

Zeitschrift: Rorschacher Neujahrsblatt
Band: 82 (1992)

Artikel: Die organisierte Bemühung um den "Fremdenzufluss" : der "Verband der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein" und der "Bodensee Verkehrsverein"

Autor: Trapp, Werner
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-947364>

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: 01.10.2025

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

Die organisierte Bemühung um den «Fremdenzufluss»

Der «Verband der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein» und der «Bodensee Verkehrsverein»

Werner Trapp

«Es unterliegt wohl keinem Zweifel, dass die Ufer des Bodensees und Rheins in Bezug auf landschaftliche Reize und Vorzüge des Klimas den Vergleich mit keinem der berühmten Touristenziele zu scheuen brauchen, viele sogar weit hinter sich lassen, ebensowenig aber kann bestritten werden, dass der Fremdenzufluss noch nicht jene Durchschnittshöhe erreicht hat, welche der tatsächlichen Bedeutung der Bodenseegegend entspräche.»¹

Diese einleitende Feststellung eines vom 11. April 1893 datierenden, an den «hochlöblichen Stadtrath» in Konstanz gerichteten und von den Hoteliers des «Österreichischen Hof» in Bregenz und des «Bayerischen Hof» in Lindau unterzeichneten Schreibens darf mit Fug als eines der Gründungsdokumente eines gerade drei Monate zuvor gegründeten Interessenverbands bezeichnet werden, dessen Entstehung zugleich eine neue Epoche in der Geschichte des Bodensee-Tourismus signalisiert: die Ära des «organisierten Tourismus», der bewussten und planmässigen Förderung des Fremdenverkehrs als einer Aufgabe, die auf rein örtlicher Ebene nicht mehr zu lösen war. Am 16. Januar 1893 hatten sich in Bregenz die Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein zu einer gemeinsamen Besprechung zusammengefunden, «zu welcher auch in richtiger Erkenntnis der Wichtigkeit dieses Schrittes die bedeutenderen Städte der Ufergegenden in sehr erwünschter Weise ihre Vertreter entsendet hatten» und die in der Gründung des «Verbands der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein» ihren Abschluss und Höhepunkt fand.² Das Ziel des neuen Verbandes wurde ganz allgemein dahingehend beschrieben, «die Aufmerksamkeit der Fremdenwelt nachdrücklicher und nachhaltiger, als bisher geschehen, auf die herrliche Umgebung des Bodensees zu lenken», oder, wie es die Vereinsstatuten gleich zu Beginn formulierten: «Hebung und Förderung des Verkehrs der Fremden und ihres längeren Verweilens an den Gestaden des Bodensees und Rheins.»³

Nur allzu häufig nämlich seien, so heisst es in einer Begründung für diesen Schritt, «die Uferorte des Bodensees bisher als blosser Durchgangsstationen für ein weiter gestecktes Reiseziel benützt» worden.⁴ Bei der Frage nach den Ursachen für dieses bemerkenswerte Verhalten der «Fremdenwelt» schien Selbstkritik den Initiatoren nicht angebracht: Weder «mangelhafter Hotelbetrieb» noch «unzureichende Verkehrs- oder städtische Einrichtungen» könnten hierfür namhaft gemacht werden, scheue man doch im Gegenteil

Jahresversammlung des Verbands der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein im Hotel «Baer» in Arbon, 1910. Privatbesitz.



«keine Mühe und kein Opfer, für Genuss und Bequemlichkeit des reisenden Publikums nach Kräften zu sorgen». Allein, was bisher noch fehle, sei ein «einheitliches Zusammenwirken, ein entschlossenes, zielbewusstes Vorgehen in allen Fragen, welche den Fremdenverkehr am Bodensee und Rhein wirksam zu heben und dauernd zu fördern geeignet sind».

Die wichtigsten Mittel zur Erreichung dieser Ziele sind ebenfalls in den Statuten des Vereins formuliert:

– «gemeinsame Reclame nach Aussen für den gesammten Bodensee und Rhein bis zum Rheinfall, um den internationalen Fremdenverkehr mehr dahin zu lenken, zu erhalten und zu erweitern;

– gemeinsames Vorgehen des Vereins in der wirksamen Vertretung der einschlägigen Interessen;

– eine alljährliche General-Versammlung, um neben der Berathung der Verbands-Interessen jedem Mitglied Gelegenheit zu bieten, mit den Collegen bekannt zu werden.»⁵

Die Gründung dieses Verbandes spiegelt zunächst eine typische Zeitströmung der achtziger und neunziger Jahre des 19. Jahrhunderts: die für die Phase der Hochindustrialisierung der fortgeschritteneren Industrieländer charakteristische Organisation gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Interessen in regionalen, überregionalen und gesamtstaatlich operierenden Interessenvereinigungen und -verbänden. Im Bereich des Fremdenverkehrs kam ein spezifischer Impuls hinzu:

Mit dem im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts sprunghaft zunehmenden Reiseverkehr war auch die Zahl und damit die Konkurrenz der Fremdenverkehrsorte und -regionen untereinander gewachsen, waren der organisatorische Zusammenschluss, gemeinsame Werbeanstrengungen und eine gemeinsame Bemühung um bessere Verkehrsverbindungen unerlässlich geworden, um sich auf dem entstehenden europäischen und Welt-Reisemarkt behaupten zu können. Reiseziele büsst ihre Exklusivität ein, das Publikum wurde launischer, wählerischer und auch mobiler, die Bindung an einen bestimmten Ort verlor deutlich an Gewicht. Die Epoche der «Globalisierung der Reiseziele» hatte begonnen und damit zugleich eine Entwicklung, deren negative Begleiterscheinungen als Verlust an individuellem Profil, an Identität und Unverwechselbarkeit der bereisten Städte und Landschaften beschrieben werden können.⁶

So war man auch andernorts – um nur zwei Beispiele zu nennen – nicht untätig, den «Zufluss der Fremden» nach Kräften und zu eigenem Nutzen und Frommen zu fördern. Am 7. Januar 1890 wurde, nach einer Anlauf- und Vorbereitungszeit von sechs Jahren, in Innsbruck der «Landesverband der vereinigten Kur- und Fremdenverkehrsvereine in Tirol» gegründet, der sich neben Werbetätigkeit und infrastrukturellen Massnahmen einschliesslich der Gästebetreuung auch der Aufgabe widmete, «bei der Bevölkerung mehr Verständnis für den Fremdenverkehr zu wecken».⁷ Und am 10. Oktober 1897 entstand auf Initiative der Kurhausverwaltung von Interlaken der «Oberländische Verkehrsverein» zur «Wahrung und Förderung der Verkehrsinteressen des gesamten bernischen Oberlandes». Zweck dieses Vereins war neben Werbung, Auskunftserteilung und Verkehrspolitik bemerkenswerter Weise auch die «Überwachung der Reiseliteratur und Widerlegung der das Oberland schädigenden journalistischen Publikationen».⁸

Im Unterschied zu solchen Gründungen, die in der Regel als Zusammenschluss lokaler Kur- oder Verkehrsvereine zumindest halb-öffentlichen Charakter hatten, entsprang der «Verband der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein» allein der Initiative einer Gruppe privater Bürger, die in den Augen der zeitgenössischen Öffentlichkeit noch lange als Haupt-, wenn nicht alleinige Nutzniesser des Fremdenverkehrs galten: der Hoteliers.⁹ Dies ist um so beachtenswerter, als der Verband nicht nur die Interessenten einer Region innerhalb eines Staates, sondern jene aus allen an den Bodensee angrenzenden Ländern, Kantonen und Staaten zusammenfasste. In der Konstitution einer für das damalige Europa wohl einmaligen Länder- und Staatsgrenzen übergreifenden internationalen «Fremdenverkehrslandschaft Boden-

see und Rhein», die sich von Bregenz bis nach Schaffhausen und Neuhausen am Rheinfluss erstreckte, liegt so die eigentliche Bedeutung dieser Verbandsgründung.

