

Herr Müller!

Autor(en): **Wyss, Hanspeter**

Objektyp: **Illustration**

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

Band (Jahr): **113 (1987)**

Heft 23: **200 Tourismus in der Schweiz**

PDF erstellt am: **09.07.2024**

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.

Der Sündenbock als Landschaftsgärtner

Der touristische Produktionsapparat Helvetiens sieht mit Optimismus in die touristische Zukunft. Gemäss guteidgenössischer Tradition nutzt er die begrenzten Ressourcen optimal durch innovative Veredelung. Unter dem Motto «Edel sei der Tourist, hilfreich der Landschaft und gut zum Gastgeber» ist er bestrebt, den gesunden Touristen in eine gesunde Landschaft zu stellen.

Manche Dinge sind pflegeleicht. Zum Beispiel der Kunstrasen. Es braucht also keine Kunstrasenpfleger. Andere Dinge benötigen eine intensive Pflege. Zum Beispiel die Denkmäler.

Von Jürg Moser

Deshalb gibt es professionelle Denkmalpfleger. Gepflegt werden muss, was erhaltungswürdig ist und ohne spezielle Pflege dem sicheren Untergang geweiht wäre.

Unsere Landschaft ist unser Kapital

Die Schweiz pflegt den Tourismus. Oder vielmehr: die Tourismusindustrie pflegt den touristischen Produktionsapparat, und der touristische Produktionsapparat pflegt den touristischen Konsumenten. Der touristische Konsument erwartet bedürfnisgerechte Dienstleistungen.

Überall wo Geld verdient wird, steht der Mensch im Mittelpunkt. Die Tourismusindustrie erkennt im touristischen Konsumenten den Gast, der als Mitmensch behandelt werden will. Und wie jede Industrie verfügt auch die Tourismusindustrie nicht nur konservativ über finanzielles, sondern auch progressiv über menschliches Kapital. Klingt doch gut: Unsere Mitarbeiter sind unser bestes Kapital. Doch wie man in das potentielle Gästeaufkommen ruft, so schallt's aus diesem echauffend zurück: Und was ist mit der Landschaft? Und weil die Tourismusindustrie die Bedürfnisse des Konsumentenpotentials ernst nimmt, antwortet sie: Unsere Landschaft ist auch unser bestes Kapital.

Das Matterhorn leidet an Karies

Der Schweizer Tourismus steht also auf zwei Beinen, nämlich auf einem menschlichen und einem landschaftlichen. Während der gesunde Mensch pflegeleicht ist, gilt die Grundlage des zweiten Beins als pflegebedürftig. Wer aber aus dem Blickwinkel des Tourismus sein Augenmerk auf

die pflegebedürftige Landschaft richtet, muss in der Eidgenossenschaft zwangsläufig schielen: Einerseits will man den Touristen eine intakte Bilderbuchschweiz à la Heidi-World präsentieren, andererseits soll der letzte Winkel dieser romantischen Gefilde auf bequemen Strassen erreichbar und durch ein dichtes Netz von Zahnrad- und Luftseilbahnen erschlossen sein. In der Schweiz verschwinden täglich weit über zwei Kilometer Fuss- und Wanderwege. Sie werden Überbauungen und Strassen aller Art geopfert.

Weil Stillstand bekanntlich Rückschritt ist, kann die Tourismusindustrie auf Wachstum nicht verzichten. Und folgerichtig überziehen immer mehr Hotelkästen und Ferienhäuser die Landschaft, immer mehr Autos drängen sich durch die engen Strassen der Fremdenorte. Die Luft in Davos könnte darüber ein stickstoffoxid- und kohlenmonoxidreiches Stadtliedchen zwitschern.

Jenen touristischen Auslandspropheten, die nicht zu den eidgenössischen Bergen kommen wollen, trägt man diese stückchenweise als Köder vor die Nase. Das Matterhorn leidet deshalb heute schon an Karies, die Ausbreitung einer Alp-Parodontose lässt sich kaum noch stoppen.

Zweck heiligt Sofortmassnahmen

Das einstige Ei des ausländischen Columbus (mit seinem schweizerischen Namensvetter in motorischer statt christophlicher Variante weder verwandt noch verschwägert) heisst heute hierzulande «Verursacherprinzip». Nachdem die fremdländischen Gäste widerstandslos in den sauren Tellen-Apfel der dreissigfrängigen Autobahn-Vignette – von nördlichen Nachbarn liebevoll auch Plaquetteeh oder Vinaigretteeh genannt – gebissen haben, schlucken sie bestimmt auch ein landschaftsgärtnerisches Pflichtprogramm. Aktivferien erfreuen sich ohnehin stetig wachsender Beliebtheit.

Die touristische Kür des Land-

schaftsgenusses soll künftig durch die touristische Pflicht zur Landschaftspflege ergänzt werden. Zwei Kürtage verpflichten zu einem Pflageitag oder ersatzweise zu einer Kürtaxe im zehnfachen Wert der gegenwärtigen Kürtaxe. Aus dem attraktiven Pflichtprogramm kann das touristische Gästeaufkommen folgende Angebote wählen:

- *Malkurs gegen das Alltagsgrau: Die Autostrassen der Feriengebiete werden ausserorts in den Farben und Mustern der Kampfanzüge helvetischer Soldaten bemalt.*
- *Reanimation der kahlrasierten Skipistenhänge durch Aufgrasung (nur im Frühling).*
- *Felspflege mit fluorhaltiger Felscreme gegen die Alp-Parodontose.*
- *Meditations- oder Fastentage gegen das Waldsterben, inklusive letzter Ölung kranker Bäume.*
- *Angewandte Volkskunst: Verzierung von Luftseilbahn- und Skiliftmasten mit naiven Motiven ortsüblicher Bauernmalerei.*
- *Süskindliche Luftparfümierung: Kampf gegen die Luftverschmutzung mit Air-Fresh (Veilchen- oder Fichtennadelduft).*

Im weiteren werden die touristischen Konsumenten im Hinblick auf die ästhetische Landschaftsverschmutzung verpflich-

tet, während ihrer Ferienaufenthalte Senne-Chutteli und Senne-Chäppli zu tragen sowie innert nützlicher Frist das Jodeln, Fahenschwingen und Alphornblasen zu erlernen. Dadurch integrieren sich die Gäste ins Erscheinungsbild der Schweizer Ureinwohnerschaft, womit verhindert wird, dass die Touristen als Fremdkörper die eidgenössische Landschaft verunstalten.

Zur Pflege der Pflegenden

So lange die erhaltenswürdige Landschaft durch effiziente Massnahmen vor weiterer Zerstörung geschützt werden kann, ist der Luxusdampfer des eidgenössischen Fremdenverkehrs – im Gegensatz zum Rettungsboot für Asylanten – noch nicht voll. Der Zentralverband schweizerischer Tourismusunternehmer (ZVSTU) rechnet deshalb mit einer breiten Akzeptanz der Landschaftsgärtnerpflicht bei den Tourismusverbrauchern. Der Verband zieht konsequenterweise heute schon die Einführung eines vom Biga anerkannten Berufes des Touristenpflegers in Erwägung. Aufgabe dieses zukunftsorientierten Berufes wird es sein, die landschaftspflegenden Touristen zu pflegen ...

Herr Müller!

HANSPETER WYSS

... ich muss auf die Bahamas oder nach Tahiti ausweichen – Ferien in der Schweiz kann ich mir einfach nicht mehr leisten ...

