Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 24 (1964)

Vorwort: Zur touristischen Jahresbilanz 1964
Autor: Kämpfen, Werner

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: 05.07.2025

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

ZUR TOURISTISCHEN JAHRESBILANZ 1964

1964 – als «Expo-Jahr» oft auch im Ausland zur «Année suisse» erklärt – hat touristisch gut abgeschnitten. Formulieren wir sorgfältiger: überraschend gut abgeschnitten, wenn man die vielen (auch eigenen) Prognosen wieder liest, die nach dem Rückschlag im Vorjahr wenig zuversichtlich lauteten. Doch welcher Prophet, war nun seine Voraussage ehrlich oder zweckpessimistisch gemeint, wäre nicht froh, durch ein gutes Ergebnis Lügen gestraft worden zu sein?

Die Zahlen der touristischen Bilanz 1964 sind eindrücklich: 32,3 Millionen Übernachtungen werden ausgewiesen, 4% mehr als im rückläufigen Vorjahr, ja, das beste bisher registrierte Total im Jahre 1962 wurde um 2% überflügelt. Also ein neues Höchstergebnis in der Geschichte unserer Reise- und Fremdenverkehrsstatistik!

Was bedeuten diese Zahlen?

Darauf antwortet man am besten zuerst mit dem volkswirtschaftlichen Erfolg, wie ihn die Ertragsbilanz widerspiegelt. Nicht weil uns dieses gut belegbare, handfeste und merkantile Ergebnis für Land und Volk wichtiger schiene als der andere unmeßbare Wert des Tourismus: die Ausstrahlung der kulturellen, landschaftlichen, politischen Werte eines Landes, die Erleichterung der zwischenstaatlichen und -menschlichen Beziehungen (worüber weiter unten), sondern weil uns die zögernde Anerkennung des Fremdenverkehrs als eines volkswirtschaftlichen Faktors und dessen Gleichstellung mit den herkömmlichen Wirtschafts- und Verdienstbranchen ein solches Zahlendenken einfach aufzwingt. Noch scheint uns Schweizern der tertiäre Sektor der Wirtschaft – das Verdienen durch Dienen – nicht geläufig, vielleicht gar verdächtig zu sein, obwohl wir ja eigentlich seit den Söldnerzeiten einige Erfahrung darin haben sollten. Die Fachleute haben für unsere Ertragsbilanz errechnet, daß allein der Anteil der Ausländer am Nächtigungstotal dem Land 2,4 Milliarden Franken bares Geld zuführte. Im Berichtsjahr wurde von einem Nationalökonomen diese Ziffer als zu hoch bezeichnet. Wir finden sie zu niedrig, gestützt auf gut belegte Stichproben über die Tagesausgaben eines Gastes. (Wer wäre je von einer Ferienreise heimgekehrt und hätte nicht festgestellt, sein Budget übermarcht zu haben!) Selbst wenn man die von unserem reiselustigen Volk im Ausland ausgegebenen Beträge von rund einer Milliarde Franken in Abzug bringt, weist der Fremdenverkehr in unserer Ertragsbilanz noch einen Überschuß von 1,4 Milliarden aus, der höchste – und neben dem für die Kapitalerträge einer der wenigen – Aktivposten! Stellt man dem enormen Defizit der Handelsbilanz von rund 4 Milliarden das posi-

