

Zeitschrift: Jahresbericht / Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs
Herausgeber: Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs
Band: 19 (1936)

Rubrik: Die Tätigkeit der Schweiz. Verkehrszentrale

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: 18.01.2026

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

C. Die Tätigkeit der Schweiz. Verkehrszentrale

I. Auslandspropaganda

Das Berichtsjahr stand im Zeichen einer planmäßigen Arbeit in den für unsere Werbung aussichtsreichsten Ländern England, Frankreich, Holland, Belgien, Tschechoslowakei, Schweden und Dänemark. Dank dem außerordentlichen Bundeskredit für Verkehrswerbung konnten wir unsere Propaganda in diesen wichtigen Einzugsgebieten bedeutend verstärken. Im Gegensatz hiezu begnügten wir uns in allen jenen Ländern, welche im Zusammenhang mit ihrer politischen oder wirtschaftlichen Entwicklung die freie Ausreise devisenrechtlich erschweren, mit einer Erinnerungspropaganda. Mit Hilfe der Bundessubvention konnten wir auch die vorbereitenden Maßnahmen für die Verstärkung unserer Werbung in Übersee auf das große Reisejahr 1937 (Königskrönung in London, Weltausstellung in Paris) in Angriff nehmen. Die von uns in Aussicht genommenen Vertretungen in Südamerika (Buenos Aires), Niederländisch Indien (Batavia), Südafrikanische Union (Johannesburg) und Australien (Sydney) werden bereits zu Beginn des kommenden Jahres ihre Tätigkeit auf allen Gebieten der Propaganda planmäßig aufnehmen.

Der Bundeskredit ermöglichte uns sodann eine Erweiterung unseres Agenturbetriebes. Die Schaffung einer touristischen Werbestelle für die skandinavischen Länder mit Sitz in Stockholm und einer Untervertretung in Kopenhagen drängte sich schon seit langem auf. Beide Verkehrsposten setzten im Spätsommer und Herbst 1936 mit ihrer Tätigkeit ein und zeigten eine erfreuliche, durch die Währungsabwertung stark begünstigte Entwicklung. Mit Hinblick auf die FIS Wettkämpfe, welche im Februar 1937 in Chamonix stattfinden, hielten wir es für angezeigt, während der Wintersaison in diesem Einfallstore nach der Schweiz eine besondere Werbetätigkeit zu entfalten. Auf Grund einer Vereinbarung mit der Martigny-Châtelard-Bahn haben wir erreicht, daß dieselbe ihr Werbe- und Auskunftsbüro, welches sie jeweils im Sommer in Chamonix betreibt, im Winter 1936/37 offen hält und dessen Vitrinen, sowie den Auskundtdienst zur Verfügung unserer gesamtschweizerischen Werbung stellt.

Unsere Beziehungen zu den diplomatischen Vertretungen der Schweiz im Auslande erfuhren im Berichtsjahre eine weitere erfreuliche Verstärkung. Wir waren in der Lage, einer Reihe von Gesandtschaften und Konsulaten Mittel für touristische Werbeveranstaltungen zuzuwenden. Empfänge, zu denen Behörden, Reisebüros, Transportunternehmungen, Presse und führende Sport-Clubs eingeladen wurden, dürften nach den vorliegenden Berichten in geeigneter Weise für unseren Fremdenverkehr geworben haben.

Mit der Sektion Publizität der SBB und deren Auslandsagenturen standen wir in engster Zusammenarbeit. Der Zentralleitung in Bern und den Agenturchefs im Ausland sei auch an dieser Stelle unser Dank für die wertvolle Mitarbeit zum Ausdruck gebracht.

Zu den beiden Sitzen der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung in Zürich und Lausanne unterhielten wir rege Beziehungen. Die Erfahrung hat gezeigt, daß Verkehrs- und Wirtschaftswerbung zum Vorteile beider Gruppen Hand in Hand gehen. Ein Zusammenwirken der beiden Werbeorganisationen hat sich insbesondere auf dem Gebiete der Ausstellungs- und Messepropaganda als sehr nützlich erwiesen.

Unsere Beziehungen zu den Verbänden des schweizerischen Fremdenverkehrs, insbesondere Schweizer Hotelier-Verein, Verband Schweiz. Transportanstalten, Schweiz. Fremdenverkehrsverband, Verband Schweizerischer Badekurorte, Verband schweizerischer Kur- und Verkehrsdiplomaten, sind in der Berichtsperiode dauernd gepflegt und vertieft worden. Allen, die unsere Bestrebungen mit Verständnis unterstützten, sei hier unser Dank abgestattet.

Der Ausweitung unserer gemeinsamen Arbeit diente auch ein neues Organ, die «Mitteilungen der Schweizerischen Verkehrszentrale». Diese vertrauliche Publikation bezweckt eine bessere Orientierung und Beratung der Verkehrsinteressenten und soll einen ständigen zuverlässigen Kontakt zwischen der zentralen Werbestelle und den regionalen und lokalen Organisationen herstellen. Wenn wir bei dieser Gelegenheit an die Leiter der lokalen und regionalen Verkehrs-

vereine, sowie an die Chefs der Propagandabüros der privaten Transportanstalten den Wunsch nach einer noch engern Zusammenarbeit und besserem Zusammenschluß richten, so geschieht dies aus der Erkenntnis heraus, daß unsere Auslandswerbung hiedurch noch stark an Schlagkraft und Intensität gewinnen könnte.

1. Ausstellungen und Messen

Im Berichtsjahr wandten wir besondere Aufmerksamkeit der Ausstellungs- und Messepropaganda zu. Unsere Werbung erstreckte sich auf folgende Veranstaltungen:

a) Ausstellungen

Internationale Ausstellung von Verkehrspropagandamaterial, Budapest, Januar 1936. Internationale Plakatausstellung, Budapest, 1. bis 16. Februar 1936. Internationale Luftfahrtausstellung in Stockholm, 15. Mai — 1. Juni 1936. Luftfahrtspropaganda-Ausstellung in Noordwijk (Holland), Juli 1936. III^e Exposition des Sports d'Hiver, 12.—20. September 1936 in Lyon. Exposition «Arts-Beauté-Parure», 9.—17. Oktober 1936 in Brüssel.

b) Messen

Niederländische Mustermesse, Utrecht, 10. bis 19. März 1936. Foire de Nice, 14.—29. März 1936. Foire de l'Ouest, Nantes, 4.—15. April 1936. Mustermesse Mailand, 12.—27. April 1936. Levante-Messe, Tel-Aviv, 6. Mai — 6. Juni 1936. Foire de Paris, 16. Mai — 2. Juni 1936. Foire Coloniale Internationale de Bordeaux, 14.—30. Juni 1936. Foire Internationale de Marseille, 19.—30. September 1936.

Total Ausstellungen und Messen im Ausland: 14.

2. Schaufensterausstellungen

Wir haben uns dieses zügigen Werbemittels nach Möglichkeit bedient. In einer ganzen Reihe von Reisebüro-Schaufenstern wurden dem städtischen Publikum die Schönheiten unseres Landes vor Augen geführt. Beim Schweizer Reisebüro «Edelweiß» in Straßburg und Mülhausen unterhielten wir zwei ständige Vitrinen; ein weiteres ständiges Schaufenster stand uns bei der Zweigstelle des Reisebüros Kuoni (Zürich) an der Place de l'Opéra in Paris zur Verfügung.

In Verbindung mit der Swissair führten wir im Winter 1935/36 eine Schaufensteraktion bei den größeren Reisebüros in London durch. Beim Reisebüro Paul Suys in Antwerpen organisierten wir während der Monate Dezember, Januar und Februar 1935/36 eine Winterschaufensterausstellung. Im März/April 1936 veranstalteten wir beim amtlichen Reisebüro der dänischen Staatsbahnen in Kopenhagen eine Ausstellung, welche drei große Schaufenster umfaßte.

