

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Band: 12 (1952)

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: 13.01.2026

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

Marshallplanverwaltung betraut ist, konnte die Weiterführung dieser wichtigen und erfolgreichen Aktion auch für 1953 sichern. Die Kommission studierte u. a. die Möglichkeit, eine europäische Kollektivwerbung auch in Südamerika durchzuführen. Herr Direktor Bittel amtete auch 1952 als Mitglied des Exekutivkomitees der »Union Internationale des Organismes Officiels du Tourisme«.

III. Werbung und Werbemittel

1. Drucksachen und Materialdienst

Im abgelaufenen Jahre sind folgende SZV-Drucksachen erschienen:

Band I des Archivs der Fachkurse für Fremdenverkehr »Oeffentliche Dienste und gewerbliche Leistungen im Fremdenverkehr«, deutsch	1 000
Prospekt »Kunstfestwochen in der Schweiz«, deutsch, französisch, englisch	20 000
Geschenk-Enveloppen mit Alpenblumen- und Trachtenmotiven	28 600
Dekorationspapier mit Alpenblumen- und Trachtenmotiven in Bogen	4 700
Prospekt »The Influence of alpine climate on tropical diseases«, englisch	10 000
Prospekt »Switzerland a Pattern for Democracy«, englisch	1 200
Farbige Ansichtskarten, 10 Sujets (Nachdruck)	100 000
Broschüre »All about Switzerland« (Nachdruck), englisch	20 000
Broschüre »An Introduction to Switzerland«, englisch	50 000
Broschüre »Schweizerische Privatinstitute«, achtsprachig	15 000
Broschüre »Das kleine Bäderbuch« (Nachdruck), deutsch	3 000
Prospekt »Die Schweizer Bergführertarife um 30% ermäßigt«, deutsch, französisch, italienisch, englisch	210 000
Titelblätter der Revue »50 Jahre Schweiz. Bundesbahnen«, deutsch, französisch, englisch, italienisch	4 000
Titelblätter der Revue »Gesunde Kinder durch Schweizer Ferien«, Ausgaben Mai, Juni, Juli und August	19 200
Titelblatt der Revue April (Bäderwerbung)	3 000
Offizielle Straßenkarte der Schweiz, zweisprachig, deutsch/italienisch	100 000
Prospekt »Schweizer Heilbäder«, deutsch, französisch, englisch, holländisch	90 000
Broschüre »Die Schweiz im Sommer 1952« (Ereignisbroschüre), deutsch, französisch, englisch	20 000

Broschüre »Private Krankenanstalten in der Schweiz«, mehrsprachig (deutsch/französisch/englisch)	10 000
Broschüre »Die Schweiz im Winter 1952/53« (Ereignisbroschüre), deutsch/französisch/englisch	20 000
Broschüre »Die romantische Schweiz«, deutsch, französisch, englisch, italienisch	30 000
Neujahrskarten 1953, deutsch, französisch, englisch, italienisch	20 000
Broschüre »Winterferien in der Schweiz« (Nachdruck), deutsch, fran- zösisch, englisch, italienisch, spanisch, holländisch	120 000
Touristenkarte der Schweiz (Nachdruck), italienisch, englisch, hollän- disch	40 000
Mitteilungen der SZV, deutsch/französisch	8 800
Broschüre »La Svizzera nella Letteratura italiana«, italienisch	1 000
Winter-Kopfplakat farbig (Skilift/Schneider), blanko	20 000
Schleuderprospekt »Voyages en Suisse — Attribution de devises«, fran- zösisch	5 000
Plakat »Vos vacances en Suisse«, französisch	5 000
Winterplakat (Mädchen mit Ski), Tiefdruck, deutsch, französisch, eng- lisch, italienisch	15 000
Winter-Kopfplakat (Thöni), Kleinformat, für Schweizer Skischulen, blanko	11 000
Sommer-Kopfplakat (Schneider), blanko	20 000
Trachtenplakat (Wirth), 64×102 cm	10 680
Trachten-Stellplakat (Wirth), deutsch, französisch, englisch, italienisch, holländisch, portugiesisch, spanisch, blanko	20 000
Stellplakat »Gesunde Kinder durch Schweizer Ferien« (Separatdruck aus der Zeitschrift »Nebelspalter«)	1 000
Von den Agenturen herausgegebene Werbedrucksachen	393 000

Der Nachschub von Werbematerial der SZV, der schweizerischen Verkehrsinteressenten, der Transportanstalten und der Hotellerie an die SZV-Agenturen erfolgte laut Terminplan in drei Hauptsammel-sendungen.

Die diplomatischen und konsularischen Verteilungsstellen der Schweiz im Ausland wurden wiederum zweimal mit Werbematerial (Sommer und Winter) beliefert. Zusätzliche Materiallieferungen an eine große Zahl dieser Verteilungsstellen erfolgten auf Grund drin-gender Nachbestellungen.

Umfangreiche Materialzustellungen fanden ebenso an die unter Ziffer 8 erwähnten Ausstellungen und Messen zuhanden des dort jeweils eingerichteten Auskunftsdienstes statt.