tive Ergebnis von 1,4 Milliarden des Tourismus gegenüber, wird mit einem Blick klar, daß der Fremdenverkehr nicht nur in unserer Wirtschaftspolitik eine gleichberechtigte Stellung mit Handel und Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft verdient, sondern geradezu eine Vorzugsstellung. Davon sind wir noch weit entfernt. Im Kampf um diese Anerkennung haben wir nur die erste Runde gewonnen. In unseren Amtsstuben schreckt man noch immer rascher auf, wenn etwa aus den USA oder von einem anderen Markt die Nachricht kommt, der Verkauf eines Schweizer Produktes sei um einige Prozent zurückgegangen, als bei der Meldung, der Fremdenverkehr hätte in diesem oder jenem Land 10- oder 20prozentige Einbußen erlitten. Der begrüßenswerte erstmalige Bericht unserer Landesregierung über den «Zustand der Eidgenossenschaft» erwähnt den Fremdenverkehr und die Probleme des Reiselandes noch nicht. Da sogar der amerikanische Präsident zurzeit in Reden und Erlassen sich persönlich für die Propaganda der USA als Reiseland einsetzt, die First Lady mit einem repräsentativen Gefolge aus dem Weißen Haus durch die Fremdenstädte und -orte zur Lancierung des «Visit-the-USA»-Programms schickt und den passiven Fremdenverkehr als Hauptschuldigen für das große Defizit in der Ertragsbilanz erklärt, da auch in den meisten Ländern der Erde dem Tourismus, der Reisewerbung und touristischen Einrichtung im politischen Gespräch eine Hauptrolle zufällt, mag vielleicht für eine der nächsten Standortsbestimmungen sich unsere Regierung dem für uns noch bedeutungsvolleren Thema zuwenden. Nach der Konjunkturdämpfung, zu der auch die Fremdenverkehrswirtschaft ja sagte (zur schematischen Plafonierung der Gastarbeiter nur unter Vorbehalt), dreht sich das wirtschaftspolitische Gespräch bereits um das Anschlußprogramm. Anschluß an was? Wohl an eine koordinierte Wirtschaft, eine «économie concertée», die wir allerdings durch freiwillige Abmachung und nicht nach dirigistischer Planifikation anstreben und gestalten wollen? In diesem neuen wirtschaftlichen Konzert – Liebermanns Computer-Musik an der Expo war symbolisch – sind Stimmen und Instrumente nach ihrer Bedeutung zu verteilen. Die Ertragsbilanz bietet eine gute Grundlage zu dieser Partitur.

Doch, wie gesagt, will uns diese nationalökonomische Betrachtungsweise, dieses dem schweizerischen Nationalcharakter entsprechende geldliche «Raisonnement» nur halb befriedigen. Der Tourismus ist mehr als eine Handelsware. Nur vom Blickwinkel der Ertragsbilanz aus kann man respektlos die Einfuhr von Menschen mit der Ausfuhr von

Waren gleichsetzen. In seinem inneren Wert ist der Tourismus weit mehr, weil sich das Gespräch über die Grenzen, der Anschauungsunterricht von Land zu Land und der Kontakt zwischen Menschen verschiedener Herkunft nicht in Zahlen ausdrücken lassen. Das läßt sich auch nicht mit dem abgegriffenen Schlagwort vom «völkerverbindenden Tourismus» umschreiben. Mit den oben erwähnten 32,3 Millionen Logiernächten in Hotels – wovon rund 58% auf Ausländer entfallen – und schätzungsweise zusätzlichen 16 Millionen Übernachtungen in Camps, Chalets und Herbergen sind nur die Touristen gezählt, die in unserem Land einige Tage Aufenthalt nahmen, nicht aber jene, die es bloß durchreisten. Es dürften zwischen 60 und 65 Millionen Gäste sein. Diese hatten auf ihrer Fahrt durch die Schweiz Gelegenheit, sich – oft zwar flüchtig nur – ein Bild von unserm Lebensstil und unsern Einrichtungen zu machen.
Wir beklagen uns in steigendem Maße über die schwierige Stellung eines neutralen Kleinstaates im Herzen eines zusammenrückenden Europas. Das große politische Gespräch übergehe uns. Zwischen Ost und West zähle die Mitte kaum mehr. Schon gar nicht eine neutrale. Hier, auf touristischem Boden, gibt uns das Reiseland die Möglichkeit, Jahr für Jahr mit Millionen von Menschen in kurzen oder längeren Kontakt zu kommen, vielleicht gar unseren Standpunkt gegenüber der dritten Welt, den großen Sozialproblemen der Gegegenwart darzulegen – vielleicht ohne längeren Monolog, einfach durch unser So- und nicht Anders-Sein. In diesem Sinne eröffnet der Fremdenverkehr nicht nur, wie André Siegfried gemeint hat, der Wirtschaft die vierte Dimension, sondern er ist eine neue Möglichkeit und Ausweitung der Diplomatie und der außenpolitischen Berichterstattung. «Tourismus kommt vor Diplomatie», dieses Schlagwort hat kürzlich Dr. Schwabe, Mitglied des Deutschen Bundestages, in die Diskussion geworfen und hat beigefügt, die Westdeutsche Bundesrepublik möchte nicht immer nur Vertreter von Entwicklungsländern, die Geld wünschten und erhielten, empfangen, sondern auch viele Touristen, die Geld brächten und zudem Fühlung mit dem Land nähmen.

