht im 18. Jahrhundert Konsens: Florenz, Venedig, Rom, Wien, Nizza und Paris sollte man auf jeden Fall gesehen haben.

An Pauschalreisen ist seinerzeit freilich nicht zu denken. Somit bleibt es der Kreativität des Reisenden selbst überlassen, die praktischen Modalitäten der Tour zu organisieren. Von Johann Wolfgang Goethe ist überliefert, dass er großen Wert auf bequemes Reisen legte – so weit das unter den Gegebenheiten des 18. Jahrhunderts eben möglich war. Der Bildungsreisende Goethe pflegt so sein eigenes Bett mitzunehmen. Rückenschmerzen wegen schlechter Matratzen im Gasthof sind damit schon mal ausgeschlossen. Auf die Garderobe achtet Goethe ebenfalls: In einem seiner Koffer hat er ein spezielles Fach für den Zylinder einbauen lassen. Das durchaus üppige Gepäck reist dann separat in einer speziellen Kutsche – per Express-Beförderung –, die Vorrang vor den normalen Postkutschen hat.

Andere Reisende haben freilich etwas mehr auf Gulden oder Pfennig zu schauen als der Geheime Rat. Üblicherweise muss ein sogenannter Wolfsfelltornister ausreichen, in dem sich dann neben Wechselwäsche oft auch eine kleine Reiseapotheke befindet. Denn dass einem unterwegs schon mal blümerant werden kann, ist kein Geheimnis. Emser-Salz und andere Mittelchen gegen Unwohlsein im Magen werden somit selten vergessen beim Kofferpacken.

Unfälle drohen, Räuber lauern

Schließlich ist das Reisen seinerzeit eine beschwerliche Angelegenheit. Die Straßen befinden sich oft in einem miserablen Zustand; Achsenbrüche und andere Unfälle sind an der Tagesordnung. Eine aus heutiger Sicht schier unendliche Geduld braucht man zudem: 400–500 Kilometer in der Woche, mehr können mit ein paar eingespannten Pferdestärken nicht zurückgelegt werden. Nicht zuletzt bedeutet eine Reise zu dieser Zeit oft auch mehr Abenteuer, als einem lieb sein kann. Straßenräuber suchen vielerorts schnelle Beute; einige Räuberbanden werden so berüchtigt, dass sie später sogar in die Literatur eingehen.

Einen neuen Schub erhält das Reisen mit der Romantik. Zwischen 1795 und 1840 steigt die Zahl der Reisenden kontinuierlich. Zum Wunsch, in fremden Landen Impulse für die eigene Bildung zu erhalten, kommen Empfindsamkeit und eine weitverbreitete Sehnsucht nach dem Unendlichen.

Die Nähe der Romantiker zur Natur bringt es mit sich, dass in Europa vor allem die Alpen als Reiseziel entdeckt werden. Die Erhabenheit der Berggipfel, stille Täler und abgelegene Pfade passen zum soziokulturellen Sound der Zeit. Wieder sind es die Engländer, die die alpine Bergwelt zu schätzen wissen: Schon 1857 gründet sich so auf der Insel ein „Alpine Club". In Deutschland entstehen erste Wandervereine, denen es, frei nach Goethe, nicht ums Ankommen, sondern ums Reisen geht.

Das Reisen wird zum Geschäft

Auf den Zug der Zeit springt auch die Geschäftswelt auf. So gründet 1827 ein gewisser Karl Baedeker (1801–1859) in Koblenz seine Verlagsbuchhandlung. Im selben Jahr beginnt der regelmäßige Schifffahrtsverkehr zwischen Köln und Mainz – Anlass für den Lehrer und Historiker Johann August Klein (1778–1831), ein Jahr später ein Werk mit dem Titel „Rheinreise von Mainz bis Cöln, Handbuch für Schnellreisende" zu veröffentlichen. Das Buch erscheint zunächst im Verlag Friedrich Röhling, den Baedeker 1832 übernimmt. Der neue Verleger überarbeitet die „Rheinreise" und bringt sie 1835 neu heraus – der erste „Baedeker" ist erschienen. Ab 1846 erscheinen Baedekers „Handbücher für Reisende" im schnell berühmt gewordenen roten Einband. Für mehr als 100 Jahre wird der Name des Verlegers zum Synonym für kenntnisreiche Reiseführer, die nicht nur kulturelle, sondern auch viele ganz praktische Tipps enthalten.

