

**Zeitschrift:** Anthos : Zeitschrift für Landschaftsarchitektur = Une revue pour le paysage  
**Herausgeber:** Bund Schweizer Landschaftsarchitekten und Landschaftsarchitektinnen  
**Band:** 41 (2002)  
**Heft:** 3: Tourismus : Landschaft verkaufen? = "Tourisme : paysage à vendre?"  
**Vorwort:** Tourismus : Landschaft verkaufen? = "Tourisme : paysage à vendre?"  
**Autor:** Schubert, Bernd

### **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:** 02.04.2025

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

## Tourismus - Landschaft verkaufen? «Tourisme - paysage à vendre?»

«**T**ourismus - Landschaft verkaufen» ist mehrdeutig. Assoziationen wie «Ausverkauf der Landschaft», «Tourismus als Landschaftsfresser», «leichtsinniges Verspielen des wichtigsten Tourisuskapitals» liegen auf der Hand, jahrelang - und zu Recht - beklagt.

Es assoziiert uns aber auch die Anstrengungen der Tourismuswerbung, die Landschaft - als Sympathieträger - ins «richtige Bild» zu setzen, Bilder zu verkaufen, auch solche, die es so gar nicht mehr gibt. Die Landschaft als Verkaufsargument.

Mit diesem anthos möchten wir aber weder das eine noch das andere geisseln. Im Zentrum sollen die Synergien zwischen Tourismus und Landschaft stehen, Formen des naturnahen, landschafts- und kulturorientierten Tourismus, die Landschaft als Naherholungsraum.

Immerhin ist der naturnahe Tourismus mit Gästerausgaben von 2,3 Milliarden Franken pro Jahr und einem Anteil von rund 30% bei den inländischen Gästen ein wichtiges Standbein des Binnentourismus in der Schweiz, wie eine neue Studie der Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft an der Hochschule für Technik Rapperswil und der Abteilung für Sozialpsychologie der Universität Zürich zeigt. Nach der neusten UNIVOX-Umfrage ist die Schönheit der Landschaft noch immer das Hauptmotiv für die Wahl eines Ausflugsortes.

Mit diesem anthos wollen wir neue Erkenntnisse, Entwicklungen, Strategien und Beispiele - mit einem breit gefächerten Set von Artikeln - zur Diskussion stellen, als Beitrag auch zum UNO-Jahr des Ökotourismus und zum UNO-Jahr der Berge 2002.

Bernd Schubert

«**T**ourisme - paysage à vendre» peut prendre plusieurs sens.

Des associations d'idées, qui sont - à juste titre - à déplorer depuis de nombreuses années, viennent immédiatement à l'esprit, telles que: «liquidation du paysage», «le tourisme comme dévoreur d'espace», «gaspillage irresponsable du principal capital touristique».

