

Zeitschrift: Schweizer Volkskunde : Korrespondenzblatt der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

Band: 76 (1986)

Artikel: Englische Touristen auf dem Bödeli (Region Interlaken) : Ergebnisse einer Umfrage

Autor: Pätzmann, Monika

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1004134>

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: 13.01.2026

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

Englische Touristen auf dem Bödeli (Region Interlaken)

Ergebnisse einer Umfrage¹

Certainly there is no mountain range
which has more intimate associations
with our own people than the Oberland.

Sir Arnold Lunn

Seit sich britische Alpinisten im letzten Jahrhundert in Fels, Eis und Schnee vorwagten, sind die Drei- und Viertausender des Berner Oberlandes zum Ziel von Reisenden aus aller Welt geworden. Der Einfluss des Fremdenverkehrs auf die Beschäftigungslage und damit auch auf den materiellen Wohlstand ist erheblich, in einigen Regionen sogar überragend. Im folgenden möchte ich den Fremdenverkehr im Sommer am Beispiel der Briten unter die Lupe nehmen, die – wie erwähnt – eine nicht zu unterschätzende Rolle in der Entwicklung des Tourismus gespielt haben. Zu diesem Zweck habe ich während des Sommers 1985 im Raum Interlaken an britische Touristen Fragebogen verteilt (vgl. S. 18/19). Die knapp hundert ausgewerteten Antworten können natürlich keineswegs als repräsentativ bezeichnet werden; sie zeigen aber doch die wichtigsten Grundtendenzen und decken einige interessante Hintergründe auf.

Die Auswertung des Fragebogens wurde dadurch erschwert, dass ich nur für wenige Fragen das Multiple-choice-Verfahren verwendet hatte. Jede der frei gegebenen Antworten musste in einen von mir ausgedachten Raster gepasst werden, was nicht immer einfach war.

Die Ansprüche der Briten

a) an den Ferienort

Es ist allgemein bekannt, dass die Briten ein recht bescheidenes Volk sind. Trotzdem stellen sie einige Ansprüche an ihren Ferienort: Die Ortschaft ihrer Wahl sollte als Verkehrsknotenpunkt inmitten einer schönen Landschaft gelegen sein. Dies trifft auf Interlaken sicher zu: Wohrselten findet man einen Ferienort, der so ideal gelegen ist.

¹ Bei dieser Studie handelt es sich um eine selbständige durchgeführte Semesterarbeit bei Prof. Dr. R.J. Ramseyer, Universität Bern. Aus Platzgründen mussten hier vor allem die historischen Kapitel und die wirtschaftlichen Aspekte weggelassen werden. An ihrer Stelle mögen zwei Literaturangaben Platz finden: RUDOLF GALLATI, Interlaken – Vom Kloster zum Fremdenkurort, Interlaken 1977; Reiseverkehr der Briten in der Schweiz. Sonderbericht S55/1979 des Eidgenössischen Statistischen Amtes Bern.

Die Red.

My dear English guests,

I'm a student at the university in Berne. One day I would like to teach German, French and English in a secondary school. For a part of the German exam we have to hand in a paper. The subject has to concern a part of the Swiss ethnology. I would like to examine the English tourisme in the area of Interlaken.

For this reason I have prepared a questionare. It would be very helpful for me, if you would answer all the questions or most of them.

Thank you very much
Hilma Pötzmann

1. Where do you come from? Town: _____, area: _____
2. What's your profession? _____
3. How old are you (the members of your family)?
 0 0 - 20 0 30 - 50 0 65 - ...
 0 20 - 30 0 50 - 65
4. What's the intention of your holidays?
 0 relaxation 0 shopping 0 sports (_____)
 0 walking 0 excursions 0 _____
5. Are you staying in one place or do you travel through the whole of Switzerland?

6. Is your journey organized by any organization? If yes, which one?

7. How did you get to your resort?
 0 car 0 bus 0 train
 0 aeroplane 0 _____
8. Why have you chosen Switzerland? Are other countries not cheaper for you?

9. Why have you chosen the Bernese Oberland, and why this place?
 0 recommended by friends 0 recommended by the travel agence
 0 guide book 0 _____
10. Is it expensive for you? Do you have to do sacrifices?

