

1989 : erfolgreiches Tourismusjahr mit neuen Herausforderungen

Autor(en): **Leu, Walter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **49 (1989)**

PDF erstellt am: **31.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630069>

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.

1989: Erfolgreiches Tourismusjahr mit neuen Herausforderungen

Der touristische Aufschwung, der sich bereits in der zweiten Hälfte des Jahres 1988 ankündigte, setzte sich im Berichtsjahr fort und brachte eines der besten je erzielten Ergebnisse bei den Übernachtungszahlen – und dies trotz des erneuten Schneemangels zu Beginn und am Ende des Jahres. Gegen 77 Mio. Übernachtungen konnten die Hotellerie und Parahotellerie insgesamt verzeichnen. In den Hotel- und Kurbetrieben registrierte man rund 37 Mio. Logiernächte (+ 5% gegenüber dem Vorjahr), in der Parahotellerie nach ersten Berechnungen rund 40 Mio. Übernachtungen (detaillierte Angaben findet man im statistischen Beiheft zu diesem Geschäftsbericht). Uns freut an diesem Jahresergebnis insbesondere, dass alle Hauptmärkte der Schweiz ihren Teil dazu beigetragen haben – also gleichermassen Europa, die USA wie auch der ost- und südostasiatische Raum inklusive Australien. Entsprechend vielfältig ist unsere Kundschaft. Unsere eigene Bevölkerung trug ebenfalls zur Steigerung bei und setzte mit 40,7 Mio. Übernachtungen gleich einen neuen Schweizer Rekord!

Wir hoffen, das unsere dazu beigetragen zu haben, dass die Touristen vermehrt in die Schweiz kamen. Die Tatsache, dass die Übernachtungszahlen in den Städten überproportional anwuchsen, spricht dafür, haben wir das Berichtsjahr doch ganz unter das Thema «Zu Gast in der Schweizer Stadt» gestellt. Wir gestehen aber auch die äusseren Umstände ein, welche den Aufschwung bewirkt haben. Zu denken ist etwa an das prosperierende weltwirtschaftliche Umfeld, die veränderten Wechselkurse oder die Wiederentdeckung der erholsamen Ferien in der Bergwelt sowie die vermehrten Trans-

portprobleme auf den Strassen und in der Luft. Dass die Werbeanstrengungen und die vielen Aktionen zugunsten der Schweizer Stadt und auch zugunsten des Ferienlandes Schweiz auf fruchtbaren Boden stiessen, ist zudem nicht alleine das Verdienst der SVZ, sondern aller touristischen Institutionen, Vereinigungen und Unternehmungen auf Bundes-, Kantons- und Lokalebene – und natürlich der Anbieter. Ohne tatkräftige Unterstützung aller am Tourismus beteiligten Kreise und ohne den grossen persönlichen Einsatz vieler einzelner Persönlichkeiten und Mitarbeiter auf allen Stufen können keine Ideen verwirklicht, keine Ziele erreicht, unser Land nicht im internationalen Umfeld positioniert werden. Wir möchten deshalb an dieser Stelle allen, die uns im vergangenen Jahr bei der Umsetzung der touristischen Landeswerbung direkt oder indirekt geholfen haben, herzlich danken, ganz speziell unserem aktiven und umsichtigen Präsidenten, Herrn Jean-Jacques Cevey, den Mitgliedern des Ausschusses und des Vorstandes wie auch allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der SVZ im In- und Ausland.

Begegnungen auf der «Fonduebrücke» und an der Table d'hôte

Viele Veranstaltungen des Städtejahres sind uns noch in bester Erinnerung. Lassen wir einige Höhepunkte Revue passieren:

