Krise im Reiseland par excellence : zum Umgang mit Krisen von Hotellerie und Fremdenverkehr in der Schweiz

Autor(en): **Schumacher, Beatrice**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Traverse : Zeitschrift für Geschichte = Revue d'histoire**

Band (Jahr): **4 (1997)**

Heft 1

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-12439

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

KRISE IM REISELAND PAR EXCELLENCE

ZUM UMGANG MIT KRISEN VON HOTELLERIE UND FREMDENVERKEHR IN DER SCHWEIZ

BEATRICE SCHUMACHER

Blicken wir zunächst auf ein heiteres Bild: «Keines der zahlreichen Touristengebiete der Erde ist derart begünstigt wie die Schweiz, die auf eng beschränktem Raume alle Naturschönheiten vereinigt. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass sie, auf diese Weise bevorzugt, ein Touristenzentrum im wahren Sinne des Wortes geworden ist und auf das Reisepublikum der ganzen Welt grosse Anziehungskraft ausübt.»[1]

Die Erfolgsgeschichte des Reiselandes Schweiz – im Zitat von 1927 modern als Touristenzentrum bezeichnet – findet sich in vielen Versionen und hat mit Reiseland «par excellence» oder «Playground of Europe» zu Begriffsprägungen geführt, die keinen Zweifel lassen, dass es sich hier um die Nummer Eins handelt. So verschieden die Namen, im Kern der Geschichte spielt immer die Natur die herausragende Rolle. Deren Schönheiten, von Jean-Jacques Rousseau und Albrecht von Haller dem Sehen und Fühlen zugänglich gemacht, sind das unerschöpfliche und einmalige Kapital. Es gibt aber auch eine andere Geschichte des schweizerischen Fremdenverkehrs, in dessen Mittelpunkt ein Wirtschaftszweig steht, der – nach einem phänomenalen Aufstieg im 19. Jahrhundert – sich seit 1914 permanent bedroht sieht: die Hotellerie (Abbildung 1). Seither begleitete sie das Gefühl der Krise, und es verschwand auch in den wirtschaftlich guten Jahren (zwischen 1924 und 1929 sowie zwischen 1937 und 1939) nicht. Erst die wirtschaftliche Erholung und die Liberalisierung im Zahlungs- und Reiseverkehr nach 1950 führten zu einer neuen Stimmungslage und dem Gefühl, die «dark ages» des Fremdenverkehrs, als welche die Periode 1914–1950 nun erschien, überwunden zu haben. Die Erfahrungen seither, nicht zuletzt diejenigen der Gegenwart zeigen, dass Krisen weiterhin zur Begleitmusik (nicht nur) des Fremdenverkehrs gehören.

In diesem Beitrag fokussiere ich Krisenrezeption und -reaktionen in bezug auf den schweizerischen Fremdenverkehr zwischen 1930 und 1936. Die beiden Eckdaten markieren jene Periode, die im zeitgenössischen Verständnis der beteiligten Branchen unter dem Vorzeichen einer erneut einsetzenden Krise stand. Ihre Datierung basiert wesentlich auf der Wahrnehmung durch die Fremdenhotellerie: Den Beginn markiert die ab 1930 rückläufige Zahl ausländischer

Abb. 1: ***Fremdenverkehr Schweiz, 1920–1950***

Quellen: A. Koller, *Entwicklung und Umfang des Fremdenverkehrs in der Schweiz; Zeitschrift für Schweiz. Statistik und Volkswirtschaft* 77 (1941), 40–64; *Eidg. Fremdenverkehrsstatistik* (ab 1934).

Gäste, das Ende die im Herbst 1936 erfolgte Franken-Abwertung, welche die Schweiz für das ausländische Publikum wieder erschwinglicher machte. Die Situation der Hotellerie und die stark auf staatliche Unterstützung ausgerichtete Politik ihrer Standesorganisation, des Schweizerischen Hotelier-Vereins (SHV), bilden den Ausgangspunkt der folgenden Überlegungen. Das rapide Sinken der Gästezahlen führte, im Unterschied etwa zur Krise der frühen 20er Jahre, zu einer organisatorischen Konzentration: Als Krisenreaktion wurde 1932 in kürzester Zeit mit dem Schweizerischen Fremdenverkehrsverband (SFV) die bislang in diesem Wirtschaftszweig fehlende Spitzenorganisation gegründet. In einem zweiten Schritt steht dessen Eingreifen als neue, Dominanz beanspruchende Instanz, in den schweizerischen Fremdenverkehr zur Debatte. Im Anschluss daran werde ich kurz die touristischen Strategien beleuchten, in welche die in den 30er Jahren gemachten Erfahrungen während des Zweiten Weltkrieges mündeten.

Die Rede von der «Krise» schliesst immer auch eine Rede über die Zukunft mit ein. Ich möchte in diesem Beitrag zeigen, dass der SHV und der SFV je zwei unterschiedliche Konzepte der Krisenwahrnehmung und entsprechend verschiedene Zukunftsvisionen des schweizerischen Fremdenverkehrs repräsen-

tierten: einerseits das der retrospektiven Orientierung, des Beharrens, das die Krise als vorübergehende Störung einer Normalität sieht, und andererseits das der Erneuerung, das die Krise als Anfang einer veränderten und veränderbaren Zukunft begreift. Hingegen rekurrierten beide Konzepte auf denselben Diskurs um die von der Natur begünstigte Schweiz: Die Natur und ihre verbürgte Schönheit machten das Kapital der kriselnden Branche aus. Der Bezug auf die natürlichen Gegebenheiten – nicht zuletzt die Alpen – fungierte nicht nur als Garantie für Kontinuität, sondern nährte darüber hinaus das Bewusstsein einer Einzigartigkeit, die Perspektiven für eine als glanzvoll imaginierte Zukunft eröffnete. Damit verstand es die Fremdenverkehrswirtschaft, sich in ein nationales Selbstbild einzuschreiben, das seit dem Ende des Ersten Weltkrieges zunehmend auf naturgegebenen Eigenschaften (wie der Tektonik) basierte, – und das ausserdem v. a. aus dem «gütigen Geschick des Verschontbleibens» während des Zweiten Weltkrieges ein «Sonderfall»-Denken entwickelte.

