

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Band: 9 (1949)

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: 12.01.2026

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

treten. Die kollegiale Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Fremdenverkehrsverband sei hier ebenfalls hervorgehoben.

Wir pflegten während des Berichtsjahres enge und fruchtbare Beziehungen mit den regionalen und lokalen Verkehrsinteressenten, den Transportunternehmungen, den Fachorganisationen des Gastgewerbes, den touristischen Berufsvereinigungen, den Sportsverbänden, sowie zahlreichen kulturellen und wissenschaftlichen Institutionen.

Nützlich und notwendig ist auch die Zusammenarbeit im internationalen Sektor, weil heute viele Voraussetzungen für die Entwicklung des Fremdenverkehrs nur gemeinsam mit den Schwesterorganisationen des Auslandes gelöst werden können. Unser Direktor, Herr Bittel, ist am 14. Oktober zum Präsidenten der Union Internationale des Organismes Officiels du Tourisme gewählt worden, die als oberste Arbeitsgemeinschaft des Fremdenverkehrs von allen fünf Kontinenten 42 Länder in sich vereinigt.

III. Werbung und Werbemittel

1. Drucksachen und Materialdienst (Produktion und Verteilung)

Im abgelaufenen Jahre sind folgende SZV-Drucksachen erschienen:

Ferienland Schweiz (Sporttabelle Sommer/Winter). Französ./Englisch	245 000
Ereignisbroschüre «Die Schweiz im Sommer 1949». Französisch/Englisch	15 000
Broschüre «G. I.'s in Switzerland». Englisch	40 000
Broschüre «Auf Schweizer Wanderwegen». Deutsch/Französisch	20 000
Broschüre «Die Schweiz von heute». Italienisch	10 000
Prospekt «Schweizer Heilbäder». Deutsch, französisch, englisch, holländ.	40 000
Prospekt «Musikwochen in der Schweiz». Deutsch, französisch, englisch, italienisch	90 000
Touristenkarte der Schweiz (Nachdruck). Französisch, englisch, italienisch, holländisch, spanisch, portugiesisch	80 700
Sommerplakat «Ferien in der Schweiz», von Donald Brun. Deutsch, französisch, englisch, italienisch, holländisch, schwedisch, spanisch, portugiesisch	20 500
Ereignisbroschüre «Die Schweiz im Winter 1949/50». Französisch, engl.	15 000

Kalender 1950, 6sprachig	30 900
Revue «Die Schweiz», 4sprachig	246 400
Pressedienst (monatl. Verzeichnis der Veranstaltungen)	16 580
Mitteilungen SZV	7 950
Publikationen der Agenturen	144 600

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 sechs großen Sammelsendungen. Die diplomatischen und konsularischen Verteilungsstellen der Schweiz im Ausland wurden in der Regel mit Drucksachenpaketen bedient.

Erwähnenswert ist auch die Erledigung von rund 2100 Anfragen privater Interessenten für Auskunftsmaterial allein durch den Materialdienst der SZV in Zürich. Sehr viel Werbematerial in verschiedenen Sprachen wurde auch anlässlich der zahlreichen internationalen Kongresse, die im Jahre 1949 in der Schweiz stattfanden, verteilt.

Ueber den Umfang des zur Verteilung gebrachten Werbematerials im Berichtsjahr greifen wir folgende Zahlen heraus:

- a) 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 (Brochüren und Prospekte) 3 203 650
- b) Plakate, herausgegeben durch die Verkehrsvereine und Transportanstalten inkl. Versand der SZV-Plakate 68 490

Der Versand der vorerwähnten Imprime nach dem Ausland erforderte 1256 Kisten, 1712 Postpakete und 13 600 Drucksachenpakete mit einem Totalgewicht von ca. 145 Tonnen.

2. Pressewerbung

Mit Rücksicht auf die Devisenlage wurde unsere Inseratenwerbung auf die USA, Frankreich und Belgien konzentriert. Im Hinblick auf das «Heilige Jahr» entfalteten wir ferner eine rege Werbung in der katholischen Presse verschiedener anderer Länder, aus

welchen ein großer Zustrom von Rom-Pilgern erwartet werden kann, besonders aber in Italien. Vereinzelte Inserate wurden außerdem in Frankreich, Holland, England und Irland aufgegeben. Ferner erfuhr die regionale schweizerische Werbung durch die SZV eine weitgehende finanzielle Unterstützung.

