Werbung und Werbemittel

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **19 (1959)**

PDF erstellt am: **29.04.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Schweizerischen Reisekasse, den regionalen und lokalen Verkehrsorganisationen, den Reisebüros, den Sportverbänden und mit zahlreichen kulturellen und wissenschaftlichen Institutionen.

Auch während des Berichtsjahres wurden wir wiederum ersucht, Sonderdelegierte ausländischer Regierungen zu empfangen, um sie über den organisatorischen Aufbau und die praktische Durchführung der nationalen Verkehrswerbung zu orientieren und mit Dokumentationsmaterial zu versehen. Solche Delegierte kamen von Afghanistan, Kuba, Ägypten, Pakistan, Iran, Jamaika, Japan, Uruguay und aus der Türkei, um hier nur die entfernter liegenden Länder zu nennen. Auch das von diesen Delegierten gezeigte Interesse für unser privates und öffentliches Erziehungswesen muss hervorgehoben werden.

Unser Direktor präsidierte die schweizerische Delegation im «Comité du Tourisme OECE» und wurde im Herbst 1959 zum Präsidenten dieses Comités gewählt. Er vertrat die Schweiz im Exekutivkomitee der «Union internationale des organismes officiels de tourisme» und leitete im Rahmen der «Commission européenne du tourisme» die Subkommission für die europäische Gemeinschaftswerbung in den USA.

III. Werbung und Werbemittel

1. Drucksachen und Materialdienst

Im Berichtsjahr sind die nachstehenden SVZ-Drucksachen erschienen: «Sommer in der Schweiz», «Winter in der Schweiz», «Ferienorte der Schweiz», «Offizielle Strassenkarte der Schweiz», «Ferienfahrt auf Schweizer Bahnen», Prospekt «Schweizer Heilbäder» mit Preisangaben, «Das schöne Schweizerland», «Schweizer Privatinstitute», Erinnerungsbroschüre «Paul Budry», die Prospekte «Kinderheime in der Schweiz», «Ferienkurse und Ferienlager in der Schweiz» und «Swiss Poster Exhibit», «Schweizer Universitäten», «Die Schweiz von heute», die Wappenpostkarten «CH Confoederatio Helvetica», Neujahrskarten mit Alpenblumensujets, Enveloppen mit farbigem Trachtenpapier, sowie die Agenturbroschüren für London.

An Plakaten sind erschienen: ein Sommerplakat «Schweizerland – Kinderland» und ein Winterplakat «SKI», sowie die Steller «Schweizerland – Ferienland», «Frühlingspracht in den Schweizer Bergen», ein Steller für die Bäderwerbung «Vorbeugen, Heilen, Verjüngen» und ein farbiger Steller in 7 Sujets für die Agentur London «Holidays in Switzerland». Auf den Steller «Frühlingspracht in den Schweizer Bergen» wurde ein Hinweis auf die G/59 aufgedruckt.

Die nachstehenden Zahlen orientieren über den Umfang des im Berichtsjahre zur Verteilung gebrachten Werbematerials:

Versand der Regional- und Kurortsprospekte, Prospekte der Transportanstalten, Badekurorte, Hotels- und Gaststättenführer, sowie der SVZ-Drucksachen, total 9258740 Exemplare.

Eigene Plakate und Plakate der Verkehrsvereine und Transportanstalten, Versand total 246290 Exemplare.

Der Versand der obenerwähnten Drucksachen nach dem Ausland, zuzüglich Ausstellungsmaterial, Photos, Filme usw. erforderte 3664 Kisten, 1072 Postpakete und 12927 Drucksachenpakete im Totalgewicht von rund 321 Tonnen.

2. Pressewerbung und Public Relations

Die Zahl der in deutscher, französischer, englischer und vereinzelt auch in spanischer Sprache von unserem Pressedienst herausgegebenen Mitteilungen belief sich im Jahr 1959 auf fast 800. Darunter befanden sich die sporadisch an die Inlandpresse verschickten Meldungen im Rahmen des Pressedienstes «SVZ-Nachrichten», welcher der Orientierung über Sonderaktionen wie die Beteiligung der SVZ an in- und ausländischen Ausstellungen und die Betreuung wichtiger Besuchergruppen dient, wie auch die zahlreichen, insbesondere für ausländische Redaktionen, Nachrichtenagenturen, Radio- und Fernsehgesellschaften bestimmten Notizen und Kurzartikel unseres monatlichen «Bulletins», dessen Auflage im Laufe des Jahres ständig erhöht werden musste. Ferner berücksichtigt in der Zahl 800 sind zwölf Ausgaben, je in deutscher, französischer und englischer Sprache, unserer einmal monatlich erscheinenden Vorberichte über kulturelle und sportliche Veranstaltungen sowie die ebenfalls mehrsprachig heraus-

gegebenen Beiträge unseres Artikel- und Bildberichtdienstes. Abgesehen von allgemein touristischen und kulturgeschichtlichen Aufsätzen entstanden in diesem Zusammenhang verschiedene Texte und Bildberichte zu aktuellen Themen, wie die preisgekrönte Beteiligung der Schweiz an der internationalen Reiseverkehrsschau «IGAFA» in München, die Eröffnung des Verkehrshauses der Schweiz in Luzern, das 100jährige Jubiläum des Kursaals Interlaken, schweizerische Gartenbaukunst anlässlich der «G/59» in Zürich und – aus Anlass des Schillerjahres – die mannigfaltigen Beziehungen Friedrich Schillers zur Schweiz als der Heimat Tells.

Ausserordentlich umfangreich war wiederum die Korrespondenz, die mit unseren Auslandsagenturen oder mit den Interessenten direkt zwecks Beschaffung von Sonderinformationen sowie von Presse- und Photomaterial geführt wurde. Es wurden insgesamt gegen 300 solcher Anfragen aus mehr als 30 verschiedenen Ländern beantwortet. Thematisch erstreckten sich diese Anfragen und die zum Teil mit zeitraubenden Nachforschungen verbundenen Auskünfte von einfachen Text- und Photodokumentationen bis zu Sonderberichten über das Einkaufen in der Schweiz, von Beiträgen kulinarischer und allgemein touristischer Art für Reisesondernummern nordamerikanischer Zeitungen bis zu einer mehrseitigen Abhandlung über schweizerisches Lokalkolorit für den teilweise in unserem Lande spielenden Roman eines australischen Schriftstellers!

