

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Band: 8 (1948)

Rubrik: Werbung und Werbemittel

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: 14.11.2025

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

II. Beziehungen zu Behörden, Verkehrsinteressenten und anderen Organisationen

Es ist uns eine angenehme Pflicht, dem obersten Betreuer des schweizerischen Fremdenverkehrs, Herrn Bundespräsident Dr. E. Celio, Vorsteher des Eidg. Post- und Eisenbahndepartementes, für das Verständnis und die große Unterstützung zu danken, die er auch in diesem Jahre mit seinen mannigfaltigen Schwierigkeiten unserer Zentrale angedeihen ließ. Unser Dank erstreckt sich auch auf Herrn Dr. R. Cottier, Direktor des Eidg. Amtes für Verkehr, sowie auf den Stab seiner Mitarbeiter. Dem Eidg. Politischen Departement und dem Konsulardienst verdanken wir den lebhaften Kontakt mit den diplomatischen und konsularischen Außenposten, ein Kontakt, der sich namentlich für die Tätigkeit unserer Agenturen fruchtbar auswirkt und den wir immer fruchtbringender zu gestalten suchen. Herzlich sei auch dem Eidg. Volkswirtschaftsdepartement und seinen Delegierten für Handelsverträge gedankt, die keine Mühe scheuten, um unserem Fremdenverkehr die so notwendigen Devisen zu beschaffen.

Wir pflegten während des Berichtsjahres eine lebhafte und erfolgreiche Zusammenarbeit mit den regionalen und lokalen Verkehrsinteressenten, den Transportunternehmungen, den Fachorganisationen des Gastgewerbes, den touristischen Berufsvereinigungen, den Sportsverbänden, sowie zahlreichen kulturellen und wissenschaftlichen Institutionen.

III. Werbung und Werbemittel

1. Drucksachen und Materialdienst (Produktion und Verteilung)

Unsere Gesamtproduktion an Imprimaten belief sich im Jahre 1948 auf 907 650 Exemplare mit folgender Aufteilung:

Die Schweiz von heute. Deutsch, schwedisch, portugiesisch	31 000
Kleiner Hochschulführer. Spanisch	10 000
Verzeichnis der Privatinstitute. 8sprachig	20 000
Broschüre «Le Rhône». Französisch	1 000

Merkblatt für Automobilisten. Französisch/englisch	50 000
Touristenkarte der Schweiz. Französisch, englisch, italienisch, holländisch, spanisch, portugiesisch	100 000
Kalender 1949. 6sprachig	30 000
Schweizer Heilbäder. Deutsch, holländisch, schwedisch	20 000
Ereignisbroschüre Sommer 1948. Französisch, englisch	10 000
Ereignisbroschüre Winter 1948/49. Französisch, englisch	15 000
Sporttabelle Sommer 1948. Französisch, englisch	24 500
Sporttabelle Winter 1948/49. Französisch, englisch	50 000
Revue «Die Schweiz». 4sprachig	158 200
Pressedienst (monatl. Verzeichnis der Veranstaltungen)	9 000
Mitteilungen SZV	5 000
Kopfplakate von Gerbig. Frühling, Sommer, Herbst, Winter	36 000
Kopfplakat «Schweizer Heilbäder»	7 600
Kopfplakat «Wintersport» 32×51 cm	10 000
Stanzplakat «Sport d'hiver en Suisse» 38×56 cm	350
Publikationen der Agenturen	320 000

Der Nachschub von Werbematerial der SZV an ihre Agenturen, zusammen mit demjenigen der schweizerischen Verkehrsinteressenten, der Transportanstalten und der Hotellerie, erfolgte zur Hauptsache kistenweise in fünf großen Sammelsendungen. Die diplomatischen und konsularischen Verteilungsstellen im Ausland wurden meistens mit Drucksachenpaketen bedient.

Erwähnenswert ist auch die Erledigung von rund 1500 Anfragen privater Interessenten für Auskunftsmaterial. Sehr viel Werbematerial in verschiedenen Sprachen wurde auch bei internationalen Kongressen, die im Jahre 1948 in der Schweiz stattfanden, verteilt.