Auf unsere Veranlassung führten die amtlichen Schweizer Verkehrsbüros im Auslande für folgende Anlässe besondere Schaufensterausstellungen durch:

1. Internationale Alpenfahrt für Automobile vom 18.—27. August 1936.
2. Großer Preis der Schweiz für Automobile in Bern vom 22./23. August 1936.
3. XIV. Internationaler Kunstschatzlicher Kongreß vom 31. August bis 9. September 1936.

Für diese Anlässe lieferten wir das nötige Ausstellungsmaterial.

Ein besonderer Erfolg war uns in Kopenhagen beschieden, wo wir für die Frühjahrs-, Sommer-, Herbst- und Wintersaison nicht weniger als 12 Schaufenster einrichten konnten, und zwar:

Reisebüro der Dänischen Staatsbahnen (3 Fenster Frühling/Sommer), Dansk Rejsebureau (Sommer/Herbst), Oversoisk Passagerbureau (Sommer), Reisebureau Bennet (Winter), Oversoisk Passagerbureau (Winter), Reisebüro der Dänischen Staatsbahnen (2 Fenster Winter), Reisebüro Illum (Winter), American Express Company Inc. (Winter), Wagons-Lits/Cook (Winter). Die originelle Ausschmückung dieser Werbeschaufenster besorgte der in Kopenhagen niedergelassene Schweizer Graphiker R. Montandon.

Wir belieferten sodann Reisefirmen in allen Ländern mit photographischen Vergrößerungen und Dioramen für temporäre Schweizerschaufenster.

3. Kongresse

Wir haben die nötigen Schritte eingeleitet, um folgende Kongresse für unser Land zu gewinnen: International Rotary Assembly 1937, Montreux, VI. Bausparkassen-Weltkongreß 1937, Zürich. XVIII. Kongreß der Fédération Internationale des Agences de Voyage 1937,

Genf. XXX. Weltkongreß für Esperanto 1938 in Bern. Kongreß der International Business Machines Cooperation (Sitz USA.) für 1937 oder 1938.

Unseren Bestrebungen für die Heranziehung dieser propagandistisch wertvollen Kongresse war Erfolg beschieden.

Während der Berichtsperiode haben wir bei den nachfolgenden Kongressen und Tagungen organisatorisch mitgewirkt und die Kongreßteilnehmer durch Abgabe von Werbematerial für Reisen durch unser Land zu gewinnen gesucht: Xème Congrès de l'Union Internationale des Organes officiels de Propagande touristique 1936. XII. Internationale Chemische Konferenz, Luzern und Zürich, Kongreß des Welt-rundspruchverbandes, Ouchy. Kongreß der Irren- und Nervenärzte, Basel, Zürich, Bern, Neuchâtel. Congrès International des Institueurs, Genève. Tagung der «Union Internationale des Villes», Zürich. Internationaler Kongreß für Kunstgeschichte. Für diesen Kongreß entwickelten wir eine besonders intensive Werbung durch unsern Pressedienst, unsere Revue «Die Schweiz», Schaufenster-ausstellungen und Radiomitteilungen. Besonders hervorheben möchten wir den in Zusammenarbeit mit dem Verein der Schweizer Presse von unserer Institution organisierten IV. Kongreß der Fédération Internationale des Journalistes, 7.—17. September in Bern. Nach den Arbeitstagungen wurden die Kongreßteilnehmer auf einer mehrtägigen Pressefahrt durch unser Land geführt, deren Gesamtleitung in unsrern Händen lag. Die ausgiebige Ernte an begeisterten Reiseschilderungen in zahlreichen in- und ausländischen Zeitungen hat unsere Anstrengungen bei dieser Veranstaltung vollauf gerechtfertigt.

Am I. Deutschen Reisebürotag im September a. c. in Frankfurt a. M. und am XVII. Kongreß der Fédération Internationale des Agences de Voyages, im Oktober in Rom/Neapel haben wir Beobachterposten bezogen, um uns über die Geschehnisse im Reisebürogewerbe zu orientieren.

4. Insertionspropaganda

a) Kollektivreklame

In Verbindung mit der Sektion Publizität der SBB und den Verkehrsinteressenten führten

wir in den bewährten Insertionsorganen in England, Frankreich, Holland und Belgien eine Kollektivreklame pro Frühjahr 1936, pro Sommer 1936 und pro Winter 1936/37 im Gesamtbetrag von Fr. 198 000 durch. Insgesamt plazierten wir auf dem Wege der Kollektivreklame während der Berichtsperiode 620 Insertionen.

Unsere Insertionspropaganda auf kollektiver Basis könnte wesentlich verstärkt werden, wenn in Kreisen der Verkehrsinteressenten der Wille zur Zusammenarbeit auf diesem wichtigen Gebiete der Werbung noch in vermehrtem Maße vorhanden wäre. Gerade in den führenden Blättern des Auslandes, wo nur repräsentative, großformatige Annoncen zu wirken vermögen und kleine Annoncen oft der Nichtbeachtung anheimfallen, müssen wir uns zu großen und eindrucksvollen Inseraten zusammenschließen, in deren Rahmen die Verkehrsinteressenten ihre Eigenwerbung zu niedrigsten Insertionspreisen betreiben können.

b) Besondere Insertionspropaganda

Der außerordentliche Bundeskredit für Verkehrswerbung ermöglichte die Durchführung einer verstärkten Insertionspropaganda in Belgien, Dänemark, Schweden und der Tschechoslowakei. Dank diesem Kredite konnten wir auch eine bedeutende Insertionspropaganda in den in Paris erscheinenden englisch-amerikanischen Zeitungen: Daily Mail, Continental Edition und New York Herald Tribune, European Edition, durchführen. Wir verfolgten hiebei den besonderen Zweck, die amerikanischen und englischen Überseetouristen und Olympiadebesucher nach der Schweiz zu ziehen. Auf Grund dieser Insertionen erhielten wir von den beiden genannten Blättern eine starke Unterstützung durch ausgiebige redaktionelle Propaganda im Textteil. Die Olympiade-Sondernummer der New York Herald Tribune vom 10. August war textlich ausschließlich auf die Schweiz eingestellt.

c) Sondernummern

Wir konnten im Berichtsjahr wiederum einige Sondernummern ausländischer Zeitungen und Zeitschriften herausbringen. So vor allem ein ganz dem Berner Oberland gewidmetes, 140 Seiten umfassendes Sonderheft des «Bergsteiger», des offiziellen Organs des Deutschen und

Österreichischen Alpenvereins. Wir lieferten hiefür gemeinsam mit dem Verkehrsverein des Berner Oberlandes das redaktionelle und bildliche Material. Durch Vermittlung und unter freundlicher Mitarbeit von Herrn Minister Barbey in Brüssel, sowie der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung in Zürich konnten wir die Herausgabe einer schön ausgestatteten Sondernummer «Schweiz» der Zeitschrift «Expansion belge» veranlassen, für welche wir Artikel und Photos lieferten. Da diesen Winter die Aussichten für eine Zunahme des Reiseverkehrs aus der Tschechoslowakei günstig erscheinen, haben wir eine Beilage «Die Schönheiten der Schweiz» zum Prager Tagblatt vorbereitet, die auf den 6. Januar 1937 erscheint und sich vor allem für den zweiten Teil der Wintersaison auswirken soll.

Die führende belgische Reisefirma Brooke konnten wir zur Herausgabe einer den schweizerischen Wintersportplätzen gewidmeten Sondernummer ihrer Reisezeitschrift «Les Feuillets du Tourisme» (Oktober 1936) veranlassen. Dieses Organ fand durch einen sorgfältig ausgewählten Postversand eine sehr gute Verbreitung in den besten belgischen Bevölkerungsschichten.