Bereits zur ersten Generalversammlung am 21. November 1893 in Konstanz waren 47 Hoteliers und Gasthofbesitzer aus Bodman, Konstanz, Meersburg, Singen und Überlingen, aus Friedrichshafen, Wasserburg, Schachen und Lindau, aus Bregenz, Arbon, Heiden, Rorschach, Romanshorn, Kreuzlingen, Schaffhausen und Neuhausen erschienen. Die öffentliche Hand war zwar nur durch zwei Ehrengäste, durch den Oberbürgermeister von Konstanz und den Bürgermeister von Überlingen, vertreten, doch hatten einzelne Städte und Gemeinden am See dem Verband bereits ihre finanzielle Unterstützung zugesagt.

Ganz eindeutig standen zwei Schwerpunkte im Mittelpunkt dieser ersten Versammlung: die «Reclame» und der Wunsch nach besseren Verkehrsverbindungen.¹⁰ Der Bodensee, so der Tenor verschiedener Redebeiträge, sei bisher vornehmlich von Gästen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz besucht worden, im fernerem Ausland aber noch viel zu wenig bekannt. Für ein wirksames Werbeplakat wie für Annoncen in ausländischen Zeitungen waren jedoch im ersten Vereinsjahr noch keine Mittel vorhanden. Auch die fehlende internationale Verkehrsanbindung des Bodensees wurde beklagt – vordringlich, so Hotelier Spaeth aus Lindau, sei die Schaffung einer Direktverbindung mit Frankreich und England, ein Begehren, das wenig später in eine eigene Petition des Verbands an «eine hohe k.k. General-Direktion der österreichischen Staatsbahnen» in Wien wie an «eine hohe General-Direktion der grossherzoglich badischen Staatseisenbahnen» in Karlsruhe mündete: «Zur Zeit und schon lange steht das dringende Bedürfnis im Vordergrund, einen directen regelmässigen Schnellzugsverkehr zwischen Wien, Innsbruck, Bregenz *via* Bodensee, Konstanz, Basel, Paris, London und *vice versa* anzustreben. Es fehlt in besagter Richtung an jeder guten Verbindung, obwohl gerade diese Route vom reisenden Publikum, insbesondere den besseren Ständen, gewiss gerne benützt würde, indem eine vortheilhafte Verbindung denselben schnelle Beförderung auf einer Strecke bieten würde, welche durch die schönsten Gegenden der betreffenden Länder führt. Herrliche See- und Alpenlandschaften, Gebirgsbahnen, interessante Städte bieten eine überaus lohnende Passage und anziehenden Aufenthalt und erscheint die Einrichtung guter Schnellzugsverbindungen in genannter Richtung in höchstem Masse geeignet, den betreffenden Eisenbahn- und Dampfbootverwaltungen eine grosse Frequenz herbeizuführen, so dass es nur zum Vortheile derselben gereichen kann, wenn diesbezügliche Vorschläge Berücksichtigung finden.»¹¹

Doch nicht nur das französische und das englische Publikum wollte man vermehrt heranziehen; Oberbürgermeister Weber regte an, die «Reklame in die überseeischen Länder zu dirigieren» und verwies dabei auf das Beispiel der Stadt Konstanz, welche eine eigene Werbeschrift «durch Vermittlung der badischen Generaldirektion in den Wartesälen und Salons der überseeischen Dampfer aufgelegt» habe, «wo jeder Reisende ohnehin Musse und Lust hat, sich damit zu unterhalten».¹²

Freilich zeigte bereits diese erste Generalversammlung, dass trotz aller Gemeinsamkeit der Bemühungen auch weiterhin lokale Interessentenunterschiede bestanden: Die von den Vertretern der grösseren Städte gewünschte Einrichtung neuer Eilkurse auf dem Bodensee, speziell auf der Strecke Bregenz, Lindau, Friedrichshafen bis Konstanz, und deren Trennung von den sogenannten «Lokalfahrten» stiess auf den Widerspruch des Wasserburger Hoteliers Springer, der betonte, es könnten «nicht zu viele Eilschiffe eingestellt werden, da hierdurch der Kleinverkehr geschädigt wird und die Bürger der kleinen Uferorte zu kurz kommen, die ihre Steuer gerade so gut zahlen wie die der grösseren Orte».¹³ Doch erste verkehrspolitische Erfolge trösteten über solche Differenzen hinweg. Auf der vierten Generalversammlung im

Titel eines vom Gasthofbesitzerverband herausgegebenen Führers, 1905.
Archiv Dr. Hans-Ulrich Wepfer.





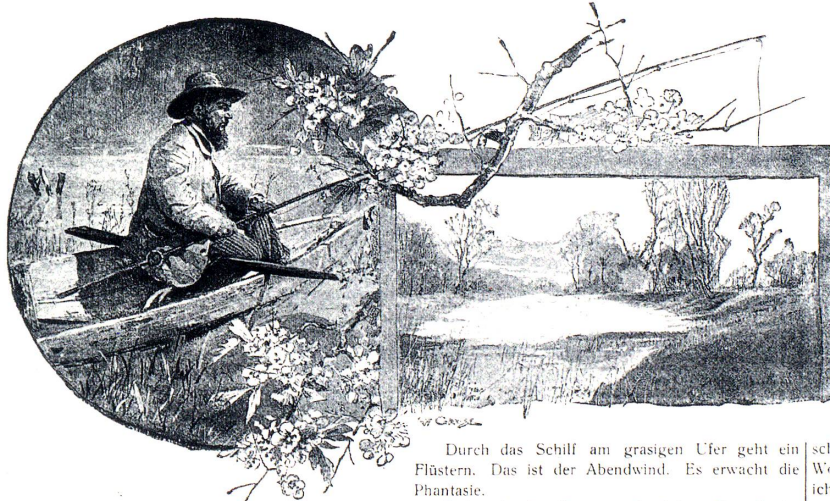
Offizielles Organ der Verbände
Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein  Bodensee-Verkehrs-Vereins.

Abonnementspreis für die ganze Saison von Mai bis Oktober Mk. 3.—. Der Bodensee und Rhein erscheint während der Saison von Mai bis September alle acht Tage, von Oktober bis April monatlich 1 mal. — Bestellungen nehmen alle Buchhandlungen, Postanstalten und Postboten entgegen. — Post-Zeitungsliste No. 1140. — Inserate 20 Pfennig die 6gespaltene Nonpareille-Zeile. Für die Redaktion verantwortlich: Adolf Petri, Lorettostrasse 30. Druck & Verlag von H. M. Poppen & Sohn, Freiburg, Grünwälderstrasse 4. Für den Inhalt der Aufsätze sind die Verfasser verantwortlich.

No. 21.

Freiburg i. Br., 29. August 1906.

XI. Jahrgang.



Bodensee-Stimmungsbilder.

Abend-Schweigen.

Leser, kennst du die Phantasie? Komm an den Bodensee und lerne sie kennen! ... An heißen Sommertagen da schläft sie wohl oder träumt im Schatten alter Bäume am grünen Ufer. Ihre nachtiefen Augen schweifen hinüber über den sonnen-glänzenden See zu den Gletscherbergen, die die schneeige Brust im Sonnengolde baden. ... Das ist wunderschön. ... Doch die Phantasie ist sonnenmüde, sie dehnt sich wie ein schlaftauneliges Kind.

Durch das Schilf am grasigen Ufer geht ein Flüstern. Das ist der Abendwind. Es erwacht die Phantasie.

Tief steht die Sonne und glüht. Eine breite goldige Bahn liegt schimmernd auf dem See und lockt: komm. Aber nur ihre Augen wandern darüber hin in die rote Glut hinein. Rund und voll grüßt die Sonnenkugel, dann gehts rasch tiefer. ... schneller. ... tiefer. Sie möchte sie halten und rufen: bleibe bei mir! Und doch ist dies Trennungweh so schön. ... Nun nur noch ein Punkt, glühend leuchtend, flutend, nur noch sekundenlang ihr zublitzend. Ich komme wieder. ... Rings ist die Natur ergriffen vom Abschied ihres schönsten Kindes und leuchtet noch in seinen Farben lange, und doch viel zu kurz. ... Tröstend umhüllt sie das All mit ihren feinen Dunstschleiern, dann rafft sie noch einmal ihr Strahlen-

gewand zusammen und langsam steigt sie den Horizont hinunter. ... Und langsam, wie große schwarze Vögel mit ausgebreiteten Schwingen, kriechen flache Wellen auf das steinige Ufer.

