

Botschaft

des

Bundesrates an die Bundesversammlung über die Durchführung einer Sonderwerbung zur Förderung des Reiseverkehrs.

(Vom 2. Juni 1936.)

Herr Präsident!

Hochgeehrte Herren!

Der Fremdenverkehr bildet einen Zweig unserer nationalen Volkswirtschaft, der in ganz besonderem Masse von den Auswirkungen der Wirtschaftskrise betroffen wird. Er hat in der Periode des Weltkrieges, als gewisse Industrien und auch die Landwirtschaft eine Konjunktur erlebten, eine Frequenz- und Geschäftsschrumpfung erfahren, von deren Einwirkungen er sich in den Nachkriegsjahren mit ihrer vielversprechenden Neubelebung des internationalen Reiseverkehrs nicht genügend erholen konnte. Jedenfalls gestattete die speziell in der Hotellerie unaufschiebbar gewordene Modernisierung der Betriebe in den allerwenigsten Fällen eine Bereitstellung von Reserven für Zeiten neuer Störungen. Solche haben sich jedoch schon in der zweiten Hälfte des Konjunkturjahres 1929 abzuzeichnen begonnen und sind seither in immer steigendem Masse und in bisher ungekannten neuen Formen Tatsache geworden. Vereinzelte Lichtblicke in dieser Trübung der Lage haben sich als trügerisch erwiesen, und der zermürbende Einfluss einer anhaltenden Depression hat nicht bloss materielle Schädigungen von Betrieben und Unternehmungen und eine Notlage beim nicht mehr beschäftigten Personal zur Folge, sondern beginnt den Unternehmungsgeist, die Ausdauer und die Zuversicht in eine bessere Zukunft allenthalben zu lähmen.

I. Die Entwicklung und Aussichten im Fremdenverkehr.

Der Bundesrat hatte schon wiederholt Gelegenheit, die Unentbehrlichkeit des Fremdenverkehrs für unser Land darzutun und die Schwierigkeiten zu schildern, mit denen dieser Erwerbszweig andauernd zu kämpfen hat. Mit besonderer Gründlichkeit geschah dies letztmals in der Botschaft des Bundesrates über die Fortsetzung und Erweiterung der Hilfsmassnahmen für das Hotelgewerbe, vom 8. März 1935. Wir verweisen hier ausdrücklich auf diese Botschaft und die dort gesammelten Angaben über die Zahl der gastgewerb-

lichen Betriebe in der Schweiz, die Bettenzahl, die Zahl der beschäftigten Personen, den Umsatz in der Hotellerie und die damit erzielte Befruchtung anderer Teile unserer Wirtschaft (Industrie, Gewerbe, Landwirtschaft usw.), die erheblichen Kapitalinvestitionen in der Hotellerie usw. Besondere Beachtung verdient die vom Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit bearbeitete Statistik über den Beschäftigungsgrad im Hotelgewerbe. Diese vermittelt ein eindrückliches Bild des Frequenzrückganges seit 1930, weshalb wir sie — unter Nachtragung der Zahlen für 1935 — hier ebenfalls einschalten.

Prozentuale Bettenbesetzung der geöffneten Hotelbetriebe im Jahresdurchschnitt:

Gliederung	Von 100 verfügbaren Gastbetten waren besetzt:					
	1930	1931	1932	1933	1934	1935
Ganze Schweiz	44,3	38,1	31,2	31,5	30,5	30,5
Kantone:						
Bern	38,2	34,5	26,5	27,7	28,9	27,4
Luzern	33,0	27,9	21,8	23,0	24,2	23,5
Graubünden	42,3	34,6	27,9	28,7	29,6	30,5
Tessin	42,4	35,9	30,7	29,5	28,0	28,8
Waadt	51,6	43,6	33,3	32,1	30,3	28,9
Wallis	39,7	35,0	30,3	32,6	28,7	28,7
übrige Kantone	43,3	38,2	34,6	33,8	30,8	30,0
4 Grossstädte	56,3	50,7	43,1	42,5	41,1	38,4
übrige städtische Fremdenzentren	44,4	36,5	27,9	26,9	26,9	26,6
Höhenlage über Meer:						
unter 600 m	45,4	38,9	32,5	31,4	30,4	29,7
600—1000 m	34,3	30,5	28,5	24,3	22,6	20,1
1000—1300 m	31,1	26,9	19,7	22,3	21,6	21,9
1300 und mehr m	42,2	36,0	30,4	30,8	30,4	30,3
Gastbetten pro Betrieb:						
unter 100	45,6	40,0	32,4	32,4	30,6	30,1
100 und mehr	42,7	35,9	29,9	30,4	30,5	31,0
Rangklasse:						
untere	41,1	37,2	30,6	30,2	28,1	27,4
obere	45,1	38,0	31,1	31,5	31,2	31,3

