Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 30 (1970)

Vorwort: Ein neues Erfolgsjahr und die Folgen
Autor: Kämpfen, Werner

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: 06.07.2025

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

Ein neues Erfolgsjahr und die Folgen

Höchstergebnisse serienweise

Nochmals höhere Tourenzahlen im Tourismus, weiterhin Frequenzrekorde en suite! In vierter, ununterbrochener Folge hat der schweizerische Fremdenverkehr 1970 das Höchstergebnis des Vorjahres übertroffen. Das neue Bestresultat in Zahlen: die *Hotellerie* registrierte die von der Schweizerischen Verkehrszentrale fast auf Stellenwert vorausgesagten 35,6 Millionen Übernachtungen oder rund 6% mehr als 1969 (bei den Ausländern ein Plus von 8% – seit langem der höchste Zuwachs); die *Parahotellerie* – nicht ganz zutreffender, aber bequemer Sammelbegriff für Appartements, Chalets, Jugendherbergen und Lager – verzeichnete zirka 25 Millionen: nach einer Verdoppelung innert einem Jahrzehnt eine ziemlich verlangsamte Zunahme (+4%), also deutlicher Fingerzeig dafür, daß im Bau von spekulativen Appartementhäusern Kapital und Käufer nicht mehr so leicht zu finden sind. Dank solchen steigenden Abschlußzahlen hat sich das Reiseland Schweiz in der internationalen, leider anfechtbaren Statistik in den letzten Jahren vom Mittelfeld wieder in die vorderen Ränge vorgearbeitet. Die Erfolgskontrolle der touristischen Landeswerbung vermerkt das neue Ergebnis mit Genugtuung. Unsere zur Hauptsache auf ausländischen Märkten geleistete Werbe- und Public-Relations-Arbeit bekommt der Schweizer eher selten zu sehen. Die ausländischen Massenmedien berichten darüber laufend, die landeseigenen nur gelegentlich. Dies mag zum Teil unser eigener Fehler sein, denn zur Werbung gehört auch immer eine Prise Eigenwerbung. So kann man von einer für die Schweizer weniger sichtbaren Arbeit zugunsten des Fremdenverkehrs sprechen, den ja die Nationalökonomen ihrerseits unsichtbaren Export nennen.

Nach Bestresultaten – die Klagen

Soviel über den touristischen Rekord 1970. Über dessen Folgen und Folgerungen kann nur ein Blick über die Berichtszeit hinaus und in das neue Jahr einigen Aufschluß geben.

Man war nach diesem Jahreshöchstergebnis 1970 nicht wenig erstaunt, als bloß einen Monat darnach, anfangs Februar 1971, aus einigen Skistationen des Landes, vornehmlich westschweizerischen, konzertierte Klagen über äußerst schlechten Geschäftsgang lautstark vorgetragen wurden. Sogar bis ins Bundeshaus drangen diese Klagen vor, verbunden mit der Forderung, unverzüglich eine gesamtschweizerische Kampagne durch die SVZ für den schneearmen Winter 1971 in die Wege zu leiten. Als ob man im Februar noch mit Anzeigen und anderen Werbemitteln das Wintergeschäft ankurbeln könnte! Dieser nach vier aufeinanderfolgenden Rekordjahren und einem anschließenden Monat schlechten Geschäftsganges inszenierte Alarm hat uns zu denken gegeben.

Steht der Tourismus in einigen Stationen auf derart schwachen Füßen, daß die Flaute nur eines

schneearmen Monats bereits den Pleitegeier heranschwingen läßt? Wo liegen die Gründe hiefür? Hat man sich derart an Rekorde und an ein Wachstumsdenken gewöhnt, daß ein Monat allein schon das Gespenst der Krise heraufbeschwören kann?

Super-«stations»

Der Gründe für diese Alarmstimmung im Monat Januar 1971 – übrigens gesamtschweizerisch wiederum ein glänzender Monat – sind viele: Ausrichtung von einzelnen Stationen nur auf einen mechanisierten Skitourismus in windschlüpfigen Astronautenanzügen, Ausrichtung auch auf einen einzigen Markt (in diesem Falle den französischen), Vernachlässigung des Wanderers und des Langläufers, der Sommersaison und der neuen Welle für «aktive Ferien» überhaupt – Fehlentwicklungen, auf die wir hier und an anderer Stelle seit Jahren mit Nachdruck aufmerksam gemacht hatten.

