

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 121 (1995)
Heft: 4

Artikel: Mit "Swiss Click" auf grosser Schweizer-Reise : statt einer frechen CD-ROM lieber ein braves Heidi
Autor: Rohrer, Markus
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-597202>

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: 30.03.2025

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

Mit «Swiss Click» auf
grosser Schweizer-Reise

STATT EINER FRECHEN CD-ROM LIEBER EIN BRAVES HEIDI

VON MARKUS ROHNER

Sie gehören auch zu jenen Schweizerinnen und Schweizern, die Jahr für Jahr irgendwohin in die Ferien verreisen? Recht haben Sie, warum sollen immer nur der Nachbar, der ohnehin schlecht bei Kasse ist, oder die bundesrätlichen Globetrotter Cotti und Delamuraz in den sonnigen Süden fliehen, während Sie Ihre Ferien schön brav zu Hause auf dem Balkon verbringen? Wer hat nicht das Bedürfnis, einmal in Maspalomas Sandburgen zu bauen, auf Galapagos Riesenschildkröten zu jagen oder im Samnaunental eine Nassschneelawine in Richtung Österreich in Bewegung zu setzen? Man gönnt sich ja sonst nichts im Leben.

Hunderte Millionen von Franken sind es jedes Jahr, die der Schweizer in den Urlaub investiert. Das freut die Tourismusbranche, aber gleichzeitig gehen der Wirtschaft Millionen von unproduktiven Arbeitstagen flöten. Ein bisschen fleissiger und strebsamer sollten wir schon werden, dabei an die gebeutelten Patrons denken und unsere freie Zeit nicht bloss in den Warteschlangen des Flughafens Kloten und im Gotthardstau verbringen!

Ein Glück, dass uns jetzt die Eidgenossenschaft zu Hilfe geeilt ist. Unter dem Namen «Swiss Click» ist vor wenigen Tagen eine interaktive Compact Disc auf die Welt gekommen. Ein Werk von KoKo, der Koordinationskommission für die Präsentation der Schweiz im Ausland. Warum weiterhin in die krisengeschüttelte Welt hinausreisen oder den lawinengefährdeten Weg ins Engadin auf sich nehmen, wenn die Schweizer Reise vor dem PC viel schneller und billiger abgespult wer-

den kann? Vergessen Sie Ihre geplante Fahrt aufs Jungfrauoch oder den Lac Léman und begeben Sie sich zusammen mit Ihrer Mouse zwischen Bytes und Scriptfiles auf Ihre elektronische PC-Reise. Durch die «älteste Alpendemokratie der Welt», wie es im KoKo-Originalton heisst.

80 Miniaturtonbildschauen, zusammengesetzt aus 1400 Bildern, Grafiken, 20 Minuten Videosequenzen und viel, viel Musik ergeben ein Bild unseres Landes, wie es Albert Anker, Adolf Ogi und Walter Roderer zusammen nicht besser hätten malen können. Von Johanna Spiry über Friedrich Nietzsche, Polo Hofer und die Banken, bis zum EWR und der Fussballnationalmannschaft ist in dieser CD alles enthalten, was irgendwie mit dem «berühmten und doch verkannten Land» in Verbindung gebracht werden kann. In vier Sprachen wird die Botschaft über das alpine Schmuckkästchen in die weite Welt hinausgetragen, auf dass von Feuerland bis nach Hammerfest bald jeder weiss, welch eigenwilliges Volk sich da im Herzen Europas hinter hohen Bergen versteckt hält.

Doch nicht alle sind mit dem neuesten KoKo-Werbegag einverstanden und haben lauthals ihrem Unmut Luft gemacht. «Es ist unglaublich», rang der St. Moritzer Kurdirektor Hanspeter Danuser nach Luft. «Wir haben eine professionell eingesetzte Schweizerische Verkehrszentrale, die wirklich etwas von diesem Business versteht. Aber einmal mehr wursteln wieder alle am Bild der Schweiz im Ausland mit.» Wie das rauskommen kann,

habe die Weltausstellung in Sevilla gezeigt, als am Eingang zum Schweizer Pavillon die Worte geschrieben standen: «Die Schweiz existiert nicht.» Allzu viele haben damals die Provokation nicht verstanden. Da wäre es vielleicht besser gewesen, Hanspeter Danuser mit seinem Alphorn und einem Laib Emmentaler nach Andalusien zu schicken. Und hätte ihn sein Luzerner Kollege Kurt H. Illi als blau-weisser Clown vom Vierwaldstättersee begleitet, wäre im Süden Spaniens garantiert keiner auf die Idee gekommen, dass in dieser strahlenden Schokolade-, Käse- und Bergidylle putzmunter mit harten Drogen gehandelt und schmutziges Geld gewaschen wird. Dass im reichen Land immer mehr Bewohnerinnen und Bewohner unter die Armutsgrenze fallen und die Arbeitslo-

sigkeit seit Monaten auf einem hohen Level stagniert.

Der Ärger des St. Moritzer Kurdirektors ist verständlich. Wer solche Tatsachen in die Welt setzt, verbreitet nicht beste Propaganda für das Ferienland Schweiz. Angesichts der rückläufigen Zahlen im Schweizer Tourismus bleibt nichts anderes mehr übrig, als die «Promotion Schweiz» in Zukunft allein unseren Kur- und Verkehrsdirektoren zu überlassen. Bundesrat Flavio Cotti wird seine Diplomatencrew ins Bundeshaus zurückpfeifen, auf dass die Danusers und Illis, Twerenbolds und Hartmanns in alle Ecken der Welt ausströmen können, um dort dem potentiellen Feriengast die «Marke Schweiz» wieder schmackhaft zu machen. Unter den Palmen von Kikwikaki werden bei Raclette und Jodel die Südseeindianer zu einer Reise in die Schweizer Berge animiert, während die Inuits auf Grönland nach einem Schluck Bündner Mineralwasser und einem Diabend mit Herbert Maeder das lo-kale Reisebüro stürmen werden. Auch in der Bronx von New York wird es nach dem Unterhaltungsabend mit Peach Weber kein Halten mehr geben!

Lassen wir sie doch voller Tatendrang in die weite Welt hinausströmen, unsere ewigjungen Muntermacher von der Tourismusfront. Auf dass sie unser Land mit dem Alphorn und dem Heidi in den schönsten und schillerndsten Farben präsentieren. Dass in dieser Idylle manchenorts der Lack ab ist, merkt der ausländische Feriengast ohnehin früh genug. □

