

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

### **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:** 10.01.2026

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

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-

mobilitäten heraus, um diese auf die in der Schweiz geltenden Verkehrsvorschriften und Aufenthaltsbestimmungen in gefälliger Form aufmerksam zu machen. Dieses zweisprachige Merkblatt (französisch u. englisch) wurde durch die Grenzposten und Zollorgane an fremde Motorfahrzeugführer abgegeben. Für Auskunftszwecke erhielten unsere sämtlichen Agenturen den neuen, gemeinsam vom TCS und ACS herausgegebenen «CH-Guide Automobil Officiel de la Suisse». Zur weiteren Dokumentierung der Agenturen ließen wir auf einer beschränkten Anzahl unserer Straßenkarte das Straßennetz einzeichnen, auf welchem der Verkehr mit Autocars von maximal 2,4 m Breite zugelassen ist. Die Broschüre «Auf Schweizer Landstraßen» ist nun auch in englischer Sprache erschienen. Das vom ACS herausgegebene «Touristik-Bulletin», sowie der «Straßenauskunftsdienst» des TCS werden unseren Agenturen laufend zugestellt.

### **3. Schiffsverkehr**

Im Rahmen unseres Ausstellungsdienstes, der Schaufensterwerbung und des Text- und Bilderteiles der Revue «Die Schweiz» wird der Schiffsverkehr auf unsern Seen bei jeder Gelegenheit in Erinnerung gerufen.

### **4. Luftverkehr**

Die schon im Vorjahre eingeleitete gemeinsame Werbung mit der Swissair konnte im Berichtsjahre weiter vertieft werden. So fanden die Belange unseres nationalen Luftverkehrs weitgehende Berücksichtigung in unserem Ausstellungs- und Schaufensterdienst. Die Swissair figurierte nicht nur in den meisten von uns im Auslande beschickten Ausstellungen und Messen, sondern auch unsere Agenturen waren in der Lage, mit kompletten Schaufenstern periodisch auf den raschesten Weg nach der Schweiz hinzuweisen. Durch geeignetes Photomaterial waren wir auch bestrebt, die Aufmerksamkeit der fremden Gäste auf die Schönheiten des Alpenfluges zu lenken. Sowohl die Swissair als auch einige ausländische Luftverkehrsgesellschaften machten ausgiebigen Gebrauch von unseren Kopfplakaten. Auch unser eigenes Werbematerial, wie Broschüren, Plakate und Prospekte, konnte durch die Agenturen der Luftverkehrsgesellschaft-

ten, die an der Förderung des Tourismus nach unserem Lande interessiert sind, über die ganze Welt verteilt werden. Bei der Durchführung von Studienreisen von Journalisten und Reisebürofachleuten durften wir weitgehend auf die Mitarbeit der Swissair, KLM und TWA zählen.

## 5. Heilbäder und Klimastationen

### *a) Heilbäder*

Die Werbung für die Heilbäder erfolgt nach wie vor in enger Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Badekurorte. Um nun den Verbandsmitgliedern für einmal wieder die Möglichkeiten und die Bedeutung der Werbung vor Augen zu führen, haben wir ein umfassendes Exposé über die Bäderwerbung erstellt und es sämtlichen Verbandsmitgliedern zukommen lassen; damit wird die Gesamtarbeit erleichtert und wir werden uns für die nächste Zukunft jeweils auf diese Grundlage stützen können.

Die in Bern schon im letzten Jahr gezeigte Ausstellung «Schweizer Heilbäder in alter und neuer Zeit» wurde in Solothurn (15.—27. März), St. Gallen (3.—28. April) und Zürich (9. Mai bis 6. Juni) gezeigt.

Erfreulicherweise ist es gelungen, mit der Zeitschrift «Prisma» (Frauenfeld) zu einer für uns günstigen Einigung zu gelangen, wobei gerade für diese Bäderausstellungen eine Nummer herausgegeben wurde, die sich ausschließlich mit den Heilbädern befaßt. Wir haben davon eine Anzahl Separata abgenommen, die wir an Universitäten und medizinische Fakultäten des In- und Auslandes abgegeben haben.

Zu Studienreisen wurden eingeladen je ein Arzt aus Belgien, Holland und Schweden. Für 21 Medizinstudenten der Universität Genf wurde eine Kollektivstudienreise organisiert und für das Personal unserer Agenturen in Europa konnten wir zwei Bäderstudienreisen zur Durchführung bringen, die sicher viel dazu beitragen werden, die Fachkenntnisse unserer Auskunftsbeamten zu erweitern.