Das Kopieren von Super-«stations» mit Skiarenen, Appartements-«monoblocs», der mit fünf Bulldozern zugleich ausgewalzten Pisten mit entsprechend nivellierter Landschaft, alle über 2000 m über Meer angelegt, um zu billigen Bodenpreisen zu kommen und vielleicht auch noch das Sommerskifahren zu ermöglichen, hat sich nicht bewährt. Wer glaubte, solche für das Ausland und eine dortige Kundschaft geeigneten Modelle einfach auf die Schweiz übertragen zu können (und viele Experten empfahlen dies) erlebt nun, daß selbst in Frankreich dieses einseitige «Geschäft mit dem Winter» in jüngster Zeit auch wirtschaftlich wenig gesichert erscheint. Vorab ist der Handel mit Appartements ins Stocken geraten, und man versucht, der Stagnation durch monatsweisen Verkauf von Wohnungen im Stockwerkeigentum beizukommen. Immer mehr wird deutlich, daß auch neuerrichtete Kurorte eine Beziehung zum Bestehenden, zu einem Dorf oder einer Siedlung haben müssen. Das «kulturelle Alibi» kann nicht, wie dies in einigen Stationen des Auslandes geschieht, durch Berieselung der Touristen mit Bach- und Vivaldi-Musik geliefert werden.

Auch negative Expertisen erwünscht

In summa: Wir wollen uns nicht an stetiges, quantitatives Wachstum gewöhnen und neuen, auf dem Reißbrett entworfenen Projekten gegenüber etwas zurückhaltender sein. Auch Experten sollen dies tun. In den letzten Jahren kam dem Schreibenden auf dem Gebiet der Wachstumsbranche Fremdenverkehr kaum je eine Expertise mit einer für den Auftraggeber negativen Schlußfolgerung zu Gesicht. Wir wollen auch nicht übersehen, daß drei Fünftel unserer Übernachtungen von den Gästen aus dem Ausland stammen und daß – wie in den letzten Jahren an dieser Stelle immer wieder betont – Währungsmanipulationen und -manöver, Währungsunruhen und -restriktionen, Auf- und Abwertungen eine latente Gefahr für unseren

Tourismus bedeuten können. Solange die Schweiz immer wieder unter die Aufwertungskandidaten eingereiht wird, ist gegenüber Projekten mit spekulativem Charakter Vorsicht geboten.

Spekulativer Tourismus

Im Berichtsjahr gelangte rund ein halbes Hundert Initianten mit neuen Projekten, zumeist von Reißbrett-Kurorten oder ähnlichen touristischen Großanlagen, an die Öffentlichkeit. Sie alle werben um Finanzen. Neben schweizerischen Geldgebern, die sich zunehmend zurückhaltend zeigten, werden in vermehrtem Maße auch ausländische angegangen. Die Bauvorhaben rechneten je nach Größe mit Gesamtaufwendungen von 10 bis 100 Mio. Schweizerfranken. Für 1971 erwartet man aus einem einzigen Kanton die Anmeldung von 70 neuen Seilbahnen und Sessellifts zur Konzessionierung, obwohl im Berichtsjahr nur jede sechste schweizerische Bergbahn mit einem Ertragsüberschuß rechnen konnte. Sicherlich gehört der Fremdenverkehr zu den großen wirtschaftlichen Chancen von Berg- und Entwicklungsgebieten, doch wollen und sollen solche Projekte vor Inangriffnahme eingehend studiert sein. Den Gründen dafür sind in realistischer Schonungslosigkeit auch die Argumente contra gegenüberzustellen. Es genügt nicht, einige Häuserblocks in die Landschaft zu stellen, diese wenn möglich schon vor Baubeginn wohnungsweise zu verkaufen, einen vielfarbigen Prospekt zu drucken, dem Ganzen einen klingenden Namen zu geben und dann im ersten Betriebsjahr schon nicht genügend Trinkwasser zu haben.

