Die Humor-Strategie

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): **- (2016)**

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-685601

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Die Humor-Strategie

Von Schweizern würde man nicht auf Anhieb ein Feuerwerk an Humor erwarten. Dabei sind es die touristischen Landeswerber, die seit den 1950er-Jahren weltweit Lacher um Lacher ernten und damit die Aufmerksamkeit auf die Schweiz ziehen.

April 1957: Acht Millionen Menschen bewundern in der englischen Wochenschau «Panorama» die meisterhaft inszenierte Dokumentation über die «Spaghetti-Ernte» in Morcote (TI). BBC-Kameramann Charles de Jaeger zeigt – vollen Ernstes – fleissige Bäuerinnen beim Ablesen der reifen Spaghetti von den Bäumen. Dank eines extrem milden Winters und eidgenössischer Zuchterfolge seien die Teigwaren erst noch exakt gleich lang geraten. Der Dreh wurde massgeblich unterstützt von der SVZ-Vertretung in London. Die Strategie geht auf, unser Land ist fortan in aller Munde. Mit Humor lässt sich punkten. Und ganz im Gegensatz zu provozierenden Kampagnen löst diese humorvolle Art positive Emotionen aus, die mit dem Ferienland Schweiz assoziiert werden können.

Ein Flair für kultivierte Scherze

Jahre später folgt der zweite Streich: Am 1. April 2009 flimmert ein Spot über die TV-Sender und geht viral. Er berichtet von waghalsigen Männern und Frauen, die alles dafür tun, dass ihr Land sauber daherkommt. Deshalb schrubben sie hingebungsvoll Gipfel und Felsen. ST-Direktor Jürg Schmid selbst macht die Geschichte noch glaubhafter, indem er sie um sieben Uhr morgens im Radio lanciert. Tausende wollen Hand anlegen und Matterhorn & Co. vom lästigen Vogelkot befreien. Über 100 Millionen Mal wird der Schweizer Lacher gesehen, das «Time Magazine Online» kürt den Aprilscherz zum fünftbesten der Welt, bei «Spiegel online» belegt er gar Platz 1. Und noch besser: Der PR-Gag wird Wirklichkeit in Form von Felsenputzer-Kursen.

Da lacht das Herz. Immer wieder setzt die SVZ/ Schweiz Tourismus in ihrer Werbung auf Augenzwinkern. Die weiteren witzigen Kampagnen auf einen Blick:

- 1966: Ein heiterer Schritt für die Menschheit – Kampagne **«Vor Ihrer Fahrt auf den Mond – eine Fahrt in die Schweiz».**
- 2006: Naturburschen statt Kicker – **Aufruf für Fussball-WM-müde Frauen, echte Schweizer Kerle zu entdecken.**
- 2007: **Heisse Schneemänner** – waschechte Skilehrer geniessen oben ohne die Wintersonne.
- 2016: **Bruno und der rasende Stuntman** – geniale Selfies schiesst man mit coolem Double.

Beginn der gemeinschaftlichen Vermarktung des Alpenraums in den USA (Alpine Tourist Commission ATC).

1953

Das Schweizer Fernsehen nimmt seinen Betrieb auf: das erste Studio befindet sich in einer umgebauten Tennishalle.

Schweiz Suisse Svizzera

1957

Beginn der Europäischen Einigung (Römische Verträge).

1958

© Getty Images / Hulton Archive / Keystone

«Spaghetti-Ernte im Tessin» (1957), gedreht von der BBC mit Unterstützung der SVZ in London.

© Schweiz Tourismus

Tun alles für eine saubere Schweiz: die Felsenputzer zum 1. April 2009.

© Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung @ ZHdK

Natur ist seit je Trumpf im Schweizer Tourismus – und macht gemäss Verkehrszentrale 1969 sogar schlank.