

# «Schweiz, ganz natürlich»

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2016)**

PDF erstellt am: **24.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685603>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# «Schweiz. ganz natürlich.»

«Zurück zur Natur»: Das geflügelte Wort des Genfer Philosophen Jean-Jacques Rousseau steht sinnbildlich für die DNA des Schweizer Tourismus. Die Eroberung der wichtigsten Ressource – der Schweizer Bergwelt – ist der Ursprung für den anhaltenden Boom.

Da geht ganz gehörig die Post ab, im Mai 1962 – zum 250. Geburtstag von Jean-Jacques Rousseau. Sternförmig rollen sechs Postkutschen während acht Tagen von Frankfurt, München, Mailand, Lyon, Paris und Brüssel zur St. Petersinsel, wo der Philosoph einst Zuflucht gefunden hatte. Die SVZ setzt bewusst einen Akzent auf den Genuss der Natur und bereichernde Begegnungen mit Menschen.

## Natürliches Kapital bewahren

Die Natur ist das Kapital schlechthin für den hiesigen Tourismus – seit Tag 1. Zuerst wagen sich Adelige in die Alpen und suchen die frische Luft in den Berner,

Bündner und Walliser Bergen. In den 1920er-Jahren tritt der Kurgedanke in den Vordergrund, später heisst es: «Swiss Alps calling» (1951). Nicht nur Kinder leben dank Schweizer Ferien gesünder (1952), Bergluft macht auch schlank, titelt die Verkehrszentrale mit einem Augenzwinkern (1969). Immer breiter wird der Publikumsstrom, den es zurück zur Natur, zu den blauen Seen und in die Gletscherwelt zieht. Hier und dort schweben Bähnchen zum Schweizer Himmel und wachsen neue Destinationen. Weit-sichtige Touristiker warnen in den 1960er- und 70er-Jahren folglich auch vor Exzessen. Denn: ohne Natur kein Tourismus. Und ohne natürlichen Reichtum der Kontraste kein nachhaltiges touristisches Wachstum.

Die Bewahrung der Natur ist ein Kernanliegen von Schweiz Tourismus – und damit definitiv ein strategischer Erfolgsfaktor. Der neue Slogan seit 2003 «Die Schweiz. ganz natürlich.» bringt es auf den Punkt: 18 neue Naturpärke und eine Charta für die Nachhaltigkeit zusammen mit Branchenpartnern (2009) sprechen Bände. Nur folgerichtig, dass sich das Motto für das Jubiläumsjahr 2017 auf die Wurzeln besinnt: «Die Natur will dich zurück» – den Reisegrund für die (Wieder-)Entdeckung der Schweiz schlechthin.



Die SVZ präsentiert an der Landesausstellung in Lausanne eine Polyvision-Panoramashow (spezielles Breitbildformat) in einem spektakulären Pavillon.

Das Schweizer Fernsehen führt Werbespots ein. Die SVZ präsentiert einen Spot zum Thema «Winterferien in der Schweiz».

Ein Abkommen mit der Swissair ermöglicht die Schaffung von sechs touristischen Auskunftsstellen in südamerikanischen Städten.

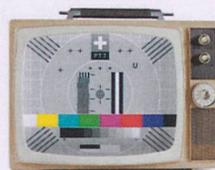


1964

1966

1967

1968



Einführung des Farbfernsehens in der Schweiz: eine neue Ära und neue Möglichkeiten für die Tourismuswerbung.