

Zeitschrift: Regio Basiliensis : Basler Zeitschrift für Geographie
Herausgeber: Geographisch-Ethnologische Gesellschaft Basel ; Geographisches Institut der Universität Basel
Band: 47 (2006)
Heft: 1

Artikel: Wenn jemand eine Reise tut, ... : Kofferetiketten aus der Europa-Sammlung des Museums der Kulturen
Autor: Wunderlin, Dominik
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1088336>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 18.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Wenn jemand eine Reise tut, ... Kofferetiketten aus der Europa-Sammlung des Museums der Kulturen

Dominik Wunderlin

Zusammenfassung

Etwa 300 Sammler soll es weltweit geben, die sich einem Thema verschrieben haben, das von der Europäischen Ethnologie und insbesondere auch von der allerdings relativ jungen volkskundlichen Tourismusforschung bislang kaum beachtet wurde. Die zum Schmucke des Reisegepäcks geschaffenen Kofferetiketten erfüllten mehrere Funktionen: Sie waren ein überaus günstiges Werbemittel für den Beherbergungsbetrieb und sagten zugleich viel über den finanziellen Status des Trägers und seine Weltläufigkeit aus. Den heutigen Betrachter lassen die teilweise von grossen Künstlern geschaffenen Kleber in Gedanken in Zeiten entführen, in denen das Reisen noch umständlicher und zeitintensiver war.

1 Einleitung

Die Tourismusforschung bildet innerhalb der europäischen Ethnologie oder Kulturforschung noch ein recht junges Beschäftigungsfeld. Immerhin hat Richard Weiss in seiner wegweisenden "Volkskunde der Schweiz", die bei ihrem Erscheinen im Jahre 1946 "als das fortschrittlichste und wichtigste Werk dieser Art im deutschen Sprachgebiet galt" (Niederer 1978), bereits knapp zwei Druckseiten dem Fremdenverkehr gewidmet. Seine teilweise anklagenden Bemerkungen über die Gefahren des Fremdenverkehrs für das Volksleben nehmen voraus, was in der ab 1962 einsetzenden Diskussion um den "Folklorismus" immer wieder beschäftigt hat (Moser 1962 und 1964). Wenn Tourismusverantwortliche sich nur noch darum für die Erhaltung lokaler Eigenarten einsetzten, weil sie für die Fremdenwerbung willkommen waren, dann sah Richard Weiss darin die "Gefahr der Prostitution des Volkslebens zum Schaustück für die Fremden" (Weiss 1946).

Adresse des Autors: Lic. phil. Dominik Wunderlin, Konservator, Leiter Abteilung Europa, Museum der Kulturen, Augustinergasse 2, CH-4001 Basel

Die Debatte um den "Folklorismus", den zum Beispiel Gottfried Korff als einen "ausstaffierten Brauch, der aus Partikeln der traditionellen Volkskultur effektiv arrangiert (...) wird" (Korff 1980) bezeichnete, führt u. a. zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung. Ausgelöst wurde sie aber auch durch das längst zum Klassiker gewordene Werk von Dean MacCannell (1976), das nicht nur in die Hände der Volkswirtschaftler, sondern zeitgleich in jene der Volkskundler gelangte. Der Regensburger Lehrstuhl für Volkskunde organisierte 1984 eine Ausstellung zum Fremdenverkehr (Berwing & Köstlin 1984) und innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde (DGV) konstituierte sich im gleichen Jahrzehnt eine "Kommission Tourismusforschung", die seit 1989 auch regelmässig Tagungen durchführt und sich durch die Jahre hindurch immer bemüht hat, ein interdisziplinäres Diskussionsforum für unterschiedlichste Forschungsansätze zu bilden. Von Seiten der Europäischen Ethnologie hat zweifellos Dieter Kramer wichtige Beiträge zu einer kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung geleistet (Kramer 1982, Kramer & Lutz 1992 und 1993). Aber auch Schweizer Vertreter der Europäischen Ethnologie sind nicht untätig geblieben, hat doch der Zürcher Ueli Gyr 1978 in der Zeitschrift der DGV einen volkskundlichen Nachholbedarf geortet und insbesondere im Wallis haben sich akademisch geschulte "Euro-Ethnologen" inzwischen wiederholt mit Tourismus befasst und wichtige Arbeiten vorgelegt (Antonietti 1993; Bellwald 1986).