Ueber den Umfang des zur Verteilung gebrachten Werbematerials im Berichtsjahr greifen wir folgende Zahlen heraus: Eingang und Versand der Regional- und Kurortsprospekte, der Transportanstalten, Bäder, der speziellen Werbemittel für Erziehung und Sport, allg. Führer u. a. m. inkl. Versand der SZV-Publikationen (Broschüren und Prospekte)

2 802 000	
Plakate, herausgegeben durch die Verkehrsvereine und Transportanstalten inkl. Versand der SZV-Plakate	42 600

Der Versand der vorerwähnten Imprime nach dem Ausland erforderte 1383 Kisten, 2046 Postpakete und 14 600 Drucksachenpakete.

2. Pressewerbung

Insertions-Kampagnen haben wir in jenen Staaten durchgeführt, in welchen sie sich als zweckmäßig und notwendig erwiesen. Den größten Budgetanteil verwendeten wir in den Vereinigten Staaten von Nordamerika, bescheidenere Summen in Frankreich, Belgien, Holland, Schweden und Italien. Die bezahlte Insertionspropaganda wurde mit redaktioneller Werbung kräftig sekundiert. Die bisherigen Beziehungen zu ausländischen Schriftstellern, Redaktoren, Journalisten, Reportern und Pressephotographen haben wir in aller Herren Länder unterhalten und gefestigt. Wir waren auch bestrebt, neue Fäden zu knüpfen und haben zahlreichen Pressevertretern ihre Berichterstattung durch Gewährung von Fahr- und Hotelvergünstigungen und durch mannigfaltige Beratung erleichtert und gefördert. Es sei in diesem Zusammenhange besonders auf die Gewährung von Fahrvergünstigungen an sämtliche ausländische Berichterstat-ter, die an die V. Olympischen Winterspiele in St. Moritz reisten, hingewiesen. Speziell hervorheben möchten wir das vortreffliche Werk über unser Land von André Siegfried, Paris, «La Suisse, démocratie-témoin». Auch Chefredaktor August Pinto, Lissabon, schrieb unter dem Titel «Terras da Suica» ein Buch, das als erste größere Publikation im portugiesischen Sprachgebiet das Interesse für die Schweiz zu wecken vermochte. Die Herausgabe beider Publikationen haben wir im Verein mit den Verkehrsinteressenten durch die Organisation der Schweizerreise der Autoren weitgehend gefördert. Erwähnt zu werden verdient sodann die von uns im Zusammenwirken mit den SBB, den dänischen und schwedischen Staatsbahnen und der Internationalen Schlafwagengesellschaft organisierte Pressereise aus Dänemark und Schweden in der Zeit vom 10. bis 14. Mai aus Anlaß der Eröffnungsfahrt des Skandinavien-Expreß als internationale Direktverbindung. Im weitern möchten wir hier die Sondernummer «Swiss Democrats» der englischen Wochenzeit-schrift «Illustrated», London, sowie die Sondernummern «Switzerland» der beiden Reisebürofachzeitschriften «Travel Topics», London, and «Travel Agent», New York, anführen.

Schließlich möchten wir die nützliche und angenehme Zusammenarbeit mit der Sektion Presse und Information des Eidg. Poli-

tischen Departementes bei der Betreuung ausländischer Journalisten erwähnen, die unser Land, sei es in kleineren Gruppen oder individuell, zu Studienzwecken bereisten. In diesen Zusammenhang gehört auch unsere Mitwirkung beim Studienaufenthalt von Dr. George Soloveytschik zur Sammlung von Unterlagenmaterial für sein bei der Oxford University Press im Rahmen der Serie «World Today» im Jahre 1949 erscheinendes Schweizerbuch.

Bei Journalistenreisen in Gruppen, die von dritter Seite organisiert wurden, haben wir auf Ersuchen der Organisatoren ebenfalls mitgewirkt, so bei der Durchführung der Pressefahrt der Genossenschaft Hotel-Plan für 17 englische Redaktoren vom 30. April bis 3. Mai 1948 und bei den Vorbereitungen für den Empfang von sieben finnischen Journalisten durch die Schweizer Gesellschaft der Freunde Finnlands.