An die Teilnehmer der zahlreichen in der Schweiz stattgefundenen Kongressen, Tagungen und Studienreisen wurde ausgewähltes Dokumentationsmaterial in verschiedenen Sprachen verabfolgt.

Private schriftliche und mündliche Anfragen nach Auskunfts-material aus dem In- und Ausland fanden in ca. 4500 Fällen ihre Erledigung. Mehrere Kisten mit Prospekt-, Plakat- und Auskunfts-material wurden im Berichtsjahr den Special Services der US-Army in Nürnberg und Wiesbaden sowie diversen Reisebüros in Südafrika und Australien für Spezialwerbeaktionen im Rahmen der britischen Krönungsfeierlichkeiten von 1953 zugestellt.

Der Verkauf von SZV-eigenem Material an schweizerische Verkehrsinteressenten und Buchhandlungen durch den Materialdienst fand 1952 eine erhebliche Zunahme.

Ueber den Umfang des im Berichtsjahr zur Verteilung gebrachten Werbematerials seien folgende Zahlen herausgegriffen:

- a) Eingang und Versand der Regional- und Kurortsprospekte, der Imprimate der Transportanstalten und Bäder sowie der speziellen Werbemittel für Sport und Erziehung, der allgemeinen Führer u. a. m. inkl. Versand der SZV-Publikationen (Broschüren und Prospekte), 6 095 000 Exemplare.
- b) Plakate, herausgegeben durch die Verkehrsvereine und Transportanstalten, inkl. Versand der SZV-Plakate, 129 220 Exemplare.

Der Versand der vorerwähnten Imprimate nach dem Ausland erforderte 1728 Kisten, 1663 Postpakete und 25 765 Drucksachen-pakete mit einem Totalgewicht von rund 198 Tonnen.

2. Pressewerbung

Unser Bestand an verkehrs- und kulturwerbenden Artikeln wurde im Laufe des Berichtsjahres durch eine große Anzahl neuer Aufsätze ergänzt, die — wie aus den uns zugegangenen Belegen ersehen werden kann — im In- und Ausland allseits gut aufgenommen und häufig wiedergegeben wurden. In deutscher Sprache erschienen 126, in französischer 116, in englischer 51 Artikel, wobei von den Agenturen direkt produzierte und versandte Texte nicht berück-

sichtigt sind. Sie umfaßten wiederum alle Gebiete, über die sich unsere Werbung erstreckt, vor allem die einzelnen Regionen und bestimmte in ihnen abgehaltene Anlässe, dann die Verkehrsmittel, Berge und Seen, die Schweiz im Ablauf der Jahreszeiten, folkloristische Beschreibungen sowie allgemeine Fragen des Fremdenverkehrs. In die Zusammenstellung einbezogen ist wie im Vorjahr eine Artikelserie, deren Aufsätze zu Beginn jeden Monates erscheinen und sich einerseits den sportlichen Manifestationen, andererseits den kulturellen Veranstaltungen des nächstfolgenden Monates widmeten. Das Archiv des Artikeldienstes ist mit diesen Texten auf weit über 1000 vervielfältigte Aufsätze angewachsen, die Zeitungen und Zeitschriften zur Verfügung gestellt werden.

Vermehrt wurde auch auf Bildberichte Gewicht gelegt, d. h. Texte wurden zusammen mit einer kleinen Bilddokumentation versandt. Diesem Zweig des Artikeldienstes, der allerdings von der Leistungsfähigkeit unserer Photoabteilung abhängt, soll inskünftig in erster Linie Aufmerksamkeit zukommen.

Zahlreiche Publikationen empfingen unsere Unterstützung durch speziell redigierte und zusammengestelltes Text- und Bildmaterial.

Auch dieses Jahr konnten wir eine stattliche Anzahl ausländischer Redaktoren, freie Journalisten und Schriftsteller in unserem Land willkommen heißen und sie während ihrer Reise durch die Schweiz betreuen. Wir konnten uns dabei der gut eingespielten Zusammenarbeit mit den regionalen und lokalen Verkehrsvereinen und den Werbediensten unserer Transportanstalten erfreuen. Die überaus zahlreichen Artikel und Reportagen dieser journalistischen Mitarbeiter bilden einen wertvollen Bestandteil unserer Pressewerbung im Ausland.

3. Radio

Unsere Verkehrsmittelungen unserer nationalen Sender erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit, und zwar nicht nur von Seiten der direkt Interessierten, die darin erwähnt werden, sondern, wie wir feststellen konnten, auch von Seiten der Hörerschaft. Wir sind dem Studio Zürich für seine intensive Mitarbeit sehr zu Dank verpflichtet. Die USA-Aktion der Akademischen Arbeitsgemeinschaft

ergab 20 Emissionen, die bisher von 30 Stationen abgenommen wurden. Damit dürfte diese Sonderaktion zu einem vorläufigen Abschluß gelangt sein.

