

**Zeitschrift:** Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung  
**Herausgeber:** Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung  
**Band:** 7 (1947)

**Rubrik:** Tätigkeit der Auslandagenturen

#### **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:** 17.01.2026

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

auch an den Arbeiten der »Commission Franco-Suisse-Monaco du tourisme rhodanien« teil, welche u. a. eine Verkehrskarte des Rhonetals vorbereitet.

## VII. Tätigkeit der Auslandsagenturen

### 1. Allgemeines

Das Jahr 1947 brachte unsren Auslandsvertretungen ein vollgerütteltes Maß an Arbeit und stellte an Leitung und Personal hohe Anforderungen. In allen europäischen Ländern, die Devisen für den Tourismus zur Verfügung stellten, war starke Nachfrage für Schweizerreisen. Dem Auskunftsdienst der Agenturen kam deshalb bei den immer noch komplizierten und häufig ändernden Vorschriften eine besondere Bedeutung zu. Nicht nur die Kundschaft unserer Agenturen, sondern auch die Reisebureaux und andere Reiseorganisationen, die Automobileclubs etc. mußten mit den notwendigen Reiseinformationen versehen werden, was die Agenturen an und für sich schon stark beanspruchte. Dazu kam noch eine Zunahme des Fahrkartenverkaufs, der sich gegenüber den besten Vorkriegsjahren verdoppelte. Trotzdem darf mit Befriedigung festgestellt werden, daß die am meisten beanspruchten Agenturen Bruxelles, London, Mailand, Paris, Rom und Stockholm ihrer Aufgabe gewachsen waren und dem großen Andrang relativ reibungslos Herr wurden.

Auch den übrigen Agenturen erwuchsen neben dem Auskunftsdienst große Aufgaben. So wurde die Agentur Cairo mit dem Flugbillettverkauf für die Swissair betraut, die Vertretung in Frankfurt hatte die dem amerikanischen Besetzungspersonal nun endlich gewährten Einreiseerleichterungen in die Schweiz und die Besprechungen der vom 1. bis 10. Dezember 1947 in Deutschland weilenden Kommission der schweizerischen Verkehrsinteressenten vorzubereiten, die Agentur New York eine erste größere Insertionswerbung durchzuführen und die Agentur Nizza die Vorbereitungen zum Bezug eines neuen Lokals zu treffen. Die »jüngern« Agenturen und

Vertretungen in Buenos Aires, Lissabon und San Francisco waren bestrebt, Verbindungen aufzunehmen oder diese zu erweitern. Auch die Agentur in Amsterdam erfreute sich zeitweise eines recht erheblichen Zulaufs, obwohl für den Tourismus in Holland keine Devisen zur Verfügung standen.

Die 3. Agenturchefkonferenz wurde vom 3.—6. März in Zürich durchgeführt. Sie bezweckte vor allem die Bereinigung des Aktionsprogramms für den Sommer und Herbst 1947 und den Winter 1947/48. Die Anwesenheit der meisten Agenturchefs gab auch Anlaß zu einer Aussprache mit den regionalen Kur- und Verkehrsdirektoren und der üblichen Besprechung mit den Vertretern der SBB. Vom 15.—18. September 1947 fand hierauf die 4. Agenturchefkonferenz in Gegenwart sämtlicher Agenturchefs in Lausanne statt.

Die Direktion erachtete es daneben als notwendig, mit den Leitern des Fahrkartenverkaufs eine Aussprache über die Organisation dieses Dienstzweiges vom 1.—4. Dezember in Zürich abzuhalten.

Die 1946 vorläufig für die Dauer eines Jahres eingeführte Dienstordnung für die Agenturen wurde mit den sich aufdrängenden Verbesserungen vom Ausschuß definitiv in Kraft gesetzt.

## *2. Einzelberichte der Agenturen*

**Amsterdam:** Außer den Geschäftsreisenden, Kranken und Kategorien von bestimmten Studierenden, die gewisse Beträge für Aufenthalte in der Schweiz zugewiesen erhielten, spielte sich der Reiseverkehr von Holland nach der Schweiz hauptsächlich auf dem Wege des Austauschreiseverkehrs ab.

Trotz der prekären Devisenlage kann von einem ziemlich befriedigenden Reiseverkehr von holländischen Gästen gesprochen werden und die Agentur Amsterdam war voll beschäftigt.

Die holländischen Reisebureaux und Reisevereinigungen etc. wurden in vermehrtem Maße mit dem uns aus der Schweiz zugekommenen Propagandamaterial beliefert. Unser Film- und Diapositiv-Ausleihdienst erfreut sich einer steigenden Nachfrage. In richtiger Erkenntnis der Nützlichkeit, ausländischen Reisebureau-beamten die Möglichkeit zu geben, die Schweiz aus eigener Anschau-

ung kennen zu lernen, besuchten im Jahre 1947 unter den Auspizien der SZV 17 holländische Reisebureaubeamte unser Land. Als spezielle Aktionen unserer Agentur, die als Propaganda auf lange Sicht gewertet werden können, seien noch erwähnt die Tournées des Jodlerchors in Meiringen, der »Canterini des Ceresio« und der »Chanson de Montreux«, die in mehr als 30 Abenden den verschiedenen Sektionen der Niederländischen Reisevereinigung unser Land in Gesang und Bild in Erinnerung brachten.

