

**Zeitschrift:** Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale  
**Herausgeber:** Schweizerische Verkehrszentrale  
**Band:** 39 (1979)

**Artikel:** Das SVZ-Jahr 1979  
**Autor:** Leu, Walter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-629903>

### **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:** 27.04.2026

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

### *Ereignisse und Ergebnisse*

Drei Ereignisse geben dem SVZ-Jahr 1979 das Gepräge: Der Abschied von Dr. Dr. h. c. Werner Kämpfen als Direktor, die Veröffentlichung des Schweizerischen Tourismuskonzeptes und die Rückkehr des Vertrauens des Gastes weltweit in das Ferienland Schweiz.

### *Abschied*

Dem neuen Direktor sei gestattet, an die Spitze dieses Vorwortes einige Sätze des Dankes an seinen Vorgänger zu richten.

Am 31. August 1979 verliess Direktor Dr. Werner Kämpfen die Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ), nicht altershalber, sondern weil in unserem wohlgeordneten Staatswesen eben auch der Junggebliebene mit 65 zu diesem Rückzug gezwungen wird. So sehr hat er die nationale Werbeorganisation des Fremdenverkehrs mit ihren 24 Auslandvertretungen geprägt, Idee und Strategie der touristischen Landeswerbung in Lehr- und Leitsätze gefasst, dass der Name Kämpfen dem Bekanntheitsgrad der SVZ inzwischen oft vorauseilte.

Sein Amtsantritt fiel mit dem Beginn eines ungestümen, quantitativen Fortschrittglaubens zusammen, mit der aufkommenden Versuchung, Qualität durch Menge, Individualität durch Vermarktung von Massen zu ersetzen. Es zeugte für seine Kraft, für seinen Mut auch, notfalls gegen den Strom zu schwimmen, dass er gegen die touristische Wachstumseuphorie geistige Dämme er-

richtete und einer organischen Entwicklung das Wort redete. Seine Warnung vor der Selbstzerstörungskraft des Tourismus, seine Thesen über das Grundkapital Landschaft, die, einmal verschandelt, unwiederbringlich sei, fanden Jahre später, nach Anfeindungen zwar, Zu- und Eingang in Theorie und Praxis. Seinen vielfach visionären, der schnellebigen touristischen Zeit oft vorangehenden und deshalb nicht immer verstandenen Gedankengängen stand eine sehr realistische und rationale Seite ausgleichend gegenüber. Dies kommt in seinem schon längst klassisch gewordenen Leitwort: «Leistung kommt vor Werbung» zum Tragen. Mit den Slogans «Reise durch Europa - raste in der Schweiz» und «Die Schweiz - das zweitschönste Land (nach Ihrem eigenen)» hat Werner Kämpfen sein eigenes Credo, die gegenwärtige und künftige Werbephilosophie des Schweizer Tourismus, in wenigen Worten zusammengefasst. Die lebenswürdige Untertreibung, die Abneigung vor Superlativen war und ist ihm stets Anliegen. So sehr der ehemalige Direktor der SVZ als Werbefachmann, als brillanter Rhetoriker und als Mensch ausstrahlte, war er, von Beruf und Aufgabe her der Öffentlichkeit ausgesetzt, doch dem Lauten und Gesellschaftlichen abhold, zog lieber seine eigenen Wege, mit sich, seinen Gedanken und Gott allein. Zwar mit Geist, Leib und Seele seiner Aufgabe verpflichtet, erfüllte ihn doch eine im Tourismus aufkommende Tendenz mit Sorge und Unbehagen, die Tendenz nämlich, die das eigene