Erholungslandschaften zuerst!

Was brauchen wir in unserem Reiseland zunächst und zuerst? Die Antwort auf diese Frage läßt sich nicht aus kurzfristigem Geschäftsdenken heraus geben, auch nicht mit extrapolierten Wachstumszahlen, immer höheren Frequenzen und etwa der in allen Projekten aufgestellten, an dieser Stelle im letzten Jahr wiedergegebenen Behauptung einer Zukunftsstudie, die in dreißig Jahren 750 000 Schweizern ein Zweitdomizil zuspricht und also 75 neue Ferienagglomerationen à 10 000 Menschen vorsieht.

Auf diese Weise wird die obige Frage kaum beantwortet. Vielmehr ist vom « nachhaltigen Nutzen » auszugehen, einem Begriff aus der Forstwirtschaft, den der Bündner Landschaftspfleger Weiss mit vollem Recht auch auf die touristische Entwicklung anzuwenden empfiehlt. Die Landschaft – Grundsubstanz unseres Reiselandes – ist, einmal verloren, unwiederbringlich. Kaum einer der Projektverfasser beantwortet die Frage nach dem Nötigsten im Fremdenverkehr mit den Begehren und Wünschen, die der Gast im Jahre 2000 an ein Reiseland stellen wird. Das Konsumverhalten des Zukunftsgastes wird viel ausschlaggebender sein als kalkulierte Zahlenberge. Immer mehr zeigt sich, daß der Tourist des 21. Jahrhunderts in erster Linie Freizeitmensch sein will, der die Verkehrs-

mittel nur als Mittel zum Zweck betrachten wird, um möglichst rasch und bequem den Ballungsräumen zu entfliehen und in die Erholungslandschaften zu gelangen. Er muß sich regenerieren in Gesundheitslandschaften. Er will seine Lungen wieder vollschöpfen in großen Reservaten, ihrerseits wiederum die letzten verbliebenen Lungen auf diesem verpesteten Globus. So betrachtet braucht das Reiseland zuerst die Sicherung und Erhaltung von seinen Erholungszonen. Im Katalog der Prioritäten steht deshalb dieses Postulat zuvorderst. Erschließungsprojekte, die diesem Grundgebot nicht Rechnung tragen, kommen in die hinteren Ränge. Wenn der Mensch in einigen Jahrzehnten weite Bewegungsräume sucht, müssen wir ihm diese auch zur Verfügung stellen können. Ausgeklammert von dieser Theorie sind die Bedürfnisse großer Fremdenzentren und Kongreßorte, die anderen Gesetzen unterworfen sind und auch anders gelagerten Bedürfnissen entsprechen müssen.

Standortbestimmung in Sachen Raumplanung

Am Ende des Berichtsjahres 1970, Ende auch eines Jahrzehnts, mag die Frage «Wo stehen wir in der Sicherung der Erholungsräume verfassungsrechtlich und gesetzgeberisch?» in einer Standortbestimmung zusammenfassend beantwortet werden. Im Jahre 1962 wurde von allen Ständen und vom Schweizervolk mit erdrückendem Mehr der Verfassungsartikel 24^{sexies} über den Natur- und Heimatschutz angenommen und in der Folge, 1967, das entsprechende Bundesgesetz in Kraft gesetzt. Die Erhaltung von bemerkenswerten Siedlungen, bedeutenden Bauwerken, von Tier- und Pflanzensorten und dergleichen wurde zur Aufgabe des Staates erklärt, diese aber, unter bedingt gewährter finanzieller Hilfe des Bundes, an die Kantone delegiert. Der bloße «Empfehlungscharakter», den die Schweizerische Verkehrszentrale seinerzeit als zu wenig durchschlagskräftig ablehnte, hat sich nicht bewährt, sind doch erst 8 von 25 Kantonen und Halbkantonen an diese Aufgabe herangetreten. Bereits werden Postulate zu einer Revision des kaum einige Jahre alten Gesetzes angekündigt.