Anlässlich der Begrüßung des 25 000. belgischen Ferienkindes im Melchtal erfolgte durch belgische Reporter eine etwa einstündige Radioaufnahme für den französischen und flämischen Sender Brüssel. Zum 25jährigen Jubiläum der Niederländischen Christlichen Reisevereinigung in Zürich war das holländische Radio vertreten, und die SZV konnte sich direkt an die Hörer wenden, unter besonderem Hinweis auf die touristischen Belange der Schweiz. Neben verschiedenen Emissionen, die entweder direkt oder durch Vermittlung der Schweizerischen Rundspruch-Gesellschaft über ausländische Sender ausgestrahlt werden konnten, möchten wir besonders die Großaktion des Skischulleiterkurses in Zermatt hervorheben. Es waren dort vertreten: 1 Reporter und 2 Techniker von Radio Lausanne; 2 Reporter (englisch und spanisch) des Kurzwellendienstes der SRG, Bern; 1 Reporter der BBC, London; 1 Reporter der Television London; 1 Reporter der Television Mailand; 1 Reporter des Senders RIAS, Berlin; 1 Reporterin des Hessischen Rundfunks, Frankfurt. Natürlich wird diese Aktion nicht Zermatt allein, sondern dem Schweizer Winter im allgemeinen zugute kommen.

An bezahlten Emissionen möchten wir auf 20 Sendungen hinweisen, die durch Radio Monte Carlo auf Grund fertig gelieferter Texte über die Schweiz ausgestrahlt wurden.

Mit dem Kurzwellendienst stehen wir ständig in engster Verbindung und finden von dort auch jeweilen die gewünschte Mithilfe für unsere Auslandswerbung.

4. Eigene Organe

a) Revue »Die Schweiz«

Unsere im In- und Ausland stets auf starkes Interesse stoßende Reisezeitschrift »Die Schweiz« konnte ihres 25jährigen Bestehens gedenken. Sie tat dies in einem Sonderheft, das im Juli erschien und sich in eine Reihe von inhaltlich wie gestalterisch einen Uebergang markierenden Spezialausgaben einfügte. Den Anfang dieser Num-

mern bildete das 56seitige Januarheft, das sich unter dem Titel »50 Jahre Schweizerische Bundesbahnen« ausführlich dem Entstehen, der Entwicklung, Betrieb und Verkehr unserer Staatsbahn widmete. Im Mai folgte ein der Jugend eingeräumtes Heft, dessen Seiten sich vor allem unseren sommerlichen Werbeslogan »Gesunde Kinder durch Schweizer Ferien« zu eigen machte. Die Septembernummer nahm »Die kulinarische Schweiz« zum Inhalt; eine grundlegende Aenderung erfuhr die Revue sodann im Oktober durch die graphisch-typographische Umgestaltung im Rahmen des Ueberblickes »Die Schweiz in römischer Zeit«, der, durch das anschaulich zur Geltung gebrachte Thema bedingt, einen starken Widerhall fand. In die Gegenwart führte das Novemberheft, welches dem künstlerischen Handwerk gewidmet war und von neuem den Willen zum systematischen Aufbau von Sondernummern dokumentierte.

Außer der graphischen Erneuerung, die auch die Mehrfarbigkeit der Text- und Bildseiten in sich schloß, erfuhr die »Schweiz« im Dezember endlich eine weitere prinzipielle Aenderung mit der Vereinheitlichung der Inland- und Auslandnummern; war bis dahin jedes der sechsmal jährlich erscheinenden Auslandhefte aus dem Inhalt zweier Inlandhefte zusammengestellt, wobei auf die Interessen der ausländischen Leser natürlich spezielle Rücksicht genommen wurde, so vereinfachte sich die Arbeit nun insofern, als jede zweite Inlandausgabe gleichzeitig auch als Auslandausgabe redigiert und direkt als solche übernommen wird. Das neue System der Herausgabe der Revue schließt auch eine nicht zu verachtende Kostenersparnis in sich. Nicht verändert gegenüber dem Vorjahr blieb die Auflage: 12 Inlandhefte zu je 15 000 und 6 Auslandhefte zu ebenfalls 15 000 Exemplaren.

b) Pressedienst

Der Auslandspressedienst wurde von der Zweigstelle Lausanne wiederum rund alle 14 Tage in französischer Sprache redigiert und unter der Bezeichnung »Bulletin OCST« vervielfältigt an die verschiedenen Interessenten verschickt, in erster Linie an die Agenturen, welche den Stoff zu eigenen, ihrem Wirkungskreis angepaßten

Pressediensten verarbeiteten. Im Jahre 1952 erschienen insgesamt 20 Ausgaben dieses Bulletins.

c) Mitteilungen

Die internen »Mitteilungen der SZV«, welche die Behörden, die Mitglieder des Parlamentes, die Mitglieder der SZV und die übrigen Verkehrsinteressenten laufend über unsere Tätigkeit und die sonstigen Belange des Fremdenverkehrs orientieren, erschienen während des Berichtsjahres achtmal. Sie finden überall starkes Interesse.

d) Auskunftsdiest

Der unserer Presseabteilung angegliederte Auskunftsdiest wurde auch im Jahre 1952 sehr rege und in überaus vielfältiger Weise benutzt. Zahlreiche Anfragen vor allem hinsichtlich Reisen und Aufenthalt in der Schweiz, Pensionen und Mietchalets, Schulen, Universitäten, Erholungsheime und Sanatorien gingen aus einem großen Teil Europas und auch in zunehmendem Maße aus überseeischen Ländern ein und wurden beantwortet.

