

**Zeitschrift:** Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung  
**Herausgeber:** Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung  
**Band:** 11 (1951)

**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:** 12.02.2026

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

vom Bund beschlossene Reduktion der Skischul- und Bergführer-  
tarife wurde eine ähnliche Aktion durchgeführt, wozu für letztere  
noch ein Schleuderprospekt und ein Plakataufdruck hinzukam.

Auf Einladung der Automobilabteilung der PTT-Verwaltung fand vom 22.–30. September eine Studienfahrt über die wichtigsten Alpenpässe statt, an welcher 21 Beamte unserer Agenturen teilnehmen konnten.

Zahlreich waren auch während des Berichtsjahres die von uns organisierten Studienreisen ausländischer Reisebürofachleute und Pressevertreter, an deren Durchführung sich jeweils auch die SBB, die privaten Transportanstalten, die Fluggesellschaften, die Hotellerie, die Verkehrsinteressenten und in einigen Fällen auch das Eidgenössische Politische Departement, die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung, die Schweizerische Mustermesse in Basel, das Comptoir Suisse in Lausanne und die Industrie beteiligten. Wir erwähnen hier folgende Studienreisen:

- 14.–24. Januar: 13 Reisebürofachleute aus Frankreich;
- 24. Februar–8. März: 12 Reisebürofachleute aus Belgien;
- 5.–19. März: 13 Reisebürofachleute aus Irland;
- 30. März–26. April: 3 Gruppen zu 12 Reisebürofachleuten aus England;
- 11.–21. April: 6 Journalisten aus Brasilien;
- 30. April–6. Mai: 10 Reisebürodirektoren aus Kanada;
- 6.–12. August: 7 Südamerikanische Reisebürofachleute;
- 9.–11. September: 9 Journalisten aus dem Elsass;
- 11.–20. September: 3 Journalisten aus Jugoslawien;
- 7.–18. Oktober: 13 Beamte der American Automobil Association.

## **IV. Werbegebiete**

### **1. Eisenbahnverkehr**

Das gesamte Werbematerial des Publizitätsdienstes der SBB sowie der Privatbahnen, wie Plakate, Broschüren, Prospekte, Streckenkarten, Fahrpläne, Kalender usw., welches für das Ausland bestimmt ist, wird durch uns an die Agenturen verteilt. Von diesen letzteren

gelangt es durch Hunderte von Kanälen an die Reisebüros und sonstigen Verkehrsinteressenten der einzelnen Länder. Wiederum haben unsere Agenturen den Belangen unserer Bahnen in ihren Werbedrucksachen einen breiten Raum reserviert. Die Fahrpläne und Tarife nach den wichtigsten Städten und Ferienzentren sind in den Prospekten und Zirkularen veröffentlicht worden. In den Ausstellungen und Schaufenstern wird mit Photovergrösserungen und Modellen intensiv für unsere Transportanstalten geworben. Das Agenturpersonal bemüht sich auch, teilweise von Beamten der SBB und der Privatbahnen unterstützt, das Personal der privaten Reisebüros mit den Tarifen und Billetsorten noch enger vertraut zu machen. Durch den Presse- und Photodienst sowie durch unsere Reisezeitschrift «Die Schweiz» wurde eine weitere intensive Werbung für die Bahnen im In- und Ausland entfaltet. Im Jahrgang 1951 dieser Zeitschrift erschienen u. a. folgende, reich illustrierte Reportagen aus dem Gebiete des Eisenbahnwesens: Ausbau auf Doppelspur und der Elektrifikation, neue Schwebef- und Sesselbahnen, neue Pneu-, Kino- und Eichwagen der SBB, Schneeräumung auf der Gotthardstrecke, die Gebirgsbahnen im Kampf gegen den Winter, Nationale Container-Ausstellung, internationale Rundreisezüge, neuer Fahrplan, verschiedene Eisenbahnjubiläen, die SBB als Mittlerin im Güterverkehr, die Eisenbahn als Sozialunternehmer u. a. m.

## 2. Strassenverkehr

Die im Vorjahr mit französischem und englischem Text herausgegebene offizielle Strassenkarte konnte der Nachfrage über den Autotourismus auch während des Berichtsjahres genügen. Vorarbeiten für eine entsprechende Ausgabe dieser allseits geschätzten Karte mit deutschem und italienischem Text wurden durchgeführt. Unter dem Titel «Was muss der ausländische Gesellschaftswagenbesitzer von der Schweiz wissen?» gaben wir in deutscher, französischer und italienischer Sprache ein vervielfältigtes Merkblatt heraus, das von unseren Agenturen in Frankreich, Belgien, Italien, Holland und Deutschland allen Carunternehmungen, die Reisen nach der Schweiz organisieren, verteilt wurde. Diesem Merkblatt wurde noch eine

