

Zeitschrift: Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]

Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale

Band: 60 (1987)

Heft: 4: Begegnungen : heute - gestern - morgen = Rencontres : aujourd'hui - hier - demain = Incontri : oggi - ieri - domani = Meetings : today - yesterday - tomorrow

Artikel: Vom Vergnügen des Reisens = Le plaisir du voyage = On the pleasures of travel = Il piacere di viaggiare

Autor: Geissler, John

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-773710>

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: 26.03.2026

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

Umschlagbild: Hans Küchler fragt nach der Zukunft für unsere Gäste (weitere Zeichnungen ab Seite 38).

1 «Begegnung» ist Leitmotiv im Schweizer Tourismus. «Wenn zwei sich begegnen...» kann die Beziehung Gast/Gastgeber auch genannt werden. Zusammen mit der «Schweiz» besuchte eine japanische Reisegruppe letzten Herbst das Berner Oberland: Begegnungen mit attraktiven Landschaften, Erlebnisse mit Schweizern (Seiten 2–23).

2 Schweizer Reise im 19. Jahrhundert (Geschichten auf den Seiten 24–37 sowie eine Chronologie der Ereignisse auf Seite 46)

Page de couverture: Hans Küchler s'interroge au sujet de l'avenir de nos hôtes (d'autres dessins à partir de la page 38).

1 «Rencontres» est le mot clé du tourisme suisse. La relation entre l'hôtelier et son hôte entre aussi dans le cadre de la confrontation. Un groupe de touristes japonais a visité l'automne dernier l'Oberland bernois en compagnie de la «Suisse»: confrontations avec des paysages attrayants, rencontres avec des Suisses (pages 2–23).

2 Voyage en Suisse au XIX^e siècle (histoires, pages 24–37 et chronologie des événements, page 47)

Copertina: Hans Küchler si chiede quale sarà il futuro per i nostri ospiti (altri disegni da pagina 38 in avanti).

1 L'«incontro» è il motivo di base del turismo svizzero. La relazione ospite/ospitante può anche essere definita nel modo seguente: «Quando due persone s'incontrano...» Lo scorso autunno, un gruppo di ospiti giapponesi ha visitato l'Oberland bernese in compagnia della rivista «Svizzera»: incontri con paesaggi stupendi, avvenimenti vissuti assieme a cittadini svizzeri (pagine 2–23).

2 Viaggio in Svizzera nel secolo XIX (storie alle pagine 24–37)

Cover: Hans Küchler inquires into the future of our holiday guests (further drawings from page 38 on).

1 “Meetings” are a leitmotiv of Swiss tourism. The guest-host relationship is, after all, a meeting too. Last autumn a group of Japanese tourists visited the Bernese Oberland, accompanied by some of the editorial staff of “Switzerland”. Their visit brought encounters with beautiful landscapes as well as meetings with the Swiss (pages 2–23).

2 Travelling in Switzerland in the 19th century (episodes on pages 24–37, with a chronology of events on page 46)



Vom Vergnügen des Reisens

Man wird befragt und kreuzt auf dem Fragebogen eine oder mehrere mögliche Antworten an: der Grund der Ferienreise, was man während der Ferien unternommen hat, ob man mit dem Gebotenen zufrieden war oder nicht. Für die ausgefüllten Fragebogen sind die Tourismusforscher wirklich dankbar, denn aus den Auswertungen können erhellende Erkenntnisse über die Ferienwünsche und -gewohnheiten gewonnen werden, was erlaubt, Fehlentwicklungen in der Angebotsgestaltung und der Information zu vermeiden.

So weiss man, dass heute rund 75 von 100 Bewohnern der Schweiz im Jahr mindestens einmal in die Ferien (mit vier oder mehr Übernachtungen) fahren; die sogenannte Nettoreiseintensität beträgt bei uns also 75%. Wie hoch sie am Anfang dieses Jahrhunderts war, darüber gibt es keine Daten aus Befragungen; viel höher als 15% wohl kaum. In manchen aussereuropäischen Ländern ist die Nettoreiseintensität auch heute noch gering – kein Tourismusforscher wird aber daraus automatisch schliessen, dass die Lebensqualität in den betreffenden Ländern um soundso viel Prozent niedriger sein muss. Die meisten ausländischen Touristen, welche die Schweiz und andere Ferienländer Europas bereisen, kommen aus Gebieten, die relativ stark industrialisiert sind und eine Nettoreiseintensität von 50% oder mehr aufweisen. Das trifft vornehmlich bei unseren Gästen aus Europa zu. Diese relativ hohe Nettoreiseintensität kann als Garant dafür angesehen werden, dass Ferienreisen in der entsprechenden Bevölkerung zu einer recht stabilen Gewohnheit geworden sind, dass der Tourismus aus diesem Land also kaum von einem Jahr aufs andere zusammenbrechen wird. Allerdings können sich bei der Art und Weise, wie Ferien verbracht werden, und beim Geld, das man dafür auslegen kann, in relativ kurzen Zeiträumen beachtliche Änderungen ergeben.

Aus Befragungen weiss man zudem, dass die Nettoreiseintensität in der Schweiz heute auch bei Personen über 65 Jahren noch hoch ist (etwa 63%), wie Familien oder Alleinstehende reisen, was in den verbrachten Ferien besonders geschätzt wurde (der

Komfort der Unterkunft, die Freundlichkeit der Gastgeber usw.) und was nicht gefallen hat (beispielweise Lärm oder zu viele Bauten am Ferienort). Besonders interessant ist, dass die 75 von 100 Bewohnern der Schweiz, die in die Ferien fahren, dies im Jahr nicht einmal, sondern durchschnittlich zweimal tun (Reisehäufigkeit 2). Weil es sich dabei um eine Durchschnittszahl handelt, gibt es neben jenen, die doch nur einmal fahren, auch recht viele, die dreimal pro Jahr ferienhalber verreisen. Mit einer Befragung nach den Gründen für rund 8000 Ferienreisen, die Schweizer in einem Jahr unternahmen, hat das Institut für Fremdenverkehr an der Hochschule St. Gallen ermittelt, dass Ferien bei weitem kein Standardprodukt sind. Denn bei der ersten, zweiten und allenfalls dritten Reise des Jahres wurden jeweils andere Motive als ausschlaggebend bezeichnet. Das Motiv «Sonne und Wärme» wurde zum Beispiel bei 31% der Hauptreisen genannt, noch bei 13% der Zweitreisen, jedoch kaum bei Drittreisen. Umgekehrt kam das Motiv «aktiv Sport treiben» bei Zweitreisen stark zum Zuge, während das Bedürfnis «Verwandte, Bekannte, Freunde wieder treffen» bei den Drittreisen klar in den Vordergrund rückte. Die Ferienphantasie scheint also viel grösser zu sein, als oft angenommen wird. Von Europäern wird «Erholung, Entspannung» relativ oft als Motiv für Ferienreisen genannt, von Amerikanern und Gästen aus anderen englischsprachigen Ländern häufig der Grund «Vergnügen, Spass». Die Wünsche der einzelnen Touristen lassen sich aber bei weitem nicht sauber nach nationaler Herkunft einteilen, da gibt es zuviel Grenzüberschreitendes. Wer der Reiselust auf die Spur kommen will, wird sich allerdings nicht mit den Daten aus Umfragen begnügen. Zu interessant sind die vielen Reiseberichte illustrieren und weniger bekannter Menschen von gestern und heute. Auf mehr als 200 Jahre zurück lassen sich so drei Momente belegen, die bei Reisenden bleibende Eindrücke hinterlassen. Das erste und das letzte wird dabei oft nicht bewusst wahrgenommen, und wenn doch, dann kann die persönliche Reaktion sehr verschieden sein.

– Der Entschluss zur Abreise. Er wird gelegentlich als Einüben der eigenen Ersetzbarkeit erlebt. Man ist nicht mehr am Arbeitsplatz, man übergibt, vorerst auf Zeit, Obliegenheiten anderen Menschen. Bereits der Entschluss zum Aufbruch allein kann als befreiend verspürt werden.

– Das Gewinnen von Abstand zum Alltag (nicht nur in Kilometern). Von einem unüblichen Standpunkt aus ist der Blick auf das Leben möglich, das man sonst führt. Verbunden damit ist nicht selten die Erkenntnis, so weit man auch reist, sich selbst mitzunehmen. Behagt man sich nicht, kann allenfalls die eigene Verhaltensweise geändert werden. Ausserdem bieten Ferien die Möglichkeit, zu erleben, wie man unter anderen Rahmenbedingungen reagiert und handelt – und natürlich zu viel Erfreulichem. – Schliesslich das Moment der Rückkehr und damit die Änderungen, die Ferien oder das Abstand- und Erkenntnisgewinnen gebracht oder nicht gebracht haben, sowie der Einfluss, den sie im nachhinein auf das Leben zu Hause ausüben.

Schluss Seite 6

Le plaisir du voyage

Pour répondre aux questions, on coche sur le questionnaire une ou plusieurs réponses plausibles: le motif du voyage de vacances, ce que l'on a entrepris au cours des vacances, si elles ont apporté ce que l'on en attendait. Les enquêteurs touristiques sont très reconnaissants pour les réponses aux questionnaires, car elles les renseignent notamment sur les désirs et les habitudes des vacanciers, ce qui permet d'éviter les erreurs dans la préparation des offres touristiques et de l'information.

On sait ainsi qu'environ 75% des habitants de notre pays partent en vacances au moins une fois par an (pour au moins quatre nuitées) et que, par conséquent, ce que l'on nomme «le taux net de départs» s'élève à 75%. A combien s'élevait-il au début du siècle? Aucun questionnaire, aucun sondage ne peut nous le dire, mais il est probable qu'il n'excédait pas 15%. Dans maints pays hors d'Europe, il est aujourd'hui encore très réduit. Toutefois, aucun enquêteur touristique n'en tirera systématiquement la conclusion que la qualité de vie dans le pays en question y est inférieure dans une proportion correspondante.