Wo bleibt der Wind, mein trauter Gesell? ... Auf leisen Sohlen mit rauschenden Flügeln kommt er vom See. Er fängt die Phantasie in seinen Armen und hebt sie empor. Komm mit, auf meinen Flügeln trag ich dich über den glänzenden See. ... Er nimmt sie mit, sie läßt es geschehen. Wie oft hat sie schon so in seinen Armen gelegen, und er hat ihr die Stirn umfächelt und die Augen geküßt, die großen sprechenden Augen! Dort fliegen sie wohl über das weite Wasser durch den schweigenden Abend. Grau violette Wolken hängen sich wie wallende Vorhänge über die Fernsicht und sinken tiefer. ... tiefer. ... Wind! Wir fliegen darüber hin. ... Geheimnisvoll wirts über den Wassern. Die Ufer sind verschwunden, die goldenen Wolken verglüht. ... Wind! Wohin? ... Still! Ruhst du nicht auf meinen Flügeln; ich trage dich nun hinab zu den Wellen.

Sein Atem verdrängt die Nebel. Aus den silbergrauen Fluten steigen die Nixen und wiegen sich auf dem Wasser im Schein des Mondes. In ihre Arme gleitet die träumende Phantasie. ...

Der schlafende See träumt den uralten Traum einer Sommernacht. Leise singen dazu die Nixen

Aus den Fluten des träumenden Sees
Steigen wir auf und nieder.
Geben der Seele die uns belauscht
Uralte heilige Lieder. ...
Geben ihr Flügel, tragen sie fort,
Aufwärts zu leichten Sternen,
Weit hinauf durch die dunkle Nacht
Bis zu schimmernden Sternen.

M. B. . . . e.

Titel
der Werbezeitschrift
«Bodensee und Rhein»
vom August 1906.
Stadtarchiv Konstanz.

November 1896 in Überlingen registrierte man mit Befriedigung die zwischenzeitlich eingetretenen Verbesserungen, so unter anderem Fortschritte bei der seit 50 Jahren erstrebten Bodensee-Gürtelbahn – die Strecke Lindau–Friedrichshafen war soeben genehmigt worden – sowie die Einrichtung eines Schnellzuges Bregenz–St.Gallen und eines direkten Schnellzuges Lindau–Genf via St.Gallen–Zürich.¹⁴

Bei der gemeinsamen Selbstdarstellung und Interessenvertretung nach aussen alle örtlichen Interessen und Wünsche zu berücksichtigen, dies stellte auch die Werbung für die neu geschaffene «Fremdenverkehrslandschaft Bodensee und Rhein» vor eine keineswegs leichte Aufgabe. Neben dem erstmals 1895 herausgegebenen Bodensee-Taschenfahrplan fiel diese vor allem dem ersten grossen Bodensee-Werbeplakat zu, welches man bereits 1894 bei Orell & Füssli in Zürich in Auftrag gegeben hatte. Die Plakatünstler lösten sie mit einem Bodensee-Panorama, das sämtliche Orte vom Rheinfluss bis Bregenz zur Darstellung brachte.¹⁵ Zur Ausführung gelangt war jedoch erst ein zweiter Entwurf, der auf Intervention von Herrn Wegenstein, dem Besitzer der Hotels «Schweizerhof» und «Bellevue» am Rheinfluss, zustande gekommen war. Wegenstein hatte dafür plädiert, «die ganze Bodenseegegend bis zum Rheinfluss als einheitliches Bild (zu behandeln), welches wie ein Gemälde auf den Beschauer wirken und diesen beinahe zwingen müsste, demselben einige Zeit zu widmen».¹⁶

Gerade aber die Kosten für das in einer Auflage von 3000 gedruckte und im August 1897 erstmals ausgelieferte Plakat machten rasch die Grenzen des neuen Verbandes bewusst. Die Gesamtkosten für ein Plakat errechneten sich nämlich auf die stattliche Summe von zwölf Schweizer Franken, wobei der Druck nur mit SFr. 1.85, Rahmung und Verpackung jedoch mit SFr. 6.70 und der Versand der Plakate mit weiteren 3 Franken zu Buche schlug. Für den Versand aller 3000 Plakate war also ein Finanzaufwand von 36 000 Franken erforderlich, denen im Budget für 1898 nur knapp 6000 Mark an Einnahmen gegenüberstanden. So konnte man zunächst nur 1000 Plakate an die in Deutschland und Österreich wohnenden Mitglieder des internationalen Vereins der Gasthofbesitzer in Köln sowie an die Verkehrsanstalten und Gemeindevertretungen der Bodensee-Uferorte abliefern. Die Firma Wilhelm Schwarz in Bregenz hatte sich angeboten, «das Plakat fix und fertig zu liefern für fl. 3.18 kr. Inbegriffen war das Lakieren, das Aufziehen auf Leinwand, der Rahmen, eine Packkiste, alles franco Bahnhof».¹⁷ Der Bericht über die erste Versand-Aktion macht deutlich, wie hoch damals der Gebrauchswert des noch neuen Werbemittels «Fremdenverkehrsplakat» veranschlagt wurde: «Es war Mitte Sommer

geworden, als Herr Schwarz berichtete, die eigens gemietete Scheune sei bis zum Dach mit fertigen Plakaten, Rahmen und Kisten angefüllt, die Spedition sollte begonnen werden. (...) Sämtliche Tausend Plakate wurden franko Domizil abgeliefert (...) Mit den Bildern für die Städte wurden Begleitschreiben abgeschickt mit dem Gesuche um Beiträge an die bedeutenden Versandkosten. Im Übrigen wurden die Empfänger gebeten, demselben einen würdigen Platz einzuräumen. (...) Die Plakate wurden theils in Einzelkisten, theils in Zargen verschickt, 350 Plakate in Kisten verpackt, füllten einen grossen Eisenbahnwagen. Z.B. wurde je ein Waggon nach Berlin und Mannheim abgerichtet, von wo sie zu den billigsten Frachtsätzen reexpediert wurden. Über hundert Speditionsfirmen haben sich in diese Arbeit getheilt und ganze Stöße Briefe mussten zur gegenseitigen Verständigung geschrieben werden.»¹⁸

Das Plakat, das geht aus dieser Beschreibung hervor, hatte als relativ junges Werbemittel noch einen gewissen Neuigkeits- und auch Seltenheitswert und damit eine Chance, vom Publikum wahrgenommen zu werden – es lief noch nicht wie heute Gefahr, in einer Flut werblicher Botschaften, in einer Überfülle optischer Reize und Signale unterzugehen. Es wurde nicht als leicht verderbliche und vergängliche Massenware angesehen, sondern beinahe schon als ein Gebrauchskunstwerk, über dessen Kosten, Versand und Verbleib Stück für Stück Rechenschaft abzulegen war: «Da der Zoll für eingerahmte Bilder und Plakate in die Schweiz sehr hoch ist, wurde ein Gesuch um zollfreie Einfuhr an die schweizerische Zolldirection gerichtet, allein ohne den gewünschten Erfolg. Zur Verminderung dieser Zollkosten wurden Plakate, Rahmen und Kisten einzeln nach St.Margrethen gebracht, dort zusammengestellt und weiter spedit.»¹⁹

Nicht unerwähnt bleiben darf ein weiteres wichtiges Werbe-Unternehmen des Verbandes, die Zeitung «Bodensee und Rhein», erstmals 1896 als «Officielles Organ des Verbandes der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein» in einer Auflage von 3000 herausgegeben und im Verlag «Poppen & Sohn» in Freiburg im Breisgau gedruckt.²⁰ Das Blatt, das – im Stile einer Zeitung aufgemacht – zunächst in vierzehntägigem Rhythmus während der Saison erschien, enthielt überwiegend reich illustrierte Beiträge über einzelne Orte und Gegenden des Bodensees, die Fremdenlisten der grösseren Hotels sowie Berichte über wichtige Neuerungen auf dem Gebiet des Verkehrswesens und der Reisekultur.²¹ Neben den eigenen Verbandsmitgliedern zählten vor allem Reisebureaus sowie die Mitglieder des Internationalen Verbandes der Gasthofbesitzer mit Sitz in Köln zu den Empfängern des Organs. Allerdings wurde die Publikation immer wieder als das «Schmerzkind»

des Verbandes bezeichnet. Man klagte über fehlerhafte und zu späte Publikation der Fremdenlisten, überhaupt «über manche Unrichtigkeiten» auch im redaktionellen Teil.²² Auch als Herstellung und Redaktion wenige Jahre später auf den Konstanzer Verlag «Reuss & Itta» übergangen, rissen die Klagen nicht ab, so dass man 1912 mit dem Verlag «E. Löpfe-Benz» in Rorschach erneut einen neuen Geschäftspartner beauftragte – eine Beziehung, die dann bis zur endgültigen Einstellung des Blattes im Jahre 1933 Bestand hatte.²³

