

Zeitschrift: Gallus-Stadt : Jahrbuch der Stadt St. Gallen
Band: - (1963)

Artikel: St. Gallen : ein touristisches Zentrum
Autor: Moser, Armin
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-948681>

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: 27.04.2025

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

ST.GALLEN –
EIN TOURISTISCHES ZENTRUM

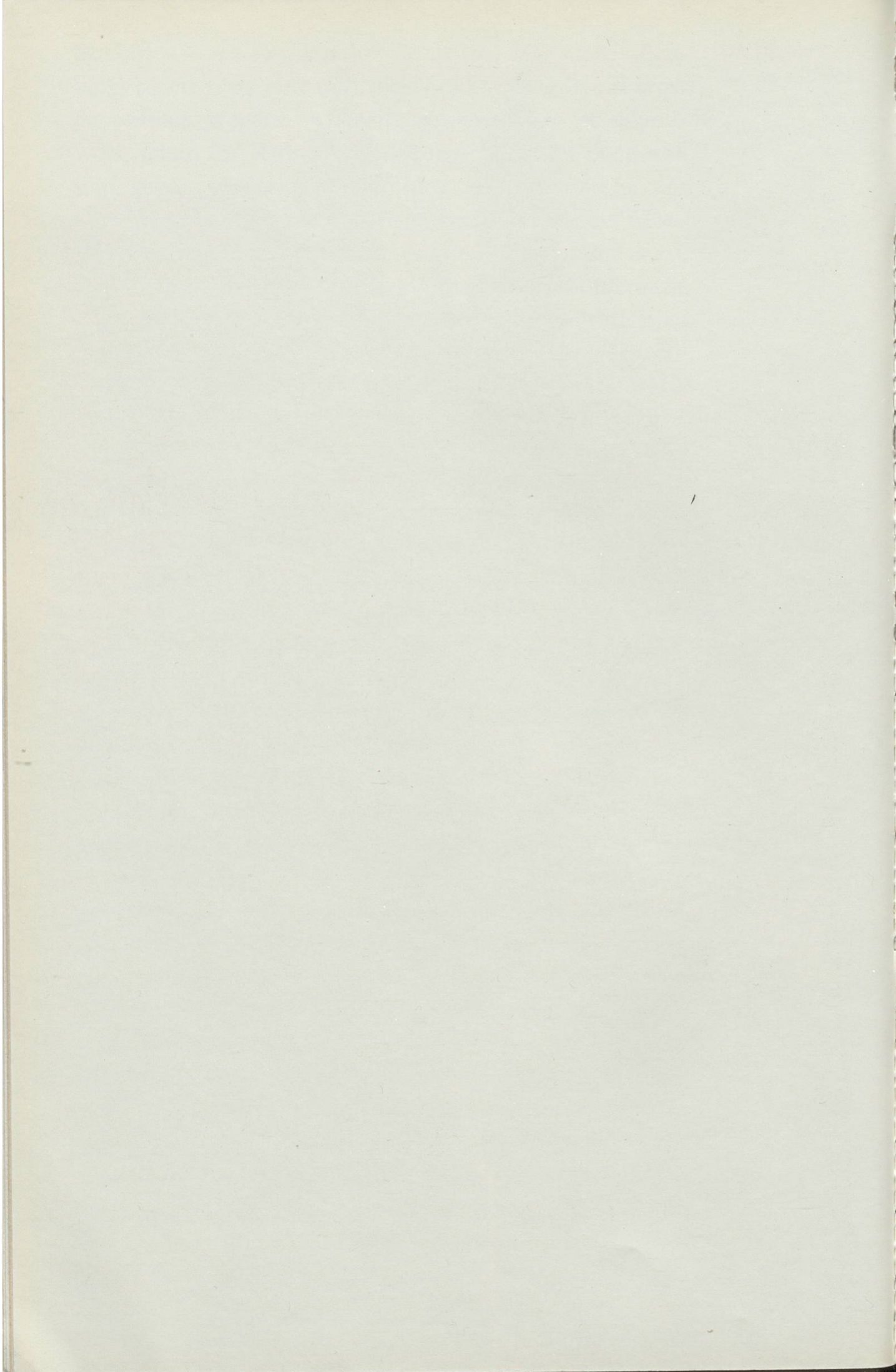
St.Gallen – ein touristisches Zentrum! Vor nicht allzu langer Zeit wäre eine derartige Behauptung kaum ernst genommen worden. «Gewiß, unsere Stadt ist sehenswert, allein ihr Ruhm und das Ansehen ruht doch voll und ganz auf deren Weltgeltung als Exportstätte der Gewebe und Stickereien. Mögen Luzern, Lugano, Montreux sich am Fremdenstrom erlaben, uns kommt es zu, das Wohlergehen der Bürgerschaft durch schöpferische Leistung, bewährt durch jahrhundertelange Tradition, zu begründen.» So wurde aus verständlichen Gründen argumentiert. Ein Verkehrsverein mit Komitee und Sekretariat besteht zwar seit 1890. Ihm hatte die Stadt schon damals viele wertvolle Anregungen zu verdanken. Allein dessen Aufgabenkreis beschränkte sich zur Hauptsache, auf Mithilfe bei Festanlässen, auf Logisvermittlung, auf Mitsprache bei Fahrplanfragen usw. Allgemein kam den städtischen Verkehrsbüros in der Vorkriegszeit nicht jene Bedeutung zu wie heute. Und es kam die Krise der dreißiger Jahre, welche den Stadt-St.Galler in seiner Tatenlust sichtlich hemmte.

