

# Einleitende Notizen

Autor(en): **Kämpfen, Werner**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **33 (1973)**

PDF erstellt am: **11.09.2024**

## **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.

## Einleitende Notizen

### *Das Jahr der Wahrheit*

Ende Mai, in unserer üblichen, zunehmend kurzfristigeren Prognose – die langfristige gehört der Vergangenheit an und kann höchstens Alternativen anbieten – wurde 1973 von uns als «*das Jahr der Wahrheit*» vorausbewertet.

Es sollte auf zwei Fragen Antwort geben:

Bedeutet die Verlangsamung des Aufwärtstrends im Schweizer wie im Welttourismus Wende oder gar Ende des während eines Jahrzehnts ungehemmten Wachstums? Und weiter: Würden unsere Gäste aus den USA, aus England und Italien die für den Schrumpfdollar, das schwache Pfund oder die kranke Lira erhaltene Gegenleistung als ungenügend erachten, ihre Ferienpläne stornieren, etwa eine Zweitreise nach Europa zurückstellen – auch heute noch sind die US-Touristen überwiegend «repeaters» – und ihre Bekannten zuhause mit der immer noch wirksamsten und darum auch gefährlichen Mundpropaganda von einem Europa- oder Schweiz-Besuch abhalten?

Also zwei Wahrheitstests!

Den ersten kann man am Ergebnis des Berichtsjahres 1973 erproben, der zweite ist ein Test auf Zeit, eine Bewertung der Trends im angebrochenen Jahr 1974. Wirtschaftliche Entwicklungen halten sich nicht ans Kalenderjahr.

### *Wahrheitstest 1973*

1973 blieb hinter 1972, dem bisherigen absoluten Rekordjahr, zurück, schlug aber 1971 mit dem

zweithöchsten Ergebnis in der Geschichte des schweizerischen Fremdenverkehrs. Unsere Hotellerie wies ein Minus von etwas mehr als einem Prozent oder fast einer halben Million Übernachtungen auf einem Total von 36 Millionen aus. Also erstmals wieder seit 1965 ein allerdings auf die klassische Beherbergung beschränkter Rückschlag! Darf man deshalb, wie es in voreiligen Kommentaren hieß, von einer «Krise im Schweizer Tourismus» sprechen und erklären, unsere Fremdenverkehrswirtschaft habe sich auf ein Null-, ja auf ein Minuswachstum eingependelt? Wir sagen dazu nein.

Das wichtige Teilergebnis der 250 000 Betten anbietenden Hotellerie – wichtig, weil es die Basisindustrie betrifft – zum gesamtschweizerischen Resultat zu machen, ist eine Fehl-Hochrechnung.

Die Parahotellerie, die sich im Berichtsjahr trotz Verbot des Verkaufs von Grundstücken an Ausländer auf ein Angebot von über einer halben Million Betten ausweitete, dürfte nach den bis jetzt vorliegenden Regionalergebnissen ihre Übernachtungsziffern von 29 auf nahezu 31 Millionen steigern, also einen Zuwachs von gut 5 und mehr Prozent ausweisen und einen bedeutenden Schritt an das Übernachtungstotal der Hotellerie heranrücken. Zwar liegt das entsprechende gesamtschweizerische Resultat noch nicht vor, doch deutet eine Summierung von Indikatoren auf einen starken Aufschwung in der Parahotellerie hin,



wie etwa: regionaler Zuwachs in der zusätzlichen Beherbergung im Tessin und Wallis von 20 bzw. 10%; eine sich abzeichnende Abwanderung der Auslandsgäste, besonders der französischen, von Hotels zu Chalets; sichtliche Belebung des Binnentourismus, der nur zum geringen Teil der Hotellerie und zum überwiegenden der Parahotellerie zukommt, da ja letztere in umgekehrtem Verhältnis zur klassischen Beherbergung zu drei Fünfteln von Schweizern und nur zu zwei Fünfteln von Ausländern belegt ist, und schließlich ein deutlicher Zug zu den Chalet-Kurorten, ja einfachen Ortschaften und Dörfern, die noch nicht zum eigentlichen touristischen Inventar gehören. Unsere hier vor Jahren gemachte Voraussage, es werde sich mit der Zeit fast jede Schweizer Gemeinde als Ferienstandort eignen, scheint sich zu bewahrheiten.