Ist das Reisen bis dahin meist eine Angelegenheit von Einzelpersonen, so bildet sich ab Mitte des 19. Jahrhunderts ein neuer Trend heraus: die Gruppenreise. 1845 gründet Thomas Cook (1808–1892) im englischen Leicester das erste Reisebüro. Vier Jahre zuvor, am 5. Juli 1841, hatte

Werbung der Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr
A pleasant trip to Germany (Eine angenehme Reise nach Deutschland)
Jupp Wiertz (1888-1939) um 1936
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin, Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

Werbung für Mittelmeer und Orientfahrten,
Hapag Mittelmeer- und Orientfahrten 1928
Theodor Paul Etbauer (1892-1975), Mühlmeister und Johler, Hamburg, 1928
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin, Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

Cook bereits eine Eisenbahnreise von 570 Aktivisten der Abstinenzbewegung von Leicester ins nahe gelegene Loughborough zum Sonderpreis von einem Schilling pro Person organisiert. Im Reisepreis enthalten ist damals nicht nur die Extrafahrt mit der Bahn 3. Klasse, sondern auch die Verpflegung: ein Schinkenbrot und eine Tasse Tee. Die Idee der Pauschalreise ist geboren.

In Deutschland dauert es noch bis 1863, ehe Carl Stangen im schlesischen Breslau erstmals ein Reisebüro in Deutschland eröffnet. Mit Reisen nach Italien oder in die Schweizer Alpen ist es zu dieser Zeit nicht mehr getan: Stangen hat ab den 1870er Jahren auch Fernreisen im Programm, darunter nach Ägypten. Ab 1878 kann man sich per Buchung im Büro sogar auf Weltreise begeben. Derlei Unternehmungen sind seinerzeit freilich purer Luxus und bieten nicht zuletzt Stoff für die Literatur. Agatha Christies Krimis „Mord im Orient-Express" und „Tod auf dem Nil" werden so zum Beispiel von den Reisen der feinen Gesellschaft inspiriert.

Es lockt die Sommerfrische

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und besonders zu seinem Ende hin lässt sich aber auch eine gegenläufige Entwicklung beobachten. So lockt nicht mehr nur die weite Ferne, sondern auch die „Sommerfrische", die wegen kürzerer Distanzen leicht zu organisieren und zudem billiger ist. Sowohl Adel als auch gut situiertes Bürgertum geht es beim Verreisen jetzt weniger um Bildung als um Erholung.
Gute Luft und gesundes Klima lassen in Deutschland Nord- und Ostsee zu begehrten Zielen werden. An den Küsten entstehen mondäne Seebäder, die dem Luxusbedürfnis der betuchten Reisenden entsprechen. Wer richtig viel Geld hat, kauft oder baut sich ein eigenes Domizil am Meer. Attraktiv sind auch abgelegene Fischerdörfer, die Entspannung von der Hektik der Großstadt versprechen.

Parallel dazu bleibt der alpine Tourismus attraktiv. Dem Hochgebirge widmet sich die Tätigkeit spezieller Vereine: 1862 nehmen der Österreichische und 1869 der Deutsche Alpenverein ihre Tätigkeit auf; 1873 schließen sich beide zum Deutschen und Österreichischen Alpenverein zusammen. Die Berge sind in dieser Zeit indes nicht mehr nur Ziel für Sommerfrischler. Ab etwa 1870 verbreitet sich der Skilauf als neuer Massensport, mit ihm entsteht der Wintertourismus.

Wenn auch um die Wende zum 20. Jahrhundert sehr viel mehr Menschen als etwa noch im 18. Jahrhundert auf Reisen gehen, sei es nun zur Sommerfrische oder um fremde Länder kennenzulernen, so kann von einem Massenphänomen keineswegs die Rede sein. „Froh schlägt des Herz im Reisekittel, vorausgesetzt man hat die Mittel", spottet der Schriftsteller und Maler Wilhelm Busch. Nur etwa zehn Prozent der Bevölkerung können sich um 1900 regelmäßige Reisen leisten, der Rest bleibt vorerst außen vor. Das liegt nicht nur an fehlenden finanziellen Mitteln. Vor allem Arbeiter haben auch aus anderem Grund keine Chance zur Sommerfrische: Der Urlaub, wie wir ihn heute kennen, ist für viele von ihnen noch nicht erfunden – im Gegensatz zu Angestellten und Beamten, die auch im kaiserlichen Deutschland Anspruch auf bezahlte Freizeit haben.