QUALITÄT HAT IHREN PREIS – DIE POLITIK DES SHV

Die Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise, und d. h. besonders der Währungsabwertungen, trafen den Fremdenverkehr schneller und direkter als andere Gewerbe. Deutschland war das Land, aus welchem der weitaus grösste Teil der ausländischen Kundschaft in schweizerischen Hotels kam. Besonders gravierend wirkte sich daher die Devisenbewirtschaftung aus, welche Deutschland am 15. 7. 1931 per Notverordnung einführte. Mit diesem Datum verstärkte sich das Krisenbewusstsein wie auch der Handlungsdruck. Der SHV beschloss 1931 eine Senkung der «Maximalpreise» um 10% und für die folgende Wintersaison eine Reduktion der «Minimalpreise» um 10–20%.[2] Was bedeutete das? Es handelte sich nicht um eine generell verordnete Preissenkung, sondern um die den Hoteliers zugestandene Möglichkeit, die je nach Kategorie als verbindliche Richtlinie festgelegten Minimal- beziehungsweise Maximalpreise um 10–20% zu unterschreiten. In der Hotellerie, genauer bei den Betrieben, die dem SHV angeschlossen waren, galt eine strikte, als Reaktion auf den Preiszusammenbruch im Ersten Weltkrieg entstandene, kartellistische Preisnormierung. Damit verbunden war eine Straffung des Verbandes. Die zuvor stark autonom funktionierenden lokalen Hotelier-Vereine wurden zu Sektionen des Zentralverbands erklärt. Oberstes Entscheidungsgremium war neu die Delegiertenversammlung. Grossen Einfluss erhielt aber auch das neu eingerichtete ständige Sekretariat, das v. a. auch das Bild des Verbandes in der Öffentlichkeit bestimmte. Das Minimalpreisregulativ war für den Verband zum identitiven Herzstück geworden, was übrigens auch an der entsprechenden Neuformulierung des Vereins-

zweckes in den Statuten ablesbar ist. Die verbindliche Preiskontrolle galt seither als das unbestrittene Instrument, um wirtschaftlich schwierigen Zeiten zu begegnen, indem Preisunterbietung und -zerfall verhindert werden sollten. In der Stunde der Bewährung der frühen 30er Jahre wurde es denn auch eingesetzt: Wohldosierte Preissenkungen sollten grössere Anreize für die ausländischen Gäste schaffen und den Hoteliers etwas mehr Spielraum geben. Wirklich konkurrenzfähig mit den Ansätzen des Auslandes wurde die Preisgestaltung aber nicht. 1932 diskutierte der Verband zwar eine Anpassung, verwarf sie aber. Reduktionen in einem Ausmass, das die Nachteile des starken Schweizer Frankens wettmachte, waren mit den Personal- und Gestehungskosten nicht zu vereinbaren, ganz zu schweigen von der Zinslast. Unterdessen waren die Gästezahlen weiter rückläufig. Aus der Sicht des SHV erschien denn auch die Krisenbekämpfung durch Preissenkungen als erfolgloses Unterfangen, das sich im Gegenteil äusserst gefährlich auf den Fortbestand der Hotellerie auswirkte. Und diesen Fortbestand zu garantieren war das Hauptziel im Krisenmanagement des SHV. Als Ausweg sah er daher nur noch die Hilfe durch den Bund.

Doch was genau sollte fortbestehen? Die Hotellerie, welche der SHV vertrat, gehörte in erster Linie den mittleren und oberen Preiskategorien an. Er verstand sich als repräsentative Vertretung der «Fremdenhotellerie» und sah kleinere Gastbetriebe nicht als Hotels, sondern als «Wirtschaften» an.[3] Seine Mitgliederzahl von 1850 Betrieben entsprach 24% aller Beherbergungsbetriebe; gemessen an der Bettenzahl repräsentierte er aber 56% des bestehenden Angebotes.[4] Er vertrat eine qualitativ hochstehende Hotellerie, und es war diese Qualität als ihr Markenzeichen, die um jeden Preis erhalten bleiben musste. Die zahlreichen Äusserungen und Argumentationen des SHV in seinem Verbandsblatt, der *Schweizer Hotel-Revue*, wie auch in den unzähligen Pressebeiträgen lassen daran keinen Zweifel. Verteidigt wurde nicht nur ein national bedeutender Gewerbezweig, sondern einer, der auch das Selbstbewusstsein als Nummer Eins in der internationalen Konkurrenz pflegte. Garantie für diese Stellung war eben «Qualität», die wiederum auf der Qualität der Schweiz als Gastland Europas aufbaute, das ist einfach gesagt die Botschaft des SHV.

Ein Blick zurück in die «Glanzzeiten» des schweizerischen Fremdenverkehrs vor 1914 macht zusätzlich deutlich, warum der SHV der Preispolitik einen enormen Stellenwert zumass. Hier liegt einerseits ein Orientierungspunkt, eine identitive Verankerung für die Schweizer Hotellerie, in der sich «Qualität» noch leichter mit einer bestimmten gesellschaftlichen Gästeschicht hatte eng verknüpfen lassen. Andererseits hatte sich die Hotellerie gerade in diesen Jahren der Prosperität ihren bedeutendsten strukturellen Nachteil geschaffen: Um die Jahrhundertwende hatte ein eigentlicher Hotelbau-Boom eingesetzt, der bereits vor 1914 zu einer Überkapazität führte.[5] Gleichzeitig waren, wie später klar

wurde, die damaligen Preise zu tief angesetzt, um langfristig einen kostendekkenden Betrieb zu garantieren.[6] Bei Kriegsausbruch stürzte die Hotellerie in ihre erste, tiefgreifende Krise.

«... ZUGUNSTEN DES NOTLEIDENDEN HOTELGEWERBES»

Am 24. Februar 1932 gelangte der SHV mit einer dringlichen Eingabe an den Bundesrat. Die neuesten Zahlen der prozentualen Bettenbesetzung in den geöffneten Betrieben tendierten bedenklich nach unten. Waren Mitte Januar des Vorjahres 45,8% besetzt gewesen, waren es im Januar 1932 noch 29,3%. Berücksichtigt man nur die Bettenbesetzung in den über 1000 Meter über Meer gelegenen Betrieben, also in den eigentlichen Wintersportorten, zeigte der Gästeverlust noch drastischere Werte: Erreichte die Bettenbesetzung im Januar 1931 noch 58,6%, war der Wert im Vergleichsmonat 1932 auf 34,3% gesunken.[7] Die Rede war von einer sich abzeichnenden Katastrophe, aus der sich kein Ausweg abzeichne. Weder aus dem Aus- noch Inland seien mehr Gäste zu erwarten. «Unverschuldet sei die Hotellerie in eine Krisenlage hineingeraten, welche rascheste Hilfsmassnahmen notwendig mache», so resümierte die Botschaft des Bundesrates, der für die Anliegen der Hotellerie Gehör hatte.[8] Beantragt wurden rechtliche Hilfsmassnahmen sowie eine Subvention in der Höhe von drei Millionen Franken.