Aber just diese Krise offenbarte die fühlbaren Nachteile einer einseitig orientierten und dazu dem Wechsel der Mode unterworfenen Wirtschaft. Es galt, den Kreis der Erwerbsmöglichkeiten auszuweiten, neue Unternehmungszweige aufzubauen. Hand in Hand mit der Anpassung der Textil- und Stickereiindustrie an die Erfordernisse der Neuzeit wuchsen neue Industrien auf dem Boden der werktätigen Stadtgemeinschaft. In den Jahren nach dem zweiten Weltkrieg hat sich St.Gallen wieder aufgefangen und zu einem ansehnlichen Handelszentrum aufgeschwungen.

Die Losung «St.Gallen ist eine lebendige Stadt» förderte indes eine bislang zurückgedrängte Erwerbsquelle ans Tageslicht: den Fremdenverkehr, den Tourismus. Die Parole erklang: St.Gallen ist nicht nur Kultur- und Bildungszentrum, nicht nur Handels- und Exportmetropole, sondern auch beliebtes, dankbares Reiseziel. Das Verdienst zu dieser Initiative und damit zu der Aktivierung

Die Dächer
unserer Altstadt
sieht man
selten so





des Verkehrsvereins gebührt einerseits dem im Frühjahr 1943 zum Präsidenten des Verkehrsvereins gewählten Herrn Dr. Emil Anderegg und anderseits den Herren Hermann Berchtold, Dr. Walter Kesselring, Polizeifeldweibel Paul Linder, Eugen Schmid und Werner Sonderegger. Nach Auflösung der von ihnen gegründeten losen Arbeitsgemeinschaft «Pro St.Gallen», die ihre Krönung in dem farbenprächtigen Umzug (1943) «Fahrendes Volk im Wandel der Zeit» fand, stellten sie auf Wunsch von Herrn Dr. Anderegg ihre Kräfte dem Vorstand des Verkehrsvereins zur Verfügung, dem sie mehrheitlich bis auf den heutigen Tag die Treue hielten. An der erfreulichen Entwicklung des Verkehrsvereins seit dieser Zeit haben somit die genannten Herren, vorab Herr Stadtammann Dr. E. Anderegg als Präsident, entscheidenden Anteil.

An werbeträftigen Akzenten und Werten fehlte es ja nicht, sie standen reichlich zur Verfügung: der wohlgefügte Klosterbau mit dem eindrucklichen Pfalzgeviert, die Kathedrale in ihrer barocken Fülle und ihren unvergleichlichen Holzplastiken, die Stiftsbibliothek in ihrer Rokokoeleganz und mit ihren einmaligen Kulturschätzen (jährliche Besucherzahl heute über 65 000 gegenüber 6000 in den Vorkriegsjahren), das Textilmuseum mit der einzigartigen Sammlung von Spitzen aus aller Welt und aus sechs Jahrhunderten, dann die reichhaltigen übrigen Museen (Kunst, Geschichte, Naturwissenschaft, Völkerkunde, Heimatforschung), das Stadttheater mit Oper, Operette, Ballett und Schauspiel, die Tonhalle mit eigenem Orchester, in den Stadtbezirken die sehenswerten kirchlichen und profanen Bauten von romanischer Herbeheit über lichtvollen Barock bis zur typischen Moderne, die künstlerisch gestalteten Brunnen, die blumenreichen Parkanlagen und Plätze, der Stadtkern mit präsentablen Erkern, geschmackvollen Auslagen, heimeligen Cafés und Gartenterrassen, die Außenquartiere mit aufgelockerten Siedlungen, die Sitterbrücken verschiedener Epochen im Westen, der prächtige Botanische Garten und der reizvoll gelegene Wildpark Peter und Paul im Osten!

