Ihr Skifahrer kommet o kommet doch all...

Autor(en): **Moser, Jürg**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **112 (1986)**

Heft 48

PDF erstellt am: **02.06.2024**

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

Ihr Skifahrer kommet, o kommet doch all ...

Von Jürg Moser

Je höher die Flut bunter Prospekte und Kataloge im Briefkasten, desto näher steht Weihnachten vor der Haustür. Das Novemberblatt des Wandkalenders zeigt eine schneebedeckte Alphütte auf einer schneebedeckten Weide mit einer schneebedeckten Tanne vor schneebedeckten Bergen unter einem wolkenlosen, himmelblauen Himmelszelt. Die Schweizer Hotellerie lüftet ihre 280000 Gästebetten, die Schweizer Spitäler bestellen tonnenweise Gips, die Schweizer Skiliftunternehmer schmieren die Zahnräder ihrer Kapitalanlagen. O Schweizerland, o Schweizerland, wie flink sind deine Bürger nicht nur zur schönen Sommerszeit, nein auch im Herbst, bevor es schneit ...

Die Schweiz ist ein friedliebendes Land. Und als solches neutral. Das friedliche Wettrüsten in den schweizerischen Winterkurorten stellt deshalb den Menschen in den Mittelpunkt – egal welcher Nationalität, welcher Rasse, welchen Geschlechts, welchen Alters, welcher Konfession. Denn vor dem touristischen Produktionsapparat sind alle gleich. Hauptsache ist, dass der touristische Konsument den monetären Anforderungen der Tourismusindustrie gewachsen ist. Vorurteile kennt man in der Eidgenossenschaft nicht. Aber die eidgenössische Neutralität hat ihren Preis. Auch in den Winterkurorten.

Nur seltsame Vögel verwechseln die helvetische Wintertouristik mit einem Profitgeier (ein legendäres Fabelwesen, das in der Schweiz zwar unter Naturschutz steht, hier aber nie lebte und deshalb auch im Nationalpark nicht anzutreffen ist). Denn auf dem schneebedeckten Boden schweizerischer Wintersportgebiete blühen – saisonbedingt – keine rosigen Zeiten. Vielmehr hat die Tourismusindustrie mit der Schwierigkeit zu kämpfen, dass das touristische Konsumentenpotential zunehmend erfahrener, kritischer und mündiger wird, seine Bedürfnisse vermehrt erkennt – und sich entsprechend verhält. Wegen des immer härter werdenden Konkurrenzkampfes im kalten Tourismusgeschäft müssen deshalb die eisigen Anbieter eine kostenaufwendige Marktbearbeitung betreiben und in ihren Verkaufsanstrengungen berücksichtigen, dass von der Zufriedenheit des winterlichen Tourismuskonsumenten die grösste Werbewirksamkeit ausgeht. Letztlich sind also die hohen Preise der profitneutralen Wintertouristik hierzulande durch die Kostenexplosion einer qualitativ anschwellenden Dienstleistungspalette bedingt. Wobei das wachsende Spektrum dieses Angebots lediglich dazu dient, die erhöhten Bedürfnisse des potentiellen Konsumenten zu befriedigen und somit die Touristikumsätze zu konsolidieren – was ausschliesslich im Interesse der Arbeitsplatzsicherung liegt.

Die Kehrseite der winterlichen Ökonomiemedaille präsentiert ein Ökologiebewusstsein, wie es in Schweizer Industrie-Hallen leider nur selten anzutreffen ist: Die Wintertouristik hat erkannt, dass sie dem Konsumentengut vergleichsweise intakte Erholungslandschaften nach dem Vorbild von Wandkalenderphotos anbieten muss, weshalb sie – uneigennützig – Umweltschutz, Raumplanung und Landschaftspflege aktiv unterstützt. Die industrielle Weste der helvetischen Wintertourismusanbieter leuchtet darum fleckenlos in der unschuldigen Farbe ihrer Branche. Was natürlich dem Konsumenten zugute kommt. Denn wer als Erholungsuchender vor dem grauen Alltag in die weisse Erholungslandschaft flieht, möchte dies nie auf Kosten der Umwelt tun, sondern stets auf die eigenen. Somit kann der Tourismusverbraucher sein solidarisches Scherflein zur Arbeitsplatzsicherung in den aufgerüsteten Winterkurorten beitragen, ohne von einem schlechten Gewissen geplagt zu werden. Die sanften Ruhekissen in den Hotels und Ferienwohnungen bilden deshalb eine ideale Grundlage für die erholsame Freizeitgestaltung am weissen Busen der kalten Natur. Und freudig summen die Wintertourismusanbieter ihre Branchenhymne: «O du fröhliche, o du selige, umsatzsteigernde Winterszeit ...»