Der Naturschutzartikel bildete nur einen kleinen Anfang der Raumordnung und Raumplanung, festgelegt in dem ebenfalls von Volk und Ständen 1969 angenommenen Verfassungsartikel 22^{quater} Bereits Ende des Berichtsjahres, in einem selten raschen eidgenössischen Tempo, konnte die Kommission Schürmann den Entwurf zum entsprechenden Bundesgesetz über die Raumplanung vorlegen und die interessierten Kreise zur Vernehmlassung einladen. Neben dem Bau unserer Nationalstraßen handelt es sich hier um eines der größten Unternehmen der Schweiz. In seinem «Zeitplan der Hoffnung» hat Nationalrat Schürmann die Behandlung des Entwurfes durch die Räte für 1972, das Inkrafttreten bereits für 1973 vorgesehen. Von da weg ist den Kantonen 7 Jahre Zeit gegeben, um ihren kantonalen Planungs-

pflichten nachzukommen und eine für ihre Verhältnisse adäquate Raumplanung ins Werk zu setzen. Auch hier mahlen für den überzeugtesten Demokraten unsere Mühlen zu langsam, denn nur mit den kantonalen Raumplanungsgesetzen kann das vom Bund gestellte Instrumentarium der Planung eingesetzt, kann das Bauland vom Nichtbauland getrennt, kann die Sicherung der für das Reiseland so wichtigen Erholungsräume gewährleistet werden. Angesichts der schlechten Erfahrungen mit diesem «Empfehlungs»-System an die Kantone beim Naturschutz hoffen die touristischen Kreise dringend auf eine Verkürzung dieser Frist, einer wahren Geduldsfrist, und einen kräftigeren Wink mit dem Zaunpfahl punkto Raumplanung. Mit der Ausscheidung einiger großer Erholungsräume, den Lungen unseres Touristenlandes, kann nicht bis ins Jahr 1980 zugewartet werden. Noch sind sie im Glarnerland, im Emmental, im Toggenburg, im Jura, im Freiburgischen, im Gros de Vaud und im weitläufigen Alpengebiet vorhanden. Aufrufe aus dem Unterland an die Gebirgsbevölkerung, sich die Erholungsgebiete in den Alpen unberührt zu erhalten, sind nicht ganz zu Unrecht als ein verspätetes Eingeständnis der eigenen Sünden seitens der Tieflandbürger aufgefaßt worden. In der Tat haben Städte und Stände des Unterlandes, die zuerst aus der Hochkonjunktur Nutzen zogen, ihre Seeufer, Hügelkuppen und nahegelegenen Freizeitzonen rücksichtslos überbaut, und nun verlangt man von den Bergkantonen, die der Konjunktur erst in einer späteren Phase teilhaftig geworden sind, durch Nichtnutzung ihres Landes ein recht großes Opfer. Diesem Einwand sei nochmals mit der Prognose begegnet, daß zusammenhängende Erholungsgebiete auf lange Sicht auch wirtschaftlich nutzbringender sein werden als ein in Fetzen zersiedeltes Land.

Solche Appelle zum Maßhalten werden oft als bloßer Verbalismus der touristischen Kreise abgetan. Beim Anblick der vielen Wunden, die man den Ferienlandschaften geschlagen habe, gehöre der Fremdenverkehr in die vorderste Anklagebank. Darum will die Schweizerische Verkehrszentrale, eine ausschließlich mit der Landeswerbung beauftragte Organisation ohne die Möglichkeit einer Einflußnahme auf die Gestaltung des Ferienlandes, hier rekapitulierend festhalten, daß sie seit Jahren schon, und nicht erst in letzter Zeit, unermüdlich auf die überragende Rolle des Natur- und Heimatschutzes sowie der Raumplanung für unser klassisches Reiseland hingewiesen hat. Bereits 1941 legte deren Präsident, Nationalrat Dr. h.c. Armin Meili, zusammen mit dem Direktor des Eidgenössischen Amtes für Verkehr, Dr. Raphael Cottier, ein in allen Teilen durchdachtes Modell für einen noch zu schaffenden Kurort vor. Sozusagen in jedem Jahresbericht, in Stellungnahmen auf nationalen und internationalen Konferenzen, etwa der UNO-Weltkonferenz für Tourismus 1963, den Vernehmlassungen zum Heimatschutzartikel, in Dutzenden von Vorträgen und Aufsätzen wurde

auf dieses Kardinalproblem des Ferienlandes aufmerksam gemacht. Meilis Appell ist im NZZ-Artikel «Gedanken eines alten zornigen Mannes», erschienen 1968, nachzulesen.