Der reiche Schatz an Sehenswürdigkeiten wird sodann umschlossen von einem Kranz eindrucklicher Naturerlebnisse. Anmutig liegt die Stadt – übrigens auf kerngesunder Höhe von beinahe 700 m ü. M. – zwischen sanftgeschwungenen Hügelzügen. Unmittelbar führen Wanderwege zu ländlicher Idylle und zu aussichtsreichen Anhöhen. Von der Stadt aus fließen Straßen und Schienen in allen Himmelsrichtungen in herrliche Landschaften. Nach Osten und Norden erreicht der Reiselustige in kurzem das appenzellische Trogen mit architektonisch eindrucklichem Landsgemeindeplatz und weltbekanntem Pestalozzidorf, dann Heiden und Walzenhausen, die Gestade des Bodensees in Rorschach, Bad Horn, Arbon und Romanshorn oder auch das Rheintal mit seinen weinseligen Winzerdörfern. Südwärts öffnet sich die mattengrüne Hügelkette von Appenzell Außer rhoden mit den schmucken Dörfern im Talgrund und den sonngebräunten Bauernhäusern am Hang und weiter der herrlich aufsteigende Alpstein mit seinen kühnen Häuptern, den tiefblauen Bergseelein und dem sangesfrohen, witzigen Völklein. Westwärts grüßt aus dem Mittelland der Thurgau, reich an Ackerfurchen, Waldgruppen, Rebhängen, aber auch an denkwürdigen Stätten und Siedlungen, Schlössern und Burgen. Tages- und Halbtagesausflüge lassen leicht das reizvolle Toggenburg, das Fürstentum Liechtenstein, den Untersee mit Reichenau, Arenenberg, Stein am Rhein, Schaffhausen und Rheinfall oder die romantische Insel Mainau und das vielgestaltige deutsche oder österreichische Bodenseeufer erreichen. St.Gallen, die Stadt zwischen Bodensee und Säntis, vermittelt eine Vielfalt von Touren aller Art wie auch von nahen Gelegenheiten für Wasser- und Bergsport, bietet aber selbst auch eine Auslese vielfältiger Sportanlagen: Schwimm- und Sonnenbäder, Hallenschwimmbad, Tennis, Golf 18 Holes, Aschenbahn, Fußball- und Leichtathletikplätze, Kunsteisbahn, Boccia u. a. m. Solch glückliche Verbindung von gepflegter Kulturstätte und naturverbundenem Umschwung durfte die

Initianten der um 1945 noch jungen Idee, St.Gallen ein Reiseziel werden zu lassen, ermuntern, den Schritt zu wagen. O ja, es war ein Wagnis. Denn zunächst waren doch «Werkmeister und Werkstätte» zu bestellen, um die Stadt-St.Galler mit solch neuen Gedanken vertraut zu machen und ein erstes Programm zu entwerfen. Dabei standen begreiflicherweise die finanziellen Mittel noch bescheiden zur Verfügung. Dazu kam die ungünstige Verkehrslage der Stadt. Der Eiserne Vorhang engte den West-Ost-Verkehr merklich ein, und die Verkehrsadern Deutschland–Schweiz verlagerten sich zusehends westwärts, eben an den Rhein. Die Elektrifikation der Bahnlinie Hamburg–Basel und der Bau der Autobahn Hamburg–Basel förderten diese zügige Linie. Der Wegfall direkter Wagen ab Berlin und Dresden an den Bodensee und damit nach St.Gallen wie auch der Mangel verbindender Autobahnen in Süddeutschland und in der Bodenseegegend bilden ein fühlbares Handikap für die ganze Nordostschweiz.

Aber Schwierigkeiten sind da, überwunden zu werden. Planmäßige Pionierarbeit gepaart mit Unternehmungsgeist und die Erweckung einer nordostschweizerischen Gemeinschaft zeitigten wachsenden Erfolg.