La plupart des touristes étrangers qui voyagent en Suisse et dans les autres pays touristiques d'Europe viennent de régions plus ou moins fortement industrialisées, où le taux net de départs s'élève à 50% et plus. C'est le cas notamment chez nous pour nos hôtes des pays européens. Le taux net relativement élevé peut être considéré comme une garantie que le voyage de vacances y est entré dans les mœurs et que le tourisme n'y court guère le risque de faire faillite d'une année à l'autre. Certes, il arrive que le genre de vacances et l'argent que l'on peut y consacrer varient considérablement au cours de périodes relativement brèves.

Les sondages nous renseignent entre autres sur le taux net de départs chez les personnes âgées, qui restent en Suisse très élevé, sur la manière de voyager des familles et des personnes seules, sur ce que les vacanciers ont particulièrement apprécié (confort de l'hébergement, amabilité de l'accueil, etc.) et sur ce qui leur a déplu (trop de bruit, trop de constructions dans la station de villégiature).

Il est intéressant de noter que les 75% de Suisses qui vont en vacances ne partent pas une fois, mais en moyenne deux fois par an (fréquence de voyage 2). En disant «en moyenne», cela signifie que les uns partent seulement une fois et d'autres trois fois par an. Une enquête sur les motifs d'environ huit mille voyages de vacances a permis à l'Institut de tourisme de l'Université de St-Gall de conclure que les vacances ne sont nullement conçues comme un produit standard. Pour le premier, le deuxième et, en tout cas, pour le troisième voyage annuel, des motifs divers sont déterminants. Ainsi, pour 31% des premiers voyages on indique pour motif «le soleil et la chaleur»; c'est encore le cas pour 13% des deuxièmes

3 Mehr als 100 m tief ist die Aareschlucht in den Felsriegel zwischen Innertkirchen und Meiringen eingeschnitten

3 La gorge de l'Aar dans l'entaille rocheuse entre Innertkirchen et Meiringen a une profondeur de plus de cent mètres

3 La gola dell'Aare penetra ad oltre 100 m di profondità nell'altura rocciosa fra Innertkirchen e Meiringen

3 The River Aare has cut a gorge over 100 metres deep in the rock ridge dividing Innertkirchen and Meiringen



4-6 Die seit bald 100 Jahren begehbare Schlucht zeugt von der hartnäckigen Erosionsarbeit des fließenden Wassers – sicher bereits unter dem eiszeitlichen Aaregletscher

4-6 La gorge, praticable à pied depuis près de cent ans, témoigne de l'action érosive obstinée de l'eau courante sous le glacier de l'Aar, probablement déjà à l'ère glaciaire

4-6 La gola, resa accessibile ai visitatori quasi 100 anni fa, documenta il costante processo di erosione dell'acqua, iniziato certamente già durante l'epoca glaciale sotto la coltre del ghiacciaio dell'Aare

4-6 The gorge, which has now been accessible for nearly a hundred years, bears witness to the erosive power of flowing water, which no doubt began its work beneath the Aare Glacier in the Ice Age

voyages, mais pour très peu des troisièmes. Inversement, le motif «activités sportives» prédomine dans les deuxième voyages et la «rencontre avec des parents, des amis ou des connaissances» comme motif des troisièmes voyages. La fantaisie est ainsi, beaucoup plus souvent qu'on ne le pense, l'inspiratrice du voyage de vacances. Tandis que les Européens mentionnent assez souvent le besoin de détente, de relaxation, les Américains et les touristes d'autres pays anglophones allèguent fréquemment comme motif le plaisir, le divertissement. Les désirs des touristes ne permettent cependant pas de les classer selon la nationalité; ils sont par nature transfrontaliers.

Mais si l'on veut aller jusqu'à la racine du plaisir du voyage, on ne peut pas se contenter de lire les réponses à des questionnaires. Ce sont les récits de voyage de personnalités plus ou moins célèbres d'hier et d'aujourd'hui qui sont du plus haut intérêt.

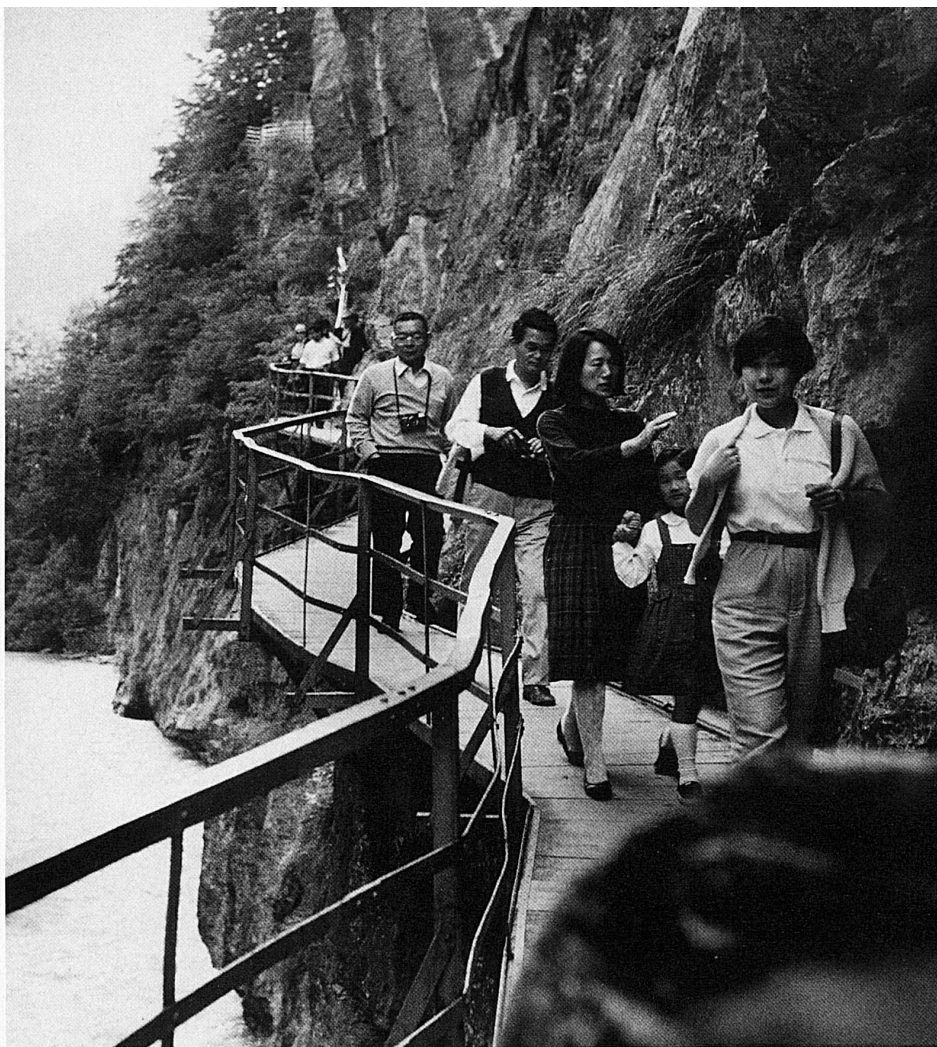
Jusqu'où le voyage peut-il nous conduire? «Voyage autour de ma chambre», a écrit Xavier de Maistre, et Jules Verne «Voyage au centre de la Terre» et «De la Terre à la Lune». Entre ces deux extrêmes, les buts de voyage sont innombrables.

Comment voyage-t-on avec plaisir et profit? Les guides abondent en conseils à ce sujet. Ceux que donnait déjà en 1688 Johannes Wagner dans le «Mercurius helveticus» ne me paraissent pas les plus mauvais. Il conseillait, après avoir admiré les rivières, les lacs, les montagnes, les villes, les bâtiments religieux ou profanes, de s'intéresser aussi aux domaines suivants:

- «La forme du gouvernement, qui comprend
 1. La religion..., avec les coutumes et les cérémonies
 2. le régime civil...
 3. les académies et écoles; comment la jeunesse est instruite; les savants et les hommes célèbres...
 4. les mœurs du peuple: le vêtement, la nourriture, les métiers, les occupations.
- Tout ce qui mérite d'être enregistré dans des éphémérides ordinaires ou dans son petit journal personnel.»

Ce sont les conseils à l'époque des voyages culturels, du «grand tour» d'où est dérivé au XIX^e siècle le mot «touriste», les notations d'un temps où l'on recherchait délibérément les rencontres. Ils peuvent, à mon avis, être aujourd'hui encore très utiles pour la réussite d'un voyage intéressant.

Jamais encore, sous nos latitudes, un aussi large éventail des couches de la population n'a eu la possibilité de découvrir le plaisir du voyage, cette récréation au cours de l'existence. Il y a de multiples manières de connaître le monde et l'humanité. En faire usage est un profit certain pour l'autre voyage, celui de la vie.



5/6



Wie weit sollen Reisen führen? «Reise um mein Zimmer» hat Xavier de Maistre geschrieben, «Reise zum Mittelpunkt der Erde» und «Reise zum Mond» Jules Verne. Dazwischen gibt es manche Wahlmöglichkeit. Wie reist man mit Vergnügen und Gewinn? Es gibt Handbücher zu Dutzenden. Nicht die schlechtesten Ratschläge scheinen mir jene zu sein, die Johannes Wagner 1688 im «Mercurius Helveticus» anführte. Schon Wagner riet den Reisenden, sich ausser Flüssen, Seen, Bergen, Städten, Gebäuden (den geistlichen und den weltlichen) folgen-

des im Lande zu merken: «Die Regierungsform: darin gehört

1. Die Religion ... die Gebräuche und die Ceremonien
2. Das weltliche Regiment...
3. Die Academien und Schulen; wie die Jugend unterwiesen wird; item, die gelehrten und berühmten Männer...
4. Die Sitten des Volkes: dero Kleidung, Nahrung, Gewerbe und Hantierungen. Welches alles in die ordentlichen Ephemerides oder täglichen Handbüchlein aufzuzeichnen (ist).»