11. Where would you spend your holidays if not in Switzerland? Why?

12. Why do you come in the summer and not in the winter?

13. How long will you stay? _____
14. Are you visiting Switzerland for the first time? If yes, would you like to come back again?

15. How many times have you been in Switzerland? _____
16. When was your first time in Switzerland? If it's a long time ago, is there anything completely diffrent now?

17. Do you know any other area of Switzerland? Which one?

18. Does the amount of tourists in our area bother you?

Where are you staying?

hotel

holiday-flat

campsites

Why have you chosen this sort of accommodation?

What sort of demands do you make on your

- area: _____

- town: _____

- hotel / holiday-flat: _____

What do you want to see or what have you already seen?

Jungfraujoch

Berne

3 passes

Schilthorn

Lucerne

0

Schynige Platte

Ballenberg

0

Remarks: _____

Do you get there by any organizations? Which ones?

What do you think about the excursions and the evening performances which are especially organized for the tourists?

What did you know about Switzerland /the Bernese Oberland before your arrival?

Are things as you expected them to be or is it different? Why?

What do you know about Swiss politics?

Do you have any language problems? _____

Do you think Swiss people are nice and helpful? Why?

Have you already come across Swiss folklore? If yes, what and where?

How do you like Swiss food? Do you know any typical Swiss meals?

What do you find typically Swiss?

Do you think Berne should have a big airport like Zurich or do you find the journey from Zurich to Interlaken not too long?

Remarks (aircraft noise, weather, rail or bus connections...):

Innerhalb einer Stunde angenehmer Bahnfahrt erreicht man sowohl die Bundeshauptstadt, die unter ihren gemütlichen Lauben zu dem von den Briten heissgebliebten «shopping» einlädt und gleicherzeit einen Blick auf die Berner Alpen bietet, als auch die Berge, die den Touristen aus dem Flachland die Schönheit des ewigen Schnees und der Felsen vor Augen führen.

Auch die weiteren Ansprüche wie Einkaufsmöglichkeiten, Sauberkeit und Ruhe werden in Interlaken weitgehend erfüllt. «Weitgehend» deshalb, weil die vielgepriesene Ruhe regelmässig von den Flugzeugen des nahen Militärflugplatzes gestört wird. Trotz massiver Proteste lässt sich das EMD nicht erweichen, die Wiederholungskurse in die touristenarme Zwischensaison zu verlegen.

Manch ein Gast liebt zwar nach wie vor die Gegend von Interlaken, er lässt sich aber seine geliebten Ferien nicht durch den unüberhörbaren Fluglärm verderben. So wählt er halt im nächsten Jahr ein anderes Ferienziel...

Als weitere Lärmquelle gilt es, den Schiessstand Lehn in Unterseen zu erwähnen, wo letztes Jahr während der Hochsaison das Oberländische Schützenfest stattfand. Die negativen Auswirkungen dieser Veranstaltung, die mit einem unerträglichen Lärm verbunden war, werden wohl noch über Jahre hinaus zu spüren sein. Die Campingplätze in der näheren Umgebung mussten Einbussen bis zu 34% hinnehmen.

So kritisch die Briten auch ihr Fereinziel auswählen mögen, durch ihre Landsleute lassen sie sich keinesfalls stören. Kaum einer hat die Frage «Does the amount of tourists in our area bother you?» (Nr. 18) mit «yes» beantwortet. Es macht ihnen also nichts aus, tausend und mehr Kilometer zu fahren und gleichwohl nur Briten zu sehen und zu hören. Dies ist aber wohl auch eine der herausstechendsten Eigenschaften der Inselbewohner. Sie fühlen sich am geborgensten unter ihresgleichen. Sie haben es schon immer vorgezogen und werden es ziemlich sicher auch immer tun, sowohl die Fahrkarten für Bahn, Schiff und Bus als auch die Eintrittskarten für Vorstellungen und Konzerte bei ihrer Reisehostess oder an der Reception ihres Hotels zu kaufen. Sie fühlen sich unsicher, auf eigene Initiative hin etwas zu unternehmen. Deshalb legen sie auch Wert auf eine qualifizierte Betreuung, sei es nun vom Hotel oder von der Reiseorganisation.

b) an die Unterkunft

Was die Unterkunft anbelangt, so steht der gute Service im Vordergrund der Ansprüche, gefolgt von Sauberkeit und Komfort.