Es galt, vorerst gewisse Voraussetzungen für den Fremdenverkehr zu schaffen. Dies geschah durch einen Appell an die Behörden, an die kulturellen und wirtschaftlichen Organisationen zum fortschrittlichen Teamwork. Zum Aufgabenkreis zählten u. a.: die Verschönerung des Stadtbildes, Erhaltung des Alten, trotzdem aber Aufgeschlossenheit gegenüber dem Neuen, Schaffung von künstlerischem Schmuck in den Anlagen, Organisation von Blumenschmuckwettbewerben, Ausbau der Einkaufsstraßen durch gediegene, neuzeitliche Schaufenstergestaltung, Hebung des Niveaus kultureller Veranstaltungen durch gemeinsame Trägerschaften. Es sei an eine Reihe von Veranstaltungen erinnert, die auf Anregung des Verkehrsvereins zusammen mit andern kulturellen Organisationen stattfanden. Einen unerwarteten Auf-

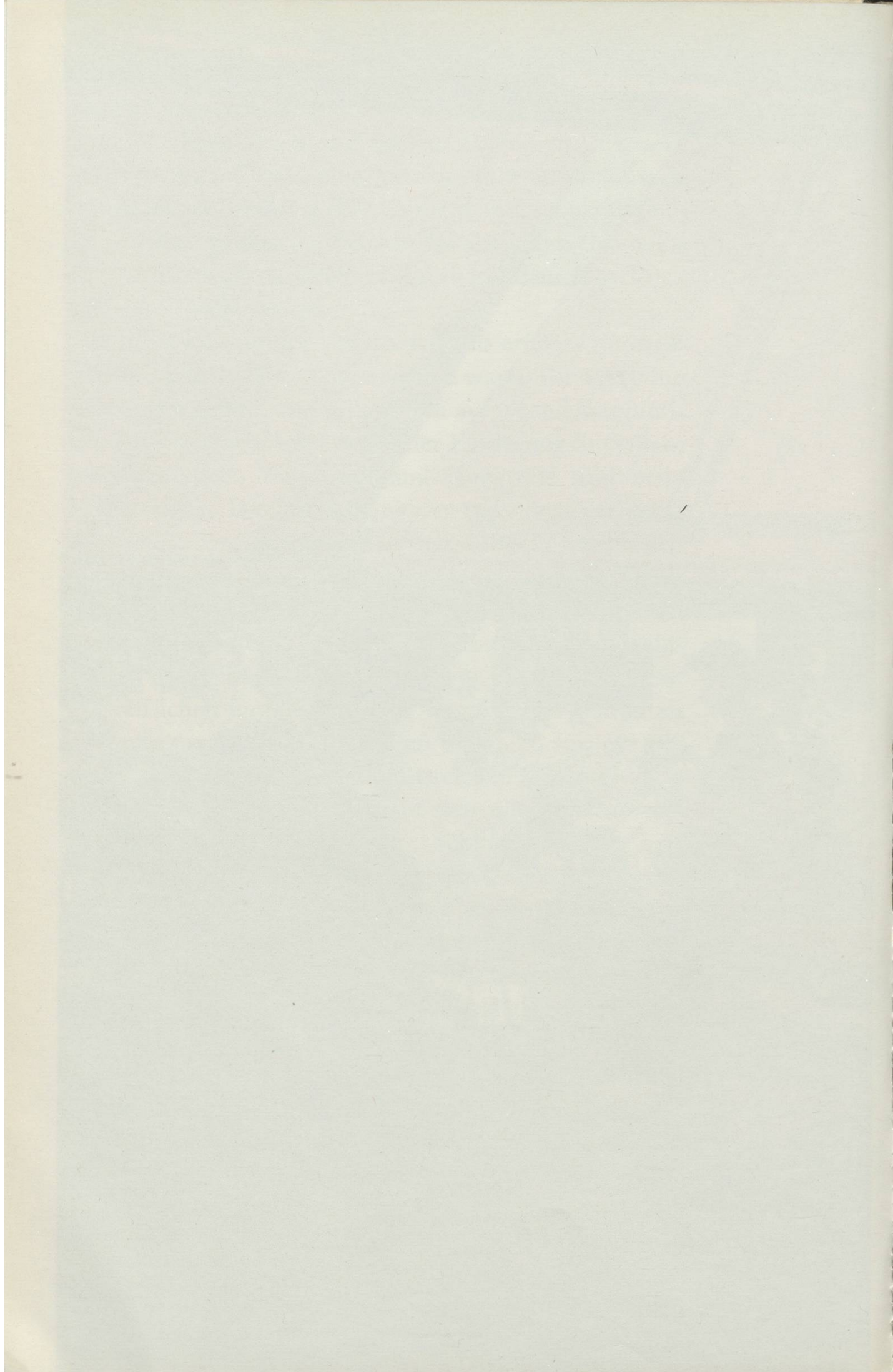
schwung gab dem Gastwirtschaftsgewerbe die amerikanische Urlauberaktion, die von 1945 bis 1947 immerhin 15000 G.I. zu einem dreitägigen Aufenthalt in unsere Stadt brachte. Diese Initiative des Verkehrsvereins trug erheblich zur Stärkung des Glaubens an die Zukunft bei. Es war eine großartige Periode des allseitigen Goodwills und stadtbewußten Denkens. In diese fiel auch der Ausbau des Verkehrsbüros.