Der Erste Weltkrieg von 1914 bis 1918 stürzt nicht nur das alte Europa in den Abgrund, er setzt auch eine deutliche Zäsur in der Entwicklung des Tourismus. Mit dem Ausbruch des Krieges endet das bis dahin eher liberale Passwesen des Deutschen Kaiserreichs und anderer

Indische Reisebriefe

» Also wirklich nach Indien? Freilich ist eine Reise nach Indien heutzutage kein Kunststück mehr; ist doch in unserer reiselustigen und reiserührigen Zeit kein Theil der Erde mehr von Touristen verschont: die entferntesten Meere durcheilen wir auf den bequemen Luxusdampfern der Gegenwart in verhältnismäßig kurzer Zeit mit weniger Umständen und Gefahren, als vor hundert Jahren die gefürchtete ›Reise nach Italien‹ begleiteten. Selbst ›die Reise um die Welt in achtzig Tagen‹ ist schon ein gewohnter Gedanke geworden. «

Ernst Haeckel, 1883

Werbung für eine Reise um den Erdball,
Hapag – Weltreise 1928 mit dem Dreischrauben-Luxusdampfer „Resolute"
Theodor Paul Etbauer (1892–1975), Mühlmeister und Johler, Hamburg, Offset, 1928
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin, Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

europäischer Staaten. In ganz Europa werden wieder Passkontrollen eingeführt, in Frankreich dient der Fingerabdruck zur Identifikation des Pass-Inhabers. In Deutschland ist ab 1916 ein Lichtbild im Pass zwingend vorgeschrieben. Dieses muss auf den Pass aufgeklebt und gestempelt werden, so dass der Stempel teilweise auf dem Bild und auf dem Papier abgebildet ist. Außerdem müssen auch Kinder ab zwölf Jahren, die zuvor im Pass des Vaters eingetragen waren, fortan im Besitz eines eigenen Dokumentes sein.

Reisebranche im Zwischenhoch

Nach Ende des Krieges wird das Passwesen nicht etwa gelockert – im Gegenteil. In der Weimarer Republik regelt eine vom Innenminister erlassene Verordnung so umfassend wie nie zuvor alle Details rund ums Reisedokument. Die Freiheit des Reisens bleibt in Europa fortan für Jahrzehnte an Dokumente, Stempel und Vermerke gekoppelt. Die restriktiven Pass-Regelungen wären allerdings kein wirkliches Hindernis gewesen, an die erste Blüte des Verreisens aus der Vorkriegszeit anzuknüpfen. Doch nach 1918 ist Deutschland nicht nur politisch zerrissen, man hat vor allem mit den ökonomischen Folgen des Weltkrieges zu kämpfen. Die Hyperinflation frisst auch große Vermögen – für Reisen innerhalb Deutschlands oder gar ins Ausland bleibt oft nichts übrig.

Erst mit der Stabilisierung der deutschen Wirtschaft nach der Einführung der Rentenmark 1924 erlebt auch die Reisebranche wieder einen Aufschwung, der sich allerdings nur als Zwischenhoch erweist. Der Zusammenbruch der Weltwirtschaft nach dem Börsenkrach („Schwarzer Freitag") vom 25. Oktober 1929 setzt ab 1930 auch der Tourismuswirtschaft deutlich zu.

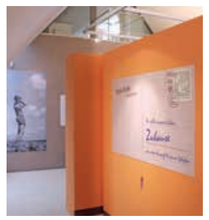
Zudem erhalten in der Weimarer Republik zwar auch breitere Schichten der Gesellschaft die ökonomische Möglichkeit, touristische Angebote zu nutzen, doch sind vor allem die Arbeiter nach wie vor weitgehend ausgeschlossen. Dieses Manko können auch nicht jene unter anderem von SPD und Gewerkschaften beförderten Reiseorganisationen ausgleichen, die in Deutschland Pauschalreisen und Ferienaufenthalte speziell für Arbeiter anbieten.