besondere Karte der Polizeiabteilung des Eidgenössischen Justiz- und Polizeidepartementes beigelegt. Ein weiteres Merkblatt mit allen den Velotouristen interessierenden Informationen wurde in deutscher, französischer und englischer Sprache redigiert und ebenfalls den Agenturen für Informationszwecke zur Verfügung gestellt. Auch die Vorschriften betreffend die Wohnanhänger für Personenwagen wurden in zweckdienlicher Form zusammengestellt. Unser Photodienst hat sein Archiv an Sujets über den Autotourismus, insbesondere über die Alpenstrassen, ergänzt und ausgebaut. Die Strasseninformationsblätter des TCS und des ACS sowie die Karten und Führer dieser beiden Verbände sind den Agenturen wiederum zugestellt worden, wo sie für den Auskunftsdiensst eine wertvolle Hilfe leisten. Eine grössere Zahl von Itinéraires ist vom ACS übernommen worden; diese können nunmehr von Interessenten in unseren europäischen Agenturen käuflich erworben werden. Besonders haben sich auch unsere Agenturen für die Propagierung der Fahrten mit den Reiseposten der PTT über die Alpenpässe eingesetzt.

### **3. Schiffsverkehr**

Von verschiedenen neuen Sujets aus dem Gebiete unserer Personenschiffahrt wurden Vergrösserungen angefertigt und den Agenturen und Reisebüros für Schaufenster zur Verfügung gestellt. Auch auf den von der SZV eingerichteten Ausstellungsständen ist der Schiffahrt auf unseren Seen der ihr gebührende Platz eingeräumt worden.

### **4. Luftverkehr**

Auch während des Berichtsjahres konnte die Zusammenarbeit mit der Swissair weiter ausgebaut werden. Neben der Generalvertretung der Swissair, die wir in Frankfurt, Wien, Kairo und Lissabon bereits übernommen haben, hat sich nunmehr auch die Swissair-Vertretung in die Räume unserer Agenturen in Rom, Mailand, Nizza und San Francisco eingemietet und unterhält dort ständiges Personal. Andererseits sind die Vorarbeiten in die Wege geleitet worden, damit die Interessen der SZV auch in den neuen Swissairvertretungen in

Kopenhagen, Los Angeles und Chicago wahrgenommen werden können. Unser Werbematerial, vor allem Broschüren und Plakate, wurden in grossen Mengen den ausländischen, nach der Schweiz fliegenden Luftverkehrsgesellschaften zur Verfügung gestellt, was uns eine sehr wertvolle zusätzliche Propagandamöglichkeit besonders in überseeischen Gebieten bot. Gemeinsam mit den Luftverkehrsgesellschaften Swissair, TWA, KLM, SAS und BEA wurde eine grössere Zahl von Studienreisen für ausländische Reisebüro-Fachleute und Journalisten auch im Berichtsjahr durchgeführt.

## 5. Bäderwerbung und Klimatologie

Die Heilbäderwerbung ist wie üblich in enger Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Badekurorte besorgt worden. Das im letzten Jahre gut aufgenommene «Kleine Bäderbuch» konnte dieses Jahr auf französisch (Petit Guide Thermal Suisse) und englisch (Pocket Guide to the Swiss Spas) herausgegeben werden. Ebenso wurde das Plakat Hubacher fertiggestellt. Auf mehrfachen Wunsch von Interessenten in schweizerischen Badekurorten wurde eine Studienreise in deutsche Heilbäder organisiert, die starkes Interesse gefunden hat.

An der Gesundheitsausstellung in Köln beteiligten wir uns mit einer wohlgelungenen Darstellung sowie mit Filmvorführungen für die Heilbäder und Klimaorte.

Eine neue Indikationsliste für die Schweizer Heilbäder wurde in Arbeit genommen, und die Bereinigung dieser umständlichen und zeitraubenden Aufstellung dürfte in das nächste Jahr fallen.

Am Allergiekongress in Zürich waren wir beteiligt.

Für den Neudruck der Sanatoriumsbroschüre wurden die neuesten Angaben und Ergänzungen gesammelt.

Mit dem Verband der Höhen- und Klimakurorte standen wir in enger Beziehung und konnten auch hier die Indikationen für die klimatologischen Vorzüge unserer Kurorte in Bearbeitung nehmen.

In Verbindung mit dem Tropeninstitut in Basel wurde ein Traktat «L'Influence du climat alpin sur les maladies tropicales» herausgegeben.

