

**Zeitschrift:** Pestalozzi-Kalender  
**Herausgeber:** Pro Juventute  
**Band:** 57 (1964)  
**Heft:** [2]: Schüler

**Artikel:** Kleines Land : grossser Fremdenverkehr  
**Autor:** Suter, Peter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-989234>

### **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:** 14.03.2025

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



Blick vom Pilatus über Bürgenstock, Rigi und Vierwaldstättersee.

## KLEINES LAND – GROSSER FREMDENVERKEHR

«Heute abend kosteten wir die schweizerische Nationalspeise, die sich zusammensetzt aus Coca Cola, Kopfsalat, Brötchen, gebratenen Kartoffeln mit geschnetzeltem Rindfleisch und Sauce.» Diese in der amerikanischen Zeitung «The Statesman» veröffentlichte und wohl etwas dem dortigen Geschmack angepasste Definition unserer kulinarischen Spezialität «Geschnetzeltes mit Rösti» formulierte der 14jährige Zeitungsverträger Gary Thorson aus dem Lande Onkel Sams, der vor rund zwei Jahren in Begleitung von 39 weiteren Zeitungsjungen aus verschiedenen Staaten Nordamerikas die Schweiz bereiste. Nicht in ihrer Eigenschaft als Zeitungsverträger, sondern als frischgebackene Berichterstatter durften sie auf Einladung der Schweizerischen Verkehrszentrale unser Land erforschen, um in der amerikanischen Tageszeitung, die sie normalerweise von ihrem Fahrrad oder Motorroller aus



«Ferien im Winter sind doppelte Ferien!» Ein Werbeslogan der Schweizerischen Verkehrszentrale.

über den Gartenzaun vor die Haustüre der Abonnenten werfen – im Lande der unbegrenzten Möglichkeiten werden die Zeitungen nämlich nicht wie bei uns fein säuberlich in den Briefkasten gesteckt –, ihre Reiseabenteuer zu beschreiben.

In lustigen Zeitungsartikeln schilderten die jungen Reporter ihre Abenteuer in der Schweiz, wobei sie sich insbesondere von den blitzblanken Strassen, den sprachgewandten Schweizern, den niedlichen Chalets – welche offenbar nach dem Vorbild der auch in den USA verbreiteten Musikdosen gebaut waren und die in erstaunlichem Kontrast zu den im Märchenland Heidis kaum erwarteten modernen Großstädten standen –, den gletscherbehangenen Bergen und vom abwechslungsreichen Essen beeindruckt zeigten. Beim letzten Thema «warnten» allerdings vereinzelt Nachwuchsfeinschmecker ihre Landsleute vor einem heissen Käsegericht namens «Fondue». Beim Genuss des schmelzenden Käses werde den Gästen nämlich zugemutet, die mit einem Stücklein Brot bewaffnete Gabel auf höchst unhygienische Weise in ein und denselben Topf zu tauchen, aus dem auch die Tischnachbarn die begehrte Speise fischten. «Geschnatlets» – wie ein anderer Junge in seiner Zeitung unser «Geschnetzelt» bezeichnete – erfreute



Schulsausflug an den Zugersee, inmitten eines der vielen abwechslungsreichen Wandergebiete in unserem Land. (Siehe auch Seite 164.)

sich eindeutig grösserer Beliebtheit. – Neben den von den «Junior Reporters» – den jungen Berichterstatlern – bedienten Zeitungen veröffentlichten rund 400 andere Zeitungen der USA sowie zwei in Millionenauflagen erscheinende Zeitschriften Beiträge und Gratis-Freundschaftsinserate, die dem Fremdenverkehrsland Schweiz gewidmet waren und wesentlich dazu beitrugen, unser Land und die Schweizer den Amerikanern menschlich näherzubringen.