Reisen für das Regime

Diese Tatsache machen sich ab 1933 die Nationalsozialisten zunutze, um eine mit großem propagandistischem Aufwand begleitete Reiseorganisation zu schaffen. Unter dem Dach der „Deutschen Arbeitsfront" bietet „Kraft durch Freude" (KdF) Reisen zu günstigen Preisen an, die sich auch Arbeiter leisten können. Der staatlich gelenkte Tourismus verfolgt freilich vor allem politische Absichten. Die Arbeiterschaft, die sich bis zur sogenannten Machtergreifung am 30. Januar 1933 zu beträchtlichen Teilen von den linken Parteien SPD und KPD vertreten sah, soll fürs neue Regime gewonnen werden – eine Taktik, die durchaus Früchte trägt. Bilder von Durchschnitts-Deutschen, die winkend auf dem Deck von KdF-Urlaubsdampfern stehen, um gen Norwegen, Italien oder Griechenland in See zu stechen, schmücken die Illustrierten und verfehlen ihre Wirkung nicht.

Dazu kommt, dass auch Arbeiter jetzt im Schnitt zwischen sechs und zwölf Tagen Urlaub erhalten. Dem bloßen Amusement ist die vermeintliche Großzügigkeit der NS-Machthaber allerdings nicht geschuldet. Vielmehr geht es neben politischer Ruhigstellung der Massen eher darum, die Kräfte der arbeitenden Bevölkerung wiederherzustellen und nebenbei die „Volksgemeinschaft" zu stärken.

Foto: J. Röll



Einblicke in die Ausstellung „Rund um die Welt" im Knauf-Museum Iphofen.
Foto links: Markus Mergenthaler, Museumsleiter.

Fotos: Benedikt Feser

Der schöne Schein der KdF-Propaganda verschwindet jäh im Spätsommer 1939. Luxusdampfer und Ausflugsbusse haben mit Beginn des Zweiten Weltkrieges am 1. September 1939 ausgedient. Stattdessen rückt die deutsche Wehrmacht mit Panzern und Mannschaftswagen auf fremde Territorien vor. Als sechs Jahre später, kurz vor Kriegsende, die Niederlage Deutschlands de facto besiegelt ist, macht noch einmal ein ehemaliges KdF-Schiff traurige Schlagzeilen. Die 1938 in Dienst gestellte „Wilhelm Gustloff" wird am 30. Januar 1945 vor der Küste Pommerns von einem sowjetischen Torpedo getroffen und sinkt. Rund 9000 Menschen, größtenteils Flüchtlinge aus Ostpreußen, sterben beim Untergang des Schiffes.

Der Zusammenbruch des „Dritten Reiches" ist so total, dass unmittelbar nach Kriegsende kaum jemand an Tourismus zu denken wagt. Für viele Menschen – auch im übrigen verwüsteten Europa – geht es zunächst ums nackte Überleben. Dennoch dauert es nicht allzu lange, bis in Deutschland wieder Ansätze einer Reisewirtschaft erkennbar werden.

In den Westzonen – der späteren Bundesrepublik – setzt man in Sachen Tourismus auf die Privatwirtschaft. Im Sog des Ludwig-Erhard-Mottos „Wohlstand für alle" werden ab den 1950er Jahren Urlaubsreisen tatsächlich für beinahe jedermann erschwinglich. Die 2-Klassen-Gesellschaft beim Reisen ist dahin gehend aufgehoben, dass die soziale Herkunft zumindest im Grundsatz nicht mehr darüber entscheidet, ob man verreisen kann oder nicht. Bei der Auswahl der Reiseziele und nicht zuletzt der Qualität der Unterkünfte bleiben die Unterschiede freilich erhalten. Mit schmalerem Geldbeutel bevorzugt man zunächst die Unterbringung bei Privat und ist – Gefallen vorausgesetzt – durchaus ein treuer Gast.