Die Gesamtzahl der von Mitarbeitern des Pressedienstes persönlich betreuten ausländischen Gäste belief sich, ohne Berücksichtigung der grösseren Gruppenreisen, auf 275. Darunter befanden sich in erster Linie Journalisten, Photo-, Radio- und Fernsehreporter, Schriftsteller und Filmleute aus allen Erdteilen, aber auch – insbesondere aus den USA – Gewinner von Wettbewerben, deren Hauptpreise Ferienaufenthalte in der Schweiz bildeten. Weit an der Spitze der auf individuelle Beratung und Betreuung angewiesenen Besucher standen die Amerikaner mit 156. Die nächstfolgenden Ränge belegten Grossbritannien (21), Deutschland (14), Skandinavien u. Lateinamerika (je 9), Portugal und Kanada (je 8), Holland und Österreich (je 6), Frankreich, Italien, Israel und Indien (je 5), Belgien, Spanien, Türkei und Japan (je 4) und Finnland (2). Einige der bedeutenden Publizisten, deren Erlebnisse

und Beobachtungen in der Schweiz in aller Welt ein positives Echo fanden, waren Robert Bastian vom «San Francisco Chronicle», der Theaterkritiker Harry R. Beard von der «Times», London, der in Rom wohnhafte Journalist Robert Deardorff, Mitarbeiter zahlreicher amerikanischer Zeitungen und Zeitschriften, das kanadische Journalisten- und Radioreporter-Ehepaar Rex und Beryl Frost, Redaktor G. M. Gamboa von der peruanischen Zeitung «La Tribuna» in Lima, das deutsch-amerikanische Schriftsteller-Ehepaar Tim und Sonia Gidal, der deutsche Journalist und Photoreporter Werner Hager, der weltbekannte, in Westindien lebende Photograph Fritz Henle, der erfolgreichste Reiseschriftsteller Schwedens, Dr. Sigge Hommerberg, der Reiseredaktor der grössten Zeitschrift der Welt, Stanley Horstman von «This Week», New York (Auflage 13 Millionen), der junge afrikanische Journalist und Redaktor Camille Mwissa-Camus von der «Presse Africaine», Bukavu (Belgisch-Kongo), die irische Reiseberichterstatterin Kathleen Molloy von der «Irish Times» in Dublin, die Moderedaktorin Lydia Tabacchi von der «Novità», Mailand, Redaktor J. E. Palmon von «Yedioth Chadaschoth», Tel Aviv, Redaktor Michael van der Plas vom «Elseviers Weekblad», Amsterdam, der spanische Journalist und Redaktor Valentin Popescu, Redaktor Robert Prall vom «New York World-Telegram», der österreichisch-amerikanische Schriftsteller Joseph Wechsberg und der Photograph Tom Hollyman, beide als Mitarbeiter von «Holiday».

3. Ausstellungen und Messen

Unsere Zentrale hat im Jahre 1959 an folgenden internationalen Messen und Ausstellungen für den schweizerischen Fremdenverkehr geworben:

a) Ausland

Ausstellung «Suiza, vista por sus pintores» in Mar del Plata, 1.–15. Januar.

Exposition Internationale des Affiches Touristiques Européennes in Marseille, 9.–25. Januar.

Eisenbahnmodellausstellung der SBB in Hannover, 10. Januar bis 7. Februar.

Grüne Woche in Berlin, 30. Januar bis 8. Februar.

Internationale Frühjahrsmesse in Utrecht, 9. bis 14. März.

Ausstellung «Suiza, vista por sus pintores» in Bariloche, 11. bis 25. März.

Ausstellung «Wassersport und Wochenende» in Berlin, 13. bis 22. März.
Fiera Internazionale Attività Agunnarie delle Essense e dgli Olie in Reggio Calabria, 19. März bis 2. April.
Ausstellung «Die Schweiz im Kartenbild» in Bremen, 25. März bis 5. April.
Ausstellung «Das Fremdenverkehrsplakat» in Wien, 1. bis 30. April.
California International Trade Fair and Industrial Exposition in Los Angeles, 2. bis 12. April.
Foire Internationale de Lyon, 4. bis 13. April.
Internationale Zeitschriften- und Buchausstellung über das Eisenbahnwesen in Kopenhagen, 7. April bis 9. Mai.
La Porte County Fair in La Porte (Indianapolis), 10. bis 12. April.
Fiera di Milano, 12. bis 27. April.
Schweizer Ausstellung in Atlanta (USA), 15. April bis 5. Mai.
Ausstellung «Suiza, vista por sus pintores» in Cordoba, 16. bis 26. April.
International Exhibit and Festival in St. Louis (USA), 17. bis 18. April.
Rauchwarenmesse in Frankfurt a. M., 17. bis 21. April.
Exposition d'affiches suisses à Lille, 20. April bis 10. Mai.
IGAFA München, 25. April bis 7. Mai.
4th National Angling Exhibition in London, 27. April bis 2. Mai.
Mostra storica internazionale della Montagna in Treviso, 7. bis 31. Mai.
3rd US World Trade Fair in New York, 8. bis 19. Mai.
4th Annual Boat, Travel and Vacation Show in Hillsdale (California), 14. bis 23. Mai.
Ausstellung von Miniatureisenbahnen in Madrid, 14. Mai bis 30. Juni.
Foire de Limoges, 16. bis 31. Mai.
Foire de Luxembourg, 28. Mai bis 7. Juni.
Internationale Messe Barcelona, 1. bis 20. Juni.
Internationale Verkehrsausstellung «Rot und Grün» in Krefeld, 12. bis 21. Juni.
Pacific Fine Foods Fair in Los Angeles, 14. bis 18. Juni.
Foire de Bordeaux, 14. bis 29. Juni.
Oregon Centennial Exposition and International Trade Fair in Oregon, 20. Juni bis 17. September.
Switzerland Week in Chicago, 21. bis 28. Juni.
International Fair and Exposition in Chicago, 1. bis 19. Juli.
Ausstellung «Suiza, vista por sus pintores» in Mendoza, 26. Juli bis 5. August.
Ausstellung «Die Schweiz im Warenhaus» in Leeuwarden, 8. bis 31. August.
Jeweler's Convention in New York, 9. bis 13. August.
All Nations Wool Exhibition in Brisbane, 12. bis 26. August.
Rundfunk- und Fernsehausstellung in Frankfurt a. M., 14. bis 24. August.
Bundesgaststättenschau 1959 in Düsseldorf, 28. August bis 6. September.
California State Fair in Sacramento, 2. bis 13. September.
ANUGA Köln, 26. September bis 4. Oktober.
Salon de l'Automobile in Paris, 1. bis 10. Oktober.
Swiss Fortnight in London, 5. bis 17. Oktober.
Schweizer Tage in Ingelheim/Rhein, 10. bis 25. Oktober.
Ausstellung «Das Winterplakat» in Wien, 15. Oktober bis 30. November.
Internationale Automobilausstellung in Frankfurt a. M., 17. bis 27. Oktober.
Skiausstellung in Draguignan (Frankreich), 22. bis 27. Oktober.
Foire gastronomique de Dijon, 31. Oktober bis 15. November.
Salon de l'Enfance, de la Jeunesse et de la Famille in Paris, 31. Oktober bis 15. November.
Ausstellung «Wintersport-Centrum» in Amsterdam, 8. bis 13. November.
Royal Agricultural Winter Fair in Toronto, 13. bis 21. November.