Die Ergebnisse der vom eidgenössischen Statistischen Amt durchgeführten schweizerischen Fremdenverkehrsstatistik stehen erst seit dem Monat Dezember 1933 zur Verfügung. Ein Vergleich mit früheren Jahres- und Saisonergebnissen ist darum leider nicht möglich. Nach den Schätzungen des Schweizer Hotelier-Vereins belief sich im Jahre 1929, als die Nachkriegskonjunktur im Fremdenverkehr ihren Höhepunkt erreichte, ohne indessen an die Resultate

der guten Vorkriegszeiten heranzukommen, die Gesamtfrequenz der schweizerischen Gaststätten auf nahezu 5,5 Millionen Ankünfte und rund 22,9 Millionen Übernachtungen. Die eidgenössische Fremdenverkehrsstatistik weist nach:

für das Jahr 1934 3,805,673 Ankünfte und 13,971,881 Logiernächte,
 » » » 1935 3,119,008 » » 14,061,073 »

so dass sich eine Einbusse gegenüber 1929 von 48,6 % bei den Ankünften und von 38,8 % bei den Übernachtungen, die in erster Linie massgebend sind für den Geschäftsgang der Hotellerie, wie im gesamten Fremdenverkehr, errechnen lässt.

Erfreulicherweise hat der Anteil der Schweizer keine Schrumpfung erfahren. Einzelne Kurgebiete können sogar eine merkliche Zunahme der inländischen Besucher feststellen, so der Kanton Graubünden, wo die Entwicklung des Fremdenverkehrs seit 1919 durch eine amtliche Statistik festgehalten wird. Die Zunahme der auf Schweizergäste entfallenden Logiernächte im Kanton Graubünden beträgt für die

Sommersaison (1935 gegen 1929) 18,3 %

Wintersaison (1935/36 gegen 1928/29) 31,9 %.

Um so ausgeprägter tritt der Verlust auf den Logiernächten der Auslandsgäste in Erscheinung. Dabei fällt ins Gewicht, dass vom volkswirtschaftlichen Standpunkt im Interesse der Stärkung der nationalen Zahlungsbilanz der Reiseverkehr aus dem Ausland ganz besondere Aufmerksamkeit beanspruchen muss. Wenn auch die Verhältnisse des Fremdengebietes Graubünden nicht ohne weiteres als Spiegelbild für den Fremdenverkehr des ganzen Landes gewertet werden dürfen, so ist doch eine Beurteilung der Frequenzschrumpfung im Reiseverkehr aus dem Ausland auf Grund der bündnerischen Statistik möglich und von Interesse. Werden die Ergebnisse des Jahres 1929 (bzw. Wintersaison 1928/29 und Sommersaison 1929) durch die Vergleichszahl 100 dargestellt, so ergibt sich für die Entwicklung folgendes Bild:

Entwicklung der Frequenzen (Logiernächte) im Fremdengebiet Graubünden.

	Total Ausland	Deutsch- land	Frank- reich	England	Holland	Italien	Belgien	Österreich Tschecho- slowakei Ungarn	Amerika
1928/29	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1929/30	95	92	107	97	95	104	110	87	108
1930/31	75	66	112	89	92	95	118	66	86
1931/32	46	36	111	40	78	74	90	33	60
1932/33	50	41	131	55	77	88	114	30	62
1933/34	53	47	142	53	75	100	122	33	33
1934/35	59	61	140	53	74	70	113	28	34
1935/36*)	52	49	143	53	75	49	115	26	34

*) Sommersaison 1935 und Wintersaison 1935/36.

