

Zeitschrift: Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]

Band: 50 (1977)

Heft: 6: 50 Jahre Revue die Schweiz = 50 ans revue la Suisse

Vorwort: Geleitwort = Avant-propos = Introduzione

Autor: Ritschard, Willi

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: 08.11.2024

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

Herausgeberin: Schweizerische Verkehrszentrale
Editeur: Office national suisse du tourisme
Editore: Ufficio nazionale svizzero del turismo

Issued by the Swiss
National Tourist Office
8023 Zürich, Talacker 42

Geleitwort

Eine kulturelle Zeitschrift wird nur selten alt. Deshalb ist das fünfzigste Jahr dieser Revue schon Grund genug zum Feiern. Auch wenn die öffentliche Hand etliches zum Leben und Überleben zuschiessen muss, wertet das die schöpferische Leistung nicht ab, sondern die öffentliche Hand auf. Denn die Furcht, der Kulturpropaganda geziehen zu werden, hält sie oft genug von Kultur überhaupt ab.

«Tourismus», welch hässliche Verdeutschung, oder «Fremdenverkehr», dieses mechanische Wort, steht für Erlebnisquellen, die bunteste Erinnerungen und unverwechselbarste Stimmungen spenden können. Doch um sie zu entdecken, genügt es nicht, dass man sich in Bewegung setzt und in die Kolonne einreicht. Allzu vielen unter uns ist die Mobilität wenig mehr als eine Fluchtmöglichkeit neben andern, ähnlich der naiven Flucht der Kinder, die die Augen schliessen, um nicht gesehen zu werden. Nicht vergebens ist der Tourismus-Markt vor allem auf Betrieb und Menge aus. Je mehr Länder oder Stationen, desto gehaltreicher die Reise. So gerät dann das Kolosseum nach Kreta und wird der Nil von der Seufzerbrücke aus fotografiert.

Es ist billig, darüber zu spotten. Vielleicht erholt mancher sich, ohne zu ruhen, was weiss ich. Sicher kann man sehen, ohne zu betrachten.

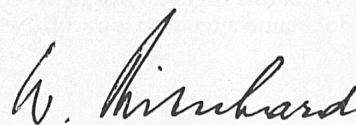
Uns zu Betrachtern zu machen, glaube ich, war immer ein geheimer Wunsch der Revue. Ein Betrachter braucht nicht weit zu fahren, und doch sieht er viel Fremdes und Ungeahntes. Die Redaktoren wollen uns lehren, nicht so gläubig von der Distanz

allein Wunder zu erwarten. Im fernen Osten oder Westen hat es zahllose Genies, und Talente tauchen erst jenseits des Bosphorus auf. Hierzulande sind sie dünn gesät. Gigantisches, Einmaliges, Überwältigendes, das gibt es erst nach mindestens tausend Kilometern.

Das Naheliegende, das haben wir ja ohnehin, das bleibt uns. Wir sehen es uns gar nicht an, weil wir es uns immer später einmal ansehen wollen. Die Revue will uns zu den Wundern der Nähe zurückführen – oder gar zu jenen in uns selbst. Unbeirrt zeigt sie uns seit Jahren vieles, das wir längst gesehen, aber selten bemerkt haben. Und indem sie den Leser durch unser Land und unsere Kultur führt, bringt sie ihm eben auch die einfache Weisheit des wahren Reisens bei: sich selbst zu finden.

Aber was gibt sie denn dem Fremden, wird sich mancher fragen? Was denkt sich der Makler in Philadelphia bei diesem «Lappi tue d'Augen uf» am Schwabentor in Schaffhausen? Wie wirkt die Dachkonstruktion des Eckturms im Aigler Schloss auf die Japanerin, die in der Agentur Tokio auf Auskunft wartend in der Revue blättert?

Beide werden sich wundern wie wir; wie immer, wenn unvermittelt eine Einzelheit wie eine Hauptsache vor uns steht. Und wer sich wundert, das weiss jeder Kaufmann, ist schon halber Kunde. Auch dieses Werben gehört zum Sinn der Zeitschrift. Aber es bleibt eben nicht beim bloss Vordergründigen. Wer sich über das Einzelne wundern lernt, wird auch die Hauptsachen anders sehen. Mir jedenfalls geht es so.



