

Im Rückspiegel = Rétrospection

Autor(en): **Kämpfen, Werner**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]**

Band (Jahr): **50 (1977)**

Heft 6: **50 Jahre Revue die Schweiz = 50 ans revue la Suisse**

PDF erstellt am: **01.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-773124>

Nutzungsbedingungen

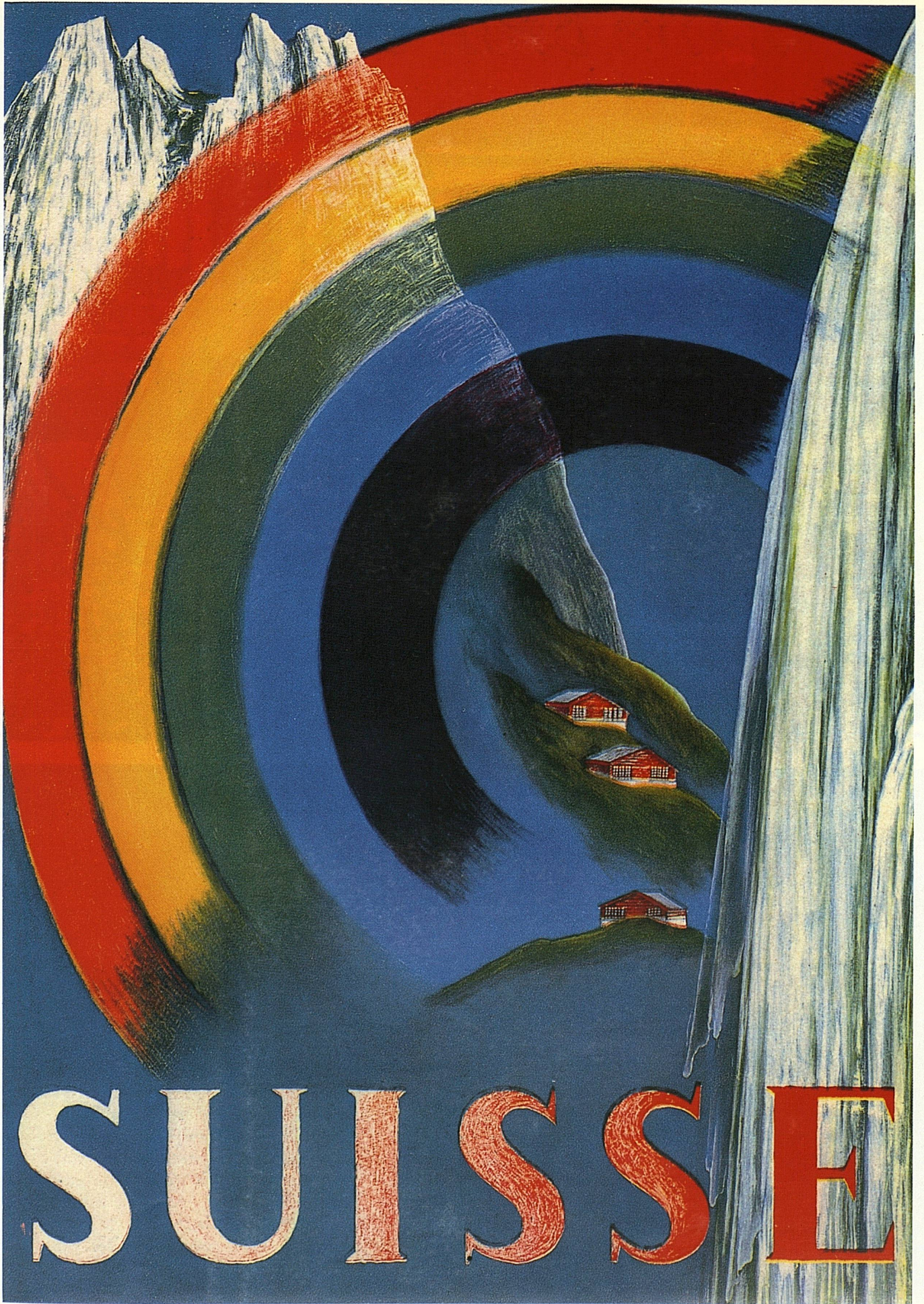
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

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.