Den Schweizerclubs in Amsterdam und Den Haag, sowie der Stichting Nederland-Zwitserland, die die Förderung des kulturellen Austausches in unseren beiden Ländern und des Handels, Verkehrs usw. bezweckt, ließen wir alle mögliche Unterstützung angedeihen und organisierten spezielle Vortragsabende.

Als weitere Einzelheit unserer Propagandatätigkeit sei erwähnt: die Herausgabe einer holländischen Uebersetzung des Buches »Schweizer Bergführer erzählen« und die Mitarbeit und finanzielle Unterstützung an der Herausgabe zweier Bücher »Winterweelde in de Bergen« und »Bergsport«.

*Bruxelles:* Niemals zuvor reisten so viele Belgier per Bahn, Privatauto, Autocar und Flugzeug nach unserem Lande wie 1947. Die befriedigende Devisenzuteilung war hiefür die eigentliche Ursache. Trotz gewisser Verbesserungen in den Bahnverbindungen mit der Schweiz haben sich während der Hochsaison im Sommer Mängel gezeigt, weil die guten Durchgangszüge bereits mit englischen Touristen besetzt waren. So war es auch den Reisebüros während jener Zeit fast unmöglich, einen Schlafwagenplatz nach der Schweiz zu reservieren. Dies führte zu zahlreichen Beschwerden von seiten belgischer Reisender. Neben dem erheblich angestiegenen privaten Automobilverkehr sind auch eine große Zahl von Autocarreisen nach der Schweiz durchgeführt worden, was zu einer gewissen Entlastung der Eisenbahn führte. Obgleich täglich fünf Flugkurse nach der Schweiz geführt wurden, mußten die Plätze in den Flugzeugen der Sabena und Swissair mindestens einen Monat voraus reserviert werden, was zweifellos nicht als normal zu bezeichnen ist.

Während des Berichtsjahres wurde zu Handen der belgischen Touristen ein kleiner Reiseführer in einer Auflage von 10 000

Exemplaren herausgegeben. Für den Winter stellten wir eine Liste der Tarife von Basel nach den wichtigsten Wintersportplätzen in 6000 Exemplaren zusammen.

Für die Frühlings-, Sommer- und Wintersaison wurden insgesamt 235 Inserate aufgegeben. Selbstverständlich wurde diese bezahlte Werbung noch durch einige hundert zum Teil bebilderte Artikel unterstützt, deren Verfasser größtenteils belgische Journalisten waren.

Die Tätigkeit unseres Filmdienstes erstreckte sich zwischen Januar und Juni, sowie zwischen Oktober und Dezember auf 450 Vorführungen. Die Filmvorführungen wurden in zahlreichen Fällen durch Vorträge mit Diapositiven ergänzt. Es fanden insgesamt 132 Vorträge statt, davon etwa die Hälfte in Schulen. Besonderen Erfolg hatten die Vorträge von Herrn Dr. Gay, Direktor des ACS und von Herrn Maurice Muller, Präsident der Geographischen Gesellschaft von Lille, die in Bruxelles und Gent stattfanden.

Unter den Sonderaktionen erwähnen wir die von uns organisierte Reise von 25 Schullehrern nach der Schweiz. Im November begannen wir erstmals auch mit einer Werbeaktion im Belgischen Kongo durch Inserate in 4 führenden Zeitungen.

Die Wiederherstellungsarbeiten in den Räumen unserer Agentur konnten während des Berichtsjahres größtenteils beendet werden. Das Mobiliar sowie die elektrischen Anlagen wurden erneuert, so daß sich für die Angestellten angenehmere und bessere Arbeitsbedingungen ergaben.

*Buenos Aires:* Die neue Agentur Buenos-Aires ist in den vorzüglich gelegenen Räumen des Reisebureau Wagons-Lits/Cook untergebracht. Unser Vertreter hat sich bereits gut eingelebt und konnte zahlreiche wertvolle Beziehungen zu allen amtlichen und privaten Verkehrsinteressenten des Landes anknüpfen. Damit sind alle Voraussetzungen für die Entfaltung einer wirksamen Propaganda zugunsten unseres Fremdenverkehrs gegeben, um so mehr als neuerdings Argentinien für Schweizerreisen ausreichende Devisenkontingente gewährt. Unser Pressedienst, der monatlich zweimal verschickt wird, bedient nicht nur 72 Zeitungen in Argentinien, sondern wir lassen ihn auch unseren diplomatischen und konsularischen Vertre-

tern in den übrigen südamerikanischen Staaten zukommen. Ein starkes Interesse kann in gewissen Kreisen für die schweizerischen Erziehungsinstitute festgestellt werden, das weiter zu pflegen zu den wichtigsten Aufgaben der Agentur gehört. Bei der Plakat- und Schaufensterpropaganda hat sich gezeigt, daß der Name »SUIZA« besonders stark hervorzutreten hat, da unsere einzelnen Regionen in diesem Kontinent nur wenig oder nicht bekannt sind. Die meisten Reisebüros haben uns ihre Schaufenster kostenlos zur Verfügung gestellt. Eine größere Zahl unserer bekannten Werbefilme haben wir mit spanischem Text versehen lassen.

