SVZ-Nachrichten = Informations de l’ONST

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **56 (1983)**

Heft 3: **Alles nur Schein : von Diebsschreck, Trompe-l'œil, Finestre finte und andere Illusionen = Simulacres et faux semblants = Apparenze, nient'altro che apparenze = Mere show and make-believe**

PDF erstellt am: **29.05.2024**

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

75 Jahre touristische Werbung in den USA

Am 11. Januar 1908, nur wenige Jahre nach der Nationalisierung des schweizerischen Eisenbahnnetzes, eröffneten die Schweizerischen Bundesbahnen eine ihrer ersten Auslandagenturen an der 5th Avenue in New York. Mit dieser Pionierleistung nahm die touristische Werbung der Schweiz in den Vereinigten Staaten ihren Anfang. 1926, als nach dem Ersten Weltkrieg die Reiselust der Amerikaner wieder erwacht war und der Tourismus nach der Schweiz einen grossen Aufschwung nahm, entschloss man sich, den Fahrkartenverkauf für den öffentlichen Verkehr einzuführen. Noch während des Zweiten Weltkrieges, 1941, übernahm die Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ), unsere nationale Werbestelle für Tourismus, die SBB-Agentur.

In der Folge strömten vorerst amerikanische Urlauber aus Deutschland in das Ferienland Schweiz, später zogen auch die Gäste aus Übersee nach. 1947 wurde bereits eine zweite Agentur in San Francisco und 1967 eine Vertretung in Chicago eröffnet. Die Reisebewegung, die sich nun anbahnte, hätten sich wohl die Pioniere der schweizerischen Verkehrswerbung in den Vereinigten Staaten nicht träumen lassen. 1948 gelang es dem damaligen SVZ-Direktor Sigfried Bittel, die gemeinsame Fremdenverkehrswerbung Westeuropas in den Vereinigten Staaten ins Leben zu rufen. Heute sind der «European Travel Commission» 23 Verkehrszentralen angeschlossen. Für die Kongresswerbung hat die SVZ ihre Zusammenarbeit mit Swissair und der Arbeitsgemeinschaft Schweizerischer Kongressorte (ASK) in den letzten Jahren verstärkt. 1981 verzeichnete man nahezu 2 Millionen Logiernächte von US-Gästen in unserem Land, und für 1982 dürfte die entsprechende Frequenz bei 2,3 Millionen Logiernächten liegen. Zur Aufrechterhaltung dieses positiven Trends beabsichtigt die SVZ, ihre 26 Mitarbeiter zählende New Yorker Vertretung – sie ist seit 1966 im Swiss Center an der 5th Avenue zusammen mit Swissair und dem Schweizerischen Bankverein untergebracht – in der zweiten Hälfte dieses Jahres vollständig zu renovieren.

Agentur New York, 1976
L'agence de New York en 1976

Photo: SVZ

75 ans de promotion touristique suisse aux USA

Le 11 janvier 1908, quelques années après la nationalisation du réseau ferroviaire suisse, les Chemins de fer fédéraux suisses ouvraient à la Cinquième Avenue, à New York, l'une de leurs premières agences à l'étranger. Cette décision de pionnier marqua le début de la propagande touristique suisse aux USA. En 1926, lorsqu'après la Première Guerre mondiale les Américains eurent retrouvé le plaisir de voyager et que le tourisme vers la Suisse prit son grand essor, on se décida à introduire la vente de billets pour nos transports publics. L'Office national suisse du tourisme (ONST) intégra, en 1941, l'agence CFF dans son réseau.

Par la suite, ce furent avant tout les soldats américains stationnés en Allemagne qui vinrent passer leurs vacances en Suisse. En 1947, on ouvrit une agence à San Francisco et en 1967, une représentation à Chicago. Les pionniers de la propagande touristique suisse aux Etats-Unis n'auraient pas osé rêver pareil accroissement du nombre des voyages entrepris vers la Suisse. C'est à Siegfried Bittel, ancien directeur de l'ONST, que revient le mérite d'avoir créé, en 1948, la propagande touristique commune de l'Europe occidentale aux Etats-Unis; de nos jours, cette promotion conjointe continue d'être réalisée par les 23 offices nationaux de tourisme de notre continent, membres de la Commission européenne de tourisme. Pour mettre en valeur nos possibilités de congrès, l'ONST a intensifié, ces dernières années, sa collaboration avec Swissair et l'Association suisse des centres de congrès (ASC). En 1981 près de deux millions de nuitées d'hôtes venus des USA ont été enregistrées dans notre pays; en 1982, l'apport américain devrait atteindre environ 2,3 millions de nuitées. Pour consolider cette tendance favorable, l'ONST a l'intention de rénover complètement sa représentation de New York, dans la seconde moitié de cette année, représentation qui est installée depuis 1966 au Centre suisse de la Cinquième Avenue avec Swissair et la Société de Banque Suisse. Ses 26 collaborateurs seront ainsi en mesure de mieux servir encore la clientèle américaine.