Der wachsende Wohlstand hat, vielleicht weil er wegen der gleichzeitigen Geldentwertung trügerisch ist, die Reiselust allenthalben entfacht. Auch bei uns Schweizern. Wir trugen 1964 auf unseren Reisen eine Milliarde Franken ins Ausland. Dies ist die höchste Touristen-Aus-

gabe pro Kopf der Bevölkerung unter allen Völkern. Eidgenössische Wanderlust für eine Milliarde Franken: wir sind vom hochkotierten Gastgeber zum vielbegehrten Gast geworden. Beides zu sein ist uns recht. Nirgends gilt der Grundsatz der Freizügigkeit mehr als im Reisen. Wenn einer eine Reise tut, dann kann er auch – vergleichen. Der kritische Vergleich sei uns willkommen. Nur wo die Selbstkritik zur Selbstanklage wird, mag Vorsicht am Platze sein. Soweit uns Beschwerden und Kritiken über unser Reiseland zugänglich waren, haben wir sie zur Gewinnung einer Übersicht zusammengestellt und können dazu im Augenblick folgendes sagen: Die Beschwerden seitens der Ausländer haben, sei es an der Zahl, sei es an Gewicht, nicht zugenommen, dagegen jene der Schweizer ganz erheblich, wohl eine Folge der Vergleichsmöglichkeiten auf fernen Fahrten. Versuchen wir, diesen selbstkritischen Stimmen das Wesentliche zu entnehmen. Durchwegs wird bei den ernsten Zuschriften und Pressestimmen nur ein Einzelerlebnis, eine Einzelleistung angezogen. Wer in einer Schweizer Stadt nicht gleich ein Taxi erhielt, dagegen in Paris sofort einsteigen konnte, kann abschließend nicht schreiben, der Verkehrsapparat unseres Landes sei schlechter als jener des Nachbarstaates. Das ist eine falsche Pars pro toto. Unser Verkehrsangebot, namentlich bei den Bahnen, darf sich sehen lassen. Das Schienennetz ist pro Quadratkilometer Landesfläche wohl das dichteste der ganzen Welt; Straßen und Bahnen zusammengenommen, stehen wir in Europa an zweiter Stelle, gleich nach Deutschland. Die Fahrplangenauigkeit, die im Verkehrsengpaß des Vorjahres – zum Schrecken des pünktlichen Schweizers – Margen von einigen Minuten zuließ, ist im Berichtsjahr in bemerkenswerter Weise wieder auf den früheren «schweizerischen Standard» gebracht worden. Bei den Kritiken am Straßennetz geht es eher um die Langsamkeit des Baues der Nationalstraßen, obwohl auch hier die Leistung unserer komplizierten Demokratie, die den Gesamtplan in Berücksichtigung der Einwände von 25 Kantonen und Halbkantonen, 3000 Gemeinden und vielen Grundeigentümern unter Dach gebracht hat, gerne übersehen wird. Übersehen wird auch die Qualität der Nebenstraßen, für die wir recht oft von Ausländern Komplimente erhalten. Immerhin werden wir in 5 bis 6 Jahren ein gutgeplantes Autobahn-Netz anbieten können. Fortschritte sind bereits sichtbar.

Wer etwa gegen die «Bähnli-Plage» wettert, vergißt gerne deren Leistungen im Dienste der «Entzerrung» des Fremdenverkehrs, der Verteilung der Feriengäste in Kurorten auf verschiedene Erholungsräume.

Unsere 776 Betriebe sind winters imstande, stündlich 311 712 Personen in die Skigebiete zu führen.
Unser Land ist durch ein dichtes Fluglinien-Netz an die Luftmeere angeschlossen; unsere nationale Luftfahrtsgesellschaft «Swissair» hat ihr Netz von 128 000 Kilometern über alle Kontinente gezogen und ihre guten Geschäftsabschlüsse werden vom Ausland bestaunt.
Was die übrigen Einrichtungen und Dienstleistungen des Reiselandes anbelangt, sei hier im Vergleich zu anderen Ländern und als einzelner Posten im Inventar der Ausrüstung etwa erwähnt, daß die Schweiz neben den vielen Natureisbahnen über 50 Kunsteisbahnen verfügt, gegenüber 31 in Deutschland und etwa 10 in Österreich. Und welches Land kann Zehntausende von Kilometern an gut hergerichteten Wanderwegen sein eigen nennen!