3. Radio

Die üblichen wöchentlichen Freitags-Emissionen (touristische Mitteilungen) werden seit dem Monat April durch das Studio Zürich in Dialogform durchgegeben. Auch im Radio Genf werden jetzt wöchentlich einmal Verkehrsmitteilungen durchgegeben, wozu unsere Zweigstelle Lausanne den Stoff liefert. Bemühungen mit Monte Ceneri in gleicher Richtung sind eingeleitet, doch sind die Verhältnisse dort wesentlich anders. Dafür haben wir den mit Monte Ceneri im letzten Jahr begonnenen Radio-Wettbewerb weitergeführt und folgende Stationen behandelt: Flims, Klosters, Lenzerheide, Stoos, Rigi, Hospenthal.

Anlässlich der Olympischen Winterspiele in St. Moritz sind die ausländischen Radio-Reporter durch Vermittlung der SRG ausgiebig mit Propaganda-Material versehen worden.

Im übrigen haben die schweizerischen Studios durch eine Reihe von Emissionen aus eigener Initiative intensiv für den Tourismus gewirkt, wofür wir ihnen sehr zu Dank verpflichtet sind. Ebenso erfreulich gestaltete sich die enge Mitarbeit zwischen SZV und Kurzwellendienst der SRG. Seit der Verstärkung des Senders Schwarzenburg und der Intensivierung der Programme ist uns durch diesen Dienst eine interessante neue Werbemöglichkeit erwachsen.

Bei ausländischen Sendern konnten wir entweder direkt oder durch Betreuung der Reporter in verschiedenen Fällen interessantes Material unterbringen.

In USA kann die Radio-Werbung normalerweise nur gegen Bezahlung erfolgen. Die Preise sind aber dermaßen hoch, daß unsere Mittel für diese Art der Werbung überhaupt nicht ausreichen. Wir müssen also Gelegenheiten erfassen, die es uns ermöglichen, trotzdem im Radio erscheinen zu können. Wir haben deshalb das Ehepaar Colmar, das unter dem Decknamen Dick and Dorothy täglich von 8—9 Uhr über die Mutual Broadcast Corporation WOR in New York zu sprechen pflegt, zu einem Schweizer Aufenthalt eingeladen. Die 14tägige Reise ging unter den besten Bedingungen vor sich. Jeden dritten Tag erfolgte eine ausgiebige mehrstündige Emmission auf Platten, die dann auf dem Luftwege nach New York versandt wurden. Die Radio-Studios haben uns in entgegenkommender Weise unterstützt. Solche Aktionen verlangen in Organisation und Durchführung wesentlich mehr Aufwand als reine Journalisten-Reisen.

Für die Fernseh-Abteilung der BBC in London gelang es uns, einen Reporter für eine ganze Reihe Schweizer Sujets zu interessieren. Durch Vermittlung der Agentur San Francisco ist ein Versuch mit den Sendern «Schweizer Programme auf Platten» unternommen worden, die aber noch kein abschließendes Urteil erlauben. Ferner ist es einzelnen Agenturen gelungen, von sich aus die Schweiz in Sendern unterzubringen, so Stockholm, 30 Minuten «Die Schweiz, eine Welt im Kleinen», und Cairo, vier Emissionen mit Schweizerliedern; ferner durch die Agentur Paris als Television die folgenden Sujets: «Souvenir des jeux olympiques» und «Un peuple se gouverne soi-même».

4. Eigene Presseorgane

a) *Revue «Die Schweiz»*

Unsere im Inland wie im Ausland sehr beachtete, von zahllosen Fahrgästen der SBB und der Privatbahnen als Lektüre geschätzte Reisezeitschrift «Die Schweiz» erschien im Berichtsjahr in 8 Ausgaben, von denen die erste, zweite, sechste und achte je zwei Monate umfassende Nummern darstellten. Diese Einschränkung war

leider infolge der nochmaligen Erhöhung der Druckkosten und der Kürzung unserer Kredite unumgänglich geworden; aus dem gleichen Grunde mußten wir das Verhältnis der Text- zu den Insertionsseiten innerhalb der einzelnen Hefte etwas zugunsten der letztern ändern. Dank dem Entgegenkommen der SBB ist es uns zunächst für 1949 möglich geworden, das frühere Verhältnis wiederherzustellen und wieder 12 Ausgaben erscheinen zu lassen.