Willi Ritschard, Bundesrat

Avant-propos

Il est rare qu'un périodique culturel devienne vieux. On peut donc se réjouir que cette revue ait atteint l'âge jubilaire. Même si les pouvoirs publics ont un peu contribué à ce qu'elle puisse vivre et survivre, cette aide n'amointrit pas sa valeur, mais elle rehausse le mérite des pouvoirs publics. Car combien de fois, en effet, ceux-ci ne se détournent-ils pas de la culture de crainte qu'on ne les accuse de faire de la propagande!

«Tourisme», «industrie touristique»: de bien piètres mots pour

désigner ces sources de joie auxquelles nous devons tant de lumineux souvenirs et d'incomparables expériences de vie! Certes, pour y accéder il ne suffit pas de se mettre en branle et de s'aligner dans la file des voyageurs. Trop nombreux sont ceux pour qui le voyage n'est guère plus qu'une perspective d'évasion parmi d'autres, un désir de fuite semblable à celui de l'enfant qui ferme les yeux pour ne pas être vu. C'est pourquoi le marché touristique est orienté surtout vers l'agitation et l'accumulation. Plus on voit

de pays et de lieux, plus le voyage est «enrichissant». Dans le tohu-bohu de pareils périples, on finit par situer le Colisée sur l'île de Crète et le pont des Soupirs au-dessus du Nil.

Mais trêve de badinage! Il y a peut-être des gens qui n'ont pas besoin de repos pour être dispos. Et il en est sûrement aussi qui peuvent voir sans regarder. Si je ne me trompe, un des objectifs tacites de la revue a toujours été d'apprendre aux gens à regarder. Celui qui sait regarder n'a pas besoin de s'en aller au loin pour découvrir des curiosités et des nouveautés. Les rédacteurs de la revue enseignent à ne pas croire que le merveilleux soit proportionnel à la distance, qu'il n'y ait de génie qu'aux antipodes et de talent qu'au-delà du Bosphore, et qu'il faille parcourir au moins mille kilomètres pour admirer de grandioses, d'uniques, de bouleversants spectacles.

Ce qui est proche étant de toute façon à notre portée, nous ne nous y attardons pas puisque nous pouvons toujours y aller plus tard une fois. Or, justement, la revue veut nous ramener aux merveilles qui sont près de nous, voire à celles qui sont en nous.

Introduzione

Una rivista culturale solo raramente invecchia. I cinquant'anni di questa rivista sono quindi motivo sufficiente per festeggiare. Anche se il potere pubblico deve fornire un apporto considerevole per permetterle di vivere e di sopravvivere, ciò non implica una svalutazione della prestazione creativa, bensì una rivalutazione del potere pubblico. Infatti, il timore d'essere accusato di praticare propaganda culturale tiene troppo spesso il potere pubblico lontano dalla cultura.

«Turismo», una parola quasi meccanica che sta per vicende e avventure in grado di fornire i ricordi più gai e stati d'animo inconfondibili. Ma per scoprirli, per farne tesoro, non basta mettersi in moto e aggiungersi alla colonna. Per troppi fra di noi la mobilità non rappresenta altro che una possibilità di fuga, altrettanto ingenua di quella del bimbo che chiude gli occhi credendo di non essere scorto. Non per nulla il mercato del turismo mira soprattutto allo smercio ed alla quantità. Dal numero dei paesi o delle stazioni si a dipendere la suggestività del viaggio. Ed è così che il colosseo finisce per trovarsi a Creta e il Nilo viene fotografato dal ponte dei sospiri.

È facile far dell'ironia in materia. Forse, che ne so io, c'è gente che riesce a ritemperare le proprie forze senza riposare. Una cosa è però certa: è possibile guardare senza essere in grado di osservare.

Credo da parte mia che l'obiettivo recondito della nostra rivista sia sempre stato quello di mutarci in osservatori. Uno che sa osservare non ha bisogno d'andare lontano per scoprire l'ignoto e l'imprevisto. I redattori vogliono insegnarci che non è dalla sola distanza che dobbiamo attenderci miracoli. Nelle lontane regioni

Depuis des années, elle s'obstine à nous montrer des choses que nous avons vues depuis longtemps, mais bien rarement remarquées. En guidant ainsi le lecteur vers son propre pays et sa propre culture, elle lui fait découvrir précisément l'élémentaire sagesse du voyage: le chemin vers soi-même.