5. Filmwerbung

Im Laufe des Jahres 1952 sind 179 Produktionen und 9 Kopien 35 mm hergestellt worden, welche an die SZV-Agenturen und diplomatischen Vertretungen der Schweiz im Ausland sowie für diverse Fernsehprogramme und die Zirkulation auf mehreren Ueberseedampfern eingesetzt wurden. Auch dieses Jahr stand unsere Filmwerbung im Zeichen des Farbenfilmes.

Im Sportfilm-Wettbewerb in Cortina d'Ampezzo erhielt die Produktion »Citius, Altius, Fortius« eine Medaille. Ferner wurde der Film »Die Aare« im europäischen Wettbewerb für touristische Filme 1952 mit einer Plakette ausgezeichnet.

Anlässlich des diesjährigen Aufenthaltes der amerikanischen Jungflieger in der Schweiz haben wir einen schwarz-weißen Schmalfilm aufnehmen lassen, den die Civil Air Patrol in einem Fernsehprogramm auswerten wird.

Diverse SZV-Filme trugen im Sommer dazu bei, in einem Lager belgischer Ferienkinder in Melchtal den jungen Gästen unser Land näherzubringen. Der 1951 vom französischen Produzenten Samivel in der Schweiz gedrehte Film »Cimes et Merveilles«, der dieses Jahr auch in einzelnen Städten unseres Landes vorgeführt worden ist, fand überall großen Beifall.

6. Vortragswesen

Unser Ausleihdienst an farbigen Diasseren in der Schweiz erfreut sich in Vereinen und Gesellschaften einer ständigen Beliebtheit. Als neue Serie konnten wir 50 farbige Dias mit Schweizer Trachten aufnehmen.

Neben den intensiven Vortragsdiensten, wie sie einige Agenturen betreiben (siehe Agenturberichte), wurden von uns aus besondere Referenten unterstützt, und zwar Sir Arnold Lunn für eine Vortragsreise nach den USA, die Herren Anton R. Lendi in Kanada und Direktor Käch, der drei schwedische Referate in Dänemark hielt. Mit einem Bildverlag konnte mit unserem Photomaterial ein Bildband (Strip) zu Vortragszwecken, Thema Schweiz allgemein, schwarz-weiß, erstellt werden. Das Bildband steht im Handel und kann für unsere Agenturen zum Selbstkostenpreis bezogen werden.

7. Photodienst

Während des ganzen Jahres herrschte wiederum von seiten der In- und Auslands presse eine rege Nachfrage für gutes Bildmaterial zur Illustrierung von Artikeln. So hat unser Photolaboratorium insgesamt 18 700 Vergrößerungen hergestellt, und zwar in den Formaten 18×24 und 30×30 cm.

Das Negativarchiv wurde mit 1040 Neuaufnahmen ergänzt. Auch die Farbenphotos-Kollektion ist mit neuen Aufnahmen bereichert worden. Themen verschiedenster Art sind dabei vertreten, und zwar

von Landschaften bis zu kompletten Reportagen über diverse Sujets. Dieses Material wird regelmäßig an unsere Agenturen sowie an die Presse geschickt, aber auch an ausländische Journalisten, welche auf ihren Schweizer Reisen unsere Büros aufsuchen, abgegeben.

Der Artikeldienst hat 296 neue Texte, von namhaften Schriftstellern und Fachleuten verfaßt, in verschiedenen Sprachen vervielfältigt und im In- und nach dem Ausland verschickt, wo sie überall gute Verwendung fanden und wovon die große Zahl von Belegexemplaren Zeugnis ablegt. Dieses Material wird jeweils von uns gesichtet und klassiert.

Der Clichédienst hat auch dieses Jahr befriedigend funktioniert. 378 Clichés, etwas mehr als im Vorjahr, sind an die Presse teils gratis, teils zu den üblichen Leihgebüren abgegeben worden.

8. Ausstellungen und Messen

Unsere Zentrale hat im Jahre 1952 an folgenden internationalen Messen und Ausstellungen für den schweizerischen Fremdenverkehr geworben:

a) Ausland

Photoausstellung »Images de Suisse« in Nizza, 19. Januar bis 3. Februar

Schweizer Woche in Helsinki, 9.—19. Februar

Photoausstellung »Images de Suisse« in Marseille, 9.—24. Februar

Puppenspiel-Ausstellung in München, 9.—29. Februar

Ausstellung »Schweizer Graphik der Gegenwart« in Helsinki, 21. Februar bis 6. März