Der Bund stand damit einmal mehr vor der Notwendigkeit einer Intervention in der Hotellerie. Bereits 1915 waren erstmals rechtliche Schutzmassnahmen ergriffen worden, welche die Stundung von Kapitalien und Zinsen sowie die Unterstellung der Bautätigkeit in der Hotellerie unter behördliche Bewilligungspflicht umfassten. Dieses sogenannte «Hotelbauverbot» war seitdem mehrfach verlängert worden.[9] Zu diesen Massnahmen war 1921 die Gründung der Schweizerischen Hotel-Treuhand-Gesellschaft (SHTG) als Instrument des Bundes zur «Durchführung seiner rechtlichen und finanziellen Hilfsmassnahmen für die Hotelindustrie» gekommen. Die SHTG, als Finanzierungsinstitut des Bundes für die Hotellerie, vergab rückzahlbare Darlehen zu günstigen Konditionen an einzelne Betriebe mit dem Ziel der Sanierung. Ausserdem war sie auch für die Prüfung von Baubegehren zuständig. Infolge des besseren Geschäftsganges nach 1924 konnte die SHTG ihre Tätigkeit redimensionieren. Im Mai 1931 beschloss sie ihre Auflösung. Angesichts der neuen Krisensymptome in der Hotellerie ist dieser Schritt nur schwer nachzuvollziehen. Es erstaunt daher nicht, dass er nur wenige Monate später rückgängig gemacht wurde. Denn angesichts des neuen Hilfsbegehrens besann sich der Bund umgehend auf die alten Interventionsinstrumente: Pfandnachlassverfahren und

SHTG wurden erneut ins Leben gerufen.[10] Die Bundesversammlung verabschiedete den entsprechenden Bundesbeschluss am 3. August 1932 und bewilligte Subventionen in der gewünschten Höhe von drei Millionen Franken.[11]
Die Beratung in National- und Ständerat ging rasch und ohne grundsätzliche Opposition über die Bühne.[12] Im Ständerat legte der Kommissionssprecher die wesentlichsten Begründungen und Fakten, die auch schon die bundesrätliche Botschaft enthielt, ausführlich dar. Drei Bedingungen, so baute er seine Argumentation auf, müssten gegeben sein, um eine Intervention zu rechtfertigen. Ist die Lage in der notleidenden Industrie tatsächlich so, dass eine Selbsthilfe nicht mehr möglich ist? Die Beweise dafür schienen ihm gegeben: die Krise kam von aussen, und ihre Ursachen waren nicht direkt bekämpfbar. Die Hotellerie hatte alles getan, um konkurrenzfähig zu bleiben, so hatte sie in den 20er Jahren fliessendes Wasser in den Zimmern installiert. Gerade darum habe sie jetzt keine Reserven, abgesehen davon habe sie schon viele Jahre mit schlechtem Geschäftsgang hinter sich. Und selbst in den guten habe das investierte Kapital nur eine sehr geringe Rendite erbracht. Ein wichtiges Argument bildete die dramatisch sinkende Bettenbelegung. Gerade diese Zahl hätte aber auch zu Fragen Anlass geben können: Sie misst ja nicht nur absolute Gästezahlen, sondern setzt diese in ein Verhältnis zur bestehenden Bettenkapazität, welche – das wurde selbst vom Kommissionssprecher an anderer Stelle erwähnt – zu hoch war. Dennoch besass diese Zahl Überzeugungskraft und legitimierte schnelles Handeln. Ziel war nicht die Umstrukturierung der Hotellerie, sondern deren Erhalt, und dieser wiederum legitimierte sich aus der unbestrittenen zentralen Rolle der Hotellerie in der nationalen Ökonomie. Der Kommissionsredner verpasste denn auch nicht die Gelegenheiten, diese Bedeutung hervorzustreichen. Ökonomisch zählte erstens die Zahl der Beschäftigten, zweitens die in der Hotellerie investierten rund zwei Milliarden Franken «Volksvermögen», drittens die von der Hotellerie abhängigen Branchen (Transport, Detailhandel, Landwirtschaft) und nicht zuletzt der Beitrag des Fremdenverkehrs zum Ausgleich der Zahlungsbilanz: «L'aide à l'hôtellerie est donc une œuvre d'un interêt national.»[13] Womit die zweite der vorgenannten Voraussetzung erfüllt sei.
Die Erfüllung der dritten Bedingung schliesslich, die Verbesserung der Situation durch die geplanten Massnahmen, war schwieriger zu beweisen. Hier operierte der Redner mit einem Kunstgriff, indem er anführte, die Massnahmen würden nach aller menschlicher Voraussicht wirksam sein, wenn sie der Hotellerie erlaubten, die Krise zu überstehen bis eine normale Periode sich wieder einstellen würde. Vertrauen war gefragt, und so folgte der moralische Appell: Kein gefährlicher Pessimismus dürfe handlungsleitend, vielmehr müsse die Hoffnung auf die Zukunft das Entscheidungskriterium sein. Die Krise war eine vorübergehende, eine Ausnahme, die Zukunft würde wiederum die Normalität

bringen, bis dahin gelte es auszuharren. Damit übernahm der Redner die Perspektive der Bittsteller. Wenn er eingangs noch beiläufig erwähnte, der Hotellerie solle durch die Hilfe auch eine allmähliche Anpassung ermöglicht werden, wobei man auch von ihrer Seite Anstrengungen erwarte, so war dieses Ziel eindeutig nicht das zentrale.

Die Vorstellung der Überbrückung einer «crise passagère» war allerdings einige Jahre später, als die Räte 1935 über ein erneutes Subventionsbegehren des SHV verhandelten, nicht mehr für alle eine unhinterfragbare Tatsache. Vorweggenommen sei, dass auch diesmal eine Subvention in der Höhe von sechs Millionen Franken bewilligt wurde. Dennoch fand in einem längeren Votum die Ansicht Eingang, dass man nicht beliebig Finanzmittel in eine Branche investieren könne, ohne wirkliche Besserung zu erzielen.[14] Erst jetzt wurde der an sich nicht neue Befund eines Überangebotes in die Argumentation einbezogen. Bei einer durchschnittlichen Belegung der Hotelbetten von 10% in den letzten Jahren, müsse der generelle Erhalt von Hotelunternehmen in Frage gestellt, dafür aber in Erwägung gezogen werden, ob nicht einzelne Hotels stillgelegt werden sollten. Nicht zu ignorieren sei, dass es einen Faktor «Mode» gebe, welcher auch im Fremdenverkehr seine Spuren hinterlasse.