Land, die Schweiz, als Bezugspunkt und Essenz aller unserer touristischen Angebote in den Hintergrund drängt und das rein Merkantile im Tourismus überbewertet. Für ihn soll unser Land nicht einfach «verkauft», sondern liebenswürdig argumentierend empfohlen werden. Vielleicht war es diese Überzeugung, der Glaube an das Unmessbare, diese Weltanschauung auch, nach der Tourismus mehr als Logiernächtezählung und Umsatzstatistik sei, die ihn oft in Gegensatz zu Exponenten des Marketing brachte. Werner Kämpfers Abschied von der Verkehrszentrale bedeutete nicht Abschied von der Verantwortung. Seine beruflichen Lebensstapen – Promovierung zum Doktor der Jurisprudenz, als Sekretär und Biograph von «Dr. Goudron», dem Arzt, der die Strassenteerung erfunden hat, als Nachrichtensprecher im Landessender Beromünster von 1939 bis 1948 und dadurch fast zum Symbol der neutralen, aber zum Widerstand bereiten Schweiz geworden, dann als Verkehrsdirektor von Zürich bis 1960 – enden nicht mit seinem Rücktritt als Direktor der SVZ; er wird als Präsident des Verwaltungsrates der PTT und der Schweizer Reisekasse alle Hände voll zu tun haben, um nicht – um es mit seinen eigenen Worten zu sagen – einem Unruhestand zu verfallen. Seine ihm eigene, geistige dynamische Bedächtigkeit wird das zu verhindern wissen.

In diesem, sein letztes SVZ-Jahr kommentierenden Bericht sei Dr. Werner Kämpfer noch einmal herzlich für alles gedankt, was er für die Schwei-

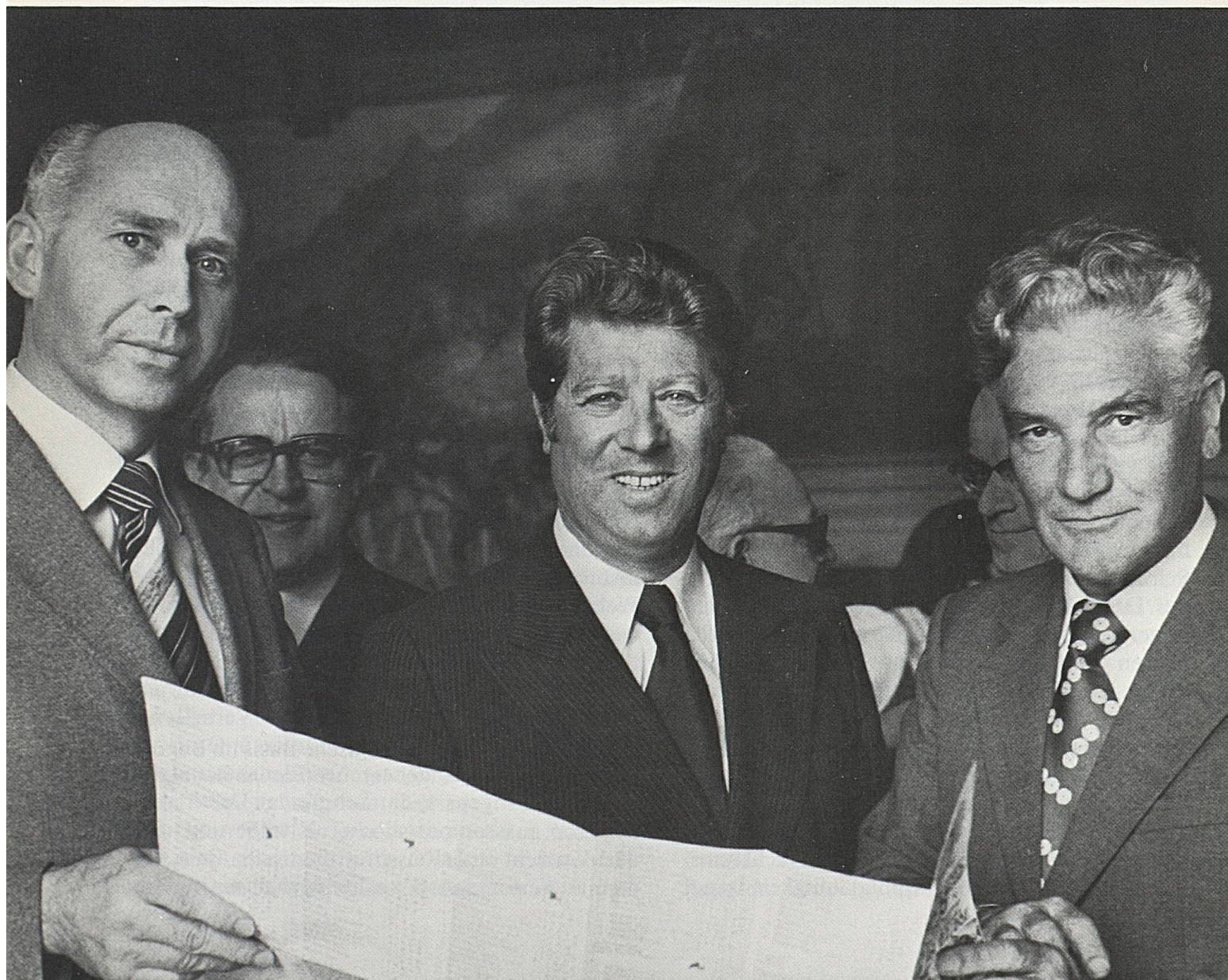
zerische Verkehrszentrale und damit für das Ferienland Schweiz vollbracht hat.