## 6. Sport

Für die Skischulen wurde erstmals auf Grund einer Bundes-subvention eine wesentliche Ermässigung der Taxen ermöglicht. Dem Bericht des Skischulverbandes entnehmen wir, dass für den Winter 1950/51 diese Ermässigung eine Zunahme der Halbtagslektionen um 43% bewirkte, wobei Kinderklassen besonders stark frequentiert wurden. Ein schlüssiger Beweis über die Zunahme an Logiernächten ist auf Grund der Ergebnisse nicht möglich. Wir haben jedoch für diese Skischulaktion unsere sämtlichen Werbemittel intensiv eingesetzt.

Auf Grund der Tarifermässigung konnte für alle schweizerischen Skischulen das Tarifwesen nunmehr einheitlich geregelt werden, sodass jetzt nur noch drei Tarifiklassen bestehen.

Der übliche Skischulleiterkurs fand dieses Jahr anfangs Dezember in Davos statt, unter Beizug von Radio (Kurzwellendienst) und ausländischen Pressevertretern (Deutschland, Italien, Belgien, England).

Für das Jugendskilager in der Lenk wurden in Verbindung mit dem Skischulverband 10 Knaben aus England zu einem Gratis-aufenthalt eingeladen.

Im Hinblick auf die Bedeutung, die nun der deutsche Tourismus wieder erlangen dürfte, wurde eine Änderung der wöchentlichen Schneeberichterstattung an die deutschen Reisebüros eingeführt, indem die Meldung durch Fernschreiber an unsere Agentur in Frankfurt gemeldet und von dort noch gleichentags an 600 Reisebüros in Deutschland weitergeleitet wird.

Auch für die Bergführer wurde für den Sommer 1951 eine Bundes-subvention gesprochen, die eine Ermässigung der Führertaxen von 30% ermöglichte. Der dafür vorgesehene Betrag wurde nur zum Teil aufgebraucht. Grund dafür ist der etwas verspätete Einsatz und die ungünstige Witterung zu Beginn des Sommers. Der Schweizerische Bergführerverband erklärt aber, dass diese Aktion für den Stand der Bergführer dennoch von positivem Erfolg begleitet gewesen sei. Wir haben eine Sonderwerbung für Alpinismus und Bergführerwesen eingesetzt, um das Bestmögliche für diese Aktion zu erzielen.

Auf dem Gebiete der Wanderwege ist ein erfreulicher Ausbau im Wallis zu verzeichnen. Ferner interessiert sich nun auch die Alliance Internationale du Tourisme für Wanderwege und hat eine besondere Kommission dafür eingesetzt und der Schweiz einen Sitz eingeräumt. Als erstes Projekt ist die Tour du Mont Blanc mit Einbezug der Schweiz vorgesehen.

## 7. Erziehung

Von der allgemeinen Wiederbelebung des ausländischen Reiseverkehrs nach der Schweiz hat das private Erziehungswesen leider nicht in der erhofften Weise profitieren können. Die politische Lage scheint sich in einer gewissen Zurückhaltung der Eltern, Kinder für längere Zeit ins Ausland zu schicken, auszuwirken. Dies trifft namentlich für die Vereinigten Staaten zu. Ebenso sind die Erwartungen, die man bezüglich der englischen und holländischen Kundenschaft hegte, enttäuscht worden. Hingegen ist eine erfreuliche Zunahme von Schülern aus Italien in den Instituten der Westschweiz und solchen aus Deutschland in der Nord- und Ostschweiz festzustellen. Die Frequenz der Kinderheime blieb stabil; während in den Ferienzeiten vielfach den zahlreichen Nachfragen kaum entsprochen werden kann, bestehen oft Schwierigkeiten, eine gute mittlere Jahresfrequenz zu erzielen. Auch die Besucherzahl der Universitäts-Ferienkurse ging wegen der politischen Lage zurück, so mussten diejenigen der «Summer School» in Zürich mangels amerikanischer Schüler gänzlich abgesagt werden, während sich in Freiburg nur eine relativ kleine Zahl von Besuchern einstellte. Eine gewisse Konkurrenz von seiten solcher Kurse in Deutschland und Österreich ist unverkennbar. Hingegen erfreuten sich die Kurse in französischer Sprache an den westschweizerischen Universitäten durch deutsche und italienische Studenten einer erfreulichen Besucherzahl. Die Zweigstelle Lausanne hat nichts versäumt, um die mannigfaltigen Vorteile unseres privaten Erziehungswesens bei jeder sich bietenden Gelegenheit in Erscheinung treten zu lassen. So gelang es ihr zahlreiche ausländische Professoren, Journalisten, Diplomaten, Reisebürofachleute usw. zur Besichtigung unserer Schulen, Institute und

