

Plädoyer

Autor(en): **Vollmer, Jürg**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **122 (1995-1996)**

Heft 4

PDF erstellt am: **21.07.2024**

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.

Was haben Bauern, Bankdirektoren und Bündner Hoteliere gemeinsam? Sie schauen im Schweizer Fernsehen den Dokumentarfilm über die Pornodarstellerin *Laetitia* an und warten auf die heissen Szenen? Ja doch, das auch... Aber eigentlich meinte ich etwas anderes: Bauern, Bankdirektoren und Bündner (Berner, Walliser, Tessiner...) Hoteliere klagen immer! Sie jammern, dass es uns schier das Herz zerreisst und wir am liebsten Geld für die armen Schlucker sammeln würden. Wie tragisch muss es sein, vom Mercedes 600 SEL auf ein kleineres Modell umzusteigen, den Kaviar auf die NZZ streichen zu müssen, weil das Geld nicht einmal mehr für backfrische Brötchen reicht?

Die Bauern und Bankdirektoren lassen wir vorläufig weiter klagen, kümmern wir uns erst mal im Sinne einer Krisenintervention um unsere Hoteliere. Die machen sich im Frühling 1996 nämlich gleich Sorgen auf Vorrat: Die Übernachtungszahlen in den Schweizer Hotels sinken noch schneller als die Leserzahlen des *Nebelspalter* in den Jahren 1993 bis 1995 – und die wenigen Gäste werden vom Servicepersonal vergrault, welches das Mittagessen mit dem Charme einer welken Gürtelrose auf den Tisch knallt. Kein Wunder, laufen uns die Touristen davon!

Was dem Schweizer Tourismus fehlt, sind motivierte Mitarbeiter. Wer lernt schon mindestens vier Sprachen und arbeitet dann für 3000 Franken Monatslohn Tag und Nacht in einem Hotel, zahlt für seine Wohnung im teuren Ferienort 1500 Franken – und findet das auch noch lustig? So viele Masochisten gibt es gar nicht in der Schweiz!

Was dem Schweizer Tourismus fehlt, sind auch Innovationen und preiswerte Pauschalangebote (damit ich mir für 890 Franken nicht nur eine Woche Ferien in *Rio de Janeiro* leisten kann, sondern auch in *Ronco sopra Ascona*). Wir haben in den *alps* schliesslich nicht nur *nice edelweiss and dainty dairymaids*, sondern *action around*, wir müssen sie den Touristen nur anbieten. Die sonst nicht gerade für ihr heissblütiges Temperament berühmten Berner Oberländer haben den Trend erkannt und bieten Adrenalin im Multipack an: *Biking, Bungy Jumping, Flying Fox, Paragliding, Water Action, Rock Climbing* und *Horse Trekking* können gleich als Pauschalangebot gebucht werden, das *Langenscheidt Handwörterbuch Englisch-Deutsch* gibts gratis dazu.

Propos Fremdsprachen, was dem Schweizer Tourismus fehlt, ist eine Werbekampagne unserer internationalen Stars mit flinker Zunge. Dabei hätten wir zwei Prachtsexemplare in petto: Porno-Star *Laetitia* bevorzugt es französisch, während der Pickel-Star *DJ Bobo* englisch singt. Sie könnten den internationalen Markt für die bisher vernachlässigte Zielgruppe der hormonell gestörten Touristen bearbeiten – Männer und Pubertierende –, schliesslich haben sie dafür die besten Voraussetzungen: Die lustbetonte Engadinerin *Laetitia* ist so jungfräulich wie der Bianco-Grat

(«An einem schönen Wochenende gehen schon mal 180 Mann drüber!») und *DJ Bobo* so charismatisch wie eine Flasche Clearasil-Gesichtslotion. Na ja, an letzterem müsste man vielleicht noch arbeiten...

Was dem Schweizer Tourismus auch fehlt, ist besseres Wetter und im Winter endlich wieder einmal Schnee! Der *Schweizerische Verband der Seilbahnunternehmungen* und der *Verkehrsverein Graubünden* haben das Problem erkannt und Meteorologe Thomas Bucheli vom *Schweizer Fernsehen SF DRS* am 4. März 1996 ultimativ aufgefordert, besseres Wetter zu prognostizieren: «Wir hatten den ganzen Winter keinen Schnee, da könnten diese Meteorologen wenigstens gutes Wetter machen!» Die Einwände von Bucheli, dass er eigentlich nur für die Prognosen und nicht für das Wetter an sich verantwortlich sei, liess der Pressesprecher der *Seilbäbner* nicht gelten: «Dieser Frosch weiss ja nicht, welche Folgen schlechte Wetterprognosen aus volkswirtschaftlicher Sicht haben!» Der Meteorologe schluckte daraufhin einmal leer und erinnerte sich daran, dass das Recht auf Dummheit von der Verfassung geschützt wird. Es gehört sozusagen zur Garantie der freien Persönlichkeitsentfaltung.

Propos Persönlichkeit, was dem Schweizer Tourismus auch fehlt, sind starke Typen in der Schaltzentrale. Nichts gegen die *Schweizerische Verkehrszentrale*, aber die SVZ-Tourismuswerbung mit dem rührigen Edelweiss-Signet und den verschlafenen Landschaftsbildern strotzt vor virtuoser Impotenz! Und der Slogan *Endlich Ferien. Ihre Schweiz.* hat die Schockqualität einer Tasse lauwarmen Kamillentees! Da ist kein bisschen Power, Fun, Emotions und Sex-Appeal, um es einmal deutsch und deutlich zu sagen! Es verlangt ja niemand von der *Schweizerischen Verkehrszentrale*, dass sie so coole Werbung wie das Land *Tirol* macht, und der SVZ-Direktor muss auch nicht in einer Synagoge Schinkenbrote verkaufen können! Aber ein bisschen mehr an Kreativität dürfte es schon sein, oder?

Und weil wir nicht nur motzen, sondern einen konstruktiven Beitrag zur Belebung des Schweizer Tourismus leisten wollen, hat der *Nebelspalter* die bekannte Werbeagentur *Schuler, Möhr & Partner* beauftragt, eine innovative Werbekampagne zu produzieren. Auf vier Seiten zeigen wir neue Seiten des Tourismus: *Action-Ferien in der Schweiz* heisst der Slogan, und anstelle von verschlafenen Landschaftsfotos packen wir die Touristen mit dynamischen *Action-Shots*. Die Werber sind mit dem Honorar übrigens stante pede in die Ferien geflogen: Bangkok, Grand Canyon, Alaska, Kenya oder so...