Zu den bereits in französischer und englischer Sprache vorliegenden Bäderbroschüren ist die holländische, schwedische und deutsche Ausgabe erschienen.

## *b) Klimatologie*

Das Eidg. Amt für Verkehr hatte seinerzeit einen Sonderkredit zur wissenschaftlichen Bearbeitung klimatologischer Fragen ausgesetzt. Herr Privatdozent Dr. Mörikofer (Davos) ist nun mit der Sammlung des Materials zu Ende und hofft, das Ergebnis seiner Untersuchungen demnächst vorbringen zu können. Die Kenntnis sicherer klimatologischer Daten ist zweifellos für die Verkehrswerbung von besonderer Wichtigkeit.

## **6. Sport**

Der Skischulleiterkurs des Schweiz. Skischulverbandes konnte leider dieses Jahr wegen Schneemangel nicht durchgeführt werden. Er war für St. Moritz vorgesehen, doch wären die Schneeverhältnisse anderorts Anfang Dezember auch nicht günstiger gewesen.

Eine Zusammenstellung über sämtliche Skiliftanlagen der Schweiz konnte nach mehrmaligen Umfragen erstellt und im «SKI», Organ des Schweiz. Skiverbandes untergebracht werden.

Für das Auskunftspersonal unserer Agenturen wurde anfangs April eine Studienreise über die «Haute Route» (Wallis) durchgeführt, um unser Personal praktisch mit den Problemen des Frühlingskilafes vertraut zu machen.

Das holländische Jugendbuch «De Hobby Club op Avontuur» von De Vries, das unter anderm Segelflug- und alpinistische Fragen behandelt und für das wir im Vorjahr dem Autor wesentliche Unterstützung geliehen hatten, ist dieses Jahr erschienen.

Eine neue Broschüre über die Sportfischerei ist in Arbeit genommen worden.

## **7. Erziehung**

Die Zweigstelle Lausanne war auch während des Berichtsjahres bestrebt, unsere Universitäten, Privatschulen, Pensionate, Berufsschulen und Kinderheime mit allen ihr zur Verfügung stehenden Werbemitteln im Ausland bekanntzumachen. Trotz der Bemühungen unserer Behörden muß aber die Zuteilung von Devisen in vielen Ländern für Erziehungs- und Studienaufenthalte in der Schweiz noch als ungenügend bezeichnet werden. In Frankreich und Eng-

land erfordert diese Zuteilung die Erfüllung komplizierter und langwieriger Formalitäten, Schweden hat die Zuteilung sogar vollständig sistiert und auch von Holland und Italien kommen zu wenig Schüler in die Schweiz. Eine nennenswerte Zahl von Jugendlichen kam lediglich aus Belgien in unsere Kinderheime. Deshalb richten sich unsere Bestrebungen von allem auf Amerika, wo wir zur Propagierung unseres Erziehungs- und Unterrichtswesens eng mit unseren Agenturen, Gesandtschaften und Konsulaten zusammenarbeiten. Trotz dieser Schwierigkeiten ist die allgemeine Lage unseres Institutwesens in der Westschweiz allgemein befriedigend, weniger jedoch in der deutschen Schweiz. Man kann daraus den Schluß ziehen, daß die Eltern aus den Gebieten Amerikas, Frankreichs, Belgiens etc. aus sprachlichen Gründen der Westschweiz den Vorzug geben.

Mit einer Reihe von Gesandten, welche anläßlich ihres Urlaubes in der Schweiz weilten, konnten wir besonders interessante Aussprachen über die Förderung der Werbung für unser Erziehungswesen in den einzelnen Ländern pflegen. Auch einigen Agenturbeamten wurde Gelegenheit geboten, Institute und Pensionate in der Schweiz persönlich zu besichtigen. Im Rahmen der alljährlich stattfindenden Konferenz mit dem «Zentralverband Schweizer Erziehungsinstitute und Privatschulen», der jetzt unter der Leitung unseres Vorstandsmitgliedes, Herrn F. Roquette, steht, konnten alle Belange der Werbung für das private Erziehungswesen eingehend besprochen werden. Unser Pressedienst gab einige Artikel über das Erziehungswesen heraus, die in der Auslandspresse Aufnahme fanden. In der Revue «Die Schweiz» und im «Bulletin OCST» wurde vermehrt auf unsere Institute durch Text und Bild hingewiesen. Im Berichtsjahre erschien die Broschüre «Schweizerische Privatinstitute» in einer Auflage von 20 000 Exemplaren und mit Legenden in acht Sprachen. Sie stellt für unsere Außenstellen, Agenturen und sonstigen Interessenten ein vorzügliches Nachschlagewerk dar.

