

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Band: 14 (1954)

Rubrik: Tätigkeit der Zweigstelle Lausanne

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: 17.01.2026

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

Kunst, Literatur, Kultur und Geschichte», dem – wie schon dem deutschen Original – in der Öffentlichkeit eine ausgezeichnete Aufnahme bereitet wurde.

Mit den Institutionen, die sich die Förderung kultureller Bestrebungen als eigentliche Aufgabe gestellt haben, wie die Stiftung «Pro Helvetia», dem Auslandschweizerwerk NHG, Heimatschutz und Trachtenvereinigung, den wissenschaftlichen und künstlerischen Gesellschaften usw. wurde wiederum enger Kontakt gepflogen.

V. Tätigkeit der Zweigstelle Lausanne

Obgleich sich das wenig günstige Sommerwetter auch in der Westschweiz bemerkbar machte, sind doch die Hoffnungen auf ein gutes Fremdenverkehrsjahr weitgehend erfüllt worden. Unsere Werbung war vor allem darauf gerichtet, die in- und ausländischen Gäste auf die vielen Vorteile der Ferien während der Vor- und Nachsaison zu lenken. Es gibt dabei allerdings zahlreiche Schwierigkeiten, vor allem traditioneller Natur, zu überwinden. Frankreich hat auf diesem Gebiete insofern einen interessanten Versuch gewagt, indem die Regierung, je nach Landesteil, den Beginn der Sommerferien um 14 Tage bis 1 Monat vorverschob. Wie sich diese Maßnahme, die zunächst beim Publikum auf starken Widerstand stieß, bewähren wird, kann erst nach einigen Jahren beurteilt werden. Sie hat sich für die Westschweiz in einem stärkeren Ausflugsverkehr von Frankreich her schon vor Beginn der eigentlichen Reisesaison ausgewirkt.

1954 war für die Westschweiz das Jahr der großen Veranstaltungen. Neben den traditionellen Veranstaltungen, wie das Narzissenfest in Montreux und die «Fête de Genève», hatte die Westschweiz einen erheblichen Anteil an den Fußball-Weltmeisterschaften; Lausanne übernahm das eidgenössische Schützenfest und feierte das 60. Jubiläum der Wiedereinführung der Olympischen Spiele. An den Vorbereitungsarbeiten dieser Veranstaltungen, sowie auch denjenigen der HOSPES in Bern, nahm die Zweigstelle tätigen Anteil. Die Ostasien-Konferenz in Genf zog eine gewaltige Schar ausländischer Journalisten herbei. Diesen letzteren, sowie den einzelnen Delegationen, ließen

wir unser Werbematerial in den verschiedenen Sprachen zukommen. In den uns für die Werbung zugeteilten Grenzgebieten Frankreichs haben wir mit unseren rund 900 Korrespondenten einen engen Kontakt aufrechterhalten. Die Menge des aus diesen Gebieten verlangten Werbematerials hat erheblich zugenommen. Unsere Revue «Die Schweiz», die wir in 3 000 Exemplaren an ausgewählte Adressen verschicken, erweist sich immer mehr als ein Werbemittel ersten Ranges. Eine Plakataktion wurde zur Förderung der SBB-Eskursionsfahrten ab Chamonix, Evian, Thonon und Divonne und erstmals dieses Jahres auch ab Annecy, Lyon, Dijon und Besançon durchgeführt. Wir nahmen mit einem Stand an der Foire internationale de Lyon teil. Unsere Inserate mit dem Slogan «Repos et détente en Suisse» erschienen in den wichtigsten Tageszeitungen von Lyon, Grenoble und Besançon. Die Redaktionen dieser Blätter haben uns dabei viel Verständnis entgegengebracht. Erstmals fand auch eine Informationskonferenz für Reisebüropersonal für den französischen Jura in Besançon statt, an welcher auch die Swissair teilnahm. Anlässlich einer großen religiösen Feier in Lyon führten wir eine Schaufensteraktion in den Reisebüros durch. Sehr fruchtbar war auch unsere Zusammenarbeit mit den touristischen Fachkorrespondenten der westschweizerischen Presse. Auch die von den regionalen Verkehrsbüros abgefaßten Pressebulletins werden von uns verteilt. Die SZV-Presseberichte über kulturelle und sportliche Veranstaltungen wurden von uns ins Französische übersetzt und der Presse zugestellt. Sehr groß war wiederum die Zahl ausländischer Journalisten, Schriftsteller und Filmschaffender, die wir anlässlich ihres Schweizeraufenthaltes zu betreuen hatten. In Zusammenarbeit mit Radio Lausanne fanden zwei Wettbewerbsemissionen statt; die eine während des Sommers war unter dem Titel «Bon voyage M. Dumollet» den Heilbädern gewidmet, die andere, im Dezember, trug den Titel «Silence... on tourne» und hatte ebenfalls touristischen Inhalt. Der letztere Streifen kann später auch im Fernsehen verwendet werden. Weiterhin wurden gemeinsam mit Radio Lausanne und unserer Agentur Nizza bezahlte Emissionen für Radio Monte-Carlo, sowie die wöchentliche touristische Chronik für Radio-Genève redigiert. Dank der Verwendung farbiger Groß-Diapositive ist unserem Stand am Comptoir Suisse diesmal ein besonders großer

Erfolg beschieden gewesen. Die Conférence du Tourisme Romand tagte während des Berichtsjahres dreimal und widmete sich diesmal speziell der Organisation des TCS in Genf, den Eisenbahnverbindungen mit dem Ausland und der Filmwochenschau.

VI. Tätigkeit der Auslandsagenturen

Allgemeines. Wie aus unserer statistischen Übersicht zu ersehen war, konnten die Frequenzen unserer Auslandsgäste während des Berichtsjahres weiter gesteigert werden. Dies bedingte selbstverständlich auch eine intensivere Arbeitsleistung in unseren Auslandsagenturen, was zu einer leichten Zunahme des Personalbestandes, insbesondere der temporären Angestellten, führte. Es ist nach wie vor unser Bestreben, der von Jahr zu Jahr zunehmenden Arbeit der Agenturen durch qualifiziertes und gründlich ausgebildetes Personal zu begegnen.

Wie aus den Einzelberichten hervorgeht, haben die Agenturen auch während des Berichtsjahres dem Besuche der Reisebüros die größte Aufmerksamkeit geschenkt. Diese Besuche sind zu einem wichtigen Werbefaktor geworden, wird doch in zunehmendem Maße der Feriengast durch das Reisebüro beraten und gewonnen.

Die übliche, jeweils im Herbst stattfindende Agenturchefkonferenz wurde erstmals in die Wintersaison (Januar 1955) verlegt. Wir wollten den Agenturchefs, und zwar vornehmlich denjenigen aus überseeischen Ländern, wieder einmal die Möglichkeit bieten, die Kur- und Sportgebiete der Schweiz in Schnee, Eis und Sonne zu erleben.

Die Absicht, die Vertretung der Swissair in Amsterdam im Agenturgebäude unterzubringen, konnte bis heute leider nicht verwirklicht werden, da der bisherige Untermieter nicht zu bewegen war, die für die Swissair vorgesehenen Räumlichkeiten aufzugeben. In Frankfurt, Rom und Wien sah sich die Swissair genötigt, eigene Räume zu mieten, um dem erheblich zunehmenden Verkehr Rechnung tragen zu können. In Rom haben wir die alten Agenturräumlichkeiten an der Via del Corso aufgegeben und an sehr guter Lage in der Via Vittorio Veneto andere, nach neuzeitlichen Gesichtspunkten eingerichtete Lokalitäten