

Zeitschrift: Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer
Herausgeber: Auslandschweizer-Organisation
Band: 18 (1991)
Heft: 2

Artikel: Erfolgreiche Fremdenindustrie : was wäre die Schweiz ohne Tourismus?
Autor: Kaufmann, Elisabeth
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-910121>

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: 08.02.2026

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



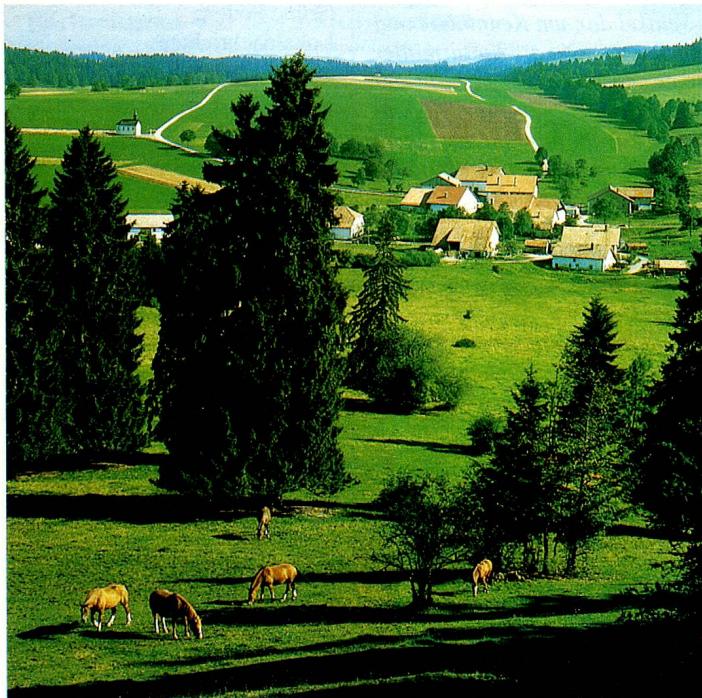
Erfolgreiche Fremdenindustrie

Was wäre die Schweiz ohne Tourismus?

Den entscheidenden Impuls zum komentenhaften Aufstieg des Reiselandes Schweiz zur touristischen «Grossmacht» vermittelten im 18. Jahrhundert die Naturwissenschaftler Johann Jakob Scheuchzer und vor allem Albrecht von Haller mit seinem im Jahre 1732 erschienenen Gedicht «Die Alpen». Inzwischen steht der Tourismus, dessen Gesamtnachfrage sich 1989 auf rund 33 Milliarden Franken belief, an dritter Stelle der Schweizer Exportindustrie.

Die Briten taten sich seit der Mitte des 18. Jahrhunderts als eigentliche Entdecker des Alpinismus und der Schweiz als «Playground of Europe» hervor. Sie waren es, welche die Freuden des Wintersports entdeckten: 1864 beherbergte St. Moritz und 1865 Davos die ersten Wintergäste. Herkunftsmässig überwogen vor 1914 die ausländischen Touristen eindeutig. Sie stellten etwa 80 Prozent der Gesamtfréquenz. Deutschland und Grossbritannien gehörten schon früh zu den wichtigsten Gästekunftsändern. Nach dem Zweiten Weltkrieg kamen Frankreich, Belgien, Luxemburg, Italien, die Niederlande und in immer stärkerem Masse die USA hinzu. Die Verteuerung des Schweizer Frankens trug allerdings wesentlich dazu bei, dass die Gästezahlen aus Ländern mit «weichen» Währungen in den letzten Jahren zurückgingen.