Historische Urlaubsmotive aus den Jahren 1920–1935.
Aus der Sammlung Benedikt Feser

Urlaubsziele aus dem Katalog

Bei dieser Art Tourismus bleibt es aber nicht lange. Versandhändler, wie Neckermann und Quelle, aber auch der ADAC entdecken den Reisemarkt als attraktives Geschäftsfeld. Mit der Vergrößerung des Angebotes sinken die Preise auch für Hotelübernachtungen. Der sogenannte kleine Mann muss nun nicht mehr unbedingt im Privatquartier absteigen, und auch ferne Reiseziele sind nicht mehr unbezahlbar.
Was die Konjunktur der Branche zusätzlich antreibt, ist ein verhältnismäßig starker Anstieg der Realeinkommen. Prozentual muss auch ein Arbeiter immer weniger aufwenden, um sich einen Urlaub in Italien oder Spanien leisten zu können; die ehemals sündhaft teuren Flugtickets werden ab den 1970er Jahren deutlich billiger. Zugleich muss weniger gearbeitet werden – die verfügbare Freizeit steigt.

Unterdessen stellt sich die Tourismusindustrie immer wieder neu auf. Zwar ist der klassische Familienurlaub damals wie heute im Programm, doch werden Zug um Zug neue Elemente ins Gesamterlebnis „Verreisen" eingefügt. So beispielsweise der Cluburlaub, bei dem sich die Urlauber überwiegend in einer Ferienanlage aufhalten und der gesamte Tagesablauf durch spezielle Freizeitangebote bestimmt wird. Der zunehmenden Hektik des Arbeitsalltags geschuldet ist der in den 1990er Jahren einsetzende Boom der Wellness-Urlaube.

Auch im anderen Teil Deutschlands steigt nach schwieriger Anfangszeit der Lebensstandard – und damit das Bedürfnis nach etwas Luxus und Reisen. Zunächst versucht die DDR, auch dem Fernreisewunsch ihrer Bürger entgegenzukommen. Neben Gruppenreisen in sozialistische

Ein Freund, ein guter Freund, aus: die Drei von der Tankstelle

» *Sonniger Tag, wonniger Tag! Klopfendes Herz und der Motor ein Schlag!*
Lachendes Ziel, lachender Start und eine herrliche Fahrt.
Rom und Madrid nehmen wir mit.
So ging das Leben im Taumel zu dritt.
über das Meer, über das Land haben wir eines erkannt … «

Robert Gilbert, 1930

The best way to travel

» *And you can fly high as a kite if you want to*
Faster than light if you want to
Speeding through the universe Thinking is the best way to travel «

» Und wenn Du es willst, kannst Du hoch
wie ein Papierdrache fliegen schneller als das Licht, wenn Du es willst
mit höchster Geschwindigkeit durch das Universum rasen
Denken ist der beste Weg zu reisen «

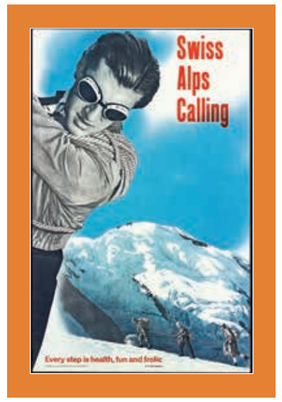
Mike Pinder, 1968

Reise

» *Viel zu spät begreifen viele*
die versäumten Lebensziele:
Freuden, Schönheit und Natur,
Gesundheit, Reisen und Kultur.
Darum, Mensch, sei zeitig weise!
Höchste Zeit ist's! Reise, reise! «

Wilhelm Busch

Werbung der italienischen Zentrale für Tourismus
Grado
Macello Dudovich (1878–1962), Mailand, 1933
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin
Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica



<

1 Werbung der nationalsozialistischen Freizeit- und Reiseorganisation
Kraft durch Freude
Mit „Kraft durch Freude" nach Italien
Kroeber (Lebensdaten unbekannt)
Verlag der deutschen Arbeitsfront GmbH, um 1935
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin
Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

2 Werbung der Schweizer Zentrale für Tourismus
Swiss alps calling (Die Schweizer Alpen rufen)
Hans Aeschbacher (1911–1999) um 1951
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin
Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

3 Reiseland Deutsche Demokratische Republik
Garantiereisen DDR
Interessante Städte individuell erleben
Offset, 1975
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin
Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

Länder – vor allem in die Sowjetunion – werden auch Reisen auf staatseigenen Kreuzfahrtschiffen angeboten. Die sind alles andere als billig, aber dennoch sehr begehrt.