Die Frequenzschrumpfung, speziell im Ausländerbesuch, hat in der jüngsten Zeit nicht nachgelassen. Das Reiseabkommen mit Deutschland hat zwar eine zeitweise Belebung des Reiseverkehrs bewirken können; die wiederholten Störungen haben aber eine ruhige Entwicklung und einen normalen Geschäftsgang vereitelt. Nachdem das Abkommen auf den 30. Juni 1936 gekündigt ist, lässt sich heute die künftige Gestaltung dieses Verkehrs in keiner Weise beurteilen. Jedenfalls ist mit einer Steigerung des deutschen Anteils am Logiernächtetotal für die nächste Zukunft nicht zu rechnen. Italien, Österreich, Ungarn und eine Reihe anderer für unseren Fremdenverkehr wichtiger Länder erschweren die Ausreise ihrer Einwohner ebenfalls durch Vorschriften und Kontrollen. Die Abwertung der Währungen in England, den Vereinigten Staaten von Amerika, den Nordischen Staaten, Belgien usw. wird weiterhin ein Hemmnis für die Rückkehr zu einem normalen Ferienreiseverkehr nach der Schweiz bilden.

Beachtung erheischen heute mehr denn je die Bestrebungen zahlreicher Staaten, mit grossem Aufwand an öffentlichen Mitteln den Reiseverkehr im eigenen Land zu fördern und mit einer grosszügigen Werbung im Auslande den internationalen Verkehr ihren wirtschaftlichen Interessen dienstbar zu machen. In geradezu vorbildlicher Weise hat Österreich seine Auslandswerbung aufzubauen verstanden; seine Erfolge bedeuten eine besonders fühlbare Konkurrenz für die Schweiz, weil sie sich auch im Winter geltend macht. Italien wirbt vornehmlich durch die verlockenden Mittel ganz aussergewöhnlicher Fahrpreismässigungen (bis 70%) und einen starken Rabatt auf dem Benzinspreis (bis 80%), wozu als neuester Anreiz die Einführung der sogenannten Reiselira tritt. Deutschlands Bestrebungen sind nicht weniger grosszügig und machen sich eben gegenwärtig im Hinblick auf die Veranstaltung der olympischen Spiele in Berlin mit kaum zu überbietender Eindringlichkeit bemerkbar. Aber auch Frankreich, Ungarn, die Tschechoslowakei, Skandinavien, Jugoslawien usw. bemühen sich mit gesteigerter Intensität um einen grösseren Anteil am Ertrag des Weltreiseverkehrs und helfen mit, der Schweiz als dem klassischen Reiseland den Rang streitig zu machen.

II. Die bisherigen staatlichen Massnahmen.

Die Bundesbehörden haben sich die Wahrung der Interessen des schweizerischen Fremdenverkehrs immer angelegen sein lassen. Auf die staatlichen Hilfsmassnahmen zugunsten des Hotelgewerbes, wie der Erlass zivil- und konkursrechtlicher Ausnahmegestimmungen, das Verbot der Errichtung neuer und der Erweiterung bestehender Hotelbetriebe (Hotelbauverbot), die Beteiligung an der schweizerischen Hotel-Treuhand-Gesellschaft sowie deren wiederholte Subventionierung, ist hier nicht näher einzugehen. Die Notwendigkeit und Nützlichkeit dieser Stützungsmaßnahmen ist unbestritten. Als ebenso wichtig müssen aber jene Massnahmen betrachtet werden, die dahin zielen, den Fremdenverkehr neu zu beleben. Denn nur eine Erhaltung und Hebung