Das sind Ratschläge aus der Zeit der Bildungsreisen, des «Grand Tour», woraus im

19. Jahrhundert dann das Wort «Tourist» abgeleitet wurde; Anmerkungen aus einer Zeit auch, in der man auf Reisen die Begegnung bewusst suchte. Von Nutzen zum Gelingen einer interessanten Ferienreise können sie meines Erachtens allerdings auch heute sein. Noch nie haben in unseren Breitengraden so grosse Teile der Bevölkerung die Möglichkeit gehabt, das Vergnügen des Reisens zu entdecken, diese Verschnaufpausen im Laufe des Lebens zu geniessen. Die Ferienmöglichkeiten sind vielfältig, Entdeckungsreisen in die Welt und zu Menschen durchaus möglich. Gewinn für den Rest der Lebensreise bringt es, sie zu nutzen.

John Geissler, SVZ



7

7 Ausländischen Gästen wird erklärt, wo man im Haslital Winterferien verbringt.

8 Hier liess der Autor Sir Arthur Conan Doyle seinen berühmten Detektiv Sherlock Holmes nach einem Zweikampf mit Moriarty zu Tode stürzen. Zum Punkt der Begegnung mit der Kriminalgeschichte – zum oberen Reichenbachfall – bringt einen die seit 1898 in Betrieb stehende Drahtseilbahn

7 Des touristes se font expliquer où l'on peut passer les vacances d'hiver dans le Haslital.

8 C'est ici que le romancier Sir Arthur Conan Doyle a imaginé la chute mortelle de son célèbre détective Sherlock Holmes après le duel avec Moriarty. Un funiculaire en fonction depuis 1898 conduit jusqu'à la chute supérieure du Reichenbach, lieu de la confrontation avec l'histoire policière

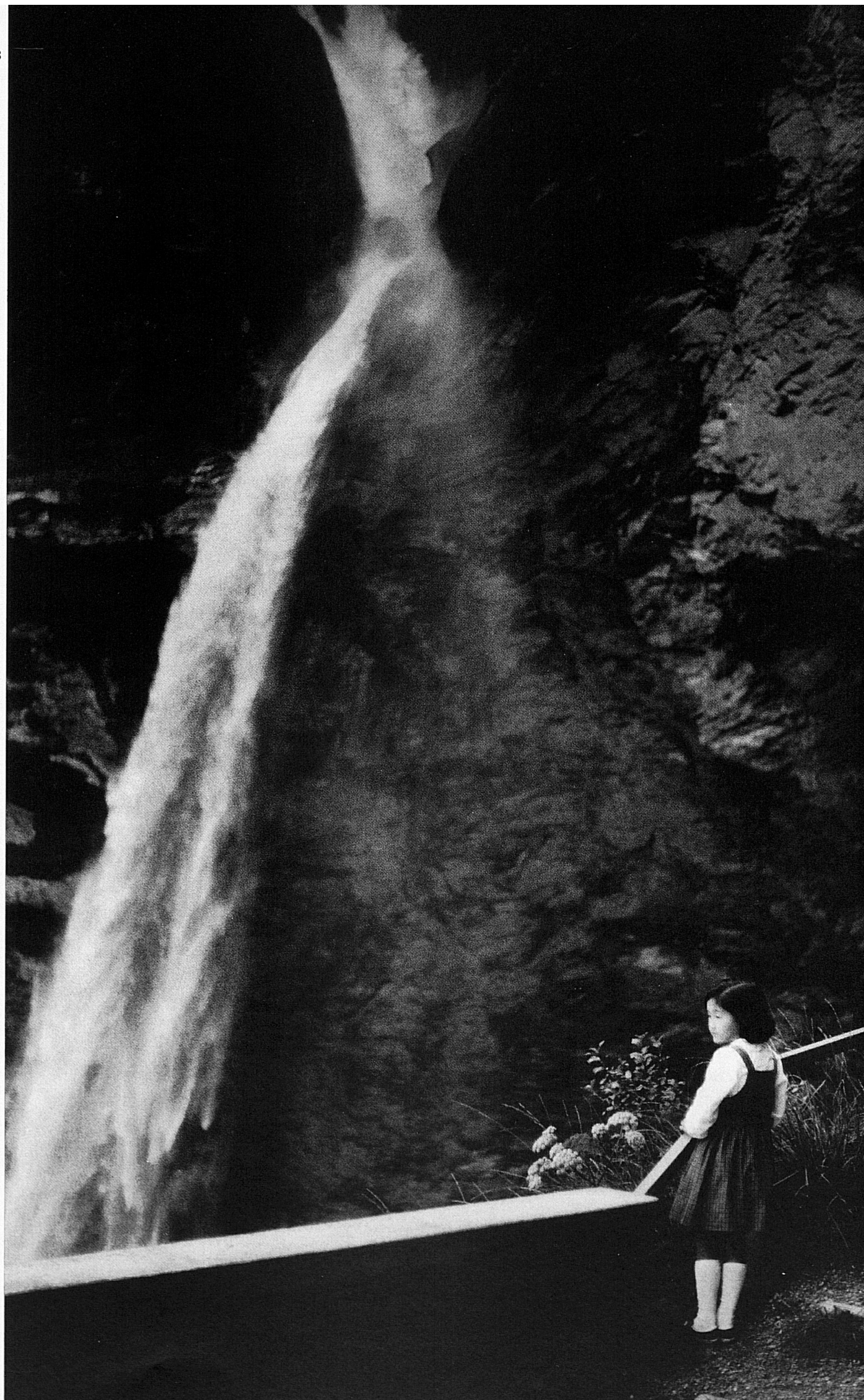
7 Agli ospiti vengono fornite informazioni sui centri invernali dell'Haslital.

8 In questo luogo, Sir Arthur Conan Doyle fece precipitare nel burrone il suo celebre personaggio Sherlock Holmes al termine di una disperata lotta con Moriarty. Dal 1898 è in funzione una funicolare che porta al punto superiore della cascata di Reichenbach, teatro del racconto

6

7 Visitors are told where winter holiday-makers can stay in the Hasli Valley.

8 It was here that Sir Arthur Conan Doyle had Sherlock Holmes plunge to his death after a struggle with Moriarty. A funicular that has run up to the upper Reichenbach Falls since 1898 today transports the visitor to this meeting-place of unique importance in the history of sleuth literature





9

10



9 Feierliches Abendessen im Speisesaal des nach dem Meiringer Brand von 1891 neu erbauten Hotel du Sauvage; Aufenthalt in einer Atmosphäre der Herren Lords und Könige.

10 Die Meringues, deren Name sich von «Meiringe» ableiten soll und die auch tatsächlich in Meiringen «erfunden» wurden, stellt heute der Bäckermeister Frutiger in einer Sauna her. Dieser «Ofen» garantiert die sonst heiklen Backbedingungen. Im Herbst 1985 wurde anlässlich eines Festes mit 200 kg Eiweissmasse eine Doppelschale in der Grösse eines VWs produziert – der Eintrag ins Guinness Book der Rekorde war gesichert.

11 Das Rezept sollte man auch in Japan anwenden können...

9 Cena nella maestosa cornice della sala da pranzo dell'Hotel du Sauvage, ricostruito dopo l'incendio che nel 1891 distrusse Meiringen; soggiorno in un ambiente che un tempo era riservato ai lord ed ai personaggi reali.

10 Le meringhe furono effettivamente «create» a Meiringen e il loro nome deriverebbe appunto da quello della località; oggi, il signor Frutiger, pasticcere del paese, prepara le meringhe in una sauna. Nell'autunno del 1985, con 200 kg di albume furono prodotti due enormi gusci, grandi quanto un'automobile. L'avvenimento è stato iscritto nel Guinness Book dei primati.

11 La ricetta potrebbe forse essere sfruttata anche nel Giappone...



9 Dîner sélect dans la salle à manger de l'Hôtel du Sauvage, reconstruit après l'incendie de Meiringen en 1891; séjour dans une ambiance de lords et de rois.

10 Les meringues, dont on dit que le nom dérive de Meiringen, où elles ont, en fait, été inventées, sont aujourd'hui confectionnées dans une sauna par le maître pâtissier Frutiger. Ce genre de «four» assure les conditions de cuisson qui, autrement, sont difficiles. En automne 1985, on a confectionné avec deux cents kilos de blanc d'œuf une double coque de la taille d'une petite automobile, ce qui assurait son inscription dans le livre Guinness des records.

11 La recette devrait pouvoir être exécutée aussi au Japon...

9 A meal in the dining-room of the Hotel du Sauvage, which was rebuilt after the fire of 1891 in Meiringen: an atmosphere of distinction fit for lords and ladies.

10 Meringues—which were first made in a hotel at Meiringen, whence they have taken their name—are now baked by a local master baker called Frutiger in a sauna. The sauna oven ensures the exact conditions needed for these sweetmeats. In autumn 1985 a double meringue shell the size of a Volkswagen was made from 200 kilograms of white of egg—and promptly found a place in the Guinness Book of Records.

11 There seems no reason why the recipe shouldn't work in Japan

On the Pleasures of Travel

You answer questions by putting a cross against one or more possible answers on a questionnaire: the reason for your trip, what you did during your holiday, whether you were satisfied or not. Tourist researchers are grateful for your answers, which after evaluation can throw a good deal of light on holiday wishes and habits, so that wrong

how high this figure was at the beginning of the century, but it was probably not much above 15 per cent. In many non-European countries the net travel intensity is still low; but no tourist researcher will automatically conclude that the low percentages reflect a lower quality of life in these countries. Most foreign tourists who travel to Switzer-

a country will hardly collapse from one year to the next. In spite of this, the ways people take their holidays and the money they spend on them may change considerably in a comparatively short space of time.