SUISSE



Ein Bild aus dem Jahre 1905 schlägt im ersten Heft der «SBB-Revue» 1927 die Brücke zum Winzerfest von Vevey

Le premier cahier de la «Revue des CFF» de 1927 attire l'attention sur la Fête des Vignerons de Vevey par une photo datant de 1905

Un'illustrazione del 1905 riprodotta nel primo numero della «Rivista delle FFS», pubblicato nel 1927, proponeva la Festa dei vignaiuoli di Vevey

A picture dating from 1905 recalled the "Fête des Vignerons" in the first issue of the "Swiss Federal Railways Review", published in 1927



Die Olympiasiegerin Sonja Henie 1928 in St. Moritz – und ein Ballett, 1929 in Montreux, zwei Bilder aus frühen Heften der Revue

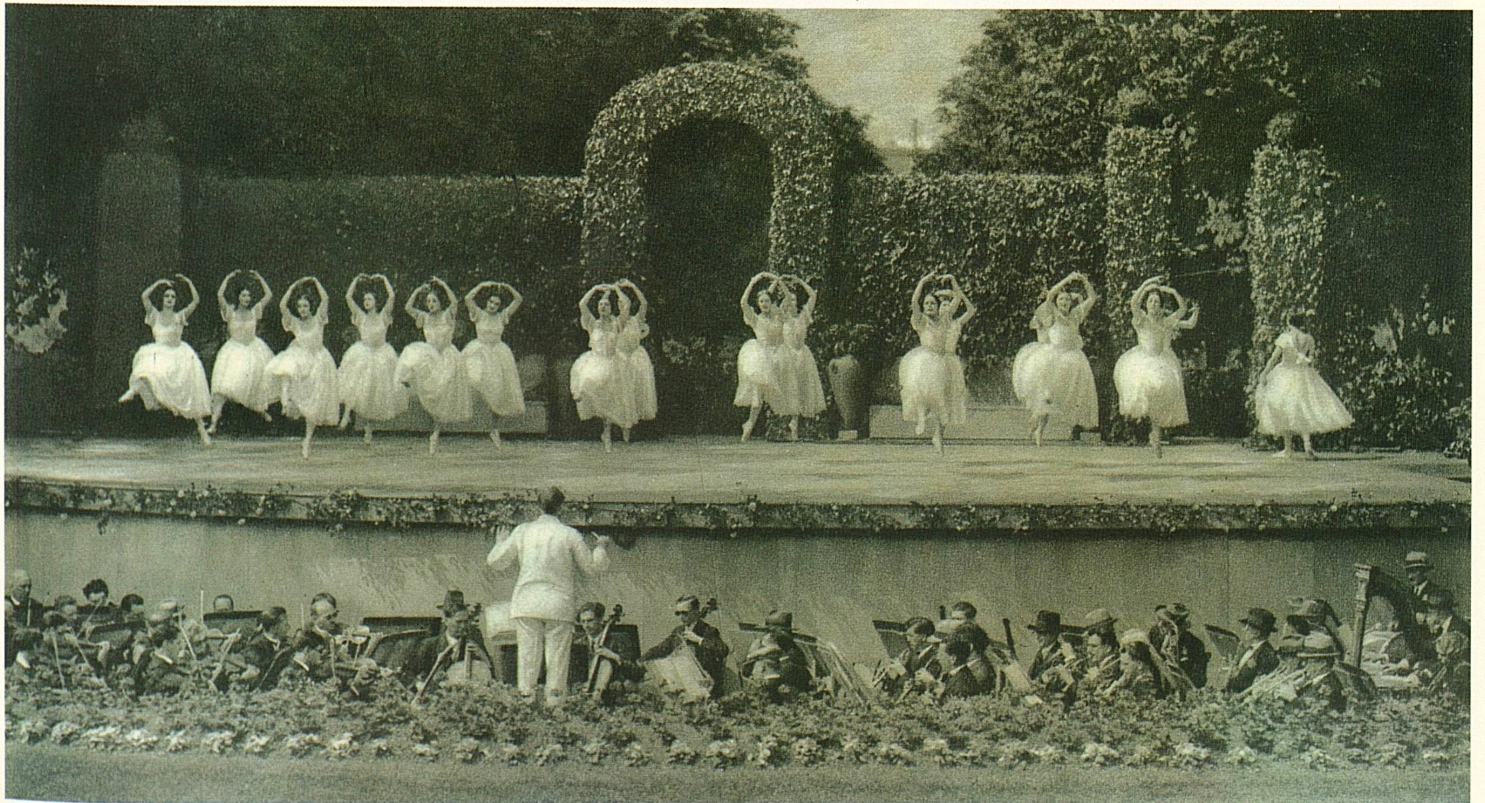
Deux illustrations extraites des anciens cahiers de la revue: Sonja Henie, championne de patinage artistique aux Jeux olympiques de St-Moritz en 1928 – spectacle de ballet à Montreux en 1929