der Frequenz der Betriebe kann eine Gesundung herbeiführen und die Stützungsmaßnahmen eventuell wieder entbehrlich machen. Als Vorkehrungen dieser Art sind die Bestrebungen zu erwähnen, die auf eine Wiederherstellung der Freizügigkeit im internationalen Reiseverkehr gerichtet sind. Zu diesen ist auch der Abschluss besonderer Abkommen mit solchen Staaten zu rechnen, deren Devisenausfuhr beschränkt ist oder unter Kontrolle steht. Heute bestehen solche Abmachungen mit Deutschland (gekündigt auf 30. Juni 1936), mit Österreich und mit Italien. Im Motorfahrzeugverkehr sind in zahlreichen Gegenseitigkeitsabkommen weitgehende Erleichterungen geschaffen worden. Als solche sind namentlich der Verzicht auf die internationalen Spezialausweise zu nennen und die Regelung, wonach ausländische Automobile und Motorräder erst nach einem ununterbrochenen Aufenthalt in der Schweiz von mehr als 90 Tagen einer Besteuerung unterstellt sind. — In Form einer Subvention an die Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs (Verkehrszentrale) leistet der Bund seit dem Jahr 1918 einen Beitrag an die Aufwendungen der Interessenten für eine Verkehrswerbung im Ausland. Diese jährliche Subvention von ursprünglich Fr. 120,000 ist im Jahre 1924 auf Fr. 200,000 erhöht worden, hat aber für die Jahre 1936 und 1937 eine durch das zweite eidgenössische Finanzprogramm bedingte Reduktion um 25% auf Fr. 150,000 erfahren. Ein Ausgleich ist erfolgt durch den Beitritt des eidgenössischen Amtes für Verkehr zu der im Jahre 1933 zwischen der Schweizerischen Verkehrszentrale, der eidgenössischen Post- und Telegraphenverwaltung und den schweizerischen Bundesbahnen gegründeten Werbegemeinschaft, die aus ihrem sogenannten *Gemeinschaftsfonds* Massnahmen von *gesamtschweizerischem* Werbecharakter unterstützt, so namentlich den planmässigen Ausbau der dem Publizitätsdienst der SBB angegliederten Schweizer Verkehrsbureaux (amtliche Agenturen der SBB) im Ausland und spezielle Veranstaltungen der Schweizerischen Verkehrszentrale. Als ordentlichen Zuschuss leistete das eidgenössische Amt für Verkehr an die Werbegemeinschaft im Jahre 1935 Fr. 50,000; für 1936 beträgt der Beitrag Fr. 100,000.

Aus der Erkenntnis heraus, dass praktische Erleichterungen im Reiseverkehr und ganz besonders eine Verbilligung der Fahrpreise auf den Transportanstalten unseres Landes in der heutigen Zeit die besten Ausgangspunkte für eine überzeugende Werbung darstellen, hat der Bund erstmals im Jahre 1933 (Bundesbeschluss vom 22. Juni 1933) einen ausserordentlichen Kredit von Fr. 1,000,000 bereitgestellt als «Beitrag an die schweizerischen Transportanstalten zur Ermöglichung einer Fahrpreismässigung zur Belebung des Fremdenverkehrs». Für die Fahrplanjahre 1934/35 und 1935/36 wurde dieser Beitrag auf 1,5 Millionen Franken angesetzt und im ordentlichen Voranschlag des Post- und Eisenbahndepartementes für das Jahr 1936 ist er in der Höhe von 1,4 Millionen Franken beibehalten worden, enthält aber auch den Beitrag an die oben genannte Werbegemeinschaft. Die Transportanstalten gewähren ausländischen Gästen, die wenigstens 6 Tage in der Schweiz bleiben, auf den hauptsächlichsten Fahrausweisen eine Ermässigung von 30%; der damit ver-

bundene Taxausfall wird aus dem genannten Bundeskredit zu 50% rückvergütet. Dieser Kredit darf also füglich als eine Aufwendung des Bundes zur Förderung des Fremdenverkehrs aus dem Ausland bezeichnet werden. Zu erwähnen bleibt noch, dass diese Massnahme ursprünglich nur je für die Sommer- und die Wintersaison in Kraft stand; sie gilt nunmehr ohne Unterbrechung für das ganze Jahr.

