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

Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale

Band: - (1945)

Heft: 9

Artikel: Nachkriegszeit und Verkehrswerbung = La propagande touristique dans l'après-guerre

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-776984

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

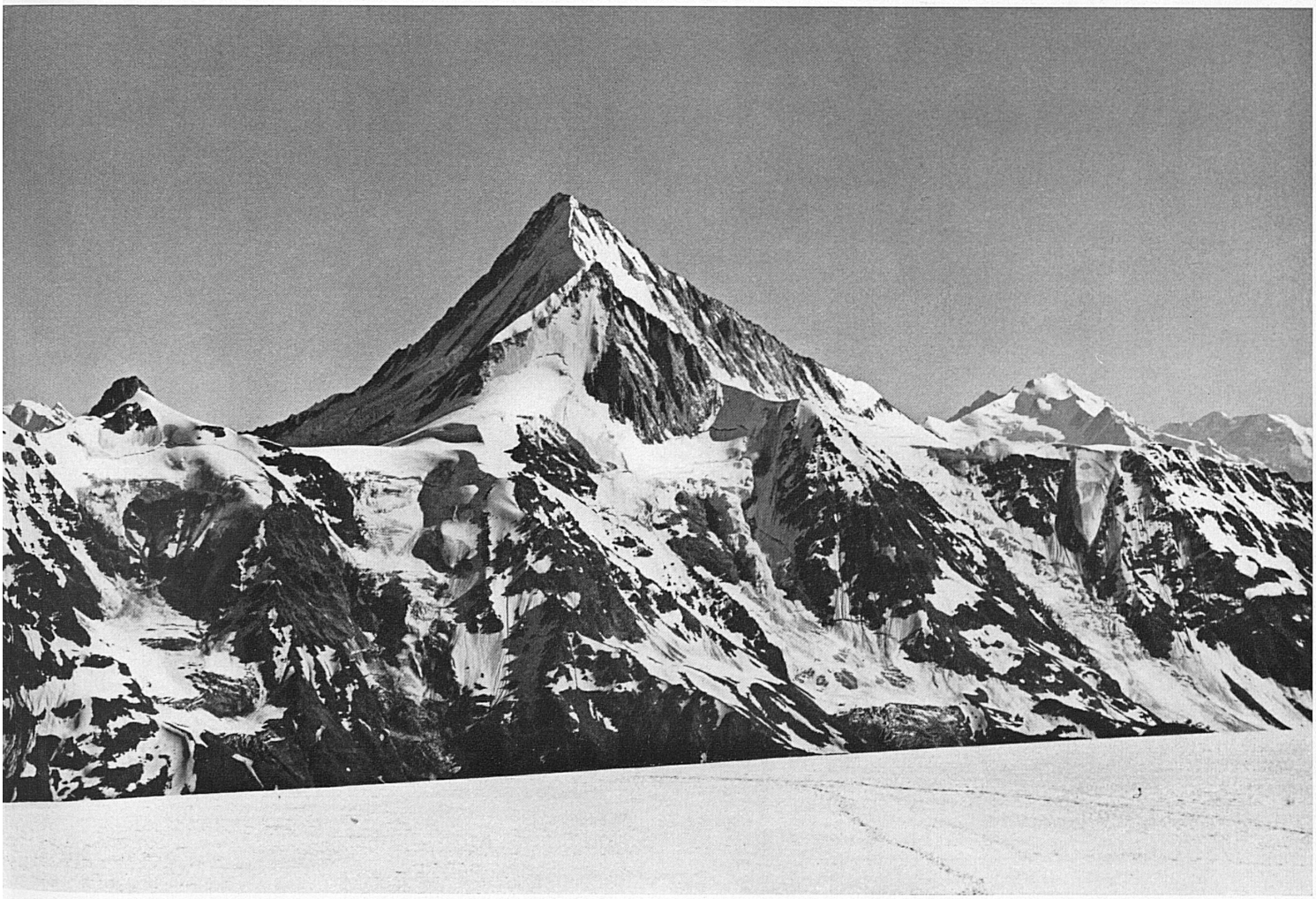
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

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

DIE SCHWEIZ LA SUISSE LA SVIZZERA

SEPTEMBER 1945 Nº 9



Blick vom Petersgrat auf das Bietschhorn (3953 m). Im Hintergrund Mischabel und Lyskamm. — Vue du Petersgrat sur le Bietschhorn (3953 m.). Au fond les Mischabels et le Lyskamm. *Phot. Eidg. Landestopographie.*