5. Pressedienst

Seit Neujahr 1936 erscheint unser Pressedienst alle 14 Tage, deutsch und französisch, in einer Auflage von 5000 Exemplaren. Er dient als Grundlage für die von der Agentur Amsterdam ebenfalls 14täglich herausgegebenen «Zwitserschen Verkeersberichten». Die Verteilung im Ausland erfolgte im vergangenen Jahr durch die Agenturen. Da die Kollektivinserate durch diese Stellen aufgegeben werden, verbürgt der neue Verteilungsmodus eine intensivere Auswertung unserer Nachrichten durch die Presse. Auch bietet er uns die Gewähr, daß die mit unsren grünen Blättern bedienten Reiseagenturen sorgfältig ausgewählt werden. Die eingegangenen Belege beweisen uns, daß die Zeitungen von unsren Mitteilungen einen guten Gebrauch machen. Besonders die in den Vordergrund gerückten aktuellen Werbeargumente wie Freiwahl-Pauschalferien, Benzinpreis-Verbilligung und Einreiseerleichterungen für ausländische Autotouristen, Regionalabonnements, verbilligtes Generalabonnement und Franken-

abwertung gelangten durch unsren Pressedienst in den verschiedenartigsten Formulierungen in die europäische und überseeische Presse.

Unser Artikeldienst stand dieses Jahr in erster Linie im Zeichen der Werbung für die besonderen Reiseerleichterungen. Einige geschickt abgefaßte Aufsätze über die Anstrengungen der Schweiz, Fahrt und Ferienaufenthalt zu verbilligen, wurden sehr stark beachtet. So wurde z. B. der vor der Sommersaison lancierte Artikel «Was tut die Schweiz zur Belebung des Fremdenverkehrs?» allein in Holland 22 mal abgedruckt. Daneben haben wir unser Artikelarchiv auch um einige Arbeiten allgemeinen Inhaltes bereichert. Es umfaßt heute 450 Themen, sodaß wir nun in der Lage sind, den verschiedenartigsten Wünschen zu entsprechen und vielseitige Artikelserien über die Schweiz zusammenzustellen. Für die Schweizerpresse legen wir von Zeit zu Zeit dem Pressedienst redaktionelle Artikel bei. Im Ausland werden die Artikel meist durch die Vermittlung unserer Vertretungen plaziert, die wir laufend mit neuem Material versehen. Da wir Insertionsaufträge immer mit der Bedingung einer ausgiebigen redaktionellen Propaganda verbinden und uns daran gelegen ist, den Charakter dieser redaktionellen Beiträge selber zu bestimmen, leistet uns das Artikelarchiv beste Dienste. Dank der Qualität unseres Materials gelingt es uns aber auch sehr oft, Artikel ohne Inserate in Zeitungen und Zeitschriften unterzubringen.

Anlässlich der VIII., zum ersten Male ganz in der Schweiz durchgeföhrten Internationalen Alpenfahrt haben wir zusammen mit dem Organisationskomitee und der Sportinformation den Pressedienst für diese Großveranstaltung herausgegeben. Neben der technischen Seite wurde darin besonders auf die Schweiz als Reiseland für Automobilisten hingewiesen. Die illustrierten ausländischen Fachzeitschriften wurden nicht nur mit Texten, sondern auch mit Bildmaterial bedient.

Für die Zeitschrift der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung und für die in Solothurn erscheinende «Straßeninformationskarte» haben wir regelmäßig Propagandamaterial bereitgestellt.

Unsere Reisezeitschrift «Die Schweiz», die jährlich in einer Gesamtauflage von 340 000 Exemplaren im In- und Ausland verbreitet

wird, wird als eine unserer werbekräftigsten Publikationen stets mit besonderer Sorgfalt redigiert. Die September-Inland (gleichzeitig Herbst-Ausland)-Nummer haben wir anlässlich des Internationalen Kunsthistorischen Kongresses als Sondernummer «Kunst in der Schweiz» ausgestaltet und nach Abschluß des Kongresses allen ausländischen Teilnehmern an ihre Privatadresse zugestellt. Im Juni brachten wir eine Bädernummer, im November eine SBB-Sondernummer heraus. Für den Frühling ist eine Sondernummer «Schweizer Volksleben» geplant.

Neben der Redaktion unserer regelmäßigen Publikationen und der Bedienung der Presse befaßt sich unsere Abteilung «Pressedienst» mit der Fertigstellung der Broschürentexte.

6. Studienreisen

Die außerordentliche Bundessubvention ermöglichte es uns, im Juli eine Pressefahrt bedeutender Völkerbundsjournalisten nach Zermatt durchzuführen. Auf dieser Fahrt konnten wir mit den anwesenden Vertretern der WeltPresse enge Beziehungen aufnehmen, die sich für die Zukunft fruchtbar auswirken werden. Die Gegenleistungen der Geladenen in Form von Reiseschilderungen dürfen wir als sehr befriedigend bezeichnen. Bei der Organisation der englischen Journalistenreise im Januar 1936, welche von den beiden Luftverkehrsgesellschaften Swissair und Imperial Airways, London, veranstaltet wurde, arbeiteten wir aktiv mit. Beim Empfang der ungarischen Pressevertreter, die sich am 1. Juli d. J. anlässlich der erstmaligen direkten Beffliegung der Strecke Budapest-Wien-München-Zürich mit Flugzeugen der Ungarischen Luftverkehrs A.G. «Malert» in Dübendorf einfanden, haben wir ebenfalls mitgewirkt. Zur Propagierung der frequenzmäßig unbefriedigenden, von der Niederländischen Luftverkehrsgesellschaft K.L.M., der Lufthansa und der Swissair in Gemeinschaft auch im Winter beflogenen Linie Amsterdam-Frankfurt a. M.-Stuttgart-Zürich leitete die erstgenannte Gesellschaft im Benehmen mit dem Amtlichen Schweizer Verkehrsbüro in Amsterdam vor Beginn der Wintersaison eine Reise holländischer Journalisten in die Wege. Wir nahmen die Organisationsarbeiten in der Schweiz an die Hand und durften feststellen,

dass die Teilnehmer hochbefriedigt unser Land verließen. Durch Organisation von Studienreisen ausgewählter Booking-Clerks suchten wir die Reisebüros zur vermehrten Mitarbeit an unserer Verkehrswerbung zu gewinnen. So führten wir im Mai/Juni 1936 eine Reise bewährter englischer Reisebüro-Schalterbeamter durch und im Mai 1936 eine Studienreise holländischer Reisebürobeamter. Im September 1936 haben wir als Auftakt zur Eröffnung unserer Vertretung in Stockholm eine Studienreise dänischer und schwedischer Reisebürofachleute organisiert, die wir, zur ersten Kontaktnahme, durch unseren neuen Vertreter für die skandinavischen Länder, Herrn Charles Dierauer, begleiten ließen. Für das Frühjahr 1937 ist die Durchführung einer Studienfahrt von Schalterbeamten der größten Reisefirmen in den USA vorbereitet worden. Auch einzelreisenden ausländischen Reisebürovertretern, seien es Schalterbeamte oder Leiter der Pauschalreisen- und Gesellschaftsreisen-Abteilungen, haben wir die Wege geebnet und ihnen ihre Studienreisen durch Vermittlung von freier Fahrt und Hotelbegünstigungen und durch weitere Handreichungen erleichtert. Wir können immer wieder feststellen, wie notwendig es ist, beim Schalterpersonal der ausländischen Reisebüros die Lücken in den Kenntnissen über unser Land vermittelst solcher Instruktionsfahrten auszufüllen. Die Transportanstalten, die Kur- und Verkehrsvereine und die Hotellerie haben uns bei der Durchführung dieser Studienreisen stets weitgehend unterstützt, was wir bei dieser Gelegenheit dankbar anerkennen möchten.