We know from the polls that in Switzerland the net travel intensity is still high even for people over 65 (approx. 63 per cent), we know too how families or single persons travel, what things are specially appreciated by those on holiday (comfort of accommodation, friendliness of hosts, etc.), and what things are disliked (noise or excessive building in a resort).

It is particularly interesting that the 75 out of 100 inhabitants of Switzerland who go on holiday do not do this only once but on an average twice a year (travel frequency 2). Since this is only an average figure, there are some who go on holiday only once a year and others who go three times. By asking around why the Swiss went on about 8000 holidays in a given year, the Institute for Tourism of the University of St. Gallen discovered that holidays are far from being a standard product. Different reasons were put forward for the first, second and possibly third holiday in the year. The motivation of "sun and warmth", for instance, was given for 31 per cent of the main holidays, for 13 per cent of the second holidays, but hardly at all for the third holidays. By contrast, the desire for "active sport" was strongly represented in the second holidays, while for third holidays the wish to "meet relatives, friends and acquaintances" was very much to the fore. Imagination accordingly seems to play a bigger part in holidays than has generally been assumed. Europeans mention "relaxation and health-seeking" fairly often as a reason for holidays, while "fun and enjoyment" are often found sufficient reason by Americans and people from other English-speaking countries. But tourist motivations cannot be clearly apportioned on a national basis, for the dividing lines are far from clear-cut.

Anyone who wants to know more about the joys of travel, however, need not restrict himself to data from polls. The accounts given by many illustrious and more obscure travellers in past and present are equally interesting. By going back 200 years or more, we can crystallize out three points in time that often leave lasting impressions on travellers. The first and last of these key times may not be consciously registered as such, and even if they are, personal reactions to them may differ considerably.

The first important moment is that of the decision to set off. This sometimes springs from a wish to try out one's own replaceability, especially in people who have given up a job or have passed on major responsibilities to others, even if only temporarily. The decision may also be experienced as a kind of liberation.

The second moment is marked by a sense of a new distance from one's everyday existence (not only in kilometres). The life we normally lead can be judged best from a different standpoint. People who try to do



12

assumptions in the planning of holiday arrangements and the provision of information on them can be avoided.

We know as a result that today about 75 of every 100 inhabitants of Switzerland go on holiday at least once a year (staying for four or more nights). In other words, the country's net travel intensity is 75 per cent. There are no questionnaire-gathered data to tell us

land and other European holiday countries come from areas that are fairly highly industrialized and have a net travel intensity of 50 per cent or more. This applies in particular to our European guests. A relatively high net travel intensity may also be regarded as guaranteeing that holiday trips have become a fairly stable habit among the population concerned, so that tourism from such

Unsere Reisegruppe wählte die jährlich von mehreren 10 000 ausländischen Touristen benutzte und bei den Japanern besonders geschätzte Golden-Pass-Strecke von Luzern via Brünig–Simmental–Pays d'Enhaut nach Montreux. Die Übernachtung in Meiringen erlaubte Einblicke ins tägliche Leben des Gastgebers, bevor die Bahnfahrt zum Jungfrauoch auf dem Reiseprogramm stand.

12 Die Brünigbahn der SBB am unteren Brienersee – ein wichtiges Stück im Golden Pass; hinten die Schwalmere südlich von Interlaken.

13 Blick über den Brienersee gegen Brienz und das Haslital (Bildmitte)

La scelta del nostro gruppo è caduta sulla linea del Golden Pass da Lucerna a Montreux via Brünig–Simmental–Pays d'Enhaut, che viene percorsa annualmente da decine di migliaia di turisti stranieri ed è particolarmente apprezzata dai giapponesi. Il pernottamento a Meiringen, prima di proseguire per lo Jungfrauoch, ha permesso di osservare da vicino la vita quotidiana della gente del paese.

12 La linea del Brünig delle FFS nella parte inferiore del lago di Brienz.

13 Veduta sopra il lago di Brienz in direzione della località omonima (al centro) e l'Haslital



13

Notre groupe de voyage a choisi le trajet du «Golden Pass», que parcourent chaque année des dizaines de milliers de touristes et que les Japonais apprécient tout spécialement; il relie Lucerne à Montreux en passant par le Brünig, le Simmental et le Pays d'Enhaut. Avant l'excursion au Jungfrauoch inscrite au programme, la nuit à Meiringen a permis de se faire une idée de la vie quotidienne dans le pays hôte.

12 Un tronçon important du chemin de fer CFF du Brünig le long du lac inférieur de Brienz; à l'arrière-plan, la Schwalmere, montagne au sud d'Interlaken.

13 Vue dans la direction de Brienz à travers le lac du même nom et vers le Haslital

Our company chose the Golden Pass route that is taken by tens of thousands of tourists each year and is particularly popular with the Japanese; from Lucerne over the Brünig and then via the Simme Valley to the Pays d'Enhaut and down to Montreux. The overnight stay in Meiringen enabled the travellers to get some impression of the everyday life of their Swiss hosts before they set out on their trip on to Jungfrauoch.

12 The Swiss Federal Railways line over the Brünig Pass above the Lake of Brienz—one of the key scenes of the Golden Pass; to the rear the Schwalmere that rises to the south of Interlaken.

13 A view over the Lake of Brienz towards Brienz itself (centre) and the Hasli Valley

11

this frequently notice that, however far they go, they are still taking themselves with them; but there is no better time, if one feels it necessary, to change one's habits. Quite generally, holidays offer us an opportunity to see how we react under different conditions.

The third point in time is that of return, when we discover the changes that holidays, distance and reappraisal have wrought in us, and the influence they are going to have in future on our everyday lives.

How far ought we to travel? Xavier de Maistre wrote "A Journey around My Room", Jules Verne "A Journey to the Centre of the Earth" and "From the Earth to the Moon". There is a large choice between these extremes.

How can travel be a gain and a pleasure? There are dozens of handbooks that try to tell us. The advice Johannes Wagner gave in the "Mercurius Helveticus" in 1688 seems to me among the best. He urged the traveller to note the following in each country visited—in addition, that is, to rivers, lakes, mountains, towns, religious and secular buildings:

"The form of government, including

1. The religion ... customs and ceremonies;
2. The secular régime...
3. The academies and schools; how the youth is instructed; further, the learned and famous men...
4. The customs of the people: their clothes, food, trades and activities. All of which is to be noted in a regular journal or daily handbook."

This advice dates from the days of educational journeys, of the "Grand Tour", which gave us the word "tourist" in the nineteenth century. It was a time when meetings were sought after, when they formed part of journeys. But to my mind the advice may still be useful today in ensuring the success and the interest of a holiday trip.

Never before have such large sectors of the population in our latitudes had the opportunity to discover the pleasures of travel, to enjoy these brief respites from the rush of modern life. The possibilities are legion, and journeys of discovery—of the world, of people—are still open to us. This opportunity, rightly grasped, brings rewards for the rest of our journey on earth.

John Geissler, SNT0



14

15 ▶

14/15 Auf der Fahrt nach Wengen–Jungfrauoch, gleich nach dem Umsteigen in Lauterbrunnen, erblicken wir kurz den 260 Meter hohen Staubbachfall; Goethes «Gesang der Geister über den Wassern» müsste unseren Gästen aus dem Fernen Osten erläutert werden: «Des Menschen Seele gleicht dem Wasser...»

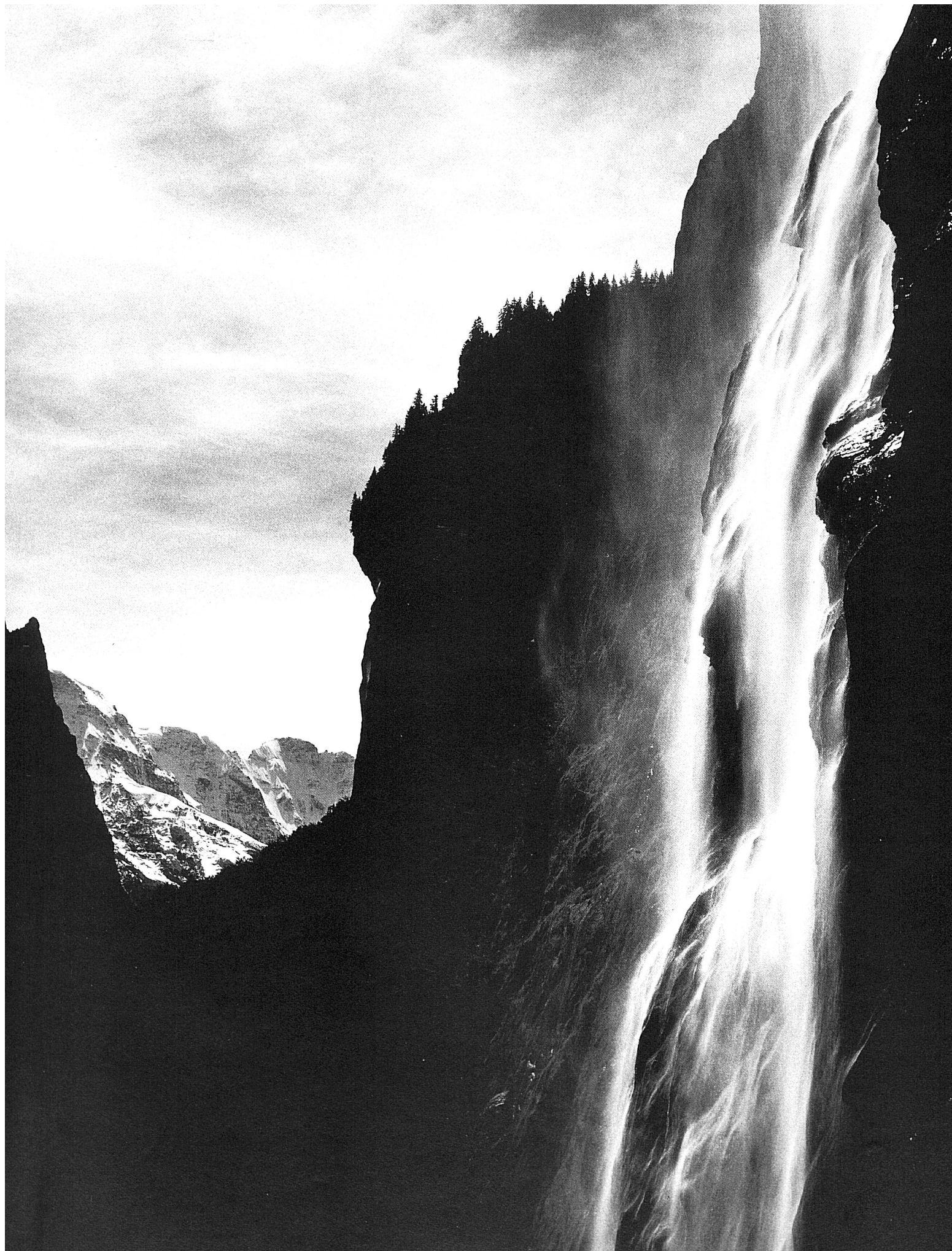
14/15 Sur le trajet vers Wengen–Jungfrauoch, tout de suite après le changement de train à Lauterbrunnen, on aperçoit brièvement la cascade du Staubbach, haute de 260 mètres; le «Chant des esprits au-dessus des eaux» de Goethe devrait être expliqué à nos hôtes: «L'âme de l'homme ressemble à l'eau...»