Der Pflege unserer Beziehungen zur Presse schenken wir auch im Berichtsjahr die größte Aufmerksamkeit. Mit den in der Schweiz akkreditierten ausländischen Journalisten blieben wir stets in engem Kontakt. Den aus dem Auslande eintreffenden Pressevertretern wurden in der Schweiz Freikarten zur Verfügung gestellt und ihr Aufenthalt zusammen mit den lokalen und regionalen Verkehrsvereinen soweit als möglich erleichtert. Anlässlich der Eröffnung der Fluglinie Glasgow—Zürich und der Aufnahme des Flugdienstes USA—Schweiz lud die Swissair eine kleine Zahl schottischer und amerikanischer Journalisten zu einem kurzen Aufenthalt in der Schweiz ein. Er wurde gemeinsam mit der Sektion Information und Presse des Eidg. Politischen Departements organisiert. Ebenfalls zusammen mit der Swissair wurde eine Gruppe von 10 griechischen Journalisten zu einem Besuch unseres Landes eingeladen. 5 argentinische Journalisten, die auf Einladung der SAS eine Europareise unternahmen, verbrachten ebenfalls auf unsere Einladung einige Tage in der Schweiz. Eine Gruppe italienischer Journalisten besuchte ferner auf Einladung der Fédération Horlogère einige Uhrenfabriken, wofür wir die nötigen Freifahrscheine zur Verfügung stellten.

3. Radio

Die wöchentlichen Verkehrsmitteilungen über Beromünster und Sottens sind das ganze Jahr reibungslos weitergeführt worden. Alle Studios haben an Sendungen verschiedener Art das ihrige dazu beigetragen, indirekt für den schweiz. Fremdenverkehr zu werben; das gleiche gilt für den Kurzwellendienst der Schweiz. Rundspruchgesellschaft. Wir möchten allen diesen Instanzen für ihre Mitarbeit den gebührenden Dank aussprechen. In Verbindung mit der Luftverkehrsgesellschaft KLM wurde eine Radioreporterin aus Kanada

für 7 Tage in die Schweiz eingeladen. In Belgien konnten wir im Nationalen Sender Emissionen über den Schweizer Winter unterbringen. Vertreter des Fernsehdienstes der Television BBC nahmen eine Reihe von Schweizersujets auf. Unter dem Titel «Sommer in der Schweiz» haben wir versuchsweise eine Emission über die wichtigsten Sommerereignisse auf Platten zusammengestellt und den Agenturen zugesandt zur Weiterleitung an die Radiostudios ihrer Länder. Wien, Amsterdam, Lissabon und Valparaiso konnten davon Gebrauch machen.

4. Eigene Presseorgane

a) Revue «Die Schweiz»

Unsere, von zahllosen Fahrgästen der Schweizer Bahnen beachtete, aber auch im Ausland in großer Auflage verbreitete Reisezeitschrift «Die Schweiz» erschien im Berichtsjahre wieder wie früher in 12 Ausgaben, nachdem 1948 eine Einschränkung auf 8 Hefte notwendig geworden war. Auf Grund der von vielen Lesern anlässlich einer Umfrage im Vorjahre vorgebrachten Wünsche fand die redaktionelle Gestaltung insofern eine leichte Aenderung, als die Zahl der Photographien auf den für sie bestimmten Seiten im Verhältnis zum Text vermehrt und zahlreiche Reportagen aus dem Gebiet des Verkehrs, des Wintersports, des kulturellen Lebens etc. eingeführt wurden. Neu waren die regelmäßig erscheinenden Rubriken «Die Wanderung des Monats» resp. im Winter «Die Skitour des Monats» sowie die «Kunsthistorischen Streifzüge durch die Schweiz», eine in französischer Sprache wiedergegebene Artikelserie. Regelmäßig wurde ferner eine Seite der «Touristischen Rundschau» gewidmet; von Zeit zu Zeit wandten sich technische Reportagen in besonders reservierten Spalten an die dafür interessierten Leser; Modeseiten wurden hin und wieder eingeschaltet. Auch die Institutionen der SZV selber wurden immer wieder hervorgehoben.