*So wird das Minus in der Hotellerie durch das größere Plus in der Parahotellerie mehr als wettgemacht.* Wenn also das Gesamtergebnis – an den widrigen Umständen gemessen – mehr als zu befriedigen vermag, müssen uns die erheblichen Einbußen bei einzelnen Ländern in der viel stärker auslandabhängigen Hotellerie doch nachdenklich stimmen, so bei Italien (–18,6%), Großbritannien (–9,6%), USA (–7,0%), den Niederlanden (–5,3%) oder bei Frankreich (–4,7 Prozent).

Ein Einbezug der zusätzlichen Beherbergung in die offizielle Fremdenverkehrsstatistik drängt sich

immer mehr auf. Wir verkennen dabei die Schwierigkeiten, die ein solches Postulat aufwirft, keineswegs, bedürfte es doch eines bedeutend umfangreicheren Apparates und ist die Erfassung der Chalet- und Appartementübernachtungen – gesamtschweizerisch gesehen – mit vielen Fußangeln versehen. Erst eine solch umfassende Statistik wird die Grundlage für den Kurs bestimmen, den unser Ferienland bei der Entwicklung von Hotellerie und Parahotellerie, besser: bei der Herstellung eines gesunden Verhältnisses zwischen beiden einzuschlagen haben wird. Ein «Nur-Chalet-Kurort» ist ebenso langweilig und volkswirtschaftlich uninteressant wie seinerzeit eine ausschließliche Hotelagglomeration. Die Hotellerie ist umwelt-, die Parahotellerie familienfreundlicher, doch dürfte letztere die Landschaft stärker belasten und höhere Infrastrukturkosten bei kleinerem volkswirtschaftlichem Ertrag auslösen.

Die leichthin geschriebene Schlagzeile «Krise im Schweizer Tourismus» bedarf deshalb der Präzisierung. Das Manko in der klassischen Beherbergung traf einzelne Fremdenverkehrsgruppen und Gegenden stärker als andere: Der Ausfall an US-Touristen machte sich in der Stadt in der Erstklasshotellerie besonders spürbar, kaum in kleineren Berg- und Wintersportstationen; der Rückgang an französischen Übernachtungen traf vorab die Westschweiz, jener an italienischen das Naherholungsgebiet Oberitaliens, das Tessin, und der geringere Zustrom an englischen Gästen



schlug sich in den Frequenzen der Zentralschweiz und des Berner Oberlandes nieder. Diese wenigen Hinweise mögen einmal mehr die Heterogenität der schweizerischen Fremdenverkehrswirtschaft aufzeigen. Neben Fremdenstädten und -kurorten, die fast nur Gäste aus dem Ausland kennen, gibt es die überwiegende Zahl mit fast ausschließlich schweizerischen Ferienleuten, die in diesem Jahr, wie gesagt, vermehrt im eigenen Land Ferien machen.

Bei den mit dem Tourismus eng verflochtenen Transportunternehmen wartet die Swissair entgegen ihren eigenen pessimistischen Befürchtungen mit einem neuen Höchstresultat auf und befand sich so «im Aufwind», einige der Touristenbahnen schlagen das Vorjahresergebnis, andere nicht, die Schweizerischen Bundesbahnen melden stagnierende Zahlen, während etwa der Sportartikelhandel einen wohl nur zufolge Preisanstiegs höheren Umsatz registriert.