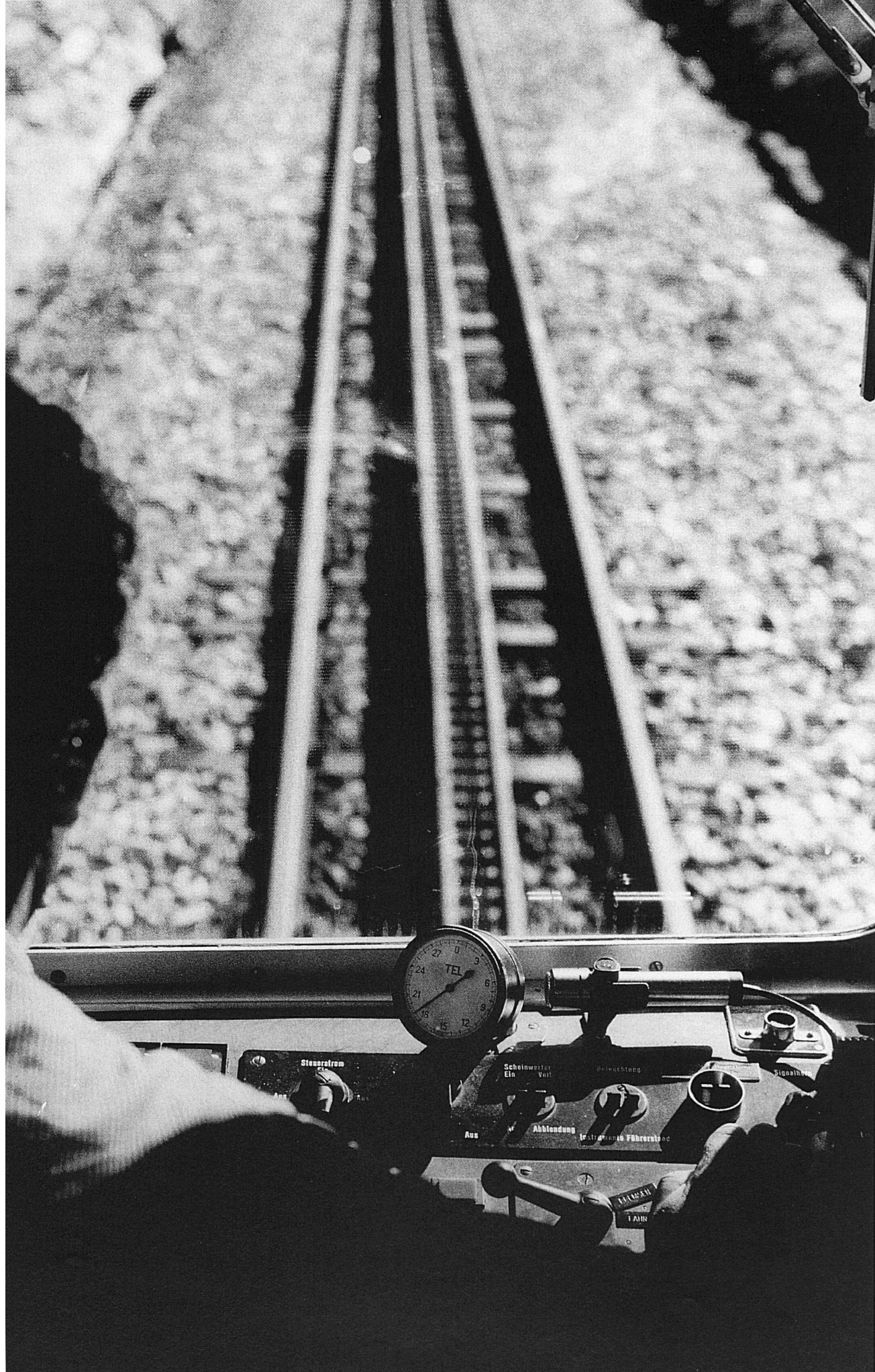
14/15 In viaggio verso Wengen–Jungfrauoch, subito dopo il trasbordo a Lauterbrunnen, scorgiamo per un attimo la cascata dello Staubbach alta 260 m; ai nostri ospiti è stata ricordata la poesia «Canto degli spiriti sulle acque», ispirata a Goethe dalla cascata: «L'animo degli uomini assomiglia all'acqua...»

14/15 On the way up to Wengen and Jungfrauoch there is a glimpse, after changing in Lauterbrunnen, of the 260-metre Staubbach Falls. Here we attempted to explain to our guests the words of Goethe in his poem inspired by this waterfall:

"The soul of man is like the waters..."

12





16/17/18 Die Wengernalpbahn leistet seit 1893 ihren Dienst zwischen Lauterbrunnen, Wengen, Kl. Scheidegg und Grindelwald. Überraschend erscheinen die Fels- und Eisriesen in nächster Nähe: Fotos durchs Bahnfenster sind ein Must. Doch auch der Besuch im Führerstand lohnt sich für jeden interessierten Reisenden – Begegnungen mit imposanten Landschaften und Zahnradtechnik des ausgehenden 19. Jahrhunderts

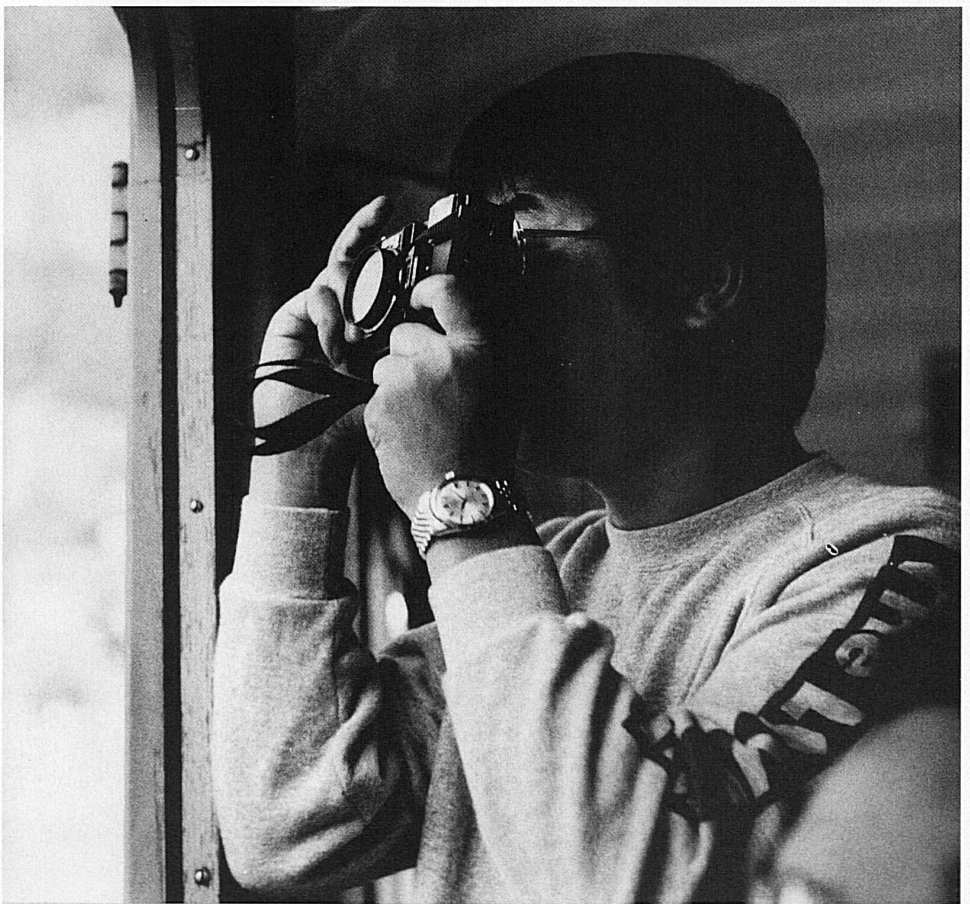
16/17/18 Le chemin de fer de Wengernalp circule depuis 1893 entre Lauterbrunnen, Wengen, la Petite Scheidegg et Grindelwald. La vision des géants de pierre et de glace à proximité immédiate est surprenante: les photos prises des fenêtres du train sont classiques. La visite du poste du conducteur est également captivante pour les voyageurs – Confrontation avec des paysages imposants et avec la technique de la crémaillère de la fin du XIX^e siècle