La campionessa olimpionica Sonja Henie nel 1928 a St. Moritz – e un balletto a Montreux nel 1929: due illustrazioni da vecchi esemplari della nostra rivista

The Olympic champion Sonja Henie in St. Moritz in 1928, and a ballet performance in Montreux in 1929—two pictures from early issues of the review



Die ersten Umschlagbilder der Revue, entworfen von Armin Bieber, sind später Abglanz des Jugendstils
 Les dessins d'Armin Bieber pour les premières couvertures de la revue reflètent fidèlement le style de l'époque
 Le prime copertine della rivista, ideate da Armin Bieber, riflettono gli ultimi sfarzi dello stile floreale
 The first covers of the review, designed by Armin Bieber, were a late flowering of Art Nouveau



REVUE

SBB

CFF



W.S.

No 8 / 15. VIII. 1929

BLUMENFEST IN ZÜRICH

31. Aug. / 1. Sept.

FÊTE DES FLEURS A ZÜRICH

Im Rückspiegel

Mit dieser Sondernummer feiert die Revue – unsere SVZ-Revue «Schweiz» – ihren Fünfzigsten. Alter Brauch in der Welt des Gedruckten: Man beschenkt sich selbst. Unser langjähriger früherer Redaktor Hans Kasser, der von allen Revue-Betreuern die längste Wegstrecke mit der Zeitschrift zurückgelegt hat, trat noch einmal ans Redaktionspult, gestaltete und schrieb die Geburtstagsnummer. Er konnte dabei auf die Grosszügigkeit der von Anfang an mitwirkenden Offizin Bächli zählen. Ihnen gebührt zunächst der Dank der SVZ als Herausgeberin.

Wohl wird diese Sondernummer vorab einen Blick in den Rückspiegel werfen. Doch wo immer man beim Gang durch fünf Jahrzehnte auf besondere Aktionen der Werbung für das Ferienland Schweiz trifft, begegnet man dem Gespür für das Kommende, einem Vorwegnehmen der Zukunft, einem Vorausseilen der Zeit. Also ein Blick zurück in die damalige Zukunft. Hierzu nur ein paar Beispiele.

Schon die Gründung durch die SBB – Abkürzung für unsere Bundesbahnen wie auch für den Pionier Siegfried Bittel, Brig – war in der Welt der Werbung etwas Neues und Überraschendes. Da wollte also dieser Stellvertretende Generalsekretär der SBB und spätere Direktor der SVZ Lesestoff in die Eisenbahn hängen, bei der doch der Blick aus dem Fenster jegliche Lektüre hätte überflüssig machen sollen. Erst viele Jahrzehnte später fand diese Neuheit manchen Nachahmer, vorab bei den Fluggesellschaften, die einen geradezu mit Gazetten überfüttern. Auch die Einladung der amerikanischen Armeeurlauber nach dem Krieg erweckte zunächst nur allseits Kopfschütteln – und erst einige Jahre später hatte jedermann die Idee gehabt und die Aktion «erfunden». War es nicht kühn, 1958, als man hierzulande sehr weit von der Einführung des Frauenstimmrechts entfernt war, zum «Jahr der Schweizer Frau» zu erklären? Ja, gar der heute weltweit anerkannte Slogan «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» fand zunächst bei einer grossen Mehrheit Ablehnung, die ihn zu tolerant und zu wenig angrifflig für den Verkauf fand. Die touristische Fachwelt, worunter sich wohl zuerst Theoretiker verstehen, fand eben den Griff in die Zukunft nicht in ihren Lehrbüchern. Es wird wohl auch dem neuesten Slogan 1977 der SVZ «Die Schweiz – das zweit Schönste Land nach Ihrem eigenen» nicht besser ergehen.