#### *Zukunft im Umbruch*

Die Betonung liegt auf *Umbruch* und nicht auf *Bruch*, denn so wie der Acker umgebrochen werden muss, bevor er neue Saat aufnehmen und wieder Frucht hervorbringen kann, bedarf auch die touristische Landeswerbung der ständigen Erneuerung. Sie ist aber nur dann glaubwürdig und erfolgreich, wenn sie kontinuierlich auf- und umgebaut wird und nicht ohne Not Brüche und Unterbrüche schafft.

In der Fremdenverkehrspolitik eines Landes wie der Schweiz, in der der Tourismus kleinräumig und mittelständisch, freiheitlich und föderalistisch gewachsen ist, besteht ein *latenter Dualismus*. Lassen sich die touristischen Entwicklungsziele eher mit einer auf Erfahrung basierenden Intuition, in freier pragmatischer Taktik erreichen, oder erfordern die Zwänge der Zeit eine konzeptionelle und strategische Führung? Weder noch, wenigstens was die Schweiz betrifft. Der föderalistische Aufbau des Landes, die Verschiedenartigkeit der sozio-ökonomischen Bedürfnisse, vor allem aber das Wesen des Erholungstourismus, der seine ideologische Basis im Begriff der Ferienfreiheit findet, rufen nach einer flexiblen Politik. Diesem Grundsatz der Beweglichkeit folgt das *Schweizerische Tourismuskonzept*. Es wurde im Auftrag des Bundesrates von der Beratenden Kommission für Fremden-

*SVZ-Präsident Jean-Jacques Cevey mit seinen beiden Direktoren: dem scheidenden Dr. Werner Kämpfen und dem neugewählten Walter Leu*



verkehr (Vorsitz: Professor Dr. Paul Risch) und unter Mitwirkung des Fremdenverkehrsdienstes im Bundesamt für Verkehr erarbeitet und Ende August 1979 der Öffentlichkeit vorgestellt. Einerseits zeigt es Möglichkeiten für eine harmnischere Entwicklung durch Koordination und Kanalisierung auf, um den touristischen Bedürfnissen des harten internationalen Wettbewerbs sowie wirtschaftlichen und ökologischen Problemen gerecht zu werden. Andererseits lässt es der freiheitlich-individuellen Initiative jenen Spielraum, der dem Verständnis der Schweiz wie auch der Eigenart und den Erwartungen ihrer Gäste entspricht.

