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

Rubrik: Werbesektoren

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: 14.12.2025

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

versah alle ihre Drucksachen — rund eine halbe Million — mit Hinweisen auf die Winterspiele und ersuchte sämtliche Kur- und Verkehrsvereine, das gleiche zu tun. Schließlich haben wir ein zweites Plakat in 10 000 Exemplaren und ein Kleinplakat in der gleichen Auflage anfangs November verteilt. Der allgemeine Olympiade-Prospekt in englischer, französischer, spanischer, italienischer und tschechischer Sprache erreichte eine Auflagehöhe von 215 000 Exemplaren.

IV. Werbesektoren

1. Eisenbahnen

Das schweizerische Eisenbahnjubiläum bildete den Rahmen, in welchem die Eisenbahnwerbung während des Berichtsjahres durchgeführt wurde. Durch den Photo- und Pressedienst, mit der Revue »Die Schweiz«, dem Ausstellungsdienst und der Schaufensterwerbung konnte dieses Ereignis im In- und auch im Ausland voll propagandistisch ausgewertet werden. Das neue Ferienbillet wurde von unseren Agenturen stark propagiert, u. a. auch durch die Verwendung von Kopf- und Stellplakaten. Wir wirkten auch an den Beratungen der Tarifreform unserer Bahnen mit, die eine erfreuliche Vereinfachung der Fahrpreisberechnungen und eine bessere Orientierung der Bahnbenützer über die Tariflage gestatten. Mit verschiedenen ausländischen Bahnverwaltungen haben unsere Agenturen einen Plakataustausch durchführen können. Der Billettverkauf unserer Agenturen zeigt gegenüber dem Vorjahre stark steigende Umsätze.

2. Straßenverkehr

Die offizielle Straßenkarte der Schweiz wurde in englischer und französischer Sprache neu bearbeitet und in einer Auflage von 125 000 Exemplaren herausgegeben. Sie wurde durch unsere Agenturen den großen ausländischen Automobil-Clubs, mit welchen unsere Außenstellen stets einen sehr engen Kontakt pflegen, zur Ver-

fügung gestellt. Für Informationszwecke erhielten unsere Agenturen auch die neuesten Ausgaben der Straßenkarten des ACS und des TCS, sowie den neuen CH-Touring-Führer. Die neue Broschüre »Auf Schweizer Landstraßen« kam in 20 000 Exemplaren in deutscher und in 15 000 Exemplaren in französischer Sprache heraus. Die englische Ausgabe befindet sich in Vorbereitung. Durch den ACS wird auf unsere Kosten das wöchentlich erscheinende »Touristik-Bulletin«, das über die Befahrbarkeit der schweizerischen Haupt- und Bergstraßen orientiert, an die Agenturen verschickt. Zur Dokumentation der Agenturen ließen wir diesen auch das neueste Verzeichnis der Straßen, die von Autocars mit einer Breite von 2,4 m befahren werden dürfen, zustellen. Ebenso orientierten wir die Außenstellen über die Einführung der neuen obligatorischen Haftpflichtversicherung für ausländische Motorfahrzeuge, die vorübergehend schweizerische Straßen befahren.

3. *Schiffsverkehr*

Zur Propagierung des Dampfschiffverkehrs auf unseren Seen ließen wir eine neue Serie wirkungsvoller Photographien machen, die für unseren Pressedienst, sowie als Vergrößerungen für das Ausstellungswesen und die Schaufensterwerbung ausgiebige Verwendung fanden.

4. *Luftverkehr*

Im Laufe des Berichtsjahres ergab sich eine erfreuliche Intensivierung in der Zusammenarbeit mit der Swissair. Unsere nationale Luftverkehrsgesellschaft beteiligte sich an mehreren von uns an ausländischen Ausstellungen und Messen eingerichteten Ständen und unsere Agenturen reservierten ihr wiederholt ihre Schaufenster. Auch das Werbematerial der Swissair wird im Ausland weitgehend durch unsere Agenturen verteilt, die ihrerseits in dauerndem Kontakt mit den Direktionen und Werbestellen der ausländischen Luftverkehrsgesellschaften, die ebenfalls an einer Belebung des Reiseverkehrs nach der Schweiz auf ihren Linien interessiert sind, stehen. Einigen davon übergaben wir gewisse Mengen unserer Kopfplakate, die sie