Das gleiche Ziel der Verbilligung des Reisens hatte der Bundesrat im Auge, als er am 28. Juni 1935 beschloss, dem ausländischen Autotouristen eine Zollrückvergütung zu gewähren. In der Absicht, die am 25. Juni 1935 erfolgte Erhöhung der Zölle auf Motorenbetriebsstoffen zu kompensieren, wurde sie auf 6 Rappen pro Liter Benzin angesetzt. Wenn damit auch keine neue Aufwendung von Bundesmitteln verbunden war, so stellt die Massnahme doch eine verkehrswerbende Vorkehrung dar. Ihre Anwendung war ursprünglich auf die Zeit vom 10. Juli bis 31. Oktober 1935 beschränkt; die Frist wurde dann aber bis Ende Februar 1936 und durch Bundesratsbeschluss vom 25. Februar 1936 bis zum 31. Dezember 1936 verlängert. Der Grenzverkehr, sowie der Verkehr mit Autobussen, Miet- und Gesellschaftswagen, Wagen gewerbsmässiger Transportunternehmungen, Lastwagen und dergleichen fällt für die Zollermässigung ausser Betracht. Begünstigt soll allein der eigentliche Autotourismus (der Feriengäste) sein, weshalb auch hier der Nachweis eines Minimalaufenthaltes (3 Tage bzw. 2 Übernachtungen) gefordert wird; ferner bleibt die Rückvergütung begrenzt auf eine Höchstmenge von 300 Liter Benzin für den einzelnen Aufenthalt.

III. Die Begehren der Interessenten.

Aus Fremdenverkehrskreisen sind dem Bundesrat in letzter Zeit wiederholt Eingaben vorgelegt worden, die mit aller Eindringlichkeit einer weiteren Bundeshilfe rufen und auf die harte, sich von Monat zu Monat verschlimmernde Notlage in allen Zweigen der Fremdenverkehrswirtschaft, insbesondere aber im Gastgewerbe, aufmerksam machen. Nicht mit Unrecht werden dabei Massnahmen zur Geschäftsbelebung in den Vordergrund gestellt. In einer von den drei Spitzenorganisationen, Schweizer Hotelier-Verein, Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs (Verkehrszentrale) und schweizerischer Fremdenverkehrsverband gemeinsam an den Bundesrat gerichteten Eingabe vom 9. Mai a. c. ist unter Hinweis auf die fast völlige Unterbindung des Reiseverkehrs aus einigen wichtigen Ländern und die besonderen Schwierigkeiten im deutsch-schweizerischen Verkehr die sofortige Bereitstellung eines ausserordentlichen Bundeskredites postuliert worden, und zwar in einer Höhe von mindestens Fr. 500,000. Der gleiche Betrag wäre bereits auch für das Jahr 1937 in Aussicht zu nehmen. Die Mittel sollten Verwendung finden für eine Förderung des Verkehrs aus solchen Ländern, die der Ausreise ihrer Bewohner keine Schwierigkeiten bereiten. Als dringend wünschbar wurden dabei neue Reisevergünstigungen bezeichnet und als unaufschiebbar die Einleitung

eines intensiven Propagandafeldzuges, für welchen die Interessenten selbst keine Mittel aufzubringen in der Lage seien. Ein Detailprogramm, auf das sich alle an der Eingabe beteiligten Verbände und Institutionen geeinigt hatten, liegt ebenfalls vor und macht insbesondere die Lücken namhaft, die im Werbeplan des Publizitätsdienstes der SBB und der Verkehrszentrale für dieses Jahr offen bleiben mussten und wo ohne Zeitverlust die dringendsten Ergänzungen vorzunehmen wären. Die Werbegemeinschaft, in welcher neben der Schweizerischen Verkehrszentrale auch die Generaldirektionen der SBB und der PTT und das eidgenössische Amt für Verkehr vertreten sind, musste sich von der Notwendigkeit und Dringlichkeit ganz besonderer Anstrengungen in der Verkehrswerbung ebenfalls überzeugen und hat in ihrem Bericht an das Post- und Eisenbahndepartement vom 11. Mai 1936 die Postulate der Verbände unterstützt.

