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

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: 10.12.2025

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

Schaufenstergarnituren zur Verfügung gestellt, ein 16 mm-Dokumentarfilm über die an dieser Werbung beteiligten 21 europäischen Länder herausgegeben, sowie Radio- und Fernsehemissionen ausgestrahlt.

IV. Werbegebiete

1. Hotellerie. Die SZV besorgte, wie anhin, den Versand und die Verteilung des Hotelführers des Schweizer Hotelier-Vereins. Insgesamt gab die SZV während des Berichtsjahres davon 101 500 Exemplare der französisch-englischen und 55 350 der deutsch-französischen Ausgabe durch ihre Agenturen an ausländische Reisebüros und Interessenten ab. Auch der Spezialführer des Groupements der Erstklaßhotels gelangte durch die SZV im Ausland zum Versand, und zwar je 20 000 Exemplare der deutschen und französischen und 58 700 der englischen Ausgabe. Die Studienreisen ausländischer Reisebürobeamter und Pressevertreter wurden wiederum in enger Zusammenarbeit mit dem SHV und seinen Sektionen durchgeführt. Wie an anderer Stelle bereits erwähnt, fanden während des Berichtsjahres insgesamt zwölf solcher Reisen mit 126 Teilnehmern aus europäischen und überseeischen Ländern statt, die sich jeweils als eine ausgezeichnete Werbung für unseren Fremdenverkehr im allgemeinen und die Hotellerie im besonderen erweisen. Auch zahlreichen Schweizer Hoteliers, die sich studienhalber oder in geschäftlichen Angelegenheiten ins Ausland begaben, konnten unsere Agenturen behilflich sein.

2. Eisenbahnverkehr. Der Schwerpunkt der Werbung für den Eisenbahnverkehr liegt naturgemäß bei unseren Auslandsagenturen, welche die zum Fahrausweisverkauf autorisierten Reisebüros laufend besuchen und im Bedarfsfalle auch Instruktionskurse über Tariffragen und Billettverkauf der schweizerischen Transportanstalten durchführen. Unsere Zentrale in Zürich arbeitete Tarifverzeichnisse von den fünf Grenzbahnhöfen resp. Flughäfen nach den wichtigsten Inlandsbestimmungsorten aus und ließ sie in einigen tausend Exemplaren über unsere Agenturen den ausländischen Reisebüros zukommen. Das gesamte Werbematerial der SBB sowie der Privatbahnen: Fahrpläne,

Broschüren, Streckenkarten, Plakate, Kalender etc. gelangt ebenfalls über unsere Agenturen an die rund 7 700 Reisebüros ihres Einzugsgebietes. Wie bis anhin wird in den Werbedrucksachen der Agenturen ein breiter Raum für die Belange der Bahnen, wie Fahrpläne und Tarife, reserviert. Unsere Reise- und Kulturzeitschrift «Die Schweiz», die allmonatlich in 12 000 Exemplaren in den Wagen der SBB und der Privatbahnen sowie in den Flugzeugen der Swissair und auf den Schiffen der Schweizer Seen zum Aushang gelangt, entfaltet eine intensive Propaganda für unsere Transportanstalten. Im Jahrgang 1954 dieser Zeitschrift erschienen u. a. folgende reich illustrierte Reportagen aus dem Gebiete des Eisenbahnwesens: Eisenbahnbetrieb im Winter auf der Strecke (Schneeschleuder) und in einem großen Bahnhof, die Verpflegung im Speisewagen, der Simplontunnel, die neue Brünig-Lokomotive, die Gotthardlinie, der Bahnverlad im Basler Rheinhafen, Fahrt zum Wintersport, Bergbahnen etc. Die Bekanntgabe der Extrazüge und Sonderfahrten durch unsere wöchentlichen Verkehrsmitteilungen am Radio wird von den SBB-Stationen in zunehmendem Maße als sehr wirksame Werbemaßnahme geschätzt. Vom 26. September bis 5. Oktober fand eine gemeinsam mit den SBB organisierte Studienreise für SZV-Agenturbeamte statt, wobei auch eine Europabusstrecke der PTT befahren wurde. Anschließend wurde in Bern eine Aussprache mit den Vertretern der SBB und PTT über Fragen des Billettverkaufs gepflogen.