Das Erscheinen des Schweizerischen Tourismuskonzeptes stellt in der Tat ein Bindeglied dar zwischen zwei Epochen. Das Zeitalter des dezentralisierten und oft zufallshaften Wachstums - in dem es auch zu krebsartigen Wucherungen und Übernutzungen der touristischen Grundsubstanz der Schweiz, der Landschaft, kam - läuft allmählich aus. Das Tourismuskonzept bringt, vernünftig angewendet, den rollenden Übergang zur integrierenden Fremdenverkehrsentwicklung, die sich für die achtziger Jahre anbahnt: bessere Synchronisierung von Angebot und Nachfrage unter gleichzeitiger Ausmerzung entwicklungspolitischer Zielkonflikte durch Zielharmonisierung.

Allerdings wird es nötig sein, mit Konzepten ökonomischer und sinnvoll leben und arbeiten zu lernen. Die noch aus der Zeit der Wachstumseuphorie stammende Konzeptgläubigkeit bringt

oft mit sich, dass die in die Erarbeitung eines Leitbildes investierte Energie so gross ist, dass mit dessen Veröffentlichung dann und wann völlige Ermattung eintritt und die Kräfte für die Umsetzung der Gedanken in die Praxis fehlen. Anders ausgedrückt: der dynamischen Planungs- und Erarbeitungsphase folgt Immobilität. Oder es kommt zur bekannten Angst vor dem eigenen Mut, besonders wenn unrealistische Zielvorgaben und Forderungen aufgestellt wurden.

Die Verfasser des Schweizerischen Tourismuskonzeptes waren sich solcher Gefahren bewusst und haben durch klugen Verzicht auf hochgemute Zukunftsvisionen ein Leitbild entworfen, das zu einem tauglichen Instrument werden dürfte, um die bisher nur in Ansätzen bestehende gesamtheitliche Tourismuspolitik für die Schweiz mit wirksamen, teils neuen Mitteln fortzusetzen. Die Schweiz muss ein *Land der Ferienfreiheit* bleiben und sich international gegen jede unverhältnismässige Beeinträchtigung des Tourismus zur Wehr setzen, erfolge sie durch die Behinderung des freien Grenzübertritts, durch Devisenrestriktionen oder ähnliche Massnahmen. Gleichzeitig muss sie sich aber auch für die vermehrte Anwendung von verantwortungs-ethischen Verhaltensnormen im Fremdenverkehr einsetzen. Dazu gehört die Bewahrung der eigenen Identität und der kulturellen Eigenart, der Schutz der Destinationen von massentouristischer Nivellierung und der Verzicht auf Reissbrett-Stationen mit der damit verbundenen «Intensivhaltung» von

Gästen, der Ausbau eines die Relationen wahren Konsumentenschutzes usw.

Die achtziger Jahre müssen vor allem die Einsicht bringen, dass Tourismus nicht mehr länger einfach eine Form der Industrie und eine wirtschaftliche Tätigkeit unter ortsverändernden Aspekten darstellt. Seine Ausübung muss zu einem Menschenrecht erhoben werden, gleichwertig neben anderen klassischen Rechten. Damit dem so sei und der Tourismus seine Lebenskraft erhalten kann, müssen allerdings die ideologischen, ethischen und rechtlichen Grundlagen noch beachtlich überdacht werden.

Das «Ceterum censeo» im Schweizer Tourismus wird nach wie vor der Schutz der Erholungslandschaft bleiben. Sie, das nicht erneuerbare, bei verantwortungsvoller Ausnützung jedoch hochverzinsliche Grundkapital, gilt es zu schützen. Immerhin darf doch auch einmal eine kleine Korrektur bezüglich der nur und nur die Zerstörung erwähnenden Stimmen angebracht werden. Die Schweiz gehört zu den am höchsten entwickelten und industrialisierten Ländern mit hoher Besiedlungsdichte. Entwicklungsstand, ein wie nirgends auf der Welt dichtes öffentliches Verkehrsnetz, hohe private Motorisierung, ein fast lückenloses Kommunikationssystem und weitere Infrastrukturen fallen mit einem flächenmässig geringen Staatsgebiet zusammen. Darüber breitet sich ein Tourismus aus, der wiederum von allen Staaten – einige Stadtstaaten ausgenommen – den höchsten Ausnützungsgrad pro Quadratkilometer auf-