Besondere Aufmerksamkeit und Sorgfalt wurde bei einem Großteil der Hefte der Gestaltung von einzelnen Sonderseiten zuteil, die jeweils einen bestimmten Gegenstand, eine Region usw. zum Inhalt nahmen. So widmete sich im April eine längere Betrachtung den verschiedenartigen Schweizer Bauernhaustypen; das Juliheft wurde

anlässlich des 100jährigen Jubiläums der Eidgenössischen Post zur Sondernummer für die PTT ausgebaut. — Die 12 in vier, teilweise fünf Sprachen redigierten Hefte erschienen in Auflagen von 19 600 bis 22 000 Exemplaren.

b) Pressedienst

Das gelbe Verzeichnis der Veranstaltungen wurde als Separatdruck aus der Revue zunächst unter dem Namen «Pressedienst», im zweiten Teil des Jahres unter dem Namen «Veranstaltungen in der Schweiz», 12mal veröffentlicht.

Der Auslandspressedienst wurde in der Zweigstelle Lausanne alle 14 Tage in französischer Sprache zusammengestellt und unter der Bezeichnung «Bulletin OCST» vervielfältigt an die verschiedenen Interessenten gesandt, vor allem an unsere Agenturen, die den Stoff zu eigenen, ihrem Wirkungskreis angepaßten Pressediensten verarbeiteten. Total erschienen 1949 21 Nummern des Bulletins OCST.

c) Mitteilungen

Zur laufenden Orientierung der Behörden, unserer Mitglieder und übrigen Verkehrsinteressenten über unsere Tätigkeit und die sonstigen Belange des Fremdenverkehrs gaben wir wie schon im Vorjahre die Mitteilungen der SZV heraus. Sie erschienen siebenmal und fanden eine ausgezeichnete Aufnahme.

d) Auskunftsdienst

Der der Presseabteilung angegliederte Auskunftsdienst wurde auch im Berichtsjahre rege benützt. Sehr zahlreiche Anfragen, vor allem hinsichtlich Reisen in der Schweiz, Ferienaufenthalte, Veranstaltungen, Fachschulen, Universitäten, Sanatorien, Erholungs- und Kinderheime usw., gingen aus fast allen europäischen Ländern, aber auch aus den USA, aus Australien, Indien, Südafrika usw. ein und wurden beantwortet, wozu oft zeitraubende Nachforschungen erforderlich waren.

5. Filmwerbung

Der Film hat sich weiterhin als eines der wirksamsten Werbemittel erwiesen; wir dürfen daher behaupten, daß der Filmdienst heute eines der wichtigsten Tätigkeitsgebiete der SZV ist. Eine bedeutende Zahl von 35 und 16 mm-Kopien sind an unsere Agenturen und übrige Außenstellen verschickt worden, doch nehmen die diesbezüglichen dringenden Nachfragen dauernd zu, obgleich der Versand auf dem schnellen Luftweg geschieht. Unsere beschränkten Mittel nötigen uns dazu, für die einzelnen Kopien bestimmte Routen vorzuschreiben. Wie bis anhin, wird der Verleih der Filme innerhalb der Schweiz auf unsere Kosten durch die Schmalfilmzentrale in Bern besorgt, wo sie gegen Vorlage eines Gutscheines von jedermann bezogen werden können. Der neue Dokumentarfilm «Schweizer Städte II» wurde an unsere Agenturen und diplomatischen Vertretungen verteilt. Zwei weitere Filme stehen vor der Fertigstellung.

1949 scheint das für den Farbfilm entscheidende Jahr gewesen zu sein, denn die SZV brachte erstmals einen großen Dokumentar-Farbfilm im Standardformat 35 mm unter dem Titel «Die Schweiz von heute» heraus. Auch die Frage des Fernsehdienstes hat unsere volle Aufmerksamkeit gefunden; auf Begehren unserer Agenturen haben wir eine Anzahl Kurzfilme zur Vorführung beim Fernsehdienst zusammengestellt, von welchen sich die Sujets «Weihnachten in der Schweiz» und die «Pferdepost im Schnee» bereits in Zirkulation befinden. Auf dem Gebiete der großen Filme hat sich die SZV an der Produktion der Praesens «Swiss Tour» und der R. K. O. Pathé, New York, «Kilroy's Return» beteiligt. Diese beiden Produktionen werden für die schweizerische Werbung im Ausland einen sehr wertvollen Beitrag leisten, da allein der R.K.O. Pathé Verleihdienst über 40 Millionen Zuschauer umfaßt.