Summa summarum: Der Schweizer Tourismus konnte (noch) ein gewisses, stark gedrosseltes Wachstum ausweisen, ähnlich den in fast allen OECD-Staaten ausgewiesenen mehr oder minder abgeflachten Zuwachskurven. Auf internationale Vergleichsstatistiken geben wir vorläufig noch nicht viel. Die Erhebungsmethoden sind zu verschieden: Da Zählung der Grenzübertritte und dort der Übernachtungen; hier Einbezug der Parahotellerie und anderwärts, wie etwa in der Schweiz, Beschränkung auf die Hotellerie.

#### *Trends 1974*

Die Wahrheit wird jedoch das Berichtsjahr, wie einleitend gesagt, erst in der zweiten Hälfte 1974 und wohl noch später preisgeben. Noch ist – bei Niederschrift dieser Überlegungen – der Zeitpunkt verfrüht, um die Sonde in die Zukunft anzusetzen. Aus dem Ergebnis von bloß zwei Monaten, zudem Wintermonaten, lassen sich die Trends für die zweite Jahreshälfte kaum ablesen. Für Gäste aus einzelnen Ländern zudem, wie Schweden oder Österreich, hat der Schweizer Winter ungleich stärkere Zugkraft als der Sommer; die simple Fortführung der Aufwärtskurve würde hier das Bild verfälschen.

Allgemein kann man sagen, daß die Trends 1973 sich, mit kleinen Abweichungen, in den Januar und Februar fortsetzten: eine erfreulich stärkere Zunahme von Schweizer Gästen, ein ungefähr gleicher Rückgang bei den Ausländern – dies immer in der Hotellerie. Erfreulich weiter der starke, oft größere Zustrom von westdeutschen, belgischen, japanischen und australischen Gästen, gleichbleibender oder stärkerer Ausfall der nordamerikanischen, englischen, französischen und britischen. Geringere und kurzfristige Vorbuchungen aus Übersee, starke Zunahme der Annullierungen von vorzeitigen Bestellungen.

Alles in allem dürfte man die touristische Zukunft zwischen die Börsenbezeichnung «Tendenz leicht besser» und «Tendenz stetig» ansiedeln. Die Lage ist unsicherer und unüberblickbarer gewor-



den. Das Endergebnis 1974 dürfte kaum stark von jenem des Jahres 1973 abweichen. Die Prognose bewegt sich auf der Linie der Verlautbarungen von OECD und Nationalbank, die im Blick auf die Wirtschaftslage der meisten unserer Herkunftsländer von einer Beruhigung der Konjunktur sprechen, zum Teil hervorgerufen durch eine gewollte Dämpfung der Auftriebskräfte.

#### *Zwischen Wachstumseuphorie und Nullwachstum*

Auf dem Wege zu unserem seit Jahren anvisierten Ziel – Behauptung unserer Stellung sowie Vorrang der Qualität vor der Quantität – hat sich die Zahl der Hürden vermehrt: zum stärkeren Konkurrenzdruck, den Kettenreaktionen im Währungskraftfeld, dem rasch ändernden Preisgefälle, dem krassen Mangel an Arbeitskräften, hat sich als Ausfluß der Erdölkrise ein neuer, nie erlebter Inflationsschub gesellt.

Nehmen wir trotzdem das Ziel ruhig ins Visier und lassen uns nicht zu vorzeitigem Klagen verleiten. Wir sollten nicht immer von Wachstumsgrenzen, dem Verlust von Erholungsräumen und damit der Selbstzerstörung des Tourismus reden und schon beim kleinsten Rückgang in eine Stimmungskrise verfallen, die schließlich zu einer Krisenstimmung führt. Das ist mehr als ein leichtfertiges Wortspiel. Die Angst ist fast immer vor der Krise da. Jene beschleunigt diese. Den Wachstumseuphorikern rufen wir ein «Weniger wäre mehr» zu, den Verfechtern eines Negativwach-