Erstmals fand in der parlamentarischen Beratung damit der sich seit längerem abzeichnende Strukturwandel im internationalen Tourismus Beachtung: Zum einen hatte die Schweiz als Reiseland seit ihren Glanzzeiten vor 1914 Konkurrenz bekommen und war infolge der Zunahme des motorisierten Verkehrs für viele zum Durchreiseland geworden. Zum anderen war das reiche Musse-Publikum der Belle Epoque kaum mehr vorhanden. Die Reisenden hatten sich überdies nicht nur in bezug auf ihre soziale Herkunft, sondern auch in ihren Vorlieben verändert. Der Badeaufenthalt am Meer war zum lockenden Ziel geworden, zu welchem je länger je mehr kostengünstige Pauschalreisen führten. Die in der Schweiz neu erstellten Strand- und Schwimmbäder waren dafür kein Ersatz. Stärker noch als für den Wintersport galten die strukturellen Krisenursachen für die Sommersaison.[15] Die Krise sei nicht eine vorübergehende, so wurde nun im Nationalrat moniert, sondern ein neuer stabiler Zustand. An diesen gelte es sich anzupassen.[16]

DIE NEUE EINHEIT – EINE SPITZENORGANISATION FORMIERT SICH

Doch der SHV war spätestens seit 1932 nicht mehr die alleinige Stimme in Sachen Fremdenverkehr. Mit dem SFV hatte sich – in unmittelbarem Zusammenhang mit den wirtschaftlichen Schwierigkeiten – ein wirtschaftlicher Spit-

zenverband formiert, der mit Erneuerungs- und Veränderungsabsichten startete.[17] Das war zunächst das nicht leicht zu erreichende Ziel, eine bisher nicht vorhandene Einheit der verschiedenen Beteiligten herzustellen, während die Mitgliederverbände, zu denen auch der SHV gehörte, sich wie bisher für ihre spezifischen Berufsinteressen einsetzen sollten. Das bedeutete keineswegs, dass er diese nicht mitunterstützte. Das aus der Krise geborene Bedürfnis, Einheit herzustellen, wurde jedoch zum roten Faden der frühen Verbandstätigkeit.

Beim ersten und dringend nach einer Lösung rufenden Problem, den Wirtschaftsverhandlungen mit Deutschland nach der Einführung der Devisenbewirtschaftung, wurde deutlich, dass «Einheit» hier heissen musste, auf Bundesebene eine Verwaltungsstelle zu schaffen, welche sich um alle den Fremdenverkehr betreffenden Fragen kümmern sollte. Bisher waren insgesamt drei Bundesstellen in Vertretung je verschiedener Branchen für Teilbereiche zuständig, was für erfolgreiche Verhandlungen mit Deutschland in bezug auf den Reiseverkehr eine äusserst ungünstige Ausgangslage bildete. Der SFV erreichte sein Ziel, indem das Volkswirtschaftsdepartement Verhandlungskompetenz auch in bezug auf Verkehrsfragen erhielt. Schliesslich wurden die Fremdenverkehrsfragen (mit Bundesbeschluss vom 8. 2. 1935) dem Amt für Verkehr des Post- und Eisenbahndepartements zugewiesen.

Eine weitere wichtige Hürde war sodann die Etablierung und Klärung des Begriffs «Fremdenverkehr» als Bezeichnung dessen, woran die einzelnen Mitglieder – von den Bahnen über Automobilverbände bis zu den Hoteliers – partizipierten. An zwei Beispielen möchte ich im folgenden etwas detaillierter aufzeigen, wie sich die Durchsetzung dieses Perspektivenwechsels in der Praxis gestaltete: Erstens anhand der Namensgebung für den neuen Dachverband, also in der internen Diskussion, und zweitens anhand der Verbandspolitik gegenüber der Öffentlichkeit, also dem externen Bemühen, ein Verständnis von (und für) «Fremdenverkehr» herzustellen.

Ein Selbstverständnis unter dem Oberbegriff «Fremdenverkehr» zu entwickeln, stellte für die Berufsverbände, Verkehrsvereine und offiziellen Institutionen, welche neu unter dem gemeinsamen Dach SFV versammelt wurden,[18] keine Selbstverständlichkeit dar. Bei der Wahl der Verbandsbezeichnung tauchten als Alternativen «Reiseverkehrsverband» und «Verkehrsverband» auf. Das Wörtchen «fremd» scheint auf Skepsis gestossen zu sein. Der spätere Verbandsdirektor Walter Hunziker schreibt dazu im Rückblick: «Fremdenverkehr war offensichtlich noch kein eindeutiger Begriff. Schon zeichnete sich eine Aufgabe des Verbandes zu seiner Klärung ab. Man identifizierte fremd mit ausländisch oder – wie der als Argument für eine Änderung der einmal gewählten Bezeichnung herangezogene Ausspruch des Volksmundes ‹Es ist halt eben ein Fremder› zeigte – als unerwünscht.»[19]

Es ist zunächst erstaunlich, dass Vertreter eines Wirtschaftssektors, die ansonsten mit Nachdruck erklären, dass ihr Geschäft mit der Exportwirtschaft zu vergleichen sei, dass Deviseneinnahmen und mithin ausländische Gäste zu den zentralen Charakteristiken der Branche gehörten, das Wörtchen «fremd» mit dem klassischen Stereotyp der Fremdenangst konnotierten. Eine möglich Erklärung kann darin liegen, dass «fremd» als Teil der Bezeichnung für sich selber offensichtlich kollidierte mit den Vorstellungen des Eigenen, das sich nicht mit dem Anderen, dem Fremden, überschneidet. Zwischen dem Bewusstsein, Gastland zu sein, und der Gründung und Benennung eines stark national orientierten Verbandes scheint sich ein Widerspruch aufzutun. Für den SFV zeichnete sich die Aufgabe der Klärung ab, wie Hunziker feststellte. Und wenn man in Rechnung stellt, dass gerade er es war, der sich seit seiner Einstellung als Verbandssekretär um die Begriffsklärung bemühte und daraus ein Engagement des Verbandes auch auf wissenschaftlichem Gebiet vorantrieb, so scheint es fast, als lese man hier einen Satz, der dieses Engagement legitimiert.

