

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 7 (1994)  
**Heft:** 10

**Rubrik:** Sondermüll

### **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:** 17.04.2026

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

# Tourismus gegen Stausee

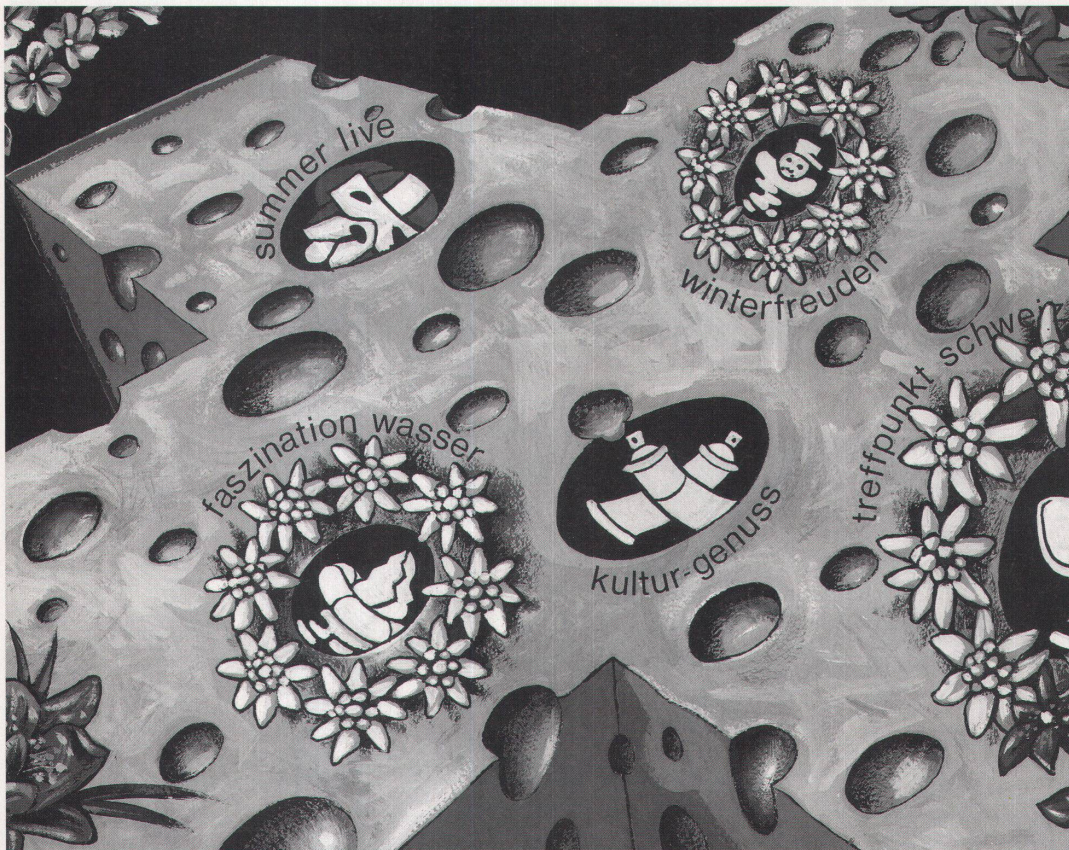


Illustration: Jürg Steiner

Mit viel Getöse vorbereitet und mit Rumoren schliesslich geboren: Ein rotes Feld, ein weisses Kreuz auf einer Kugel, darum herum ein Edelweisskranz – die Schweiz als Insel in der garstigen Welt. Herzog sieht das Igelein der Fremdenverkehrszentrale aus, die bald Tourismus Schweiz heissen soll. Eingebettet ist es in die Ethnovolkswelle: Ur-Musig wird zum offiziellen Werbefilm. Das Rezept ist gewiss erfolgreich, denn schon vielfach erprobt: Was in Österreich schon längere Zeit üblich ist, wurde für den Tessin und Graubünden abgeschmeckt, gesalzen und gepfeffert. Jetzt wird es nochmals mit Butter aufmontiert und ins Ofenrohr gesteckt. Dass die grossen Kreativen aus der Reklamebranche einander die Ideen