Der rasche Wechsel in der Gestaltung der Titelseite in den Jahren zwischen 1906 und 1910 verweist auf die äusserst dynamische Entwicklung des Fremdenverkehrs in der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg: Von der statischen, text-lastigen Titelseite und dem ebenso statischen Dampfschiff-Motiv gelangte man zu einer Titel-Gestaltung, welche die wechselweise Präsentation einzelner Orte und Teilregionen des Bodenseegebietes ebenso gestattete wie die Herausgabe bestimmter auf einzelne Themen bezogener Sondernummern.²⁴ Schon kurz nach der Gründung des Blattes hatten sich die Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein Herausgabe und Trägerschaft mit einem weiteren Interessenverband geteilt, der bald nach der Jahrhundertwende ebenfalls eine massgebliche Rolle in der Entwicklung des Fremdenverkehrs am Bodensee spielte: dem Bodensee Verkehrsverein.

Gründung und Frühgeschichte des Bodensee Verkehrsvereins

Erst acht Jahre nach der Initiative der Gasthofbesitzer erkannten auch führende Kommunalpolitiker am Bodensee die Notwendigkeit, Gemeinden und Verkehrsvereine rund um den See «zur Hebung des Fremdenverkehrs» zusammenzuschliessen. Am 24. März 1901 waren auf Einladung von Bürgermeister Betz in Überlingen 25 Delegierte aus den deutschen Uferanrainern, zwei Vertreter aus Vorarlberg und drei Vertreter aus der Schweiz nach Friedrichshafen gekommen, um an einer «Besprechung über die Hebung des Fremdenverkehrs am Bodensee und Umgebung» teilzunehmen.²⁵ Ein provisorischer Ausschuss unter dem Vorsitz des Stadtschultheissen Schmid von Friedrichshafen bereitete sodann jene grosse «Versammlung von Vertretern von Gemeinden, Verkehrs- und Kurvereinen am Bodensee und Umgebung» vor, die am 19. Januar 1902 im Kursaal zu Friedrichshafen den «Bodensee Verkehrsverein» aus der Taufe hob.²⁶ Zu dieser Gründungsversammlung waren insgesamt 70 Gemeinden und 33 örtliche Verkehrsvereine eingeladen worden. Erschienen waren 130 Delegierte, 7 aus Vorarlberg, 17 aus der Schweiz und 107 aus Deutschland.

Wichtige Argumente, die für diese neue Verbandsgründung vorgebracht wurden, waren zunächst die Vorzüge einer gemeinsamen Reklame für den Bodensee, das heisst die Umsetzung der Erkenntnis, dass der Besucher eines einzelnen Ortes in der Tendenz auch den übrigen Orten am See zugute käme. Genannt wurden sodann die grösseren Erfolgsaussichten beim Kampf um bessere Verkehrsverbindungen und nicht zuletzt auch die besseren Chancen seeabgewandter Gemeinden wie Ravensburg oder St.Gallen, vom Bodenseetourismus mit zu profitieren.

Die Satzung, die als Vereinszweck allgemein «die Hebung des Fremdenverkehrs am Bodensee und Umgebung» nannte, sah als Mittel zu dessen Erreichung neben der Werbung, der Herausgabe eines eigenen Verbandsorgans, der Bemühung um gute Verkehrsverbindungen und der Pflege des Erfahrungsaustausches vor allem auch die Gründung eines «Zentral-Verkehrs- und Auskunftsbureaus» sowie die Förderung der lokalen Verkehrs- und Auskunftsbureaus.²⁷ Der Vorsitzende der Versammlung, Stadtschultheiss Schmid von Friedrichshafen, wurde per Akklamation zum provisorischen Vorstand gewählt und mit der weiteren Geschäftsführung beauftragt.²⁸

Bis zur ersten Hauptversammlung im Saale des «Bayerischen Hofes» in Lindau vergingen immerhin fast zwei Jahre. Vorgestellt wurde dort die erste gemeinsame Reklame-Broschüre für den Bodensee, die der Münchner Kunstmaler Zeno Diemer im Auftrag des Vereins entworfen hatte. Dank einer rasch wachsenden Zahl von Mitgliedern – «ein sehr erhebliches Patengeschenk» der fürstlichen Mitglieder, des Königs von Württemberg, des Grossherzogs von Baden und Sr. Königl. Hoheit, des Prinzen Ludwig von Bayern sowie das «namhafte Geschenk von 400 Kronen», das «S. K.K. Hoheit Erzherzog Eugen» dem Verein vermacht hatten, fanden dabei besondere Erwähnung – nahm der Verein auch finanziell eine Entwicklung, wie er sie «in so kurzer Zeit nicht günstiger hätte erwarten können».²⁹ So konnte man sich sogar eine durchaus moderne Ausgabe leisten: die Subventionierung des von dem Konstanzer Hofbuchhändler Ackermann angeregten und von dem Schweizer Schriftsteller J. C. Heer verfassten Buches «Freiluft» mit einem Betrage von 500 RM, da diese Schrift «als eine Reklame für die Interessen des Bodenseeverkehrsvereins zu erachten» (sei), «wie sie vornehmer und wirksamer kaum zu denken ist».³⁰

Der erste Rechenschaftsbericht, umfassend die Jahre 1902–1905,³¹ zeigt überhaupt, mit welchen modernen Mitteln der Verein an seine Aufgabe heranging, den Bodensee und seine Ufer nunmehr einem internationalen Publikum bekanntzumachen. Schon vom ersten gemeinsamen Prospekt mit einer Auflage von 50 000 wurden je

Fremdenblatt
Vom Bodensee und Rhein

Offizielles Organ
des Bodenseeverkehrsvereins und des Verbandes der Gasthofbesitzer
am Bodensee und Rhein

Nr. 6. Konstanz am Bodensee. 30. Juni 1909. 1. Jahrgang.

Inhalt des sechsten Heftes:

<p>Wem Gott will rechte Kunst erweisen. Von E. D. Tobler-Schiers</p> <p>Das Gebhardtschifflein. Von Dr. Karl Bloch</p> <p>Feiertag in Altenklingen. Von Toni Wolt</p> <p>Verkehrswesen.</p>	<p>Dies und Das. Aus Baden und Sommerfrischen.</p> <p>Sport.</p> <p>Bücherschau.</p> <p>Fremden-Liste.</p> <p>Geschäftsanzeigen.</p>
---	--

Titel des «Fremdenblattes vom Bodensee und Rhein»,
1909.
Stadarchiv Konstanz.