Die Anfänge einer Fremdenverkehrswissenschaft in der Schweiz stehen tatsächlich in engem Zusammenhang mit der Erfahrung der Krise und der Überzeugung, durch mehr Wissen um Zusammenhänge, dem Verfügen über klare Begriffe und – vor allem – verlässliche statistische Zahlen diesen vielfach undurchsichtig funktionierenden Bereich besser steuern zu können. Ganz bei Null mussten diese neuen Fremdenverkehrsexperten hierzulande allerdings nicht anfangen. Österreich war vorangegangen und auch in Deutschland gab es bis 1934 eine interessante Forschungstätigkeit.[20]

Unter dem Vorzeichen der schwindenden Gästezahl und dem Versuch, Fremdenverkehr als ein nationales Anliegen darzustellen, erachtete es der SFV auch als sehr wichtig, ein Verständnis von (und für) «Fremdenverkehr» in der Öffentlichkeit herzustellen. Und was war naheliegender, als die Einladung dazu als Gast? Der SFV setzte entsprechend zu einer breiten Informationsarbeit an, die von einer direkten Werbung im schweizerischen Publikum begleitet war. Das war eine absolute Neuerung, denn bislang war – gemäss dem Selbstbild als Exportwirtschaft – v. a. das ausländische Publikum anvisiert worden.[21]

Den ersten öffentlichen Auftritt hatte der SFV mit einem Verkehrskongress im Frühjahr 1933. Er war ganz darauf angelegt, Wert und Wesen des Fremdenverkehrs darzustellen: die «natürlichen, klimatischen, kulturellen und sportlichen Voraussetzungen des Reiseverkehrs in der Schweiz», die «verkehrstechnischen Voraussetzungen der Entwicklung des Reiseverkehrs», die Werbung und den aus dem Fremdenverkehr resultierenden ökonomischen Nutzen.[22]

Neben den 22 Referaten gab es auch etwas zu sehen: Der Kongress war begleitet von einer Ausstellung alpiner Kunstmaler, einer Werbeausstellung aller schweizerischen Tourismusgebiete «in den Schaufenstern der Bahnhofstrasse

Zürichs», und schliesslich wurde der «auf Rechnung des Kongresses erstellte Lehrfilm über die ‹Schweizer Skischule›» gezeigt, «der in Sportkreisen grossen Anklang gefunden» habe.[23] Doch die erhoffte Frequenzsteigerung bei der schweizerischen Gästezahl blieb vorerst aus. Der Tätigkeitsbericht pro 1932/33 weiss auch, weshalb: Schuld sei die «überschwängliche Propaganda zu Auslandsreisen seitens unserer Reiseagenturen».[24]

Dass dies nur die halbe Wahrheit sein konnte, weiss im Grunde auch der SFV, wenn er in einem folgenden Abschnitt über seine Bemühungen, die Schweizerinnen und Schweizer zuhause zu behalten, schreibt: «Als sich anfangs Juli 1933 ein geradezu lawinenartiges Anschwellen des «Ausreisens unseres Volkes», hervorgerufen durch die ausserordentlichen Tarifmassnahmen des Auslandes, bemerkbar machte, ohne dass Anzeichen eines verbesserten Zustromes ausländischer Gäste zu verzeichnen war, haben wir brieflich die Kantonsregierungen und grösseren Städte und durch ein in vielen Tausend Exemplaren an alle Firmen vorbereitetes Zirkular ersucht, die Wirkungen dieses übermässigen Abwanderns auf die notleidenden Gewerbe des Fremdenverkehrs dem Personal verständlich zu machen. Auch dieses Jahr haben wir uns – und wir glauben diesmal rechtzeitig und mit Erfolg – brieflich an alle Instanzen gewandt, um die Vorzüge unseres Landes für Ferien unserem Volke eindringlich darzutun.»[25]

Tatsächlich reisten seit ungefähr 1932 Schweizerinnen und Schweizer in steigendem Masse nach Deutschland und nach Italien, nachdem beide Länder Reduktionen der Bahnbillette von 50–70% gewährten.[26] In der Tat hielten sich bei grösseren Reiseveranstaltern wie Kuoni die Klagen über einen krisenbedingten Geschäftsrückgang in Grenzen. Zwar brach das Individualreisegeschäft fast vollständig zusammen, guten Absatz fanden aber die weitaus billigeren «Gesellschaftsreisen». Allerdings: In den Kuoni-Schaufenstern waren auch schweizerische Tourismusregionen regelmässig präsent, wie eine Fotodokumentation der Prospektauslagen aus den frühen 30er Jahren belegt.

Der SFV hatte gegen eine unschlagbare preisliche Konkurrenz zu kämpfen, wollte er anstatt der devisenbringenden AusländerInnen wenigstens jene schweizerischen Gäste im Inland behalten, die bislang das Ausland bevorzugten. Worauf er setzte, war die Propagierung des Nationalen und seines Ranges: Der erwähnte Skifilm zeigte die neue schweizerische Einheitstechnik, durch die das Land eine «führende Stellung [...] im alpinen Skisport errungen» habe, welche es touristisch auszunutzen gelte. Das war 1933 Anlass genug zur «Gründung einer unserer Eigenart entsprechenden Schweizer Skischule».[27] Dabei war an die Schulung inländischer (auch als Skilehrer) wie ausländischer Gäste gedacht. Diese sollte die Grundlage «für eine erfolgreiche Zukunft der Wintersaison» bieten. Desgleichen wurde das Bergwandern ins Visier genommen, welches in «Bayern, Tirol, Dolomiten» stetig zunehme, während in der Schweiz ein

«Schwinden des Alpinismus» festzustellen sei. «Wir haben uns deshalb entschlossen, der Wiederkehr der Freude an unseren Bergen, einem gesunden Alpensinn in allen Schichten unserer Bevölkerung unsere besondere Aufmerksamkeit zu schenken.»[28]
Skifahren, Bergwandern: Der SFV machte sich – gerade in seinem Auftritt gegenüber dem breiten Publikum – zum Sprachrohr dessen, was unter Fremdenverkehr zu verstehen war. Und er gab dem Wort, das geeignet war, Fremdenängste auszulösen, einen durch und durch nationalen Charakter: Die Alpen waren der Ort, zu dem diese Tätigkeiten untrennbar gehörten. Den Fremdenverkehr unterstützen hiess die Schweiz unterstützen. Wie in den umliegenden Ländern auch, wurde Fremdenverkehr mit nationalen Werten aufgeladen, wurde die Teilnahme am eigenen Fremdenverkehr zu einer Identitäts- beziehungsweise Loyalitätsfrage. Nie gab es ein Verbot der Ausreise – in Hotelierkreisen wurde allerdings sehr laut darüber nachgedacht –, aber es wurde vieles unternommen, das schweizerische Publikum für den inländischen Fremdenverkehr zu gewinnen. Und noch eine Neuerung zeichnete sich ab: Zunehmend rückte auch jenes Publikum in den Blick, das sich bislang wenig touristisch betätigte – die Mehrheit der inzwischen ferienberechtigten ArbeiterInnen und Angestellten. Der SFV entdeckte seine «soziale Aufgabe»: Aus den Bemühungen um das inländische Publikum und einen national ausgerichteten Fremdenverkehr ging schliesslich 1939 – das sei hier nurmehr angedeutet – die Schweizer Reisekasse hervor.