Auf und ab im weltpolitischen Rhythmus
 Die Entwicklung von Hotellerie und Restauration im 20. Jahrhundert widerspiegelt sich weitgehend im Ablauf der politischen und weltwirtschaftlichen Ereignisse dieser bewegten Epoche. Früher war die Hotellerie als sogenannte Luxusindustrie in den depressiven Konjunkturphasen unter den verschiedensten Wirtschaftszweigen eines der am empfindlichsten getroffenen Opfer. In der Rezessionsphase Mitte der siebziger Jahre erstaunte jedoch die relative Krisenfestigkeit dieser Branche. Anfangs der 80er Jahre wurde ein neuer Aufschwung verzeichnet, wobei 1981 ein Rekordergebnis gemeldet werden konnte. In der Folge stagnierten die Frequenzen bis gegen Ende des Jahrzehnts. In jüngster Zeit hat der Golfkrieg vor allem den Geschäfts- und Kongreßtourismus nach der Schweiz in Mitleidenschaft gezogen.



Der Erholungswert einer Landschaft (im Bild das auf 960 m Höhe gelegene Juradorf La Bosse) lässt sich nicht in Zahlen ausdrücken.

Kontinuierliche Erneuerung

Das Bettenangebot der Schweizer Hotellerie hat sich in den letzten fünfzig Jahren quantitativ nur wenig verändert. Qualitativ wurde es aber weitgehend dem starken Wandel der touristischen Bedürfnisse angepasst. Allein zwischen 1974 und 1989 wurden von der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) Darlehen und Bürgschaften in der Höhe von 505,4 Millionen Franken für Hotelneuerungen und Kurortseinrichtungen bewilligt. Diese Gelder lösten im gleichen Zeitraum ein Investitionsvolumen von 3,53 Milliarden Franken aus.

Nachfragerwicklung in der Schweizer Hotellerie und Parahotellerie (Übernachtungen in 1000)

Jahr	Hotels und Kurbetriebe	Parahotellerie
1950	18 635	
1960	28 195	
1965	31 356	
1968	32 484	23 137
1970	35 656	25 774
1975	33 579	34 652
1980	35 716	39 566
1985	35 994	38 729
1990	37 548	40 097

Im Verlaufe der vergangenen 20 Jahre hat eine eigentliche Verlagerung der Übernachtungen von der Hotellerie zur Parahotellerie stattgefunden:

Jahr	Hotels und Kurbetriebe	Parahotellerie
1970	58%	42%
1975	49%	51%
1980	47%	53%
1985	48%	52%
1990	48%	52%



Die touristischen Dachorganisationen

Die Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ) befasst sich mit Informationen und Werbung im In- und Ausland zugunsten des Ferienlandes Schweiz. Sie unterhält neben ihrem Hauptsitz in Zürich 24 Vertretungen im Ausland. Sie ist eine Körperschaft des öffentlichen Rechts. Ihre finanziellen Mittel stammen zu einem grösseren Teil aus Bundesbeiträgen, zu einem kleineren aus Beiträgen der Tourismuswirtschaft.

Das Korrelat zur Schweizerischen Verkehrszentrale bildet auf nationaler Ebene der *Schweizer Tourismus-Verband (STV)*, dessen Tätigkeit wie folgt umschrieben werden kann: Wahrnehmung der Interessen der Tourismuswirtschaft in der Wirtschaftspolitik unseres Landes, Koordination der Tätigkeit aller am Tourismus interessierten Kreise, Information und Auskunft sowie Förderung der angewandten touristischen Forschung. Als privatrechtlicher Verein wird der Verband zur Hauptsache durch Mitgliederbeiträge finanziert.

Tourismusintensives Industrieland

Die Ausgaben der ausländischen Touristen in der Schweiz betrugen 1989 11,5 Milliarden Franken. Mit diesem Exportwert steht der Tourismus nach der Maschinenindustrie und der chemischen Industrie und vor der Uhren- und Textilindustrie an dritter Stelle der fünf wichtigsten schweizerischen Exportindustrien. Unter Einbezug des Tages- und Geschäftstourismus, der Ausgaben für Sportausrüstung und für den privaten Motorfahrzeugverkehr, der Ausgaben für die vom Eigentümer selbstgenutzten Zweitwohnungen und der tourismusinduzierten Bau- und Ausrüstungsinvestitionen stellt sich die touristische Gesamtnachfrage der Schweiz auf 32 bis 34 Milliarden Franken.