Heime zu veranlassen. Auch unsere konsularischen und diplomatischen Vertretungen liessen uns hierfür eine tatkärfige und erfolgreiche Unterstützung angedeihen. In dieser Hinsicht möchten wir besonders das Schweizerische Generalkonsulat in New York erwähnen. Die Zweigstelle bereitete im Herbst die Neuauflage des Führers durch das private Erziehungswesen vor, der anfangs 1952 zum Versand kommen wird. Zur Propagierung des Universitätsstudiums wurden folgende Aktionen während des Berichtsjahres durchgeführt: Herausgabe eines Plakates für die Sommerkurse der Universitäten Genf, Fribourg, Lausanne, Neuchâtel und Zürich sowie einer Broschüre «Swiss Universities» in englischer Sprache, Aufstellung einer Liste für die Unterkunft von Studenten in den obgenannten Universitätsstädten, Bekanntgabe der Universitäts-Ferienkurse durch Pressebulletins, Radio und Plakate. Mit den massgebenden Persönlichkeiten des Zentralverbandes Schweizerischer Erziehungsinstitute und Privatschulen pflegten wir auch während des Berichtsjahres beidseits sehr fruchtbare Beziehungen.

## 8. Kulturwerbung

Auf diesem Gebiet wurde wie bis anhin mit den Förderern kultureller Bestrebungen, der Stiftung Pro Helvetia, dem Auslandschweizerwerk N. H. G., Heimatschutz und Trachtenvereinigung, den wissenschaftlichen Gesellschaften usw., sehr enger Kontakt gepflogen. Die Fühlungnahme erfolgte stets im Geiste enger Zusammenarbeit und im Bestreben, Doppelspurigkeiten zu vermeiden. Mehrmals konnten wir auch im Berichtsjahr unser Photo-, Klischee- und Dokumentationsmaterial den erwähnten Institutionen zur Verfügung stellen.

In unseren Drucksachen, durch den Photo-, Film- und Schaufensterdienst, wie in der Revue «Die Schweiz», kam unser Land mit seinen vielen kulturell bedeutsamen Institutionen, mit seinem Volksstum und mit seinen Kunstschatzen wiederum in ausserordentlich reichem Masse zur Geltung. Erneut liehen wir in starkem Masse unsere propagandistische Mitarbeit verschiedenen kulturellen Veranstaltungen, so den grossen Kunstausstellungen von internationalem

Niveau («Meisterwerke europäischer Malerei in Schaffhausen», «de Watteau à Cézanne» in Genf), dem Schweizerischen Trachtenfest in Luzern, dem Pen-Club-Kongress, der im Juni in Lausanne stattfand, der internationalen Tagung zur Kunstgeschichte des frühen Mittelalters, welche im September Kunsthistoriker aus aller Welt auf einer Reise vom Genfer See bis nach Graubünden vereinigte. Hier ist auch die 4. Internationale Kunstwoche zu erwähnen, die wir unter dem Patronat des Eidgenössischen Departementes des Innern im August organisierten und deren 30 Teilnehmer auf 8tägiger Fahrt die bedeutendsten Kunstdenkmäler der Kantone Basel und Bern, der Gegend um Zürich, des Aargaus und des Thurgaus kennenlernten. Wie ihre Vorgängerinnen hatte auch diese Veranstaltung einen ausgezeichneten, nicht zuletzt propagandistischen Erfolg aufzuweisen.

Die Musik- und Kunstwochen wurden in einem im März publizierten vierseitigen Prospekt propagiert, welcher auf die wesentlichsten Anlässe, die Mitwirkenden und in grossen Zügen auf die Programme aufmerksam machte. Der Prospekt erschien in einer Gesamtauflage von 80000 Exemplaren in deutscher, französischer und englischer Version.

Eine ebenfalls in drei Sprachen (deutsch, französisch und englisch) herausgegebene Broschüre befasste sich in Wort und Bild mit einer grossen Anzahl von Volksbräuchen und Volksfesten, die vom Frühling 1951 bis Frühling 1952 in der Schweiz stattfanden und deren Daten und charakteristischen Züge genannt wurden.

Die Revue «Die Schweiz» widmete sich auf speziell kulturellem Gebiete u. a. der Ausstellung «Meisterwerke der französischen Tapisserie» in Basel, dem Museum der Stiftung Oscar Reinhart in Winterthur, den eidgenössischen Jubiläen von Zürich, Basel und Schaffhausen, musealen Schätzen in Basel, Genf und Bern, dem Naturschutz am Thuner See, dem Städtchen Gruyères, dem Atlas der Schweizer Volkskunde, dann den verschiedenen Kunst- und Musikwochen, den Ausstellungen in Schaffhausen, Genf und Zürich, dem grossen Trachtenfest in Luzern, dem Kunstschatz und Schweizerischen Kunstdenkmälerwerk, dem Schweizer Konzertwinter usw. Die regelmässig erscheinende Theaterchronik verdient ebenfalls Erwähnung.