Am stärksten setzte sich die Schweizerische Verkehrszentrale auf ihrem eigentlichen Gebiet, jenem der Landeswerbung, für die Erholungsräume ein. Mit ihrem in den sechziger Jahren gestarteten 10-Jahres-Programm «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» wandte sie sich an eine damals recht bescheidene Zahl von Gästen, die – Gegenbewegung auf den hektischen Massentourismus – nach erholsamen Ferien verlangten. Unsere Landeswerbung setzte zu jener Zeit, gegen eine recht kräftige Opposition im eigenen Land, auf die Karte des Individualtourismus. Mit den Werbebotschaften «Zurück zur Natur – zurück zur Reisekultur», der Aufforderung zu «Vacances actives» im Jahr der Alpen, den Kampagnen für das «Zeit haben für Freizeit» und mit der von ihr erlassenen, seither vielfach weitergegebenen Mahnung, der Tourismus zerstöre den Tourismus, wies sie auf die Gefahr eines kurzfristigen, rücksichtslosen Ausbeutens der Landschaft hin und empfahl immer wieder die Sicherung weiter Erholungsräume. Deshalb darf sie auch legitimiert sein, alle am Reiseland interessierten Kreise zu raschem Handeln aufzurufen und die Kantone zu einer rascheren Gangart für ihre Planungspflicht einzuladen.

Werbebotschaft an die Jugend

Auch 1970 war die SVZ-Werbung zuhause und in der weiten Welt auf den Zukunftsgast und dessen Anliegen ausgerichtet. Ab Mitte des Jahres hat unser Reiseland die *Werbebotschaft an die Jugend* erlassen. Zum Ausklang unseres Zehnjahresprogrammes wurden alle Schriften und Aktionen der reisenden Jugend im In- und Ausland gewidmet. Dabei ging es nicht zuerst um wirtschaftliche Überlegungen, nicht um die Aufgabe «geheimer Verführer», die die bedeutende Wachstumsrate des Jugendtourismus registriert haben. Zuerst ging es uns um die Fortführung der Linie, auf der unsere Werbung sich seit Anfang der sechziger Jahre bewegt. Wohl haben wir mit unseren Leitbild-Botschaften eine ältere und «mittelalterliche» Generation zum gesunden Ferienmachen in weiten Erholungsräumen zu gewinnen vermocht, doch brauchen wir – nicht nur die Schweiz, der ganze internationale Tourismus – die Jugend, wenn das Reisen und Ferienmachen gesünder werden und der Tourismus sich nicht immer wilder im eigenen Kreise drehen und sich selbst zerstören soll. So erließen wir unsere Einladung an die kommende Generation zu gesunden, aktiven Ferien – ob diese nun am Meer oder in den Bergen, einzeln oder in einer Gemeinschaftsreise verbracht würden. Zugegebenermaßen ein wenig ein echt schweizerisches, also schulmeisterliches Unterfangen, aber wer wollte nicht für eine gute Sache Schulmeister sein!