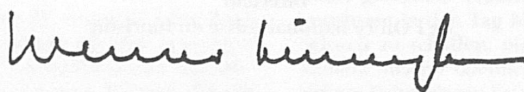
Man darf der Revue attestieren, dass sie für die graphische und literarische Gestaltung gern das suchte, was in die Zukunft wies. Einer damals unbekannt, heute hochkotierten jungen Künstler- und Graphiker- generation wurde Gastrecht gewährt, der jeweiligen Avantgarde die Revue als Experimentierfeld überlassen. Die heute so selbstverständliche, erstmals 1934 von Herbert Matter geschaffene Photomontage stiess zunächst auf Ablehnung. Dasselbe geschah gar mit den ersten Beiträgen Carigiets und auch später mit den photographischen Giacometti-Figuren auf dem Plakat «Bergluft macht schlank» von Philipp Giegel.

Deshalb ist hier der Blick zurück meistens ein Blick zurück in Wohlgefallen. Die Aufgabe, die die SVZ dieser Revue in ihrem weltweiten Werbeprogramm zuwies, hat sich im Laufe der Jahre in der Darstellungsart, nicht aber in ihrem Grundgehalt geändert. Neben den vielen der Aktualität und dem Tag, dem Verkauf und der angriffligen Werbung verpflichteten Prospekten und Broschüren, neben dem graphisch Modischen und gerade Gängigen sollte einmal im Monat das Grundthema all dieses propagandistischen Bemühens – die Darstellung der Schweiz – sozusagen in Distanz, losgelöst vom Tagesgeschehen und von höherer Warte aus behandelt werden. Angestrebt wurde nicht nur eine Präsentation des Ferienlandes, sondern des Landes schlechthin in allen seinen Bezügen – wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen, sprachlichen und touristischen. Die nach dem Gründer Bittel tätigen Redaktoren Franz Bäschlin (†), Dr. Erich Schwabe, Hans Kasser und Ulrich Ziegler folgten dem SVZ-Credo, dass ein Tourist mehr ist als nur eine Nachfrageeinheit und ein blosser Landschaftskonsument. Man versuchte, auch selbstkritisch in den eigenen Spiegel zu schauen, die Schweiz ohne Heiligenschein – «The Swiss without halos» – vorzuzeigen. So hat diese unsere Revue seit Jahrzehnten schon und nicht erst, als Landschaftsschutz auch im Tourismus plötzlich, aber zu spät Mode wurde, die mahnende Stimme erhoben und immer wieder gesagt, Landschaftsschutz sei letztlich Menschenschutz. Und da nach unserer Auffassung auch der Humor zu einer guten Landeswerbung gehört, dieser sich aber nicht einfach erzwingen lässt, wurde früh schon jeder Nummer ein kleiner «Nebelpalter» beigegeben – Export eines typisch helvetischen Humors, dem man uns Schweizern draussen in der Welt nicht ohne weiteres zutraut.

So kam, wie wir hoffen, die Leserschaft zu einer ausgewogenen Revue, die Herausgeberin aber, die mit der Landeswerbung beauftragte SVZ, zu einem wertvollen monatlichen Besinnungshalt und zum Gegengewicht zu den vielen Werbetraktaten mit sogenanntem Pliff. Auch die von Zeit zu Zeit mehrsprachig herausgegebene Auslandsausgabe fand internationale Beachtung. Die Zahl der Leser mehrte sich, die die einzelnen Nummern in einem Sammel- und Sammlerband aufbewahrten.

