

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Band: 10 (1950)

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: 11.01.2026

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

Fremdenverkehrs von lästigen und schädlichen Erschwernissen sind von unserer Institution kräftig unterstützt worden. Im touristischen Komitee der Marshallplan-Organisation in Paris hat die Schweizerdelegation unter dem Präsidium unseres Direktors in allen Visa- und Devisenfragen erfolgreiche Vorstösse unternommen. In der Union Internationale des Organismes Officielles du Tourisme amtierte Herr Direktor Bittel pro 1950/51 als Vizepräsident.

III. Werbung und Werbemittel

1. Drucksachen und Materialdienst (Produktion und Verteilung)

Im abgelaufenen Jahre sind folgende SZV-Drucksachen erschienen:

Broschüre „Traditionen und Volksfeste in der Schweiz“ 1951, deutsch, französisch, englisch	10 000 Ex.
Broschüre „Le Léman“, französisch	10 000 Ex.
Broschüre „Die Schweiz von heute“, dänisch	7 000 Ex.
Broschüre „Die Schweiz von heute“ (Nachdruck), französisch, englisch	20 000 Ex.
Prospekt „Kunstfestwochen in der Schweiz“, deutsch, französisch, englisch, italienisch	95 000 Ex.
Touristenkarte der Schweiz (Nachdruck), deutsch, italienisch, hol- ländisch, spanisch	38 270 Ex.
Broschüre „Kunstreisen in der Schweiz“ (Nachdruck), französisch	10 000 Ex.
Broschüre „Schweizerische Privatinstitute“ (Nachdruck), deutsch, französisch, englisch	10 000 Ex.
Autostrassenkarte der Schweiz (Nachdruck), französisch, englisch	108 000 Ex.
Prospekt „Schweizer Heilbäder“ (Nachdruck), holländisch . . .	10 000 Ex.
Ereignisbroschüre „Sommer in der Schweiz 1950“, deutsch, fran- zösisch, englisch	15 000 Ex.
Ereignisbroschüre „Winter in der Schweiz 1950/51“, deutsch, fran- zösisch, englisch	15 000 Ex.
Broschüre „Winterferien in der Schweiz“ (Sporttabelle), deutsch, französisch, englisch, italienisch, holländisch, spanisch . . .	268 000 Ex.
Schleuderprospekt „Einmaliges Angebot“, deutsch, französisch, englisch, italienisch	260 000 Ex.
Neujahrs-Postkarten „Die Schweiz, das unvergleichlich schöne Land“, deutsch, französisch, englisch, italienisch	128 000 Ex.
Kalender 1951, sechssprachig	30 000 Ex.
Revue „Die Schweiz“, viersprachig	263 600 Ex.
Pressedienst (monatliches Verzeichnis der Veranstaltungen) . . .	15 400 Ex.
Mitteilungen SZV	4 900 Ex.
Plakat „Swiss Universities Holiday Courses“	2 000 Ex.
Von den Agenturen herausgegebene Werbedrucksachen	1 167 100 Ex.

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 2500 Anfragen privater Interessenten für Auskunftsmaterial allein durch den Materialdienst der SVZ in Zürich. Sehr viel Werbematerial in verschiedenen Sprachen wurde auch anlässlich der zahlreichen internationalen Kongresse, die im Jahre 1950 in der Schweiz stattfanden, verteilt.

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

- a) Eingang und Versand der Regional- und Kurortsprospekte, der Transportanstalten, Bäder, der speziellen Werbemittel für Erziehung und Sport, allgemeine Führer u. a. m. inkl. Versand der SVZ-Publikationen (Broschüren und Prospekte) 4 450 000 Ex.
- b) Plakate, herausgegeben durch die Verkehrsvereine und Transportanstalten, inkl. Versand der SZV.-Plakate 85 000 Ex.

Der Versand der vorerwähnten Imprimate nach dem Ausland erforderte 1605 Kisten, 1626 Postpakete und 15 800 Drucksachenpakete mit einem Totalgewicht von zirka 175 Tonnen.