AUCH IN ZUKUNFT DER ERSTE PLATZ

Der SFV hatte, anders als die Hotellerie, die Krise für Innovationen zu nutzen versucht. Sein Konzept war nicht ein blosses Überdauern, sondern die Eröffnung von neuen Handlungsmöglichkeiten. Sein Rückblick nach zehn Jahren Tätigkeit war denn auch positiv: «Bedeutsame Wandlungen» seien eingetreten, und sie «betreffen in erster Linie die Erkenntnis über den Fremdenverkehr und die Einstellung zu ihm.»[29] «Erkenntnis» und «Einstellung» zum Fremdenverkehr sind es, die positiv zu Buche schlagen. Die Krise als Chance? Unter diesem Vorzeichen sahen die Fremdenverkehrsexperten, die ihr die eigene Existenz nicht unwesentlich verdankten, die aktuelle Lage: die Kriegsjahre, wiederum eine neue Krisenphase, sollten zum Laboratorium der touristischen Zukunft werden. Motivation dazu gab nicht zuletzt der Erfolg der Bemühungen um das schweizerische Publikum. Dieses begann ab 1941 vermehrt in schweizerischen Hotels Aufenthalt zu nehmen – notabene bei geschlossenen Grenzen. Der Aufruf «Macht Ferien! Schafft Arbeit!» – erstmals im Sommer 1940 von

Bundesrat Celio verkündet – konnte auf ein bereits verankertes Wissen um die nationale Bedeutung des Fremdenverkehrs zählen.
1941 war auch das Jahr, in dem der SFV ein «touristisches Gesamtprogramm» vorlegte, und zwar dem Chef des Eidgenössischen Militärdepartementes, welcher die vom Bund für Arbeitsbeschaffung bereit gestellten Mittel verwaltete. Bereits 1938 waren die Anliegen des Fremdenverkehrs in die Vorlage des Bundes über den Ausbau der Landesverteidigung und die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit eingebracht worden, woraus eine Subvention von sechs Millionen Franken resultiert hatte.[30] Auch in der Hotellerie regte sich Leben. Mit Kriegsausbruch war der Ruf nach dringend notwendiger Modernisierung laut geworden, welche aufgrund des krisenhaften Geschäftsganges der vergangenen Jahrzehnte nicht hätte geleistet werden können. Auch dafür wurden Gelder im Rahmen der Arbeitsbeschaffung zur Verfügung gestellt.
So wurden die Kriegsjahre – ab 1941 – zu einer Zeit der touristischen Aufrüstung. Nach dem ersten Kriegsschock begannen sich die Blicke auf die Zukunft zu richten, in der das Fremdenverkehrsland Schweiz – wieder – die ihm gebührende führende Stellung einnehmen sollte. Der Diskurs um das von der Natur mit Schönheiten wohlbedachte und einzigartige Land bot die nötige Gewissheit und schien angesichts des «Verschontbleibens» erst recht bestätigt. Das war es, was einer der im SFV und im Wissenschaftsbetrieb fest verankerten Fremdenverkehrsexperten mit der «geistigen Bereitschaft» meinte, die er zum Abschluss eines Referates vor dem Verband der schweizerischen Gesellschaftswagenbesitzer beschwor. Lassen wir ihm auch hier das letzte Wort: «Den Willen nämlich, im Fremdenverkehr jene Rolle zu spielen, wozu uns die Jahrhunderte alte Tradition als Gastland und die einzigartige Schönheit unserer Heimat prädestinieren. Kein anderes Land ist wie die von Hass verschonte Schweiz berufen, im friedlichen Austausch der Nationen die Führung zu übernehmen. Diese hohe Aufgabe verlangt von uns selbst die Hintanstellung von Sonderinteressen und die Ausrichtung aller Arbeit auf ein einziges Ziel: den schweizerischen Fremdenverkehr gesund und stark aus der grossen Prüfung emporsteigen zu sehen und damit den wirtschaftlichen Bestand, das Ansehen und den Ruhm unserer Heimat zu mehren.»[31]

Anmerkungen

1 A. Junod (Direktor der Schweiz. Verkehrszentrale Zürich), «Die wirtschaftliche Bedeutung des schweizer. Fremdenverkehrs», *Nationalzeitung*, Beilage zu Nr. 306 («Das moderne Schweizer Hotel»), 5. 7. 1927. – Der vorliegende Beitrag steht im Zusammenhang mit meiner laufenden Dissertation an der Universität Basel zur Entstehung des Lebensbereichs «Ferien», untersucht anhand der Schweiz zwischen 1900 und 1950. – Mein Dank für

weiterführende Kritik am vorliegenden Beitrag geht an Mario König und Muriel Surdez sowie die Heftherausgeber. An Daniela Gloor geht ein grosser Dank für die Erarbeitung der graphischen Darstellung.

2 *75 Jahre Jubiläum Schweizer Hotelier-Verein*, Basel 1957, 22–27.

3 So die Darstellung des SHV in Beantwortung einer Eingabe von «unabhängigen Hoteliers» an den Bundesrat und die Bundesversammlung (betr. Subventionierung der Schweizerischen Verkehrszentrale), welche den SHV als «Minderheitenvertretung» bezeichnete. Vgl. Schreiben des SHV, 24. 1. 1936 (Schweizerisches Wirtschaftsarchiv Basel, Dossier SHV).

4 *Eidgenössische Betriebszählung* 1929; Franz Seiler, Anton Schönenberger, Artikel «Hotellerie» in *Handbuch der schweizerischen Volkswirtschaft*, Bern 1955, Bd. 1, 651.

5 Zum Wachstum der Hotellerie vgl. Peter Püntener, «Der Beitrag des Fremdenverkehrs zur Entwicklung der Schweizer Wirtschaft (1850–1913)», in Andreas Ernst et al. (Hg.), *Kontinuität und Krise. Festschrift für Hansjörg Siegenthaler*, Zürich 1994, 51–60. Hier wird auch der Beitrag zur Wertschöpfung und die Bedeutung als Exportindustrie, welche der Fremdenverkehr am Ausgang des 19. Jahrhunderts erreicht hatte, zahlenmässig belegt.