In diesem Anliegen, nämlich den Namen der Schweiz in alle Welt hinauszutragen und bei möglichst vielen Leuten den Wunsch zu erwecken, einmal Ferien in unserem Land zu verbringen, besteht die Aufgabe der Schweizerischen Verkehrszentrale, welche zusammen mit der Swissair, den schweizerischen Transportanstalten und den regionalen und lokalen Verkehrsverbänden die Zeitungsungen in die Schweiz eingeladen hatte. Dank dieser Aktion, welche als kleines Beispiel der Tätigkeit der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) erwähnt sei, konnte mit relativ geringem Aufwand eine sehr grosse touristische Werbung in Amerika er-



Einladend, sonnig und reich geschmückt – ein typisches Engadinerhaus in Guarda.

zielt werden. Um zu erfassen, welche grosse Bedeutung dem Fremdenverkehr in unserem Lande zukommt, muss man sich vor Augen halten, dass die jährlichen Einnahmen aus dieser Quelle schätzungsweise 2 Milliarden (2000000000) Franken betragen. Im Jahre 1961 liessen Besucher aus dem Ausland 1820 Millionen Franken in der Schweiz zurück (Einnahmen), während sich Schweizer ihre Auslandsreisen 740 Millionen Franken kosten liessen (Ausgaben). Es verblieben demnach 1080 Millionen Franken, eine Summe, die man als Gewinn bezeichnen kann und die in der schweizerischen Ertragsbilanz als höchster Aktivsaldo posten figuriert. Da mit dieser Summe der Passivsaldo unserer Handelsbilanz – die Differenz zwischen den Export- und Importwerten im Warenverkehr – zu einem grossen Teil gedeckt werden kann, bezeichnet man den Fremdenverkehr gelegentlich als «unsichtbaren Export».

Um diese für die schweizerische Volkswirtschaft bedeutenden Einnahmen weiterhin zu sichern oder nach Möglichkeit zu fördern, wurde die Schweizerische Verkehrszentrale 1939 auf Grund eines Bundesbeschlusses mit der gesamtschweizerischen Verkehrswerbung beauftragt. Die SVZ, die heute über ein jährliches Budget von rund 10 Millionen Franken verfügt, erhält vom Bund einen festen Beitrag von 5,5 Millionen Franken. Weitere Beiträge leisten die SBB, die PTT, der Schweizer Hotelier-Verein, der Schweizer Wirtverein und zahlreiche andere am Fremdenverkehr interessierte – öffentliche und private – Stellen. Die Schweizerische Verkehrszentrale hat ihren Hauptsitz in Zürich und ist durch Agenturen in 16 Weltstädten vertreten. Ein Eisenbahnzug von 35 Güterwagen wäre erforderlich, um das jährlich von der SVZ nach allen Erdteilen versandte Werbematerial, wie Prospekte, amüsante Kurzfilme aus der Schweiz, Presseartikel, Photographien, Kalender, Plakate, Dekorationsmaterial für Ausstellungen usw., an den Bestimmungsort zu bringen, wo es für alle guten und verlockenden Eigenschaften wirbt, die für den Besuch der Schweiz einen Anreiz bilden.

Peter Suter

## **DAS VERKEHRSHAUS IN LUZERN**

### **Ein Anziehungspunkt für jung und alt**

Wenn sich das vor vier Jahren in Luzern eröffnete Verkehrshaus der Schweiz innert dieser kurzen Zeit zum meistbesuchten Museum unseres Landes zu entwickeln vermochte, so beweist dieser alle Erwartungen übertreffende Erfolg eindrucklich die Notwendigkeit einer derartigen Ausstellung. Heute ist jedermann in einem bisher unbekanntem Ausmass von einem gutfunktionierenden Transportapparat abhängig, und das Interesse an der Entwicklung, Technik und Bedeutung der Verkehrsmittel ist daher auch entsprechend gross. Unter den verschiedenen Verkehrsmuseen in der ganzen Welt – es gibt Eisenbahn-, Schiffs-, Post-, Auto- und Luftfahrtmuseen – nimmt das Verkehrshaus der Schweiz eine ganz besondere Stellung ein, ist es doch nicht nur das grösste,