Swiss Holiday Exhibition in Sheffield, 1.—10. März

Photoausstellung »Regards sur la Suisse« in Bordeaux, 1.—16. März

Foire de Nice, 1.—17. März

Ideal Home Exhibition in London, 3.—29. März

Internationale Messe in Frankfurt a. M., 9.—14. März

Jan van Riebeck Festival Fair in Capetown, 14. März bis 5. April

Internationale Blumenschau in New York, 16.—22. März
Ausstellung »Touring Switzerland« in Croydon, 17.—21. März
Ausstellung »Die schöne Schweiz« in Bonn, 17.—29. März
Kollektivschau »Buchsaffen in der Schweiz« in Wien,
21.—28. März
Photoausstellung »Regards sur la Suisse« in Toulouse, 22. März bis
7. April
Ausstellung »Schweizer Architektur« in Bologna, 22. März bis
10. April
Internationale Messe in Utrecht, 25. März bis 3. April
Exposition »Stations thermales« in Cannes, 25. März bis 8. April
Ausstellung »Das Schweizer Bühnenbild von Appia bis heute« in
Wien, 2. April bis 4. Mai
Fiera di Milano, 12.—29. April
Ausstellung »Schweizer Architektur« in Mailand, 16. April bis 6. Mai
Foire de Lyon, 19.—28. April
Photoausstellung »Images de Suisse« in Dijon, 24. April bis 4. Mai
Gastronomische Vierländerausstellung in München, 25. April bis 4. Mai
Photo-Kino-Ausstellung in Köln, 25. April bis 4. Mai
Touristische Ausstellung in Nancy, 25. April bis 24. Mai
Schweizerische Plakatausstellung in Barcelona, 26. April bis 4. Mai
Foire de Bruxelles, 26. April bis 11. Mai
Internationale Messe in Algier, 26. April bis 11. Mai
International Tourist Poster Exhibition in New Delhi, 3.—11. Mai
Weltwoche der Werbung in Wien, 5.—11. Mai
Industrial Show in Wellington, 8.—31. Mai
Foire commerciale d'Arlon, 17.—26. Mai
Foire Internationale de Limoges, 17. Mai bis 2. Juni
Ausstellung »Amsterdam-Rheinkanal« in Amsterdam, 21. Mai bis
15. Juni
Fiera del Mediterraneo in Palermo, 25. Mai bis 10. Juni
Ausstellung »Vita all'Aria Aperta« in Genua, 31. Mai bis 12. Juni
Foire Internationale de Reims, 1.—15. Juni
Foire Internationale de Grenoble, 7.—16. Juni
Fiera Internazionale di Padova, 7.—22. Juni
Foire Internationale de Bordeaux, 8.—23. Juni

Ausstellung von Souvenirs in Paris, 10. Juni bis 25. Juli
Salon International du Tourisme in Ostende, 12. Juli bis 3. August
Fiera di Trento, 9.—24. August
St. Eriksmesse in Stockholm, 23. August bis 7. September
Foire Internationale de Strasbourg, 1.—21. September
Journée de l'Enfance à Bruxelles, 4.—14. September
Railways' books Exhibition in London, 9. September bis 5. November
Foire de Marseille, 13.—28. September
Internationale Plakatausstellung in Karlsruhe, 19.—28. September
Deutsche Industrieausstellung in Berlin, 19. September bis 5. Oktober
Foire Internationale de Pau, 20. September bis 2. Oktober
Exposition »Technique d'aujourd'hui, Perspectives de demain« in Tananarive, 21. September bis 19. Oktober
Touristische Ausstellung in Rosario, 6.—20. Oktober
Foreign Fair in Los Angeles, 13.—26. Oktober
Exposition d'Art Suisse in Athen, 15. Oktober bis 12. November
Foire Internationale gastronomique in Dijon, 31. Oktober bis 16. November
29th Annual Women's International Exhibition in New York,
1.—8. November
Salon de la Photographie in Paris, 15.—30. November
Exposition de camping et tourisme internationale in Lissabon,
17.—30. November
Internationale Plakatausstellung in Kairo, November 1952
Für das Ausstellungsschiff der Aktion »Jugend einigt Europa«, an die wir einen finanziellen Beitrag leisten, wurden photographische Vergrößerungen für eine Ausstellungswand unter dem Motto »Jugend grüßt Europa« zur Verfügung gestellt.

b) Inland:

Schweizer Mustermesse, Basel, 19.—29. April
Weltausstellung der Photographie in Luzern, 15. Mai bis 31. Juli
Ausstellung »Reiseplakate aus zwei Ländern« in Zürich,
12. Juli bis 17. August
Comptoir Suisse in Lausanne, 13.—28. September

**Industrie- und Gewerbeausstellung in Zürich, 25. Sept. bis 5. Oktober
Weihnachtsausstellung in Thun, 14.—23. November**

9. Plakatierung

Am 18. Februar 1952 richtete die Direktion der SZV an 56 schweizerische Graphiker die Einladung zur Einreichung von Ideenskizzen für Plakate unter dem Slogan »Gesunde Kinder durch Schweizer Ferien«. 25 der Eingeladenen gaben dieser Einladung Folge; weitere 5 Graphiker, die nicht eingeladen worden waren, reichten ebenfalls Entwürfe ein. Das Total der innerhalb der angesetzten Frist, d. h. bis zum 31. März 1952, eingegangenen Skizzen betrug 63. Auf Wunsch des Verbandes Schweizerischer Graphiker (VSG) erklärte sich die Direktion der SZV bereit, ein Mitglied des genannten Verbandes zur Beurteilung der eingereichten Skizzen beizuziehen. Die Jurysitzung fand am 3. April 1952 im Konferenzzimmer des Viktoriahauses statt: die Jury bestand aus den Herren G. Honegger-Lavater, Geschäftsführer des VSG, Fritz Keller, Graphiker, in Zürich, und S. Bittel, Direktor der SZV, Zürich. Von den 63 Entwürfen wurden ohne Rangfolge die Einsendungen von 22 Graphikern mit total 30 Sujets prämiert. Die vorliegenden Entwürfe weisen nach Beurteilung der Jury ein erfreulich hohes Niveau auf.