Der Herausgeber schliesst mit zwei Jubiläumswünschen. Der erste geht dahin, diese Zeit-Schrift «Schweiz» möge auch in den kommenden Jahren als eine Schrift aus der Zeit heraus und über die Zeit hinaus gestaltet werden. Sodann, als zweites, möge die Leserschaft diesen Kurs auch fürderhin billigen, also darüber entscheiden, ob die Revue leistungswert und, wenn ja, ob eine nächste Reise in die Schweiz wiederum fällig sei.

Also eine Reise in unser Land, um nachzuprüfen, ob das in der Revue «Schweiz» Dargestellte in der heutigen Schweiz noch anzutreffen sei. Und wehe den Herausgebern und den Verantwortlichen für das Ferienland, wenn das Beschriebene nicht mehr mit der Wirklichkeit übereinstimmen sollte!



Dr. Werner Kämpfen
Direktor der Schweizerischen Verkehrszentrale

◀ Umschlagbild von Augusto Giacometti (1877–1947). Wie mancher frei schaffende Schweizer Künstler der ersten Jahrhunderthälfte schuf dieser bedeutende Bündner Maler auch sporadisch Entwürfe für touristische Plakate

Page de couverture par Augusto Giacometti (1877–1947). Comme bien d'autres artistes indépendants de la première moitié de ce siècle, cet éminent peintre grison faisait aussi de temps à autre des projets d'affiches touristiques

Copertina di Augusto Giacometti (1877–1947). Al pari di altri artisti svizzeri autonomi della prima metà del secolo, anche questo valente pittore grigionese creò sporadicamente bozzetti per affissi di genere turistico

Cover by Augusto Giacometti (1877–1947). Like many other "fine" artists in the first half of the present century, this important Grison painter occasionally designed tourist posters

Rétrospection

Par ce numéro spécial la revue «Suisse», notre revue ONST, célèbre son jubilé. Dans le monde des imprimés, c'est une vieille coutume que de se congratuler soi-même. Hans Kasser, notre ancien rédacteur qui, entre tous, a accompli le plus long bout de chemin avec la jubilaire, est revenu à cette occasion au pupitre de la rédaction et a composé et rédigé le numéro de l'anniversaire, avec la collaboration éprouvée de l'officine Büchler qui, dès les débuts de la revue, n'a jamais ménagé ses efforts. Qu'ils en soient remerciés au nom de l'ONST en sa qualité d'éditeur. On ne peut se dispenser dans ce numéro spécial de jeter un regard rétrospectif. Partout où, dans le recul de ces cinq décennies, on voit resurgir les campagnes publicitaires en faveur de la Suisse – pays de vacances – on est confronté avec l'intuition du lendemain, l'anticipation de l'avenir, la course contre la montre qu'est la prospection touristique: autrement dit, avec l'actualité au futur passé. En voici quelques exemples.

Du point de vue de la publicité, on peut déjà considérer comme un fait nouveau et surprenant la création de la revue par les CFF – dont le sigle allemand SBB était commun aux Chemins de fer fédéraux et au pionnier que fut Siegfried Bittel, Berne. Ce secrétaire général adjoint des CFF, plus tard directeur de l'ONST, voulait qu'on suspendit de la lecture dans les wagons, où pourtant les visions qui se succédaient sur l'écran des fenêtres auraient dû suffire à distraire les voyageurs. Cette innovation fut imitée beaucoup plus tard, d'abord par les compagnies aériennes dont les passagers sont aujourd'hui littéralement gavés de journaux. Il en fut de même, après la guerre, de l'invitation aux militaires américains en congé. On commença par s'en moquer, mais quelques années plus tard chacun se vantait d'en avoir eu l'idée, d'en avoir été l'«inventeur». Et n'était-ce pas une drôle d'audace, alors qu'on était dans ce pays encore bien loin du droit de vote des femmes, de proclamer 1958 «Année de la femme suisse»? Même le slogan «Courez l'Europe – détendez-vous en Suisse», qui a fait une si brillante carrière dans le monde, n'a reçu au début qu'un accueil réticent: il était «trop peu percutant», il manquait de «mordant»! Les spécialistes du tourisme – surtout ceux qui en sont les théoriciens – cherchaient en vain dans leurs manuels la recette pour humer l'avenir. Gageons qu'il n'en ira pas autrement du nouveau slogan ONST 1977: «La Suisse – le plus beau pays du monde... après le vôtre».