Fast drei Viertel der Briten logieren während ihren Ferien in einem Hotel, da sie – wie sie sagen – mindestens einmal jährlich einige Tage ohne Haushalt verbringen wollen. Eine eindeutige Bevorzugung von Hotelbetrieben bestimmter Preisklassen, wie sie etwa für Japaner oder US-Amerikaner zu beobachten ist, kann für die Briten indessen nicht festgestellt werden.

Etwa 10% wählen eine Fereinwohnung, da sie dort unabhängiger sind. Diese Unterkunft eignet sich vor allem für unternehmungslustige Ferien-

macher, die ihr Appartement nur als Basis für Tagesausflüge betrachten. Sie sind auch an keine Essenszeiten gebunden, wie dies in Hotels der Fall ist.

Weitere 10% verbringen ihre Ferien im Zelt oder im Wohnwagen. Dies ist bei weitem die billigste Variante. Auch ist es für viele eine willkommene Abwechslung zu ihrem vielleicht recht tristen Alltagsleben.

Die letzten beiden Möglichkeiten bedingen aber, dass der Urlauber seine Unterkunft selber bucht. Er kann also nicht einfach ein festes Arrangement wählen, das ihm von einem Reisebüro angeboten wird.

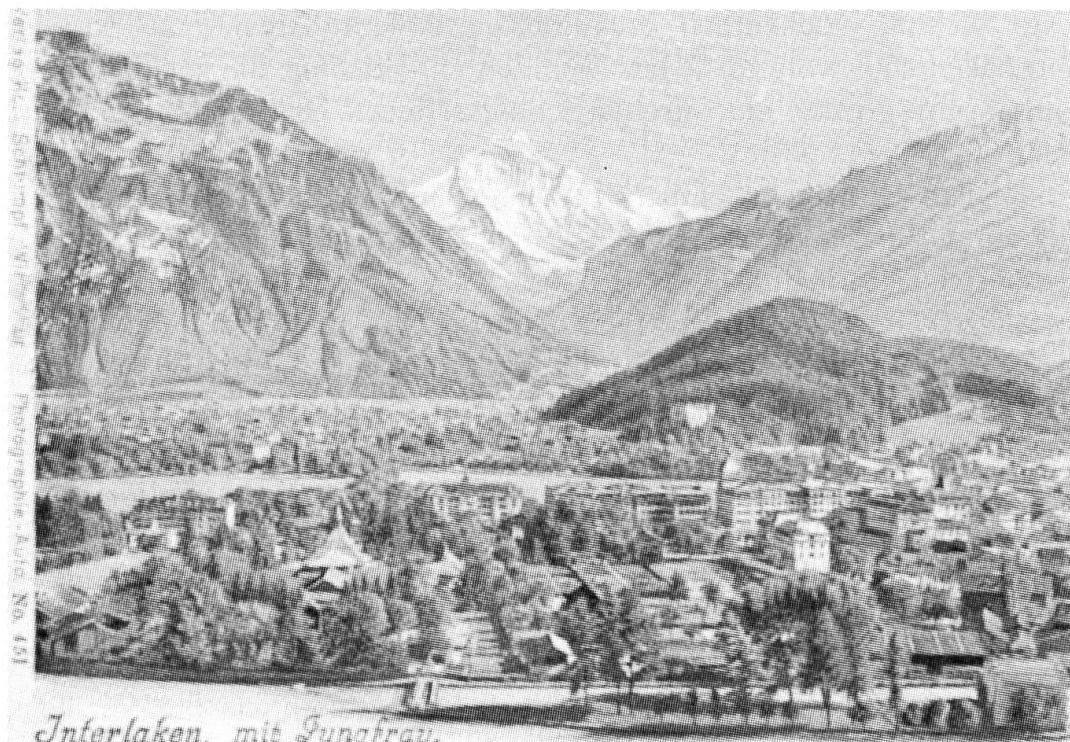
Das touristische Angebot

a) Ausflüge

Angeführt wird die Liste der Ausflüge vom Jungfraujoch, das sich geradezu zum Muss für jeden Besucher des Berner Oberlandes entwickelt hat. Diese Bahn ist zweifellos die Krönung des Bergbahnbaus im Oberland. Ihre Bedeutung kann für Interlaken und die ganze Region nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Rudolf Wyss schreibt dazu:

«Gestehen wir es zu: was die ganze Pracht der Jungfrau nicht vermocht hätte, das hat in weltweiter Propaganda die Jungfraubahn zustande gebracht. Zehntausende von Überseern, die in Interlaken zu kurzem Aufenthalt absteigen, tun es nicht unserer wundervollen Aussicht wegen, nicht der Höhenmatte zuliebe, auch nicht der Gastlichkeit der Hotels



wegen oder der auserlesenen Programme des Kursaals. Was sie nach Interlaken führt, das ist der Name der Jungfraubahn und unser Ruf, als Ausgangspunkt für eine Jungfraufahrt zu dienen.» (Gallati, Seite 84).

Dicht gefolgt wird das Jungfraujoch vom Schilthorn, das einen ebenso eindrücklichen – wenn nicht noch aufregenderen – Ausblick in die Alpenwelt bietet. Zwar kommt hier der Besucher nicht so unmittelbar mit dem ewigen Schnee in Berührung, aber die Mächtigkeit der Berner Alpen mit dem Dreigestirn Eiger, Mönch und Jungfrau wird ihm um so deutlicher vor Augen geführt.

Wie geschaffen für das kleinere Budget präsentiert sich die Schynige Platte. Ein wenig weiter von Gletschern und Felsen entfernt und nicht so bekannt, bietet sie ebenfalls einen unvergesslichen Ausblick.

Viele Briten verbringen auch einen Tag beim «shopping» in Bern oder Luzern. Die beiden Städte bieten ihren Besuchern nicht nur Einkaufsmöglichkeiten, sondern sie sind auch von ihrer äusseren Erscheinung her sehr sehenswert.

Weniger bekannt ist das Freilichtmuseum Ballenberg, das typische Häuser aus der ganzen Schweiz zeigt. Leider sind die unzähligen Ausstellungsgegenstände nur auf deutsch angeschrieben, so dass sich der fremdsprachige Besucher kaum ein Bild von unserem Volksgut machen kann. Dem gleichen Problem gälte es auch im Touristkmuseum in Unterseen Aufmerksamkeit zu schenken.

Ein stets beliebter Ausflug sind die im Sommer regelmässig organisierten Fahrten über die drei Pässe Grimsel, Furka und Susten. Sie bieten den Mitfahrenden einen guten und eindrücklichen Einblick in unsere Alpenwelt.

b) Veranstaltungen

Die zweimal wöchentlich organisierten Folklore-Abende im Kursaal Interlaken sind wohl für jeden Fremden ein Erlebnis. Sie zeigen unsere Kultur ohne grossen touristischen Schnickschnack. Das Publikum reagiert auch durchwegs positiv.

Ebenfalls zweimal wöchentlich wird in den Sommermonaten auf der Freilichtbühne in Matten Schillers «Wilhelm Tell» aufgeführt. Obwohl die Schauspieler ausnahmslos Laien sind, haben sie immer einen grossen Erfolg zu verzeichnen. Einzig die Konkurrenz in Altdorf macht ihnen Vorwürfe, sie verfälschten durch die auftretenden Alpabzüge das Bild, und das Stück falle durch Klischees ab, die auf die Touristen zugeschnitten worden seien.

Diese sind wohl die wichtigsten Veranstaltungen, die den Fremden geboten werden. Daneben werden auch noch von den einzelnen Hotels verschiedene Folkloregruppen engagiert, um ihre Gäste im eigenen Haus zu unterhalten.

Der Verkehrsverein Interlaken gibt jeden Monat ein vierseitiges Bulletin in Englisch heraus, in dem alle Anlässe und Exkursionen wie auch die englischen Kinoprogramme aufgeführt sind.