National Winter Sports Show in New York, 14. bis 22. November.
Bamberger's Universal Christmas 1959 in Newark (USA), 23. November bis 24. Dezember.
Ausstellung «Herbstfahrt ins Wallis» in Frankfurt a. M., 1. bis 15. Dezember.
Ausstellung «Teoria della forma e della figurazione» in Mailand, 19. bis 31. Dezember.
National Schoolboy Exhibition in London, 28. Dezember 1959 bis 9. Januar 1960.

Über die von den einzelnen SVZ-Agenturen betreuten Beteiligungen an Messen und Ausstellungen mehr lokalen Charakters wird unter den betreffenden Ländern berichtet.

Besondere Erwähnung verdient der Schweizer Stand an der IGAFA München, dem einstimmig der «Grosse Preis der Stadt München» zugesprochen wurde. Die Auszeichnung ist umso beachtenswerter, als sich an der diesjährigen IGAFA (Internationale Schau für Gastronomie und Fremdenverkehr) 39 Fremdenverkehrsländer mit zum Teil hervorragend gestalteten Pavillons beteiligten. Was dieser Schweizerbeteiligung eine besondere Note verlieh, war die auf einen gemeinsamen Nenner gebrachte Zusammenarbeit der vier Hauptträger der touristischen Werbung der Schweiz im Auslande: SVZ, SBB, PTT und Swissair.

b) Inland

Schweizer Mustermesse in Basel, 11. bis 21. April.
I. Schweizerische Gartenbauausstellung in Zürich, 25. April bis 11. Oktober.
Ausstellung «Schweizer Verkehrsplakate» in Thun, 10. bis 31. Mai.
Comptoir Suisse in Lausanne, 12. bis 27. September.

An der Schweizer Mustermesse in Basel stellten wir in der Säulenhalle das Thema «Schweizerland – Kinderland» dar. Der Stand der SVZ am Comptoir Suisse in Lausanne wurde in Einklang mit dem allgemeinen Thema der diesjährigen Schau, die unter dem Zeichen «Mouvement» stand, beweglich gestaltet unter Verwendung von rotierenden Plexiglas-Kugeln und neuartigen Vitrinen mit künstlichem Schneefall.

Die G/59 in Zürich wurde von mehr als 2 Millionen Besuchern aufgesucht und bildete ohne Zweifel einen grossen Anziehungspunkt nicht nur für Zürich als Fremdenstadt, sondern auch für die Schweiz im allgemeinen. Die SVZ hat diese Grossveranstaltung laufend propagiert.

4. Plakatierung

Um die im Jahre 1958 bei der Frauenwelt vorgenommene Werbung über die Familie konsequent weiterzuführen, wurde dieses Jahr für ein neues ganzseitiges Sommerplakat nach einem Entwurf von Graphiker Rolf Rappaz als Slogan «Schweizerland – Kinderland» verwendet. Für die Winterwerbung haben wir ebenfalls ein neues ganzseitiges Plakat «SKI» herausgegeben nach einem beachtenswerten Entwurf von René Bittel/Herbert Lubalin. Im Zusammenhang mit der 1. Schweizerischen Gartenbauausstellung (G/59) in Zürich hat das Stellplakätchen «Frühlingspracht in den Schweizer Bergen» eine gute Werbewirkung entfaltet. Für das Kleinplakat «Vorbeugen – Heilen – Verjüngen» diente ein Deckblatt unserer Revue «Die Schweiz». Die verschiedenen Kopfplakate der SVZ stellten wiederum ein unentbehrliches Hilfsmittel in unserer Werbung dar. Wir konnten diese Plakate erneut für die verschiedensten Zwecke verwenden. Auch die Kopfplakate der SBB waren sehr beliebt und wurden von den Agenturen und Reisebüros rege benützt. Aus einem Zeitraum von nahezu zwei Jahrzehnten stammten die elf Affichen, welche die SVZ für die 19. Schau der «Plakanda» am «Schwarzen Brett des Plakates» (St. Urbangasse beim Bellevue in Zürich) vom 1. April bis 1. Mai aus ihren Archiven bereitstellen konnte. In Thun wurde vom 10.–31. Mai eine Ausstellung schweizerischer Verkehrsplakate gezeigt, die in Zusammenarbeit zwischen der Kunstsammlung der Stadt Thun und der SVZ entstanden war und vom Thuner Grafiker Knud Jacobsen thematisch gestaltet wurde. Unter den rund achtzig Affichen dominierten zahlenmässig die im Auftrage der SVZ entstandenen Verkehrsplakate, gefolgt von den Plakatserien der SBB und PTT. Die im Jahre 1958 erstmals prämiierten sieben Städte-, Regionen- und Kurortplakate (Zürich, Thun, Biel, Région du Léman, Davos, Grindelwald und Mürren) waren ebenfalls ausgestellt. Die Plakatschau «History of the Travel Poster» der SVZ im Rahmen der Swiss Fortnight in London gab Fachleuten und Laien ein eindrückliches Bild über den hohen Stand der schweizerischen Plakatkunst, die von allem Anfang an der Eigenart unserer Heimat Rechnung trug und nicht nur künstlerisch, sondern auch propagandistisch ein einzigartiges Niveau erreicht hat.