6. Vortragsdienst

Alle Agenturen sind jetzt mit einem Stock farbiger Diapositive versehen und verfügen zum Teil auch über Projektionsapparate, damit ein eigener Vortragsdienst oder wenigstens ein Aus-

leihdienst für Referenten möglich wird. Dieses Material ist jedoch nicht ausreichend und es liegt im Aufgabenkreis der Regionen und Orte, die Agenturen mit farbigen Dias über ihr Gebiet zu versorgen.

Aus unserem Ausleihdienst «Schweiz» haben wir die Serien, schwarz/weiß Format $8\frac{1}{2} \times 10$ cm an die Schulwarte in Bern zum Weiterverleih abgegeben, so daß wir jetzt ausschließlich über farbiges Material 5×5 cm verfügen.

Als Neuzuwachs verzeichnen wir pro 1949 813 Stück; ausgeliehen wurden während dieser Zeit 110 Serien.

An Sonderaktionen erwähnen wir den Australienflug eines Sportfliegers, der 28 Vorträge über die Schweiz mit farbigen Dias, an folgenden Etappenorten hielt:

Beyrouth, Bagdad, Sharajah, Karachi, Cox's Bazar, Chittagong, Singapore, Soerabaja, Koepang, Canberra, Melbourne, Brisbane, Pert. Ferner die Vorträge über den Nationalpark «eines holländischen Sprechers», die in den Monaten September—Oktober eine Hörerschaft von rund 4000 Personen verzeichneten.

Belgien hat seinen flämischen Vortragsdienst verstärkt. Unsere Referenten aus Belgien, Nordfrankreich und Schweden haben ihr Wissen über die Schweiz durch eine kurze Studienreise aufgefrischt.

7. Photodienst

Durch den Photodienst der SZV wurden während des Berichtsjahres 11 300 Vergrößerungen im Format 18/24 und 2260 im Format 30/30 erstellt. Mit 1600 Vergrößerungen im Format 18/24 wurde im Monat Oktober eine Spitzenleistung erzielt; zahlreiche Sujets davon dienten der publizistischen Vorbereitung des Heiligen Jahres. Das Negativarchiv der SZV ist im Laufe des Jahres durch eine große Zahl neuer Aufnahmen ergänzt und vervollständigt worden. Unser Aktualitätendienst versorgt unsere Agenturen dauernd mit Photos von Ereignissen aus der Schweiz, die von weltweitem Interesse sind. Zahlreiche schweizerische und ausländische Journalisten nahmen persönlich Einsicht in unser Photoarchiv und wurden weitgehend mit Material bedient. Die Belege wurden von uns gesammelt, klassifiziert und archiviert. Eine große Zahl neuer Artikel wurden redigiert, in drei Sprachen übersetzt und zusammen mit photographi-

schem Bildermaterial den Agenturen zur Verfügung gestellt. Wir haben uns bemüht, neue Themen, vor allem aus dem kulturellen Leben unseres Landes in Artikelform zu verarbeiten, auch das mondäne Leben fand die ihm zustehende Beachtung. Unser Klischeedienst diente wie bisher namentlich zur Illustration von schweizerischen Zeitschriften, die auch im Ausland gelesen werden.

8. Ausstellungen und Messen

a) Ausland

Unsere Zentrale hat im Jahre 1949 an folgenden internationalen Messen und Ausstellungen für den schweizerischen Fremdenverkehr geworben:

Schweizer Buchausstellung in Amsterdam, 4.—24. März

California Int. Flower Show Los Angeles, 26. März bis 3. April

Mustermesse Utrecht, 29. März bis 27. April

Foire de Liège, 2.—18. April

Fiera di Milano, 12.—29. April

Foire de Lyon, 23. April bis 2. Mai

Schweizer Kulturwoche in Stuttgart, 23. April bis 3. Mai

Gastgewerbeausstellung Wels (Oesterreich) 30. April bis 8. Mai

Foire de Bruxelles, 30. April bis 15. Mai

Foire de Paris, 21. Mai bis 6. Juni

Foire de Bône, 28. Mai bis 6. Juni

Canadian Int. Trade Fair Toronto, 30. Mai bis 10. Juni

Exposition du Tourisme au Château des Ducs de Bretagne, Nantes,
1.—30. Juni

Mustermesse Barcelona, 10.—30. Juni

Int. Tentoonstelling in Coevorden (Holland), 20.—26. Juni

California State Fair Sacramento, 1.—15. September

Schweizer Buchausstellung in Frankfurt, 1.—15. September

Foire de Gand, 10.—25. September

Ausstellung «The Pageant of Nations» in Wellington, 14.—24. Sept.