Die Besucher des Berner Oberlandes

a) Herkunft

Der grösste Teil der befragten Briten (rund 95%) kommt aus England. Nur sehr wenige finden den Weg aus Schottland oder Wales in die Schweiz. Aus Nordirland konnte ich bei meiner kleinen Umfrage niemanden finden.

b) Beruf/Bevölkerungsschicht

Es ist sicher bemerkenswert, dass mehr als 60% der befragten Briten besorgstellten Berufsschichten entstammen (z.B. Arzt, Ingenieur). Knapp 15% sind Rentner, die lange sparen, um sich wenigstens einmal jährlich Ferien in der vielgepriesenen Schweiz erlauben zu können. Relativ selten sind britische Studenten in unserem Land anzutreffen. Obwohl ich mich in Jugendherbergen umgehört habe, lernte ich nur einen kennen. Dies steht im krassen Gegensatz zur den US-Amerikanern, wo nun eine Europareise gewissermassen zur guten Ausbildung gehört. Die Tramper – wie sie hier genannt werden – sind aus dem Alltagsbild von Interlaken und Umgebung nicht mehr wegzudenken. Die Abwesenheit von jungen Briten mag wohl mit der grossen Arbeitslosigkeit in ihrem Heimatland zusammenhängen (vgl. den nächsten Abschnitt).

Die restlichen Touristen aus Grossbritannien lassen sich dem untern Mittelstand zurechnen.

c) Altersgruppen

Die Dreissig- bis Fünfzigjährigen stellen den grössten Anteil (35%). Meine Interpretation dieser Zahl geht dahin, dass sich der Brite in diesem Alter zu einem festen Arbeitsplatz emporgearbeitet hat, also von der Arbeitslosigkeit nicht mehr so direkt betroffen ist wie die jüngeren, die nur einen Anteil von 10% ausmachen, obwohl der Mensch in diesem Alter doch reisefreudiger ist. Auch die älteren Jahrgänge, die kurz vor der Pensionierung stehen, sind vom Gespenst der Arbeitslosigkeit bedroht. Wer in diesem Fall noch seine Stelle verliert, der wird es wohl schwer haben, wieder eine Arbeit nach seinen Wünschen und nach seinem Können zu erhalten.

Etwa 12% der Briten, die unsere Gegend besuchen, stehen schon im Ruhestand. Die Reisefreudigkeit nimmt also in diesem Alter wieder zu, sie scheitert aber allzu oft an finanziellen Problemen. Die Durchschnittsrente eines Arbeiterehepaars erlaubt sicher keine grossen Extrawünsche.

Hier wird wieder einmal deutlich, wie sehr die Reisefreudigkeit der Briten von der aktuellen Wirtschaftslage in ihrem Land abhängt. Durch die Verschlechterung der letzten Jahre nahm auch der Zustrom in die Schweiz kontinuierlich ab. Führten noch 1951 13% aller Auslandreisen der Briten in die Schweiz, sind es heute nur noch 2%. Starken Aufschwung erlebten dagegen die sogenannten Billigländer wie Spanien und Griechenland.

Wie gelangen die Briten in die Schweiz?

a) Auswahl

Mehr als ein Drittel aller Briten, die Interlaken als Ferienziel wählen, lassen sich von Freunden beraten, was den Stellenwert eines guten Renommees zeigt. Etwa gleich viele haben es sich zur Gewohnheit gemacht, in ihren Ferien die Schweiz zu besuchen. Etwa ein Viertel wählt sein Reiseziel mit Hilfe eines Handbuches aus. Die restlichen knapp 10% lassen sich von einem Reisebüro beraten. Das sind eigentlich erstaunlich wenige.

b) Anreise

Den grössten Anteil an Briten, nämlich beträchtliche 80%, bringt das bekannte Reisebüro Swiss TRAVEL nach Interlaken. Verschiedene Hoteliers führen diesen hohen Anteil auf den vertrauenerweckenden Namen zurück, der schon ankündigt, dass sich das Unternehmen auf Schweizer Reisen spezialisiert hat.

Der Gast kann dabei seine Anreise immer noch selber gestalten: Etwa die Hälfte kommt per Bus oder Privatauto. Fast 40% fliegen in die Schweiz. Die meisten kommen in Belp an, von wo sie mit Bussen direkt in ihre Hotels im Oberland gefahren werden. Die wenigen, die nach Zürich oder Basel fliegen, beklagen sich durchwegs über die lange anschliessende Bahnfahrt. Es ist deshalb erstaunlich, dass sich nur etwa ein Drittel der Befragten für einen Ausbau des Flugplatzes Belpmoos aussprechen.