Il faut reconnaître à la revue ce mérite: que sa recherche graphique et littéraire était orientée vers l'avenir. Elle accueillait la jeune génération des artistes et dessinateurs d'avant-garde, alors inconnus, aujourd'hui renommés, et leur offrait un laboratoire d'essai. Les photomontages (le premier fut créé par Herbert Matter en 1937), aujourd'hui d'un usage si courant, ne suscitaient au début que dédain. Il en fut de même des premières contributions de Carigiet, puis des silhouettes photographiques Giacometti sur l'affiche de Philipp Giegel: «Votre ligne... l'air des Alpes».

C'est pourquoi le regard rétrospectif est le plus souvent un regard de complaisance. La mission que l'ONST assigne à cette revue dans son programme mondial de diffusion, s'est modifiée au cours des années dans son style, mais non dans sa substance. A côté des nombreux prospectus et brochures qui visent l'actuel, le quotidien, la vente, la publicité aguichante, à côté des modes graphiques et des lubies éphémères, il est bon que le thème central de tout ce déploiement de propagande – la présentation de la Suisse – soit une fois par mois traité pour ainsi dire de loin et de haut, sans référence aux banalités du jour. On s'est efforcé de présenter la Suisse, non seulement comme un pays de vacances, mais comme un pays tout court, avec tous ses nombreux problèmes, économiques, sociaux, culturels, linguistiques... et touristiques. Les rédacteurs qui ont succédé au fondateur Siegfried Bittel, feu Franz Bäschlin, Erich Schwabe, Hans Kasser et Ulrich Ziegler, sont restés fidèles au credo de l'ONST, selon lequel un touriste est plus qu'une quelconque unité sur le marché hôtelier, plus qu'un simple consommateur de nos paysages.

On s'est efforcé aussi de scruter d'un œil critique l'image que notre miroir nous renvoie, d'y voir une Suisse sans halo – Helvetia sans auréole. C'est ainsi que notre revue n'a pas attendu la soudaine irruption de la protection du paysage dans le cadre du tourisme: depuis des années déjà elle exhorte, proclame et répète que la protection du paysage est, en dernier ressort, la protection de l'homme.

Et comme nous sommes persuadés qu'on ne fait pas de bonne propagande touristique sans humour, mais que l'humour – comme l'amour – ne se commande pas, on a depuis longtemps pris soin de joindre à chaque cahier un petit «Nebelspalter», échantillon typique d'un humour helvétique dont, à l'étranger, on ne nous croit guère capables. Ainsi est née – du moins nous l'espérons – pour le lecteur une revue équilibrée et, pour l'éditeur, c'est-à-dire pour l'ONST chargé de la propagande touristique suisse, un précieux jalon mensuel qui donne l'occasion de méditer et qui sert de contrepoids aux nombreuses et tapageuses brochures publicitaires. Mais n'oublions pas non plus l'édition pour l'étranger, qui paraît de temps en temps en plusieurs langues. Elle est appréciée partout dans le monde et le nombre des lecteurs, qui en collectionnent les cahiers à l'aide d'une reliure spéciale, ne cesse de croître.

A l'occasion de ce jubilé, l'éditeur formule deux souhaits. Le premier est que la revue «Suisse» continue encore à l'avenir à rayonner à la fois dans le temps et hors du temps. Et voici le second: puissent les lecteurs approuver aussi désormais cette orientation et, s'il leur paraît que la revue mérite d'être lue, puissent-ils, pour s'en assurer, entreprendre prochainement un voyage en Suisse! Un voyage qui doit leur permettre de vérifier si ce qui est écrit dans la revue «Suisse» se trouve encore dans la Suisse d'aujourd'hui. Gare à l'éditeur, et à tous ceux qui modèlent ce pays de vacances, si les textes et la réalité ne concordent pas!

Werner Kämpfen
Directeur
de l'Office national suisse du tourisme