7. Plakatpropaganda

Unter Zuhilfenahme des außerordentlichen Bundeskredites für Verkehrswerbung konnten wir in Belgien, Schweden und der Tschechoslowakei eine größere Straßenaffichage durchführen. Wir stellten sodann unser Plakatlager vor allem für die Veranstaltungen sportlicher Natur zur Verfügung. Wir erwähnen hier insbesondere die Internationale Skisport-, Ski-ausrüstungs- und Mode-Schau in Madison Square Garden in New York, die Sport- und Verkehrsplakat-Ausstellung im Großwarenhaus David Jones Ltd., Sydney, sowie die Ausstellung unserer Plakate in der Kunsteisbahn Van

Schelle in Brüssel. Durch die große Reklamegesellschaft Industriegebiet G. m. b. H. in Wupperthal-Elberfeld konnten wir einen kostenlosen Plakataushang im Rheinland und westdeutschen Industriegebiet durchführen.

Im Berichtsjahre haben wir neue Plakate in einer Totalauflage von 23050 Exemplaren herausgegeben und zwar:

Freiwahl-Pauschalferien, Sommer: deutsch 1500, französisch 600, blanco 5400 = total 7500; Freiwahl-Pauschalferien, Winter: deutsch 1500, französisch 500, blanco 8000 = total 10000; Luftpostplakat Sommer deutsch/französisch 1500; lokales Flugplakätschen Sommer deutsch/französisch 1050; Aufhänge-Luftpostplakat Winter deutsch/französisch 3000.

Nebst unseren eigenen Affichen haben wir eine große Anzahl Plakate der Verkehrsinteressenten und der Transportanstalten zur Verteilung im Ausland entgegengenommen und weitergeleitet.

8. Publikationen

Während der Berichtsperiode sind folgende Publikationen hergestellt, bzw. nachgedruckt worden:

«Der kleine Schweizerführer» in fünf Sprachen, 100000 Ex.; «Im Auto durch die Schweiz» englisch, 15000 Ex.; «Sport in der Schweiz» in drei Sprachen, 50000 Ex.; «Ferien in der Zentralschweiz» in drei Sprachen, 20000 Ex.; «Die Schweiz im Schnee» in zehn Sprachen, 300000 Ex.; das Verzeichnis der «Ereignisse in der Schweiz» in drei Sprachen, 15120 Ex.; die «Straßeninformationskarte» in vier Sprachen, 200000 Ex.; das Verzeichnis der «Freiwahl-Pauschalferien» in zwei Sprachen, 195000 Ex.; das Programm der internationalen Alpenfahrt in zwei Sprachen, 4000 Ex.; die Flugblätter «An unsere deutschen Gäste» und «Die Schweiz bietet ausländischen Gästen vier neue Vorteile», 241780 Ex.; Prospekte für Skikurse im Ausland in drei Sprachen, 80000 Ex.; das Luft-Kursbuch, den Taschenflugplan und Lokalflugplantafeln in zwei Sprachen, 39250 Ex.; den Abreißkalender «Die Schweiz» in vier Sprachen, 11136 Ex.; die «Schweizer Bergfibel» in drei Sprachen, 53850 Ex.

Die Gesamtauflage unserer im Jahre 1936 herausgegebenen Drucksachen beträgt inkl. Revue und Pressedienst 1795136 Exemplare.

Die auf unsere Veranlassung von der englischen Südbahngesellschaft (Southern Railway) in London im Rahmen der Broschürenserie «Off the Beaten Track» in 25000 Exemplaren gedruckte Broschüre «Along the Rhone Valley» ist im Frühjahr 1936 erschienen. Diese gefällige, dem englischen Geschmack angepaßte Publikation stellt eine wertvolle Bereicherung der in England zur Verteilung gelangenden schweizerischen Verkehrsliteratur dar. Der Verfasser dieser Broschüren, Rev. Hugh C. Wallace, der sich als Reiseschriftsteller einen Namen gemacht hat, konnte es mit unserer Unterstützung erreichen, daß die «Off the Beaten Track» Publikationenserie der Southern Railway im nächsten Jahr um eine weitere schweizerische Broschüre erweitert wird.

In Zusammenarbeit mit der Agentur der SBB in Amsterdam gelang es uns, 2000 Exemplare unserer 16seitigen Winterbroschüre dem Werbebrief einer führenden Firma in Amsterdam beizufügen. Da die Sendungen der in Rede stehenden Firma an deren erstklassige Kundschaft gingen, konnten wir durch die Beilage unserer Winterbroschüre eine sehr wirksame Propaganda entfalten.

Der Oktoberausgabe 1936 der in englischen Skisportkreisen vielgelesenen Publikation des Ski Club of Great Britain «Ski Notes and Queries» legten wir eine Broschüre über die Schweizer Skischule in 6000 Exemplaren bei.

9. Reisebüros

Der Pflege guter Beziehungen zu ausländischen Reisebürokreisen schenkten wir unsere besondere Aufmerksamkeit. Devisenrestriktionen, Fahrpreisermäßigungen, Pauschalreisen, Hotelbons u. a. m. leiten die Reiselustigen immer mehr in die Reisebüros, deren Popularität in den letzten Jahren stark zugenommen hat. Wir erachten es deshalb als eine unserer wichtigsten Aufgaben, dieses bedeutsame Hilfsgewerbe des Verkehrs für eine kontinuierliche Wahrnehmung unserer Interessen zu gewinnen.

Zur Förderung des Verkaufes unserer Pauschalreisen entsandten wir im Frühjahr 1936 einen im Reisebürofach versierten Beamten nach Holland, Dänemark und Schweden, mit der speziellen Aufgabe, in diesen Ländern bei allen größeren Reisebüros vorzusprechen. Diese

Instruktionstournee wurde von den besuchten Firmen sehr geschätzt.

In Dänemark und Schweden, wo fast der gesamte Verkehr nach dem Ausland durch die Reisebüros geht, haben wir unsere Werbung unter finanzieller Mitwirkung der hauptsächlichsten Reisefirmen in Kopenhagen und Stockholm und in engster Fühlung mit denselben unternommen. Dank dieser weitgehenden Mitarbeit war es uns möglich, in beiden Ländern sowohl auf die Sommersaison 1936 als auch auf den Winter 1936/37 spezielle Prospekte für Schweizerreisen in vielen Tausend Exemplaren auf den Markt zu werfen. Unter Mitarbeit der Reiseagenturen dürfte es uns gelingen, auf das kommende Jahr einen verbilligten Zubringerdienst nach der Schweiz aus Dänemark und • Schweden zu organisieren.

Unsere Agentur in Brüssel stellte in ihrer systematischen Aufbauarbeit die belgischen Reisebüros in den Dienst unserer Verkehrswerbung und führte im vergangenen Sommer in Verbindung mit denselben allwöchentliche Sonderzüge und Gesellschaftsfahrten nach unserem Lande durch.

Ebenso erfolgreich wirkte unsere Vertretung in Nizza: in Zusammenarbeit mit dem Reisebüro der führenden Provinzzeitung «Le Petit Marseillais», Marseille, organisierten wir im August d. J. einen Schweizer Sonderzug, dem ein voller Erfolg beschieden war. Wir ließen diese Reisegesellschaft durch unseren Agenturchef begleiten, und die Zeitung delegierte einen ihrer Redaktoren, der von jeder Etappe umfangreiche und begeisterte Berichte an sein Blatt übermittelte. Die kontinuierliche Veröffentlichung dieser Reiseschilderungen im «Petit Marseillais» bildete für unser Land eine wirksame Propaganda. Im September a. c. brachte sodann unsere Agentur in Nizza in Verbindung mit dem Zeitungsreisebüro «Eclairleur de Nice» eine größere Gesellschaftsreise in die Schweiz.