Der Schweizer aus der Sicht der Briten

Für den Briten ist die Schweiz ein ausserordentlich sauberes Land, dessen hervorstechende Eigenschaft die wohl unübertreffliche Tüchtigkeit seiner Einwohner ist. Für meine Londoner Freunde ist es schlicht unvorstellbar, dass ein Bauarbeiter schon morgens um sieben beginnt – und das während der ganzen Woche.

Ebenso beeindruckt zeigen sie sich von der Pünktlichkeit der Züge. Jeder Engländer hebt in einer diesbezüglichen Diskussion die Vorteile unserer Transportsysteme hervor: Genauigkeit, bequeme Ausstattung, vielfältiger Fahrplan, der allen Ansprüchen gerecht wird, und die unzähligen Bergbahnen, die für ihn genauso zum Bild der Schweiz gehören wie die Kuhglocken und Alphornbläser. Ebenso schweizerisch sind die Schweizer Uhren, die Chalets und unsere charakteristischen Trachten und Volksstänze. Auch die Volksmusik wird immer wieder erwähnt.

Auch als positiv hervorgehoben wird die Freundlichkeit, obwohl es damit wohl kaum so weit her ist! Man denke dabei nur an die mürrischen Bahnbeamten und Hotelangestellten, die vom Fremdenverkehr – obwohl sie davon leben – richtiggehend abgestumpft werden.

Angenehm überrascht zeigen sich die meisten auch von den Sprachkenntnissen der im Touristik-Sektor tätigen Arbeitnehmer. Englisch ist auf

diesem Gebiet wohl die wichtigste Fremdsprache, da sowohl die Briten wie auch die Amerikaner und Japaner kaum eine andere Sprache beherrschen. Die Englischkenntnisse reichen sogar so weit, dass man einem Ausländer kaum eine Möglichkeit gibt, seine spärlichen Deutschkenntnisse anzuwenden, sondern ihn, ohne zu zögern, auf englisch anspricht! Überrascht hat mich, dass kaum einer auf die Frage «What do you find typically Swiss?» mit «Berge und Schnee» geantwortet hat. Vielleicht ist dies eben selbstverständlich. Oder sind die Briten von der Sauberkeit und unserer Tüchtigkeit so beeindruckt, dass unsere Landschaft in den Hintergrund tritt?

Durchwegs negativ ist die Reaktion auf die neu eingeführte Autobahnvignette. Mehr als einer sagt dem Touristenland Schweiz beträchtliche Einbussen voraus. Verständnis für diese Massnahme zeigt eigentlich keiner.

Damit verbunden ist auch unser Image eines teuren Ferienziels, das wir wohl kaum so leicht loswerden können. Für manch einen ist noch heute der Name Schweiz mit unerschwinglichen Kosten verbunden, obschon sich dies sicher in den letzten Jahren beträchtlich geändert hat. Wenn man in Ferienprospektien blättert, stellt man fest, dass es für den Schweizer unmöglich ist, Ferien in Grossbritannien für den gleichen Betrag zu verbringen, den ein Brite für einen entsprechenden Aufenthalt in unserem Land bezahlen muss.

Wenn man einen britischen Normalbürger auf die Schweizer Politik anspricht, weiss er bestenfalls, dass die Neutralität in unserer Aussenpolitik eine grosse Rolle spielt. Mehr ist aber meistens nicht zu erfahren.

Der Brite aus der Sicht der Schweizer

a) Hoteliers

Der Grundton der über ihr Verhältnis zu den britischen Touristen befragten Hotelbesitzer ist durchwegs freundlich. Sie beschreiben das Inselvolk als ausserordentlich genügsam und anspruchslos. Einzig ihre Unbeholfenheit wird als negativ oder doch zumindest als komisch hervorgehoben: die Briten begrüssen es zwar, wenn sie möglichst viel sehen können und ihnen viele Auswahlmöglichkeiten geboten werden, sie ziehen es aber vor, sich nicht selber um die Organisation kümmern zu müssen. Eine gute Reisebegleiterin, eine Betreuerin des betreffenden Reisebüros am Ort oder eine initiative Person an der Reception ihres Hotels ist ihnen immer willkommen.