10 000 in englischer und französischer Sprache hergestellt. Versandt wurden diese an eine Reihe von Verkehrsbureaus, Hotels, Sanatorien und Privatiers, an den Verband der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein, an die offiziellen Auskunftsstellen in London und St. Louis – an letztere anlässlich der dort stattfindenden Weltausstellung –, an die schweizerischen Auskunftsstellen in Paris und London sowie an einige grössere Festveranstaltungen in der Region. Hotelier Spaeth in Lindau sandte darüber hinaus 3000 Exemplare an die Riviera. Dass mit diesem Prospekt tatsächlich etwas Besonderes gelungen war, ging nicht nur «aus vielen diesbezüglichen Zuschriften» hervor, sondern auch aus der Tatsache, «dass wir von mehreren Städten und Verkehrsvereinen ersucht wurden, Auskunft und Ratschläge zur Herstellung ähnlicher Unternehmungen zu geben».³² Schon 1905 war die englische Ausgabe des Prospekts vollständig, die französische fast völlig vergriffen. Bei der fälligen Neuauflage allerdings zeigte sich erneut der Widerspruch zwischen lokalen Einzelinteressen und den Gesamtanliegen des Verbandes: «Von manchen Seiten (wurde) der Einwurf gemacht, dieser oder jener Ort trete auf dem Prospekt zu sehr in Vordergrund und seien dadurch andere Punkte zu sehr benachteiligt.»³³ Um dem abzuwehren, beschloss man, «bei jeder Neuauflage des Prospektes ein neues Hauptbild und zwar im Turnus unter den fünf Bodenseeuferstaaten wechselnd neu entwerfen zu lassen und wechselweise den bereits bestehenden Bildern unter Auslassung des einen oder des anderen der früheren Bilder einzureihen».³⁴ Für diese neu zu gestaltenden Bilder wurde der englische Maler Compton gewonnen, «der dann auch prächtige Aquarelle zu gedachtem Zwecke lieferte».³⁵ Ebenfalls im Jahre 1905 hatte man zur weiteren Förderung der Auslandswerbung erstmals auch dem «Austrian Travel and Informations-Bureau in London» einen Zuschuss gewährt, damit «dasselbe unsere Bodensee-Prospekte wie bisher systematisch und dem Zweck entsprechend verteilt und Auskunft betreffend der Zufahrtslinien speziell über den Bodensee gibt».³⁶ Auch hatte man sich mit eigenen Aufnahmen vom Bodensee an den Reklamebildern für das «Kaiserpanorama» beteiligt, welches nach Auffassung des Vereins eine «nicht nach Reklame aussehende, aber feine und wirksame Propaganda für unser Gebiet zu machen»³⁷ geeignet war: «Das Kaiserpanorama in Berlin hat Filialen respektive selbständige mit ihm in fester Verbindung stehende Kunstinstitute in ca. 250 grösseren und kleineren Städten des In- und Auslandes. In diesen allen zirkulieren nach geordnetem Plane, die von dem Zentralinstitut zusammengestellten zahlreichen Bildercyklen, deren jeder mit einer gewissen Vollständigkeit einen relativ abgeschlossenen Gegenstand behandelt; es werden regelmäs-

Wintersport-Sondernummer

·: Nr. 26 ·: **Fremdenblatt** 1. Jahrgang

Vom Bodensee und Rhein

Offizielles Organ des Bodensee-Verkehrsvereins und des Verbandes der Gasthofsbesitzer am Bodensee und Rhein.

Jährlich dreissig Nummern. Abonnementspreis 4 Mark.

Der Bodensee als Wintersportgebiet in der Werbung. Titel des «Fremdenblattes vom Bodensee und Rhein», 1912. Stadtarchiv Konstanz.

sig alle acht Tage wechselnd, je ein solcher Zyklus, bestehend aus 50 Glas-Stereoskopen, dem Publikum auf eine höchst bequeme und angenehme Weise zur Anschauung gebracht. Der Besucher sitzt auf einem Stuhle an dem Panorama, in welchem ein Rad sämtliche Glas-Stereoskopen an den Augen vorbeiführt, jedes Bild ist mit den nötigen, kurz gefassten Erläuterungen versehen. Die Bilder sind Original-Stereoskop-Aufnahmen auf Glas, in einer eigentümlichen, ausgebildeten Manier in harmonisch diskreter Farbgebung, so dass sie einen ausserordentlich plastischen, lebensvollen und naturwahren Eindruck machen und auch das verwöhnteste Auge fesseln.»³⁸

Schon die ersten Anfragen, welche auf diese Vorführungen hin einkamen, wurden als Beweis dafür gewertet, «dass das Panorama nach allen Himmelsrichtungen hin für uns Reklame macht».³⁹ Der besseren Werbewirkung nach ausen diene auch die Beteiligung an der vom Gasthofbesitzerverband herausgegebenen Zeitschrift «Bodensee und Rhein», die nunmehr als «offizielles Organ» beider Verbände geführt wurde und eine völlig neue Aufmachung erhielt. Wie sehr man bereit war, auch allerneuesten Entwicklungen des Tourismus Rechnung zu tragen, zeigt die Tatsache, dass das Blatt nun auch in den Wintermonaten vierzehntägig erschien, um «auf die Annehmlichkeiten des Wintersports am Bodensee hinzuweisen und für ihn Propaganda zu machen»;⁴⁰ «Wir haben gewiss die Pflicht und das Recht, auf den winterlichen Bodensee mit seinen Gelegenheiten für Schlittschuhlaufen und Skisport hinzuweisen und für ihn Propaganda zu machen, umso mehr, als die den See umgebenden Höhenzüge wohl auch bald dem Rodelsport zugänglich gemacht sein werden. Zudem bietet der See mit seinen Ufern im Winterkleide so viel des Schönen, dass dies Alles nicht genug gewürdigt und gerühmt werden kann.»⁴¹

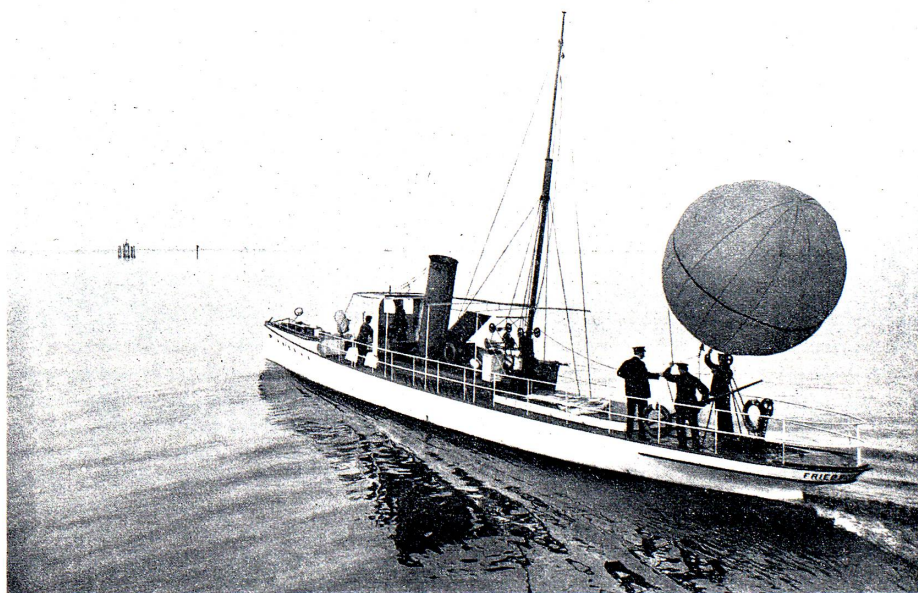
Wie sehr man nunmehr darauf erpicht war, dass der Bodensee auch andernorts gebührend Berücksichtigung fand, zeigt eine Intervention des Vereins bei der Direktion der Rhätischen Bahn, «auf deren Übersichtskarte weder die Zufahrtslinien zum Bodensee über den Schwarzwald, noch Konstanz, noch über Ulm–Friedrichshafen eingezeichnet seien». Als die Bahn darauf hinwies, dass dies aus Platzgründen kaum möglich sei, trat der Verein selbst den Gegenbeweis an und lieferte auf Pauspapier eine entsprechende Skizze, verbunden mit dem Hinweis, «dass Liebe Gegenliebe erzeuge», woraufhin die Rhätische Bahn zusagte, «für kommende Zeiten unsern Wunsch zu erfüllen».⁴² Weitere Initiativen der ersten Vereinsjahre galten der Herausgabe einer neuen Bodensee-Karte, für welche der Kartograph Professor Becker in Zürich gewonnen wurde, der Anregung, ein

markierten Wanderwegen zu schaffen sowie Eingaben zugunsten der Wiederaufnahme der «Dampfschiff-Rundfahrten während der Reisezeit» und der Errichtung einer Dampfschiff-Ländestelle in der Gemeinde Nonnenhorn. Auch die den Fremdenverkehr fördernde Werbewirksamkeit grosser Sportveranstaltungen hatte man bereits erkannt: So stiftete man zu der grösseren Segelregatta, die am 13. August 1905 vor Bregenz abgehalten wurde, einen Ehrenpreis im Werte von 50 Kronen. Wenig später unterstützte der Verein auch die ersten Motorboot-Regatten auf dem Bodensee – der Gedanke, dass der Lärm der Bootsmotoren dem Tourismus am See einmal abträglich werden könne, lag in dieser Zeit kaum getrübt Technik- und Fortschrittseuphorie noch durchaus fern.⁴³ So verwundert es auch nicht, dass man dem ausgerechnet von «den Herren Vertretern in Bregenz» gestellten Antrag, der Bodensee-Verkehrsverein möge dem «Verein für Schiffbarmachung des Oberrheins» beitreten, ohne Zögern Rechnung trug;⁴⁴ die Perspektive, den Bodensee für die industrielle Grosslastschiffahrt zu erschliessen und mit dem europäischen Netz schiffbarer Wasserwege und Kanäle zu verbinden, vertrug sich damals noch ohne weiteres mit dem Projekt einer grossen touristischen Zukunft der Region.