5. Schaufensterwerbung

Nebst regelmässiger Belieferung der Agenturen mit Schaufensterdekorationen wurde den Reisebüros ein zweiseitiger Steller (Blumenfenster eines Engadinerhauses) sowie gestanzte Stellplakate in Form einer «Kuhtreichle» mit Aufdruck «Schweizerland – Ferienland» zur Verfügung gestellt. Die prächtigen farbigen Kalenderbilder der CIBA Basel, Volksbräuche und Traditionen der Schweiz darstellend, und jene der SBB, «Jugend und Eisenbahn», wurden dekorativ aufgezogen und entfalteten eine gute Werbewirkung. Für Schaufensterdekorationen bei den englischen Reisebüros während der Swiss Fortnight sind unter anderem 1400 Steller mit farbigen Kalenderbildern der 10 touristischen Regionen der Schweiz hergestellt worden. Starke Beachtung fand die Schaufensterausstellung in den 15 Vitrinen der Schweizerischen Kreditanstalt an der Bahnhofstrasse in Zürich, wo ab 2. Juni bis 3. August in sehr geglückter Darstellung die Themen «Die Schweiz, das Land der Vielfalt» und «Alpinismus in der Schweiz» veranschaulicht wurden. Ab 30. Dezember standen uns diese Vitrinen wiederum für eine Winterwerbeaktion zum Thema «Winterferien – doppelte Ferien» für 6 Wochen zur Verfügung. Mit der Gestaltung wurde erneut Grafiker Gérard Miedinger in Zürich beauftragt. In 13 Vitrinen des Schweizerischen Bankvereins an der Äschenvorstadt in Basel warben wir unter dem Slogan «Ferien im Schnee» zusammen mit den SBB vom Oktober bis Januar. Vom 8. bis 31. August wurde in Leeuwarden (Holland) eine grosse Werbeaktion zu Gunsten der Schweiz in sämtlichen Schaufenstern und im Innern des Warenhauses Vroom & Dreesman durchgeführt.

6. Radio und Fernsehen

Für die wöchentlichen Verkehrsmitteilungen der Sender Beromünster und Sottens vom Freitag besorgten wir die Zusammenstellung der Manuskripte. Beromünster kündigt diese Sendung neuerdings folgendermassen an: «Die Schweizerische Verkehrszentrale meldet...», eine Neuerung, die unseren Bestrebungen nur nützlich sein kann.

Für den Sender «British Forces Network» in Köln verfassten wir das Manuskript für eine Sendung «Holidays in Europe». Das von uns gesprochene Tonband wurde vom Studio Zürich nach Köln gesandt.

Ein Reporterteam des holländischen Senders «AVRO» aus Hilversum, das eine einstündige Emission mit dem Titel «So lebt die Schweiz» aufnahm, betreuten wir auf seiner Schweizerreise.

Radio Zürich brachte durch unsere Vermittlung eine Reportage anlässlich des 90. Geburtstages von Skipionier Victor Sohm aus Trogen.

Für die Reportagefahrt durch die Schweiz von Mr. und Mrs. Heil vom «American Forces Network» (AFN), Frankfurt, arbeiteten wir das Reiseprogramm aus und vermittelten ihnen die nötigen Kontakte für die zahlreichen Interviews. Die 55 Minuten dauernde Sendung «The Switzerland Story» wurde über das ganze AFN-Netz, das etwa 40 000 000 Hörer in Europa und Übersee umfasst, ausgestrahlt.

Den Reporter Peter Jones, vom englischen Dienst des Schweizerischen Kurzwellensenders, belieferten wir mit Unterlagen für seine grosse Sendereihe «The Mountains of Switzerland».

Die Broadcasting Foundation of America (BFA) hat sich bereit erklärt, in ihrer Serie «Portraits of Cities» auch Schweizer Städte zu berücksichtigen. In Zusammenarbeit mit den Verkehrsbüros und den Radiostudios konnten bereits 20minutige Tonbänder über Genf und Bern geliefert werden. Weitere Tonbandaufnahmen über Basel und Zürich befinden sich in Vorbereitung.

Den Kameramann von BBC-Television, London, Charles de Jaeger, der mit den Aufnahmen zum Televisionsfilm «SWISS AIRS» beauftragt war, unterstützten wir bei der Verwirklichung seiner Pläne. Dieser rund 30 Minuten dauernde Bildstreifen, der auch in einer farbigen Version existiert, ist anlässlich der Swiss Fortnight in London bereits über das BBC-Televisionsnetz ausgestrahlt worden.

7. Eigene Organe

Im Berichtsjahr 1959 wurde wiederum versucht, der Revue «Die Schweiz» durch bestimmte, in jeder Nummer neu abgewandelte Themen einen festen Kurs zu geben. Vor allem sind die gastronomischen Beiträge zu erwähnen (seit August), durch die schliesslich ein amüsant

illustrierter schweizerischer kulinarischer Führer entsteht. Als kulturhistorische Berichte sind die «Helvetischen Kuriosa» in jedem Heft fortgesetzt worden. Sie fanden ihren Höhepunkt in der November-Nummer, die ganz der Volkskunst, insbesondere der Appenzeller Bauernmalerei gewidmet war. Zwei Ereignisse auf nationaler Basis verlangten Sonderhefte: Die 1. Schweizerische Gartenbauausstellung in Zürich (April) und die Eröffnung des Verkehrshauses der Schweiz in Luzern (Juli). Zudem gab das Schiller-Jubiläum den Anlass zu einer originellen Auseinandersetzung mit dem Tell-Thema. Im September wurde das 40jährige Bestehen des Comptoir Suisse in Lausanne eingehend behandelt. Zeichnerische Reportagen führten im Herbst an den Bielersee und im Dezember in die Wintersportgebiete. Die Serie der Farbbeilagen der PTT konnte mit einer Aufnahme der Klausenstrasse fortgesetzt werden, und die mannigfaltigen Gesichtspunkte der SBB fanden in vielen Bildberichten ihren Niederschlag. Die Auflage der Revue «Die Schweiz» umfasste 1959 12 Inland- und 6 Auslandnummern, gesamthaft 270000 Exemplare.