Mais aux étrangers? demandera-t-on. A quoi bon exhorter le courtier de Philadelphie à bien ouvrir les yeux devant la Porte de Souabe à Schaffhouse? Et qu'importe à la Japonaise, qui feuillette la revue dans le hall de l'agence à Tokyo, la toiture d'une tour d'angle au château d'Aigle?

Eh bien! de même que nous, ils s'intéresseront, comme on s'intéresse toujours quand un objet ou une particularité surgit à l'improviste devant soi. Or celui qui s'intéresse – chaque vendeur sait cela – est déjà un acheteur en puissance. Cette invitation à s'intéresser, c'est également une raison d'être de la revue. Mais elle ne se limite pas à une approche superficielle. Celui qui commence à s'intéresser à une particularité finit par voir aussi l'essentiel avec d'autres yeux. C'est du moins ce qui m'arrive.

Willi Ritschard, conseiller fédéral

dell'Oriente o dell'Occidente i geni sono innumerevoli e i talenti abbondano solo al di là del Bosforo, mentre sono rari dalle nostre parti. Cose gigantesche, uniche, sbalorditive si possono scoprire dopo aver percorso almeno mille chilometri.

Quel che abbiamo a portata di mano non ce lo toglie nessuno. Non gli prestiamo la dovuta attenzione perché tanto un giorno lo scopriremo comunque. Questa rivista vuole riproporci le meraviglie che ci sono vicine o che possiamo persino scoprire in noi stessi. Da anni essa ci propone instancabilmente molti particolari già visti ma raramente rilevati. Guidando il lettore attraverso il nostro paese e la nostra cultura, essa gli rammenta pure la semplice saggezza che è alla base del vero viaggiare: la scoperta di sé stessi.

Ma, penseranno alcuni, che cosa suggerisce allo straniero? Che pensieri si farà il sensale di Filadelfia dinanzi alla porta degli Svevi di Sciaffusa con quell'inconsueta dicitura «Sciocco, tiene gli occhi aperti»? Che effetto potrà avere la struttura del tetto della torre d'angolo nel castello di Aigle sulla signora giapponese che nell'agenzia di Tokio, in attesa di ottenere informazioni, sfoglia le pagine della rivista?

Al pari di noi, ambedue persone saranno meravigliate, come sempre allorché improvvisamente un dettaglio si muta, in nostra presenza, in un fatto essenziale. E, come ben sanno i commercianti, chi si meraviglia è già mezzo cliente. Anche questa forma di pubblicità è propria della rivista, che però non si accontenta del superficiale ma scava in profondità. Chi apprende a meravigliarsi del particolare potrà pure vedere con altri occhi i fatti principali. Almeno a me capita così.

Willi Ritschard, consigliere federale

1929 veranstaltete das Eidgenössische Departement des Innern zur Förderung der schweizerischen Verkehrspropaganda einen Plakatwettbewerb, dessen beste Ergebnisse 1930 in der «SBB-Revue» abgebildet worden sind. Unter diesen fesselt uns noch heute ein Entwurf des Solothurner Malers Otto Morach (1887–1973)

En 1929, le Département fédéral de l'intérieur organisa un concours d'affiches en vue d'encourager la propagande touristique suisse. Les meilleures œuvres des lauréats furent reproduites en 1930 dans la revue des CFF. Le projet du peintre soleurois Otto Morach, né en 1887, a gardé son attrait jusqu'à nos jours

Nel 1929 il Dipartimento federale dell'interno organizzò un concorso destinato a promuovere la propaganda del turismo svizzero mediante una serie di affissi; i lavori migliori vennero riprodotti, nel 1930, sulla rivista delle FFS. Fra questi ancora oggi ci avvince il bozzetto dovuto al pittore soletese Otto Morach (1887–1973)

In 1929 the Swiss Federal Department of the Interior organized a poster competition to promote Swiss tourist advertising. The best entries were reproduced in 1930 in the review published by Swiss Federal Railways. One of them, by the painter Otto Morach (1887–1973) of Solothurn, still exerts its fascination today