Zur «Fremdenverkehrslandschaft Bodensee und Rhein», das zeigte sich schon bald am regionalen Spektrum der Mitglieder, gehörte nun mehr und mehr auch das «Hinterland» des Sees: Vorarlberg und Liechtenstein, Teile des Allgäus, Ravensburg, Tettngang und Markdorf, Salem, Heiligenberg und Stockach, Heiden, Wolfhalden und St.Gallen.⁴⁵ Wie sehr in dieser neu konstituierten

Tourismusregion Staats- und Ländergrenzen bald als Hemmnis für eine freie Entfaltung des Reiseverkehrs empfunden wurden, offenbarte nicht zuletzt das Thema «Währungen und Geldumtausch»: So beklagte es der Verein als «grossen Misstand und schweres Verkehrshemmnis, dass an den Bahn- und Postschaltern der Grenzstationen des Bodensee-Gebietes die fremden Münzsorten entweder nicht angenommen oder, wenn sie als Zahlungsmittel gebraucht werden dürfen, zu einem solch niedrigen Kurs berechnet werden, dass hierdurch dem Reisenden ein namhafter Schaden entsteht».⁴⁶ In Friedrichshafen zum Beispiel werde die österreichische Krone «als nicht kursfähig oder nur zu einem Wert von Fr. 1.–, d.h. Mk. –.80 angenommen», ähnlich sei es mit deutschen Münzen in der Schweiz. So forderte man, dass «die verschiedenen Bahnverwaltungen einen einheitlichen Kurs sämtlicher Währungen der Uferstaaten vereinbaren und aufstellen und diesen durch Anschlag an den Schaltern bekannt machen», wie dies bereits an den Schaltern der Bodenseedampfer der Fall sei.⁴⁷

Das Drachenboot «Gna» der 1908 in Friedrichshafen eingerichteten meteorologischen Drachenstation, der dritten in Deutschland überhaupt. Das Boot, eines der modernsten am Bodensee, erreichte eine Höchstgeschwindigkeit von 36 km/h und konnte Drachen zur Erforschung der oberen Luftschichten bis in eine Höhe von 5000 bis 6000 Metern bringen. Zur Vermeidung von Kollisionen mit anderen Schiffen wurden bei starkem Nebel Fesselballons aufgelassen.



Weitere Initiativen der folgenden Jahre zeigen, wie sehr der Verband bereit war, die Grenzen des Althergebrachten zu überwinden, um neue und moderne Mittel einer Fremdenverkehrspolitik zu erproben. So bat man die einzelnen Mitglieder, «die Ihnen fühlbaren Mängel der Verkehrseinrichtungen und -verhältnisse Ihres Platzes unter entsprechender Begründung (...) dem Zentral-Bureau in Konstanz mitzuteilen». Ziel dieser Aktion war es, die Einzelwünsche auf ihre Vereinbarkeit mit dem Gesamtinteresse des Vereins hin zu überprüfen, um anschliessend «die vorgebrachten Wünsche in einer Gesamteingabe an die Verkehrsanstalten der betreffenden Uferstaaten energisch (zu) vertreten».⁴⁸ Und auch das war durchaus neu: Die im Frühjahr 1907 erschienene Bodensee-Sondernummer der «Deutschen Alpenzeitung» in München wurde gegen Überlassung einer Extra-Auflage von 6000 Stück – die reguläre Auflage betrug 12 000 – zunächst veranlasst und dann grosszügig subventioniert. Das reich illustrierte Heft sollte sogar auf den Ozeandampfern der Welt für den Bodensee Werbung machen.⁴⁹ In ähnlicher Weise unterstützte man die Herausgabe einer Bodensee-Sondernummer der «Leipziger Illustrierten Zeitung», die im Frühjahr 1910 in einer Auflage von 40 000 erschien und einen Zuschuss von immerhin 12 000 RM erforderte, was den regulären Etat des Vereins bei weitem überstieg. Diese Sondernummer sollte «gerade durch ihre vornehm künstlerische, jeglichen Schein des Reklamhaften möglichst vermeidende Ausstattung wirken, weshalb im Gegensatz zu anderen Sondernummern dieser Zeitung von der Reproduktion photographischer Aufnahmen tunlichst abgesehen, dagegen hauptsächlich Gewicht auf originelle künstlerische Darstellungen gelegt» wurde.⁵⁰ Unterdessen hatte die Zeitschrift «Bodensee und Rhein», die seit 1912 in neuer Ausstattung im Verlag «E. Löpfe-Benz» in Rorschach erschien und in allen europäischen Ländern gelesen wurde, eine Auflage von 72 000 erreicht!⁵¹

Die Entfaltung einer modernen Reisekultur, die wir in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg beobachten können, war wesentlich geprägt durch die Momente «verbesserte Information» über das jeweilige Reiseziel und – damit einhergehend – einer wachsenden «Kalkulierbarkeit» der Reise, welche das Unvorhergesehene, die Gefahr, das Abenteuer mehr und mehr in den Hintergrund drängte. Der Reisende wollte vor Überraschungen geschützt sein, vor allem vor bösen. Ganz in diesem Sinne fiel die Anregung des «Badebesitzers Schielin» aus Schachen bei Lindau, künftig «die Wetterberichte aus dem Bodenseegebiet regelmässig hinauszugeben», beim Verein auf durchaus fruchtbaren Boden: Der Stadtschultheiss von Friedrichshafen erklärte sich umgehend bereit, «mit der meteorologischen Drachenstation

daselbst diesbezüglich sich in Vernehmen zu setzen, von wo aus dann die *Witterungsberichte aus dem Bodenseegebiet* regelmässig an das Zentralbureau in Berlin geliefert und von dort an die Presse weitergegeben werden sollen».⁵²

Nicht nur die Reisenden selbst freilich sollten vor Unvorhergesehenem geschützt werden. Auch die Anbieter touristischer Dienstleistungen und Nutzniesser des Tourismus, die Hotels und Gasthöfe, die Fremdenverkehrsgemeinden und -regionen trachteten danach, sich von den Unwägbarkeiten der touristischen Konjunktur zu emanzipieren, den Fremdenverkehr und damit die Basis ihrer wirtschaftlichen Existenz mit gleichsam wissenschaftlichen Methoden zu erfassen und kalkulierbar zu machen. Wichtigstes Instrument dazu war die «Statistik des Fremdenverkehrs am Bodensee», deren jährliche Aufstellung der Vorstand des Bodensee Verkehrsvereins am 3. September 1906 beschlossen hatte – lange bevor die Führung einer Fremdenverkehrsstatistik Ländern und Gemeinden staatlicherseits zur Pflicht gemacht wurde. «Eine solche Statistik» – so heisst es in einem Rundschreiben «an unsere verehrlichen Mitglieder» – «ist von sehr wichtiger Bedeutung, indem man erstens daraus ersieht, in welcher Weise sich von Jahr zu Jahr der Fremdenzufluss bewegt, welche Beweggründe eine Zu- oder Abnahme veranlassen und vor allem auch deswegen, weil durch eine solche mancherlei Anregungen zur Förderung des weiteren Verkehrs gegeben werden». Gefragt wurde nach Anzahl und Nationalität der Fremden sowie nach weiteren Berichten über den Verlauf der Fremdensaison.⁵³ Auch wenn diese Statistik zunächst nur freiwillig und darüber hinaus mit zahlreichen Mängeln und Fehlern behaftet war, so ergab sie doch ein zumindest grobes Bild über Bedeutung und Rangordnung der Fremdenplätze am Bodensee. So übernachteten im ganzen Jahr 1907 in Konstanz 87 996, in Überlingen 73 39, in Stockach 25 74, in Friedrichshafen 19 658, in Lindau 61 193, in Bregenz 43 355, in Rorschach 23 568 und in Schaffhausen 76 570 Personen.⁵⁴ Konstanz lag in dieser Übersicht zwar in bezug auf die absolute Zahl der Übernachtungen an der Spitze, vergleicht man diese jedoch mit der jeweiligen Einwohnerzahl, so zeigt sich, dass der Fremdenverkehr in Städten wie Lindau, Bregenz oder Schaffhausen eine weit grössere Bedeutung hatte als in Konstanz.⁵⁵