Daß die Revue «Die Schweiz» überall, wo sie hingelangt, die Beachtung findet, die man von ihr erwartet, und daß ihr Wert allgemein anerkannt wird, geht aus dem Resultat einer Umfrage hervor, die wir in der Juliausgabe unter den Lesern durchführten und auf die mit einer beigehefteten Postkarte zu antworten war. Die Enquete gestattete es, uns von der Einstellung der Leser zur Zeitschrift ein zuverlässiges Bild zu machen und zu erkennen, daß der Weg, den wir innehalten, im großen gesehen der richtige ist. Die Zahl der eingelaufenen Antworten war mit über 1800 durchaus ermutigend. Freilich ist zu berücksichtigen, daß ein großer Teil der Benützer der Revue die Hefte jeweils nur durchblättert und sich vor allem die Photographien zu Gemüte führt. Hier gilt es anzusetzen, durch weitem redaktionellen Ausbau, der noch mit der letzten Nummer des Jahrganges 1948 begann, und der einzelne der zahlreichen Anregungen und Wünsche, die geäußert wurden, aufgreift, soll versucht werden, auch die genannte Kategorie von «Lesern» vermehrt zu interessieren.

Die Gestaltung der verschiedenen Ausgaben wurde im Berichtsjahr mit besonderer Liebe und Sorgfalt gepflegt. Neben den regelmäßigen Hinweisen auf die Bahnen, die übrigen Verkehrsmittel und die touristischen Regionen seien die den Jubiläen des schweizerischen Bundesstaates und des Kantons Neuenburg gewidmeten Betrachtungen besonders hervorgehoben. Die 8 mehrsprachigen Hefte erscheinen in Auflagen von 19—21 000 Exemplaren und wurden im In- und Ausland verbreitet.

b) Pressedienst

Das gelbe Verzeichnis der Veranstaltungen wurde als Separatdruck aus der Revue achtmal veröffentlicht.

Der Auslandspressedienst wurde von der Zweigstelle Lausanne ca. alle 14 Tage in französischer Sprache zusammengestellt und vielfältig unter der Bezeichnung «Bulletin OCST» an die verschiedenen Interessenten gesandt, vor allem an unsere ausländischen Vertretungen, die den Stoff in der ihnen gut dünkenden Weise bearbeiteten. Total erschienen 1948 22 Nummern des «Bulletin OCST».

c) Mitteilungen

Zur laufenden Orientierung der Behörden, unserer Mitglieder und übrigen Verkehrsinteressenten über unsere Tätigkeit und die sonstigen Belange des Fremdenverkehrs gaben wir von Mitte August an monatlich einmal unsere «Mitteilungen der SZV» heraus, die überall eine ausgezeichnete Aufnahme fanden.

d) Auskunftsdienst

Der der Presseabteilung angegliederte Auskunftsdienst wurde wiederum sehr rege benützt und beantwortete eine große Zahl schriftlicher und mündlicher Anfragen aus dem In- und Ausland. Vor allem Engländer, Holländer, Belgier, Amerikaner, auch Franzosen verlangten Aufschluß über unser Land, wozu oft zeitraubende Nachforschungen erforderlich waren.

5. Filmwerbung

Produktion: Die nachstehenden Filme wurden im Laufe des Jahres gedreht und verarbeitet:

- a) Souvenir des Jeux Olympiques (Reportage über die wichtigsten Ereignisse der Olympischen Winterspiele) 35 mm;
- b) Die Aare (Landschaft und Volk von der Grimsel bis zum Rhein) 35 mm;
- c) Der Rhein (von der Quelle bis Basel) 35 mm;
- d) Schweizer Städte II (Neuenburg, Basel, Solothurn, St. Gallen, Zürich, Luzern) 35 mm;
- e) Hundert Jahre Frieden, hundert Jahre Fortschritt (Die Schweiz und ihre mannigfaltigen Aspekte) 35 mm Farben-Tonfilm;
- f) Les Ailes des Nations en Suisse (Internationale Segelflugkonkurrenz Samaden) 16 mm Farbfilm;
- g) Herbst in der Schweiz, 16 mm Farbfilm.

Verteilung: Die Agenturen der SZV, sowie eine beträchtliche Anzahl diplomatischer Vertretungen der Schweiz im Ausland wurden laufend mit dem neuen Material ausgerüstet. Die Zahl der im Ausland befindlichen Filmkopien erhöhte sich auf 250 Normal- und 610 Schmalfilme, gegenüber dem Vorjahre also um rund 60 Prozent.