*Cairo:* Die geringe Zuteilung von Devisen für Ferienreisen nach Ländern mit harter Währung hatte zur Folge, daß der ägyptisch-schweizerische Touristenverkehr gegenüber 1946 nicht verbessert werden konnte. Das Interesse für unser Land ist in Ägypten überaus lebhaft, und wir haben bei unseren zahlreichen Besprechungen mit den zuständigen Behörden, sowie mit unserer Gesandtschaft und insbesondere mit unserem Handelsattaché alle Möglichkeiten für eine Verbesserung der touristischen Beziehungen geprüft. Das uns zur Verfügung stehende Werbematerial an Prospekten, Broschüren, Plakaten, Zeitschriften, Kalendern und Hotelführern wurde an Reisebüros, Hotels, Clubs, Aerzte, Militärlager und Einzelinteressenten verteilt. Auf Grund der gegenwärtig bestehenden Lage konnte auf eine Werbeaktion durch Inserate verzichtet werden, da es uns gelang, 67 Artikel in der Presse kostenlos zu plazieren. Eine erfreuliche Zahl von Filmvorführungen konnten in privaten Kreisen, sowie in englischen Militärlagern durchgeführt werden. In den englischen Militärlagern der Suezkanal-Zone wurden 14 Vorträge mit Farbendias gehalten, wofür sich die Referenten kostenlos zur Verfügung stellten. Der Presse überließen wir 148 Photos, die größtenteils eine gute Aufnahme fanden. Auch auf eine öffentliche Plakatierung wurde verzichtet, doch waren wir in der Lage, über 1200 Plakate in Hotels, Reisebüros, Clubs und besonders in den Offiziersmessen und Spitälern der englischen Militärlager zum Aushang zu bringen. Eine sehr gute Aufnahme fand unser Schaufenstermaterial bei den Reisebüros, und zwar nicht nur wegen seiner hohen Qualität, sondern auch deshalb, weil unsere Konkurrenten vorläufig noch nichts ähnliches

zu bieten haben. Nachdem die Swissair eine regelmäßige Linie zwischen Genf und Cairo eröffnet hat, hat sich unsere Agentur mit sehr großem Erfolg für die Förderung dieses Verkehrs eingesetzt. Mit den ägyptischen Staatsbahnen konnte ein Austausch von 50 Plakaten durchgeführt werden. Auch der Werbung für die medizinische Schweiz, namentlich für die Heilung von Lebererkrankungen in unseren Bädern, haben wir durch Kontaktnahme mit der Aerzteschaft unsere besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Ebenso besteht ein sehr lebhaftes Interesse für unsere mittleren und höheren Schulen, und zwar nicht nur bei den Aegyptern selbst, sondern auch bei den in den Petroleumzentren der benachbarten arabischen Gebiete niedergelassenen Amerikanern.

*Frankfurt a. M.:* Während 1945/46 die amerikanische Urlauberaktion in unserem Auslandsverkehr eine bedeutende Rolle spielte, verringerte sich die Zahl der Teilnehmer der »conducted Swiss Tours« 1947 zusehends. Diese Abnahme war zurückzuführen auf den Abbau der amerikanischen Besatzungstruppen; dann kamen nach und nach die uns im Fremdenverkehr konkurrenzierenden europäischen Länder, wie Frankreich, Italien, England, Tschechoslowakei u. a. in die Lage, amerikanische Gäste aufzunehmen, wobei — was die Umwechslung der Dollars und die Einreise anbelangt — jede Erleichterung gewährt wurde. Obschon die Schweiz auch 1947 bei der amerikanischen Armee zu den bevorzugtesten Reisezielen zählte und die Reisezentrale für amerikanische Urlauber in Bern bei der Gestaltung der Reiseprogramme den Wünschen der amerikanischen Gäste in jeder Weise Rechnung trug, so ließ sich doch die Abwanderung in andere europäische Länder nicht verhindern. Nicht Gesellschaftsfahrten sondern individuelle Reisen stehen heute im Vordergrund des Interesses.