tums jedoch ein «Nichts wäre weniger». Ein Nullwachstum würde uns nach einer trefflichen Studie von Prof. Ambros P. Speiser jene Mittel der technischen Neuerung entziehen, die uns helfen sollen, die großen Probleme des Umweltschutzes zu lösen. Also: maßvolles, qualitatives, gezieltes, überlegtes Wachstum, nicht global und gesamtschweizerisch angeordnet, sondern differenziert, entsprechend unserer topographischen und staatlichen Gliederung. Eine starke Drosselung allerdings muß der Tourismus beim Verbrauch seiner Grundsubstanz, der Landschaft, fordern. Landschaftssünden können, wenn überhaupt, wohl vergeben, niemals aber gutgemacht werden. Die 40 m<sup>2</sup>, die wir pro Minute verbauen, sind für die Erholung verloren; dabei sind vom gesamten schweizerischen Territorium von 41 000 km<sup>2</sup>, Wälder und unwirtschaftliche Gebiete abgezogen, nur 10 000 km<sup>2</sup> besiedelbar. Wir verlieren Tag für Tag Landschaften und wünschen nachher verlorene Landschaften zurück, in Abwandlung des französischen Wortes: «Je détruis ce que j'adore, et j'adore ce que j'ai détruit.»

#### *Das Werbejahr*

Im Berichtsjahr ging das dreijährige Aktionsprogramm «Die Schweiz – jung mit ihren Gästen», das wir punkto internationaler Beachtung und Steigerung der Zahl junger Ferienleute als Erfolg werten dürfen, zu Ende und wurde durch das neue bis 1976 gültige Leitmotiv «Die Schweiz –



reserviert für Hobby-Ferien» abgelöst. Damit glauben wir die Formel für eine gesamtschweizerische Präsentation des immer breiteren und bunteren Angebotsfächers unseres Touristenlandes gefunden zu haben – eine Folge der stets größeren Zahl der für Sommer und Winter eingerichteten Ferienorte, der Verlängerung der Saisonzeiten, des Aufkommens von Herbstferien.

In einer ersten Phase ging die Arbeit in zwei Richtungen: Zuerst wollten wir alle Hobby-Möglichkeiten in unserem Lande auskundschaften – eine bessere Transparenz des gesamtschweizerischen Angebots erzielen; gleichzeitig versuchten wir, mit einer intensiven, gezielten Informationskampagne – zumeist anstelle eines kostspieligen Werbefeldzuges – die Schweiz auf allen Kontinenten als Hobby-Land bekannt zu machen.

Eine Umfrage bei Ferienorten und Fremdenverkehrsinteressierten führte zu einem ungeahnten Erfolg: wir erhielten einen in solcher Vollständigkeit nie zuvor präsentierten Angebotskatalog. Er umfaßte einerseits eine Liste zum «Aussuchen», andererseits bot er den Reiseveranstaltern die Grundlage zur Ausarbeitung eigener Offerten bis hin zum fertigen Verkaufsprodukt. Immer neue Stationen, auch verlorene Dörfer, wollten unseren Hobby-Zug besteigen und machten auf die in ihrem Feriengebiet möglichen Hobby-Betätigungen aufmerksam, wie Sommerskifahren, ja Skifahren auf Gras und mit Rollskis, Unterricht im

Alphornblasen, in der Musiktherapie, in der Bemalung von Bauernschränken, auf Gruppenkurse für Hobby-Köche von Schweizer Spezialitäten, solche im Bergsteigen, Segeln, Reiten, im Volkstanz, Pony-trekking, und gar im Maultierreiten. Zunächst sollte unser vielseitiges Hobby-Angebot den *Individualtouristen* erreichen, denn immer noch kommen über neun Zehntel unserer Gäste auf eigene Faust und ohne Reiseveranstalter-Programm zu uns. Das neue Leitmotiv war auch eine Fortführung unseres Aufrufes zu «aktiven Ferien». Und doch nicht ganz. Uns will scheinen, daß man in der Planung von Ertüchtigungsferien, bei denen fast jeder Schritt des Touristen – sozusagen einer Nachfrage-Einheit – einkalkuliert ist, schon des Guten zuviel getan wird. Eine Gegenbewegung macht sich stark spürbar. Wirkliche Ferienfreiheit wird zunehmend gefragt. Man will tun, was man will, nicht was man muß. In Deutschland kursiert schon das Wort vom «Freizeit-Stachanow». Lorenz Stucki sieht in seinem Buch «Lob der schöpferischen Faulheit» diese Entwicklung zu spielerischen und schöpferischen Ferien voraus. Der Mensch – so legt er überzeugend dar – wolle in den Ferien nicht mehr den Götzen Tüchtigkeit und Nützlichkeit dienen, sich nicht dem Diktat der Freizeitbeschäftigung unterordnen, weil sonst die Ferienfreiheit illusorisch werde. Wenn wir das Wandern empfehlen, wollen wir doch auf den Wanderwegen nicht ganzen Horden von Geführten begegnen. Der wirkliche