abkupfern, spricht für ihre unbändige intellektuelle Kraft. Nicht nobel ist ihr Freibeutertum: Den lustvollen Umgang mit Schweizer Symbolen haben Designerinnen wie Sonhild Kestler vor Jahren erfunden und auf Foulards, Tüchern und Plakaten geübt. Zu fordern ist dringend eine Piratensteuer: Die Strittmatter, Graf und Co., die sich ihre Inszenierungen vom Tourismus Schweiz gewiss mit Gold abwägen lassen, müssen gewogene Anteile an die abgeben, die das Thema gesetzt haben. Natürlich lassen es die Neuerfinder des Schweizer Bildes nicht bei Logos und Edelweiss gut sein. Sie geben fünf «Erlebnisthemen» vor. Eines heisst «Faszination Wasser». Das ist erfreulich, denn nun werden sich die in den Berggebiets-

kantonen einflussreichen Touristiker mit aller Kraft gegen die Verwandlung der Wasserlandschaften in Stauseen einsetzen. Die kleinen, aber wehrhaften Oppositionsgruppen im Val Curciusa, Val Bercla oder Val Madris sollen nun auf namhafte Honorare drängen. Sie sind es schliesslich, die das Bild, das da beworben wird, erhalten. Vielleicht kommt es aber auch anders. Denn jetzt erreicht, wie an der Radio/TV-Messe Fera zu lernen war, die Virtual Reality mit Wucht die Schweiz: Digitales Fernsehen, PAL plus, Video-CD, Interactive Multiplayer, Multimedia-CD-ROM und alles zusammen für ein paar tausend Franken. Kurz: Bergbäche im Wohnzimmer. Noch kürzer: Der ganze Tourismus wird so oder so

überflüssig, denn die Ferien finden im Kopf statt. Das müssen sie vielleicht sowieso, denn Schnee und Permafrost verschwinden, und folglich zerfallen Bild und Material der Alpen. Wir wissen es, Klimaveränderung droht. Bisher sagten die Energieproduzenten, die daran hauptsächlich schuld sind: Alles Hokuspokus, nichts ist belegt, noch fällt der Regen und bald der Schnee. Kürzlich hat der Elektrowattdirektor Pierre Krafft aber an einer Sitzung des Weltenergieerates eine kopernikanische Wende eingeleitet. Die Verminderung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses sei nicht machbar. Die geplante CO<sub>2</sub>-Abgabe sei ein Humbug, und es gebe nur eines: sich den Klimaveränderungen anpassen. Krafft: «Das Ausmass der potentiellen Konsequenzen ist allerdings so gross, dass im Sinne von Versicherungsprämien sinnvolle Massnahmen am richtigen Ort getroffen werden müssen.» Gut, dass die Elektrowatt einem Konzern gehört, der auch eine Versicherungsanstalt befehligt. Also: Prämien einzahlen, Multimedia-CD-ROM kaufen, Fenster abdunkeln und die Selbstauflösung vorbereiten. Die Menschen von Wassenaar bei Den Haag dagegen sehen die Zukunft nicht so schwarz wie der Elektromann Krafft. Sie haben die Rasenmäher, einen der Hauptschuldigen am Klimaschock, kurzerhand mit Schafen ersetzt. Ein Jungunternehmer vermietet Exemplare der Rasse Greenwood für 500 Gulden. Er liefert sie im Frühling und holt sie im Herbst zwecks Service wieder ab. Nicht zufrieden sind damit die holländischen Tierschützer. Sie wehren sich in einem Communiqué dagegen, dass Tiere zu Rasenmähern degradiert werden und fordern: Die Leute sollen selber mähen. Also Holländer, wenn ihr weiterhin gegen den Klimaschock kämpfen wollt: Zähne wetzen, niederknien und kraftvoll zubeissen. GA