6 H. A. Gurtner, «Die Ertragsfähigkeit des schweizerischen Hotelgewerbes», *Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft* 55 (1919), 174. Vgl. Paul Huber, Hansruedi Brunner, «Die Welt der Luzerner Hotelangestellten», in *Arbeitsalltag und Betriebsleben*, Zürich 1981, 176.

7 Die Prozentangaben stammen aus einer vom BIGA durchgeführten Erhebung über die Bettenbesetzung in den geöffneten Betrieben. Sie erfasste zu diesem Zeitpunkt rund 1300 Betriebe mit 90'000 Betten in der ganzen Schweiz. Vgl. *Bundesblatt* 32 (1932), 342.

8 «Botschaft des Bundesrates betreffend Hilfsmassnahmen des Bundes zugunsten des notleidenden Hotelgewerbes», 3. 8. 1932, *Bundesblatt* 32 (1932), 341–373, hier 345.

9 1918 folgte die Verordnung über das Pfandnachlassverfahren, welches neben einer zeitlichen Ausdehnung der Kapitalstundung die Möglichkeit einer endgültigen Tilgung der aufgelaufenen Zinsrückstände und eine vorübergehende Herabsetzung künftiger Zinslasten brachte. Einen Überblick der staatlichen Hotelhilfe bis in die 1950er Jahre bietet: Kurt Krapf, «Die staatliche Hotelhilfe in der Schweiz – Gestaltung und heutige Tendenzen», *Jahrbuch für Fremdenverkehr* 3 (1955), Heft 2, 7–17.

10 «Botschaft des Bundesrates an die Bundesversammlung betreffend den Erlass rechtlicher Massnahmen zum Schutz der Hotelindustrie», 9. 7. 1932, *Bundesblatt* 1932, Bd. II, 261–271, hier 262.

11 Bundesbeschluss im Wortlaut, begleitet von einer umfangreichen, mit Zahlenmaterial belegten, Botschaft des Bundesrates zur Lage der Hotellerie, *Bundesblatt* 1932, Bd. II, 341–373.

12 Im Nationalrat waren verschiedene Fremdenverkehrsvertreter präsent. Insbesondere bestand seit 1930 eine «Parlamentarische Gruppe für Touristik, Hotellerie und Verkehr», die aus Dr. Max Gafner (ab 1932 Präsident des SFV), J. de Muralt (Präsident der Montreux-Oberland-Bahn), Dr. J. Zimmerli (Luzerner Stadtpräsident) und Dr. A. Meuli (Präsident der Chur-Arosa-Bahn) bestand.

13 M. Evéquoz, Kommissionssprecher, *Amtliches Stenographisches Bulletin der Bundesversammlung* 42 (1932), Ständerat, 480.

14 Nationalrat M. Rossi, 2. Kommissionssprecher, Verhandlungen des Nationalrates am 3. 4. 1935, *Amtliches Stenographisches Bulletin* 45 (1935), 148 f.

15 Für eine zeitgenössische Wahrnehmung dieser Veränderungen vgl. Hubert Gölden, *Strukturwandlungen des schweizerischen Fremdenverkehrs, 1890–1935*, Diss. Zürich 1939.

16 Eine sehr viel grundsätzlichere Kritik an der Subventionspolitik in der Hotellerie übte Gottlieb Duttweiler, der sich 1935 – im April, unmittelbar anschliessend an die erneute Bewilligung von Bundesgeldern – mit seinem Plan zur Sanierung der Hotellerie als Aussenseiter in die Diskussion einmischte. Sein Konzept beruhte auf einer neuen Kalkulation, die von einer massiv erhöhten Gästefrequenz ausging, die durch massiv verbilligte Preise

zustande kommen sollte. Der SHV liess sich ausserordentlich provozieren. In der Abgrenzung vom Hotelplan gewinnt das Eigenbild der Branche als stabiles, symbolisch dem «Boden» verbundenes Gewerbe gegenüber dem «haltlos in der Luft» schwebenden Hotelplan deutliche Konturen, die sich auch auf die Art der gewünschten Gäste («Billig» versus «Qualität») erstreckte und insgesamt in die Aussage mündete: Die Schweiz ist kein Warenhaus, das man zu Warenhaus-Schleuderpreisen verramschen müsste.

17 Die Initiative zur Verbandsgründung ging von einem Bankier und Präsidenten einer Bergbahn aus, Fritz Ehrensperger, welcher auch das Gesicht des Verbandes in den ersten Jahren stark prägte. Dr. Fritz Ehrensperger (1884–1938) präsidierte den SFV 1932–1935; nach dem Rücktritt aus gesundheitlichen Gründen blieb er Mitglied des Vorstands. Er war Direktor der Bank Guyer-Zeller in Zürich sowie Präsident der Wengernalp- und Jungfraubahn. Zu den Initianten gehörten auch Mitglieder der «Parlamentarischen Gruppe für Touristik, Hotellerie und Verkehr» (wie Anm. 12). Vgl. *Tätigkeitsbericht SFV* für 1932/33 und Nachruf Ehrensperger, *Schweizer Hotel-Revue*, 21. 7. 1938.

18 Dem SFV traten bei der Gründung (am 16. 7. 1932) 75 Mitglieder bei, darunter die meisten gesamtschweizerischen Institutionen und Berufsverbände im Bereich von Verkehr, Beherbergung und Fremdenverkehrswerbung. Die Mitgliederzahl erhöhte sich v. a. in den drei folgenden Jahren (1935: 124) und stieg nach einer stagnierenden Phase wieder nach 1941. Die Mitgliedschaft strukturierte sich nebst den gesamtschweizerischen Verbänden und Institutionen in lokale Verkehrsvereine, Städte und Gemeinden, Banken, Privatbahnen, Hotels, diverse Einzelfirmen und Privatpersonen.

19 *Zehn Jahre Schweizerischer Fremdenverkehrsverband*, Zürich 1942, 29 f.

20 «Fremdenverkehr» war zwar ein schon länger verwendeter Begriff, jedoch noch längst kein definitorisch geklärter. Walter Hunziker (1899–1974) sowie Vizedirektor Kurt Krapf (1907–1963) können als die Begründer der Fremdenverkehrswissenschaft in der Schweiz gelten, die auch international Beachtung fand. Deren gemeinsam verfasste *Allgemeine Fremdenverkehrslehre* (St. Gallen 1941) lieferte, aufbauend auf bisherigen Erkenntnissen, eine Definition, die im Kern noch heute als gültig erachtet wird. Auf die wissenschaftliche, zunächst vorwiegend nationalökonomische Thematisierung des Fremdenverkehrs kann ich im Rahmen dieses Aufsatzes nicht eingehen. Sie hatte erste institutionalisierte Anfänge in Wien und Berlin. In der Schweiz kam es u. a. aufgrund der Bemühungen des SFV zur Gründung der beiden noch heute bestehenden wissenschaftlichen Einrichtungen in diesem Bereich an der Handelshochschule St. Gallen sowie an der Universität Bern, beide 1941 gegründet. Vgl. Walter Hunziker, «Fremdenverkehr», in *Handbuch der schweizerischen Volkswirtschaft,* Bern 1955, Bd. 1, 503.

