Zeitschrift: Jahresbericht / Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs
Herausgeber: Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs
Band: 16 (1933)

Vorwort: Einleitung
Autor: [s.n.]

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: 13.12.2025

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

Sechzehnter Jahresbericht

umfassend das Jahr 1933

EINLEITUNG

Das Jahr 1933 bedeutet eine entscheidende Phase in den Annalen der Organisation der schweizerischen Verkehrswerbung, denn am 18. September 1933 haben die Bestrebungen zur Rationalisierung der schweizerischen Auslandspropaganda ihren Abschluss gefunden und die Reorganisation der Nationalen Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs ist damit zur Tatsache geworden.

Es ist nicht möglich im Rahmen dieses Berichtes auf die umfangreiche Vorgeschichte der Bewegung für die Rationalisierung der Fremdenverkehrspropaganda näher einzutreten. Wir wollen lediglich daran erinnern, dass der Schweizer Hotelier-Verein im Jahre 1929 eine Anzahl Richtlinien zur Verbesserung der Fremdenverkehrspropaganda aufgestellt und namentlich die Schaffung einer Zentralstelle für das Propagandawesen mit einer einheitlichen Leitung postuliert hat. Im Jahre 1931 ist dann eine *Zentralkommission* unter dem Vorsitz des Herrn Ständerat *Dr. G. Keller* zum Studium der Vereinheitlichung der Propaganda eingesetzt worden. Diese Kommission hat mehrere Sitzungen abgehalten und eine ganze Anzahl Projekte geprüft, von denen aber keines die Zustimmung aller Kommissionsmitglieder gefunden hat.

Die Kommission war sich bald darüber einig, dass das ideale Hauptziel, die Schaffung einer einheitlichen, privatrechtlich organisierten Zentralstelle, unter Einbezug des Publizitätsdienstes der Bundesbahnen und der Schweizerischen Verkehrszentrale, nicht erreicht werden konnte. Niemand, ausser dem Gesetzgeber, vermöchte die Bundesbahnen zu zwingen, von ihrem Standpunkt abzugehen und den Publizitätsdienst an die Verkehrszentrale oder an eine andere Organisation abzutreten. Vom Gesetzgeber aber wäre wohl ein solcher Zwang zur Zeit kaum zu erwarten.

Eine andere Lösung musste darum gesucht werden, und man einigte sich auf einen Kollaborationsvertrag zwischen den beiden Hauptorganen, der den anderen Postulaten des Schweizer Hotelier-Vereins Rechnung trug.

Dieses Projekt sah die Intensivierung der Kollektivreklame, die etappenweise Uebernahme der Auslandsagenturen der Verkehrszentrale durch die Bundesbahnen, die Vereinheitlichung des Reklamematerials, seiner Verteilung und deren Kontrolle vor.

Die Verteilung dieser Aufgaben wurde in einer zwischen den Bundesbahnen, der Postverwaltung und der Verkehrszentrale abgeschlossenen *Uebereinkunft* zur gemeinsamen Förderung der Verkehrswerbung im Ausland festgehalten (siehe Beilage). Nach dieser Uebereinkunft wird eine Gemeinschaft mit einem gemeinsamen Fonds gebildet. Jeder Kontrahent dieses Vertrages soll in der ersten Uebergangsperiode, welche am 1. Januar 1934 beginnt, jährlich je Fr. 50000.— einzahlen. In der zweiten Periode, welche die Jahre 1936 und 1937 umfasst, sind von jedem Kontrahenten je Fr. 100000.— einzubezahlen und in der dritten Periode ab 1938 je Fr. 150000.—.

Der Gemeinschaftsfonds soll in erster Linie 80% der den Schweizerischen Bundesbahnen aus der Errichtung und dem Betrieb neuer Agenturen im Ausland entstehenden Kosten decken. Soweit die Mittel des Gemeinschaftsfonds nicht für die Kosten der neuen Auslandsagenturen in Anspruch genommen werden, d. h. 20% des Fonds, dienen sie zur finanziellen Unterstützung der Verkehrszentrale, eventuell zur Förderung der Zwecke der Werbegemeinschaft in anderer Form. Nach den Berechnungen, die bei Aufstellung des

Entwurfes für diese Uebereinkunft gemacht wurden, ergab sich, dass in der ersten Etappe für solche Auslandsagenturen Fr. 105000.— auszugeben wären, wovon der Gemeinschaftsfonds 80 %, also Fr. 84000.— zu leisten hätte. Für die zweite Etappe ist der Aufwand auf Fr. 210000.— berechnet und die Leistung des Gemeinschaftsfonds wäre Fr. 168000.—, in der dritten Etappe beträgt die Aufwendung Fr. 420000.— und die Leistung des Gemeinschaftsfonds Fr. 336000.—.

