

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Band: - (2016)

Artikel: «Schweiz, ganz natürlich»
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-685603>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.10.2024

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

«Schweiz. ganz natürlich.»

«Zurück zur Natur»: Das geflügelte Wort des Genfer Philosophen Jean-Jacques Rousseau steht sinnbildlich für die DNA des Schweizer Tourismus. Die Eroberung der wichtigsten Ressource – der Schweizer Bergwelt – ist der Ursprung für den anhaltenden Boom.

Da geht ganz gehörig die Post ab, im Mai 1962 – zum 250. Geburtstag von Jean-Jacques Rousseau. Sternförmig rollen sechs Postkutschen während acht Tagen von Frankfurt, München, Mailand, Lyon, Paris und Brüssel zur St. Petersinsel, wo der Philosoph einst Zuflucht gefunden hatte. Die SVZ setzt bewusst einen Akzent auf den Genuss der Natur und bereichernde Begegnungen mit Menschen.

Natürliches Kapital bewahren

Die Natur ist das Kapital schlechthin für den hiesigen Tourismus – seit Tag 1. Zuerst wagen sich Adelige in die Alpen und suchen die frische Luft in den Berner,

Bündner und Walliser Bergen. In den 1920er-Jahren tritt der Kurgedanke in den Vordergrund, später heisst es: «Swiss Alps calling» (1951). Nicht nur Kinder leben dank Schweizer Ferien gesünder (1952), Bergluft macht auch schlank, titelt die Verkehrszentrale mit einem Augenzwinkern (1969). Immer breiter wird der Publikumsstrom, den es zurück zur Natur, zu den blauen Seen und in die Gletscherwelt zieht. Hier und dort schweben Bähnchen zum Schweizer Himmel und wachsen neue Destinationen. Weit-sichtige Touristiker warnen in den 1960er- und 70er-Jahren folglich auch vor Exzessen. Denn: ohne Natur kein Tourismus. Und ohne natürlichen Reichtum der Kontraste kein nachhaltiges touristisches Wachstum.

Die Bewahrung der Natur ist ein Kernanliegen von Schweiz Tourismus – und damit definitiv ein strategischer Erfolgsfaktor. Der neue Slogan seit 2003 «Die Schweiz. ganz natürlich.» bringt es auf den Punkt: 18 neue Naturpärke und eine Charta für die Nachhaltigkeit zusammen mit Branchenpartnern (2009) sprechen Bände. Nur folgerichtig, dass sich das Motto für das Jubiläumsjahr 2017 auf die Wurzeln besinnt: «Die Natur will dich zurück» – den Reisegrund für die (Wieder-)Entdeckung der Schweiz schlechthin.



Die SVZ präsentiert an der Landesausstellung in Lausanne eine Polyvision-Panoramashow (spezielles Breitbildformat) in einem spektakulären Pavillon.

Das Schweizer Fernsehen führt Werbespots ein. Die SVZ präsentiert einen Spot zum Thema «Winterferien in der Schweiz».

Ein Abkommen mit der Swissair ermöglicht die Schaffung von sechs touristischen Auskunftsstellen in südamerikanischen Städten.

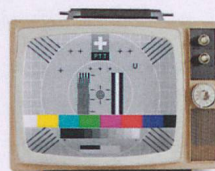


1964

1966

1967

1968



Einführung des Farbfernsehens in der Schweiz: eine neue Ära und neue Möglichkeiten für die Tourismuswerbung.