In Bezug auf Tourismuswerbung gibt es zwar einige Auseinandersetzungen zur Reisewerbung und namentlich zu Plakaten (Jóo 1984; Köck 1999; Steinböck 2002; Margadant 1983; Hillon 1991), doch steht hier meist die Ästhetik und Gestaltung im Vordergrund.

2 Kofferetiketten als Gegenstand wissenschaftlicher Auseinandersetzung

Ästhetik und Gestaltung stehen auch für die Kofferetiketten im Vordergrund. An selbstständigen Werken zu diesem Thema finden sich ganz wenige Veröffentlichungen. Da jene vor allem in den USA im Handel befindlichen Booklets mit beigelegten, selbstklebenden Reprints nur geringen Wert haben, sind aus dem anglophonen Raum nur zwei Publikationen erwähnenswert (Anderson & Swinglehurst 1981; Craig 1988). Aus dem deutschsprachigen Raum heraus- und hervorragend ist neben dem allgemeiner gehaltenen Fachbuch von Nitsch (1926) zur Hauptsache das Taschenbuch von Bien & Giersch (1988) zu nennen, das auch eine umfassende Bibliographie zur Reisekultur enthält.

Kurz nach der Veröffentlichung dieses Buches standen wir vorübergehend in Kontakt mit den beiden Autoren, da sie zur veröffentlichten Sammlung auch eine Wanderausstellung konzipiert hatten. Die räumlichen Verhältnisse im Museumskomplex an der Basler Augustinergasse erlaubten jedoch keine Übernahme und die dann ins Auge gefasste Präsentation im Rahmen einer Ferienmesse erwies sich als finanziell untragbar. Wieso aber waren die Herren Bien und Giersch ausgerichtet an die Europa-Abteilung gelangt? Der Grund war "Das ABC des Luxuspapiers" mit einem kurzen Eintrag zu Kofferetiketten, der als einzigen Standort einer Sammlung unsere Europa-Abteilung bezeichnet (Pieske 1983).

Angesichts der Tatsache, dass Schätzungen von 80'000 verschiedenen Kofferetiketten sprechen, die weltweit ausgegeben und auf Koffer geklebt worden sind, ist die tatsächlich in Basel befindliche Sammlung allerdings sehr bescheiden: Sie zählt nämlich lediglich 71 verschiedene Motive! Doch die Sammlungspraxis, die seit jeher in der Europa-Abteilung beachtet wurde, sich nämlich nach Möglichkeit bei jeder Gattung auf eine exemplarische Auswahl zu beschränken, wird hier augenfällig. Denn: Die geringe Zahl sagt noch nichts zur Qualität der unter den Inventarnummern VI 60758 bis 60763 in kleinen Konvoluten befindlichen Etiketten. So finden sich in unserer Sammlung neben einfachen, recht anspruchslos gestalteten Etiketten auch kleine Meisterwerke.

Zeitlich stammen sie zur Hauptsache aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts und bezüglich des Gebrauchsortes kommen die Etiketten aus Europa, aus Kanada, aus Nordafrika und aus Asien, davon allein 13 aus Japan sowie 16 aus China. In der Gesamtzahl inbegriffen sind auch einige Beispiele von alten Schiffsetiketten und Kofferanhängern, die jenen für das heutige Fluggepäck funktionell eng verwandt sind.

Heute weitestgehend verschwunden sind dagegen die Kofferetiketten. Die Gründe für ihr Ende in den 1960er Jahren sind vielfältig:

- Eine Veränderung der Ferien- und Reisekultur, welche die traditionellen “Grand-Hotels” oft zur Aufgabe zwingen.
- Die hauptsächlich genutzten Transportmittel Auto und Flugzeug anstelle von Schiff und Eisenbahn verunmöglichen, dass die auf dem Handgepäck angebrachten Etiketten Anstoss zu einem Gespräch geben.
- Die ab den 1920er Jahren einsetzende Praxis, dass auch die kleineren Häuser Etiketten ausgeben, macht die bisherige Exklusivität zunichte.
- Eine neue Generation von Koffern erschwert das Anbringen von Etiketten.
- Der oft unsanfte Umgang mit Koffern beim Flugtransport hat ein oft nur kurzes Leben der Etiketten zur Folge.