Es bestehen Pläne über die Neuerrichtung von Agenturen in Italien, Belgien, Holland, in der Tschechoslowakei und in Ungarn.

Die Postverwaltung übernimmt noch eine besondere Leistung für Agenturkosten an die Bundesbahnen, welche in der Uebergangsperiode Fr. 25000.— beträgt und sich vom Beginn der zweiten Etappe an auf Fr. 50000.— erhöhen wird.

Aber auch die Schweizerische Verkehrszentrale muss gewisse neue Leistungen übernehmen. Im Uebergangsstadium wird sie einen um Fr. 10000.— erhöhten Anteil an den Kosten der in Verbindung mit den Bundesbahnen in der ausländischen Presse durchgeführten Kollektivreklame tragen. Dieser Anteil wird sich für die Dauer der zweiten Etappe auf Fr. 30000.— pro Jahr erhöhen. Mit der dritten Etappe übernimmt die Verkehrszentrale ausser diesen Fr. 30000.— die Bereitstellung des gesamten, der allgemeinen Verkehrswerbung dienenden Werbematerials.

Die Uebereinkunft ist auf 9 Jahre abgeschlossen und in dieser Zeit soll die angenommene Entwicklung durchgeführt werden.

Da es der Verkehrszentrale unmöglich gewesen wäre, mit den bisherigen Mitteln die Leistungen an diesen Gemeinschaftsfonds zu übernehmen, hat sich der Schweizer Hotelier-Verein in verdankender Weise bereit erklärt, für diesen Ausbau der schweizerischen Verkehrswerbung im Ausland neue Subsidien zur Verfügung zu stellen. Um die Verkehrszentrale in den Stand zu setzen, die aus der vorhin kurz geschilderten „Uebereinkunft" erwachsenden Pflichten und Rechte zu übernehmen, verpflichtete sich der Schweizer Hotelier-Verein in einem *Vertrag* zu einer etappenweisen Erhöhung seiner bisherigen Subvention von Fr. 45000.— pro Jahr (siehe Beilage). Es ist vorgesehen, dass die Subvention des Hotelier-Vereins an die Verkehrszentrale im Uebergangsjahr um Fr. 75000.— und in der zweiten Etappe (1936/1937) um Fr. 150000.— pro Jahr erhöht werden soll. In der dritten Etappe die 1938 beginnt, wird sich der Mehrbeitrag auf Fr. 200000.— belaufen.

Es ist klar, dass der Hotelier-Verein diese bedeutenden finanziellen Mehrleistungen für den Ausbau der schweizerischen Verkehrswerbung im Auslande nur übernehmen konnte in der Erwartung, dass andere Verkehrsinteressenten ihre bisherigen Beitragsleistungen an die Verkehrszentrale ebenfalls entsprechend erhöhen würden. Nach Genehmigung ihrer neuen Statuten gelangte deshalb die Verkehrszentrale an die übrigen an der schweizerischen Verkehrswerbung interessierten Verbände und Vereinigungen, um auch von diesen eine entsprechende Beitragsleistung zu erhalten, um die finanzielle Basis des Kollaborationsvertrages zwischen SVZ. und SBB. zu sichern.

Ferner hat sich der Hotelier-Verein, gestützt auf seine bedeutende Mehrleistung vertraglich eine angemessene Vertretung im Vorstand und im Ausschuss gesichert.

Der Schweizer Hotelier-Verein verlangte als weitere Bedingung für die Erhöhung seiner finanziellen Leistungen die Statutenrevision der Nationalen Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs, indem er mit Recht darauf hinwies, dass der bisherige schwerfällige Apparat der Organe, in erster Linie der Verkehrsrat, vereinfacht werden sollte.

Die neuen *Statuten* sehen eine *Generalversammlung*, einen *Vorstand* von 23 Mitgliedern und einen *Ausschuss* von 7 Mitgliedern vor. Somit werden der Verkehrsrat mit seinen 65 Mitgliedern und der Vorstand von 13 Mitgliedern aufgehoben.

Ferner sind zum Zwecke der Herbeiführung der nötigen Fühlungnahme zwischen der Verkehrszentrale und den einzelnen Verkehrsgebieten fakultative *Kreisversammlungen* vorgesehen.

Der minimale Mitgliederbeitrag wurde von Fr. 500.— auf Fr. 300.— herabgesetzt.