Die Finanzierung des Verkehrsvereins erfolgte mühsam und nur schrittweise. Entsprechend waren der Werbung Schranken gesetzt. Sie vollzog sich auf Grund langjähriger Dispositionen, begann mit der Förderung St.Gallens als Tagungsort. Tagungen und Kongresse sind beste Werbeträger. Die Fachorgane der tagenden Verbände veröffentlichen wohlmeinende und aufschlußreiche Beilagen über den Tagungsort. Landsleute aus allen Teilen der Schweiz lernen die in der Peripherie gelegene Stadt St.Gallen und deren Umgebung kennen. Sie sind beeindruckt vom lebenswürdigen Empfang und von der meist vortrefflichen Organisation der Tagung und kehren als Freunde unserer Stadt an ihren Wohnort zurück. Die Stadt aber zu einer unterkunftsreichen Tagungs- und Kongreßstadt auszubauen, läßt sich nur mählich verwirklichen. Indessen haben «Schützengarten» und «Ekkehard» durch ihre Säle und der Um- oder Neubau verschiedener Hotels ihren Beitrag an die Entwicklung St.Gallens zum Fremden- und Tagungsort geleistet. Der Neubau der Handels-Hochschule, das neue Stadttheater, vorab aber die neue Olma-Mehrzweckhalle, die sich für Großveranstaltungen kultureller oder sportlicher Art eignen wird, eröffnen neue Perspektiven für zukünftige Kongresse, Tagungen und Veranstaltungen. Diese Möglichkeiten gilt es auszuwerten. Entsprechend hat auch mit der Zeit eine Anpassung des Hotelbettenangebotes zu erfolgen.

Parallel zur Werbung für Tagungen erfolgte die Betreuung der Presse des In- und Auslandes. Entsprechende Beziehungen wurden angebahnt, Tausende von Artikeln

Die Stadtcafés
sind Treffpunkt
von jung und alt





kultureller, wirtschaftlicher oder auch allgemeiner Art und Sondernummern bekannter Zeitschriften erschienen über St.Gallen, wobei das umfangreiche Foto- und Klischeearchiv wertvolle Dienste leistete. Das Verkehrsbüro gab z. B. im vergangenen Jahr 1275 Fotografien an Presseleute und an die Schweizer-Verkehrsbüros im Ausland ab. Die sorgsame Pflege der Public Relations bei Empfängen und Führungen der Prominenz aus Politik und Wirtschaft, der führenden Köpfe aus Presse, Radio und Fernsehen oder der Reisebürobranche der Welt, die regelmäßigen Auslandsgeschäftsreisen, die die Ausarbeitung von unzähligen Reiseprogrammen bedingten, die Organisation der Feriensprachkurse aus Schweden und Frankreich zählten zum selbstverständlichen Aufgabenkreis. Den Beziehungen zu Radio und Fernsehen verdanken wir unzählige Reportagen, Fernsehdokumentarfilme und den 1962 vorgeführungsreifen Farbtonfilm über unsere Stadt, den uns freundlicherweise die BBC London zur Verfügung stellte und dessen Kopien von allen englisch sprechenden Fernsehländern übernommen wurden. Die aktive Mitarbeit in der Programmkommission der Ostschweiz. Radiogesellschaft, in der Beromünsterkonferenz und in der Kommission des Schweizerischen Kurzwellendienstes kommt unserer Stadt in vielfältigster Form zugute. Mit dem Hinweis auf die Schaufenster- und Inseratenwerbung sei das nur andeutungsweise umschriebene Bild der Werbemaßnahmen abgeschlossen.