Die Einreisebestimmungen für amerikanische Zivilisten wurden im Frühjahr gelockert. Anfangs Juli 1947 erhielten die Schweizerischen Konsulate in Deutschland die Ermächtigung, die Visa in eigener Kompetenz zu erteilen. Ende November war es endlich so weit, daß man auf die Einreisevisa für amerikanische Zivilisten verzichtete, während Militärpersonen in Uniform auf Grund einer Identitätskarte, der Leave Ordre und der »Autorisation d'Entrée« (ausge-

stellte vom Eidg. Politischen Departement) ohne weitere Formalitäten in die Schweiz individuell einreisen konnten.

Das Schweizerische Konsulat in Frankfurt erteilte pro 1947 an Deutsche und gebührenpflichtige Ausländer 2319 und an US-Angehörige (gebührenfreie Diplomaten- und Dienstpässe) 2988, total 5307 Visa. Im Jahre 1947 haben etwa 25 000 amerikanische Zivilpersonen von der schweizerischen Einreiseerleichterung Gebrauch gemacht.

Auch der deutsche Sektor gewinnt zusehends an Bedeutung. Nach der Statistik vom Oktober 1947 sind beispielsweise tagtäglich rund 200 deutsche Staatsangehörige in schweizerischen Pensionen und Hotels abgestiegen. Diese Zahlen werden sich stark erhöhen, wenn es gelingt, die Währungsreform in zufriedenstellender Weise durchzuführen.

*Lissabon:* Portugal erfreut sich günstiger wirtschaftlicher Verhältnisse und stellt für Auslandsreisen den Gegenwert von 1000 Dollars zur Verfügung. Nachteilig für die Belebung des Reiseverkehrs nach der Schweiz wirkte sich das Ungenügen der Eisenbahnverbindungen, sowie die französisch-spanische Grenzsperrre aus. In der Presse Portugals erschienen 180 Artikel, für welche wir die textlichen und bildlichen Unterlagen geliefert haben. Eine Anzahl führernder Zeitschriften gaben der Schweiz gewidmete Sonderausgaben heraus. Im Sommer ließen wir 6, im Winter 11 Inserate erscheinen. Während der Monate März und April, sowie im Dezember konnten über zwei Sender Emissionen über die Schweiz ausgestrahlt werden. Größere Filmanlässe wurden in Lissabon, Porto und Guarda veranstaltet. Auf eine bezahlte Plakatierung wurde verzichtet, doch gelang es uns, in mehr als 800 Fällen unsere Plakate vorteilhaft zum Anschlag zu bringen. Die Schaufenster der Agentur wurden 29mal gewechselt und das Material für 21 Schaufenster von Reiseagenturen zur Verfügung gestellt. Unter den Sonderaktionen erwähnen wir die Studienreise von 200 portugiesischen Aerzten nach der Schweiz, die Durchführung einiger Kollektivreisen gemeinsam mit den Reisebüros, sowie den Empfang der nordportugiesischen Presse in Porto. Die Zahl der in der Agentur erteilten mündlichen Auskünfte beträgt rund 9500.

**London:** Der Touristenverkehr von England nach der Schweiz hat sich trotz der prekären wirtschaftlichen Lage Großbritanniens recht erfreulich entwickelt. Schon während der Wintersaison 1946/47 war auf der Basis einer Devisenzuteilung von £ 75.— ein ansehnlicher Verkehr nach der Schweiz festzustellen, der allerdings noch nicht an den Vorkriegsumfang heranreichte. Während sonst normalerweise zwischen der Frühjahrs- und Sommersaison eine Abschwächung des Reiseverkehrs eintrat, war dies 1947 nicht der Fall. Schon im März setzten die Nachfragen und Buchungen in beträchtlichem Umfange ein und nahmen täglich bis weit in den Sommer hinein zu. Leider waren die Transportanstalten nicht in der Lage, genügend Plätze zur Verfügung zu stellen. Auch die Organisation des Transportwesens selbst, wie z. B. die Sitzplatzreservierung, ließ zu wünschen übrig. Ebenso trug der französische Eisenbahnerstreik im Juni dazu bei, die Transportabwicklung zu erschweren. Der Autotourismus England-Schweiz war im Sommer 1947 außerordentlich rege und die beiden großen Automobilklubs A. A. und R. A. C. hatten einen Rekordandrang von Interessenten zu bewältigen. Auf dem Gebiete der Werbung waren keine großen Aktionen erforderlich, weil die Nachfrage nach Schweizerferien das durch Transportgelegenheiten und Devisen begrenzte Angebot bei weitem überstieg. Besonders lebhaft war die redaktionelle Propaganda in der Presse, die Vortragstätigkeit mit Film und Dias und die Schaufensterwerbung.