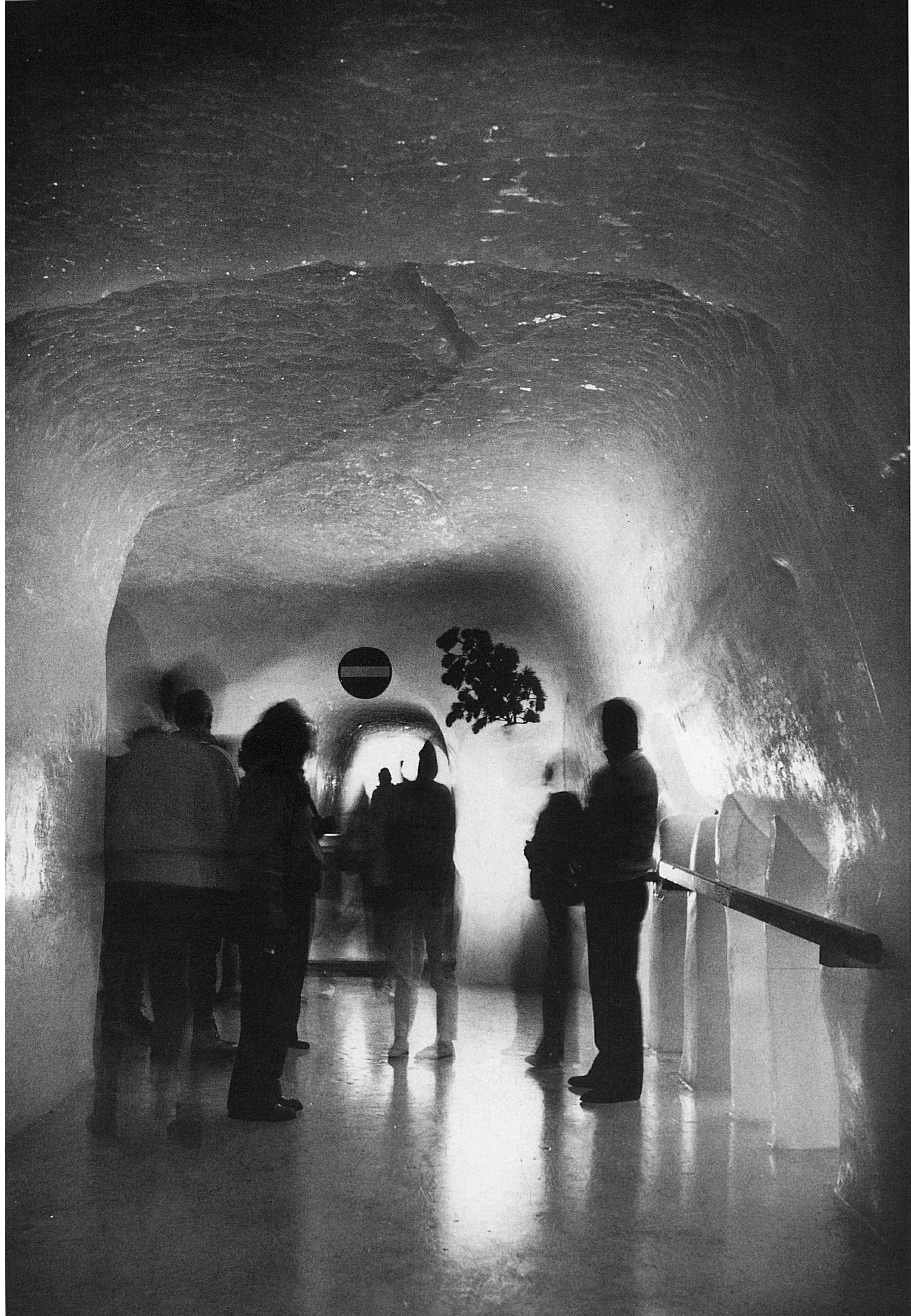
16/17/18 Dal 1893 la Ferrovia della Wengernalp è in servizio fra Lauterbrunnen, Wengen, Kleine Scheidegg e Grindelwald. D'improvviso appaiono le gigantesche formazioni di roccia e di ghiaccio, che sembrano a portata di mano: sono d'obbligo le fotografie scattate dal finestrino del vagone. Per i visitatori interessati anche una visita alla cabina del macchinista è gratificante. Incontro con paesaggi maestosi e con la tecnica delle ruote dentate di fine secolo XIX

16/17/18 The Wengernalp Railway has run between Lauterbrunnen, Wengen, Kleine Scheidegg and Grindelwald since 1893. The huge summits of rock and ice suddenly come into view quite near at hand; shots through the carriage windows are a must. A visit to the driver's station is also rewarding for the technically-minded. Two kinds of meeting; with imposing scenery and with the rack-railway engineering of the late 19th century



17/18





Nach 2½stündiger Fahrt ab Interlaken erreicht man Europas höchste Bahnstation: das Jungfrauoch (3454 m).

19 Durch den «Eispalast» spazieren wir im Innern des jungen Aletschgletschers.

20 Der Blick über den grössten Alpengletscher wird von vielen Gästen als das Erlebnis ihrer Schweizer Reise bezeichnet. Jungfrau und Aletschgletscher sind Schweizer Besonderheiten (unique selling propositions), ebenso wie Meringues und Begegnungen mit Schweizern

Dopo un viaggio di due ore e mezzo da Interlaken, giungiamo alla stazione ferroviaria più alta d'Europa: Jungfrauoch (3454 m).

19 Attraverso il «Palazzo di ghiaccio» ci muoviamo all'interno del giovane ghiacciaio di Aletsch.

20 Per molti ospiti la veduta sulla più vasta distesa di ghiaccio delle Alpi rappresenta il momento saliente del loro viaggio in Svizzera. La Jungfrau e il ghiacciaio di Aletsch sono particolarità svizzere (unique selling propositions), come lo sono le meringhe e gli incontri con la popolazione svizzera



20

Après un trajet de deux heures et demie à partir d'Interlaken, on arrive à la plus haute gare de chemin de fer d'Europe: au Jungfrauoch (3454 m).

19 Promenade dans le «palais de glace» à l'intérieur du jeune glacier d'Aletsch.

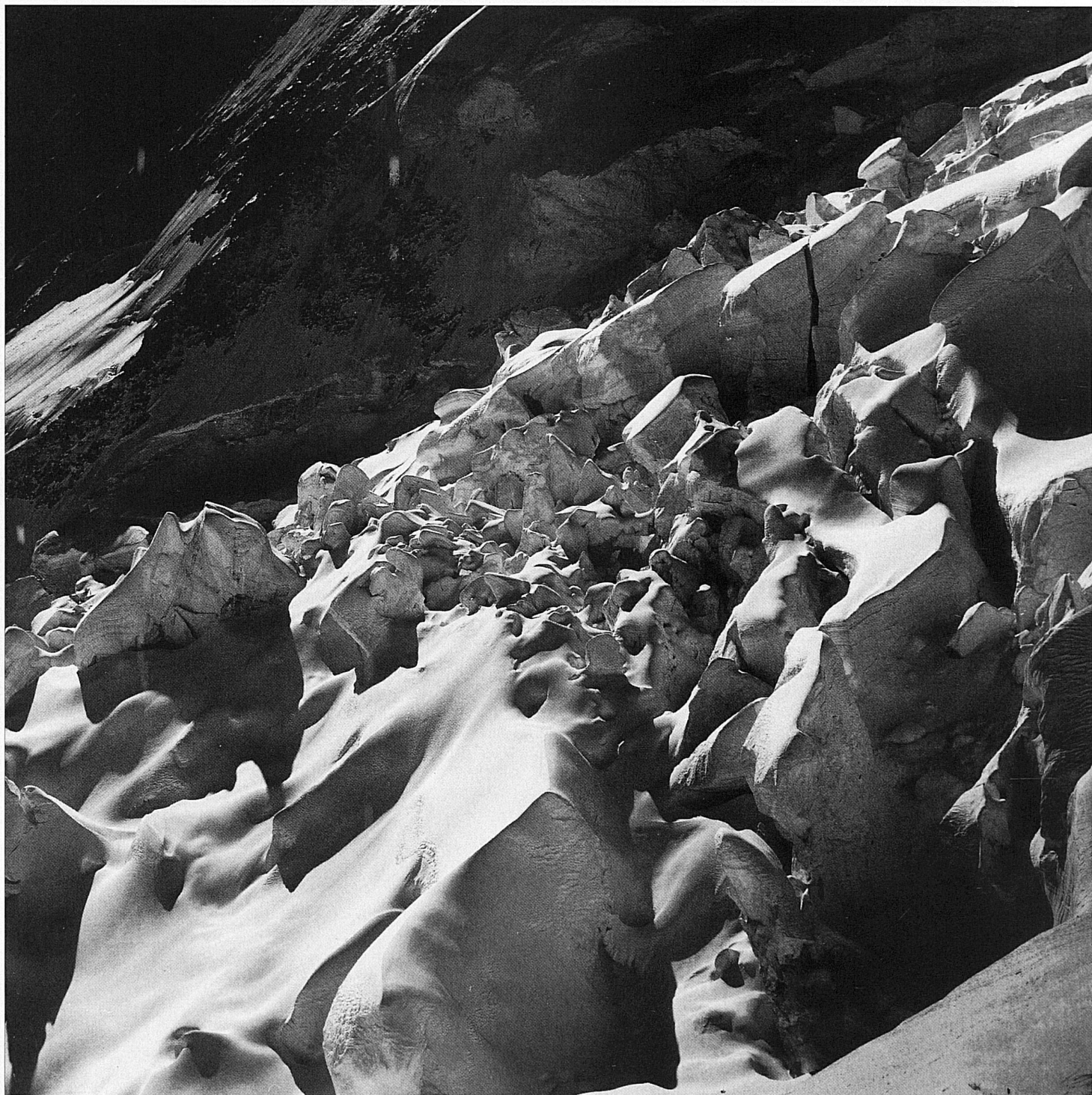
20 Un grand nombre de voyageurs considèrent la vue sur le plus grand glacier des Alpes comme l'événement dominant de leur voyage en Suisse. La Jungfrau et le glacier d'Aletsch sont des particularités suisses (unique selling propositions), de même que les meringues et les rencontres avec des Suisses

Two-and-a-half hours after leaving Interlaken we reach Europe's highest railway station: Jungfrauoch (3454 metres).