IV. Neue Massnahmen.

Die Krise im Fremdenverkehr, ihre besorgniserregende Verschärfung in der letzten Zeit und die getrübe Aussicht in die nächste und in eine fernere Zukunft rechtfertigen ausser der Beibehaltung der bisherigen Nothilfe gewisse neue Massnahmen und weitere Aufwendungen des Bundes für diesen wichtigen Zweig unserer Volkswirtschaft. Die Dringlichkeit gebietet indessen eine weisse Beschränkung auf Mittel, die einen sofortigen Erfolg versprechen. Auf dem Gebiete der Verkehrswerbung können heute vornehmlich folgende Vorkehrungen in Frage kommen:

1. Eine weitere Verbilligung der Reisekosten.

Das System der sogenannten Ausländerermässigungen bei den Transportanstalten hat seit seiner Einführung wiederholt Verbesserungen und Erweiterungen erfahren. Als werbekräftige Neuerung wird im Benehmen mit den beteiligten Verwaltungen ab 1. Juni 1936 der bisher auf 15% beschränkte Rabattansatz für die kurzfristigen Generalabonnemente auf 30% heraufgesetzt. Gegenüber dem Normalpreis (III. Klasse) von Fr. 65 für das 8tägige und Fr. 90 für das 15tägige Abonnement stellt sich der neue Preis für Ausländer noch auf Fr. 45 bzw. Fr. 63. Eine beachtenswerte Ergänzung erfährt das System ferner im Anschlussverkehr an die Linien ausländischer und schweizerischer Luftverkehrsgesellschaften. Der Verzicht auf die bisher üblichen Unterbrechungen in der Gewährung der Ausländervergünstigung im Frühling und Herbst ist oben bereits erwähnt worden.

Durch Beschluss vom 19. Mai 1936 hat der Bundesrat die Rückvergütung auf dem Benzinzoll im Autotourismus aus dem Ausland von 6 auf 13 Rappen für den Liter heraufgesetzt, unter Befristung dieser Massnahme auf die Zeit vom 1. Juni bis 31. Oktober 1936. Bei einem Benzinpreis von 43 Rappen an den Tankstellen entspricht dies einer Ermässigung von 30% und ergibt einen Preis von 30 Rappen, der immer noch einen Zollanteil von ca. 11 Rappen enthält. Damit wird eine gerechtfertigte Gleichstellung des Automobilisten mit dem die Bahn benutzenden Feriengast erzielt. Diese Massnahme dürfte auch

deshalb ganz besonders angebracht sein und verkehrsfördernd wirken, als gerade Länder wie Frankreich, Belgien, Holland, England und auch Amerika, wo unsere Verkehrswerbung noch mit Aussicht auf Erfolg arbeitet, bereits stark an der vorübergehenden Einfuhr von Motorfahrzeugen für Reise- und Ferienzwecke beteiligt sind.