2. Pressewerbung

Nachdem für Schweizer Ferien in gewissen Ländern wieder vermehrt Devisen zur Verfügung stehen, haben wir in wohlabgewogenem Masse die Aktivität auf dem wichtigen Sektor der Pressewerbung verstärkt. In den USA wurde auf Grund eines Abkommens mit der amerikanischen Reklamefirma Foote, Cone & Belding, New York, eine ganzjährige Insertionskampagne in den wichtigsten Tageszeitungen und illustrierten Zeitschriften der Vereinigten Staaten durchgeführt. Für die in der Schweiz tätigen Angestellten dieser Firma haben wir Räume in unserem Geschäftssitz in Zürich zur Verfügung gestellt, was uns eine sehr enge Zusammenarbeit gestattet.

Für Europa erstreckte sich unsere Inseratenwerbung auf Frankreich, Belgien, England/Irland, Italien und Deutschland. Ferner fand eine besondere Werbung in den Schiffszeitungen der wichtigsten überseeischen Schiffahrtsgesellschaften statt.

Zu Beginn der Sommersaison wurde in der Schweizer Presse eine besondere Inseratenkampagne gemacht, um dem einheimischen Ferienpublikum die Vorzüge unserer Kurorte in Erinnerung zu rufen, und im Winter wiesen wir mit einer gleichen Aktion auf die Verbilligung der Skischulen hin. Die Zeitungspropaganda der Regionen und Kurorte haben wir wiederum durch Gewährung eines Beitrages an die Insertionskosten unterstützt. Unsere Presseabteilung pflegte während des Berichtsjahres eine besonders enge Zusammenarbeit mit der New York Herald Tribune und arbeitete Themenvorschläge für die „France Illustration“ aus. Der Pressechef nahm ferner teil an Reisen mit belgischen und holländischen Journalisten.

Der Artikeldienst wurde im Berichtsjahr neu gegliedert; ältere, nicht mehr verwendbare oder sonst überholte Artikel wurden ersetzt und solche, die sich weiter zum Versand eignen, neu vervielfältigt. Unser Archiv umfasste Ende Dezember 1950 406 Artikel in deutscher, 218 in französischer und 161 in englischer Sprache. Hinzu kamen einzelne Artikel in anderen Sprachen, wie z. B. spanisch und portugiesisch. 1950 wurden insgesamt 124 Artikel in Deutsch, 107 in Französisch und 76 in Englisch neu bestellt, bzw. redigiert, vervielfältigt und versandt. Sie umfassen alle Gebiete, über welche sich unsere Werbung erstreckt, in erster Linie die einzelnen Regionen, Frühling, Sommer, Herbst und Winter, die Verkehrsmittel usw. Darin eingeschlossen ist eine Serie von Aufsätzen, welche zu Beginn eines jeden Monats veröffentlicht wurden und einerseits die sportlichen Anlässe, andererseits kulturelle und volkstümliche Veranstaltungen des nächstfolgenden Monats zum Inhalt nahmen. Die Publikation dieser Artikel, die als Neuerung allseits gut aufgenommen wurde, erfolgte erstmalig im Laufe des Berichtsjahres.

3. Radio

Wie bis anhin wurden jeweils am Freitag über Radio Beromünster die Verkehrsmittelungen durchgegeben. In verdankenswerter Weise