Und nun die Leistungen für die Beherbergung und Verpflegung, die immer noch bei der Beurteilung eines Reiselandes den Ausschlag geben. Bot unser Land bei Kriegsende rund 160 000 Gastbetten (nach Abzug der Kurbetten) an, so weist die Statistik für 1964 230 000 aus, ein Zuwachs, der sich – wie der Jahresbericht der Schweizerischen Hotel-Treuhand-Gesellschaft festhält – zum größeren Teil auf Betriebserweiterungen und zum kleineren Teil auf Neubauten stützt. Die gleiche Quelle beziffert auf Grund repräsentativer Untersuchungen die fremden Geldmittel, die zur Erneuerung der schweizerischen Hotellerie in der Zeitspanne von 1945 bis 1964 investiert wurden, auf eine Milliarde Schweizer Franken (zusätzlich einer Milliarde Eigenkapital). Doch geht es hier weniger um die Zahlen, denen noch weitere beigefügt werden könnten, weist doch die Schweiz mit 40 Betten pro 1000 Einwohner (an zweiter Stelle nach Österreich mit 49) immer noch eine bedeutende Leistungskapazität aus. Vielmehr steht die Dienstleistung an sich zur Diskussion. In allen Reiseländern haben sich die Einnahmequellen durch Dienen vermehrt, Dienstfertigkeit und -freudigkeit jedoch haben abgenommen. Diese Erscheinung tritt in der Schweiz nicht stärker zutage als in anderen Ländern. Unser Handicap beim kritischen Vergleich besteht letztlich darin, daß man in einem klassischen Reiseland – wenig geschulte und ausländische Arbeitskräfte hin oder her – eine Einbuße der Qualität nicht für möglich hält. «Nous sommes condamnés à la supériorité» sagte kürzlich ein bedeutender Vertreter der Uhrenindustrie. Das Reiseland Schweiz will, ohne dazu verurteilt zu sein, leistungswillig und qualitätsbewußt bleiben.

Dies der Standort 1964, Fazit auch von Zahlen, die lediglich Inventur bedeuten und nichts über die Zukunft des Reiselandes aussagen, auch keine Antwort auf die berühmte Börsenfrage nach dem «day after tomorrow» geben. Alle Kritiken im Berichtsjahr waren nur Augenblickskritiken. Es fehlte der Blick aufs Ganze und der Blick nach vorn. Unser Reiseland muß die Zukunft, nicht die Gegenwart bewältigen. Der Satz gilt für alle seit alters her bekannten Reiseländer. Immer mehr werden sie an internationalen Konferenzen «klassische Reiseländer» genannt, nicht wegen ihrer klassisch gewordenen Sehenswürdigkeiten, sondern als Abgrenzung zu den touristischen Entwicklungsländern, die – schon ihrer achtzig an der Zahl – vor zwei Jahren an der UNO-Welttagung des Tourismus in Rom mit zwei Dutzend «klassischen» am Verhandlungstisch saßen. So fehlt nicht viel bis zum Ruf: «Hie alte – hie junge Touristenländer!» An uns zu beweisen, daß auch ein klassisches Reiseland mit jugendlichem Elan in die Zukunft schreitet und nicht die Rolle des müden Pioniers spielen muß.

In mannigfacher Abwandlung zieht sich die Forderung nach einem Richtlinienprogramm in unserer Kurortspolitik durch die Jahresberichte der SVZ. Uns will scheinen, daß wir noch allzusehr mit einer nach rückwärts gerichteten Marktforschung, mit Augenblicksbefragungen, guten Statistiken, aber doch sogenannten «Zahlenfriedhöfen» arbeiten. Wie kein anderer Wirtschaftszweig braucht der Fremdenverkehr, wie das Professor Angehrn allgemein für die Marktforschung verlangt, in die Zukunft gerichtete Empfehlungen, schöpferische, visionsbegabte Planer, die mit der Zukunft umzugehen wissen. Nötig sind nicht nur einzelne Kurortspläne – die gesamtschweizerische Kurortsplanung ist für das Reiseland von morgen ebenso wichtig. Bei jenen, den Einzelplänen, geht es um die Meisterung der Wachstumsprobleme, und zwar nicht der heutigen, sondern jener in den nächsten Jahrzehnten: Anpassung der öffentlichen Dienste (Feuerschutz, Wasserversorgung, Abfallvernichtung) an eine doppelte und dreifache Gästezahl, Einbezug und Vorwegnahme von Aufgaben, wobei die Lösung der einen die Lösung der anderen erschweren kann – man denke an die Bewältigung eines zunehmenden Verkehrs und gleichzeitig die Bekämpfung von Lärm und Luftverpestung. Die gesamtschweizerische Kurortsplanung wird in die allgemeine Landesplanung einzugliedern sein. Hier geht es um die Erhaltung der Freizeit- und Erholungsräume, nicht nur für uns selber – wie es bei Planungsaufrufen den Anschein macht – sondern auch für die Gäste des Reiselandes. Hier gilt es auch,