In Frankreich schlossen wir mit einem führenden Reisebüro für die Wintersaison 1936/37 einen Kollaborationsvertrag ab, auf Grund dessen sich diese Firma ausschließlich mit einer intensiven Acquisition von Gästen für unsere Wintersportplätze beschäftigte. Das Resultat dieser gemeinsamen Anstrengungen waren 4 Weihnachts-Extrazüge ab Paris mit minde-

stens 10-tägigem Aufenthalt in den großen Wintersportgebieten unseres Landes. Mit der gleichen Reisefirma wurde allwöchentlich bis Pfingsten ein verbilligter Zubringerdienst ab Paris nach unsren Kurorten organisiert, der sich bis anhin eines lebhaften Zuspruches erfreute.

Bei der Projektierung und Ausführung gröserer Gesellschaftsreisen nach der Schweiz von seiten weiterer ausländischer Reisebüros, Touristenorganisationen, Bahnverwaltungen, Schiffahrtsgesellschaften u. dgl. wirkten wir weitgehend mit.

10. Pauschalreisen

Unsere Freiwahl-Pauschalreisen erfreuten sich während der abgelaufenen Berichtsperiode besonders in Holland und Belgien großer Beliebtheit. Mit Ausnahme von England halfen die Reisebüros aller Länder beim Verkauf derselben mit. Wir erhielten von zahlreichen Reisebüros die Mitteilung, daß sie unsere Pauschalreisen insbesondere als Kalkulationsgrundlagen für ihre eigenen Pauschalreisen schätzten. Von führenden Reisebüro-Fachleuten liegen anerkennende Schreiben über unser Pauschalreisesystem vor.

11. Illustrationspropaganda

Wir waren bestrebt, unsere Agenturen, die Reisebüros, Redaktionen usw. regelmäßig mit photographischem Material, Vergrößerungen usw. zu beliefern. Beim Swiss Banquet des Leeds Publicity Club, welches alljährlich in der Town-Hall in Leeds stattfindet und ein wichtiges gesellschaftliches Ereignis darstellt, lieferten wir in Verbindung mit der Agentur SBB in London eine große Anzahl hervorragender photographischer Aufnahmen 18×24 cm aus unserem Lande, die bei einer Versteigerung für Wohltätigkeitszwecke Verwendung fanden. Die ganze Veranstaltung stand im Zeichen der Schweiz. Die Agentur SBB in London stellte eine Schweizer Kapelle zur Verfügung und der Club selbst besorgte schweizerische Dekorationen.

II. Film

Film 35 mm, Produktion

Die ungünstige Witterung des Jahres 1936 hinderte die ungestörte Durchführung unseres

Arbeitsprogrammes. Immerhin war es möglich folgende Filme vollständig fertigzustellen:

Skiheil im Pulverschnee, 322 m internationale Fassung; Von Winterbergen in Frühlingsräler (mit P. T. T.), 615 m internationale Fassung; Das Haus der armen Seelen, 375 m internationale Fassung; An den Quellen des Rheins, 455 m deutsche, französische Fassung; Wasserratten (Paddelfilm), 315 m deutsche und französische Fassung; Colored Switzerland (mit Warner Brothers USA.) 400 m ca., engl. Fassung; Telephonfilm (mit englischer Postverwaltung und Pro Telefon) 300 m ca., deutsche, französische und englische Fassung; Burgen und Schlösser der Schweiz (vom Burgenverein), 400 m ca., deutsch; Im Taumel des Schnees von Dahinden, 600 m ca., deutsch.

Unser Kopienbestand stellt sich auf 31. Dezember 1936 wie folgt:

Quellen des Rheins (1), Tessiner Herbstlied (7) Aus der Geschichte am Lötschberg (3 u. 1 Lavendel), Über Winterberge in Frühlingsräler (4), Die kleine Stadt (2), Symphonie des Wassers (2), Wintermärchen (2), Aus dem Lande der Rätoromanen (5 u. 1 Lavendel), Vom Spinnen und Weben (3), Zwischen Blausee und Blümlisalp (2), Bauernstand mit Künstlerhand (2 u. 1 Lavendel), Zur Sonne empor (2), Sonniger Tessin (2), Haus der armen Seelen (4), Im Taumel des Schnees (4), Skiheil im Pulverschnee (6), Tessiner Bergbauern (1), Durstendes Land (6 u. 2 Lavendel).

An Synchronisationen wurden durchgeführt:
England: Lötschberg, Durstendes Land, Tessiner Herbstlied.

Frankreich: Durstendes Land, Lötschberg, Über Winterberge.

Wochenschau

Die Fox-Cinema Corporation konnte veranlaßt werden, einen Tonwagen in die Schweiz zu bringen; sie hat in Zusammenarbeit mit uns insgesamt 31 Schweizersujets herausgebracht. Unserer Beobachtung zufolge wurden im vorletzten Jahr von der Fox lediglich 8 Schweizersujets (wovon 4 aus Genf, Völkerbund) angenommen. Wir glauben deshalb, die vermehrten Anstrengungen der Fox entsprechend würdigen zu müssen. Im Frühjahr wurde ein 40 m-Tonfilm erstellt, um den Begriff der Pauschalreisen zu fördern. Dieser Film ist in allen wichtigen

Schweizertheatern vor Anfang der Saison ge- laufen. Er wurde auch an einer vom Schweizer Konsulat in Straßburg veranstalteten Matinee (15. März 1936) zur Vorführung gebracht. — Um die Vorteile der Abwertung propagandistisch voll auszunützen, wurde ein farbiger Trick-Tonfilm in der Länge von 50 m (Atelier Pinschewer, Bern) erstellt und in Holland, Belgien und England gegen Entrichtung der nicht unwesentlichen Gebühren zur Vorführung gebracht.

Vertrieb

Durch die Schweizerische Filmzentrale, die für uns den Vertrieb besorgt, wurden im ver- gangenen Jahre folgende Filme bei größeren Organisationen untergebracht: 5 Filme bei 2 der größten amerikanischen Gesellschaften für Amerika und Kanada, 3 Filme in England, 3 Filme in Frankreich, 8 Filme in Ungarn. Alle unsere Filme wurden für die Schweiz und ebenso für Deutschland abgegeben. 3 Filme wurden in Holland im Rahmen von Matinees vorgeführt.

Schmalfilme 16 mm

Unser Schmalfilmvertrieb ist von der Pekafilm versuchsweise an den Schul- und Volkskino in Bern übergegangen, weil diese Firma auch den bisherigen Verleih der Pekafilm käuflich erworben hat. Die Ausleihe erfolgt auf Grund von Bestellkarten. Wir waren bestrebt, den Filmbestand weiterhin zu bereichern. Es sind folgende Neuanschaffungen zu verzeichnen:

Schweiz. Trachtenfest auf dem Rigi 120 m, Bilder von der Schweiz. Radiostaffette 120 m, Moderner Luftverkehr 140 m, Wie lerne ich skifahren 240 m, Im Pulverschnee der Schweizerberge 120 m, Basel 120 m, Bern 120 m, Fribourg 120 m, Genève 120 m, Lausanne 120 m, Luzern 120 m, Schaffhausen 120 m, St. Gallen 120 m, Tessiner Städte (Bellinzona, Locarno, Lugano) 120 m, Bilder von der internationalen Alpenfahrt 130 m, Unterengadin 100 m, 500 Jahrfeier in Davos 120 m, Aus dem Lande der Rätoromanen (Prod. Dreyer), Davos-Parsenn 100 m, Von Winterbergen in Frühlingsräler (Julier-Gandria, Prod. Dreyer) 240 m, Flims 100 m, Ski-Sonntag der Kanonen 146 m, Schulfrei in Arosa 116 m, Kiental 100 m, Axalp 100 m, Adelboden 100 m, Durstendes Land (Prod.

Dreyer), 240 m, Das Haus der armen Seelen (Prod. Patrix), Zermatt, das hochalpine Wintersportparadies 205 m, Skifahrten rund um Zermatt 100 m, Rund um den Greifensee (Zch.) 120 m, Tessiner-Herbstlied (Prod. Dreyer), Fronleichnamsprozession in Appenzell.