haben sich die Studios in ihren Programmen mit touristischen Themen befasst und damit die Hörer am Fremdenverkehr indirekt interessiert. Als besondere Aktionen unter Mitarbeit der SVZ erwähnen wir die Sendung von Monte Ceneri über den Wintersport im Engadin, dem Gotthardgebiet und dem Wallis, die Betreuung von Radio München für eine Schweizer Reise „Auf den Spuren Platens“, mehrere einstündige Emissionen, sowie ein Interview über den Fremdenverkehr. Für Radio Vancouver in Kanada wurde durch Vermittlung des Kurzwellendienstes die Betreuung von Mrs. Ellen Harris (Vancouver) übernommen. Zudem wurden Platten und Literatur für eine Schweizer Emission geliefert. Radio Lausanne veranstaltete eine Emission über die Besteigung des Matterhorns, an welcher sich die Zweigstelle Lausanne aktiv beteiligte. Die propagandistische Auswertung dieser Emission, namentlich in den anglikanischen Gebieten, darf als ungewöhnlich gross bezeichnet werden. An Pressebelegen hierüber konnte Radio Lausanne drei ganze Bände zusammenstellen. Es fanden mit unserer Unterstützung auch zahlreiche Emissionen in englischer Sprache statt, und zwar über verschiedenartige touristische, kulturelle und volkswirtschaftliche Themen. Aus der vielseitigen Tätigkeit der Studios im Dienste der Verkehrswerbung sei erwähnt, dass pro 1950 z. B. das Studio Bern 160 Sendungen mit verkehrspropagandistischem Einschlag durchgeführt hat, nämlich 85 Plaudereien und Vorträge, 45 reine Propaganda-mitteilungen, 15 Heimatsendungen und 15 Regionalsendungen.

Die ausgedehnte Tätigkeit und Reichweite des Kurzwellendienstes SRG geht aus der Tatsache hervor, dass 1950 nicht weniger als 15 173 Hörerbriefe eingingen, so u. a. 3616 aus England, 1889 aus den USA., 1210 aus Schweden, 1188 aus Spanien, 406 aus Neuseeland, 380 aus Kanada, 365 aus Australien usw.

4. Eigene Presseorgane

a) *Revue „Die Schweiz“*

Unsere im Inland wie im Ausland in grosser Auflage verbreitete, von den vielen Fahrgästen der Schweizer Bahnen stets mit Interesse zur Hand genommene und studierte Reisezeitschrift „Die Schweiz“

erschien wie im Vorjahr in 12 Ausgaben. Hinsichtlich der redaktionellen Gestaltung wie der äusseren Aufmachung präsentierte sich die Hefte in ähnlicher Weise wie 1949; die zahlreichen schönen Photographien, die interessanten Reportagen aus dem Gebiet des Verkehrs, des kulturellen Lebens, des Wintersportes wie des sommerlichen Ferienbetriebes fanden berechtigte Aufmerksamkeit seitens der Leser. Die regelmässig erscheinende Rubrik „Die Wanderung — resp. die Skitour des Monats“ fand ihre Fortsetzung; zahlreiche Anfragen bezeugten uns das Interesse, das für diese Art Publikation vorhanden ist und das eine gelegentliche Zusammenfassung in gesonderter Broschüre eventuell als wünschbar erscheinen lässt. Regelmässig erschien weiterhin die Seite der „touristischen Rundschau“. Modeseiten und Reportagen, die speziell die Leserinnen interessierten, wurden eingefügt. Auch die Institutionen der SZV fanden die gebührende Berücksichtigung.

Einzelne Hefte waren schon wie im Vorjahr thematisch aufgebaut. So widmete die Februar-Ausgabe mehrere Seiten einer Betrachtung des Schweizer Hotels. Das Mai-Heft war im wesentlichen dem Jura — sowohl dem deutschschweizerischen wie dem welschen Teil — gewidmet; dem Juni-Heft gab die Vielfalt der Schweizer Seen Rahmen und Inhalt. — Die 12 in vier, teilweise fünf Sprachen redigierten Hefte erschienen in Auflagen von zirka 20 000 bis 22 000 Exemplaren, wovon gut 15 000 mit vorwiegend deutschen, französischen und italienischen Texten im Inland, der Rest mit vorwiegend französischen und englischen Texten im Ausland zum Versand gelangten.

b) Pressedienst

Das gelbe Verzeichnis der Veranstaltungen wurde als Separatdruck aus der Revue unter dem Namen „Veranstaltungen in der Schweiz“ elfmal veröffentlicht.