den Standort neuer Touristenzentren zu bestimmen, damit nicht im selben Gebiet eine Häufung von ähnlichen Anlagen zu unerwünschter Massierung führt. Neue Zentren müssen dem Touristen geben, was er verlangt, und der Landschaft belassen, was der Tourist von ihr erwartet. So sei besonders den sich neu entwickelnden Feriendörfern diese rechtzeitige Planung ans Herz gelegt. «Was immer Du unternimmst» – ließe sich das Wort der Römer abwandeln – «bedenke das Jahr 2000!» Wer so überlegt, wird als Verantwortlicher in einem Ferienort oft anstelle der Expansion die Besinnungspause empfehlen. Auch das heißt Vorausschauen. Wer hätte vor zwanzig Jahren gedacht, daß von den zahlreichen Werbeschriften der SVZ im Ausland jene besonders oft verlangt wird, die die «autolosen» Feriendörfer unseres Landes aufzählt? Planung muß nicht mit blindem Fortschrittsglauben verwechselt werden, der alles Neue auch als gut bewertet.

Im Berichtsjahr ist es mit der Erarbeitung eines klaren Konzepts zur schweizerischen Kurortspolitik einen großen Schritt vorwärtsgegangen. Eine Kommission des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes legt ein gutes Programm vor. Gemeinden und Verkehrsvereine sind zur Mitarbeit eingeladen. Aus recht vielen Feriendörfern erreichte uns 1964 die erfreuliche Nachricht vom grundlegenden Ausbau der Wasserversorgung. Einige Projekte zur Kehrichtverbrennung und auch Kläranlagen sind im Bau, zahlreiche liegen baureif vor. Erfreulich auch der Bau von kostspieligen Umfahrungsstraßen an einigen Fremdenorten. Noch zu wenig rasch erfolgte der Erlaß von eigentlichen Baureglementen. Im Dringlichkeitskatalog eines Kurorts muß eine gute Bauordnung zuoberst stehen, und zwar nicht bloß eine, die Bauabstände, Straßenlinien und Stockwerkzahl regelt, sondern Bau- und Erholungszonen voneinander abgrenzt, das neue vom alten Ortsbild trennt oder beide harmonisch vereinigt. Im Kanton Bern hat der Souverän ein Gesetz angenommen, das als erstes eigentliches Touristikgesetz angesprochen werden darf, weil es sich nicht nur die Förderung von Fremdenverkehr und Gästewerbung, sondern auch den Ausbau der touristischen Infrastruktur zum Ziel setzt. In den Kantonen Tessin, Waadt und Freiburg sind solche Gesetzesentwürfe in Vorbereitung. Auf Bundesebene liegt der Gesetzesentwurf für den Hotel- und Kurortskredit beratungsreif vor. Hoffen wir, er komme rechtzeitig unter Dach. Mit der Sicherung von Bankkrediten im Betrage von hundert Millionen Franken durch die Eidgenossenschaft soll die Modernisierung unserer Hotellerie fortgeführt und ein Bauvolumen im Betrage von rund 400 Millionen Franken ausgeführt

werden. Auch Kurortsanlagen von allgemeinem Interesse sind miteinbezogen. Mag auch die Vielfalt unseres Landes, also das Ergebnis unseres föderalistischen Staatsaufbaus, die Stärke unseres Reiselandes und unserer touristischen Landeswerbung sein, so schiene uns die Folgerung daraus, der Ausbau der touristischen Infrastruktur sei einzig Sache der Gemeinden und Kantone, zu weit zu gehen. Eine angemessene Bundeshilfe drängt sich hier auf, schon im Blick auf die in anderen Ländern mit Staatsgeldern erstellten touristischen Anlagen. Voraussetzung dafür müßte wohl ein neuer, dem Fremdenverkehr gewidmeter Artikel der Bundesverfassung sein. Zukunft und Gestaltung des Reiselandes wurden hier einläßlich erörtert, weil sie auch für die SVZ, obwohl vorab mit der touristischen Landeswerbung betraut, das erste und wichtigste Anliegen sind. Leistung kommt vor Werbung – dieser Grundsatz kehrt in allen unseren Jahresberichten wieder. Er stehe auch hier wieder.