Für die beiden neuen Sommer- und Winter-Kopfplakate dienten Farbenaufnahmen des Photographen F. Schneider (Luzern), während das ganzseitige Winterplakat »Gesunde Kinder durch Schweizer Ferien« von Photo O. Furter (Davos) stammt.

Das Trachtenplakat im Format 64×102 cm von Graphiker K. Wirth ist in einer Auflage von 10 000 Exemplaren hergestellt worden und wird insbesondere den Agenturen und den privaten Reisebüros zur Ausstellung in den Schaufenstern und innerhalb der Räume geliefert. Vom gleichen Plakat wurden Stellplakätschen in einer Auflage von 20 000 Stück ebenfalls für unsere Auslandsagenturen und für die privaten Reisebüros herausgegeben, deren Druck billiger als das Großformat zu stehen kommt.

Erwähnt sei ferner der Versand von total 1000 Exemplaren des neuen Sommer-Kopfplakates mit Ueberdruck zugunsten der Berg-

führeraktion an Reise- und Verkehrsbüros, SBB-Auskunftsbüros, SBB- und PTT-Anschlagstellen, Sportgeschäfte usw.

Für andere Spezialaktionen (z. B. Vortragstournee von Herrn Lendi in Kanada) fanden auch Plakate aus alten Beständen in Welt- und Normalformat Verwendung.

10. Schaufensterwerbung

a) Ausland

Unsere Auslandsagenturen wurden regelmäßig mit diversen Serien photographischer Vergrößerungen im Format 30×30 und 50×50 cm, hauptsächlich zum Thema »Gesunde Kinder durch Schweizer Ferien« beliefert. Die wichtigsten Agenturen wurden zudem mit kompletten Schaufensterdekorationen für alle vier Jahreszeiten versehen.

Das 50jährige Jubiläum der SBB hat unsere Agenturen veranlaßt, Sonderschaufensterausstellungen für die Bahnwerbung zu veranstalten. Die Agentur London z. B. hat ein Modell der ersten Gasturbinenlokomotive der Welt, welche von der Firma Brown, Boveri & Co. AG, Baden, gebaut worden ist, ausgestellt. Dieses Modell konnte unsere Agentur durch Vermittlung der BBC London aus dem Wissenschaftlichen Museum leihweise erhalten. Aber auch eine elektrische Spielzeugeisenbahn, die während der Geschäftsstunden im Betrieb war, hat täglich Hunderte von Zuschauern angelockt.

Erwähnt sei auch die Neugestaltung der Schaufenster der Agenturen in London, Brüssel und New York nach dem Muster der Schaufenster der Agentur Mailand nach einem System des Graphikers Keller.

b) Inland

Im Sommer wurden uns von der Schweizerischen Kreditanstalt in Zürich wiederum für die Zeit vom 14. Juni bis 25. Juli 16 Schaufenster zur Verfügung gestellt, in denen wir eine vom Publikum

günstig aufgenommene Ausstellung unter dem Motto »Gesunde Kinder durch Schweizer Ferien« einrichteten. Die gutgelungene Gestaltung dieser Aktion stammte von Graphiker Gérard Miedinger in Zürich. Verschiedene Privatfirmen, Reisebüros, Banken und Warenhäuser wurden mit photographischen Vergrößerungen und Plakaten zur Herrichtung von touristischen Schaufensterdekorationen bedient.

Besondere Erwähnung verdient die Schaufensterabteilung der »Grands Magasins de l'Innovation« in Lausanne zugunsten der Bergkurorte mit abendlicher Vorführung des Films »Alpinistische Grüße« in den Schaufenstern.

11. Besondere Aktionen

Der Agentur Paris wurde zuhanden des »Comité Français de l'Elégance« eine komplette Bündnertracht geliefert für die Festivals folkloriques, die dieses Komitee zunächst in Frankreich und später auch in anderen Ländern durchführen wird.

Die Bergführeraktion (Verbilligung der Bergführertarife) konnte auch diesen Sommer durchgeführt werden, nachdem eine Bundessubvention für diese Aktion zugesprochen wurde.

Erwähnt sei auch die finanzielle Unterstützung einer Werbeaktion des Schweizerischen Serum- und Impfinstitutes bei den italienischen Aerzten, die in Form einer monatlichen Verteilung von farbigen Landschaftsbilder-Serien durchgeführt wurde.

Die »Dokumentation Schweiz« verlangte zahlreiche umständliche Rückfragen, Mahnungen, Korrespondenzen und erreichte schließlich 65 Teilnehmer. Der definitive Abschluß ist auf 31. Dezember 1952 erfolgt, und der Versand an die Agenturen kann Anfang 1953 vorgenommen werden. Die Gesamtkosten dürften rund 60 000 Fr. ausmachen, wobei die SZV 30% der Druckkosten der Lokalblätter, sodann ganz den Umschlag und den Versand übernimmt, somit ca. 50% der Totalkosten.