Der Vertrieb im Winter 1936 erreichte insgesamt 640 Ausleihen. Auf Ende des Jahres gaben wir einen neuen Katalog heraus, welcher ein vollständiges Verzeichnis unserer Schmalfilme enthält.

Wir haben bis Ende 1936 der SBB-Agentur Paris, der SVZ-Agentur Nizza, der SBB-Agentur Rom und der SVZ-Agentur Prag Vorführungsapparate für 16 mm Schmalfilme zur ständigen Verfügung gestellt. Die SVZ-Agentur Brüssel und die SBB-Agentur Wien sollen anfangs 1937 gleiche Apparate erhalten; die Belieferung dieser Stellen verzögerte sich infolge von Valutaschwierigkeiten und Lieferungsverzug. Es handelt sich bei diesen Apparaten um Siemens Standardmodelle mit 2 Objektiven und einem automatischen Zusatzgerät, das die Vorführung von Filmen an Ausstellungen und in Schaufenstern ermöglicht. Die Apparate sollen auch dem Vortragsdienst der betreffenden Stellen dienen.

Auf Grund des vorhandenen Schmalfilmateriales konnten wir eine Reihe von Vorführungen im Ausland und eine interessante Filmwoche in Basel veranstalten. Die Basler Vorführungen wurden mit der «Interessengemeinschaft Freie Straße» durchgeführt, die gleichzeitig etwa 40 Schaufenster für unsere Zwecke zur Verfügung stellte und eine nicht unwesentliche Pressewerbung im Interesse des schweizerischen Tourismus veranlaßte.

III. Autowerbung

Die Autowerbung bildet einen sehr wichtigen Bestandteil unserer gesamten Werbung für die Schweiz. Wir haben deshalb in der allgemeinen Kollektivreklame die automobilistische Schweiz durch besondere Schlagzeilen eingeschaltet. Unsere sehr gut eingeführte und geschätzte Straßenkarte ist verbessert worden und in deutscher, französischer und englischer Sprache in 200 000 Exemplaren herausgekommen. Wir haben diese Karte in Holland und Belgien den Clubzeitungen der Automobilverbände in einer Frühjahrsnummer beigefügt.

In gleicher Weise wurde derjenige Teil Frankreichs bearbeitet, der zwischen Schweizergrenze, Straßburg, Paris und Marseille liegt. Wir beabsichtigen, die gleiche Aktion im nächsten Jahr in dem jenseits Paris liegenden Teil Frankreichs durchzuführen. Die bisher nur in deutscher, italienischer und französischer Sprache vorliegende Automobil-Broschüre ist nun auch englisch in einer Auflage von 15 000 Exemplaren unter dem Titel «Switzerland by Car» erschienen. Die Benzinpreisermäßigung für ausländische Automobilisten hat sich als eine ausgezeichnete Werbemaßnahme erwiesen. Wir haben denn auch durch die Auslandstellen in hohem Maße die Bekanntgabe dieser Erleichterung zu verbreiten gesucht. Die Agenturen in England, Holland, Belgien und Italien (Mailand) erstellten besondere Flugblätter für ihr Gebiet. In England ging beispielsweise eine Pressemitteilung dieser Art an 320 Zeitungen und Reisebüros, in Straßburg wurden 17 Zeitungen und 10 Clubs bearbeitet, Mailand verschickte 400 Rundschreiben, wovon 109 an die Sektionen des RACI gingen. — Die bereits eingeführten Austin Rallies, d. h. Fahrten englischer Autogruppen durch die Schweiz, haben wir durch Veranstaltung von Empfängen in Verbindung mit dem Verkehrsbüro Luzern gefördert. In Verbindung mit der Hallwag konnte erstmals eine Gruppenreise aus Belgien mit gutem Erfolg durchgeführt werden. Wir werden darnach trachten, dieses System im nächsten Jahre auf Holland und Frankreich auszudehnen. Unsere beiden Vertretungen für Autotourismus und Luftverkehr in Paris und Berlin verzeichneten in der Berichtsperiode einen starken Geschäftsgang; von unserm Vertreter in Paris wurden allein 1181 Korrespondenten (Clubs, Presse, Reisebüros usw.) bedient. Der telegraphische Meldedienst über die Öffnung der Alpenstraßen ist auch dieses Jahr mit Mailand, Paris und Berlin durchgeführt worden. Durch die Anerkennung der nationalen Papiere der Automobilisten aller Länder, die dem Vertrag angeschlossen sind, sowie USA. und Kanada und durch die Einführung der provisorischen Eintrittskarten in Frankreich ist es besonders für die englischen Automobilisten leichter geworden, in die Schweiz zu gelangen, und wir haben diesem Umstande in gebührender Weise Rechnung getragen.

IV. Skischulen

Die schweizerischen Skischulen bilden den Kernpunkt unserer gesamten Winterwerbung. Wir haben deshalb der Vorbereitung dieser Werbung die größte Aufmerksamkeit geschenkt. Die Durchführung von Trockenskikursen im Ausland, die wir nun zum 3. Male betreiben, hat gute Resultate gezeigt und vor allem unseren ausländischen Agenturen die Möglichkeit geboten, bei den Interessenten ihres Einzugsgebietes dauernd Fuß zu fassen. Um die Vorarbeiten rechtzeitig in Angriff nehmen zu können, hat schon im Juli in Verbindung mit dem Publizitätsdienst SBB und dessen Auslandsvertretern eine Besprechung über die Organisation dieser Kurse stattgefunden. Dieselben sind im Nov. 1936 nach Vereinbarung durchgeführt worden in Colmar, Brüssel, Amsterdam, Paris und Manchester. In Verbindung mit diesen sog. Zentralkursen, die wie bisher unter der bewährten Leitung von Herrn Prof. Leutert, Zürich, durchgeführt wurden, haben Vorträge mit besonders geeignetem Schmalfilmmaterial stattgefunden. Die Teilnehmer dieser Zentralkurse haben dann von sich aus wieder länger dauernde (bis zu 8 Wochen) Trockenskikurse durchgeführt, und die Auslandsagenturen benützten diese Veranstaltungen, um werbend aufzutreten zu können. Die für uns besonders interessanten Kursleiter haben wir zu einem achttägigen Aufenthalt in einer schweizerischen Skischule verpflichtet. Es beteiligten sich daran Vertreter aus Frankreich, Elsaß, Belgien, Holland und England. Die Durchführung dieser Maßnahme fällt in das nächste Berichtsjahr. Wir haben in diesem Jahr zum ersten Male mit unseren Trockenskikursen auch in England Fuß gefaßt und sehr großes Verständnis gefunden. Auf Grund der diesjährigen Versuche glauben wir, im nächsten Jahre, und zwar schon im Sommer, wesentlich weiter gehen zu können. In Paris wurde im ersten Stock der Agentur SBB eine 4 Wochen dauernde schweizerische Skischule eröffnet, die sich eines lebhaften Zuspruches erfreute und durchwegs gutes Publikum aufwies. — Für ein großes Warenhaus in Marseille haben wir einen schweizerischen Sportlehrer vermittelt, der gleichzeitig der Agentur Nizza an Samstagen und Sonntagen für skisportliche Veranstaltun-

gen zur Verfügung steht. Im Frühjahr gelang es uns, dem Schweizer Meister Rominger bei der Beteiligung an der Coupe Altari in Verbindung mit unserer Agentur Nizza behilflich zu sein. Steuri Hermann, Grindelwald, wurde für eine Reihe von Vorträgen über Skischulen in Holland verpflichtet und Steuri Fritz konnte für London, Skiausstellung Austin Reed, gewonnen werden. — Da sich in Lille die geplante Durchführung eines Zentralkurses als unmöglich erwies, wurde ein Skischul-Vortragsabend in Verbindung mit dem Konsulat und der Agentur Brüssel durchgeführt. Sämtlichen Agenturen wurde sodann geeignetes und modernes Schmalfilmmaterial über den Skisport zur bleibenden Verwendung überwiesen. Über den Poste d'Etat de Marseille PTT gelang es uns, im Herbst einen Vortrag über die Schweizer Skischule anzubringen.