weist. Angesichts dieses Aufeinandertreffens von wirtschaftlichen Betätigungen, die von der Landschaft eigentlich fast gegensätzliche Erwartungen haben, darf der Schweiz doch auch attestiert werden, dass mit Bezug auf den Landschaftsschutz nicht einfach alles nur schlecht gemacht worden ist, sondern dass auch bei vielen Sünden stets auch Verantwortungsbewusstsein und guter Wille vorhanden war. Für die Schweiz im besonderen stellt sich für die Zukunft das Problem der breiteren Verankerung des touristischen Denkens in der Bevölkerung. Wirkliche und echte Gastgeberschaft kann nicht nur Aufgabe der in Hotellerie und Gastgewerbe unmittelbar tätigen Menschen, sondern soll Verhaltensweise der Bevölkerung ganz allgemein sein. Wenn die völkerverbindende Wirkung des Tourismus nicht einfach Behauptung und Alibi sein will – was heute auf weite Strecken leider zutrifft – dann braucht hier die erwähnte Ideologie eine Abstützung im Volk. Nur dadurch kommt es zur zwischenmenschlichen Begegnung, die letztlich das Beglückende eines Ferienaufenthaltes und einer Reise ausmacht.

*Nachfrage: Von der Enttäuschung zur Hoffnung*  
Obwohl der Schweizerfranken in fast regelmässigen Schüben seit 1971 vorerst insbesondere gegenüber dem Dollar und später generell gegenüber allen Währungen im Wert zunahm, legte der Fremdenverkehr lange Zeit eine erstaunliche Resistenz an den Tag. Der Grund dafür lag zu-

nächst in dem ihn schützenden «time-lag», jener Erscheinung, die den Einfluss negativer, aber auch positiver Wirtschafts- und Währungsfaktoren auf das Reiseverhalten verzögert. Die Ferienreise als bedeutende touristische Erscheinungsform gehört heute zu den Elementarbedürfnissen breiter Bevölkerungsschichten. Dann erweisen sich auch bekannte und anerkannte Qualitäten der Schweiz und des Ferienlandes als für den Kursanstieg neutralisierende Faktoren. Vor allem erwies sich die 1974 vom Schweizer Hotelierverein mit seinen Mitgliedern vereinbarte Einfrierung der Preise in der Hotellerie als wirksamer Schutz gegen die nachfragehemmenden Auswirkungen der Währungsturbulenzen. Im Sommer 1978 brachen aber die Dämme. Ein erneuter Steigflug des Frankens führte bei der ausländischen Nachfrage eine Tendenzumkehr herbei, die uns ab Juni 1978 bis August 1979 monatliche Minuszahlen zwischen 2% und 40% in der Hotellerie bescherten. Besonders schmerzlich trafen uns die Rückgänge aus wichtigen Märkten wie den Benelux-Staaten, der Bundesrepublik Deutschland und Frankreich. Die stärksten Rückschläge mussten ausgerechnet in der bisher als sicheren Lieferanten von Frequenzen geltenden Wintersaison von Dezember 1978 bis März 1979 hingenommen werden. Ende August 1979, dem letzten Minus-Monat, hatte sich in der klassischen Beherbergung, Inländer und Ausländer zusammengenommen, der Rückstand im Verhältnis zur Vorjahresperiode auf 1,9 Mio. Übernachtungen oder 7,1%

belaufen. Geht man den Gründen für diese Rückschläge nach, so sind zwei davon evident.