Unsere internen «Mitteilungen der SVZ» erschienen während des Berichtsjahres sechsmal. Sie orientierten unsere Behörden, die Mitglieder der eidgenössischen Räte, die Mitglieder der SVZ und einen weiteren Kreis von Verkehrsinteressenten nicht nur laufend über unsere Tätigkeit, insbesondere über diejenige unserer Agenturen, sondern auch über zahlreiche Belange des internationalen Fremdenverkehrs.

Unser Auskunftsdienst hatte wieder zahllose mündliche und schriftliche Anfragen zu beantworten, so bezüglich Bahn- und Autoreisen, Unterkunftsmöglichkeiten in Hotels, Pensionen, Höhensanatorien, Kurhäusern, Kliniken, Ferienwohnungen, Jugendherbergen, Campingplätzen, Massenquartieren, über Zollformalitäten, Passfragen, Steuer- und Niederlassungsverhältnisse, Hochschulen, private Erziehungsinstitute, Spezialschulen, Kinderheime, Heilbäder, Alpinismus, Wanderwege, Sehenswürdigkeiten, kulturelle, folkloristische und sportliche Veranstaltungen usw. Sehr zahlreich sind auch die Anfragen von Seiten von Schülern und Studenten über die Entwicklung und die volkswirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs für Vorträge und Examenarbeiten. Auskünfte über die schweizerische Fremdenverkehrsstatistik sind fast täglich an Journalisten, Vertreter der Pri-

vatwirtschaft, Verkehrsvereine usw. zu erteilen. Unser Auskunftsdienst stellt auch die Veranstaltungslisten für die Revue «Die Schweiz» zusammen, besorgt die Herausgabe der Sommer- und Winter-Veranstaltungsbroschüren, der Sommer- und Winter-Sporttabellen und überwacht die Redaktion der Imprimate der Agenturen. Zuhanden der internationalen Veranstaltungskalender «Europe – Major Events» und «Season in Europe» wurden durch unseren Auskunftsdienst besondere, die wirklich bedeutenden Veranstaltungen zusammenfassende Listen erstellt.

8. Filmwerbung

Unser Bestand an farbigen Produktionen ist im Berichtsjahr um drei weitere Filme bereichert worden: «Die Schweiz, das Land der blauen Seen» (II) 35 mm/Eastman Color, «Schweizerwinter kreuz und quer» 16 mm/Kodachrome und «Monts et Vallées» 16 mm/Kodachrome. Zur Belieferung der Agenturen, der diplomatischen und konsularischen Vertretungen im Ausland sowie für den Inlandverleih sind total 224 Kopien (16 mm) von Farbfilmen gezogen worden, während für Kinovorführungen 6 Normalformat-Kopien hergestellt wurden.

Wir beschickten mit Filmen folgende Ausstellungen, Messen und Filmfestivals: Foire de Paris («Zigzags à travers la Suisse»), Industries Fair Wellington, N. Z. («Colourful Switzerland»), Internationale Schau für Gastronomie und Fremdenverkehr in München («Die Schweiz, das Land der blauen Seen»), International Student's Festival in Manila («Speeding Skis» und «Switzerland, Land of blue Lakes»), South African Film Festival in Johannesburg, Pretoria und Durban («Switzerland, Land of blue Lakes» und «Swiss Ski Symphony») und IXe Semaine Internationale du Film du Tourisme in Brüssel («Symphonie Suisse du Ski»). In Kinos in Irland konnten unsere beiden schwarz/weiss Tonfilme «The River Rhine» und «On the Road through Switzerland» ein weiteres Jahr vor rund 120 000 Zuschauern gezeigt werden. Zahlreiche Kinovorführungen mit SVZ-Filmen im Belgischen Kongo wurden durch Sonderaktionen der OSEC-Handelsagenturen Elisabethville veranstaltet. Cinéma Mondial in Bordeaux spielte im Beiprogramm unseren Eastman Color-Film «La Suisse,

pays des beaux lacs», während der zweite Seenfilm bereits im Cinéma Opéra in Marseille zur Schau gelangte. In Zusammenarbeit mit der in Mexiko durch Raymond Lambert durchgeführten Bergsteigerschule sind unter anderem auch unsere Farbfilme «Mountain Holiday in Switzerland» und «Symphonie Suisse du Ski» an diversen Veranstaltungen vorgeführt worden. Verschiedene unserer Streifen sind durch farbige Televisionssendungen in Mexiko und Kuba übermittelt worden. Kinos in Bagdad brachten unsere Tonfilme «Simplon» und «Ski Wonderland» im Vorprogramm. Durch die Expedition Culturelle Suisse-Turquie konnten auch einige unserer Streifen in der Türkei zur Vorführung gelangen.

Total 98 Farbfilme sind verschiedenen diplomatischen und konsularischen Posten im Ausland zur Verfügung gestellt worden. Nebst dem gewohnten Verleih durch unseren Schmalfilmdienst in Bern wurden aus unserem Archiv in Zürich über 150 Streifen unter anderem an folgende Interessenten abgegeben: Pro Radio-Television Werbeaktion, Public Relations Aktionen «Zenith», Doxa, Knorr, Laurens, Union-Briket, belgische Ferienkolonien in St. Moritz, Rotary Jugendlager Roveredo, Internationale Konferenz katholischer Pfadfinder Lugano, Village de Neige de Melchtal, Camp Lycée Pasteur Lenk sowie an Werbe- und Unterhaltungsanlässen von Verkehrsinteressenten, Vereinen, Sportclubs usw. In weiteren 50 Matinee-Vorführungen in Stuttgart, Freiburg i. B., Kassel, Wiesbaden, Bremen, Trier, Krefeld, Koblenz und Berlin konnten unsere 35 mm schwarz/weiss Tonfilme «Simplon», «Rhein», «Alpenstrassen» und «Rhone» in bekannten Lichtspieltheatern gespielt werden. In Berlin waren es zum Beispiel die Stern-Theater der UFA, Cinema «Paris» (US-Kette), Maxime, Lumina usw. Unser Farbfilm «Symphonie Suisse du Ski» wurde am XV Concorso Internazionale di Cinematografia Sportiva in Cortina d'Ampezzo mit der Coppa del Comune di Cortina ausgezeichnet.