Der Mauerbau 1961 bringt zwar dem sozialistischen Kreuzfahrtbetrieb das Aus, nicht jedoch der Reisefreude der DDR-Bürger. Auslandsreisen sind mit Ausnahme der sozialistischen Staaten tabu, dennoch hält es die Menschen zwischen Rügen und Erzgebirge im Urlaub keineswegs auf dem heimischen Balkon. Der Freie Deutsche Gewerkschaftsbund (FDGB) unterhält einen eigenen Reisedienst, mit dem Jahr für Jahr Millionen preisgünstiger Urlaubsreisen vermittelt werden, die allermeisten davon innerhalb der DDR. Dort ist mit Abstand die Ostsee das beliebteste Reiseziel, beim sozialistischen Ausland führen der Balaton in Ungarn und die bulgarische Schwarzmeerküste die Hitliste an.

Dass aber der größte Teil der Welt für DDR-Bürger „terra incognita" bleibt, birgt mit den Jahren allerdings immer mehr politischen Sprengstoff. Die fehlende Freizügigkeit beim Reisen ist schließlich einer der Sargnägel der DDR. Reisefreiheit gehört zu den Hauptforderungen beim politischen Umbruch im Herbst 1989 – und gereist wird nach dem Fall der Mauer am 9. November millionenfach, vor allem natürlich von Deutschland-Ost nach Deutschland-West. Die Einführung der D-Mark im Juli 1990 öffnet dann auch finanziell den internationalen Reisemarkt für die Menschen aus der DDR.

Das Internet als Tourismusbörse

Heute scheinen die Möglichkeiten des Verreisens schier unendlich, das Angebot ist kaum noch zu überschauen. Ein harter Wettbewerb zeichnet sich seit den 1990er Jahren vor allem bei den Verkehrsmitteln ab. Was zuvor undenkbar schien, ist mittlerweile Realität: Flugreisen sind bisweilen billiger zu haben als eine Fahrt mit der Bahn. Die Vergleichsmöglichkeiten, die das Internet den Kunden bietet, haben den Preiskampf zusätzlich befeuert. Und auch zu Lande hat der Wettbewerb im Sinne des Wortes Fahrt aufgenommen, seit die Bahn mit Fernreisebussen konkurrieren muss, die sich zunehmender Beliebtheit erfreuen.

Wer schließlich – auf welchem Weg auch immer – am Ort seiner Träume angekommen ist, der schickt heutzutage seine Urlaubsfotos in Sekundenschnelle über die sozialen Netzwerke an Freunde und Bekannte. Und das Klassiker-Motto „Auch ich in Arkadien" passt locker ins Textfeld des Schnellnachrichtendienstes Twitter: Wenn das der alte Goethe wüsste!

» *Wer nie weggegangen ist,*
versteht die Heimkehrenden nicht. «
Walter Ludin, 1945

Wir führen Sie durch den Mediendschungel

Lassen Sie Ihre Werbung und Ihre Außendarstellung nicht zum Glücksspiel werden. Die Forest-Medienproduktion blickt auf mehr als 30 Jahre Erfahrung in den verschiedenen Bereichen der visuellen Kommunikation zurück.

Zur Sonderausstellung **„Rund um die Welt"** konnten wir unsere Leistungen im Printbereich, im Großformatdruck und bei der Erstellung multimedialer Inhalte einbringen. Freuen Sie sich mit uns auf eine eindrucksvoll gestaltete Ausstellung zum Thema Reisen im Knauf-Museum Iphofen.

FOREST • Karlstadt • Tel. 09353/9713-0 • www.forest-werbung.de

Anzeige

Mit der
Mainfrankenbahn
zur Ausstellung
„Rund um die Welt"
ins Iphöfer Knauf-Museum –
ermäßigter Eintritt
für Bahnkunden

Raus aus dem Alltag – rein ins Museum

Anreisetipp: Nutzen Sie das Bayern-Ticket:
bis zu 5 Personen – 1 Tag – ab 23 Euro
Weitere attraktive Vergünstigungen für Bahnkunden