Im Rahmen der uns zur Verfügung stehenden Mittel haben wir auch der Winterwerbung in den USA. die größte Aufmerksamkeit geschenkt. Für die Skisportausstellung in Madison Square, New York, wurde in Verbindung mit dem schweizerischen Skiverband interessantes historisches Material zur Verfügung gestellt. Die Agentur New York versorgten wir mit Prospekt- und Photomaterial und einen vom kanadischen Skiklub engagierten schweiz. Skilehrer stellten wir der Agentur New York für 4 Wochen zur Verfügung.

An Drucksachen wurden erstellt: «Le ski en Suisse» (Cours préparatoires), französisch 50 000, holländisch 10 000, englisch 20 000 (durch die Agentur London erstellt).

Mit dem schweizerischen Skischulverband haben wir während der Berichtsperiode in bester Weise zusammengearbeitet.

V. Bergschulen und Wanderbewegung

Für die Bergschulen wurde auch diesen Sommer die Kollektivversicherung abgeschlossen. Für die Wanderwegbewegung haben wir einen Prospekt erstellt, dessen Druckkosten von der Vereinigung für Wanderwege getragen wurden.

VI. Radio

Wir haben im Berichtsjahr von der Radiowerbung wiederum ausgiebig Gebrauch ge-

macht und dabei die tatkräftige Unterstützung der SRG und aller Studios gefunden.

Die Schweizer Studios haben an Sendungen, die wir als verkehrswerbend ansprechen dürfen, 415 Emissionen veranstaltet. Diese Zahl, in welcher die regelmäßigen Emissionen nicht einbezogen sind, beweist, daß auf dem Gebiete der Verkehrswerbung im Radio Wesentliches geleistet wurde. In diesem Zusammenhang sind auch die von der SRG veranstalteten Emissionen für Auslandschweizer zu erwähnen, die durch den Kurzwellessender Prangins gehen. Um den Begriff der Abwertung besonders bekanntzumachen, haben wir über ausländische Sender eine Reihe englischer Texte durchgegeben. In Holland sind wir beim Katholischen Radio mit 4 Emissionen über den Wintersport angekommen. Ferner haben wir folgenden Stationen vorbereitete Emissions-texte zur Verfügung gestellt: Calcutta, Kapstadt, Sidney. Besonders für das Ausland berechnet waren die auf Beginn des Sommers durch die schweizerischen Studios nach Abschluß der Abendprogramme veröffentlichten Emissionen in Französisch, Englisch und Holländisch, wobei die französischen Sendungen von Bern jeweilen auch von Sottens übernommen wurden. Es wurden hiebei folgende Themen behandelt:

Bern, in französischer Sprache: «La Suisse, pays de beauté, de tradition et de travail. Notre Tessin, nos Oberlands, notre Gruyère et notre Léman», «Au Cœur de la Suisse, les chants de la patrie», «Des Alpes au Jura suisse, la poésie de nos petites villes, notre folklore», «Lucerne, Brigue, Lausanne, simple course en chansons», «Nos festivals, notre passé, nos espoirs».

Zürich, in englischer Sprache: «The flowers of the Alps», «A World of glaciers», «Picturesque Lakes», «The Alpine Lakes», «Costumes and Customs».

Basel, in holländischer Sprache: «Rund um den Vierwaldstättersee» (Rond om het Vierwaldstättermeer), «Jungfrau, Mönch und Eiger», «Das Land der 150 Alpentäler» (Het Land der 150 Dalen), «Im Sonnenland Wallis» (In het zonnenland Wallis), «Vom Jura zum Tessin» (Van de Jora tot het Tessin).

Wie üblich haben die schweizerischen Radiozeitungen wiederum bildlich und textlich für

die Schweiz als Ferienland geworben. Durch ein Radiopressebüro des Auslands, mit dem wir in Verbindung stehen, konnten wir auch in ausländischen Radiozeitungen eine Reihe von Beiträgen in Verbindung mit bedeutenden schweizerischen Emissionen anbringen. Im Zusammenhang mit den holländischen Emissionen sind durch unsere Agenturen in Brüssel und Amsterdam Plakate mit dem Programm und Schaufensterhinweisen erstellt worden.

VII. Vortragswesen

Der Werbung durch das Wort haben wir auch dieses Jahr größte Bedeutung zugemessen. Nach unseren Feststellungen kommt gut aufgebauten und von ausgewählten Sprechern gehaltenen Lichtbildervorträgen eine hohe Werbewirkung zu. Wir hatten für Frankreich, Belgien, Holland und Skandinavien bewährte Vortragsredner verpflichtet, welche eine ganze Reihe von Lichtbildervorträgen hielten. Während des Winters sind sodann in den Automobil-Clubs Frankreichs verschiedene Vortrags-tournees mit Lichtbildervorführungen abgehalten worden. Insgesamt können wir bis jetzt 194 Vorträge verzeichnen.

VIII. Luftverkehrspropaganda

Zur Förderung des Luftverkehrs während des Sommers 1936 hat die Schweizerische Verkehrszentrale folgende Publikationen herausgegeben:

1. Offizielles Luftkursbuch der Schweiz. Umfang 62 Seiten. Auflage 2000 Expl., nur zum Dienstgebrauch der Fluggesellschaften und Reisebüros.
2. Taschenflugplan. Pliant in einer Auflage von 35000 Expl. zur Gratisabgabe an jeden Interessenten.
3. Schweizerisches Wandluftpostplakat, gemeinsam herausgegeben mit der Generaldirektion der PTT in 1500 Exemplaren.
4. Lokalflugplan-Aufhängeplakätkchen für Zürich, Basel, Genf und Bern, total 1050 Expl. Aus den Restbeständen des Vorjahres ist noch das Tiefdruckplakat (Entwurf Matter), sowie die Streckenkarte für Paris und London verwendet worden.

Auf Veranlassung der «Swissair» gaben wir von Mitte Mai an einen eigenen Luftfahrt-pressedienst heraus. Er umfaßt jeweils 4 Seiten und erscheint in einer Auflage von

500 Exemplare in deutscher und französischer Sprache. Bis Jahresende erschienen 12 normale und eine Spezialausgabe, die insgesamt 15 größere Artikel und 132 Kurzmeldungen enthielten. Für 25 größere Zeitungen legten wir viermal für Illustrationszwecke sog. Cellonclichés bei. Bei der schweizerischen Presse fand dieser Dienst eine sehr gute Aufnahme, was aus der Zusendung zahlloser Belegstücke ersichtlich ist.

Unsere Zeitungsartikel-Sammlung, sowie die Diapositiv-Sammlung sind weiter ergänzt worden. Die schweizerische Lichtbilderzentrale erhielt von uns eine Sammlung von 50 Dias aus dem Gesamtgebiet des Luftverkehrs mit einem entsprechenden Vortragstext. Ferner haben wir unsere Photosammlung stark erweitert und sind damit in die Lage versetzt worden, den verschiedenartigsten Wünschen Rechnung zu tragen. Das schweizerische Zivilflugwesen (Luftverkehr, Aero-Club und Landestopographie) vertraten wir durch einen Stand auf der Internationalen Luftfahrtausstellung in Stockholm. Wir lieferten ferner Material zum Flugfest in Noordwijk (Holland). Wir wirkten bei dem Empfang der englischen und skandinavischen Reisebürochefs in Dübendorf, sowie beim Besuch ungarischer und holländischer Journalisten, die ebenfalls auf dem Luftwege in der Schweiz eintrafen, mit. Das hierbei erwiesene Entgegenkommen der «Swissair», sowie der «Alpar» und einiger ausländischer Fluggesellschaften durch Gewährung von Freiflügen soll auch an dieser Stelle bestens verdankt werden.