Gleich zu Beginn des Jahres überbrückten wir auf der Freiburger «Pont de Berne» den «Röschtigaben» mit einer symbolischen «Fonduebrücke». Nicht nur die geladenen Gäste aus Tourismus, Wirtschaft, Politik, Kultur und Presse kamen sich beim Fondue näher, auch rund 500 lokale Anwoh-

ner französischer und deutscher Zunge gesellten sich zum gemütlichen Rendez-vous. Einen weiteren aktiven Beitrag für die Gastfreundschaft lieferte unsere «Table d'hôte». Alt und jung, Einheimische und Fremde setzten sich beim überdimensionierten, mit Tischtuch und Geschirr gedeckten Tisch zu einem ungezwungenen Gespräch, einem kleinen Imbiss oder einem erfrischenden Schluck Süssmost zusammen. 45 000 Gäste wurden auf diese Weise in 24 Städten bewirtet. Auch wenn die anderen Aktionen der SVZ nicht nur vom Jahresthema, sondern ebenso vom noch bis Ende 1991 währenden Leitthema der Begegnung geprägt sind, so nimmt die Idee der «Table d'hôte» diesbezüglich doch einen ganz besonderen Stellenwert ein!

Von den zahlreichen anderen Aktionen verdienen insbesondere unsere konzentrierte Werbeaktion im Raum Baden-Württemberg, die Einladung des Europarates zu einem Schweizer Abend sowie unsere nationalen Werbereisen in die USA und nach Fernost Erwähnung.

Kritische Fragen regen an

Auch wenn wir zahlenmässig auf ein sehr gutes Tourismusjahr zurückblicken können, wäre es verfehlt, uns selbstgefällig zu beglückwünschen und zurückzulehnen. Die grossen Werbeanstrengungen unserer Konkurrenzländer – insbesondere der zielstrebigem EG – wie auch die rundum festzustellenden Qualitätssteigerungen dürfen nicht unbeantwortet bleiben. Wir müssen unsere Arbeit mit kritischem Blick prüfen und den Status quo hinterfragen, um künftige Chancen und Risiken zu beurteilen und richtige Schlüsse zu ziehen. Die SVZ hat auch im Berichtsjahr kritische Fragen gestellt, von denen wir an dieser Stelle insbesondere zwei hervorheben möchten.

Die eine berührt die internationale Ebene: Wir stellten am erstmals in Lausanne organisierten Schweizer Forum für Internationalen Tourismus die Frage «Tourismus – Förderer oder Zerstörer

der Kultur?» Bedeutende Referenten aus Tourismus, Politik und Kultur beleuchteten das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln und führten gehaltvolle Diskussionen mit den rund 130 Teilnehmern aus über 30 Ländern. Der Tourismus schafft zweifellos einen wirtschaftlichen Aufschwung oder sogar eine Grundlage; er bereichert auch das Leben vieler Millionen Reisender und Bereister. Doch darf nicht verdrängt werden, dass dies oft auf Kosten der Kultur und der Umwelt – die ja auch eine «Umweltkultur» ist – geschieht. Wenn wir am Internationalen Forum diesbezüglich kritische Fragen stellten, geschah dies nicht auf moralisierende Weise, sondern um sich mit der gegenwärtigen Situation auseinanderzusetzen und um Lösungsvorschläge für die Zukunft aufzuzeigen. Denn der Tourismus entzieht sich eine wichtige Lebensgrundlage, wenn er die Kultur zwingt, sich zu entfremden, oder sie gar zerstört. Darunter leiden die Meeresdestinationen kaum, wohl aber traditionelle Kultur-Reiseländer, wie die Schweiz eines darstellt.

Die andere Frage stellten wir uns selbst – gewissermassen auf betriebsinterner Ebene: Kann die SVZ in ihrer heutigen strukturellen Form und aufgrund der heutigen Begebenheiten in den neunziger Jahren weiterhin eine effiziente und erfolgreiche Werbung zum Wohle des Ferienlandes Schweiz betreiben? Reichen die heutigen Mittel aus, um dem neuen europäischen und weltweiten Konkurrenzdruck standzuhalten? Oder muss sich die SVZ im Lichte der sich vollziehenden und abzeichnenden Veränderungen selber verändern? Die durch einige externe Teilnehmer verstärkte Arbeitsgruppe LINK ging diesen Fragen über die SVZ-Werbestrategie der neunziger Jahre in mehreren zweitägigen Sitzungen nach. Dank der Mitarbeit von zahlreichen kompetenten Hearingspartnern aus dem In- und Ausland konnte sich die Arbeitsgruppe ein Bild über die Entwicklungen in den Gebieten, welche den Tourismus direkt oder indirekt berühren, sowie über die Bedürfnisse der

