

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 124 (1998)
Heft: 11

Artikel: Schweiz-Tourismus braucht gute Werbung
Autor: Fehlmann, Werner
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-601086>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 25.05.2025

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

DIE SPITZENLEUTE von Schweiz Tourismus, des nationalen Marketingunternehmens, haben es in ganzseitigen Inseraten verkündet: «Tourismus braucht keiner, Ferien jeder», heisst die frohe Botschaft der Heimatwerber.

Die Einfalt der Worte ist es, die anfänglich beeindruckt. Sie erinnert uns an Schopenhauers Rat «Man brauche gewöhnliche Worte und sage ungewöhnliche Dinge». In einem einfachen Satz gelingt es den Verantwortlichen, den gemütlichen und gastlichen Tourismus, das weitaus wichtigste Werbeargument unserer Nachbarn, madig zu machen. Auf Tourismus verzichten wir Schweizer doch gerne! Dieses billige Spektakel um Rucksacktrötel, beschauliche Grillabende, gesellige Wanderungen und gastliche Alphütten können wir wohlgemut den anderen überlassen. Gastlichkeit und Gemütlichkeit waren unsere Stärke sowieso nie. Wäre Wilhelm Tell gastlich gewesen – er hätte auf den Apfelschuss verzichtet und den Gesler zu einer frohen Runde im trauten Freundeskreis eingeladen.

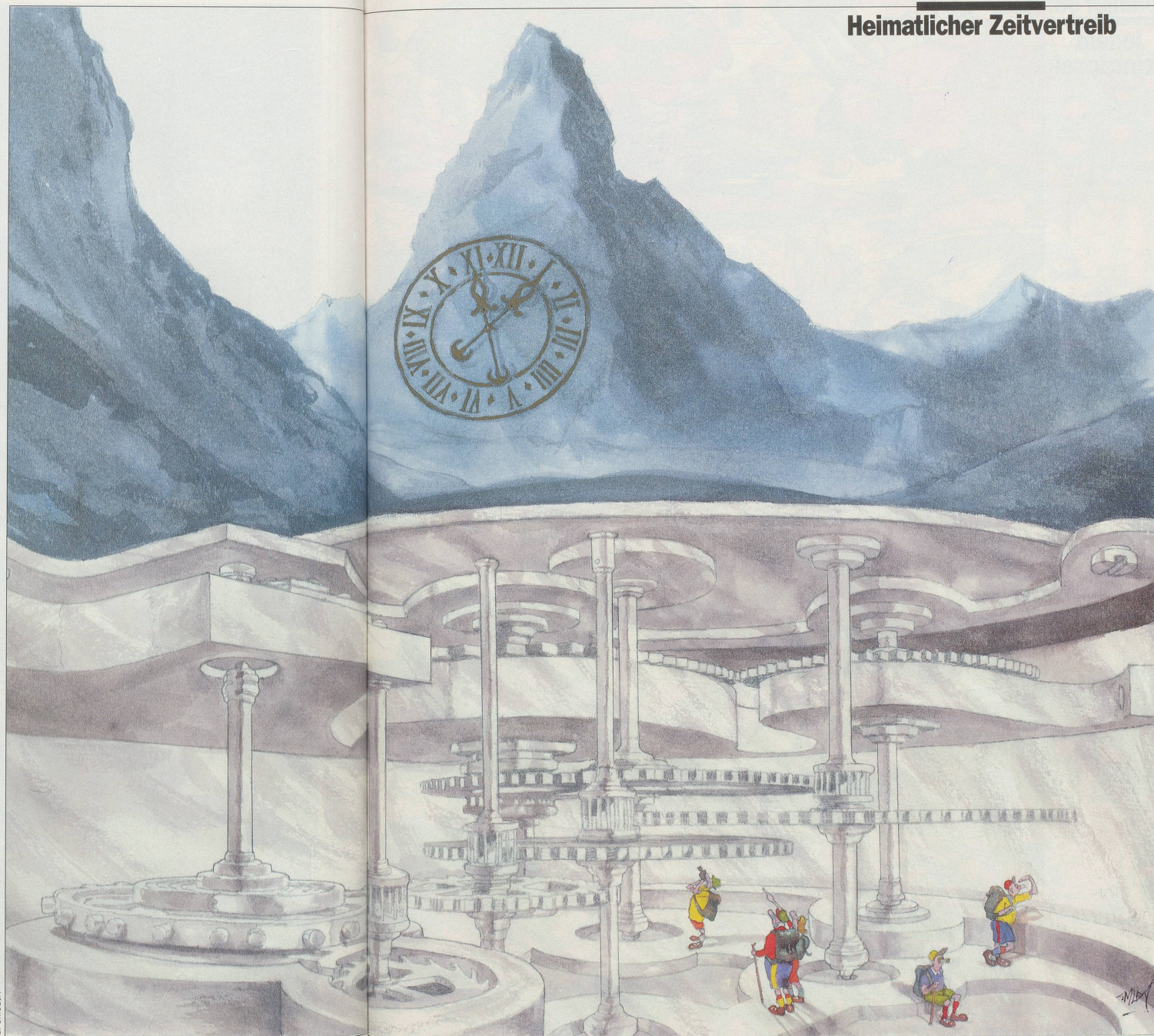
Also zeigt schon das Buch unserer Geschichte, dass wir von jeher Touristen auch geistig eher verschrecken als willkommen hieszen. Dieses Argument war es offenbar, worauf sich die

Werber stützten. Unter Ferien in der Schweiz, heisst es im Kleingedruckten, verstehe man Kultur, Wellness, Shopping und Nachtleben. Zwischen den Zeilen gesagt: Was wir brauchen, sind Feriengäste mit Geldsäcken und nicht mit Rucksäcken.

Nach der kürzlich vorgenommenen, kostspieligen Umbenennung der «Schweizerischen Verkehrszentrale» in «Schweiz Tourismus» wartet nun männiglich gespannt auf die neuen Mannen an der Spitze. Es wäre ja gelacht, wenn es keinen Präsidenten, Direktor oder keine flotten Sprücheklopfer gäbe, die den Anforderungen der Landeswerbung gewachsen sind. Dass es mulmig wird, wenn Leichtgewichte den Kurs bestimmen, hat schon ein alter chinesischer Weiser in Worte gefasst: «Wenn sich genügend Feder ansammeln, bringen sie jedes Boot zum sinken».

«Schlechte Werbung braucht keiner, gute jeder!»

Werner Fehlmann



G. SMUDJA