Eine Ausnahme sei gestattet, sie betrifft den Prospekt, dem als Visitenkarte unserer Stadt besondere Bedeutung zukommt. Deswegen beschritten wir bei der Ausgabe 1962 neue Wege. Das Werbebüro Erich Mayer-Schneider erhielt den Auftrag. Grafiker Albert Leemann hat ihn gestaltet und die Offizin Zollikofer & Co. im Offsetverfahren gedruckt, Auflage 300 000 Exemplare. Herbert Maeder war für die Exklusivaufnahmen verantwortlich. Der neue St.Galler Prospekt unterscheidet sich durch Text, Bild und Gestaltung wesentlich von allen übrigen Städteprospekten. Der Zweck der stärkeren

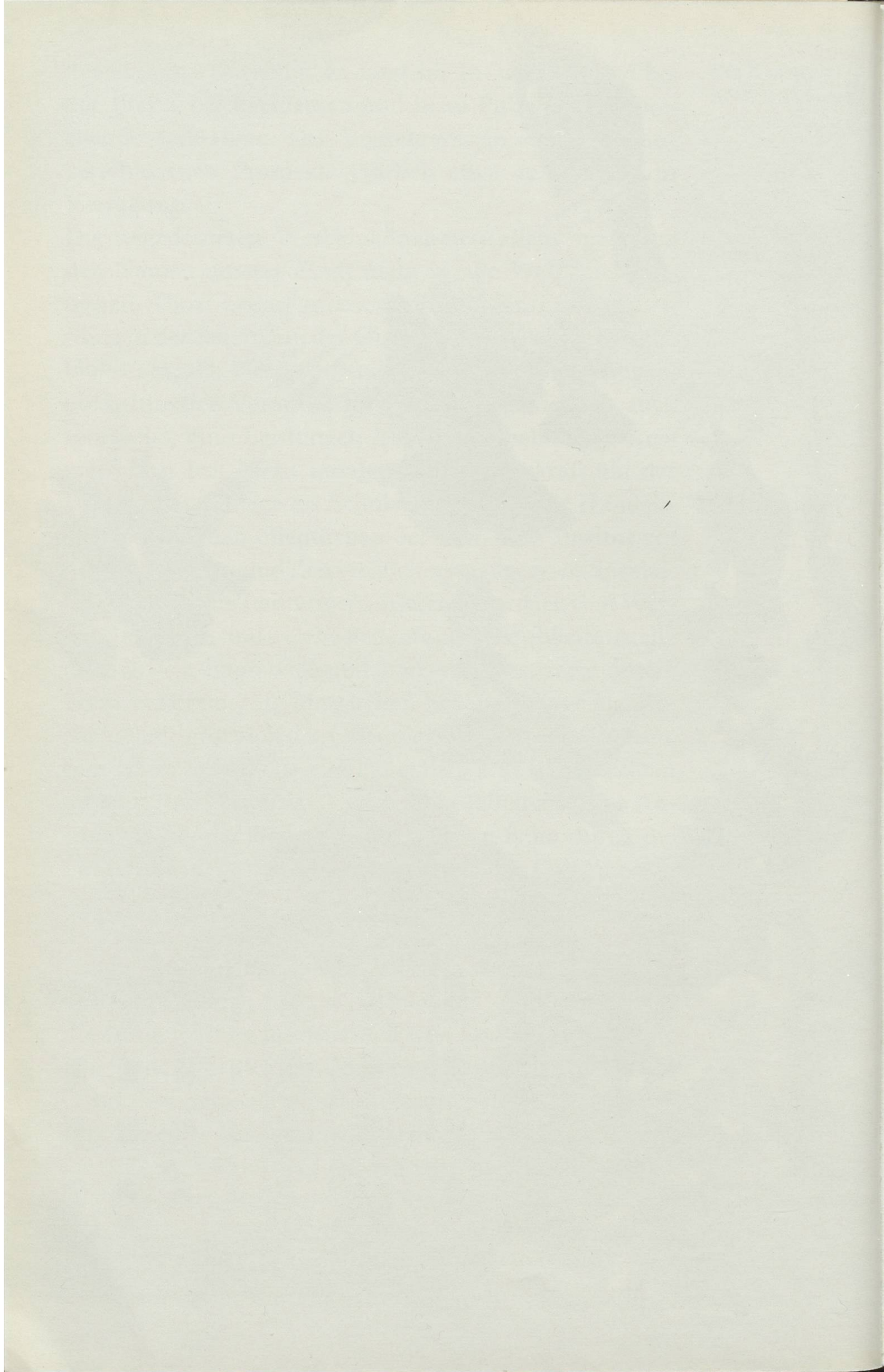
Beachtung war erfüllt. Er fand im In- und Ausland bei der Presse, bei Fachleuten und beim Publikum entsprechende Aufnahme. Der Verkehrsverein stellt für seine verschiedenen Prospekte jährlich etwa 22 000 Fr. zur Verfügung.