Unsere Anfang Juni 1950 begonnene Werbekampagne in den USA in Zusammenarbeit mit der amerikanischen Reklamefirma Foote, Cone & Belding konnte im Berichtsjahr erfreulicherweise

weitergeführt werden. Die sich aufdrängende und allseits gewünschte Fortsetzung wurde uns durch den von den eidgenössischen Räten auf Grund der Botschaft des Bundesrates in der Märzsession bewilligten Sonderkredit in der Höhe von 800 000 Fr. für ein weiteres Jahr ermöglicht. Dieser Sonderkredit ermöglichte uns zudem die sowohl aus Gründen der Solidarität als auch aus propagandistischen Erwägungen gebotene Beteiligung der Schweiz an der von der European Travel Commission in New York in die Wege geleiteten gesamteuropäischen Werbung. Wir dürfen mit Genugtuung feststellen, daß bei unserer eigenen Spezialaktion und bei der Europa-werbung der erwartete Erfolg nicht ausgeblieben ist, hat sich doch die Zahl der Logiernächte nordamerikanischer Herkunft von 602 070 im Jahre 1951 um 273 556 Logiernächte auf 875 626 Logiernächte im Jahre 1952 erhöht. In Prozenten ausgedrückt ergibt sich eine Zunahme von 45,4%. Der Mehrverkehr aus den USA hat somit den Ausfall der englischen Logiernächte im Berichtsjahr um rund zwei Drittelp kompensiert. Hiezu ist noch zu bemerken, daß der an gar keine Devisenvorschriften gebundene und im Ausgeben generöse Amerikaner wohl als der ertragreichste Guest unseres Landes angesprochen werden darf.

Es war nach wie vor unser Bestreben, die Herausgabe von Büchern über unser Land oder über schweizerische Themen tatkräftig zu fördern. Der nordamerikanische Büchermarkt ist im Berichtsjahr um drei Neuerscheinungen, die sich mit unserem Lande befassen, in höchst willkommener Weise bereichert worden. Der angesehenen Schriftstellerin Ruth Adams Knight verdanken wir das brillant geschriebene Werk »Halfway to Heaven«. Aus der gewandten Feder der New Yorker Schriftstellerin Anita Daniels stammt das äußerst ansprechende, der amerikanischen Mentalität in allen Nuancen angepaßte Reisebuch »I am going to Switzerland«. Dem über eine weitverbreitete Leserschaft verfügenden Reiseschriftsteller Horace Sutton verdanken wir den originellen und reich verstreuten Führer »Footloose in Switzerland«.

Unsere eigene Produktion ist in der Berichtsperiode durch 3 amerikanische 16-mm-»Travelogues« (Reisefilm mit persönlichem Kommentar) in wertvoller Weise ergänzt worden. Wir haben die Auf-

nahme dieser 3 Farbenstreifen von einer Vortragsdauer von je einer Stunde den bestbekannten amerikanischen Reisevortragsrednern, Earl Brink, Roy Eggersted und Curtis Nagel, in Zusammenarbeit mit der Swissair ermöglicht. Diese Farbenfilme, die bezüglich Aufbau, Kommentar und musikalischer Untermalung fast keine Wünsche offen lassen, sind im Jahre 1952 in Hunderten von Vorträgen über das ganze Gebiet der USA dem amerikanischen Publikum zugänglich gemacht worden.

Die Werbung vermittelst Television — womit man heute in den USA, wie die letzte Präsidentschaftskampagne einwandfrei erwiesen hat, 60 Millionen Menschen erfassen kann — haben wir aufmerksam verfolgt und die Beziehungen zu Fernsehgesellschaften gepflegt. Der uns vorteilhaft bekannte amerikanische Fernsehfachmann Herr William McClure hat denn auch mit unserer Unterstützung im Auftrag des Columbia Broadcasting System in New York Mitte September eine Fernsehreportage für das Ed.-Murrow-Programm »See it now« aufgenommen. Die in der Schweiz gemachten Aufnahmen sind im Herbst 1952 über das ganze Netz der CBS ausgestrahlt worden. Bei dieser propagandistisch besonders wertvollen Reportage durften wir uns der weitgehenden Mitarbeit der SBB und der PTT erfreuen.

Den ständigen Mitarbeiter der Canadian Broadcasting Corporation, Herr Charles Wassermann, Montreal, konnten wir für eine Großreportage über schweizerische Themen gewinnen. Die mit dem neuesten Aufnahmegerät festgehaltenen Interviews verschiedenster Art, die Reportagen über patriotische, kulturelle und folkloristische Veranstaltungen werden anfangs April 1953 in 5 Schweizer Sendungen von je einer halben Stunde Dauer durch die CBS gesendet.