Ihre Unkenntnis geht sogar so weit, dass sie auch bei starkem Regen den Ausflug aufs Jungfraujoch in Angriff nehmen – selbstverständlich stets in der Annahme doch noch etwas zu sehen. Hier stehen allerdings die Briten nicht alleine da: US-Amerikaner und Japaner zeigen die gleiche Eigenschaft, die uns wohl immer unverständlich bleiben wird...

b) Geschäftsbesitzer

Besonders Souvenirverkäufer beklagen sich immer wieder über Briten. Der Japaner kauft eigentlich alles, was ihm der redegewandte Verkäufer demonstriert. Wegen der unzähligen Verwandten in der fernen Heimat, die alle auf ein Mitbringsel warten, kauft er nicht nur eine Kuhglocke oder nur ein T-Shirt – nein, er ersteht jeweils zehn, zwanzig oder manchmal noch mehr gleiche Artikel! Die Kaufwut der Amerikaner zeigt zwar keine solchen Auswüchse, doch auch sie nehmen alles, was sich für Geld erstehen lässt, mit nach Hause. Sie kaufen zwar weniger, aber qualitativ hochstehende Andenken. Besonders durch den Höhenflug des Dollars fanden grosse Stücke aus den Werkstätten der Brienzer Holzschnitzer reissenden Absatz. Sie lassen sich im Gegensatz zu den Japanern Zeit, ihre Einkäufe zu tätigen. Die Amerikaner lassen sich eingehend beraten und schauen sich in mehreren Geschäften um.

Die Briten haben mit beiden etwas gemeinsam: wie die Japaner bringen auch sie der ganzen Verwandtschaft und allen Nachbarn etwas nach Hause, dabei nehmen sie sich – wie die Amerikaner – jede Menge Zeit. Sie studieren während ihres Ferienaufenthaltes das Sortiment sämtlicher Souvenirgeschäfte. Dabei lächeln sie die Verkäuferin freundlich an und sagen: «Thank you very much, we will keep it in mind.» oder «We have to think about it.» Erst in den letzten Tagen oder Stunden entscheiden sie sich.

Sie kaufen dann meist das, was ich mir unter typischen Souvenirs vorstelle: kleine Vasen und Teller, mit Landschaften oder Alpenblumen bemalt, Bleistifte, Kalender, Halstücher und vieles mehr. Sie sprechen also eher auf billige Mitbringsel und Andenken an. Dies hängt sicher auch mit ihrer Mentalität (ich will jedem etwas mitbringen, und sei es noch so klein) und ihren finanziellen Möglichkeiten zusammen. Bei vielen britischen Touristen hat man nämlich unweigerlich den Eindruck, sie hätten die Reise und die Unterkunft schon zu Hause bezahlt, und nun reiche das Geld einfach noch für kleine Geschenke, nicht aber für Ausflüge.

Dies mag sehr überspritzt tönen, es wird aber von den meisten Geschäften bestätigt. Natürlich gibt es auch reichere Briten. Sie unterscheiden sich schon durch eine gehobenere Sprache von ihren sozial tiefer gestellten Landsleuten. Sie tätigen ihre Einkäufe eher im Stil der US-Amerikaner, wobei auch sie immer noch peinlich genau darauf achten, dass niemand in ihrem Bekanntenkreis zu kurz kommt.

c) der «normale» Schweizer Bürger

Der Mann von der Strasse schliesst sich dem Bild an, das der Hotelier von den Briten skizziert: nett und bescheiden. Dazu kommt aber noch eine weitere Beobachtung: die Kleidung. Dem Briten fehlt die von den Japanern und US-Amerikanern über alles geliebte Fotoausrüstung. Auch trägt er keine bunt karierte Hosen wie der Firmenboss aus Texas – nein, seine Kleidung ist als eher schlicht zu bezeichnen, aber trotzdem auffallend: Die bunten, kurzen Röcke und die weissen Beine, die schon früh im

Frühling nicht mehr von Strümpfen gewärmt werden, sind für den Schweizer ebenso unverkennbar englisch wie die «early morning cup of tea». Ebenfalls in dieses Bild passen die Strassenschuhe derjenigen Briten, die man auf Schneefeldern im Gebirge findet.

Alles in allem: ein nettes und zurückhaltendes Völkchen!



Englische Touristen in einer Karikatur aus dem Jahr 1901. Entnommen mit freundlicher Erlaubnis des Verlages aus: Berner Taschenbuch, Benteli-Verlag Bern, 1982.