Die angedeuteten Werbemaßnahmen allein vermögen den Namen unserer Stadt nicht in alle Welt hinauszutragen. Dazu bedarf es noch anderer Kräfte. Die Leistungen der Behörden, der Olma, des Direktors der Stiftsbibliothek, die Pferdesporttage, die Kunstausstellungen, die kulturellen Veranstaltungen ganz allgemein, ja auch sportliche, gute Leistungen tragen in erheblichem Ausmaß dazu bei. Nicht mindere Anziehungskraft übt der gute Ruf St.Gallens als Schulzentrum mit der Handelshochschule, den öffentlichen Schulen, dem Institut auf dem Rosenberg und den vielen hervorragenden Spezialschulen aus. Die Leistungen unserer Industrien sind Werbeträger Nr. 1, und welche Bedeutung der Publizitätsstelle der Schweiz. Baumwoll- und Stickereiindustrie für unsere Stadt zukommt, ist hinlänglich bekannt. Zuwenig Rechenschaft gibt sich die Öffentlichkeit über die Dienste, die wissenschaftliche und medizinische Kapazitäten unserer Stadt erweisen. Ins Gewicht fallen auch die Anstrengungen der Bodensee-Toggenburg-Bahn durch die Förderung des Ausflugsverkehrs und die Organisation von Extrazügen aus dem süddeutschen Raume nach St.Gallen.

Kaum eine andere Stadt fühlt sich so sehr mit der Landschaft verbunden wie die Gallusstadt. Daher stand für die Initianten des touristischen New Look eindeutig fest: Die Stadt fühlt sich als Glied einer größeren kantonalen, ja nordostschweizerischen Gemeinschaft. Schöpferische Impulse eines Gemeinwesens kommen radial einem weitem Kreis zugute, und Fortschritte im größeren Raum wirken sich in den einzelnen Bezirken aus. Voraussetzung solch zweckdienlicher Zusammenarbeit bilden eine klar aufgebaute Organisation von unten nach oben und innerhalb derselben eine planmäßige Aufgabenteilung.

Der Klosterplatz
ist auch Tummel-
platz der Tauben





Diese Bedingungen fanden in St.Gallen eine vorbildliche Erfüllung. Der Verkehrsverein ist in der Nachkriegszeit eine Betriebsgemeinschaft mit dem Verband sanktgallischer Verkehrsvereine und mit der übergeordneten Nordostschweiz. Verkehrsvereinigung (NOV), die wiederum ein zwar unabhängiger Regionalverband der Schweiz. Verkehrszentrale (SVZ) darstellt, eingegangen. Diese Stufenleiter ermöglicht eine sinnvolle Koordination in der Werbung: SVZ und NOV besorgen den Auslanddienst, Kantonalverband und lokale Verkehrsvereine das «Inlandgeschäft». Sie bietet auch Gewähr dafür, daß die «Werbefeldzüge» von Fachleuten und Kennern der in- und ausländischen Verhältnisse der Fremdenverkehrsprobleme und Verkettung im Tourismus besorgt wird und damit die aus öffentlichen und privaten Quellen fließenden Mittel wohlüberlegt, zielgerecht und erfolgsgewiß verwendet werden. Auch die planmäßige Anwendung der Werbemittel bedarf der klugbedachten Leitung und Aufgabenteilung. Just heute, wo beinahe jedes Land «Fremdenindustrie» in hartem Konkurrenzkampf betreibt, erweist sich die Vermeidung jeglicher Doppelspurigkeit und Zersplitterung von Propagandaaktionen und die auf Erfahrung und Systematik aufgebaute koordinierte Werbung im In- und Ausland als einzig aussichtsreiches Unterfangen.