Der Auslandspressedienst wurde von der Zweigstelle Lausanne zirka alle 14 Tage in französischer Sprache redigiert und unter der Bezeichnung „Bulletin OCST“ vervielfältigt an die verschiedenen Interessenten versandt, in erster Linie an die Agenturen, welche den Stoff zu eigenen, ihrem Wirkungskreis angepassten Pressediensten

verarbeiteten. Insgesamt erschienen im Jahre 1950 22 Nummern des „Bulletin OCST“.

c) Mitteilungen

Die „Mitteilungen der SZV“, welche die Behörden, unsere Mitglieder und die übrigen Verkehrsinteressenten über unsere Tätigkeit und die sonstigen Belange des Fremdenverkehrs orientieren, finden überall starkes Interesse.

d) Auskunftsdiensst

Auch 1950 wurde der dem Pressedienst angegliederte Auskunftsdiensst in überaus vielfältiger Weise benutzt. Zahlreiche Anfragen vor allem hinsichtlich Reisen und Aufenthalt in der Schweiz, Unterkunft in Hotels, Pensionen und Mietchalets, Festanlässen, Fachschulen und Universitäten, Sanatorien und Erholungsheimen, gingen aus fast allen europäischen Ländern sowie aus den USA., aus Südamerika, Australien, Indien und Südafrika ein und wurden beantwortet. Zeitraubende Nachforschungen waren mehr als einmal dafür erforderlich, vor allem auch beim Ausfüllen seitenlanger Fragebogen, die uns mehrfach von ausländischen Buchverlagen, Fachorganisationen, Behörden usw. gesandt wurden und bis über 100 Anfragen enthielten.

5. Filmwerbung

Der Filmdienst der SZV ist 1950 stark erweitert worden, da die Nachfrage aus dem Ausland dauernd zunimmt. Es wurden 140 Kopien von 35 und 16 mm neu erstellt und unter die Agenturen sowie die Schweizer Gesandtschaften und Konsulate verteilt. Für die letzteren wurde eine Zirkulationsliste beigegeben, damit diese Filme einer möglichst grossen Zahl von Zuschauern vorgeführt werden können. Unser Filmdienst unterhält damit praktisch mit allen diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz einen dauernden Kontakt. Während des Berichtsjahres wurden sechs neue Filme in je einer deutschen, französischen und englischen Ausgabe erstellt, und zwar der 16-mm-Farbenfilm „Herbst in der Schweiz“, der Dokumentarfilm „Der Rhein“, die beiden Winterfilme „Eislauf“ und

„Ferien im sonnigen Schnee“, der 16-mm-Tonfarbenfilm „Schweizer Feste“ und der Aktualitätenfilm „Schweizer Bilderbogen“. Nach wie vor besorgt die Schweizerische Schmalfilm-Zentrale in Bern die Ausleihe unserer Filme im Inland. Unter der Bezeichnung „Film-Panoram“ werden heute in der Schweiz und im Ausland vorführungs-bereite 16-mm-Filmstreifen von 30 m Länge mit touristischen Sujets verkauft, die unserem Negativmaterial entnommen sind. Der Preis dieser Filme ist ungefähr derselbe wie für einen unbelichteten Film gleicher Länge. Bei den Filmamateuren des Auslandes haben diese Filme bereits einen grossen Anklang gefunden.

6. Vortragsdienst

Unsere Leihserien wurden insgesamt 130mal an Schulen und Vereine im Inland abgegeben. Eine Serie „Schweizer Heilbäder“ ist neu zusammengestellt und in Umlauf gesetzt worden. Eine Reihe von sechs neuen Serien für die Agentur New York ist zurzeit noch in Arbeit. Leider verstarb während des Berichtsjahres unser eifriger Mitarbeiter für Vorträge in flämischer Sprache, Herr De Waele, in Brüssel. Er konnte durch eine qualifizierte Persönlichkeit ersetzt werden, so dass die Vortragstätigkeit in Belgien nur einen kurzen Unterbruch erlitt.