2. Rassegna Internazionale della Stampa di Trento, 18. Sept. bis
2. Oktober

Sonderschau «Die Schweiz als Reiseland» in Braunschweig,

1.—9. Oktober

Jahresschau für das deutsche Hotel- und Gaststättengewerbe in Hannover, 1.—9. Oktober

Salon de l'automobile Paris, 6.—16. Oktober

Exposition Touristique Européenne Buenos Aires, 1.—30. November

Internationale Trachtenpuppenausstellung Alameda (Californien) Mai

Schweizerische Plakatausstellung in Augsburg, Bombay, Dresden, Edinburgh, Oslo (mit Pro Helvetia).

Mitwirkung an den Schweizerischen Buchausstellungen der «Pro Helvetia» in den Universitätsbibliotheken verschiedener größerer Städte in den USA.

b) Inland

Schweizer Architekturausstellung Basel, 8. Januar bis 3. Februar

Schweizer Mustermesse Basel, 7.—17. Mai

KABA, Kantonal-Bernische Ausstellung in Thun, 17. Juni bis 19. September

Industrie- und Gewerbeausstellung im Hallenstadion Zürich, 1.—11. Oktober

Ausstellung «Burgen und Schlösser der Schweiz» im Helmhaus Zürich, 8. Oktober bis 6. November

9. Plakatierung

Die im Berichtsjahr 1948 von der SZV herausgegebenen vier Saison-Kopfplakate von Richard Gerbig wurden mit entsprechenden Werbetexten versehen und in total 20 000 Exemplaren an unsere ausländischen Agenturen geliefert. Eine weitere große Zahl wurde auch verschiedenen Luftverkehrsgesellschaften abgegeben zwecks Ueberdruck mit ihren eigenen Werbetexten.

In einer Auflage von 20 000 Exemplaren ist ein neues, farbenfrohes Sommerplakat im Formate 64/102 cm mit dem Slogan «Ferien in der Schweiz» in acht verschiedenen Sprachen erschienen. Der Entwurf dieses Plakates stammt von Donald Brun; das Motiv stellt ein in der Landschaft springendes Füllen dar.

Den Agenturen New York und San Francisco wurden rund 6000 Winterplakate zur Verfügung gestellt zwecks Durchführung einer speziellen Werbeaktion in den USA, welche durch das bekannte «Ski-Magazin» propagiert wurde. 4000 dieser Plakate wurden bei den wichtigsten Winterkurorten der Schweiz angefordert und die restlichen 2000 Exemplare, mit einem besonderen Textaufdruck versehen, hat die SZV beigesteuert.

Für eine Spezialaffichage erhielten die Agenturen Paris und Bruxelles vom seinerzeitigen Weltformat-Plakat «Innere Kraft durch Winterferien» von Alois Garigiet total 500 Exemplare mit dem Aufdruck «Joie et santé par les sports d'hiver en Suisse».

Zu Gunsten der Skischulen wurde das im Berichtsjahr 1948 herausgegebene Kopfplakat im Formate 32/51 cm, dreifarbig, Entwurf Thöni, eingesetzt. Ferner sind auch größere Skischulplakate aus unseren Vorräten abgegeben worden.

10. Schaufensterwerbung

Der Schaufensterwerbung, die eigentlich das beste Mittel darstellt, den Kontakt mit dem Publikum lebendig zu erhalten, schenken wir das ganze Jahr hindurch die gebührende Aufmerksamkeit.

a) Ausland

Wiederum sind Hunderte von Dekorationen in den Schaufenstern der SZV-Agenturen sowie bei Reisebüros und Privatgeschäften eingerichtet worden. Als Neuerung sind hierfür den SZV-Agenturen im Laufe des Jahres rund 100 neue Baukasten zur Verfügung gestellt worden. Der SZV-Baukasten ist eine weitere Entwicklung der bereits in den Jahren 1947 und 1948 von uns gelieferten Kugelgestelle. Es ist ein standardisiertes Gerät aus Leichtmetall mit den verschiedensten Aufbaumöglichkeiten für Schaufenster, Innendekorationen und kleinere Ausstellungen. Als Grundlage dient ein zu diesem Zwecke geschaffenes Musteralbum mit den nötigen Anleitungen.