19 We saunter through the Ice Palace in the interior of the young Aletsch Glacier.

20 This view of the longest glacier in the Alps is felt by many to be the outstanding experience of their visit to Switzerland. The Jungfrau and the Aletsch Glacier are two of the country's unique selling propositions, as are in other fields meringues and meetings with the Swiss

17



21

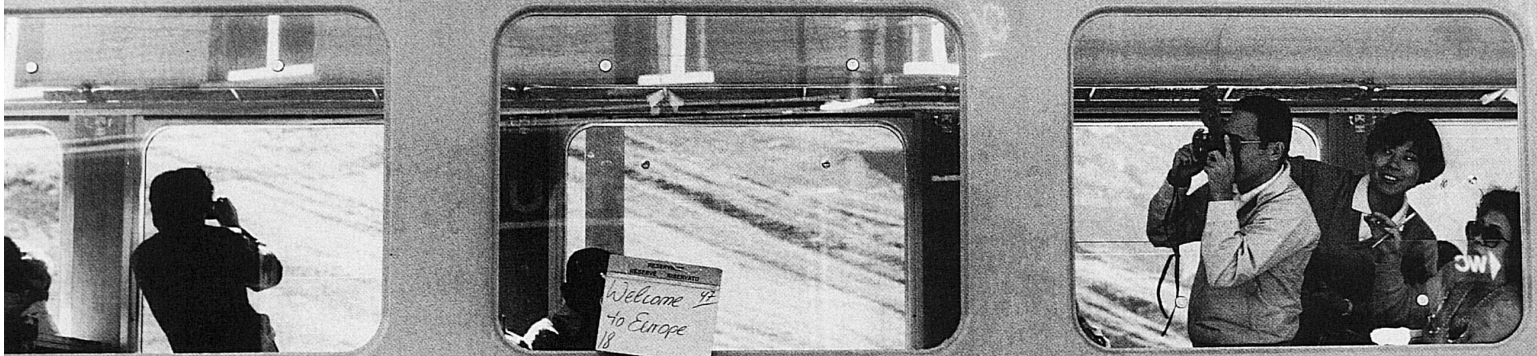
21–23 Die 9,3 Kilometer lange Strecke zwischen der Kleinen Scheidegg (2061 m) und der Station Jungfraujoch legt die Bahn zu gut drei Vierteln in einem Tunnel im Innern des Eigers zurück. Bei schönem Wetter ist die Aussicht durchs Fenster mitten in der Eiger-Nordwand ebenso berühmt wie diejenige ins Eismeer (21)

21–23 Le chemin de fer parcourt dans un tunnel à l'intérieur de l'Eiger plus des trois quarts du trajet de plus de neuf kilomètres entre la Petite Scheidegg (2061 m) et la station du Jungfraujoch. La vue par beau temps, à travers la fenêtre percée dans la paroi nord de l'Eiger, est aussi célèbre que celle sur la Mer de glace (21)

21–23 La ferrovia percorre all'interno della parete dell'Eiger oltre tre quarti dei 9,3 chilometri del tratto fra la Kleine Scheidegg (2061 m) e la stazione Jungfraujoch. La veduta dalla finestra ricavata nella parete nord dell'Eiger, possibile solo in caso di bel tempo, è celebre quanto quella che si gode sul mare di ghiaccio (21)

21–23 The train covers three quarters of the distance of 9.3 kilometres between Kleine Scheidegg (2061 metres) and Jungfraujoch Station inside the rock of the Eiger. The view through the window from the Eiger north face in good weather is just as famous as that of the Sea of Ice (21)

38



JUNGFRAUBAHN

22

23





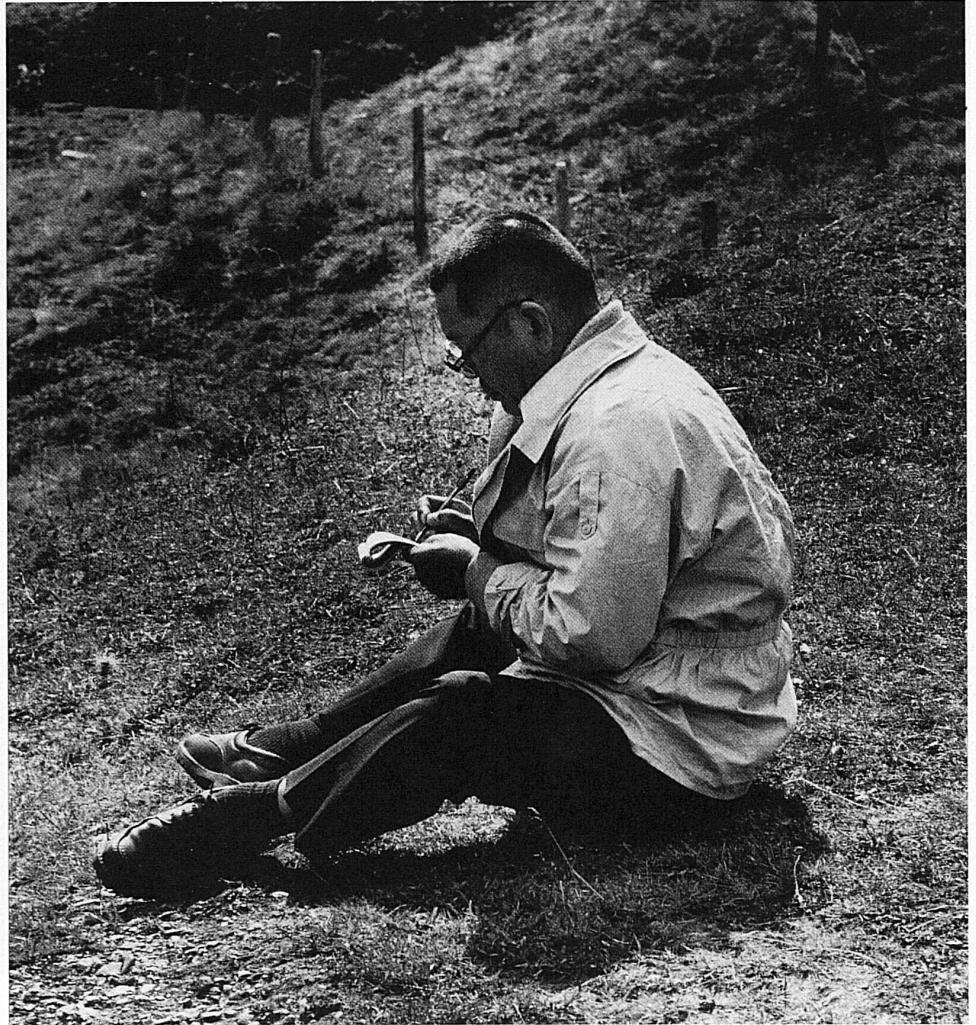
カウベシの音まろびぬる雲の奥

洋々

25

24-26 Stimmungsvolle Wetterlage an der Jungfrau (4158 m, links in den Wolken). Mit einem Haiku (japanisches Kurzgedicht) hält ein Feriengast dieses Erlebnis auf der Kleinen Scheidegg fest. Kuhglockengeläute in den Wolken, friedliches Land und eindrucksvolle Landschaft sind Stichworte seiner spontanen Aufzeichnung

24-26 Grandioso quadro nel cielo attorno alla Jungfrau (4158 m, a sinistra fra le nubi). Alla Kleine Scheidegg, un ospite dedica un haiku (breve composizione poetica giapponese) all'avvenimento. Vi si parla del suono dei campanacci fra le nubi, del paese dove regna la pace e del suo stupendo paesaggio

