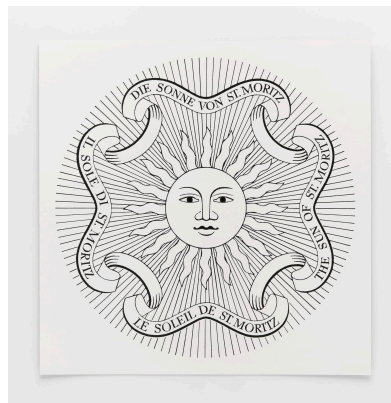


1



2

- 1 Koffertikette, St. Moritz, 1930, Gestaltung: Alex Walter Diggelmann, Donation: Graphis Verlag, Zürich, CH. Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.
- 2 Signet, Die Sonne von St. Moritz, 1932, Gestaltung: Walter Herdeg, Donation: Graphis Verlag, Zürich, CH. Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.

1937 schrieb St. Moritz Geschichte, als Kur- und Verkehrsdirektor Walter Amstutz das Sonnensymbol als Bildmarke in vier Varianten patentieren liess. Seiner Zeit weit voraus, erkannte er die Bedeutung eines einheitlichen visuellen Auftritts. Der Entwurf stammte vom Grafiker Walter Herdeg (1908–1995), der mit dem Sonnenemblem und dem schrägen Handschriftzug des Ortsnamens das erste Erscheinungsbild einer Tourismusdestination weltweit schuf.

St. Moritz im Oberengadin ist seit Generationen Impuls- und Taktgeber im Destinationen Marketing. Bis heute überrascht der mondäne Bergort mit Innovationen in Angebot und Vermarktung. Als Folge der Weltwirtschaftskrise blieb zu Beginn der 1930er Jahre eine internationale Kundschaft aus. Zudem gerieten etablierte Ferienorte wie St. Moritz durch die einheimische Konkurrenz zusätzlich unter Druck. Kurdirektor Amstutz nahm in der Folge eine konsequente Neupositionierung der Marke in Angriff: Er ersetzte den Schneehasen von Alex Walter Diggelmann durch die sphinxartige Sonne von Walter Herdeg und bewarb damit den Sommer- und den Wintertourismus. Das neue Emblem

transportierte auf effiziente Weise universell verständliche Werte wie schönes Wetter, Wärme, Licht und Gesundheit. Mit dem Engagement eines der progressivsten Grafiker der damaligen Zeit, Walter Herdeg aus Zürich, wurden bei den Werbemitteln und im grafischen Auftritt mittels der Kombination von Fotomontage und humorvoller Illustration neue Massstäbe gesetzt. Ein selbstbewusstes, aktives und modisches Frauenbild oder humoristische Bildeinlagen wie der britische «Bobby»-Polizist adressierten eine fortschrittliche, weltoffene und auch ausländische Klientel. Mit teilweise eher abenteuerlichen Wortfindungen wie «Heidiland» oder «Top of the World» gelingt es St. Moritz bis heute, sich von den unzähligen anderen Bergdestinationen abzuheben. (Christian Brändle)

Koffertikette, St. Moritz, um 1930  
Gestaltung: Walter Herdeg  
Auftrag: Kur- und Verkehrsverein St. Moritz  
4,5 × 13,5 cm  
Donation: Graphis Verlag, Zürich, CH  
Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

<https://www.eguide.ch/de/objekt/st-moritz-2/>