Für die Propagierung des Winterluftverkehrs, an dem erstmalig nun auch die «Swissair» aktiven Anteil hat, gaben wir den Offiziellen Flugplan in 15 000 Expl. heraus, jedoch nur im Umfange von 16 Seiten. Das Aufhängeplakätkchen, das wir mit der Post herausgeben, wurde in 3 000 Expl. verschickt. Unser Flugplakat wurde mit einem speziellen Aufdruck «Winterluftverkehr» versehen. Ferner ließen wir von 5 verschiedenen Sujets aus dem Luftverkehr photographische Vergrößerungen (Format 40:60 cm) anfertigen und schickten davon 60 Stück an unsere Agenturen im Ausland. Alle Agenturen werden zu Beginn 1937 von uns auch ein kleines Douglas-Modell zum Aufstellen im Büro oder Schaufenster erhalten.

IX. Die Tätigkeit der Geschäftsstelle in Lausanne

Unsere Geschäftsstelle in Lausanne versandte im Jahre 1936 2 038 Briefe, 65 Auskunftsbriefe und 20 Materialbestellungen. An 784 Adressen wurde Werbematerial verschickt; daneben wurde Auskunftsmaterial im Büro selbst abgegeben und den Interessenten mündlich und telefonisch Auskunft erteilt. Der Verkehrszentrale in Zürich, sowie den Agenturen SBB und SVZ wurden 173 Anfragen zur direkten Erledigung übermittelt.

Die Geschäftsstelle beteiligte sich an der Vorbereitung der Frühjahrs-, Sommer- und Winter-Kollektivreklame und organisierte eine spezielle Insertionspropaganda für den Wintersport in der Westschweiz. An dieser Aktion, welche eine ausgiebige redaktionelle Unterstützung erfuhr, beteiligten sich 30 Interessenten mit einem Gesamtbetrag von Fr. 10 000.—.

Der westschweizerischen Presse sowie den illustrierten Zeitschriften wurden regelmäßig Artikel und Photographien zugestellt. Die Geschäftsstelle arbeitete bei der Redaktion der Revue «Die Schweiz», dem Pressedienst SVZ, sowie den «Mitteilungen» mit, durch Anfertigung von französischen Übersetzungen und Lieferung von Originalartikeln. Für folgende Publikationen der Verkehrszentrale verfaßte sie den französischen Text: Bäderbroschüre, Broschüre Zentralschweiz, Sport in der Schweiz, Fischereibroschüre, Erziehungsbroshüre und Freiwahl-Pauschalbroschüre. Auch bei der Vorbereitung des Luftfahrtpressedienstes sowie bei der Presseaktion für die Internationale Alpenfahrt und für die Öffnung der Col des Mosses-Straße half sie aktiv mit.

Bei den Arbeiten der Sektion Sport-Hygiene-Touristik des Comptoir de Lausanne übernahm unser Vertreter den Vorsitz, regte die Einrichtung einer Skipiste in der Ausstellung an und half bei der Ausführung verschiedener Stände mit. Er richtete ein Auskunftsbüro ein und sicherte die Affichage von Verkehrsplakaten.

Er war auch bei verschiedenen vorbereitenden Arbeiten für die Weltausstellung in Paris beteiligt.

Unser Vertreter besuchte die Dijoner gastronomische Messe, um von dieser Veranstaltung

einen persönlichen Eindruck zu gewinnen. Er half mit bei der Propaganda für die Messen von Sitten und Freiburg.

Vorträge wurden folgende gehalten: In Montreux über die Aufgaben und Möglichkeiten der SVZ, in Lausanne über das Winterprogramm der SVZ, im Skal-Club über die Tätigkeit der SVZ, in Dijon über den Automobilismus in der Schweiz und über die Pauschalferien (mit Lichtbildern und Filmvorführungen), in Lyon über die gleichen Themen.

Radiowerbung

Regelmäßig wurden am Freitag eine touristische Plauderei, am Samstag unsere Mitteilungen durchgegeben. Es wurden den Studios Slogans zur Verfügung gestellt und unser Vertreter half mit bei der Organisation der fünf touristischen Plaudereien im Rahmen der Spezialaktion Sommer 1936. Er beriet mit Herrn Frague die Themen für seine Emissionen über unbekannte Winter-Reiseziele (6 Winterreportagen 1936) und hatte auch Anteil an der Organisation der Reportagen Gascard in den Waadtländer Alpen und im Jura und der zweiten Reportageserie im Wallis, in Graubünden und im Jungfraugebiet (1937). Er wirkte sodann selber als Reporter in Château-d'Œx und in Finhaut. Allgemein darf gesagt werden, daß die Zusammenarbeit mit den Studios und der illustrierten Radiozeitschrift immer sehr eng und herzlich war.

Film- und Photodienst

Verschiedenen Vereinen wurden Filme der SVZ oder anderer Stellen zur Verfügung gestellt.

Unser Vertreter begleitete und führte die Reporter der Fox-Movietone-Wochenschau ins Wallis, nach Ste. Croix, ins Gruyererland und nach Lausanne, wo der König von Siam aufgenommen wurde. Er half mit bei der Organisation der G.P.O.-Studienreise aus London und führte eine Spezialaktion in der Presse durch, um die Schweizer Wochenschau bekanntzumachen (es wurden Artikel an 51 Zeitungen gesandt). Er lieferte auch das Scenario und den Entwurf für den Film über die französische Schweiz.

Kongresse, Kulturelles, Erziehung

Unser Vertreter nahm teil am Internat. Kunstgeschichtlichen Kongress, mit dem eine

Studienreise von Pariser Journalisten verbunden werden konnte. Es gelang ihm bei diesem Anlaß, den Pariser Sender für fünf Sendungen (Jacques Guenne) zu gewinnen. Über das Thema «Die Schweiz als Kunstland» verfaßte er mehrere Artikel und eine besondere Radio-Plauderei. Auch beschaffte er interessantes Photomaterial und leitete es an ausländische illustrierte Zeitungen weiter.

Unser Vertreter wohnte auch den Empfängen anlässlich der Courbet-Ausstellung in Zürich bei und begleitete im Anschluß daran französische Kunsthistoriker und Vertreter französischer Museen ins Engadin. Er nahm auch teil am internationalen Pressekongreß und an der Reise der Völkerbundsjournalisten. Er arbeitete mit an der Vorbereitung der neuen Broschüre «Erziehung in der Schweiz» und entfaltete eine Spezialwerbung zugunsten der BIWO (Bieler Woche).

Verkehr mit Verkehrsverbänden und Verkehrsvereinen

Unser Vertreter war bei den Versammlungen der Verkehrsvereine des Berner Jura, Freiburgs und des Wallis, sowie an einigen Zusammenkünften des ACS anwesend und besuchte die Automobil-Clubs von Dijon und Lyon. Durch den Skal-Club, sowie durch die Erteilung von Auskünften und die Verteilung von Werbematerial stand er zudem in enger Verbindung mit den Reiseagenturen.

Spezialaktionen

wurden unternommen u. a. zugunsten des Gratisaushanges von Werbeplakaten; für die Verbesserung des meteorologischen Nachrichtendienstes; für die finanzielle Beteiligung der ASCOOP an der Fremdenverkehrspropaganda; für die finanzielle Beteiligung der kantonalen Waadtländer-Lotterie an der Verkehrswerbung; gegen die Erhebung der Krisensteuer von Ausländern; für die Anerkennung des Tourismus durch die Waadtländer Handelskammer; für die Verbesserung der Eisenbahnverbindungen zwischen Evian und dem Wallis; für die Förderung der Beziehungen zwischen Winterkurorten und Presse; für die Schaffung einer Gruppe «Rund um den Mont Blanc».