

»Dem Vaterland besser dienen«

Wie wurde die Schweiz zur Skination? Mit staatlicher Propaganda und patriotischem Pathos VON MICHAEL LÜTSCHER

Es waren Ausländer, wohlhabende Ausländer. Sie machten im 19. und frühen 20. Jahrhundert die Schweiz zur weltweit gefragten Tourismus-Destination. »Fremdenverkehr« nannte man deshalb hierzulande das Geschäft mit den Feriengästen. Doch mit dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs endete dies auf einen Schlag. Die Hotelbetten blieben leer, die Skipisten und Wanderwege ebenso. In ihrer Not begann sich die hiesige Tourismusindustrie auf jene zu konzentrieren, die noch im Land waren: die Schweizer.

Bereits ein Jahr nach Kriegsausbruch versuchte die Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs, eine Vorläuferorganisation von Schweiz Tourismus, die Schweizer zum Reisen zu animieren: Mit dem Slogan »Gang, lueg d Heimat aa«. Im Satz steckte der Geist der geistigen Landesverteidigung. Also die Aufforderung, die im Schatten der düsteren Weltlage viel gepriesenen »Eigenarten der Schweiz« zu verinnerlichen. Gestartet wurde die Kampagne im Sommer, bald aber wurde der Winter zum Schlachtfeld der touristischen Propaganda.

Wie kam es dazu?

Die Militärführung und die Touristiker entdeckten schnell gemeinsame Interessen. General Henri Guisan sah im Wintersport die Gelegenheit, um »physische und moralische Kräfte zu tanken«. Die Jugend sollte ihre Körper stählen und sich so für die Landesverteidigung vorbereiten, fand der Oberbefehlshaber der Armee. Im Winter 1940/41 warb die Nationale Vereinigung zur Förderung des Fremdenverkehrs mit dem Spruch »Gesunde Jugend. Wehrkräftiges Volk durch Wintersport«. Auf dem Plakat waren Soldaten in weißer Camouflage und Kinder in bunten Pullovern zu sehen, alle auf Ski.

Die Nationale Vereinigung offerierte Tausenden von Kindern Gratisunterricht in der Schweizer Skischule. Im selben Winter 1940/41 fand in Pontresina das erste Schweizerische Jugendskilager statt. Eingeladen waren 500 Buben »meist bedürftiger Eltern«, wie die Veranstalter mel-

deten. Ein Jahr später gab es auch ein Lager für Mädchen. Firmen und Gönner sponserten den Schneedrill, und General Guisan kam persönlich zur Inspektion. Bei der Eröffnung des Lagers von 1943 in Engelberg machte er den Jugendlichen klar, worum es hier ging: sich an die »vormilitärische Disziplin« zu gewöhnen, zu trainieren und sich kennenzulernen, um »später dem Vaterlande besser dienen« zu können. Der General versäumte es nicht, auf die geschichtsträchtige Umgebung hinzuweisen: die Berge, die bereits »Zeugen der Gründung unserer Eidgenossenschaft waren und die uns in alle Zukunft helfen werden, unser Land zu beschützen und unsere Freiheit zu erhalten«.

Die Schweiz blieb vom Krieg verschont,

aber sie darbt. Das Essen war rationiert, ebenso die Energie. Um Kohle für das Heizen von Schulhäusern zu sparen, wurden vielerorts nach Weihnachten sogenannte Heizferien eingeführt. Statt im grauen Mittelland zu schlottern, sollten die Kinder in den Bergen Sonnenenergie tanken. Ähnlich wie die ersten, tuberkulösen Wintergäste, die im 19. Jahrhundert zur Kur in die Schneeberge gereist waren. Während dieser Heizferienwoche wurden vielerorts Schulsilager durchgeführt. In der Nachkriegszeit wurden aus den Heiz- dann die sogenannten Sportferien.

Und bald behaupteten die nationalen Tourismusvermarkter: »Das ganze Volk fährt Ski!« Geworben wurde mit diesem Slogan bereits in der Wintersaison 1943/44. Das Plakat mit einem rundlichen älteren Skifahrer mit Glatze und Knickerbockern erinnerte an eine Karikatur, war aber ernst gemeint. Zusätzlich zur Plakatkampagne ließen die Touristiker einen Film machen, der (fast) den gleichen Namen bekam: 100 000 Menschen sahen in den Kinos *Ein Volk fährt Ski*, gedreht vom Innerschweizer Skionier Josef Dahinden.

Hitlerdeutschland war damals zwar auf dem Rückzug, aber keineswegs besiegt, der Krieg noch



nicht vorbei. Und so ging es auch in dieser Touris-
muskampagne um mehr als um das reine Freizeit-
vergnügen. Die Politik leistete Schützenhilfe. Bun-
desrat Karl Kobelt, der Vorsteher des Militärde-
partements, forderte die Jugend in einer Grußbot-
schaft auf, von der »Swing-Diele hinaus in die herr-
liche Winterlandschaft« zu treten und beschwor die
Einheit der Nation:

»Die Schweizer Jugend fährt Ski, das ganze Volk
fährt Ski, und die Schweizer Armee fährt Ski.« Es
war der Versuch, aus der eingeschlossenen Schweiz
das zu machen, als was sie 30 Jahre später in den
»goldenen Tagen von Sapporo« bezeichnet werden
sollte: eine Skination.

Wirtschaftlich zeigten die Propagandawellen
Wirkung. Schweizer machten während des Zweiten
Weltkrieges markant mehr Winterferien als zuvor.
Im Winter 1943/44 erreichten die Hotelfrequenzen
in den Wintersportgebieten 90 Prozent der Vor-

kriegsjahre, als je nach Region bis zu
zwei Drittel der Gäste aus dem Aus-
land gekommen waren.

Die Basis für die enorme Popula-
risierung des Wintersports und vor
allem des Skifahrens im folgenden
Wirtschaftsboom der Nachkriegszeit
war gelegt.

Trotzdem war noch viel zu tun.
Nach den Olympischen Winterspielen
von 1948 in St. Moritz meinte der da-
malige *Sport*-Chefredaktor und Oberst
Fritz Erb: Erst ein »verhältnismäßig
kleiner Teil des Volkes« fahre Ski. Das
müsse sich ändern. »Wintersport muss
Volkssport werden«, forderte der leiden-
schaftliche Skiläufer. Nicht aus militäri-
schen Gründen, sondern aus gesundheit-
lichen. Der Wintersport führe »den ner-
vösen, gehetzten Menschen des indus-
triellen Zeitalters hinaus in die Stille der
verschneiten Wälder oder in die weißen
Gefilde der Berge«. Es dauerte aber noch
fast zwei Jahrzehnte, bis der Werbeslogan
endgültig Tatsache wurde, und ein ganzes
Land 1963 zu den Takten des Schlagersän-
gers Vico Torriani mitschunkelte: »Alles
fährt Schi, alles fährt Schi. Schi fährt die
ganzi Nation.«

Heute sind diese goldenen Zeiten des
Wintersports vorbei. Aber was Oberst Erb
ersann, lebt als romantischer Traum weiter:

In der Tourismuspropaganda mit ihren märchen-
haften Sujets und in den Sehnsüchten vieler Unter-
länder nach Ferien im heimeligen »Chalet«. Trotz
der Industrialisierung des Skibetriebs und der
Chaletplantagen in den meisten Winterorten.

Michael Lüscher ist Autor von »Schnee, Sonne
und Stars«. Das Buch zur 150-jährigen Geschichte
des Wintertourismus in der Schweiz, erschienen
bei NZZ Libro, 272 S., ca. 88.– Fr.