9. Vortragswesen

Die verschiedenen Vortragsredner, die besonders mit unseren Agenturen in Belgien, Holland, Deutschland und England zusammenarbeiten, entfalteten eine sehr rege Vortragstätigkeit. Der Agentur Wien

besorgten wir für eine Vortragsreihe «Winterparadies Schweiz» das nötige Lichtbildmaterial über die Wintersportgebiete unseres Landes. Zahlreiche Schweizer Studenten, die sich studienhalber ins Ausland begeben und dabei öfters Vorträge über die Schweiz halten, belieferten wir mit Farbdias. Herrn De Keuster, Vortragsredner unserer Agentur in Brüssel, ermöglichten wir einen Studienaufenthalt in der Schweiz. Zur Erneuerung und Erweiterung des Lichtbilderbestandes der Agentur Brüssel kauften wir eine grössere Zahl SWISS COLOR-Dias. Wir waren eingeladen, Vorträge über die Werbetätigkeit der SVZ zu halten: Im Sanatorium Wolfgang, Davos (Deutsche Heilstätte), wo auch vier SVZ-Filme gezeigt wurden, und beim Hotelierverein Meiringen, ergänzt durch zwei Werbefilme. Ein weiterer Vortrag erfolgte im Institut auf dem Rosenberg in St. Gallen für angehende italienische Reisebürobeamte aus den Verkehrsschulen Rom und Amalfi, die einen Ferienkurs absolvierten.

Auf Einladung der «Stichting Nederland–Switzerland» wurde uns Gelegenheit geboten, im November in den Städten Den Haag, Rotterdam, Amersfoort und Amsterdam Vorträge zum Thema «Alpinismus und Wintersport» zu halten. Diese vier Vorträge wurden durch Filme aus dem Archiv unserer Agentur Amsterdam wirkungsvoll ergänzt und fanden beim holländischen Publikum gute Aufnahme.

10. Photodienst

In unserem eigenen Labor wurden für unsere Agenturen, die diplomatischen und konsularischen Vertretungen im Ausland, die in- und ausländische Presse sowie für zahlreiche Reisebüros über 27 000 photographische Vergrösserungen, hauptsächlich im Format 18 × 24, für Ausstellungen und Schaufensterwerbung aber auch bis zu 40 × 40 cm hergestellt. Unser Schwarzweiss-Negativbestand wurde mit mehr als 900 und derjenige der Farbdias ebenfalls mit einer beträchtlichen Anzahl von Neuaufnahmen bereichert. Erfreulich ist, dass trotz zahlreicher Sonderbestellungen und Nachlieferungen an unsere Agenturen diese doch mit 7 Serien von durchschnittlich 20 Motiven aus bis anhin unveröffentlichten Aufnahmen und in Zusammenarbeit mit unserem Pressedienst noch mit einer Reihe von Bildreportagen beliefert werden

konnten. Davon seien diejenigen über die 1. Schweizerische Gartenbau-Ausstellung in Zürich und über das Verkehrshaus der Schweiz in Luzern besonders erwähnt. Ferner erhielten unsere Agenturen noch eine Anzahl Zeichnungen – im ganzen wurden hierfür über 1000 photographische Vergrösserungen gemacht – für die Inseratenwerbung. Unter diesen befindet sich eine Serie zum Thema «Gastronomie» von Fred Troller und eine Serie von den verschiedenen Wintersportarten von Richard Gerbig. Unsere Photo- und Clichéausgabestelle hat nach wie vor, teils durch schriftliche Anfragen, teils durch persönliche Besuche, lebhaftesten Zuspruch zu verzeichnen und zwar vor allem durch in- und ausländische Journalisten, Redaktoren namhafter Zeitungen und weltbekannter Bücher- und Zeitschriftenverleger, denen im Laufe des Jahres Bilder- und Clichématerial von ganz beträchtlichem Umfang aus allen Sektoren der touristischen und – in steigendem Masse – auch der kulturellen Schweiz zur Verfügung gestellt wurde.

11. Besondere Aktionen

«*Swiss Fortnight 1959*». Mit dieser Veranstaltung, die sich nicht, wie ursprünglich beabsichtigt, über zwei Wochen, sondern über den ganzen Oktober erstreckte, gelang es, die Schweiz während eines Monats zum Tagesgespräch der Engländer zu machen. In unzähligen Gebäuden im Herzen Londons und in anderen Städten dominierte die Schweizer Fahne, und es gibt heute wohl in England kein Schulkind mehr, dem das weisse Kreuz im roten Feld unbekannt wäre. Hunderte von Trachten, Kuhglocken, Alphörnern und kunstgewerblichen Gegenständen aller Art warben in etwa 30 000 Schaufenstern in ganz Grossbritannien für unser Land. Von den damit verbundenen rund 120 erstrangigen Veranstaltungen seien hier nur die folgenden genannt: Schweizer Ausstellung (Tourismus, Uhren, Textilien, Käse) im Park Lane House, wo zur Eröffnung der Swiss Fortnight ein grosser Empfang durch die SVZ, SBB, PTT und Swissair stattfand – Briefmarkenausstellung der PTT im House of Bewlay – Darbietungen der schweizerischen Folklorgruppen «La Chanson de Lausanne», «Genève chante», «La Musique de Folly», «Lake of Geneva Brass Band», «Appenzeller Ländlergruppe» und «Folklorgruppe Ladina» (Graubünden) – Ausstellungen

im Foyer der Royal Festival Hall: «Glimpses of Switzerland (Pro Helvetia), «Swiss Books» (Schweizerischer Buchhändler- und Verleger-Verein), «Industry in Landscape» (Handelszentrale) und «History of Travel Poster» (SVZ) – «Quinzaine gastronomique suisse» im Dorchester Hotel und Mirabelle Restaurant in London sowie bei Kendal Milne in Manchester – Demonstrationen handwerklicher Fähigkeiten durch 20 Schweizer Holzschnitzer, Stickerinnen, Weberinnen und Bauernmalerinnen in Warenhäusern – Vorführung «Under Swiss Skies» im Londoner Planetarium – sportliche Darbietungen: Gewehr- und Armbrustschiessen, Kunstturnen, Fussball, Reiten und Fliegen – Radio und Television strahlten etwa 50 Sendungen über unser Land aus – Vorführung von Schweizer Filmen in Kinos und Warenhäusern – Herausgabe von Sondernummern über die Schweiz von führenden Zeitungen und Zeitschriften usw. Der Riesenerfolg, der der Swiss Fortnight 1959 beschieden wurde, ist nicht zuletzt der fruchtbaren und vertrauensvollen Zusammenarbeit der Schweizerischen Botschaft in London, der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung und unserer Zentrale zu verdanken. Das Sekretariat dieser Grossmanifestation wurde in vorbildlicher Weise vom Propagandachef unserer Agentur, A. Kunz, betreut.