Mit der wachsenden Kalkulierbarkeit verlor die Reise zugleich mehr und mehr ihren Charakter als ein soziales Privileg, wurde zumindest die Reise an den Bodensee schon in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg einem breiten mittelständischen Massenpublikum möglich, in welchem – mit Ausnahme der Bauern und der Arbeiter – fast alle sozialen Gruppen der Gesellschaft vertreten waren. Das belegen nicht nur zeitgenössische Zei-



Titel der Zeitschrift «Bodensee und Rhein» aus den zwanziger Jahren.

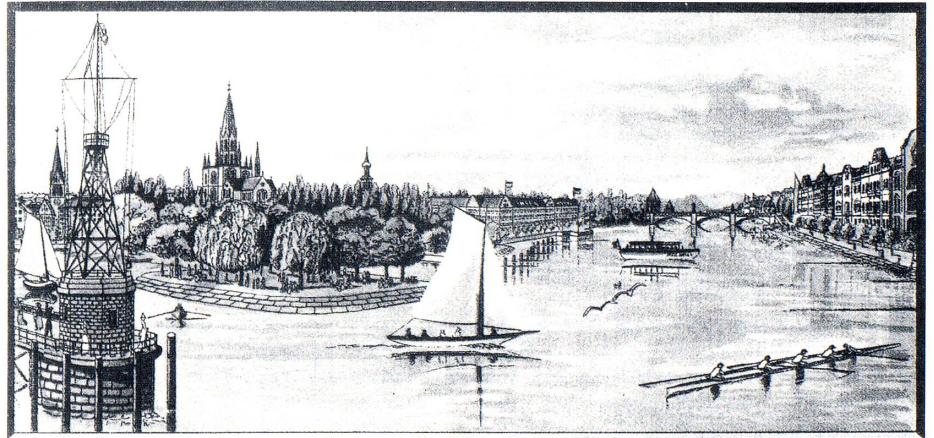
tungsberichte, die Statistiken der Verkehrsanstalten oder die veröffentlichten Gästelisten gerade der kleineren Hotels und Gasthöfe, sondern auch die vermehrte Nachfrage nach «Fremden-Pensionen im Bodenseegebiet, die nicht hotelmässig betrieben werden».⁵⁶ Auch hier reagierte der Verein umgehend und gab erstmals 1911 ein «Verzeichnis der Pensionen und Hotels im Bodenseegebiet, die auch Pension gewähren», heraus.

Dass das entstehende bürgerliche touristische Massenpublikum gleichwohl darum bemüht war, sich gegenüber dem ebenfalls rasch wachsenden industriellen Massenproletariat abzugrenzen, zeigt abschliessend eine kleine, aber durchaus erhellende Initiative des Verkehrsvereins St. Margrethen am schweizerischen Bodenseeufer. Dieser nämlich hatte sich darüber beschwert, «dass im Schnellzugsverkehr St. Margrethen–Bregenz die abgesonderte Beförderung der reisenden Italienerarbeiter nicht entsprechend gehandhabt werde», und dies obwohl, wie der Bahnhofinspektor und Kaiserliche Rat Powondra von Bregenz versicherte, «österreichischerseits eine bahnamtliche Verfügung bestehe, dass, wenn in einem Schnellzug auf genannter Strecke mehr als 10 Italiener reisen, für dieselben ein eigener Wagen angehängt werden müsse».⁵⁷

Das Interesse an der Etablierung und Förderung der «Fremdenverkehrslandschaft Bodensee und Rhein» war in den Jahren zwischen 1900 und 1914 ganz ohne Zweifel Ausdruck für das

Bewusstsein einer grenzüberschreitenden Gemeinsamkeit und Verbundenheit der Bodenseeanrainerstaaten und ein Beweis dafür, dass nationale Unterschiede und Gegensätze damals noch keine grosse Rolle spielten. Die moderne touristische Bewegung liess sich durch Länder- und Staatsgrenzen nicht aufhalten – wer sie entwickeln und fördern wollte, musste selbst lernen, Grenzen zu überwinden, in übergreifenden Zusammenhängen zu denken. So verging kaum eine Versammlung, auf der nicht auf das «völkerverbindende Wirken des Bodensee Verkehrsvereins»⁵⁸ hingewiesen worden wäre, welches wohl am deutlichsten am 9. Mai 1905, «dem 100. Jahrestag des Todes unseres grossen deutschen Dichters Schiller» demonstriert wurde. Die Idee, diesen «Tag würdig zu begehen», fand auch im Bodensee Verkehrsverein «allseitigen Anklang», und so beschloss man, «am Abend dieses Tages auf allen Höhen unseres Gebietes Feuerzeichen aufzudornen zu lassen» zum Zeichen, «dass alle, die sich um die Feuer schar(ten), eines Stammes sind und sich in diesem Augenblick eins wissen, in der Verehrung und in der Liebe zu ihrem grossen Toten».⁵⁹ Entsprechend emphatisch schloss der Bericht über das Vereinsjahr 1905 mit dem «Hinweis auf unsere gemeinsame Arbeit für ein grosses gemeinsames Gebiet und mit dem Gelöbnis, das in den Schillerischen Worten so schön zu Ausdruck kommt: *«Wir wollen sein ein einig Volk von Brüdern.»*⁶⁰

Der im August 1914 entfesselte Weltkrieg setzte nicht nur dieser Gemeinsamkeit, sondern auch der steilen Aufwärtsentwicklung des Tourismus am Bodensee ein jähes Ende. Das Gästebuch des Hotels «Freihof» in Heiden ist durchaus nicht unsymptomatisch für das, was nun folgte: die letzten Einträge datieren vom August 1914, fortgeführt wurde das Buch erst wieder mit Beginn der Saison 1925.⁶¹ Auch das «Fremdenblatt vom Bodensee und Rhein» stellt sein Erscheinen mit Kriegsbeginn ein und wird erstmals 1925, nach einer 11 Jahre währenden Unterbrechung neu herausgegeben.⁶² Krieg und Nachkriegszeit schlugen dem Tourismus am See tiefe Wunden, von denen sich die Region auch in den wenigen Jahren der Scheinblüte zwischen 1926 und 1929 kaum mehr erholte. Weltwirtschaftskrise, Nationalsozialismus und Zweiter Weltkrieg machten nicht nur auf schmerzliche Weise bewusst, wie sehr das touristische «Wohl und Wehe» der Region von den Ereignissen und Entscheidungen der «grossen Politik» abhängig war, sie zerstörten auch auf Jahrzehnte hinaus die in den Jahren nach 1900 mit so viel Hoffnung begonnene Etablierung einer gemeinsamen, Grenzen, Länder und Staaten übergreifenden Fremdenverkehrslandschaft Bodensee und Rhein. Die Liquidation des Bodensee Verkehrsvereins im Jahre 1939, noch vor Beginn des Zweiten Weltkrieges, war dafür nur der sichtbarste Ausdruck.⁶³



Konstanzer Fremden-Anzeiger

Inseratenpreis pro Saison
für den cm
Mark 1.50 oder Fr. 2

Organ zur Hebung des Fremdenverkehrs
Erscheint Juni, Juli und August jeden Werktag

Abonnements pro Saison
franko geliefert
Mark 5. oder Fr. 6.25

Druck und Verlag von Papierwarenfabrik C. Müller, Lithographische Kunstanstalt, Buch- und Stemmdruckerei in Konstanz
Verantwortlicher Redakteur: Dr. Gustav Adolf Benz in Reichenau

Nummer 13



Freitag, den 29. Juni 1906



II. Jahrgang

Nur drei Orten am Bodensee gelang es, das Publikum mit einem eigenen «Fremden-Blatt» zu unterhalten: Konstanz, Überlingen und Heiden.