**Mailand:** Anfangs Dezember 1946 begann die Agentur mit dem direkten Verkauf der internationalen Eisenbahnbillette im italienisch-schweizerischen Verkehr und im Transitverkehr durch die Schweiz von Italien nach Frankreich, Luxemburg, Belgien und Holland. Im Tagesdurchschnitt waren rund achtzig Auskünfte zu erledigen. Eine lebhafte Propagandatätigkeit wurde mit den zur Verfügung stehenden Filmen und farbigen Dias entfaltet. Hundertachtzig eingerahmte Litographien der neun Verkehrsregionen der Schweiz wurden als Wandschmuck in ausgesuchte Räumlichkeiten, wo reisendes Publikum verkehrt, verteilt. Für die Basler Mustermesse, das Comptoir de Lausanne und die Fiera di Lugano sind mit Erfolg Werbeaktionen durchgeführt worden. Die Schweizer Konsulate in

Mailand, Turin, Genua, Venedig und Triest unterstützten unsere Bestrebungen in erfreulicher Weise.

**New York:** Zahlreich waren im Berichtsjahre die Besuche schweizerischer Delegationen und einzelner Landsleute, denen die Agentur mit Rat und Tat zur Seite stand. Sehr intensiv waren unsere Beziehungen nicht nur zu unserer Gesandtschaft und den verschiedenen Konsulaten, sondern auch zu den mannigfaltigen amerikanischen Amtsstellen, die uns ein weitgehendes Entgegenkommen bewiesen. Auch die großen privaten Verbände, wie die American Automobil Association, die American Society of Travel Agents, sowie die Transportunternehmungen des transatlantischen Dienstes zu Wasser und in der Luft, zeigen ein ständig zunehmendes Interesse für die touristischen Belange unseres Landes. An Drucksachen gelangten während des Berichtsjahres u. a. 6687 Plakate zum Versand, und zwar an Reisebüros, Schulen, Bibliotheken, Gesandtschaften, Konsulate, Restaurants, Clubs, Warenhäuser, Detailläden und Ausstellungen. Unser Pressedienst entfaltete eine weitverzweigte Tätigkeit durch den Versand von Artikeln und Photos. Der Abdruck von Texten konnte in über 1000 Fällen mit Belegen nachgewiesen werden, dazu kommen noch rund 1500 veröffentlichte Photos. Über 150 Zeitungen publizierten von unserem Material ganze Seiten in farbigem Tiefdruck. Außerdem erschienen sehr viele Texte und Bilder über die Schweiz, die von dritter Seite herstammten. Die Gesamtauflage der Zeitungen und Zeitschriften, in welchen in dieser oder jener Form die Schweiz erwähnt wurde, erreichte die gewaltige Ziffer von über 705 Millionen Exemplaren. Erhebungen ergaben, daß etwa jedes vierte von uns verschickte Bild in der Presse aufgenommen wird, was dem Können unserer Photographen ein gutes Zeugnis ausstellt. Im Monat Dezember sind von den großen Rundspruchgesellschaften während den günstigen Hörzeiten eine größere Zahl von Meldungen und Kommentaren, die auf die olympischen Winterspiele Bezug hatten, ausgestrahlt worden. Insgesamt wurden 348 Filmrollen oder ca. 180 verschiedene Filme ausgeliehen. Die Verleihgesellschaft »Films of the Nations« hat unsere beiden Filme »Historic Switzerland« und »Winter in the Swiss Alps« mehrere tausendmal vorgeführt. Der eine davon wurde sogar von der Televisionstation mehrmals verwendet.

**Mit Stummfilmen wurden 155 Vorträge und mit Diapositiven 8 Vorträge gehalten. Wir beteiligten uns an fünf großen Ausstellungen mit entsprechendem Werbematerial. Die »Travel Show« in New York, an welcher wir vertreten waren, besuchten in 5 Tagen nicht weniger als 100 000 Personen. Neben den Ausstellungen in Philadelphia, Ottawa, Atlantic City und Sarasota (Florida) beteiligten wir uns noch an 22 Werbe-Aktionen für den Reiseverkehr in Banken, Warenhäusern und Restaurants, wobei wir mit unseren Plakaten und Großphotos jeweils einen nachhaltigen Erfolg erzielen konnten. Die gegenüber dem Vorjahr stark gestiegene Aktivität der Agentur zeigt sich vor allem auch in der dauernd wachsenden Zahl der zu erledigenden Korrespondenzen. Auf Grund von 117 Inseraten, welche in amerikanischen Tageszeitungen und Zeitschriften erschienen, liefen annähernd 6000 Anfragen ein, bei welchen einwandfrei festgestellt werden konnte, daß das Inserat hierfür den Anlaß bildete.**

**Nizza.** Der Agenturbereich wurde 1947 wesentlich erweitert. Die Zahl der Stellen, mit welchen wir jetzt propagandistisch zu verkehren haben, hat sich um 215 vermehrt.