Zum ersten bewirkte der exzessive Kursanstieg des Frankens im Spätsommer 1978 einen eigentlichen Schock. Eine Welle von mehr tendenziösen denn sachlichen Kommentaren ging durch die Weltpresse und blockierte das Ferieninteresse des ohnehin sensibilisierten Gästepotentials der Schweiz nachhaltig. Der mildernde «time-lag» wurde vollkommen überspielt. Dazu gesellte sich bei zahlreichen Vertretern des Schweizer Tourismus eine die Lage verschlimmernde Haltung, die die eigenen Schwächen beschwor, statt mit den nach wie vor bestehenden Stärken des Ferienlandes zu operieren und zu argumentieren. In dieser zwangshaften Lage hat die SVZ nie aufgehört, an eine bessere Zukunft zu glauben und diesen Optimismus auch zu verbreiten. Dank der vom Bund für 1979 und 1980 bereitgestellten Sonderbeiträge im Rahmen der Stärkung der Aussenwirtschaft unseres Landes konnten aber innert nützlicher Frist breite Informations- und Werbekampagnen in die Wege geleitet werden. In den wichtigsten Märkten führte und führt die SVZ einen kombinierten Einsatz von Inseraten, Einladungen von Medienschaaffenden in die Schweiz, von Ausstellungen und Verkaufsförderungsaktionen bei der individuellen Kundschaft wie bei Reiseveranstaltern durch. Dadurch gelang es, die sich nur noch im Kreise drehenden Diskussionen um den Schweizerfranken allmählich zu dämpfen und das Gespräch auf die positiven

Aspekte unseres Angebotes zu lenken. Zum Zeitpunkt der Niederschrift dieses Vorwortes ist der Ruf über die teure Schweiz weitgehend verstummt, ja unser Land wird in der internationalen Presse wiederum als preiswürdige, wenn nicht gar preisgünstige Destination beschrieben.

Dank der Gesamtheit der Anstrengungen aller touristischen Kreise, aber auch als Ergebnis der inzwischen auch eingetretenen fühlbaren Abschwächung unserer Währung trat ab September 1979 eine Wende zum Besseren ein. Sie bewirkte, dass sich der im Frühjahr 1979 für das ganze Jahr noch befürchtete Rückgang der Übernachtungen um 5% per Ende Jahr auf insgesamt -1,7% zurückbildete, was einen Ausfall von 1,16 Mio. Übernachtungen gegenüber 1978 ausmacht. In der touristischen Bilanz des Berichtsjahres muss den Gästen aus dem eigenen Land einmal mehr ein Lob gespendet werden. Trotz nach wie vor grossem Sog aus dem Ausland brachten es die Schweizer auf 37,27 Mio. Nächtigungen, was einer Zunahme von 3,5% entspricht. Die Ausländer blieben mit 30,06 Mio. Übernachtungen - Hotellerie und Parahotellerie zusammengenommen - mit 7,4% immer noch im Minus. Die schweizerischen Bruttoeinnahmen aus dem Tourismus - Ausgaben ausländischer Gäste in unserem Land und internationale Transporte - dürften 1979 etwa 5,56 Milliarden Franken betragen gegenüber 5,63 Milliarden im Jahre 1978. Die Ausgaben im übernachtenden Binnentourismus werden voraussichtlich die Höhe von rund 2,5 Milliarden Franken

erreichen. 1979 fiel besonders auch durch einen durch die gute Herbstwetterlage begünstigten starken Anstieg im Ausflugstourismus auf. Hier dürfen die Umsätze mit etwa 2 Milliarden Franken zu veranschlagen sein, so dass der schweizerische Fremdenverkehr auch im Berichtsjahr die 10-Milliarden-Umsatzgrenze wieder überschreitet.