mit einem entsprechenden, auf Schweizerreisen hinweisenden Text versahen, und im Ausland zum Aushang brachten. Auch die Flugpläne, Broschüren und Hauszeitschriften ausländischer Luftverkehrsgesellschaften verwenden vielfach Texte und Bilder über unser Land, die sie von unserem Photo- und Pressedienst erhielten. Die Agenturen in London, Cairo, Paris, Brüssel, Amsterdam und Stockholm befassen sich auch mit dem Verkauf von Flugbilletten. Wir hatten auch oft Gelegenheit, den schweizerischen Flugsport und die Flugtouristik publizistisch zu unterstützen.

5. *Bäderwerbung*

Die Werbung für unsere Heilbäder erfolgt in engster Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Badekurorte, mit welchem wir die besten Beziehungen unterhalten. Auf Grund eines gemeinsam aufgestellten Planes wurde eine kollektive Inseraten-Aktion im Inland mit 46 Inseraten in 20 Zeitungen und Zeitschriften erlassen, ferner erstellten wir eine Bäderbroschüre in englischer und französischer Sprache, in je 20 000 Exemplaren, um eine große Streuung zu ermöglichen. Der Bäderfilm »Fontes Helvetiae« wurde im Inland an 75 Vorführungen gezeigt. Eine Serie von 50 Schaufenstergestellen ermöglichte es, einmal bei den Agenturen, dann aber auch bei passenden Gelegenheiten im Inland die Heilbäder zur Schau zu stellen.

In der Zeit vom 9.—28. Juni 1947 wurde in der Landesbibliothek in Bern eine interessante Ausstellung unter dem Titel: »Schweizer Heilbäder in alter und neuer Zeit« gezeigt. Bei dieser Veranstaltung stand uns nicht nur die Landesbibliothek, sondern vor allem auch das Postmuseum mit seinen reichen Beständen außerordentlich hilfreich zur Hand. Diese Schau ist als Wanderausstellung gedacht und soll im folgenden Jahr in anderen Städten zur Vorführung gelangen.

Eine Reihe farbiger Dias, 5×5 cm, über die Heilbäder wurden in Angriff genommen; diese Aktion konnte aber wegen technischen Schwierigkeiten noch nicht vollständig zum Abschluß gelangen.

Am internationalen Bäderkongreß in Prag war auch die SZV vertreten. Der Schweiz wurde erfreulicherweise ein Sitz im Präsidium des zu schaffenden internationalen Verbandes eingeräumt.

Unser Auskunftsdienst über die Schweizerischen Heilbäder und die Sanatorien wurde sehr oft in Anspruch genommen.

Im medizinischen Jahrbuch wurde die Abteilung Heilbäder neuerdings von der SZV betreut.

In Verbindung mit dem Bäderverband wurde in Bern eine großangelegte Tagung über die schweizerischen Volksheilbäder durchgeführt, in der von berufener Seite die medizinische, wirtschaftliche und sozialpolitische Bedeutung der Volksheilbäder behandelt wurde.

6. Sport

Als wichtigstes Ereignis möchten wir die bereits erwähnte Entsendung einer Schweizer Ski-Equipe nach USA bezeichnen.

Mit dem Skiclub of Great Britain, dem Hotelierverein und dem Schweizer Skischulverband haben wir die Fragen der »Local Judges« in der Weise geregelt, daß pro 10 000 englische Logiernächte ein Gratisgast dieser Art aufgenommen wurde. Reklamationen veranlaßten uns, hier eine einheitliche Regelung zu schaffen.

Einem holländischen Damen-Team, sowie dem Schweizer Damen-Skiclub wurde die Durchführung von Trainingskursen ermöglicht.

In Verbindung mit dem Schweizer Skischulverband konnten 12 Schweizer Skilehrer in englischen Arbeitscamps vermittelt werden, um ihre sprachliche Ausbildung zu fördern.