Partner machen. Auf dieser Ausgangssituation aufbauend definierte sie die Rolle und die Ziele der SVZ in den neunziger Jahren. Die Arbeitsgruppe entwickelte sodann Strategien, wie diese Ziele verwirklicht werden könnten. Mit der Verfassung eines Schlussberichtes ist die interne Arbeit abgeschlossen; die Ergebnisse können nun in den SVZ-Gremien und später auf behördlicher Ebene diskutiert und beurteilt werden.

Wende im Osten – Neue Herausforderung

1989 wird wohl als Jahr der europäischen Wende in die Geschichte eingehen. Innert weniger Monate vollzogen sich in den Staaten Osteuropas Veränderungen, die bis vor kurzem als unvorstellbar galten. Der Demokratisierungs- und Öffnungsprozess wird sich selbstverständlich auch auf den Tourismus auswirken – nur ist die Frage des Ausmasses und des Zeitpunktes noch völlig offen. Alles ist in Bewegung. Ob diese Bewegung weiterhin in die «richtige Richtung» laufen wird, ist trotz der gegenwärtig herrschenden Euphorie ungewiss. Die SVZ verfolgt deshalb weiterhin die schon vor dem Umschwung praktizierte «Strategie der Flexibilität».

Bereits seit längerer Zeit beobachten wir die Entwicklung in Osteuropa sehr aufmerksam. 1988 beteiligten wir uns zusammen mit Swissair erstmals an einer touristischen Publikumsmesse in Ungarn, zudem knüpften wir im selben Jahr anlässlich des ASTA-Kongresses engere Kontakte zu ungarischen Tourismus-Kreisen. Ungarn nimmt wegen seiner relativen wirtschaftlichen Stärke und der schon früh eingeleiteten Öffnung zum Westen schon seit einiger Zeit einen besonderen Platz unter den osteuropäischen Ländern ein; seit dem 1.1.1990 ist es zudem als erster Comecon-Staat Mitglied der European Travel Commission (ETC). Auch in den übrigen osteuropäischen Staaten wollen wir erste Kontakte zu möglichen Partnern herstellen, ihnen kostengünstige Produkte des Ferienlandes Schweiz anbieten und den Zugang zu die-

sen Produkten aufzeigen sowie letztlich eine gewisse Präsenz markieren.

Die Herausforderung aus dem Osten stellt sich zweifach. Erstens will die Schweiz an der Gewinnung neuer Kunden in den sich öffnenden Märkten partizipieren. Mit der Freizügigkeit im grenzüberschreitenden Verkehr ist das bisher aus touristischer Sicht wohl wichtigste Hindernis beseitigt; doch werden zumindest in den ersten Jahren die tiefen wirtschaftlichen Einkommen keine grosse Ferienwelle aus den Oststaaten bewirken. Zweitens – und dies ist im Moment die grössere Herausforderung – werden die Oststaaten für die schweizerische und übrige europäische Kundschaft wohl einen stärkeren Sog ausüben als bisher. Die Schweiz wird diese neue Konkurrenz spüren, und zwar an unseren ausländischen Gästen, die etwas Neues erkunden wollen, spüren eventuell auch an der eigenen, inländischen Kundschaft, die vermehrt abwandern könnte.

Wir Touristiker sind erneut herausgefordert, zum Teil durch «alte bekannte», zum Teil durch neue Situationen und Probleme. Der Tourismus ist ein derart lebendiger, durch viele Faktoren bestimmter und beeinflusster, sehr feinfühlig reagierender Wirtschaftszweig, dass wir uns zwar an den positiven Übernachtungszahlen erfreuen dürfen, sie jedoch zugleich als Ansporn zu weiterer qualitativ guter Arbeit nutzen wollen.

Walter Leu, Direktor SVZ

Seite 7

*Aus der Photothek der SVZ:
Luzerner Reusspromenade.*