Auf welchen Märkten, bei welcher Gelegenheit und in welcher Weise wir unser Reiseland empfohlen oder einfach vorgestellt haben, ist im einzelnen auf den folgenden Seiten dargestellt. Nicht ersichtlich mag sein, daß das am Hauptsitz entworfene Jahresprogramm den Agenturen im Ausland genügend Spielraum ließ, die einzelnen Aktionen – unter Beibehaltung des Grundkonzepts – der jeweiligen Marktlage anzupassen. Auf diese Beweglichkeit legten wir großen Wert.

Wo immer angängig, haben wir das Wort «Werbung» nicht gebraucht. Wir verstehen unsere Aufgabe als Berichterstattung über unser Land, entsprechend dem zusätzlichen Vermerk im neuen, vom Bundesrat erlassenen Organisationsstatut, bei unserer Arbeit sei «im Ausland Verständnis für die politische, kulturelle und wirtschaftliche Eigenart der Schweiz zu wecken». Wir versuchten, diese Darstellung der Schweiz sachlich, zuverlässig, geschmackvoll und nicht überheblich zu bieten, gelegentlich auch selbstkritisch oder humorvoll, sofern uns dies gelingen wollte.

Die Landesausstellung in Lausanne, deren Ausstrahlung und besondere Präsentation im Ausland hat im Berichtsjahr die von uns seit langem angestrebte Zusammenarbeit zwischen allen Unternehmungen und Organisationen gefördert, die auswärts unter dem Namen «Schweiz» auftreten. So wurde unter dem Signet «Expo» fast jede Mitteilung über eine schweizerische Gegebenheit zu einem Teil einer zusammenfassenden Schau unseres Landes, einer integralen oder totalen Landeswerbung, die gleicherweise über die politischen und kulturellen wie die wirtschaftlichen und landschaftlichen Werte orientiert.

Die der Expo im Ausland gewidmeten Aufsätze, Presseartikel, Rundfunk- und Fernsehsendungen gehen in die vielen Tausende. Die Schweiz stand, oft auch kritisch, wieder im Gespräch. Dieser Wert ist dem finanziellen Defizit der Expo gegenüberzustellen. Auf dem Wege zu einer umfassenden Präsentation der Schweiz bilden die beiden Swiss Centres in London und New York Marksteine. Bundesrat und eidgenössischen Räten gebührt unser Dank dafür, daß sie die Bauten durch Sonderkredite an die SVZ finanzieren halfen und den Gedanken des geschlossenen Auftretens von Wirtschafts-, Kultur- und Reisewerbung begrüßten.

Mit dem bewährten Slogan «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» waren die SVZ und ihre Außenposten unablässig bemüht, die durch den touristischen Rummelbetrieb ausgelöste Gegenbewegung in weiten Kreisen auf der ganzen Welt anzusprechen, die wieder ruhige, erholsame, entspannende Ferien wünschen. Der Tourismus darf nicht den Tourismus zerstören – riefen wir dem reisenden Publikum zu. Der Erfolg ist nicht ausgeblieben. Recht oft durfte die schweizerische Werbung Glückwünsche und auch Auszeichnungen entgegennehmen.

Im Berichtsjahr wurde bereits das Programm zum kommenden «Jahr der Alpen» entworfen Es variiert unseren weltweiten Appell, sich vom Rasen wieder dem Reisen, vom Eilen wieder dem Verweilen zuzuwenden. In den Bergen werde das Dolce far niente zum Dolce far qualche cosa, unser Höhenklima sei in all seinen Stufen ein Tonikum. Auch seien die Alpen mehr als nur eine Barriere, die es nach der Auffassung vieler möglichst rasch zu überwinden gelte – sie seien und blieben der schönste «Spielplatz Europas». Sicherlich braucht der europäische Verkehr ein paar gut ausgebaute Alpendurchstiche, sicherlich auch (vielleicht gar mehr) der innerschweizerische Vehrkehr einige am richtigen Ort angelegte Alpenverbindungen zu den südlichen Kantonen, doch wollen wir keiner Tunneleuphorie und -manie verfallen, die wohl unser Bundespräsident meinte, als er ironisch vom «Land der Alpentunnels» sprach. Wir wollen unser Land nicht unterirdisch zeigen.

So verabschiedet das Reiseland das – nehmt alles in allem – geglückte Expo-Jahr und schreitet von der «Année suisse» mit Zuversicht ins «Jahr der Alpen».

Dr. Werner Kämpfen
Direktor der Schweizerischen
Verkehrszentrale