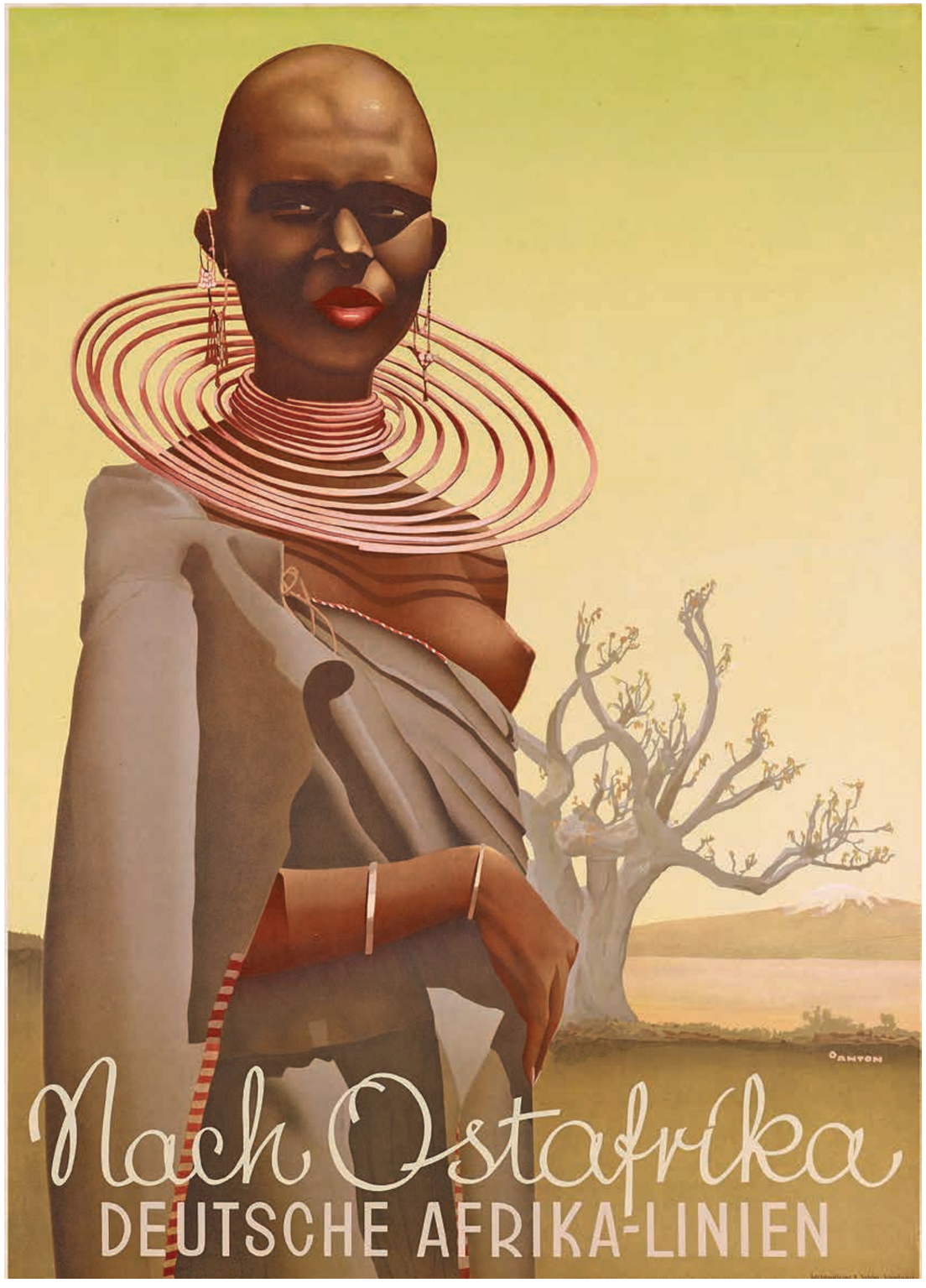
„Raus aus dem Alltag – rein ins Erlebnis"; so lautet das aktuelle Motto der Mainfrankenbahn. Nutzen Sie zur Anfahrt nach Iphofen die Bahn: Stressfrei, staufrei und ohne Parkplatzsorgen! Genießen Sie die Fahrt besonders mit unseren modernen, klimatisierten Zügen.

