

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 46 (1986)

Vorwort: Vorwort
Autor: Cevey, Jean-Jacques

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: 19.01.2026

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

Hartnäckiger denn je widersprachen die Fakten letztes Jahr dem übertriebenen Optimismus, der Tourismus sei gegenüber politischen oder wirtschaftlichen Krisen wenig anfällig. Anfang 1986 konnte man annehmen, die äusserst negativen Folgen des in Europa überhandnehmenden internationalen Terrorismus würden von kurzer Dauer sein, und die zu Recht verängstigten amerikanischen Touristen würden unseren Kontinent schon bald wieder bereisen. Man hatte nicht mit Tschernobyl gerechnet. Man hatte aber auch nicht an die Schwäche des Dollars gedacht, die in diesem spannungs- und dramengeladenen psychologischen Klima eine abschreckende Wirkung auf den Tourismus aus Übersee haben sollte.

Das Gesamtergebnis des schweizerischen Fremdenverkehrs hat durch das Zusammenwirken dieser negativen Faktoren gelitten, nahm doch die Zahl der Übernachtungen nordamerikanischer Gäste gegenüber 1985 im letzten Jahr um rund ein Drittel ab. Wir verdanken es letztlich der Steigerung in mehreren Bereichen des europäischen Marktes und der Vitalität des inländischen Tourismus, dass uns das Ergebnis 1986 nicht entmutigen muss.

Wenn ich gleich zu Beginn auf Entwicklungen hinweise, die im Jahresbericht noch genauer analysiert werden, so um zu zeigen, wie verwundbar unser Wirtschaftszweig gegenüber Ereignissen ist, auf die wir keinen Einfluss haben, aber auch welche grosse Reaktionsfähigkeit wir in solchen Situationen an den Tag legen müssen. Ich kann bezeugen, dass zahlreiche Verantwortliche von Werbeorganisationen oder touristischen Unternehmungen in mehreren europäischen Ländern und in der Schweiz mit Initiative und Durchschlagskraft Massnahmen ergriffen,

als sie das Ausmass der Rückgänge auf dem nordamerikanischen Markt – als Folge der eben erwähnten Ereignisse – zur Kenntnis nehmen mussten.

Die Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ) war stark an diesen Massnahmen, die im übrigen weiterverfolgt werden, beteiligt. Allerdings erwiesen sich die verfügbaren Mittel, gemessen am Ziel, das es kurzfristig zu erreichen galt, aber auch im Hinblick auf unsere längerfristigen Ambitionen, oft als zu schwach.

Unsere Bemühungen dürfen sich nicht auf das schnelle Reagieren beschränken, um unvermeidbare Verluste auf einem Markt durch eine erhöhte Aktivität auf einem anderen auszugleichen. Wir müssen vielmehr versuchen, jene Kundschaft wieder anzuziehen, die aufgrund bestimmter Ereignisse der Schweiz fernblieb. Wir müssen aber auch die aussergewöhnliche Entwicklung der Konkurrenz beachten, der Länder mit einer langen touristischen Tradition wie das unsere heute ausgesetzt sind. Ich möchte in diesem Zusammenhang ein paar Zeilen aus der Botschaft zur Änderung des Bundesbeschlusses über die Schweizerische Verkehrszentrale zitieren:

«In den letzten 20 Jahren ist der touristische Weltmarkt stark gewachsen. Er wird von einer zunehmenden Anzahl Destinationen immer intensiver und professioneller bearbeitet. In der Weltorganisation für Tourismus, der auch die Schweiz angehört, sind über hundert Staaten vertreten, die alle nationale Werbeinstitutionen unterhalten. Die traditionellen touristischen Kundenländer werden mit staatlicher Hilfe stark umworben. Die Budgets der nationalen Werbeorganisationen der neuen und traditionellen Ferienländer nehmen laufend zu. Im Vergleich zur ausländischen Konkurrenz,

etwa der österreichischen, französischen oder italienischen Landeswerbung, weist die SVZ immer noch ein bedeutend geringeres und weniger rasch wachsendes Budget auf. Um einen genügenden Werbeeffect zu erzielen, muss gerade ein kleines Tourismusland im Verhältnis mehr Werbemittel einsetzen als ein grösseres».

Mir scheint, dass die Verfasser dieses Textes das Problem, wie es sich einer Organisation wie der Schweizerischen Verkehrszentrale bedingt durch die Vielfalt der ausländischen Konkurrenzangebote stellt, klar wiedergegeben haben.

Aber die Schweizerische Verkehrszentrale ist nicht allein von der Entwicklung dieser Konkurrenz betroffen. Die tourismusfördernde Aufgabe obliegt bei uns ja ebenso den lokalen, regionalen oder kantonalen Organisationen. In einem Land, das sich in seiner Vielfalt verstanden wissen möchte, ist das auch gut so. Der Wille, jeden dem föderalistischen Prinzip oder der Marktwirtschaft zuwiderlaufenden Zentralismus zu vermeiden, darf uns aber auch nicht ein anderes Prinzip vergessen lassen, ohne das die Schweiz ihre Identität oder ihre Stimme gegenüber anderen Staaten nicht geltend

machen kann. Ich denke an das Prinzip der Solidarität, dem unserer Meinung nach auch die Sorge um Harmonisierung und Koordination der Anstrengungen der mit Tourismuswerbung betrauten Organisationen zugrunde liegt, ebenso wie die Sorge, mittels einer guten Zusammenarbeit eine bessere Wirksamkeit ihrer Massnahmen zu gewährleisten.

Diese Gedanken führen mich verständlicherweise dazu, all jenen, die sich in diesen Institutionen für die Förderung des Images einer an Sehenswürdigkeiten und Kulturen reichen und der Tradition eines gastfreundlichen Landes verpflichteten Schweiz einsetzen, meinen Dank auszusprechen. Ich freue mich auch, im Namen der im Tourismus Tätigen den Mitgliedern der Bundesbehörden und der Verwaltung, die ihre Arbeit unterstützen, danken zu dürfen. Schliesslich richte ich im Auftrag des Ausschusses und des Vorstandes der SVZ einen freundlichen und herzlichen Dank an ihren Direktor, Walter Leu, sowie an das Kader und die Mitarbeiter der Zentrale, deren Arbeit Gegenstand dieses Jahresberichts ist.

Jean-Jacques Cevey, Präsident SVZ