3. Straßenverkehr. Die von Jahr zu Jahr wachsende Zahl die Schweiz besuchender ausländischer Motorfahrzeugbesitzer spiegelt sich in der sich entsprechend auch vermehrten Auskunftserteilung in Sachen Autotourismus bei unseren Agenturen wider. Die englisch-französische Ausgabe unserer offiziellen Straßenkarte wurde in 50 000 Exemplaren neu herausgegeben und ferner erschien in deutscher Sprache eine 24 Seiten umfassende illustrierte Broschüre «Auf Schweizer Alpenstraßen», von welcher Ausgaben in französischer, italienischer und englischer Sprache in Vorbereitung sind. Ferner wurden auf einzelne Blätter für den Auskunftsdienst der Agenturen 30 Itinerarien für zwei- und mehrtägige Autoreisen durch die Schweiz ausgearbeitet. Von den Bildern schweizerischer Straßen aus unserem Photoarchiv,

die während des Berichtsjahres durch zahlreiche neue Sujets ergänzt wurden, machen die ausländischen Fachblätter und Reisezeitschriften reichlichen Gebrauch. Die Führer, Karten und Itinerarien des TCS und des ACS stehen bei unseren Agenturen zur Verfügung der Interessenten. Die Agenturen verschicken alljährlich rund 30mal in 360 Exemplaren das Touristikbulletin des ACS und den Schneebericht des TCS an ihre wichtigsten Korrespondenten. Auch das gesamte Werbematerial der PTT, sowie die neue Broschüre «Beförderung von Automobilen durch die Alpentunnel» wurde durch die Agenturen verteilt. Für Auskunftsbeamte des Autotourismus der Agenturen Amsterdam, Brüssel, Frankfurt, London, Mailand, Nizza, Paris, Rom, sowie der Zweigstelle Lausanne fand vom 24. April bis 1. Mai eine Studienreise statt, die wir gemeinsam mit dem ACS und TCS organisierten. Am Zentralsitz dieser beiden Verbände in Genf und Bern fanden eingehende Aussprachen statt.

4. Schiffahrt. Von verschiedenen neuen Aspekten unserer Personenschiffahrt auf den Schweizerseen wurden illustrierte Reportagen beschafft und den Agenturen und Reisebüros für Schaufenster zugestellt. Auch in sämtlichen von der SZV und ihren Agenturen eingerichteten Ausstellungen im In- und Ausland sowie in den Spalten unserer Revue ist der Schiffahrt der ihr gebührende Platz eingeräumt worden.

5. Luftverkehr. Die Zusammenarbeit zwischen der SZV und unserer nationalen Luftverkehrsgesellschaft Swissair war auch während des Berichtsjahres auf dem Gebiete der Werbung und der Public Relations sehr rege. Zahlreich sind die Anlässe, welche gemeinsam von unseren Agenturen und der Swissair-Vertretung durchgeführt werden, so die Schaufensterwerbung, Ausstellungen, Reisebürobesuche, Instruktionskurse, Filmvorführungen und Empfänge. Auch an den von uns organisierten Studienreisen ausländischer Reisebürobeamter und Pressevertreter nimmt die Swissair jeweils einen sehr aktiven Anteil. Sehr eng war während des Berichtsjahres namentlich die Zusammenarbeit für das Zustandekommen des amerikanischen Cineramafilms, sowie beim Empfang der Delegierten anläßlich der Eröffnung der neuen Swissair-Linie nach Südamerika.

Auch 1954 stellten wir in reichen Mengen unser Werbematerial, vor allem Plakate, Broschüren und Photos, den die Schweiz anfliegenden ausländischen Luftverkehrsgesellschaften zur Verfügung, die es ihrerseits an die Passagiere ihres weltweiten Fluglinienetzes verteilen oder davon geeigneten Gebrauch in ihren eigenen und den übrigen Reisebüros machen. Dies bedeutet für uns eine zusätzliche Werbemöglichkeit vor allem in überseeischen Gebieten, wo wir keine eigene Vertretung besitzen.

6. Bäderwerbung, Klimatologie. Die Werbung für unsere Heilbäder erfolgte nach einem mit dem Verband Schweizer Badekurorte vereinbarten Arbeitsplan, der naturgemäß stark auf Inlandwerbung aufgebaut sein muß, weil unsere Heilbäder durchschnittlich rund 60 % der Logiernächte aus dem Inland aufweisen. Der «Petit Guide thermal suisse» wurde in der zweiten Auflage gedruckt und mit klimatologischen Angaben und Indikationsvergleichen Ausland/Schweiz erweitert. Die medizinische Indikationstabelle selbst mit der Indikationskommission der Schweizerischen Gesellschaft für Balneologie und Klimatologie ist überprüft und dementsprechend bereinigt in unsere Drucksachen und in die Werbung aufgenommen worden.