Im Anschluß an den im Vorjahr nach Spanien vermittelten Schweizer Skilehrer konnten in diesem Winter drei weitere Skilehrer ihre Tätigkeit in diesem Lande aufnehmen.

Im Jahrbuch des Amerikanischen Skiverbandes lieferten wir einen Originalbeitrag: »How the United States Forces enjoyed the Swiss Winter«.

Der Skischulleiterkurs hat dieses Jahr bei nicht sehr günstigen Schneeverhältnissen erstmals in Mürren stattgefunden. Er war gut besucht und brachte die immer wieder notwendige Vorbereitung der Skischulleiter für den Winter mit sich. Anschließend wurden einige regionale Vorbereitungskurse durchgeführt.

In Verbindung mit dem Schweizer Alpenclub und dem Schweizer Skiverband wurde ein Innenplakat, »Aufruf an die Skifahrer«, er-

lassen, das bei den Bahnen und Sportgeschäften zum Gratisaushang angenommen wurde.

In der Reihe unserer Informationsblätter zur Auskunftsgabe an das Agenturpersonal wurden verschiedene alpinistische Fragen behandelt, insbesonders Bergführerbenützung, Führertarife, Klubhüttenbenützung, die Stellung des SAC zum Tourismus usw. Unser Auskunftsdienst erstreckt sich, als Entlastung für den SAC, auch auf alpinistische Fragen.

In Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für Wanderwege wurde das Thema: Alpenstraßen und Wanderwege behandelt. Eine genaue Bestandesaufnahme mit Routenbeschreibung und Planskizze gibt nun die Möglichkeit, festzustellen, auf welchen Strecken unserer Alpenstraßen der Wanderer genötigt ist, die Fahrbahn zu benützen und wo nicht. Damit sind die Unterlagen für die praktische Arbeit in den Kantonen gegeben. Von den sieben durchgehenden Schweizer Routen konnten dank einer namhaften finanziellen Mithilfe der Zentralstelle für Arbeitsbeschaffung die wichtigsten markiert werden. Für Jugendherbergen und Golfsport wurden neue Informationsblätter herausgegeben.

7. *Erziehung*

Die Zweigstelle Lausanne ist für die Werbung im Erziehungswesen zuständig. Diese Werbung erstreckt sich auf Pensionate, Universitäten, Fachschulen und Kinderheime. Dank der Sonderzuteilungen an Devisen für Schweizeraufenthalte zu Erziehungs- und Studienzwecken hat sich ein recht erfreulicher Zustrom ausländischer Schüler zu unseren Privatschulen während des Berichtsjahres bemerkbar gemacht, wobei aber unsere großen Privatschulen der deutschen Schweiz, deren Schüler sich früher hauptsächlich aus den Ländern Zentraleuropas, sowie des Ostens und des Balkans rekrutierten, mangels Devisen weniger begünstigt waren. Die Zweigstelle Lausanne nimmt jede Gelegenheit wahr, um mit den ihr zur Verfügung stehenden Werbemitteln auf die hohe Qualität unseres Erziehungswesens hinzuweisen. Unsere Gesandtschaften und Konsulate, die wir regelmäßig mit dem entsprechenden Informationsmaterial

bedienen, haben uns hierbei ihre wertvolle Mithilfe geliehen. Der am 1. Oktober 1947 in Kraft getretene Reisebann der englischen Regierung, der sich leider auch auf Studienaufenthalte in der Schweiz erstreckte, gab uns Veranlassung, mit der Handelsabteilung des Eidg. Volkswirtschaftsdepartementes das Verbleiben der bereits in der Schweiz befindlichen englischen Schüler zu besprechen. Es konnte ein Abkommen erzielt werden, nach welchem diese Schüler vorläufig bis zum 30. Juni 1948 in der Schweiz bleiben können und hierfür auch die notwendigen Devisen erhalten. Auch aus Schweden trafen gegen Jahresende alarmierende Nachrichten ein, wonach in Zukunft schwedischen Schülern keine Devisen für Studien im Auslande überlassen würden. In Schweden interessiert man sich besonders für unsere Ferienkurse. Von Belgien hingegen ist der Zustrom von Schülern, namentlich für unsere Kinderheime, nach wie vor erheblich. Für Schüler aus Holland und Italien scheinen sich die Verhältnisse für 1948 günstiger gestalten zu wollen. Besonderes Gewicht verlegen wir jedoch auf die Werbung für das Erziehungswesen in der amerikanischen Besetzungszone Deutschlands durch unsere Agentur in Frankfurt, sowie auf Nordamerika selbst, wo wir mit unseren beiden Agenturen, sowie mit der Gesandtschaft und den Konsulaten in dauernder Fühlungsnahme stehen. Wir legen auch großen Wert darauf, dem Personal unserer Agenturen Gelegenheit zu geben, anläßlich von Schweizerreisen unsere Institute und Kinderheime persönlich zu besuchen. Ebenso bemüht sich das Eidg. Politische Departement, den in der Schweiz weilenden Gesandschafts- und Konsulatsbeamten solche Besuche zu empfehlen.