Die Schweiz – jung mit ihren Gästen

Der vorliegende Bericht zählt die Vielfalt der verschiedenen um dieses Thema kreisenden Publikationen und Werbeaktionen auf. Unser Angebot für Jugendferien spiegelt sich in einer Fülle von Broschüren. Für Segler, Wanderer, Ruderer, Kanufahrer, Bergsteiger, Skifahrer und -läufer, Campingfreunde, sozusagen für Hobby-Ferien aller Art wurden kleine Führer herausgegeben und durch die Agenturen verteilt. Den Auftakt zu zahlreichen, über zwei Jahre sich erstreckenden Aktionen – Schülerreisen, Jugendwettbewerbe, Austausch von jugendlichen Künstlern usf. – bildete das zum zweitenmal in St. Moritz durchgeführte Jugendsymphonieorchester-Festival. Dieses im Vorjahr sozusagen als Probeveranstaltung aufgezogene Treffen junger Musiker aus allen Ländern hatte weltweit eine so glänzende Kritik gefunden, daß es im Berichtsjahr in einen gesamtschweizerischen Rahmen gestellt werden konnte. Neben dem eigentlichen Festival, vom Kurverein St. Moritz gut organisiert, fanden Konzerte in 25 Städten und Kurorten statt, zum Teil unter dem Stab berühmter Dirigenten und unter Mitwirkung bekannter Solisten, welche sich während mehr als einer Woche zum Gespräch mit der Jugend bereithielten. «Eine willkommene Invasion!» schrieb ein Schweizer Journalist über dieses Treffen von nahezu tausend Musikbegeisterten aus vielen Ländern und verschiedenen Kontinenten. Im Kontakt mit den jungen Leuten wurde manchem Mitverantwortlichen für den Schweizer Fremdenverkehr bewußt, daß es gilt, unser Reiseland im Blick auf die Wünsche dieser neuen Generation einzurichten, für aktive Ferien die Erholungsräume auszuscheiden und das Tor zum Gespräch über die Grenzen offenzuhalten.

Auch die Reise der zwei ehemaligen GI's mit ihren Familien, die wir zu einer «Sentimental Silver Anniversary Tour of Switzerland» eingeladen hatten, stand im Zeichen unserer Jugendaktion. Wie zahlreiche Zuschriften bezeugten, wollten gerade die Kinder das Ferienland ihrer Väter vor 25 Jahren wieder besuchen und erleben.

Für alle Aktionen fanden wir in weiten Kreisen lebhafte Unterstützung. Die Schweizerischen Bundesbahnen, die Transportunternehmungen, der Schweizer Hotelier-Verein, das Gast- und Reisebürogewerbe und viele andere erklärten sich zu Preisvergünstigungen für Jugendliche bereit. Der Schweizerische Studentenreisedienst stellte seinen «Student reception service» in den Dienst unserer Sache, um die Kontakte zwischen einheimischen und ausländischen Jugendlichen zu erleichtern. Hinzu kam die bewährte enge Zusammenarbeit mit unseren Schwesterorganisationen, der Pro Helvetia und der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung, sowie den regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen.

Die «Silver Anniversary Tour» und das geplante «Package für Jugendliche» wirkten anregend: die Angebote an Schweizer Pauschalarrangements

von Kurorten und Regionen nahmen in erfreulicher Zahl zu. Die Verkaufskataloge unserer Agenturen wurden umfangreicher. Allein in der Bundesrepublik Deutschland konnten wir über 500 Verkaufsarrangements und 94 Zielorte in die Kataloge der Reiseveranstalter unterbringen. Auch in allen anderen Ländern konnten die Vertreter unserer Agenturen mit einem größeren «Sortiment» von Angeboten bei Reiseveranstaltern und Jugendorganisationen aufwarten. Die bedeutenden Zuwachszahlen auf dem westdeutschen, nordamerikanischen, japanischen Markt sind aus der Tabelle ersichtlich.

Was wir an dieser Stelle im letzten Jahr schrieben, fand Bestätigung: das Jugendferienprogramm hat dem ganzen Reiseland, aber auch dem SVZ-Team neue Impulse gegeben. Im Gespräch mit der Jugend ist am ehesten zu ermitteln, welches die kommende Form des Reisens und des Ferienmachens sein wird, auf welche Ansprüche ein Ferienland sich einrichten muß. Sich abseits von allen methodischen Kalkulationen das Gespür für das Kommende zu erwerben, scheint uns für ein Reiseland und dessen Werbeleute das Wichtigste zu sein.

Dr. Werner Kämpfen
Direktor der Schweizerischen Verkehrszentrale