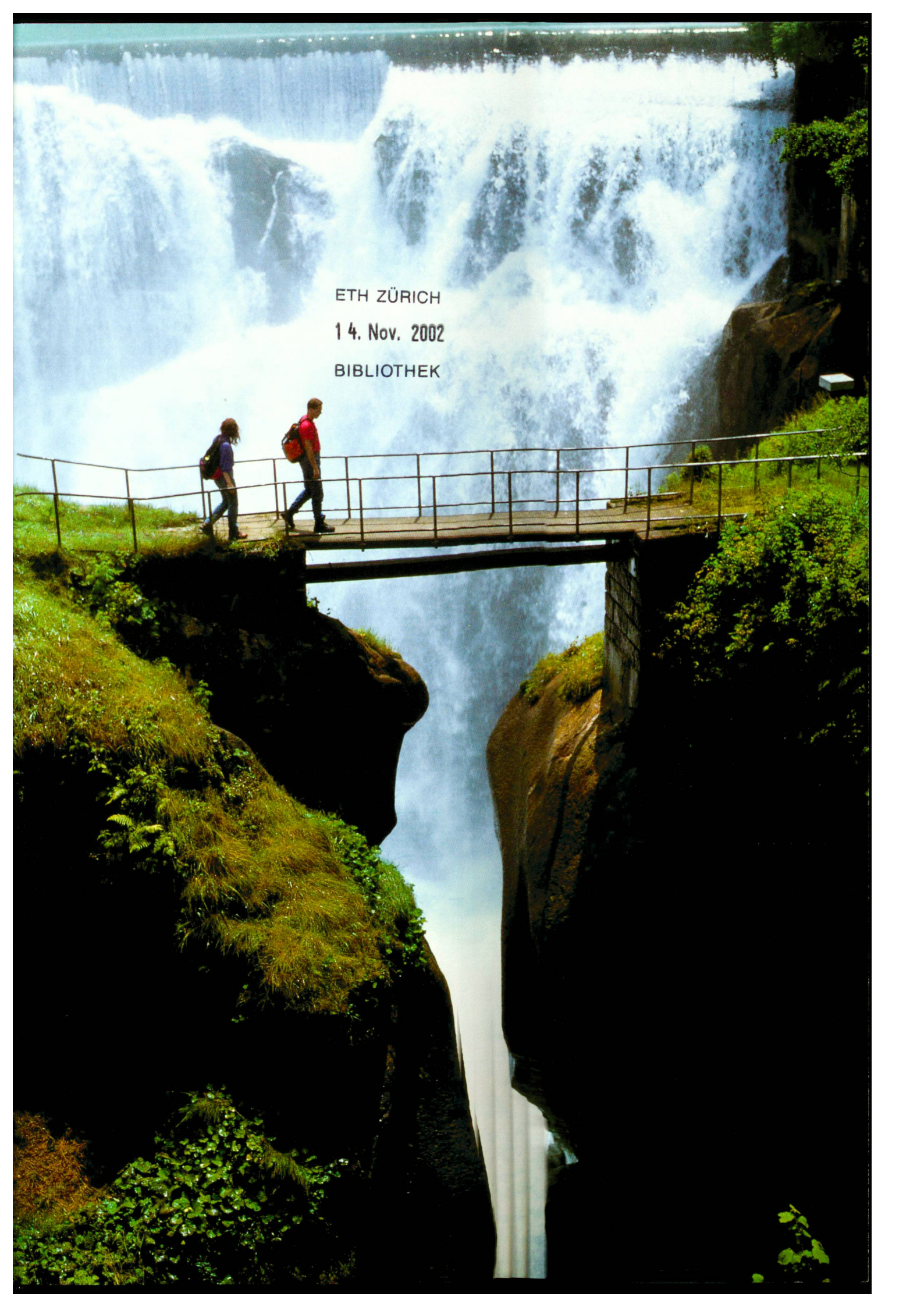
Cela nous rappelle cependant aussi les efforts de la publicité touristique - à titre de sympathisante - pour mettre en scène le paysage de manière adéquate, pour vendre des images, même de paysages qui n'existent plus. Le paysage devient argument de vente.

Dans ce numéro de la revue anthos, nous ne souhaiterions pas prendre en otage l'une ou l'autre interprétation. Ce qui doit rester au centre, ce sont les synergies entre tourisme et paysage, ce sont les formes prises par le tourisme proche de la nature et orienté sur le paysage et la culture, c'est le paysage considéré comme espace de détente de proximité.

Quoi qu'il en soit, et comme le démontre une récente étude de l'institut de recherche sur les loisirs, le tourisme et le paysage de la Haute école spécialisée de Rapperswil et de l'Institut de psychologie sociale de l'Université de Zurich; le tourisme proche de la nature représente en Suisse un pilier essentiel du marché du tourisme intérieur avec des dépenses des visiteurs s'élevant à 2,3 milliards de francs par an et dont une part de près de 30 pour-cent est assumée par les touristes venant de Suisse. D'après le tout dernier sondage UNIVOX, la motivation principale pour le choix d'un lieu d'excursion est, encore et toujours, la beauté du paysage.

Dans ce numéro de la revue anthos, nous voulons soumettre à la discussion - au moyen d'un large éventail d'articles spécialisés - de nouvelles découvertes, de nouveaux développements, des stratégies et des exemples, et représentent également notre contribution en cette année 2002, déclarée par l'ONU année du tourisme écologique et année de la montagne.

Bernd Schubert



ETH ZÜRICH  
14. Nov. 2002  
BIBLIOTHEK