Die 200 Exemplare der Revue »Die Schweiz« wurden jeweils an eine ausgewählte Zahl von Interessenten verschickt. Die Sondernummer »Die heilende Schweiz« fand besonders starke Beachtung. Unsere Schmal- und Normalfilme wurden vor einigen zehntausend Personen in sportlichen Verbänden, sowie auch einer bedeutenden Zahl von Schülern und Eltern vorgeführt. Zahlreich waren auch die von uns selbst organisierten Tonfilmvorführungen, wobei denjenigen im Rotary-Club Nizza, im Skal-Club der Côte d'Azur, sowie im französischen Alpen-Club ein besonders großer Erfolg beschieden war. Von den 180 photographischen Vergrößerungen, die uns zur Verfügung standen, wurden 52 eingerahmt und Reisebüros, sowie sportlichen Verbänden für ihre Clublokale und größeren Sportgeschäften als Wandschmuck überlassen.

Anlässlich der Sitzung des Comités »Franco-Suisse-Monaco« zur Förderung des Tourismus im Gebiete der Rhone zeigten wir in den Räumlichkeiten des ehemaligen Sporting-Club von Monte-Carlo eine größere Anzahl von Plakaten und Photos. Im »Premier Salon du Tourisme« in Nizza (22. Februar bis 10. März) richteten wir einen

Stand ein und beteiligten uns mit dem gleichen Material an einem ähnlichen Anlaß in Mentone. Einige größere Sportgeschäfte, sowie zwei der Photobranche stellen in ihren Schaufenstern dauernd unsere photographischen Vergrößerungen aus. Ebenso findet unser Material in den Schaufenstern der Reisebureaux, namentlich bei den zentral gelegenen der Wagon-Lits/Cook und der American Express, eine vorzügliche Aufnahme. Anlässlich des französisch-schweizerischen Freundschaftsfestes in Mentone wurden uns kostenlos drei ganze Schaufenster für eine Woche überlassen.

*Paris:* Im Frühjahr 1947 wurde vom Office des changes die Kopfquote für französische Touristen, die sich nach der Schweiz begeben wollten, auf SFr. 50.— pro Vierteljahr herabgesetzt. Diese tief einschneidende Maßnahme nötigte uns zum Verzicht auf eine touristische Werbung mit Plakatanschlag und Inseraten, wie sie vor dem Kriege alljährlich durchgeführt wurde. Unsere Tätigkeit beschränkte sich auf die Pflege persönlicher Beziehungen, wie die Gewährung von Reiseerleichterungen an Journalisten, sowie auf den Versand eines Pressedienstes, von Photographien und Klischees. Das Werbematerial, das wir erhielten, wurde mit gutem Erfolg in den 72 Departementen, die unserer Agentur zugeteilt sind, verteilt. Die Broschüren, Faltprospekte und Plakate der SZV, sowie das Werbematerial der schweizerischen Verkehrsinteressenten wurde an unsere Korrespondenten verteilt, während die Revue »Die Schweiz«, der SZV-Kalender, sowie 40 000 Fahrpläne »Paris-Suisse« einem ausgewählten Kreis von Empfängern zugestellt wurden. Unsere Filme wurden in sehr zahlreichen Vorführungen in Paris und in der Provinz vor einem Publikum gezeigt, das einige hunderttausend Personen umfaßte. Wir beteiligten uns an den Messen von Paris und Nantes und waren auch für die Verteilung des Werbematerials der schweizerischen Mustermessen von Lausanne und Basel besorgt. Während der Dauer der Schweizerischen Mustermesse in Basel reservierten die französischen Staatsbahnen einen Wagen Paris—Basel für die Messebesucher, denen wir die Fahrscheine und die Platzkarten ausstellten.

Vom 1. September an gewährte das Office des Changes für Schweizerreisen eine einmalige Devisenzuteilung von SFr. 150.— pro

Jahr. Diese Maßnahme kam leider zu spät, um den Sommerverkehr nach der Schweiz noch zu beleben, ließ jedoch die Aussichten für den Winter etwas günstiger erscheinen. Bereits im Dezember 1947 stellte sich der Verkauf von Billetten nach der Schweiz um 73 % höher als im entsprechenden Monat des Vorjahres. Im Hinblick auf die leicht verbesserte Devisenzuteilung hatten wir für die Wintersaison eine Werbeaktion vorbereitet, die wir aber der politischen und sozialen Wirren wegen nicht in vollem Umfange zur Ausführung brachten.

**Prag:** Die Werbetätigkeit der Agentur Prag war 1947 durch die Tatsache vorgezeichnet, daß die Tschechoslowakei Devisen für Schweizerreisen nur gewährt, wenn es sich um Geschäftsleute, Schwerkranke oder Hochschul-Studenten handelt. Obgleich wiederum direkte Zugverbindungen über Linz—Arlberg, Karlsruhe und Straßburg nach der Schweiz bestehen, war die Flugverbindung Prag—Zürich die weit-aus günstigste und daher auch sehr stark frequentiert. Unsere Prospekte und Broschüren wurden an die Reisebüros und die Plakate an die großen Sportgeschäfte verteilt. Unsere Artikel und Photos fanden in der Presse allgemein eine gute Aufnahme. Auffallend stark sind unsere Filme begehrt, und zwar vor allem von Clubs, aber auch von Geschäften, wobei Motive aus dem Wintersport am meisten interessieren. Kaum ist eine Filmrolle zurückgeschickt worden, so muß sie schon wieder einem neuen Interessenten zugestellt werden. Die Schaufenster der Agenturen werden monatlich zweimal gewechselt. An der Prager Frühlings- und Herbstmesse waren wir mit einem Stand vertreten.