7. Photodienst

Der Photodienst der SZV lieferte während des Berichtsjahres 14 800 Vergrösserungen aller Formate. Das Archiv wurde durch 1600 Aufnahmen ergänzt, wobei nach Möglichkeit alle touristischen Regionen berücksichtigt wurden. Neben anderen Themen wurde diesmal der Autotourismus auf den Alpenstrassen speziell bearbeitet, so dass wir heute für dieses Gebiet über erstklassiges Photomaterial verfügen. Mit Erfolg haben wir uns für Grossformate auch der Farbenphotographie gewidmet. Zahlreich waren die Besuche ausländischer Journalisten bei unserem Photodienst, der ihnen das nötige Material zur Illustrierung ihrer Artikel zur Verfügung stellte. Für unseren eigenen Artikeldienst, der 1950 um 150 Manuskripte über die verschiedenartigsten Themen bereichert wurde, stellten wir ebenfalls das hierzu nötige Bildermaterial zusammen. Unser

Cliché-Dienst erfreut sich wachsender Beliebtheit: über 300 Clichés wurden leihweise zur Illustrierung verschiedenster Publikationen im In- und Ausland abgegeben.

8. Ausstellungen und Messen

a) Ausland

Unsere Zentrale hat im Jahre 1950 an folgenden internationalen Messen und Ausstellungen für den schweizerischen Fremdenverkehr geworben:

Foire de Nice, 25. Februar bis 13. März

Musikdosen- und Tanzpuppenausstellung in New York, 18. März bis 15. April

Mustermesse Frankfurt, 19.—24. März

Uhrenausstellung Köln, 20.—31. März

Ausstellung an der „International School of Art“ in New York, 1.—20. April

Salon National des Sports à Paris, 3.—19. April

Fiera di Milano, 12.—30. April

Foire de Lyon, 15.—24. April

Schweizer Plakatausstellung in Mailand, 20.—30. April

Foire de Bruxelles, 29. April bis 14. Mai

Exposition de motifs suisses à Nova-Friburgo, 29. April bis 20. Mai

Schweizer Plakatausstellung in Turin, 10.—21. Mai

Foire de Paris, 13.—29. Mai

Mustermesse Prag, 14.—28. Mai

Schweizerwoche Kopenhagen, 16.—24. Mai

Third Annual World Trade Fair San Francisco, 23.—28. Mai

Foire de Grenoble, 3.—12. Juni

Foire de Lille, 10.—25. Juni

Mustermesse Barcelona, 10.—30. Juni

Ausstellung „Das internationale Plakat der Gegenwart“ in Berlin, Juni

Musikdosen- und Tanzpuppenausstellung in Atlantic City, 15. Juni bis 15. September

San Diego County Fair in Del Mar-San Diego, 30. Juni bis 9. Juli

First United States International Trade Fair Chicago, 7.—20. August

Handels- und Industrieausstellung Elisabethville, 12.—21. August

Industrie-Ausstellung Domodossola, 12.—27. August
Deutsche Puppentheater-Woche Kassel, 28. August bis 2. September
California State Fair Sacramento, 31. August bis 10. September
Foire de Gand, 9.—24. September
Mustermesse Frankfurt, 17.—22. September
Internationale Plakatausstellung in Philadelphia, 18.—30. September
Mustermesse Zagreb, 23. September bis 8. Oktober
Internationale Ausstellung Windhoek, 28.—29. September
Deutsche Industrie-Ausstellung Berlin, 1.—15. Oktober
Exposition Touristique Européenne Rosario, 17.—31. Oktober
Ausstellung der British Puppet & Model Theatre Guild in London,
28. Oktober bis 11. November
Eisenbahnausstellung in Den Haag, 1. November bis 15. Dezember
Exposition de Camping Lisbonne, 6.—19. November
Schweizer Plakat-Ausstellung in Buenos-Aires, Oktober,
in Montevideo, November
Wander-Ausstellung „Das Schweizer Plakat“ in Den Haag (6. bis
20. Januar) — Manchester (31. Januar bis 21. Februar) — Bir-
mingham (27. Februar bis 4. März) — Cardiff (8.—19. März) —
London (23. März bis 6. April und 14.—28. April) — Kopenhagen
(16.—28. Mai) — Brüssel (24. Juni bis 9. Juli) — Esch (12. bis
27. August) — Paris (30. September bis 22. Oktober) — Bordeaux
(10. bis 27. November)
Mitwirkung an den Schweizerischen Buchausstellungen in Seattle
(10.—24. Januar) — San Francisco (16.—28. Januar) — München
(12.—25. März) — Stuttgart (9.—22. April) — Köln (7.—20. Mai)
— Helsinki.