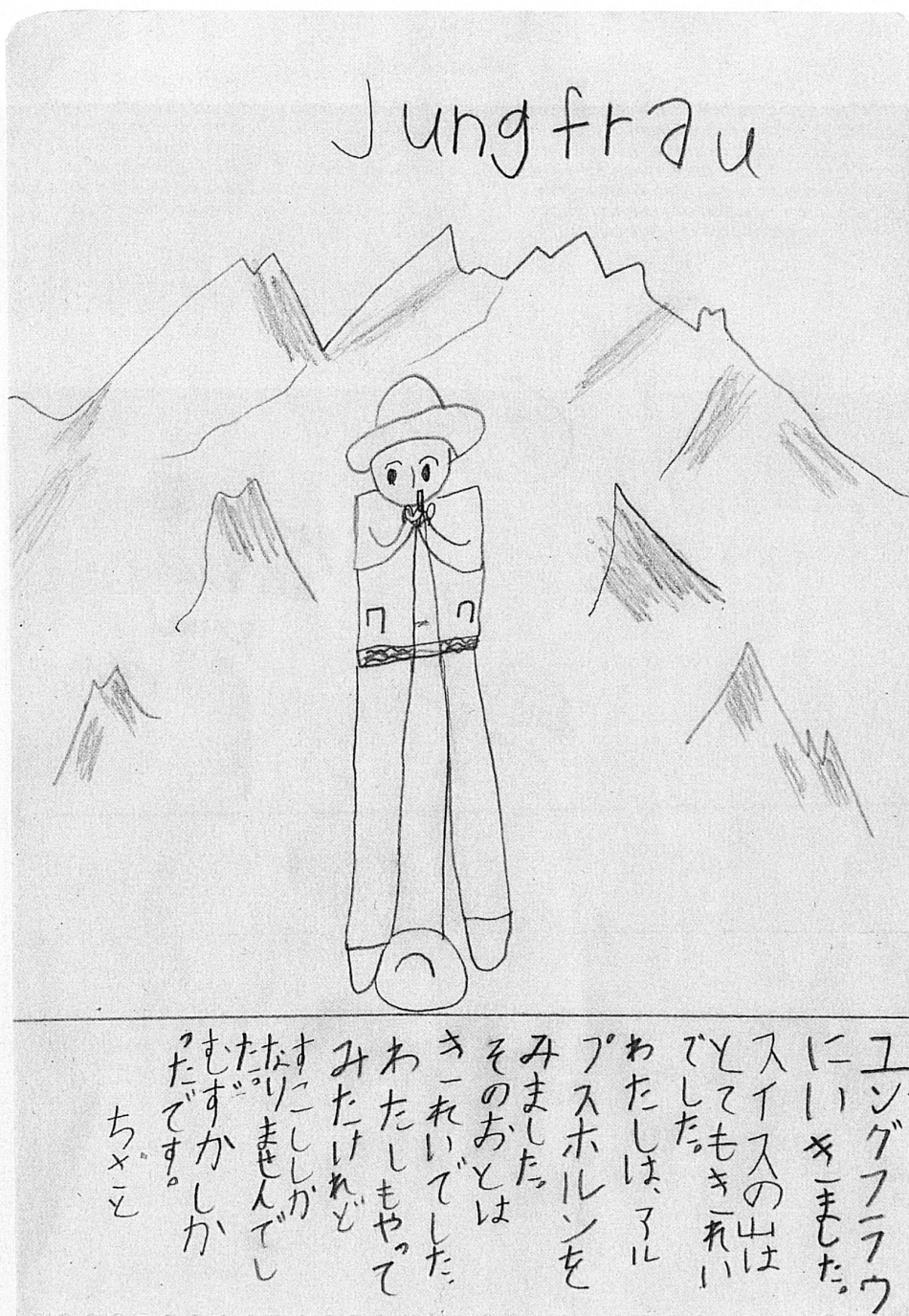


26

24-26 Météorologie romantique au massif de la Jungfrau (4158 m, à gauche dans les nuages). Un voyageur commémore cette vision sur la Petite Scheidegg par un «haïku» (petit poème japonais de trois vers). Le tintement des sonnaillles dans les nuages, la paix profonde du site et le paysage impressionnant sont les notations spontanées que lui ont inspiré les lieux

24-26 The grandeur of clouds on the Jungfrau (the summit, at 4158 metres, is hidden to the left). One guest sits down on the Kleine Scheidegg to capture this experience in a haiku. He is writing something about cow-bells in the clouds, a peaceful land and an impressive landscape

21



27

Il piacere di viaggiare

Ci viene posta una domanda e dobbiamo apporre una crocetta su una o più risposte del questionario: motivo del viaggio; che cosa abbiamo intrapreso durante le vacanze; siamo soddisfatti o meno di quanto ci è stato offerto. Gli esperti in materia di turismo sono veramente riconoscenti di poter disporre dei questionari compilati, in quanto dalla loro valutazione possono essere estrapolati dati significativi sui desideri e sulle abitudini di chi parte in vacanza, permettendo ad esempio di evitare sviluppi erronei nella composizione dell'offerta e nella presentazione delle informazioni.

Oggi, ad esempio, sappiamo che su 100 abitanti della Svizzera circa 75 partono in vacanza almeno una volta all'anno (con quattro o più pernottamenti); da noi, la cosiddetta intensità netta dei viaggi è quindi del 75%. Sulla situazione all'inizio del nostro secolo non disponiamo di rilevamenti, ma possiamo presumere che la quota non fosse superiore al 15%.

Dalle indagini conoscitive sappiamo che attualmente in Svizzera l'intensità netta dei viaggi è alquanto elevata anche fra le persone di età superiore ai 65 anni (63% circa), sappiamo in che modo viaggiano le famiglie

e le persone singole, che cosa è stato particolarmente apprezzato durante le vacanze (confort dell'alloggio, cortesia dell'ospitante, ecc.) e che cosa non è piaciuto (ad. es. rumori o sviluppo edilizio eccessivo nel luogo di soggiorno). Particolarmente interessante è il fatto che i 75 svizzeri su 100 che vanno in vacanza non partono una sola volta all'anno, bensì due volte (frequenza dei viaggi 2). Dato che si tratta di una cifra media, è evidente che oltre a coloro che partono in vacanza una sola volta ci sono pure molte persone che partono tre volte all'anno. Nel quadro di un'indagine sui motivi di circa 8000 viaggi di vacanza effettuati da cittadini svizzeri, l'Istituto per il turismo e dell'economia dei trasporti dell'Università di San Gallo ha potuto stabilire che le vacanze non sono per nulla un prodotto standardizzato. In effetti, per il primo, il secondo ed eventualmente il terzo viaggio nel giro di un anno sono stati indicati motivi ogni volta diversi. Ad esempio, «Sole e calore» è risultato il motivo determinante per quasi un terzo, il 31%, dei viaggi principali; tale quota è scesa al 13% per il secondo viaggio ed è pressoché sparita fra i motivi del terzo viaggio. Per contro, nel caso dei secondi viaggi è prevalso il motivo «Sport attivo», mentre per i terzi viaggi si è posto in primo piano il bisogno di «Rivedere parenti, conoscenti, amici».

In ogni modo, chi vuole scoprire le ragioni profonde che alimentano la passione dei viaggi non può certo affidarsi solo ai dati dei questionari. Esistono infatti numerosissime relazioni di viaggio di grande interesse, dovute a persone illustri e ad altre meno note di ieri e di oggi.

Fin dove deve condurre il viaggio? Pensiamo ad esempio a Xavier de Maistre che ha scritto «Il viaggio attorno alla mia camera», oppure a Jules Verne con i suoi libri «Viaggio al centro della terra» e «Viaggio sulla luna». Fra un antipodo e l'altro vi sono svariate possibilità di scelta. Sono in commercio dozzine di manuali che parlano del modo di viaggiare con diletto, traendone propizio. A mio avviso, i consigli elencati nel 1688 da Johannes Wagner nel suo «Mercurius Helveticus» non sono fra i peggiori. Già a quei tempi Wagner raccomandava ai viaggiatori di non ammirare solo fiumi, laghi, monti, città ed edifici, ma di prestare attenzione ai seguenti particolari:

«La forma di governo che comprende

1. La religione, i costumi, le cerimonie.
2. Il governo terreno...
3. Le accademie e le scuole; come viene istruita la gioventù; gli uomini celebri...
4. I costumi del popolo: abbigliamento, cibo, commercio e occupazioni. Tutto ciò dovrà essere annotato accuratamente ogni giorno in un diario.»

Questi sono consigli dei tempi in cui si viaggiava per istruirsi, era l'epoca dei «Grand Tour», da cui nel secolo XIX derivò il termine «turista». Mai come oggi, alle nostre latitudini, una parte tanto vasta della popolazione ha avuto la possibilità di scoprire il piacere di viaggiare, di concedersi un attimo di respiro. Innumerevoli sono le possibilità di trascorrere le vacanze, di viaggiare alla scoperta del mondo e dell'uomo. Vale la pena di cogliere l'occasione e trarne profitto per l'ulteriore viaggio della vita.



28

Wer keine Gedichte schreibt, sucht ein Souvenir aus, kauft Postkarten oder erfreut sich am Klang des Alphorns. Aufgrund von Schätzungen geben ausländische Gäste in der Schweiz jährlich 100 Mio Franken für Souvenirartikel und Ansichtskarten (ohne Uhren und Schmuck) aus.

27 Auch das kleine Japanermädchen Chisato versuchte sich einmal während seines Aufenthalts in der Schweiz im Alphornblasen: Ein feiner Ton – und grosser Beifall – waren ihm sicher (Zeichnung Chisato).

28 Chisato begegnet Schweizer Kühen

Celui qui n'écrit pas de poèmes se met en quête d'un souvenir, ou choisit une carte postale, ou se plaît à écouter le son du cor des Alpes. On estime que les hôtes étrangers dépensent annuellement en Suisse une centaine de millions de francs pour des souvenirs et des cartes postales (sans compter les montres et autres bijoux).

27 Une fillette japonaise, la petite Chisato, s'est essayée une fois pendant son séjour en Suisse à souffler dans un cor des Alpes.

28 Confrontation de Chisato avec les vaches suisses

Chi non si sente di scrivere una poesia va in cerca di un souvenir, compere cartoline o si gode il suono del corno delle Alpi. Secondo le stime, ogni anno gli ospiti stranieri spendono 100 milioni di franchi per l'acquisto di oggetti ricordo e di cartoline (senza orologi e gioielli).

27 Anche Chisato, la bambina giapponese del gruppo in viaggio attraverso la Svizzera, si azzarda a suonare il corno delle Alpi e riscuote un caloroso applauso.

28 Chisato osserva le mucche svizzere

Those who don't write poems may prefer to buy a souvenir or a postcard, or to listen to the call of the alphorn. It is estimated that foreign visitors spend 100 million francs in Switzerland every year on souvenirs and postcards (not including watches and jewellery).

27 The little Japanese girl Chisato had a try at blowing the alporn. The note was perhaps feeble, but the applause was loud.

28 Chisato's meeting with Swiss cows

23