Individualtourismus darf nicht durch einen programmierten Individualtourismus ausgetrieben werden. In diesem Sinn soll unser Hobby-Programm zunächst beim Interessenten die Freude am ungebundenen Ferienmachen in der Schweiz wecken, ihm für lange Winterabende das Ausuchen von Ferienbetätigungen ganz nach seiner Wahl und seinem Gutdünken erleichtern.

#### *Von der Präsenz- zur Verkaufswerbung*

In zweiter Linie bietet unser Katalog allen jenen, die es trotzdem programmiert haben wollen und die solche Programme zu verkaufen haben, klar umschriebene und *marktgängige Offerten*. Damit geben wir den Reiseveranstaltern ein gutes Verkaufsinstrument in die Hand. In der Bundesrepublik haben auf Grund unseres Kataloges 86 Reisebüros mit 2600 Verkaufsstellen marktkonforme, durch die SVZ angeregte Angebote nach 156 Ferienorten in der Schweiz mit 1800 Differenzierungsmöglichkeiten ins Verkaufsgespräch gebracht. Ähnliche Zahlen liegen von den übrigen 17 Agenturen und 10 Zweigstellen vor.

Wenn bei uns von billigen, dem Schweizer Publikum für Auslandsreisen unterbreiteten Offerten gesprochen wird, so seien andererseits unsere Tiefstangebote auf den ausländischen Märkten auch einmal erwähnt. 1973 lautete in der Bundesrepublik die billigste Offerte für 7 Tage Ferien in einem Schweizer Kurort inklusive Anreise mit der Bahn auf sFr. 206.—.

Um die Verkaufswerbung zu verstärken, nahmen wir die *Ausweitung des Agenturnetzes* an die Hand. Neu eröffnet wurde Toronto. Die Eröffnung von Zweigstellen in Montreal (Kanada), in Atlanta (im Süden der USA), in der Bundesrepublik und im Fernen Osten ist vorbereitet für den Fall, daß die vom Bundesrat vorgeschlagene Erhöhung des Bundesbeitrages an die SVZ bei den eidgenössischen Räten Zustimmung findet.

Die der SVZ im In- und Ausland gestellte Aufgabe wird zusehends schwieriger. Die verschärfte Konkurrenz, die raschen monetären Veränderungen und Krisen aller Art verlangen rasche Entschiede, Anpassung an die jeweilige Marktlage, Umdisponierung der Werbemittel. So wie Rückschläge eine Herausforderung an die Marktwirtschaft sind, sich der neuen Lage anzupassen und Schläge sofort zu parieren, so soll dies auch für unsere Haltung und Arbeit in den kommenden Jahren Gültigkeit haben. Mit dem vielfältigen und doch einheitlichen Programm «Die Schweiz – reserviert für Hobby-Ferien», sind zwei Haupterfordernisse für die Empfehlung des Ferienlandes erfüllt: wir meinen die Kontinuität des Themas einerseits und die Flexibilität, der freie Spielraum in der Ausführung andererseits.

*Dr. Werner Kämpfen*

Direktor der Schweizerischen  
Verkehrszentrale