Die Studienprogramme unserer Hochschulen, sowie von Berufs- und Spezialschulen, wurden ebenfalls unseren Außenstellen übermittelt. Zur Verteilung in den Vereinigten Staaten gaben wir unter dem Titel «A Few Hints to American Students» einen Prospekt



heraus, der neben den Studienplänen und den Aufnahmebedingungen unserer Hochschulen auch über die Lebensbedingungen für Studierende in der Schweiz Auskunft gibt. Ferner wurde für die Propagierung der Ferien-Sprachkurse der Universitäten Genf, Lausanne und Neuchâtel ein Plakat in 2000 Exemplaren erstellt, das nicht nur in unseren sämtlichen Außenstellen, sondern auch in allen Universitäten und höheren Schulen Nordamerikas und Englands zum Anschlag kam. An der Universitätsausstellung in Coimbra (Portugal) beteiligten wir uns mit einem kleinen Stand.

### **8. Kulturelle Werbung**

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 Kunstschatzen und mit ihrem Volksgut in sehr reichem Maße zur Geltung.

Erwähnt sei die Broschüre «Die Schweiz von heute» von Dr. Hans Bauer, die im deutschen Originaltext, sowie in schwedischer und portugiesischer Version verbreitet wurde und ein knappes, aber sehr anschauliches, alles Wesentliche gut heraushebendes Bild von unserem Land gibt. Auch die Broschüre «Le Rhone», ein kleines poetisches Werk von Maurice Zermatten, darf hier vermerkt werden. Der 35 mm Film «Schweizer Städte», dessen zweiter Teil im Berichtsjahre entstand, stellt Neuenburg, Basel, Solothurn, St. Gallen, Zürich und Luzern einander gegenüber und schildert die architektonische Schönheit der Bauten und das wirtschaftliche und künstlerische Leben dieser Kulturzentren.

Die Revue «Die Schweiz» widmete sich u. a. den Ausstellungen berühmter Meister aus ausländischen Museen, die in Luzern, Basel, Zürich und Genf gezeigt wurden. Verschiedene Reportagen galten den kulturellen Dorfwochen im Bernbiet, der Heimat Albert Ankers, den Freiburger Kapellen, den kulturellen Schätzen der Westschweiz, der Gründung des europäischen Burgenforschungs-Institutes, dem Schweizer Vertreter am Westfälischen Frieden, J. R. Wettstein und Conrad Ferdinand Meyers Beziehungen zu Graubünden. Den traditionellen musikalischen Festwochen in Luzern und Zürich wurde

ebenfalls die gebührende Beachtung zuteil; Erwähnung verdient auch die regelmäßig erscheinende Theater-Chronik.

Mit den Förderern kultureller Bestrebungen — der Stiftung «Pro Helvetia», dem Auslandschweizerwerk 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.

Zusammen mit der Gesellschaft für schweizerische Kunstgeschichte und unter dem Patronat des Eidg. Departementes des Innern wurde im August eine 1. Internationale Kunstwoche organisiert, in deren Verlauf die rund 50 Teilnehmer zu den wichtigsten Kunstdenkmälern der Nord-West-, Zentral- und der West-Schweiz geführt wurden. Die Veranstaltung hatte einen ausgezeichneten, nicht zuletzt auch propagandistischen Erfolg zu verzeichnen.

## **V. Tätigkeit der Zweigstelle Lausanne**

Die Tätigkeit der Zweigstelle in Lausanne erstreckt sich über folgende Gebiete: touristische Werbung in Zusammenarbeit mit den Organisationen der Westschweiz, Presse- und Radiowerbung in Zusammenarbeit mit der deutschen Schweiz und dem Tessin, Werbung für das Erziehungs- und Unterrichtswesen, Mitarbeit bei Studienreisen ausländischer Persönlichkeiten in der Schweiz, sowie touristische Werbung in den sieben benachbarten Departementen Frankreichs. Als Grundlage der Werbung in der Schweiz und in Frankreich diente im Berichtsjahre vornehmlich das Jubiläum unserer Bundesverfassung, die olympischen Winterspiele in St. Moritz und das Centenarium der Republik Neuenburg. Obgleich die Aufhebung der Visumpflicht mit Frankreich auf den 1. Mai den Tourismus mit der Schweiz belebte, mußte man bis zur Aufhebung der Zahlung einer Gebühr von Fr. fr. 75.— für solche Personen, welche mit einem