#### *Günstige Aussichten*

1979 ist für die SVZ ein Jahr der quantitativen, aber auch qualitativen Produktionsrekorde. Nicht nur haben wir bei allen Werbemitteln einen bis zu 30% höheren Ausstoss erreicht; mit der Verleihung von 9 schweizerischen und internationalen Auszeichnungen wurden Stil und Werbeauffassung der SVZ Beachtung und Anerkennung geschenkt. Nun sind aber nicht allein die Tonnage der hergestellten Werbemittel und die Zahl der Auszeichnungen ausschlaggebend, sondern deren Wirkungsgrad, herbeigeführt durch eine gezielte Verteilung. Auch in dieser Beziehung haben wir im Rahmen unserer Sonderkampagnen neue Massstäbe setzen können. Die Antwort des Zielpublikums ist nicht ausgeblieben. Bis zum März 1980 haben unsere Auslandvertretungen, vor allem in Westeuropa, Steigerungen der Nachfrage nach Informationen zwischen 20% und 70% gemeldet. Dies ist ein verlässliches Indiz für einen vermutlich besseren Verlauf der Nachfrage für den Sommer und Herbst 1980. Die Winterfrequenzen - Januar und Februar 1980 - haben ja

*Beispiele aus Photoserien und Bild-  
berichten: Kloster Rheinau  
Strassenmusikanten auf Zürichs Bahn-  
hofstrasse  
Die Lausanner Altstadt mit ihren alten  
Wirtshausschildern und dem Turm der  
Kathedrale  
Bocciapartie im Mendrisiotto*

bereits erfreuliche Zunahmen von 15% ergeben. Wir haben einen weiteren Grund zur Genugtuung. Nach einer mehrjährigen und fast stetigen Abwärtsbewegung im Fahrkartenverkauf für die Schweizerischen Bundesbahnen und die Transportunternehmungen des öffentlichen Verkehrs durch unsere Auslandsvertretungen hat sich seit Herbst 1979 eine Erholung eingestellt. Ein Trend zurück zur Bahn ist unverkennbar, wobei zu hoffen bleibt, dass er von Dauer ist. So dürfen wir mit der den Schweizern zwar eigenen Vorsicht mit Optimismus dem Verlauf des touristischen Jahres 1980 entgegensehen, in der Hoffnung, dass bei dieser guten Prognose für einmal Goethes Zitat «Seltsam ist Prophetenlied; doppelt seltsam, was geschieht» nicht stimmen möge.

Wichtig scheint uns in dieser Phase des Wiedererstarkens unseres Tourismus und einer zunehmenden Ausgabenfreudigkeit der Gäste der absolute Vorrang der Qualitätsleistung. Einzelne Meldungen über abnehmende Dienstbereitschaft und wenig gastfreundliches Benehmen geben wohl keine Tendenz an, sind aber doch Menektekel. Besonders behutsames Vorgehen muss auch für künftige, wohl nicht zu umgehende Preiserhöhungen empfohlen werden. Sie sollen, sofern nötig, in vorsichtiger Dosierung erfolgen, damit die Schweiz nicht wieder in den alten Ruf

des «teuren Ferienlandes» zurückfällt. Denn das ist gegenwärtig wohl der schönste Lohn für die Bemühungen der SVZ: Das Image «teure Schweiz» ist Geschichte!

Der Schluss dieser Betrachtungen gilt einem wichtigen Anliegen, dem Danken. Statt einer langen Einzelaufzählung wollen wir allen uns nahestehenden Persönlichkeiten, Ämtern, Verbänden, Unternehmungen, Vereinigungen und Organisationen innerhalb und ausserhalb des Fremdenverkehrs ganz herzlich danken. Ihre Unterstützung und Sympathie sind die wichtigen Triebfedern für unsere Bestrebungen. Sie machen die schöne Aufgabe, für das Ferienland Schweiz tätig sein zu können, zum faszinierenden Erlebnis. In diesem Dank eingeschlossen sind aber auch alle SVZ-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im In- und Ausland. Sie haben im Berichtsjahr eine enorme zusätzliche Leistung erbracht. Der Kreis schliesst sich mit dem Dank des ganzen Ferienlandes Schweiz an seine Gäste aus dem eigenen Land und aus der Ferne, denen wir mit dem SVZ-Slogan 1980 zurufen «Komm in die Schweiz - sei unser Gast».

*lic. iur. Walter Leu*  
Direktor der Schweizerischen  
Verkehrszentrale