8. Kulturelle Propaganda

In unsern Drucksachen, in der Revue »Die Schweiz«, durch den Photo-, Film-, Artikel-, Schaufenster- und Ausstellungsdienst kam die Schweiz mit ihren vielfältigen kulturell bedeutsamen Institutionen, mit ihren Kunstschätzen und mit ihrem Volksgut in sehr reichem Maße zur Geltung.

Erwähnt sei einmal die Broschüre »Auf Schweizer Landstraßen«, worin die vielen Kunstdenkmäler, Burgen, Kirchen, Städte, Sitten

und Bräuche und sonstige Dinge enthalten sind, die den kulturell interessierten Automobilisten auf einer Fahrt durch unser Land anzuregen vermögen. Der 35-mm-Film »Schweizer Städte«, der im Berichtsjahr fertiggestellt wurde, zeigt die Schönheit, architektonischen Reize und das Leben verschiedener unserer kulturellen Zentren und vergleicht in kurzweiliger Form Genève, Sion, Bellinzona, Chur und Bern miteinander.

Die Revue »Die Schweiz« warb für die großen Ausstellungen von berühmten Werken aus ausländischen Museen, die in Basel, Lausanne, St. Gallen, Schaffhausen, Winterthur und Zürich stattfanden. Weitere Schilderungen und Reportagen galten verschiedenen Volksbräuchen, dem Aufenthalt Johannes Brahms in der Schweiz (zum 50. Todestag des Komponisten), den Ortsnamen unserer Alpen, dem Gedächtnis Alexander Vinets, architektonischen Besonderheiten der Schweiz, der Vindonissa-Forschung, dem Porzellan von Nyon, dem Internationalen P. E. N.-Kongreß in Zürich, der Stiftskirche von Romainmôtier, Jeremias Gotthelf, und mehreren Künstlerjubiläen. Den traditionellen musikalischen Festwochen in Luzern, Interlaken und Zürich, dem Bachfest in Schaffhausen, den Tellspielen usw. wurde ebenfalls die gebührende Beachtung zuteil. Erwähnung verdient auch die regelmäßig erscheinende Theaterchronik.

Mit den Förderern kultureller Bestrebungen — der Stiftung »Pro Helvetia«, dem Auslandschweizerwerk der NHG, Heimatschutz und Trachtenvereinigung, den wissenschaftlichen Gesellschaften — wurde und wird seitens unserer Zentrale nach wie vor ein sehr enger Kontakt gepflogen. Diese Fühlungnahme erfolgte im Geiste der Zusammenarbeit und im Bestreben, kostspielige Doppelspurigkeiten zu vermeiden. Mehrmals konnten wir unser Photo-, Klischee- und Dokumentationsmaterial zur Verfügung stellen; die »Taleraktion« des Heimat- und Naturschutzes wurde wiederum unserer aktiven Unterstützung teilhaftig.

Der Kongreß des internationalen P. E. N.-Clubs, der vom 3.—7. Juni in Zürich und Basel stattfand und von Schriftstellern und Journalisten aus der ganzen Welt besucht war, genoß unsere besondere Förderung und Unterstützung in organisatorischer und finanzieller Hinsicht.