In dieser Gruppenarbeit konnte die erwähnte Personalunion in der Geschäftsführung von Verkehrsverein, Kantonalverband und NOV besonders die gegenseitige Wahrung und Stützung der Interessen fördern. Der festgefügte Apparat schenkt dem übergeordneten Verband die wichtige Betreuung der Details, und andererseits verleiht der Überblick über das Ganze den untern Instanzen und damit auch der Stadt St.Gallen die Mitarbeit und Teilhaberschaft an den Errungenschaften der obern Verbände. Als Beispiele mögen dienen: die Unterstützung unserer Anliegen durch die SVZ und deren Auslandagenturen, dann die Postulate an SBB und PTT, die gemeinsamen Bemühungen um Wiederanschluß an

internationale Zugverbindungen, um Förderung der Autobahnen und Expreßstraßen, um Verwirklichung der Tödi-Greina-Bahn, aber auch um Modernisierung des Bahnwagenmaterials, Ausbau der sportlichen Verkehrsmittel, Anpassung der Hotellerie, der Kurorte und des allgemeinen Gastgewerbes an die Erfordernisse der Neuzeit und schließlich die Erhältlichmachung ausreichender finanzieller Hilfe, die Herausgabe technisch und künstlerisch überzeugender Werbemittel, wie sie z. B. in der Zeitschrift «Nordostschweiz» beispielhaft sich offenbaren. Die NOV ist auch Mitglied des Internationalen Bodensee-Verkehrsvereins (IBV), welcher die «Bodensee-Hefte» herausgibt, das städtische Verkehrsbüro Mitglied der Fédération internationale de centres touristiques, in deren großzügigem Prospekt die Stadt St.Gallen wirksam zur Geltung kommt und in der Arbeitsgemeinschaft mit den Städten Basel, Bern, Genf, Lausanne und Zürich, genannt «Schweizer 6», die für die Werbung in Amerika einen gemeinsamen Prospekt in einer Auflage von einer halben Million herausgibt.

Noch stellt sich die nüchterne Frage: Lohnt sich all dieser Aufwand, lohnen sich die Subventionen und Beiträge? Die Antwort verweist zunächst auf die schweizerische Volkswirtschaft, welche besagt, daß jährlich der Aktivsaldo des schweizerischen Fremdenverkehrs zu einem erheblichen Teil den Passivsaldo des Außenhandels zu decken vermochte. In der Stadt St.Gallen ziehen Gastgewerbe und Verkehrsmittel zunächst den Ertrag des Fremdenverkehrs ein. Doch wandert das Geld auch in weitere Erwerbszweige, wie z. B. für Küche und Keller, für das Personal, für Gebäulichkeiten, Mobiliar, Renovationsarbeiten, Brennmaterialien, Gas und Strom, Versicherungsprämien, Telefontaxen, Zinsen, Reklame und – gern oder ungern – für Steuern. Geht man von den annähernd 200 000 Logiernächten des Jahres 1961 aus, kommt man nach Erfahrungsberechnung auf eine Gesamteinnahme von 10 Mio Fr. Dazu dürfte aus Durchgangs- und Ausflugsverkehr der etwa 100 000 Personen

ein weiterer Ertrag von 2 Mio Fr. zugeschossen werden. Also lohnt sich der Aufwand in allen Teilen.

St.Gallen als touristisches Zentrum ist heute auf dem Wege, ein Begriff zu werden. Sehen wir zu, daß die Kurve der planvollen Entwicklung weiter ansteigt. Die Städtewerbung besteht nicht nur aus Prospekten, Plakaten und dergleichen, sie ist Ausdruck einer Gesamtleistung einer Stadt, sie geht deshalb jedermann an. Es geht nicht nur um die Erreichung eines möglichst hohen wirtschaftlichen Erfolges, sondern vielmehr darum, unserer Gallusstadt in aller Welt zu jenem guten Ruf zu verhelfen, den sie wirklich verdient. Und dieses Ziel ist jeglichen Einsatzes wert.

Armin Moser

Die farbigen Abbildungen sind dem neuen St.Galler Prospekt entnommen

Die Multergasse
ist die belebteste
und beliebte
Einkaufsstraße der
St.Galler und
der Gäste



