Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 17 (1957)

Vorwort: Einleitung
Autor: [s.n.]

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: 01.07.2025

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

Einleitung

Wir dürfen neuerdings auf ein ausgezeichnetes Fremdenverkehrsjahr zurückblicken, nachdem 1957 in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben von der Eidgenössischen Fremdenverkehrsstatistik über 25 Millionen Uebernachtungen gezählt worden sind. Eine wahrhaft imponierende Zahl, die es rechtfertigt, kurz Rückschau auf die bisherige Entwicklung unseres Tourismus zu halten.

Im Krisenjahr 1934, als die reorganisierte Schweizerische Verkehrszentrale ihre Tätigkeit aufgenommen und auch die Eidg. Fremdenverkehrsstatistik ihre Erhebungen begonnen hatten, zählte man insgesamt 14,3 Millionen Uebernachtungen, wovon 6,1 auf ausländische und 8,2 auf inländische Gäste entfielen. Im Konjunkturjahr 1937 näherten sich die in- und ausländischen Gäste mit je 8,1 Millionen Uebernachtungen, womit rund 16,2 Millionen erreicht wurden. Während des zweiten Weltkrieges herrschte die bekannte Hochkonjunktur im Binnentourismus, die mengenmässig von 8,2 (1940) auf 14,4 Millionen im letzten Kriegsjahr 1945 und auf fast 14,9 Millionen einheimische Logiernächte 1946 emporschnellte. Der wiedereinsetzende Ausländertourismus erwies sich 1947 mit 8,4 Millionen leider nur als Scheinblüte und sank zufolge der von fast allen Ländern verfügten Reise-Devisenrestriktionen auf weniger als 7 Millionen im Jahre 1950. Die wiederum möglichen und häufigen Ferien- und Auslandsreisen unserer Miteidgenossen bewirkten einen merklichen Rückgang auf 11,6 Millionen Uebernachtungen im Binnentourismus des Jahres 1951. Der Europäischen Zahlungsunion verdanken wir eine fortschreitende Liberalisierung der Reisezuteilungen und damit den ab 1951 beginnenden Wiederanstieg der

ausländischen Besucherkurve, die nun mit dem Berichtsjahr auf annähernd 13,5 Millionen Uebernachtungen kulminiert. Obgleich Auslandsferien weiterhin bei den Schweizern hoch im Kurse stehen, hat sich unser Binnentourismus mit nahezu 12 Millionen Uebernachtungen auf einer sehr beachtlichen Höhe gehalten, die den Durchschnitt der Vorkriegsjahre von 8 Millionen um rund 50 Prozent übertrifft.

Die derzeitigen 25 Millionen Logiernächte — zu welchen schätzungsweise noch 5 bis 7 Millionen der in Chalets, Ferienwohnungen, Jugendherbergen, Massenlagern, auf Zeltplätzen, usw. logierenden in- und ausländischen Feriengäste hinzuzählen sind — fielen uns nicht einfach in den Schoss. Wohl hat die wirtschaftliche Hochkonjunktur, der erfreulich gehobene Lebensstandard breiter Volksschichten, der Abbau der Devisenrestriktionen und Grenzformalitäten, die Einführung bezahlter Ferien und die Vervollkommnung der Verkehrsmittel, die allgemeine Reise- und Ferienlust gewaltig gefördert. Aber es bedurfte auch von Seiten der nationalen Werbestelle eines nicht geringen geistigen und materiellen Einsatzes, einer stets erneuernden Gestaltungskraft und vor allem eines tiefwurzelnden Glaubens an die Güte unserer Sache, um in- und ausserhalb unserer Grenzen diese Reisefreudigkeit und Ferienlust mit dem Begriff „Schweiz" zu verbinden.

Nicht nur nüchterne Zahlen, sondern auch viele andere Merkmale lassen erkennen, dass heute die Schweiz in der ganzen freien Welt als Ferienland einen vorzüglichen Namen besitzt. Dazu kommt die bedeutsame Tatsache, dass die allgemeine Preisangleichung der touristischen Dienstleistungen in Europa, verbunden mit der allseits anerkannten schweizerischen Qualität, unserem Land gegenwärtig eine denkbar günstige Ausgangslage im internationalen Wettbewerb um die Gunst und das Vertrauen des Feriengastes verschafft hat.

Der Goodwill, den wir uns im Laufe der Jahre in allen Ländern erworben haben, genügt aber allein nicht, um uns auch weiterhin das Terrain zu sichern, das wir uns bisher auf dem heiss umkämpften internationalen Touristenmarkt erobern konnten. Um die Gunst des Ferienreisenden muss heute mit den gleichen aktiven Werbemitteln und zum Teil mit ähnlichen agressiven Werbemethoden gekämpft

werden, wie um den Absatz von Konsumgütern des täglichen Bedarfes: mit Inserat, Plakatierung, Prospekt, Schaufenster, Ausstellung, Film, usw. und dort wo es geht, mit Radio und Fernsehen. Um diese aktiven Werbemittel zweckdienlich, d. h. mit maximalen Erfolgschancen einsetzen zu können, braucht es aber einen qualifizierten und mit beträchtlichen Fixkosten belasteten Apparat. Zufolge der allgemeinen Teuerung im In- und namentlich im Ausland sind von 1955 bis 1958 (Budget) die gesamten Besoldungen der SVZ um 21 %, die Herstellungskosten von Drucksachen um 15 %, die Sachausgaben der Agenturen um 9,6 % und deren Portis sogar um 24 % gestiegen. Die Erhöhung dieser fixen Kosten muss sich aber zwangsläufig zum Nachteil der variablen Kosten, aus welchen wir unsere aktive Werbung zu bestreiten haben, auswirken.

Der Bundesbeschluss vom 12. Juli 1955 garantiert der SVZ bis Ende 1960 einen jährlichen Bundesbeitrag von 3 Millionen Franken und bis Ende 1958 einen zusätzlichen Beitrag von jährlich 400 000 Franken für eine verstärkte Verkehrswerbung. Damit ist das Budget der SVZ bis Ende 1960 im wesentlichen fixiert. Aber die Teuerung schreitet weiter fort, im Ausland noch rascher als bei uns. Wir haben daraus die Konsequenz zu ziehen, dass möglichst frühzeitig — und nicht erst 1960 — ein Element in unsere Finanzierung eingebaut wird, dass diese Teuerung kompensiert und uns die Gewähr gibt, den als erfolgreich anerkannten Weg unserer nationalen Verkehrswerbung auch weiterhin mit Zuversicht beschreiten zu können.

I. Die Entwicklung des Fremdenverkehrs im Jahre 1957

1. Die Statistik des Fremdenverkehrs. In den Hotels, Pensionen, Sanatorien und Kuranstalten hat die eidgenössische Fremdenverkehrsstatistik im Jahre 1957 6 822 406 Ankünfte und 25 369 391 Logiernächte gezählt. Gegenüber dem Vorjahr nahmen die Ankünfte um 387 029 oder 6 % und die Logiernächte um 1 079 263 oder 4,4 % zu. Von 1955 auf 1956 betrugen die Zunahmen 2,3 resp. 2,6 %, was darauf hindeutet, dass sich die Frequenzen wiederum in einer etwas stärker ansteigenden Kurve bewegen. Das Berichtsjahr brachte