2. Eine Intensivierung der Verkehrswerbung.

Diese Massnahme rechtfertigt sich in jenen Ländern, wo der Ausreise zu Ferien-, Erholungs- und Sportzwecken keine allzu grossen Hindernisse entgegenstehen, also vornehmlich in den westlichen Staaten Frankreich, England, Belgien und Holland, ferner in den nordischen Ländern, in der Tschechoslowakei, in den U. S. A. usw. Bei dieser Werbung ist zu unterscheiden zwischen der Durchführung eines Sofortprogramms und Massnahmen mehr allgemeiner und auf längere Sicht eingestellter Natur. Das Sofortprogramm soll die Überbrückung der unmittelbar bevorstehende Sommersaison bedrohenden Schwierigkeiten zum Ziele haben und eine gewisse Vorsorge für die Herbstsaison einschliessen. Die Vorkehrungen zu einer neuen Verbilligung des Reisens gehören wesentlich dazu. Sie müssen aber mit aller Beschleunigung in allen für Schweizerreisen in Betracht fallenden Kreisen des Auslandes mit den weiteren Vorteilen eines Ferienaufenthaltes in der Schweiz bekanntgemacht werden. Mit der unverzüglichen und planmässigen Durchführung solcher Massnahmen hat der Bundesrat das Post- und Eisenbahndepartement beauftragt, dessen Amt für Verkehr sich bereits mit Fragen des Fremdenverkehrs zu befassen hat. Die praktische Arbeit ist den hiefür vorbereiteten Institutionen, der Schweizerischen Verkehrszentrale und dem Publizitätsdienst der SBB, insbesondere aber ihren Agenturen im Ausland anvertraut worden. Auch bezüglich der weiterhin geplanten Massnahmen, wie Bereitstellung von modernem Werbematerial für Ausstellungen, Vorträge (auch Filme und Lichtbilder), Errichtung oder Ausbau einiger Werbestützpunkte, Organisation einer Werbung in Nordamerika für den Wintersport in der Schweiz usw. haben die hiefür zuständigen Ausführungsorgane im Benehmen mit dem eidgenössischen Amt für Verkehr die Vorbereitungen an die Hand genommen. Dieses Vorgehen, wobei dem Post- und Eisenbahndepartement bzw. dessen Amt für Verkehr eine gewisse Leitung und Kontrolle und damit auch eine Mitverantwortung überbunden wird, hat den Vorteil, dass an die Bereitstellung neuer Bundesmittel keine Bedingungen geknüpft werden müssen, die der Anpassungsmöglichkeit an wechselnde Bedürfnisse und oft plötzlich sich ändernde Verhältnisse Eintrag tun könnten. Selbstredend sollen, wie bereits angedeutet, die bestehenden Institutionen für die Verkehrswerbung im Ausland für die eigentliche Durchführung der Massnahmen benutzt und in ihrer Initiative nicht gehemmt werden.

Wenn nach der Ansicht des Bundesrates die Einleitung und Durchführung einer ausserordentlichen Werbeaktion für den Fremdenverkehr nicht von besonderen Selbsthilfeleistungen der Interessenten abhängig gemacht werden

soll, so liegt der Grund hiefür nicht allein in der Erkenntnis, dass heute vor allem rasche Hilfe not tut. Die Hotellerie, wenigstens soweit sie im Schweizer Hotelier-Verein organisiert ist, leistet an die Kosten der gesamtschweizerischen Verkehrswerbung bereits beachtliche Beiträge. Bei Anlass der Reorganisation der Schweizerischen Verkehrszentrale hat der Schweizer Hotelier-Verein seinen Jahresbeitrag an diese Zentralstelle im Jahre 1934 von Fr. 45,000 auf Fr. 120,000 heraufgesetzt und sich zu einer weiteren Erhöhung auf Fr. 190,000 ab 1936 verpflichtet. Erheblich und in Anbetracht der bekannten Finanzlage kaum einer weiteren Steigerung fähig sind auch die Aufwendungen der am Fremdenverkehr interessierten Transportanstalten. Vorab sind hier die Ausgaben der SBB für ihren Publizitätsdienst zu nennen, dessen Budget heute über 1,5 Millionen Franken für Aufwendungen zugunsten der allgemeinen Verkehrswerbung vorsieht. — Die Notwendigkeit einer stärkeren und allgemeineren Finanzierung der schweizerischen Verkehrswerbung im Ausland durch die interessierten Kreise und Betriebe ist allerdings nicht zu bestreiten, und eine gewisse Zersplitterung der gesamthaft für Propagandamassnahmen ausgegebenen Gelder, wie sie heute noch in Erscheinung tritt, ist ausserordentlich zu bedauern. Im Voranschlag für das Jahr 1937 werden wir Gelegenheit haben, Ihnen unsere Absichten darzulegen, wie unserer Verkehrswerbung im Ausland die vermehrten Mittel gesichert werden sollen, auf die sie in der heutigen kritischen Zeit angewiesen ist. Wir werden Ihnen dazumal auch Vorschläge unterbreiten, um dieser Verkehrswerbung die immer unentbehrlicher werdende Zusammenfassung und die Einheitlichkeit in der Durchführung zu sichern. — Um aber zu praktischen Erfolgen, womöglich zu einer Frequenzbelebung schon in den allernächsten Wochen zu kommen, bleibt heute als einziger Weg die Bereitstellung eines Sonderkredites aus Bundesmitteln. Dabei ist zu bedenken, dass eine schwache Anstrengung gegen die vorhandenen Hindernisse und Hemmungen und gegen die Vorkehrungen anderer Reiseländer nicht aufzukommen vermag und darum keinen angemessenen Erfolg versprache. Nur ein starker Einsatz wird durchdringen und kann den erhofften Nutzen zeitigen. Da trotz der Beschränkung der Aktion auf einige ausgewählte Länder und auf ein Programm mit wenigen, aber zielsicheren Massnahmen eine gewisse Aufteilung des Kredites unvermeidlich ist, so sollte er für das Jahr 1936, d. h. für die Sommer- und Herbstsaison dieses Jahres und die Wintersaison 1936/37 unbedingt in einem Betrag von Fr. 500,000 zur Verfügung stehen.