Der Verleih im Inland wurde wiederum durch die Schmalfilmzentrale des Schweiz. Schul- und Volkskins in Bern besorgt, die ein lebhaftes Interesse für unsere Filme feststellen konnte.

In einzelnen Fällen wurde ausländischen Filmoperatoren Gelegenheit geboten, mit unserer Unterstützung eigene Filme zu drehen. Es betrifft dies namentlich amerikanische Lecturers, die in ihrer Heimat mit Wort und Bild eine ausgezeichnete Propaganda für unser Land entfalten.

Schließlich sei noch erwähnt, daß anlässlich der «Seconda Rassegna del Documentario Turistico» in Stresa der SZV-Film «Frühlingsschnee» vor den Produktionen von sechs weiteren Staaten mit dem ersten Preis ausgezeichnet wurde.

6. Vortragswesen

Unsere mit fertigen Vortragstexten versehenen Diapositiv-Serien haben wie bisher in Schulen und Vereinen gute Aufnahme gefunden und sind in ständiger Zirkulation. Für Referenten, die den Aufbau ihrer Vorträge nach persönlichen Wünschen zu gestalten pflegen, steht eine vielseitige Auswahl an farbigen Diapositiven zur Verfügung.

Die nachstehende Uebersicht gibt den Bestand der farbigen Dias, den die Agenturen z. Zt. aufweisen:

Amsterdam	1000	London	1000	Prag	600
Bruxelles	1051	Mailand	810	Rom	820
Buenos Aires	705	New York	705	San Francisco	765
Cairo	705	Nice	850	Stockholm	818
Frankfurt	670	Paris	760	Wien	710
Lissabon	800				

Herr Generaldirektor Dr. Gay vom Automobil-Club der Schweiz hat in unserem Auftrag eine Vortragstournée in den belgischen Automobil-Clubs unternommen. In Dänemark und Holland sind von

Schweizer Veranstaltern ebenfalls mit unserem Material besondere Vortragstournées ausgeführt worden, wobei der holländische Referent insbesondere das Gebiet des «Nationalparks» behandelte.

Die Agenturen selbst pflegen mit dem ihnen anvertrauten Material und eigenen Apparaten den eigenen regionalen Vortragsdienst durchzuführen, und zwar besonders intensiv in Belgien und Holland.

7. Photodienst

Der Bilderdienst befaßte sich, wie schon im Vorjahre, in erster Linie mit der Belieferung der Agenturen mit Photomaterial. Es wurden rund 8800 Vergrößerungen 18×24 cm und 4900 Vergrößerungen 30×30 cm an unsere Auslandsvertretungen abgegeben, womit die Gesamtzahl der seit Kriegsende versandten Photos auf 28 250 bzw. 14 500 Vergrößerungen stieg. Gegen je 4000 weitere Aufnahmen beider Formate wurden direkt an die Presse des In- und Auslandes, die diplomatischen Vertretungen der Schweiz und übrige Interessenten ausgeliefert. Das Negativ-Archiv erfuhr durch verschiedene Reportagen und Ankäufe eine weitere Bereicherung. Es umfaßt heute rund 40 000 Negative.

Der Artikeldienst war vornehmlich auf die Ausstattung der Agenturen mit Textmaterial bedacht. Nach Möglichkeit wurden die dazugehörigen Illustrationen mitgeliefert. Die Auslandspresse erhielt daneben auf direktem Wege die notwendigen Unterlagen für ihre Publizität zugunsten der Schweiz.

Der Klischeedienst wurde namentlich von der Inlandpresse in reichem Maße beansprucht. Er besorgte auch die laufende Auswertung des ausländischen Pressematerials.