b) Inland

Schweizer Mustermesse Basel, 15.—25. April
Ausstellung „Die Schweiz als Reiseland“ Zürich, 15. April bis 14. Mai

9. Plakatierung

Einsatz von rund 13 500 Regionalplakaten von Alois Carigiet:

- a) mit Ueberdruck „La Suisse, Paradis de Vacances“
für die Sommer- und Herbstwerbung 500 Serien

- b) mit Ueberdruck für die Ausstellung „Die Schweiz als Reiseland“, im Helmhaus Zürich 110 Serien
- c) blanko, für Spezialaktionen der Agentur London. 540 Serien
- d) blanko, für diverse Agenturen 345 Serien

Für die Spezialaktion „50 Schweizer Franken für längere Winterferien“ des Schweizer Hotelier-Vereins erhielten die Agenturen total 4500 Winter-Kopfplakate von Richard Gerbig mit dem Aufdruck „Einmaliges Angebot...“ in deutscher, französischer, englischer und italienischer Sprache.

Zugunsten der Schweizer Skischulen wurden 5400 Exemplare des im Berichtsjahr 1948 herausgegebenen Kopfplakats 32/51 cm von Thöni eingesetzt, wovon für das Inland 2000 Exemplare mit einem besonderen Textaufdruck betr. Verbilligungsaktion versehen wurden. Ferner sind auch grössere Skischulplakate aus unseren Vorräten abgegeben worden.

Verteilung von rund 4000 SZV-Plakaten „Hengstli“ von Donald Brun sowie der vier Saison-Kopfplakate von Richard Gerbig.

Verwendung von Plakaten aus alten Beständen in Welt- und Normalformat für Spezialaktionen in Belgien, Dänemark (Schweizer Woche Kopenhagen), England und Frankreich.

10. Schaufensterwerbung

a) Ausland

In steter Zunahme sind Dekorationen in den Schaufenstern der Agenturen sowie bei Reisebureaux und Privatgeschäften eingerichtet worden. Zu diesem Zwecke wurden 50 weitere SZV-Baukästen in verbesserter Ausführung angeschafft. Die Verwendung dieser Baukästen hat den Agenturen erlaubt, für die Schaufensterwerbung auch in qualitativer Hinsicht bedeutende Fortschritte zu verzeichnen.

Sämtliche Agenturen sind regelmässig mit kompletten Serien photographischer Vergrösserungen im Formate 25/25 und 50/50 cm, thematisch geordnet und der Saison entsprechend, beliefert worden. Ferner wurden farbige Photomontagen sowie farbige Dekorationsstoffe bzw. -papiere und eine grössere Anzahl Photochrom-Bilder und Reiseandenken abgegeben.

b) Inland

Intensivierung der Schaufensterwerbung in der Schweiz durch Bedienung von Privatfirmen mit photographischen Vergrösserungen und Plakaten. Einsatz von vorhandenem Schaufenstermaterial bei Reisebureaux, Banken, Warenhäusern usw.

Durchführung einer Sommeraktion unter dem Thema „Alpinismus“ in den 16 Schaufenstern der Schweizerischen Kreditanstalt an der Bahnhofstrasse in Zürich vom 10. Juni bis 22. Juli 1950. Die gleichen Vitrinen standen uns auch für die Winterwerbung vom 22. Dezember 1950 bis 6. Februar 1951 zur Verfügung. Die Gestaltung erfolgte durch den Graphiker Fritz Keller und hatte das Thema „Winterferien in der Schweiz“ zum Gegenstand. Beide Aktionen verzeichneten durch ihre Neurartigkeit in Gestaltung und Dokumentation wiederum einen grossen Erfolg bei Presse und Publikum.