Ein Vergleich mit den andern europäischen Staaten zeigt, dass die Schweiz, obwohl sie einen Marktanteil von «nur» rund 4 Prozent am Total der in Europa registrierten Ausländerübernachtungen besitzt, eines der tourismusintensivsten Länder ist. Pro Kopf der Bevölkerung wies die Schweiz 1989 5,4 Übernachtungen von Ausländern auf. Rechnet man die aus dem Ausländerverkehr resultierenden Deviseneinahmen um, belegt die Schweiz mit 1737 Franken pro Kopf der Bevölkerung den zweiten Rang hinter Österreich.

Schwerpunkt im Berg- und Randgebiet

Rund 290 000 Personen sind in der Tourismuswirtschaft direkt oder indirekt beschäftigt. Nach der Metall- und Maschinenindustrie ist der Tourismus der wichtigste Arbeitgeber der Schweiz. 1989 betrug der Anteil des touristischen Konsums (Ausgaben der ausländischen und Schweizer Touristen in der Schweiz) am Bruttoinlandprodukt (BIP) 6,4 Prozent.

Das Matterhorn (im Hintergrund) wirbt kostenlos für unser Land. (Fotos: SVZ)



Mehr als zwei Drittel der gesamten Schweizer Tourismusfrequenzen entfallen auf die sonst wirtschaftlich wenig begünstigten voralpinen und alpinen Regionen. Der Fremdenverkehr bringt zahlreichen Bergtälern Arbeit und Einkommen und wirkt so der Landflucht entgegen. Die für die Schweiz so typische, aber blass einen kargen Ertrag abwerfende Berglandwirtschaft – auch eine touristische At-

traktion ersten Ranges – kann vielerorts nur aufrechterhalten werden, weil der Tourismus den Bauern zusätzlichen Verdienst bringt. Die Zukunft des Tourismus und das Schicksal der Berglandwirtschaft werden im Zeichen der europäischen Integration noch enger miteinander verknüpft werden.

Elisabeth Kaufmann, Schweizer Tourismus-Verband

Die Schweizerische Verkehrszentrale im Ausland

Schaufenster der Schweiz

Als Botschafter/innen des Ferien- und Reiselandes Schweiz verstehen sich die rund 230 Mitarbeiter/innen der Schweizerischen Verkehrszentrale SVZ, von denen 70 am Hauptsitz in Zürich und 160 verteilt auf 25 Vertretungen in 17 Ländern tätig sind. Sie setzen den vom Bund an die SVZ erteilten Auftrag, die touristische Information und Landeswerbung im In- und Ausland zu organisieren und durchzuführen, in die Tat um.

Die Anfänge der touristischen Landeswerbung im Ausland sind der Initiative der Bahnen – Gotthard- sowie Jura-Simplon-Bahn – zuzuschreiben, die die Eröffnung der neuen Alpenstrecken auch im Ausland ins Bewusstsein gerückt und zum ersten grossen Aufschwung des Schweizer Tourismus am Ende des 19. Jahrhunderts beigetragen haben. Nach der Verstaatlichung der Privatbahnen 1902 baute der Publizitätsdienst der SBB sukzessive ein Netz von Auslandagenturen auf, welches später von der SVZ übernommen und ergänzt werden konnte. Über die Notwendig-

keit einer nationalen Werbestelle war sich die Touristikbranche bereits anfangs dieses Jahrhunderts einig, jedoch nicht über deren Finanzierung. Erst als sich der Bund unter dem Druck der katastrophalen Folgen des 1. Weltkrieges für den Tourismus zu einer finanziellen Beteiligung erweichen liess, begann die nationale Fremdenverkehrs werbung Gestalt anzunehmen. Der 1917 auf privatrechtlicher Basis gegründeten «Nationalen Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs» folgte 1939 die «Schweizerische Zentrale für Verkehrs föderung» als öffentlich-rechtliche Kör per-