8. Ausstellungen und Messen

a) Ausland

Unsere Zentrale hat im Jahre 1948 an folgenden internationalen Messen und Ausstellungen für den schweizerischen Fremdenverkehr geworben:

Mustermesse Prag, 12.—21. März 1948

Foire de Lyon, 3.—11. April 1948

Mustermesse Utrecht, 6.—16. April 1948
Eisenbahnausstellung Stockholm, 15. April bis 15. September 1948
Foire de Bruxelles, 17.—28. April 1948
Mustermesse Poznan, 24. April bis 9. Mai 1948
Mustermesse Mailand, 29. April bis 15. Mai 1948
International Travel and Boat Show San Francisco, 30. April bis 9. Mai 1948
Foire de Paris, 1.—17. Mai 1948
International Travel Show New York, 3.—8. Mai 1948
Mustermesse Zagreb, 8.—17. Mai 1948
Schweizerische Plakatausstellung in Vancouver, Mai 1948
Schweizerische Plakatausstellung in Dublin, 1.—11. Juni 1948
Mustermesse Barcelona, 10.—30. Juni 1948
Foire de Luxembourg, 19. Juni bis 4. Juli 1948
Comptoir de Faucigny in Cluses (Haute-Savoie), 1.—5. Juli 1948
Internationale Plakatausstellung in Colombo, Juli 1948
Fiera alpinistica di Trento, 8.—31. August 1948
Internationale Plakatausstellung in Wien, 20. August bis 19. September 1948
St. Erikmesse Stockholm, 25. August bis 5. September 1948
Foire de Marseille, 11.—27. September 1948
Mustermesse Prag, 12.—19. September 1948
Ausstellung in La Paz anlässlich der 400jährigen Gründungsfeier der Stadt, September/Oktober 1948
Internationale Werbemesse der Industrie- und Handelskammer in Mannheim, September/Oktober 1948
Salon de l'automobile Paris, 1.—17. Oktober 1948
Photoausstellung «Die moderne Schweiz» in San Sebastian, 20. Oktober bis 1. Dezember 1948
United Europe Exhibition London, 17. November bis 1. Dezember 1948
Ausstellung der Nordiska Kompaniet in Malmö, November 1948
Lieferung von touristischem Bildmaterial für eine permanente Ausstellung im Observatorium des «Board of Trade Building» in Chicago.

Lieferung von Verkehrswerbeplakaten für eine Ausstellung im Museum of Fine Arts in Boston.

b) Inland

Schweizerische Pelz- und Ledermesse Basel, 8.—15. März 1948

Schweizer Mustermesse Basel, 10.—20. April 1948

Internationale Briefmarkenausstellung IMABA Basel, 21.—29. August 1948

Ausstellung «Werbung für den öffentlichen Personenverkehr»,
St. Gallen, 15./16. November 1948.

9. Plakatierung

Der gute Erfolg und die Zweckmäßigkeit der Kopfplakate von Eidenbenz hat uns dazu bewogen, eine neue Serie von vier Saison-Kopfplakaten von Richard Gerbig herauszugeben.

Zur Propagierung des neuen Ferien-Abonnementes der schweizerischen Transportanstalten wurde ein Teil der vorrätigen Kopfplakate mit einem Spezialaufdruck versehen. Für die Winterwerbung im Auslande wurde ein Teil der neuen Kopfplakate von Gerbig mit dem Text «La Suisse, Paradis des Sports d'hiver» in französischer, englischer und italienischer Sprache überdruckt. Unsere Saison-Kopfplakate sind auch verschiedenen Luftverkehrsgesellschaften, vor allem der Swissair, in mehreren tausend Exemplaren zum Ueberdruck mit eigenem Text zur Verfügung gestellt worden.

Vom farbenfrohen Winterplakat, welches A. Carigiet für die V. Olympischen Winterspiele in St. Moritz geschaffen hat, konnten wir noch je 500 Exemplare mit der Aufschrift «Switzerland invites you for Winter Sports» den Agenturen London, New York und San Francisco abgeben. Die Agenturen Paris und Bruxelles erhielten 350 Stellplakätchen (Stanzplakat) mit dem Aufdruck «Sports d'hiver en Suisse, bonheur, bon air, bonne chère».

Für die Skischulen wurde ein neues Kopfplakat im Format 32×51 cm, dreifarbig, Entwurf Thöni, erstellt. Ferner sei noch der gegenseitige Plakataushang mit ausländischen Bahnverwaltungen, in Zusammenarbeit mit dem Publizitätsdienst der SBB, erwähnt.

10. Schaufensterwerbung

a) Ausland

Der Schaufensterwerbung ist das ganze Jahr hindurch eine besonders große Aufmerksamkeit geschenkt worden.