21 Damit beauftragt war seit 1917 die Schweizerische Verkehrszentrale, die 1939 als Schweizerische Zentrale für Verkehr neubegründet wurde. Auch hier handelte es sich um eine Krisenfolge, indem durch die Neubegründung (und die definitive Auflösung des Publizitätsdienstes der SBB) eine effizientere Werbung angestrebt wurde. Vgl. Peter Roth, *Die Intervention des Bundes auf dem Gebiete der Fremdenverkehrswerbung*, Diss. Bern 1945.

22 Der Kongress fand vom 30. 3. bis 2. 4. 1933 in Zürich statt. Die Referate finden sich in: *1. Schweizerischer Kongress für Touristik und Verkehr*, Zürich 1933 (= Publikationen des SFV Nr. 1). Weitere Kongresse fanden 1934 und 1935 statt.

23 *SFV Tätigkeitsbericht 1932/33,* 10.

24 *SFV Tätigkeitsbericht 1932/33,* 10.

25 *SFV Tätigkeitsbericht 1932/33,* 12. Kursive Hervorhebung im Original fett.

26 Für Deutschland stütze ich mich auf die Angabe von «Fremdenmeldungen» wie sie das *Statistische Jahrbuch für das Deutsche Reich* angibt. Danach wurden um 1930 knapp 60'000 SchweizerInnen gezählt, 1932 waren es bereits über 100'000 und 1937 erreichten sie den höchsten Wert mit knapp 160'000 Meldungen. Die Anzahl Meldungen stimmt nicht mit der Anzahl Reisender zusammen, da dieselbe Person bei mehrfachem Abstieg in einem Hotel auch mehrfach gezählt wurde. – Für Italien liegen mir keine vergleichbaren Zahlen

vor. Wie in Deutschland verfolgte auch Mussolini eine aktive Fremdenverkehrspolitik, die ebenfalls im Zeichen der Schaffung politischen Goodwills und Devisenbeschaffung stand.

27 *SFV Tätigkeitsbericht* 1932/33, 13.

28 *SFV Tätigkeitsbericht* 1932/33, 13.

29 *Zehn Jahre Schweizerischer Fremdenverkehrsverband*, Zürich 1942, 21.

30 *Zehn Jahre Schweizerischer Fremdenverkehrsverband*, Zürich 1942, 54 f. «Arbeitsbeschaffung und Fremdenverkehr» war auch das Thema der SFV-Generalversammlung 1941.

31 Kurt Krapf, «Zukunft des schweizerischen Fremdenverkehrs», *Der Motorlastwagen* 27 (1942), Nr. 12, 277 (Referat vom 10. Juni 1942).

RÉSUMÉ

CRISE AU PAYS DE LA VILLÉGIATURE «PAR EXCELLENCE»

La contribution met en lumière les attitudes face à la crise du tourisme en Suisse entre 1930 et 1936. Ces deux dates délimitent la période que les acteurs concernés considérèrent comme une nouvelle période de crise. Cette datation de la crise des années trente se fonde en grande partie sur les chiffres de l'hôtellerie: le recul du nombre de visiteurs étrangers à partir de 1930 en marque le début, la dévaluation de 1936 qui rendit la Suisse à nouveau abordable aux bourses étrangères en symbolise la fin. La Société Suisse des Hôteliers (SSH) qui avait formé un cartel dès la fin de la Première Guerre mondiale représentait les intérêts de l'hôtellerie. Au cours de la crise des années '30, le mot d'ordre principal se résuma à nouveau au maintien d'un soi-disant niveau correct des prix. La réaction de la SSH fut globalement défensive en ce qu'elle pratiqua avant tout une politique de sauvegarde de l'hôtellerie de luxe qui tenait alors le haut du pavé en Europe. Parallèlement à l'utilisation massive des subventions fédérales en vue d'assainir l'hôtellerie, la solution adéquate pour surmonter la crise consista donc à maintenir une qualité de service et un niveau des prix correspondant. Etant donné l'importance incontestée de l'hôtellerie pour l'ensemble de l'économie, ces subventions avaient été octroyées sans autre.

Au contraire de ce qui se passa durant la crise du début des années vingt, la rapide chute du nombre de touristes engendra un processus de concentration dans la branche hôtelière: c'est ainsi qu'elle se dota, en 1932, d'une organisation faîtière, la FST (Fédération Suisse du Tourisme) qui faisait défaut jusque-là. Les intérêts de cette organisation portèrent moins sur la préservation des acquis que sur une nouvelle prise de conscience face au tourisme. Elle adopta une politique d'ingérence. Se considérant comme un instrument de la politique touristique de l'Etat, elle s'immisça dans la politique étrangère: il en résulta un certain nombre de traités bilatéraux qui autorisaient la continuité du tourisme

provenant de pays pour lesquels le trafic de devises était limité. A l'intérieur du pays, ceci conduisit au regroupement administratif des questions liées au tourisme. Cependant, la fédération se chargea également de promouvoir l'image du tourisme auprès de l'ensemble de la population. C'est sur la base de ce nouvel intérêt que l'on sollicita pour la première fois officiellement le public suisse afin de l'inciter à voyager et à prendre des vacances en Suisse. L'institutionnalisation de la formation, ainsi qu'une approche plus théorique dans le domaine du tourisme ne sont pas le moindre des acquis de cette politique de crise de la FST. Les efforts de cette dernière, tournés vers l'avenir, porteront finalement leurs fruits au cours des années de crise de la Seconde Guerre mondiale qui se placèrent sous le signe du «réarmement» touristique.

Quoi qu'il en soit, l'avenir est de toute manière un élément essentiel et dialectique dans la discussion sur la «crise». Les deux conceptions de la crise esquissées dans cette contribution – celle qui consiste à camper sur les acquis en considérant la crise comme un dérangement passager de la normalité et celle qui voit la crise comme le début d'un avenir prometteur – se référaient au même discours portant sur une Suisse naturellement bénie des dieux. La référence aux éléments naturels – avant tout les Alpes – n'officia pas seulement en tant que garantie de la continuité, mais au-delà, elle alimenta également la conscience d'une particularité qui ouvrait des perspectives sur un avenir radieux.

(Traduction: Félix Stürner)