ANMERKUNGEN:

in: Schreiben des Verbands an den Stadtrat von Konstanz vom 11.4.1893

- 1 Stadtarchiv Konstanz (StaK) S II 14 785 Verband der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein 1893–1949.
- 2 ebda.
- 3 Statuten in: StaK S II 14785.
- 4 ebda. Schr. v. 11.4.1893.
- 5 ebda.
- 6 Zur Interpretation dieses säkularen Trends am Beispiel der touristischen Werbung für den Bodensee: W. TRAPP, Bilder vom Verlust der Landschaft. Am Beispiel Bodensee: Die touristische Selbstdarstellung in Prospekten und Plakaten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 30.3.1989.
- 7 M. FORCHER, Zu Gast im Herzen der Alpen. Eine Bildgeschichte des Tourismus in Tirol, Innsbruck 1989, S. 90; vgl. auch Adolf Lässer, 100 Jahre Fremdenverkehr in Tirol. Die Geschichte einer Organisation, Innsbruck 1989.
- 8 A. SCHÄRLI, Höhepunkt des schweizerischen Tourismus in der Zeit der «Belle Epoque» unter besonderer Berücksichtigung des Berner Oberlandes. Kulturgeschichtliche Regionalstudie, Bern 1984, S. 168.
- 9 Im Bewusstsein der Bevölkerung wie auch eines grossen Teils der zeitgenössischen Kommunalpolitiker wurden die über den Tourismus vermittelten sekundären oder indirekten Einkommenseffekte lange Zeit überhaupt nicht gesehen oder aber weit unterschätzt. Demgegenüber formulierte der Verband schon sehr früh die Identität von privaten Interessen der Hoteliers am Wohlergehen ihrer Betriebe und öffentlichen bzw. allgemeinen Interessen: «Denn da sich die Bestrebungen unseres Verbandes mit den Interessen der einzelnen Stadt- und Gemeindeverwaltungen vielfach berühren, ja, wir dürfen sagen, in den Hauptzügen vollständig decken, so ist ein einträchtiges Zusammenwirken beider Teile ein in hohem Grade erwünschtes Erfordernis.» Zit. n. S II 14785, Schr. v. 11.4.1893.
- 10 Das ausführliche Protokoll wurde gedruckt und ist enthalten in: StaK S II 14785.
- 11 S II 14785, Petition v. 8. Mai 1894.
- 12 Protokoll der 1. Generalversammlung, S. 11.
- 13 ebda., S. 10.
- 14 Der Seebote/Überlinger Tagblatt 27. November 1896.
- 15 Vgl. den Beitrag von G. STARK in diesem Buch, insbesondere die Abbildung auf S. 24.
- 16 V. Jahresbericht des Verbandes der Gasthofbesitzer am Bodensee und Rhein, umfassend die Zeit von Ende November 1896 bis Mitte November 1897, Bregenz 1898, S. 15f. (Stadtarchiv Bregenz).
- 17 ebda., S. 16.
- 18 ebda., S. 16f.
- 19 VI. Jahresbericht (1897/98), Lindau 1898, S. 14.
- 20 Vgl. die entsprechenden Ausführungen dazu in den Jahresberichten V und VI des Verbands.
- 21 Grössere Bestände der Zeitung sind in den Stadtarchiven von Konstanz und Friedrichshafen vorhanden.
- 22 VI. Jahresbericht, S. 8.
- 23 Als eine nur auf das schweizerische Bodenseeufer bezogene Werbezeitschrift existierte «Bodensee und Rhein» offenbar auch noch nach 1933 (mündl. Auskunft der Universitätsbibliothek Konstanz).
- 24 So brachte man sogar ein eigenes Heft zum Thema «Winter am Bodensee» heraus – ein Versuch, auch die Höhen rund um den Bodensee als lohnende Ziele für den rasch wachsenden Wintersport darzustellen.
- 25 StaK S II 5034 Bodensee Verkehrsverein 1901–1909, Protokoll der Versammlung von Vertretern von Gemeinden, Verkehrs- und Kurvereinen am Bodensee und Umgebung im Kursaal in Friedrichshafen am 19. Januar 1902, S. 1.
- 26 ebda.; Der erste Rechenschaftsbericht für die Jahre 1902–1905 bezeichnet den 25. Mai 1902, den Tag der konstituierenden Versammlung, als formellen Geburtstag des Bodensee Verkehrsvereins. Der heutige «Internationale Bodensee Verkehrsverein» wird sich bei seinem 100jährigen Jubiläum in den Jahren 2001/2002 also gleich zwischen drei Gründungsdaten entscheiden können.
- 27 in: S II 5034.
- 28 Protokoll der Versammlung vom 19.1.1902. Auf der konstituierenden Versammlung am 25. Mai 1902 wurde Bürgermeister Schützinger aus Lindau zum ersten Vorsitzenden gewählt.
- 29 Lindauer Tagblatt 9.2.1904.
- 30 ebda.
- 31 in: StaK S II 5034.
- 32 ebda., Bericht über das Vereinsjahr 1904, S. 16.
- 33 ebda., Bericht über das Vereinsjahr 1905, S. 22.
- 34 ebda.
- 35 ebda.
- 36 ebda., S. 21.
- 37 Bericht über das Vereinsjahr 1904, S. 16.
- 38 ebda., S. 16f.
- 39 Bericht über das Vereinsjahr 1905, S. 20.
- 40 ebda.
- 41 Bericht über das Vereinsjahr 1904, S. 15.
- 42 ebda.
- 43 Vgl. den Bericht über die Jahresversammlung 1908 in: Konstanzer Zeitung 19.2.1908.
- 44 Bericht über das Vereinsjahr 1905, S. 20.
- 45 Vgl. das Mitgliederverzeichnis aus dem Jahre 1905 in: StaK S II 5034.
- 46 Bericht über das Vereinsjahr 1905, S. 23.
- 47 ebda.
- 48 StaK S II 5034, Rdschr. vom Mai 1906.
- 49 ebda., Rdschr. v. Dezember 1906.
- 50 Konstanzer Zeitung 15.3.1909; StaK S II 5035, Rdschr. v. 10.3.1909.
- 51 Vgl. den Bericht über die Jahresversammlung 1912 in: Konstanzer Zeitung 22.4.1912.
- 52 Zit. n. dem Bericht über die Jahresversammlung 1913 in: Oberschwäbischer Anzeiger 22.4.1913; vgl. auch Konstanzer Zeitung 21.3.1914.
- 53 StaK S II 5035, Rdschr. v. Dezember 1906.
- 54 Konstanzer Zeitung 19.2.1908.
- 55 Zum allgemeinen Hintergrund: M. R. FRANCKE, Untersuchungen zum Fremdenverkehr im westlichen Bodenseegebiet und Stein-Schaffhauser Hoehrhceintal, Frankfurt/Main 1975.
- 56 StaK S II 5034, Rdschr. v. Mai 1906.
- 57 Oberschwäbischer Anzeiger 22.4.1913.
- 58 So der St.Galler Verleger MÜLLER auf der 13. Hauptversammlung des Vereins in Bregenz, zit. n. Oberschwäbischer Anzeiger 22.4.1913.
- 59 Bericht über das Vereinsjahr 1905, S. 24f.
- 60 ebda.
- 61 Original im Ortsmuseum Heiden AR.
- 62 Mündl. Auskunft Universitätsbibliothek Konstanz.
- 63 W. TRAPP, Von der Bildungsreise zum modernen Massentourismus. Skizzen zu einer Geschichte des Fremdenverkehrs am Bodensee, in: Rorschacher Neujahrsblatt 76/1986, S. 11–25, hier S. 20.