In Bezug auf das Bildmaterial haben wir erstmals für die Winterwerbung moderne Photomontagen mit farbigen Einlagen herge-

stellt. Dazu sind auch in diesem Jahre mehrere hundert photographische Vergrößerungen, vorwiegend im Formate 50/50 cm und thematisch geordnet, unter Berücksichtigung sämtlicher touristischer Regionen der Schweiz geliefert worden.

Zur Belebung unserer Schaufenster und deren Dekorationen lieferten wir den Agenturen total 240 Meter Vorhangstoff aus weißer Seide, mit farbigen Herbst- oder Wintermotiven bedruckt, sowie 100 Meter Fahnentuch, ebenfalls aus weißer Seide, mit Schweizerwappen bedruckt.

Für den Aushang von unaufgezogenen Plakaten und weiterem Bildmaterial ließen wir zu den bereits vorhandenen Holzrahmen einen neuartigen Wechselrahmen aus Leichtmetall in total 350 Exemplaren herstellen.

b) Inland

Für die Einrichtung touristischer Schaufensterauslagen konnten wir die zahlreichen Reisebüros, Banken, Privatgeschäfte und Warenhäuser größtenteils mit vorhandenem Werbematerial bedienen. Dabei haben wir u. a. der Bäderwerbung unsere spezielle Aufmerksamkeit geschenkt.

Die 16 Vitрины der Schweizerischen Kreditanstalt an der Bahnhofstraße in Zürich standen uns je für eine zweimonatige Werbeaktion im Sommer und Winter zur Verfügung. Im Sommer führten wir eine Ausstellung der Schweizer Volkskunst, nach Regionen geordnet, durch und im Winter eine solche der modernen Schweizer Malerei unter dem Motto «Künstler erleben den Schweizer Winter». Beide Aktionen verzeichneten einen großen Erfolg und hinterließen bei Presse und Publikum durch die neuartige Gestaltung bzw. Idee den besten Eindruck.

Während der Sommersaison konnten wir auch bei den Grands Magasins Innovation S. A. in Lausanne und bei Oscar Weber AG. in Zürich größere Schaufensteraktionen durchführen.

11. Besondere Aktionen

Der Publizitätsdienst der SBB hat uns für die Ausstattung der Agenturen eine Serie Wagenschmuckbilder «Meisterwerke der

Schweizer Malerei», erschienen im Urs Graf-Verlag, Bern, zur Verfügung gestellt.

Für die Conférence diplomatique de la Croix-Rouge, welche im April in Genf begann, stellten wir zur Ausschmückung der Räumlichkeiten im Bâtiment Electoral 9 Originalmalereien und 9 Lithographien von A. Carigiet sowie die 12 Trachtenbilder von K. Wirth zur Verfügung.

Die an der im September in Trento stattgefundenen «2. Rassegna Internazionale della Stampa» ausgestellten Schweizer Plakate wurden mit dem 1. Ehrenpreis ausgezeichnet. Besonderes Interesse fanden die Plakate: «Swissair» von Herbert Leupin, «Ferien in der Schweiz» (Springendes Füllen) von Donald Brun und «Die vier Jahreszeiten» (SZV-Kopfplakate) von Richard Gerbig.

Am 25. November 1949 wurde in den Ausstellungsräumen der Agentur Paris eine «Exposition des humoristes français en Suisse» eröffnet, die bis Ende Januar 1950 dauerte.

IV. Werbegebiete

1. Eisenbahnverkehr

Das gesamte Werbematerial des Publizitätsdienstes der SBB wird, soweit es für das Ausland bestimmt ist, durch uns an die Agenturen geschickt, von wo es an die Reisebüros und sonstigen Verkehrsinteressenten der einzelnen Länder verteilt wird. Es handelt sich hierbei vor allem um Plakate, Prospekte, Broschüren, Streckenkarten, Fahrpläne, Kalender etc. Die im Vorjahre begonnene Werbung für das Ferienbillet und die 15- und 30tägigen Ferien-Generalabonnemente wurde mit den noch zur Verfügung stehenden Kopfplakaten fortgesetzt. Es kann festgestellt werden, daß sich das Ferienbillet einer wachsenden Beliebtheit bei den ausländischen Feriengästen erfreut. Wiederum haben unsere Agenturen in ihren eigenen Werbedrucksachen die Bahnverbindungen, sowie die Tarife nach den wichtigsten schweizerischen Ferienzentren gebührend hervorgehoben. Nach wie vor wird für den Eisen-