**Rom:** Während des Jahres 1947 hat die Agentur Rom an Vereine, Clubs, Seminare und Institute 85 Schmalfilme ausgeliehen mit einer durchschnittlichen Besucherzahl von 300 Personen pro Vorstellung. Ferner sind 10 Normalfilme anlässlich einer Matinée im Teatro Quirino, Rom, am 1. Touristischen Nationalen Kongreß in Genova und am 1. Festival del Film in Stresa von uns abgegeben und vorgeführt worden.

Unsere vier Schaufenster warben mit monatlicher Abwechslung für alle Kurgebiete der Schweiz, für Schulen und Institute, Sanatorien und Kuranstalten, Bäder, Sport, die Mustermessen, für Theater

und Volkskunst. Für die Olympischen Winterspiele wurden 4 große farbige Panneaux in den Fenstern ausgehängt. Für 31 Reisebureaux außerhalb von Rom haben wir komplette Fensterausstellungen (Plakate, Bilder, Drucke und Photos) geliefert. Wir haben in der Presse 85 Artikel, teilweise illustriert, trotz des großen Raummangels der Zeitungen, gratis publizieren können.

An die Bibliotheken von 17 internationalen Organisationen und kulturellen Vereinigungen und an 4 Konsulate wurde eine Sammlung unserer besten Publikationen und verfügbaren Werke abgegeben.

Wegen des Fehlens eines italienisch/schweizerischen Clearings war der Verkauf rein schweizerischer Fahrscheine eingestellt, hingegen verkauften wir solche der italienischen Staatsbahnen für den direkten internationalen Personenverkehr Italien/Schweiz und in bescheidenem Umfang im Transit durch die Schweiz.

*San Francisco:* Die Agentur San Francisco wurde nach Abschluß der Umbau- und Einrichtungsarbeiten am 1. Februar 1947 in Betrieb genommen und am 12. Mai 1947 in Anwesenheit von Vertretern der schweizerischen und amerikanischen Behörden offiziell eröffnet. Sie befindet sich im Block des berühmten Palace-Hotel in der äußerst verkehrsreichen Market Street. Die Arbeitsteilung mit der Agentur New York wurde in der Weise geregelt, daß San Francisco geographisch für die sog. Eleven Western States, den entsprechenden westlichen Teil von Kanada, für Mexiko und die amerikanischen Besitzungen im pazifischen Raum, Alaska, Hawaii, etc. zuständig erklärt wurde. Die Agentur New York behandelt — wie dies bei der Bedeutung von New York als Zentrum für den transatlantischen Verkehr naheliegend ist — sämtliche Transport- und Verkehrsfragen und insbesondere die Zusammenarbeit mit den Luftverkehrs- und Schiffahrtsgesellschaften. Da der Agentur New York das hiefür spezialisierte Personal zur Verfügung steht, hat sie auch den seit Jahrzehnten gut eingeführten Pressedienst für ganz USA beibehalten.

Dagegen hat die Agentur San Francisco auf sachlichem Gebiet für ganz USA und Kanada das Arbeitsthema Sport übernommen, welches sich in erster Linie auf den Skisport konzentriert. Die vom Agenturchef San Francisco vorbereitete und begleitete amerikani-

sche Wettkampfreise eines schweizerischen Skiteams im Februar und März 1947 darf als wichtigstes Ereignis in diesem Zusammenhang gewertet werden. Sie hat durch die hervorragenden Resultate unserer Vertreter in den Rennen und den persönlichen Kontakt mit amerikanischen Wettkämpfern und Offiziellen die Schweiz als Wintersportland in den Vordergrund des Interesses der amerikanischen Öffentlichkeit gerückt.

Die Tätigkeit der Agentur befand sich im Berichtsjahre in einer typischen Periode des Auf- und Ausbaus. Neben der Beantwortung der zahlreichen mündlichen und schriftlichen Anfragen widmeten wir unser Hauptaugenmerk der Schaffung persönlicher Beziehungen zu den Reisebureaux und Reisevereinigungen, Schulen und Universitäten, aber auch zu den Schweizerkolonien und den skisportlichen Organisationen. Unsere Beziehungen zum amerikanischen Skiverband und US Olympischen Ski Comitee sind besonders eng und freundschaftlich.

Seit ihrer Eröffnung wurde die Agentur von 6728 Personen besucht. Die Zahl der Post-Eingänge betrug 6224, der -Ausgänge 9377 und der verschickten Zirkulare 6780. Der Filmdienst hatte 94 Vorträge vor insgesamt 30 296 Personen zu verzeichnen.