Zu den im Jahre 1947 unseren Agenturen zur Verfügung gestellten 100 kompletten Schaufenstergarnituren (Modell Keller) liessen wir weitere 50 Exemplare herstellen. Für die Bebilderung dieser Gestelle haben wir im Berichtsjahr rund 2500 photographische Vergrößerungen im Formate 50×50 cm, größtenteils auf Pavatex aufgezogen, zum Versand gebracht. Dabei sind folgende Themen berücksichtigt worden: Wintersport in der Schweiz, Frühling in der Schweiz, Schule und Erziehung in der Schweiz, Verkehrsmittel der Schweiz, Städte und klimatische Kurorte, Kunststätten der Schweiz.

Für den Aushang von unaufgezogenen Plakaten im Format 64×102 cm lieferten wir unsern Agenturen, Gesandtschaften und Konsulaten zerlegbare Holzrahmen nach eigener Konstruktion.

Für eine gemeinsame Schaufensteraktion (ca. 30 Vitrinen) mit der K. L. M. an der Fifth Avenue in New York wurde von uns das Ausstellungs- und Bildmaterial zur Verfügung gestellt.

b) Inland

Mit SZV-Material konnten wir im Jahre 1948 auch zahlreiche Reisebüros, Banken, Privatgeschäfte und Warenhäuser für die Einrichtung touristischer Schaufensterauslagen bedienen. Für die Bäderwerbung in der Schweiz ließen wir ebenfalls diverse Schaufenstergarnituren anfertigen.

11. Besondere Aktionen

Als spezielle Werbeaktion erwähnen wir die 16 Schaufensterauslagen bei der Schweiz. Kreditanstalt an der Bahnhofstraße in Zürich, die uns vom 15. Juni bis 15. August 1948 für die Sommerwerbung und vom 18. Dezember 1948 bis 18. Februar 1949 für die Winterwerbung zur Verfügung standen. In beiden Fällen haben wir nicht unterlassen, ganz besonders unsere sämtlichen touristischen Regionen in Erscheinung treten zu lassen.

Beim Taler-Verkauf zugunsten des Heimat- und Naturschutzes haben wir neuerdings mitgeholfen und besorgten den Versand der Stellplakätchen in deutscher und französischer Sprache an alle Verkehrsinteressenten der Schweiz.

In Zusammenarbeit mit der Agentur Lissabon wurde die künstlerische Ausstattung des portugiesischen Buches «Terra da Suíça» von Augusto Pinto besorgt.

Am internationalen Plakatwettbewerb des «Conseil Central du Tourisme International» in Paris wurde das SZV-Plakat «Viadukt» von Edmund Welf mit der bronzenen Medaille ausgezeichnet.

Anlässlich des Sonderfluges der Swissair vom 11. Dezember 1948 nach Johannesburg konnten wir durch eine größere Materialsendung eine spezielle Werbetätigkeit in Südafrika einleiten.

Eine angemessene Zahl unserer Regionalbilder (Lithographien) von Alois Carigiet ließen wir einrahmen, um sie vor allem als Wand schmuck an die schweizerischen diplomatischen Vertretungen im Auslande abgeben zu können.

IV. Werbegebiete

1. Eisenbahnverkehr

Die Werbung für den Eisenbahnverkehr betraf u. a. die Propagierung des neuen Ferienbilletes, das nunmehr auch im Ausland gekauft werden kann und eine recht befriedigende Aufnahme von Seiten unserer fremden Gäste fand. Hinweise auf diesen günstigen Fahrausweis erfolgten nicht nur in sämtlichen Werbedrucksachen, sondern auch durch Kopfplakate. Die meisten unserer Agenturen stellten in eigenen Werbeprospekten oder Vervielfältigungen die Fahrpläne der Eisenbahnverbindungen nach der Schweiz, sowie die Tarife nach den wichtigsten Kurorten und Zentren zu Handen ihres Auskunftsdienstes und der Reisebüros zusammen. Durch den Photo- und Pressedienst, mit der Revue «Die Schweiz», in den Ausstellungen und Schaufenstern entfalteten wir für den Eisenbahnverkehr wiederum eine dauernde Werbung im In- und Ausland.

2. Straßenverkehr

Auf Wunsch der Sektionen Basel des ACS und des TCS gaben wir 50 000 Exemplare eines Merkblattes für ausländische Auto-