Im Ausland wurden Sonderaktionen bei den Ärzten im Elsaß und in Lothringen unternommen, wobei wir uns der freundlichen Unterstützung des Schweizer Konsulates in Strasbourg bedienen konnten. Eine früher begonnene Sonderaktion für Ärzte in England wurde regional weitergeführt.

An der HOSPES war der Bäderverband ausgiebig thematisch vertreten.

Die sechs größeren Verkehrsbüros der Schweiz entsandten je eine Angestellte aus dem Auskunftsdienst zu einer Studienreise durch einige schweizerische Heilbäder. Die wissenschaftliche Arbeitsgemeinschaft für Klimafragen hat ihre Arbeiten weitergeführt, eine Terminologie aufgestellt und die Beschaffung der klimatologischen Unterlagen weiter gefördert. Mit dem Abschluß dieser, für jede seriöse Klimawerbung unerläßlichen Vorarbeiten, kann erst im nächsten Jahre gerechnet werden.

7. Sport. Der alljährlich stattfindende Skischulleiterkurs mußte wegen Schneemangel von Arosa nach Zermatt verlegt werden. Die Beteiligung war ausnehmend groß, sie betrug insgesamt 1 000 Personen für die beiden ersten Dezemberwochen; dies bedeutete für Zermatt eine Saisonverlängerung «nach vorne» und einen Logiernächtezuschuß von ca. 7 % gegenüber der Vergleichsepoche des Vorjahres. Trotz dieser organisatorisch komplizierten Verlegung konnte der Kurs zur vollen Zufriedenheit aller Teilnehmer durchgeführt werden. England, Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien waren durch Journalisten und Reporter vertreten und werteten ihre Erfahrungen und Beobachtungen in Text und Bild weitgehend aus. Im Kurs selbst ist das Thema «Kinderskischulen» ausgiebig behandelt worden und der Skischulverband hat eine Anleitung zur Führung solcher Schulen in deutscher und französischer Sprache veröffentlicht. Dem Skischulverband haben wir Plakate für die lokale Skischulwerbung in deutscher, französischer, englischer und italienischer Sprache, ferner Plakate für den Schweizer Text in deutsch, französisch und englisch zur Verfügung gestellt, die von dort aus an die Skischulen abgegeben wurden.

Für die Wanderwege wurde ein Instruktionskurs für Wanderleiter in Zug durchgeführt. Der TCS veröffentlichte in Verbindung mit der Alliance Internationale du Tourisme ein Flugblatt über die Tour «Rund um den Montblanc» und der Farbfilm über die Schweizer Wanderwege wurde der Agentur Frankfurt abgetreten.

Für die Fußball-Weltmeisterschaften wurde das Präsidium des touristischen Ausschusses und der Propagandakommission der SZV übertragen. Es erwies sich als zweckmäßig, für die Fragen des Billettverkaufs durch unsere Agenturen und die Reisebüros des Auslandes ein Unterkomitee mit eigener Verantwortung zu bilden.

8. Erziehung. Wie schon 1953, so war auch das Berichtsjahr für die Gesamtheit unserer privaten Erziehungsinstitute ein glückliches. Die Mehrzahl davon erfreuten sich einer fast ganzjährigen Vollbesetzung. Diese günstige Konjunkturlage hatte verschiedene Neugründungen von Privatschulen und Pensionaten zur Folge, davon allein fünf in der Genfersee-Gegend. Andere Institute wurden renoviert und erweitert.

Die Kinderheime hingegen erfreuen sich in der Regel nur während der Sommer- und Ferienzeit einer starken Besetzung; während der Zwischensaison haben vor allem diejenigen Heime gewisse Schwierigkeiten, die nicht über geeignete Lehrkräfte für den Unterricht verfügen. Trotzdem sind auch einige Neugründungen von Kinderheimen zu verzeichnen.