Grössere Werbeaktionen konnten wir u. a. während der Sommersaison bei den Grands Magasins Innovation S. A. in Lausanne und während der Schweizer Woche bei Robert Ober in Zürich durchführen.

11. Besondere Aktionen

In der ausländischen Presse erschienen, namentlich seit der Abwertung im Herbst 1949, in zunehmendem Masse Meldungen, in welchen die Schweiz als „fast unerschwinglich teures Reiseland“ im Vergleich zu anderen Ländern geschildert wurde. In Zusammenarbeit mit neun ihrer europäischen Agenturen führte daher die SZV einen Preisvergleich nach einheitlichen Richtlinien durch. Die Preise, welche ein Tourist der mittleren Einkommensklasse für Transport, Verpflegung und Unterkunft sowie für gewisse Extras und Nebenauslagen sowohl in der Grossstadt wie im eigentlichen Feriengebiet zu zahlen hat, wurden in neun ausländischen touristischen Regionen resp. Zentren ermittelt und mit den diesbezüglichen Preisen in der Schweiz verglichen. Diese Enquête hat mit aller Deutlichkeit gezeigt, dass heute die Schweiz bezüglich der Transport-, Verpflegungs- und Unterkunftspreise und teilweise auch der Extras durchaus auf einer mittleren Stufe steht. Ueberdies kann sie mit einer Vielfalt an touristischen Einrichtungen in allen Preislagen und durchwegs hohen

qualitativen Leistungen aufwarten. Durch unsere eigenen Organe sowie durch die Agenturen wurde diese Tatsache der Presse aller in Frage kommenden Länder zur Kenntnis gebracht. Hierüber sind uns eine grosse Zahl von Pressebelegen zugegangen. Wir können mit Genugtuung feststellen, dass seither die Bezeichnung der Schweiz als „teures Reiseland“ im Abklingen begriffen ist, umso mehr als auch die dauernd steigenden Preise im Ausland zu einem Ausgleich in den höheren Kategorien ganz wesentlich beitrugen.

Im Hinblick auf den seit Kriegsende erheblich zugenommenen ausländischen Autocarverkehr führten wir eine Erhebung über dessen Bedeutung für unseren Tourismus sowohl bei unseren Agenturen als bei den Mitgliedern des Verbandes Schweizerischer Kur- und Verkehrsdirektoren durch, die eine Reihe interessanter Tatsachen aufdeckte.

Für die Spezialaktion „50 Schweizer Franken für längere Winterferien“ des Schweizer Hotelier-Vereins gelangte vor allem im Ausland ein Schleuderprospekt, betitelt „Einmaliges Angebot“, in einer Auflage von 260 000 Exemplaren in deutscher, französischer, englischer und italienischer Sprache zur Verteilung.

Rund 1400 Serien zu 12 farbigen Kalenderbildern der Verlagsanstalten Calendaria AG. in Immensee, Gebr. Stehli in Zürich und Büchler & Co. in Bern sind angekauft und zum Teil an Agenturen, Gesandtschaften und Konsulate zum Versand gebracht worden. Sie dienen vor allem für Schaufensterdekorationen bei den Agenturen und ausländischen Reisebüros sowie als Wandschmuck bei den diplomatischen Vertretungen und weiteren Interessenten.

Erwähnenswert sind auch die Spezial-Schaufensterauslagen unserer Agenturen für die touristische Werbung anlässlich des Heiligen Jahres 1950.

IV. Werbegebiete

1. Eisenbahnverkehr

Soweit es für das Ausland bestimmt ist, wird das gesamte Werbematerial des Publizitätsdienstes der SBB, wie Plakate, Prospekte, Broschüren, Streckenkarten, Fahrpläne, Kalender usw., durch uns