Nachkriegszeit und Verkehrswerbung

Unsere Berge und Seen, die so ungemein reiche landschaftliche und kulturelle Gliederung der Schweiz, welche im Verhältnis zur Größe des Raumes von keinem andern Land erreicht wird, bildeten und bilden stets — das darf und soll man sich immer vor Augen halten, einen ausschlaggebenden Faktor, eines der ersten Aktiva unserer nationalen Verkehrswerbung. Herr Direktor Bittel, der im Auftrage des Ausschusses der Schweiz. Zentrale für Verkehrsförderung im Verlaufe dieses Frühjahrs Süd-, Mittel- und Nordamerika bereiste, konnte sich davon auf seiner langen Fahrt aufs neue überzeugen; aber auch viele unserer in der Fremde lebenden Landsleute sind sich dessen bewußt und spielen in der Werbung für die Schönheiten und die Eigenart der Schweiz eine nicht zu unterschätzende Rolle. In jenen fernen Staaten vor allem bedarf diese Propaganda heute, nach dem Kriegsende, der Aktivierung; die Sehnsucht nach Fahrten ins Ausland ist dort nach Jahren der Abgeschlossenheit groß; sie nach der Schweiz zu lenken, muß unser Ziel sein, und dies wird uns um so leichter fallen, als das Leben bei uns gegenwärtig billiger, d. h. die Teuerung weniger spürbar ist als in Übersee — ein Umstand, von dem wir selbst uns freilich nur allzu wenig Rechenschaft ablegen.

Von vier wichtigen Grundsätzen mag sich dabei unsere Werbung leiten lassen: Sie muß einmal, unbeschadet aller Konkurrenz im Innern, die Firma «Schweiz» dem Ausland gegenüber wirkungsvoll und einheitlich zum Ausdruck bringen. Sie muß sich des weitern eines großzügig ausgebauten und gut funktionierenden Netzes von Agenturen und Reisebureaux bedienen können, die gleichzeitig Organe der schweizerischen Kulturwerbung und der sichtbar angetragenen Gastfreundschaft unseres Volkes sind. Der Inhalt unserer Propaganda soll auch die immaterielle, geistige Sphäre berühren, wahre Kulturwerbung darf sich dabei allerdings nicht etwa als camouflierte Verkehrswerbung auswirken, sondern hat um ihrer selbst willen, als Teil der Landeswerbung, zu erfolgen. Endlich haben wir mit allen Mitteln auch den Volkstourismus zu fördern und unser Land dem werktätigen Volke als Reiseziel vor Augen zu führen. — Diese Richtlinien mögen für uns bei der Erfüllung einer der wichtigsten Nachkriegsaufgaben des schweizerischen Fremdenverkehrs maßgebend sein. S.

La propagande touristique dans l'après-guerre

Nos montagnes et nos lacs, l'incomparable richesse naturelle de la Suisse et la diversité de sa culture, qui ne se retrouvent dans aucun autre pays, si l'on tient compte de l'exiguïté de notre territoire, constituaient et constituent toujours — il convient de ne jamais l'oublier — un facteur décisif, l'une des principales forces de notre tourisme. M. le directeur Bittel, envoyé ce printemps en mission, par le bureau de l'Office central suisse du tourisme, en Amérique du Sud, du Centre et du Nord, a pu s'en persuader à nouveau au cours de son long voyage. Au surplus, bon nombre de nos compatriotes vivant à l'étranger en sont conscients et contribuent, plus qu'on ne l'imagine, à faire connaître les beautés et le caractère particulier de la Suisse. Aujourd'hui, après la guerre, c'est dans ces pays lointains que notre propagande touristique doit avant tout être développée, car la nostalgie des voyages à l'étranger est grande là-bas, après des années d'isolement. Attirer les touristes américains en Suisse, tel doit être notre but, et cela nous sera d'autant plus aisé que la vie est chez nous présentement moins chère qu'outre-mer — c'est-à-dire que le renchérissement y est moins sensible — particularité dont nous ne nous rendons, il est vrai, que trop peu compte.

En outre, notre propagande ferait bien de s'inspirer de quatre principes importants. Vis-à-vis de l'étranger, elle devrait tout d'abord renoncer à toute concurrence intérieure pour s'affirmer de façon efficace et uniforme; elle devrait ensuite disposer de toute une série d'agences et de bureaux de voyage, richement aménagés et bien administrés, qui seraient à la fois les organes de l'expansion culturelle de la Suisse et l'expression tangible de l'hospitalité de notre peuple. Notre propagande devrait également s'étendre au domaine spirituel; cependant notre action en faveur d'une expansion culturelle véritable ne saurait en aucun cas se transformer en une propagande touristique déguisée. Enfin, il convient que nous stimulions par tous les moyens le tourisme populaire de façon à faire de notre pays un but de voyage pour les classes modestes.

La réalisation pratique des points ci-dessus doit être considérée comme l'une des tâches les plus importantes de l'organisation du tourisme en Suisse dans l'après-guerre.