3 Das Geschäft mit den Kofferetiketten

Die eigentliche Blütezeit der Kofferetiketten wurde aber bereits mit dem Zweiten Weltkrieg abgeschlossen. Und ihr Beginn setzt im späteren 19. Jahrhundert ein. Laut Angaben eines rührigen portugiesischen Sammlers soll der älteste Aufkleber um 1875 in Brüssel verwendet worden sein. Verbreiteter ist allerdings die Auffassung, dass ein Hotel in San Remo an der italienischen Riviera im Winter 1885–1886 den Touristen erstmals Etiketten auf das Gepäck klebte, was durch einen Reisebericht überliefert ist. Tatsache ist auch, dass diese Idee sehr rasch Schule bei den Hoteliers gemacht hat. Bereits in den 1880er Jahren waren die Aufkleber in vielen erstklassigen Häusern Europas verbreitet. Es war auch die Zeit, wo der Farbdruk als Chromolithographie möglich und unverzüglich auch für die Herstellung der Kofferetiketten angewandt wurde.

Bald erkannten auch verschiedene graphische Betriebe eine Chance darin, die Herstellung von Kofferetiketten zu einem ihrer Spezialgebiete zu machen und dafür auch zu werben. Ein hier früh, nämlich um 1890 aktiv werdender Betrieb ist die Firma A. Trüb & Cie in Aarau, die infolge entsprechender Besitzverhältnisse vor 1903 als Müller & Cie oder als Müller & Trüb firmierte. Dieses Unternehmen unterhielt ab der Jahrhundertwende für lange Zeit auch Filialbetriebe in Lausanne, Bukarest und Como (I) und beschäftigte Agenten in Italien, Frankreich, Spanien, Russland und in Fernost und wurde später auch in Kuba und Kolumbien aktiv. Um künstlerisch mit den Hauptkonkurrenten in Frankreich und Italien mithalten, beschäftigte die Firma international ausgewiesene Künstler. Um 1900 war der Jugendstil en vogue und entsprechend mussten die Etiketten gestaltet werden. Weniger einem Stil verpflichtet waren die von Trüb in den 1920er und 1930er Jahren noch produzierten Etiketten; damals konzentrierte sich die Firma zunehmend auf den Plakatdruck und produzierte auch hier oft Fremdenverkehrswerbung.

Aus der Schweiz stammte ursprünglich auch der Gründer der Druckerei Richter & Cie, die seit 1842 in Neapel ansässig war. Dieses Unternehmen dürfte um 1900 ins Geschäft mit den Kofferetiketten eingestiegen sein und dann vor allem den italienischen Markt, aber bis zum Zweiten Weltkrieg auch viele europäische Länder, Nordafrika, Asien und Amerika bedient haben. Zwischen 1906 und 1930 prägte der Graphiker Mario Borgoni mit seinem, aus dem Jugendstil entwickelten

Stil die Produktion von Richter. Borgoni (1869–1936) war wie andere Meister seines Faches vor allem Plakatkünstler, aber gerade darum befähigt, auch beim kleinen Etikettenformat plakativ in der Gestaltung zu bleiben.

Dasselbe gilt auch für Erik Nitsche (1908–1998), der in Lausanne geboren wurde und sich am Bauhaus ausbildete, bevor er zwischen 1931 und 1934 in Paris tätig war, um nachher nach den USA zu emigrieren. Die meisten seiner etwa 20 in der Pariser Zeit geschaffenen Etiketten gestaltete er für die kolonialen Transatlantique-Hotels in Nordafrika, und sie zeichnen sich alle durch einen noch heute begeisternden Art-Deco-Stil aus. Dem italienischen Futurismo der faschistischen Zeit verpflichtet waren dagegen viele italienische Künstler der 1920er und 1930er Jahre, während der offenbar nur vorübergehend als Gestalter von Kofferetiketten wirkende Amerikaner Daniel C. Sweeney (1880–1958) seine Könnerschaft als Illustrator nicht verleugnen konnte. Von dem ungefähr ein Dutzend Stück umfassenden Oeuvre aus den späten 1920er Jahren für typische Orienthotels in China, Hongkong, Vietnam sowie in Manila zeigen die meisten exotische Szenen.



Abb. 1 Zeugnisse der Weltläufigkeit: Kofferetiketten von drei Transatlantique-Hotels in Algerien und Tunesien, geschaffen von Erik Nitsche; vom Luxor Winter Palace, geschaffen vom französischen Grafiker J. Paschal für Richter & Cie in Neapel; vom Claridge's Hotel in Paris, gedruckt bei Bouclet & Barri in Paris; und vom Repulse Bay Hotel in Hongkong, geschaffen vom amerikanischen Illustrator Dan Sweeney.