Wir haben oben darauf hingewiesen, dass die Durchführung eines Sofortprogramms keinen Verzug erleiden darf. Aus diesem Gebot der Stunde ergab sich für den Bundesrat die Notwendigkeit, einen Teil des Kredites vorschussweise und vorgängig einer Behandlung des Geschäftes durch die eidgenössischen Räte bereitzustellen. Durch Bundesratsbeschluss vom 19. Mai 1936 sind dem Post- und Eisenbahndepartement für die Einleitung unaufschiebbarer Massnahmen Fr. 200,000 zur Verfügung gestellt worden. Dieses Vorgehen hat es erlaubt, durch die Schweizer Verkehrsbureaux in Paris, London, Brüssel, Amsterdam und Prag mit einer sofortigen Presse- und Plakatwerbung einzu-

setzen und durch die Schweizerische Verkehrszentrale gewisse druckreife Werbeschriften unverzüglich fertigzustellen und zu verbreiten.

Gestützt auf die vorstehenden Darlegungen ersuchen wir Sie, für die Durchführung einer Sonderwerbung für den Fremdenverkehr einen Kredit von Fr. 500,000 zu bewilligen.

Genehmigen Sie, Herr Präsident, hochgeehrte Herren, die Versicherung unserer vollkommenen Hochachtung.

Bern, den 2. Juni 1936.

Im Namen des schweiz. Bundesrates,

Der Bundespräsident:

Meyer.

Der Bundeskanzler:

G. Bovet.

Bundesbeschluss
über
**die Durchführung einer Sonderwerbung zur Förderung
des Reiseverkehrs.**

Die Bundesversammlung
der schweizerischen Eidgenossenschaft,
nach Einsicht einer Botschaft des Bundesrates vom 2. Juni 1986,

beschliesst:

Art. 1.

Für die Durchführung einer Sonderwerbung zur Förderung des Reiseverkehrs wird ein Kredit von Fr. 500,000 bewilligt.

Art. 2.

Dieser Beschluss tritt als nicht allgemein verbindlicher Natur sofort in Kraft.

Der Bundesrat ist mit dessen Vollziehung beauftragt.

Botschaft des Bundesrates an die Bundesversammlung über die Durchführung einer Sonderwerbung zur Förderung des Reiseverkehrs. (Vom 2. Juni 1936.)

In	Bundesblatt
Dans	Feuille fédérale
In	Foglio federale
Jahr	1936
Année	
Anno	
Band	1
Volume	
Volume	
Heft	23
Cahier	
Numero	
Geschäftsnummer	3419
Numéro d'affaire	
Numero dell'oggetto	
Datum	08.06.1936
Date	
Data	
Seite	998-1008
Page	
Pagina	
Ref. No	10 032 971

Das Dokument wurde durch das Schweizerische Bundesarchiv digitalisiert.

Le document a été digitalisé par les Archives Fédérales Suisses.

Il documento è stato digitalizzato dell'Archivio federale svizzero.