Obgleich wir leider über keine Statistik verfügen, so kann als sicher angenommen werden, daß die größte Zahl der ausländischen Besucher unserer Privatinstitute auf solche aus Deutschland und Italien entfällt. Es gibt sogar Institute, deren Schüler sich aus 20 verschiedenen Nationen rekrutieren. Aus Frankreich und Belgien erhalten wir die meisten Kinder unter 12 Jahren. Die Waadtländer Regierung hat auf 1. Januar 1954 das Office vaudois du tourisme ermächtigt, die Pflicht zur Entrichtung einer Aufenthaltstaxe auch auf die Privatinstitute, Pensionate und Kinderheime auszudehnen. Bekanntlich zählt der Kanton Waadt allein ungefähr soviele derartige Institutionen wie die ganze übrige Schweiz zusammen. Die von den Universitäten, sowie von privater Seite durchgeführten Ferienkurse erfreuten sich ebenfalls eines regen Zuspruches. So notierte der Ferienkurs der Universität Lausanne nicht weniger als 756 Hörer aus 34 Ländern. Mit 174 Hörern steht dabei Deutschland an der Spitze, gefolgt von der Schweiz mit 168, England mit 135, die USA mit 60, Italien mit 60, Schweden mit 47 Hörern etc. Der Ferienkurs der Genfer Universität zählte ca. 500 Hörer aus 30 Ländern.

Da bereits schon im Dezember Anfragen bei unseren Agenturen vorliegen, hat die Zweigstelle Lausanne auf den Februar ein vollständiges Verzeichnis dieser Kurse in französischer, deutscher, englischer und schwedischer Sprache in einer Gesamtauflage von 6 000 Exemplaren herausgegeben. Anfangs Dezember erschien die Neuauflage der Broschüre über das private Erziehungswesen mit Erklärungen in acht Sprachen. Aus Gründen der Sparsamkeit mußte die Auflage auf 12 000 Exemplare reduziert werden. Diese Broschüre wurde unverzüglich den Agenturen, Gesandtschaften, Konsulaten und sonstigen Organisationen im In- und Ausland zur Verteilung zugestellt, von welchen sie wegen ihres reichhaltigen Inhaltes sehr geschätzt wird. Als eine wertvolle Ergänzung hierzu dient die illustrierte Broschüre

des Verbandes Schweizer Erziehungsinstitute und Privatschulen, die zum Teil ebenfalls durch uns verteilt wird. Die Zweigstelle Lausanne hat nichts unterlassen, die zahllosen Vorteile, welche das private und öffentliche schweizerische Erziehungswesen zu bieten hat, im Ausland bekannt zu machen. Sämtliche diplomatischen, konsularischen und touristischen Außenstellen werden hierfür dauernd mit dem gesamten einschlägigen Auskunftsmaterial versehen. Die Zweigstelle erfreut sich auch bester Beziehungen sowohl mit den einzelnen Instituten, als mit den verschiedenen Fachverbänden und vor allem mit der Geschäftsleitung des Verbandes Schweizer Erziehungsinstitute und Privatschulen, mit welcher mehrfach gemeinsam interessierende Fragen besprochen wurden. Wir unterhalten ferner engen Kontakt mit den beiden Erziehungsexperten Dr. Nebbia in Turin und Mrs. George J. Nelson in New York, denen die schweizerischen Erziehungsinstitute alljährlich zahlreiche neue Schüler verdanken.

9. Werbung für kulturelle Werte. Zum siebtenmal trafen sich Mitte August rund 70, vor allem französische, belgische, holländische, englische und skandinavische Teilnehmer an der unter dem Patronat des Eidgenössischen Departements des Innern, des Belgischen Unterrichtsministeriums, des Internationalen Verbandes der Kunstwochen und von unserer Zentrale organisierten Internationalen Kunstwoche. In achttägiger, genuß- und lehrreicher Fahrt lernten die ausländischen Kunstfreunde die kulturellen Schätze u. a. von Basel, Schaffhausen, Stein am Rhein, Zürich, Rapperswil, St. Gallen, des Thurgaus und des Toggenburgs kennen.

Wir waren auch während des Berichtsjahres unermüdlich bestrebt, unserer Revue «Die Schweiz», deren Gestaltung Hans Kasser anvertraut ist, inhaltlich und ausstattungsmäßig weiter auszubauen. Die zahlreichen Anerkennungen, die uns diesbezüglich aus dem In- und Ausland zukommen, beweisen uns, daß wir uns damit auf dem rechten Weg befinden.

Auch unser Pressedienst bemüht sich, das kulturelle Motiv in Text und Bild immer stärker hervortreten zu lassen. Während des Berichtsjahres erschien die französische Ausgabe des rund 400 Seiten und gegen 300 Bilder umfassenden Werkes «Die Schweiz – Landschaft,

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