Als besondere Aktion der Agentur San Francisco auf dem Skigebiet melden wir die Herausgabe der »Swiss Ski News«, die allgemein interessierende Meldungen über den Skisport in der Schweiz enthalten und an amerikanische Skioffizielle, Skiredaktoren, Redaktoren, Radiokommentatoren, aber auch an die in USA und Kanada arbeitenden schweizerischen Skischulleiter und Skilehrer versandt werden.

**Stockholm:** 1947 war das erfolgreichste Jahr seit Bestehen der Agentur und der Verkehr Schweden—Schweiz erreichte die höchsten Frequenzen, die je erzielt worden waren. Das Jahr begann mit günstigen Voraussetzungen: ziemlich stabile Wirtschaftslage, liberale Devisenbeschränkungen und großes Bedürfnis für Auslandsreisen. Aber schon im März wurden die 3000 Kronen, die zu Beginn der Berichtsperiode und per Jahr für Auslandreisen gewährt wurden, auf Kr. 1500.— und schlußendlich im Oktober auf Kr. 500 herabgesetzt.

Die Agentur bedient regelmässig 130 Reisebureaux und Werbestellen mit Material. Von jeder Auflage der Revue »Die Schweiz« gelangen 1300 Exemplare an auserlesene Adressen, wobei neben den Bibliotheken, Hochschulen, Hotels und Privatpersonen besonders das ganze diplomatische Corps und Vertreter der Regierung zu nennen sind. Auch viele Aerzte werden bedient, die unsere Reisezeitschrift in den Wartezimmern auflegen.

Im Frühjahr wurden zugunsten des Erziehungswesens und der Sprachstudien in der Schweiz Inserate aufgegeben, die guten Erfolg hatten. Rund 150 Schweden und Schwedinnen nahmen an den Sommerkursen der westschweizerischen Universitäten teil und weit über 100 junge Schwedinnen verbrachten einen oder mehrere Monate in westschweizerischen Pensionaten und Privatfamilien, um die französische Sprache zu erlernen.

Im schwedischen Rundfunk konnten dank guter Beziehungen zu den Radioreportern vier Emissionen kulturellen und touristischen Inhaltes durchgegeben werden.

Im Januar fand ein Empfang beim schweizerischen Gesandten in Stockholm statt, wo vor 250 der höchsten Persönlichkeiten der Stadt — darunter das ganze diplomatische Corps und viele Vertreter der Regierung — die Filme »Ein Volk fährt Ski«, »Le Rhône« und der »Luzerner Musikfilm« gezeigt wurden. Im Dezember führten wir im Kino Rigoletto in Stockholm eine Matinée durch, wobei der Normalfilm »Es schneit auf das Bergland« vor 250 geladenen Gästen vorgeführt wurde.

Die Agentur veranstaltete 598 Filmvorführungen mit 75 435 Besuchern und 106 Vorträge mit farbigen Diapositiven. Auch bei verschiedenen Anlässen der Schweizer Gesandtschaft in Stockholm konnte die Agentur wirksamste Werbung entfalten.

Im Mai 1947 führte der Agenturchef eine Gruppe von 15 schwedischen Journalisten während fünf Tagen durch die Schweiz.

*Wien:* Die Aufgabe der im Berichtsjahr neu eröffneten Agentur bestand in erster Linie darin, die Wiederinstandstellung der zerstörten Räumlichkeiten durchzuführen. Der Wiederaufbau war außerordentlich zeitraubend und schwierig und konnte nur mit

Hilfe schweizerischen Materials beschleunigt und zu einem guten Ende geführt werden. Seit dem Herbst des Berichtsjahres steht die Agentur wieder vollbetriebsfähig da und bis Jahresende waren auch die Organisationsarbeiten soweit abgeschlossen, daß das Bureau wieder betriebsbereit ist.

Der österreichische Reiseverkehr, soweit wir darunter Reisen zum Vergnügen, für Ferien und Erholung verstehen, bleibt vorderhand weitgehend auf den Inlandverkehr beschränkt. Hier zeigte sich im Jahre 1947 bereits eine wesentliche Belebung, die mit der weiteren Verdichtung des Zugsverkehrs und der Besserung der Ernährungslage rasch wieder sein Vorkriegsniveau erreichen dürfte. Devisen für Vergnügungsreisen in das Ausland sind heute zufolge der Devisenlage der Oesterreichischen Nationalbank nur schwer erhältlich. Zwischenstaatliche Verhandlungen werden auch hier die ersten Ausgangspunkte zur Wiederaufnahme dieser Wechselbeziehungen schaffen müssen. Das Interesse der österreichischen Bevölkerung nach einer Ausspannung und Orientierung außerhalb der Landesgrenzen und speziell nach der Schweiz ist aber groß. Die Schweizerische Gesandtschaft in Wien hat im Jahre 1947 bereits wieder über 17 000 Visas erteilt. Auch der Absatz von schweizerischen Fahrkarten war bereits beträchtlich.