Eröffnungs- und Erstflüge. Eine Gruppe von Regierungs- und Pressevertretern sowie eine solche von Reisebürofachleuten aus der Türkei und aus Iran wurde im Rahmen von Eröffnungsflügen der Swissair im April bzw. Mai/Juni auf Informationsreisen von uns betreut. Im Dezember brachte die englische Luftverkehrsgesellschaft BEA eine rund 60 Personen umfassende Delegation des britischen Reisebürogewerbes mit einem Comet-Düsenflugzeug-Erstflug nach Zürich, wo wir uns an der Durchführung des ausserordentlich kurz bemessenen Programmes beteiligten.

ASTA-Kongress in Havanna. Die Jahrestagung der «American Society of Travel Agents» fand vom 19. bis 24. Oktober in der kubanischen Hauptstadt statt. Die schweizerische Delegation, welcher Herr Direktor Bittel sowie die Chefs der SVZ-Agenturen New York und San Francisco angehörten, veranstaltete am 21. Oktober einen Emp-

fang, an welchem Herrn Direktor Bittel in Anerkennung seiner Verdienste um den Weltreiseverkehr vom Präsidenten der ASTA, Max B. Allen, eine Ehrenurkunde überreicht wurde.

ABTA Jahrestagung in Harrogate. Die «Association of British Travel Agents» (ABTA) tagte vom 25. bis 29. Oktober in Harrogate. Die SVZ war durch Vizedirektor Niederer und Agenturchef Ernst vertreten. In einer Ansprache verdankte Herr Niederer die traditionelle Unterstützung des schweizerischen Fremdenverkehrs durch das britische Reisebürogewerbe.

Colgate-Palmolive SWISSstakes. Von August bis November organisierten wir für Gewinner des Wettbewerbes «SWISSstakes», welcher seinerzeit in doppelseitigen Vierfarbeninseraten in führenden Zeitschriften der USA sowie durch den gesamten amerikanischen Detailhandel im Sinne einer touristischen Werbung für die Schweiz propagiert worden war, Ferienreisen von je 2–4 Wochen. Insgesamt wurden in diesem Rahmen rund 50 Personen betreut.

European Shrine Pilgrimage. Die rund 450 Reiseteilnehmer, Angehörige der «Shrine»-Bewegung in Kalifornien, waren auf Initiative der SVZ und eines Reisebüros in Los Angeles vom 3.–5. Oktober in die Schweiz gekommen.

Bamberger's Universal Christmas. Die in Newark, New Jersey, und mehreren andern amerikanischen Städten etablierte Firma Bamberger, eines der grössten Warenhäuser der Welt, widmete ihre Weihnachtsausstellung unter dem Motto «Universal Christmas» unserem Lande. In Zusammenarbeit mit anderen Interessenten stellten wir einen grossen Teil des Ausstellungsmaterials für Schaufenster und Innenräume von 6 Warenhäusern zur Verfügung. Die Ausstellung wurde am 23. November durch den Gouverneur von New Jersey eröffnet und fand dank einer Reihe von Sonderveranstaltungen in der Öffentlichkeit ein lebhaftes Echo.

Österreich am Comptoir Suisse. Traditionsgemäss wird aus dem jeweiligen Gastland an der schweizerischen Herbstmesse in Lausanne

gemeinsam mit der Messeleitung, dem Eidgenössischen Politischen Departement, der Handelszentrale, der Stiftung pro Helvetia und der Swissair eine Journalistengruppe zu einer umfassenden Studienreise durch die Schweiz eingeladen. Vom 11. bis 18. September betreuten wir in diesem Zusammenhang fünf prominente Vertreter der österreichischen Tages- und Wirtschaftspresse, welche in der Folge mehrere ausserordentlich positive Artikelserien veröffentlichten.

«*Swiss Echoes*». Rund 1 Mio. Amerikaner sahen in der Radio City Music Hall in New York die im April und Mai während vier Wochen viermal täglich gezeigte Bühnenschau «Swiss Echoes», in der eine Gruppe von 30 Schweizer Laiendarstellern mitwirkte. Dank unserer Beratung und Mitwirkung an der nach Entwürfen von René Hubert geschaffenen kostümlichen Ausstattung konnte erstmals auf einer amerikanischen Bühne eine bedeutende schweizerische Produktion dargeboten werden. Sie erwies sich als einer der grössten Erfolge seit der Eröffnung des Theaters vor rund 30 Jahren. Durch die Presse und die Filmwochenschau war noch vor der Premiere für das von Leon Leonidoff inszenierte Schweizer Gastspiel wirksam Stimmung gemacht worden.

Lektionen für Diplomatenanwärter. Laut einer Vereinbarung mit dem Eidgenössischen Politischen Departement übernimmt die SVZ die Einführung von diplomatischem und konsularischem Nachwuchs in das Wesen unserer Auslandswerbung im Rahmen von Instruktionsnachmittagen. Zwei Gruppen von je 10 bis 12 jungen Anwärtern auf Auslandsposten wurden im Frühling und Herbst von uns betreut.

«*Junior Reporters*». Im Oktober bereiste die erste von insgesamt vier zehnköpfigen «Junior Reporter»-Gruppen aus den USA die Schweiz, begleitet von zwei erwachsenen amerikanischen Pressevertretern und einem Reiseleiter der SVZ. In Anlehnung an die erfolgreiche Aktion «Junior Diplomats» der Hearst-Presse geht es diesmal darum, bestausgewiesenen amerikanischen Zeitungsjungen im Alter von 10 bis 16 Jahren die Möglichkeit zu bieten, sich als Reisebericht-

erstatter zu betätigen. Das Unternehmen steht unter dem Patronat der Zeitschriften «Family Weekly» und «Suburbia Today» (Gesamtauflage 5,7 Mio.) und wird in den rund 375 Tageszeitungen, welche dieser Zeitschriftengruppe angeschlossen sind, lebhaft besprochen. Der Swissairflug und die Schweizerreise der Gruppe I der «Junior Reporters» fanden in den beteiligten Blättern ein begeistertes Echo.