Die Sonderausstellung „Rund um die Welt – Tourismusplakate aus der Sammlung des Deutschen Historischen Museums", nimmt Sie mit auf eine Reise zu den Metropolen Europas, zu den Mittelmeerländern, in den Vorderen Orient, nach Afrika und Asien, nach Australien, nach Nord- und Südamerika.
Bahnkunden erhalten eine Eintrittsermäßigung bei der Ausstellung in Höhe von 1 Euro! Aus Richtung Würzburg bzw. Nürnberg kommen Sie stündlich mit der Mainfrankenbahn nach Iphofen.

Weitere Kooperationspartner der Bahn bieten für Kunden der Bahn interessante Vergünstigungen: Sie erhalten gegen Vorlage der Bahnfahrkarte bei den Partnern Ermäßigungen auf die Eintrittspreise oder andere Vergünstigungen. Beim »Bayern-Ticket« und »Schönes-Wochenende-Ticket« erhalten je Ticket bis zu fünf Personen die vereinbarten Ermäßigungen. Ermäßigungen gibt es in Iphofen neben dem Knauf-Museum auch beim Kirchenburgmuseum Mönchsondheim sowie zahlreichen weiteren Partnern und darüber hinaus in ganz Franken.

Informieren Sie sich in unseren Broschüren über das Angebot, die in den Zügen, an den Bahnhöfen und weiteren Partnern (z.B. Tourismusbüros, Landratsämtern, Gemeinden) ausliegen.
Weitere Infos gibt es online unter: **www.bahn.de/regio-franken**

Anfahrt:



<

Werbung der Deutschen Afrikalinie
Nach Ostafrika – Deutsche Afrikalinie
Ottomar Anton (1895–1976)
Mühlmeister und Johler, Hamburg, 1935
Leihgabe: Deutsches Historisches Museum Berlin
Foto: Sebastian Ahlers, Indra Desnica

Impressum:

Die Beilage zur Ausstellung „Rund um die Welt" ist eine Publikation der Mediengruppe Main-Post Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Knauf-Museum Iphofen.

Verlag und Druck:
Main-Post GmbH & Co. KG
Persönlich haftende Gesellschafterin:
Main-Post Verwaltungs GmbH
Registergericht:
AG Würzburg HRB 109977
Geschäftsführer:
David Brandstätter
Chefredaktion:
Michael Reinhard

Redaktion:
Peter Krones (Ltg.)
Torsten Schleicher
Gestaltung: Lisa Götz
Produktmanagement:
Stefan Dietzer
Gesamtleitung
Mediaverkauf: Matthias Faller
Vertriebsleitung:
Holger Seeger
Logistik:
Main ZustellService GmbH
Postanschrift/Kontakt:
Main-Post, Berner Straße 2
97084 Würzburg
Telefon (09 31) 60 01-4 52
Fax (09 31) 60 01-9 04 52
stefan.dietzer@mainpost.de

Informationen:

Knauf-Museum Iphofen
Knauf Gips KG
Am Marktplatz, 97343 Iphofen
Tel. 0 93 23/31-5 28, Fax 0 93 23/50 22
knauf-museum@knauf.de

www.knauf-museum.de

Eintrittspreise:

Erwachsene:	4 €
Kinder:	2 €
Gruppen ab 20 Personen:	3 €/p. P.
Schulklassen:	1 €/Schüler
Audioführung:	1€

Tourist Information Iphofen,
Kirchplatz 7, 97346 Iphofen
Tel. 0 93 23/87 03 06,
Fax 0 93 23/ 87 03 08
tourist@iphofen.de

www.iphofen.de

Öffnungszeiten:

Dienstag bis Samstag	10 bis 17 Uhr
Sonntag	11 bis 17 Uhr

Zur Sonderausstellung ist der Begleitband „Rund um die Welt – Tourismusplakate aus der Sammlung des Deutschen Historischen Museums" erschienen (112 Seiten, 120 Abbildungen). Dieser ist an der Museumskasse erhältlich.

DEUTSCHES HISTORISCHES MUSEUM

Eine Ausstellung des Deutschen Historischen Museums Berlin.

ROTKALK

Lebensräume atmen auf.

Rotkalk – ein Innenputz-System mit perfekten Eigenschaften:
Atmungsaktiv und raumfeuchteregulierend. Der einzige Putz,
der gleichzeitig Schadstoffe aus der Raumluft abbaut.
Durch seine desinfizierende Wirkung ideal gegen Bakterien
und Schimmelpilze.

www.rotkalk.de

KNAUF