Im Hinblick auf die Tatsache, daß sich Kanada im letzten Jahrzehnt außerordentlich stark entwickelt hat und daher als potentielles überseeisches Einzugsgebiet für unseren Tourismus immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist unser Vizedirektor Florian Niederer mit der Durchführung einer Studien- und Werbereise durch den östlichen Landesteil des Dominions Kanada beauftragt worden. Die Reise wurde in der Zeit vom 10. Februar bis 4. März durchgeführt und hat in informatorischer und propagandistischer Hinsicht interessante und wertvolle Ergebnisse gezeitigt.

Der Pflege guter Beziehungen zu den Reisebüros, diesem wichtigsten Hilfsgewerbe des Reiseverkehrs, haben wir auch vom Hauptzitz Zürich aus nach wie vor in allen Ländern unsere volle Aufmerksamkeit zugewendet. Ein engerer Kontakt ergab sich mit der Reisefirma »Helvetia European Tours« mit Geschäftssitz in Basel. Diese in erster Linie für den Einsatz in Nordamerika geschaffene schweizerische Verkaufsorganisation für Europareisen mit unserem Land im Vordergrund hat sich in den USA gut eingeführt. Aufgabe dieses privatwirtschaftlich aufgezogenen Unternehmens ist die Vermittlung des praktischen Reiseangebotes für das amerikanische Reisebürogewerbe.

Am World Travel Congress der ASTA (American Society of Travel Agents), der in der Zeit vom 20.—24. Oktober 1952 in Miami (Florida) stattfand, ließen wir uns durch unseren Vizedirektor Florian Niederer und unseren New Yorker Agenturchef, Henry Pillichody, vertreten. Wir durften bei dieser Gelegenheit die sehr erfreuliche Feststellung machen, daß die Schweiz in den amerikanischen Reisebürokreisen einen in jeder Hinsicht ausgezeichneten Namen hat.

Lebendigen Anschauungsunterricht erteilten wir ausländischen Reisebürofachleuten durch das wirksame Mittel touristischer Studienreisen. In bewährter Zusammenarbeit mit den SBB, der PTT, den privaten Transportanstalten sowie der Hotellerie und den schweizerischen Kur- und Verkehrsdirektoren konnten wir 13 Instruktionsfahrten mit Schalter- und Auskunftsbeamten von Reisefirmen in Belgien, Deutschland, England, Frankreich, Holland, Italien, Skandinavien und den USA durchführen.

Die sehr zahlreichen individuellen, der Information und Organisationszwecken dienenden Reisen aus der Reisebranche haben wir auch im Jahre 1952 in mannigfacher Beziehung erleichtert und dadurch vielerorts den »Goodwill« für das Reiseland Schweiz gemehrt.

Nebst den Instruktionsfahrten für ausländisches Reisebüropersonal haben wir auch die dem Studium unseres Landes gewidmeten, aber von dritter Seite organisierten Reisen nach Möglichkeit unsere Unterstützung angedeihen lassen. Es geschah dies bei der Reise der Studenten der Escuela de Ingenieros de Caminos, Canales

y Puertos, Madrid, bei der Schweizer Reise der Provinzmitarbeiter des Svenska Dagbladet, Stockholm, und bei der Studienreise der Aerzte und Professoren der Universität Fouad, Kairo.

Den wertvollen, persönlichen Anschauungsunterricht über unser Verkehrswesen und insbesondere über unsere zwei interkontinentalen Flughäfen Zürich-Kloten und Genève-Cointrin konnten wir auch den Teilnehmern an den 5 Studienreisen der Trans World Airlines durch Europa und in den Nahen Osten vermitteln.

IV. Werbegebiete

1. Eisenbahnverkehr

Unsere Agenturen im Ausland verteilten wiederum an die Reisebüros und Verkehrsinteressenten ihres Einzugsgebietes das gesamte Werbematerial des Publizitätsdienstes der SBB sowie der Privatbahnen, welches Fahrpläne, Streckenkarten, Plakate, Broschüren, Kalender usw. umfaßt. In den Werbedrucksachen der Agenturen ist ein breiter Raum für die Belange unserer Bahnen reserviert und namentlich sind auch die Fahrpläne und Tarife nach den wichtigsten Zentren und Feriengebieten unseres Landes darin veröffentlicht worden. Was die Schaufensterwerbung anbelangt, so ist hier mit Photomaterial das 50jährige Jubiläum der SBB besonders hervorgehoben worden. Das Agenturpersonal hat sich während des Berichtsjahres noch in vermehrtem Maße bemüht, das Personal der privaten Reisebüros mit den Tarifen und Billettsorten vertraut zu machen. Unser Photodienst war in der Lage, einige neue Reportagen über Privat- und Bergbahnen der Presse zur Verfügung zu stellen. Unsere Reisezeitschrift »Die Schweiz«, welche in 12 000 Exemplaren in den Wagen der SBB und der Privatbahnen sowie auf den Schiffen der Schweizer Seen und in den Flugzeugen der Swissair allmonatlich zum Aushang kommt, entfaltete im In- und Ausland wiederum eine intensive Werbung für die schweizerischen Verkehrsanstalten. Im Jahrgang 1952 dieser Zeitschrift erschienen u. a. folgende, reich illustrierte Reportagen aus dem Gebiete des Eisenbahnwesens: Das