Foto: Markus Gruber

4 Kofferetiketten als Statussymbol

Diese Motive haben wohl ebenso wenig ihre Wirkung verfehlt wie die oft auf den Etiketten dargestellten imposanten Hotelbauten, die Ansichten sofort erkennbarer typischer Berge oder Küstenpartien oder auch die manchmal sehr originell ins Bild gebrachten Hotelbediensteten wie etwa die Portiers und Pagen. Als erste und letzte Bedienstete, die den Gast empfangen und verabschiedeten, stellten sie ein überaus oft gewähltes Sujet dar. Sie waren es auch, die am Schluss des Aufenthaltes den Abreisenden fragten, ob er eine Etikette des Etablissements auf das Gepäck kleben dürfte. Ein reichhaltig dekoriertes Gepäckstück galt aber nicht nur als chic, sondern machte den Gast auch zum Werbeträger, der so stolz seine Weltläufigkeit zur Schau trug. Ein mit ersten Adressen beklebter Koffer war zudem eine nützliche Hilfe für den Mann an der Rezeption, um einen neu ankommenden Gast nach der Grösse seiner Brieftasche und den möglichen Ansprüchen einzuordnen. Damit erfüllte der weitgereiste, neben den bunten Papierchen auch allerlei Blessuren aufweisende Koffer eine gleiche Funktion als Prestige-Objekt wie heute die Tragtasche mit dem unübersehbaren Schriftzug einer Nobelmarke oder wie der Koffer eines Pariser Luxusproduzenten.

Literatur

- Anderson J. & Swinglehurst E. 1981. *Ephemera of Travel & Transport*. London, 1–96.
- Antonietti Th. & Morand M.C. 1993. *Tourismus und kultureller Wandel*. Sitten, 1–172.
- Bellwald W. 1986. *Zur Geschichte des Tourismus in Lötschen*. Basel, 1–107.
- Berwing K. & Köstlin K. 1984. *Reise-Fieber*. Regensburg, 1–246.
- Bien H.M. & Giersch U. 1988. *Reisen in die grosse weite Welt*. Dortmund, 1–182.
- Craig D. 1988. *Luggage Labels. Mementos from the Golden Age of Travel*. San Francisco, 1–120.
- Gyr U. 1988. Touristenkultur und Reisealltag: Volkskundlicher Nachholbedarf in der Tourismusforschung. *Zeitschrift für Volkskunde* 84: 224–239.
- Hillon D. 1991. *La montagne s'affiche*. Rennes, 1–283.
- Jóo K. 1984. Folklorismus in der Reisewerbung. In: Berwing M., Köstlin K. *Reisefieber*. Regensburg, 163–171.
- Köck P. 1999. *Plakatkunst im Tourismus. 120 Beispiele aus Tirol*. Innsbruck, 1–191.
- Korff G. 1980. Folklorismus und Regionalismus. In: Köstlin K., Bausinger H. (Hrsg.) *Heimat und Identität. Probleme regionaler Kultur*. Neumünster, 39–52.
- Kramer D. 1982. *Der sanfte Tourismus*. Wien, 1–208.
- Kramer D. & Lutz R. (Hrsg.) 1992. *Reisen und Alltag*. Frankfurt/M., 1–173.
- Kramer D. & Lutz R. 1993. *Tourismus-Kultur – Kultur-Tourismus*. Münster-Hamburg, 1–244.
- MacCannell D. 1975. *The tourist: a new theory of the leisure class*. New York, 1–241.
- Margadant B. 1983. *Das Schweizer Plakat 1900–1983*. Basel, 1–278.
- Moser H. 1962. Vom Folklorismus in unserer Zeit. *Zeitschrift für Volkskunde* 58: 177–209.
- Moser H. 1964. Der Folklorismus als Forschungsproblem der Volkskunde. *Hessische Blätter für Volkskunde* 55: 9–57.
- Niederer A. 1978. Zur zweiten Auflage. In: Weiss R. 1978. *Volkskunde der Schweiz*. Erlenbach-Zürich, XV–XVIII.
- Nitsch H. 1926. *Die Reklame des Hotel- und Gastgewerbes*. Wien, 1–804.
- Pieske C. 1983. *Das ABC des Luxuspapiers*. Berlin, 1–377.
- Steinböck M. 2002. *Blickfang Heimat: Die Entwicklung des Heimatbegriffs anhand österreichischer Fremdenverkehrsplakate des 20. Jahrhunderts*. Frankfurt/M., 1–158.
- Weiss R. 1946. *Volkskunde der Schweiz*. Erlenbach-Zürich, 1–436.