Verkehrsdelegation aus Südafrika. Eine aus drei Ausschussmitgliedern der «South African Tourist Corporation» bestehende Studiengruppe stattete uns im Juni einen kurzen Besuch ab. Es ergaben sich wertvolle Kontakte und Ausgangspunkte für eine Intensivierung des Reiseverkehrs Südafrika–Schweiz.

«*Human Interest Travel*». Gruppenreisen zum Zwecke der Fühlungnahme mit der einheimischen Bevölkerung und insbesondere mit bestimmten Berufskreisen werden immer häufiger. Für mehrere solcher Gruppen, darunter eine grössere Ärztedelegation aus Südafrika, je eine Reisegesellschaft von amerikanischen Universitätsprofessoren und Farmern sowie die Mitglieder einer von der Zeitung «Cleveland News» veranstalteten «Freundschaftsmission», arbeiteten wir im Laufe des Jahres Reisepläne aus oder vermittelten Kontakte mit schweizerischen Kreisen.

Reisehandbuch für Studenten. Das britisch-amerikanische Schriftsteller-Ehepaar Michael Shinkfield unternahm im März eine mehrwöchige Studienreise durch die Schweiz, um im Auftrage des Verbandes der Schweizerischen Studentenschaften Material für ein Reisehandbuch zu sammeln, welches ausschliesslich für besuchsweise in unserem Lande weilende ausländische Studenten bestimmt ist.

Gratisreklame in den USA. Im Auftrage der bekannten amerikanischen Hemdenfirma «Arrow Shirts» kam im August der ehemalige LIFE-Photoreporter Robert Halmi mit einer Gruppe von Photomodellen in die Schweiz, um Reklamephotos mit typischem Hintergrund für eine 1960 zu lancierende Inseratenkampagne in massgebenden Zeitschriften aufzunehmen. Das von der SVZ organisierte Aufnahme-

programm wickelte sich bei bestem Wetter ab. Laut Angaben unserer Agentur New York hat die Firma für diesen Werbefeldzug 4,5 Mio. Dollars veranschlagt.

«*Die sieben Weltwunder*». Die amerikanische Zeitschrift «Popular Photography» ermöglichte dem Gewinner eines Wettbewerbes zur Ermittlung der sieben Wunder der modernen Welt eine Reise um die Erde. Eines dieser Wunder, das Vorbild der Schweiz als demokratischer Staat, wurde im Rahmen der Weltreise des Preisgewinners und der ihn begleitenden Photoreporter im April durch die sogenannte Engelberger Talgemeinde veranschaulicht und in Bildberichten für die amerikanische Presse gewürdigt.

«*Heidi*»-*Filmwettbewerb in Japan*. Im September kamen als Gäste der Swissair, der Präsens-Film AG. und der SVZ zwei japanische Schulkinder, Gewinner eines Aufsatzwettbewerbes im Zusammenhang mit der Aufführung des Films «Heidi», in die Schweiz. Ihre von uns organisierte kurze Rundreise «Auf Heidi's Spuren» fand insbesondere in der Zeitung «Asahi Shimbun» (Auflage über 6 Mio.), welche einen ihrer Reporter mit den Kindern in die Schweiz entsandt hatte, ein erfreuliches Echo.

Japan Tourism Mission. Eine Gruppe von zwölf offiziellen Persönlichkeiten des japanischen Tourismus weilte im September auf einer Studienreise kurz in der Schweiz. Anlässlich eines von der SVZ veranstalteten Empfanges wurde ein umfangreicher Fragebogen, welcher uns bereits vorher zur Beantwortung unterbreitet worden war, diskutiert und durch weitere Erläuterungen ergänzt.

«*Colorama*»-*Schau in New York*. Die Firma Eastman-Kodak betraute im Frühsommer einen ihrer erfolgreichsten jungen Photographen, Lee Howick, mit der Aufnahme von Farbphotos in der Schweiz. In erster Linie sollte eine geeignete Aufnahme für das grösste beleuchtete Farbdias der Welt, die sogenannte «Colorama»-Wand im New Yorker Grand Central Bahnhof, veranlasst werden. Hunderte von weiteren Farbphotos, welche von Herrn Howick während seiner von

der SVZ geplanten Reportagereise gemacht wurden, sind zu Bilddokumentationen für die Weltpresse verarbeitet oder für Kodak-Werbekampagnen vorgemerkt worden.

Beratung von Schriftstellern. Einige besonders erwähnenswerte ausländische Schriftsteller, welche im Laufe des Jahres auf Grund unserer persönlichen Beratung die Schweiz bereisten, waren Anita Daniel (Vorbereitung einer Neuauflage des Reisebüchleins «I am going to Switzerland»), Dr. Nahum Gidal (Studien zum Jugendbuch «My village in Switzerland»), Frances Koltun (Reiseredaktorin der amerikanischen Zeitschriften «Charm» und «Mademoiselle»), Richard Joseph (Artikelserien über die unbekannte Schweiz für die Zeitschrift «Esquire» sowie für verschiedene nordamerikanische Zeitungsgruppen) und Patricia G. Lauber (Studienreise für das Buchprojekt «Getting to Know Switzerland»).

Radio und Fernsehen. Unter den zahlreichen von der SVZ betreuten ausländischen Radio- und Fernsehvertretern sind zu erwähnen: Ed Murrow und William K. McClure (CBS TV New York und London), Dinah Shore (Amerikas berühmteste Fernsehdiva), Myrtle Labbitt (Leiterin von verschiedenen amerikanischen Radio- und Fernsehprogrammen), Herr und Frau Alan Heil (Radioreporter-Ehepaar des Radionetzes AFN Deutschland), Wolfgang Christian Seiffert (deutscher Radio- und Fernsehreporter) und Douglas F. Storer (Sendereihe «Amazing but true», NBC Monitor, New York/Hollywood).

Mitwirkung an Dokumentarfilmen. Einige der während des Jahres 1959 ganz oder teilweise verwirklichten Filmprojekte, an deren Planung und Gestaltung die SVZ massgebenden Anteil hatte, waren: «Valley of the Rhine» (Associated Film Producers, Boston), «Highlights of Europe» (Film- und Fernsehproduktion Russell Wright, Chicago), «Crossroads Europe» (Produktion Caltex-Oil und Ernest Kleinberg, Los Angeles), «Switzerland» (Kenneth Richter, New York/Hollywood), «Switzerland Journey» (Phil Walker Film Productions, Pittsburg/Los Angeles).