

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 18 (1958)

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: 28.03.2026

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

III. Werbung und Werbemittel

1. Drucksachen und Materialdienst

Im Berichtsjahr sind die nachstehenden SVZ-Drucksachen erschienen: « Sommer in der Schweiz », « Winter in der Schweiz », « Ferienorte der Schweiz », « Das schöne Schweizerland », « Tradition und Volksfeste », « SAFFA »-Prospekt, « Die Schweiz im Auto », « Die Schweiz von heute », « Die Schweizer Frau », « Die Hochschulen der Schweiz », « Touristenkarte der Schweiz », « Offizielle Strassenkarte der Schweiz », Prospekt « Schweizer Heilbäder » mit Preisangaben, der fünfsprachige Farbenprospekt « CH Confoederatio Helvetica », Einlageblatt « Jetzt ohne Zolldokumente in die Schweiz », Jubiläumsbrochure der Agentur New York « Half a Century of Service for American-Swiss Travel, 1908-1958 », Messeprospekt SVZ/SZH, « Schweizer Winterkurorte », Neujahrskarten mit 4 Glasmalerei-Sujets, sowie die Agenturbroschüren für Brüssel, London, New York/San Francisco, Stockholm und Wien. An Plakaten sind erschienen: ein Kopfplakat von Cuno Amiet « Richesse du Soir », auch mit Text-eindruck « Saffa/Zürich 1958 » und ein Winter-Kopfplakat mit einem mehrzeiligen Texteeindruck. Über den Umfang des im Berichtsjahre zur Verteilung gebrachten Werbematerials orientieren die nachstehenden Zahlen: Versand der Regional- und Kurortsprospekte, Prospekte der Transportanstalten, Badekurorte, Hotels und Gaststättenführer, sowie der SVZ-Drucksachen total 11 294 000 Exemplare.

Eigene Plakate und Plakate der Verkehrsvereine und Transportanstalten: Versand total 264 055 Exemplare.

Der Versand der obenerwähnten Drucksachen nach dem Ausland, zuzüglich des Ausstellungsmaterials, erforderte 3744 Kisten, 1195 Postpakete und 13 430 Drucksachenpakete mit einem Totalgewicht von rund 340 Tonnen.

2. Pressedienst und Public Relations

Zusammen mit 603 Pressenotizen, die als Beiträge unseres « Bulletin » in der ganzen Welt verbreitet wurden, belief sich die Gesamtzahl unserer Mitteilungen und Artikelbeiträge an die Presse auf 727. Davon wurden 27 Aufsätze und Meldungen über Werbe- und Sonderaktionen der SVZ, Besuche von Filmteams und Studiengruppen sowie andere wichtige Ereignisse, wie unsere Beteiligung an der Weltausstellung in Brüssel und das Goldene Jubiläum der Agentur New York, im Rahmen unseres « SVZ-Nachrichten »-Dienstes der gesamten Schweizer Presse zur Verfügung gestellt. Bei 72 Beiträgen handelt es sich um Ergänzungen unseres allgemeinen Artikeldienstes, der hauptsächlich unseren Auslandsagenturen und der von ihnen bearbeiteten Presse dient, im Jahre der SAFFA jedoch eine auch von schweizerischen Zeitungen verschiedentlich abgedruckte Folge von Aufsätzen über Frauentypen aller Kantone enthielt. Die guten Erfahrungen mit dem im Vorjahre eingeführten Reportage-Dienst veranlasste uns, die Zahl der sporadisch erscheinenden Bildberichte und illustrierten Artikel auf 25 zu erhöhen, wobei ebenfalls in erster Linie auf die Interessen ausländischer Redaktionen Rücksicht genommen wurde. Zusätzlich zu diesen in vervielfältigter Form herausgegebenen Artikeln und Reportagen führten wir 1958 insgesamt 170 individuelle Presseaufträge aus, darunter 37 für schweizerische Zeitungen, denen wir vor allem bei der textlichen und bildlichen Gestaltung von Reise- und Ferienseiten behilflich waren. Die übrigen 135 Beiträge, von allgemein touristischen Text- und Photodokumentationen bis zu Sonderartikeln und Spezialreportagen, waren für Zeitungen, Zeitschriften, Schriftsteller und Journalisten in rund zwei Dutzend Ländern aller Erdteile bestimmt, wobei, in der Reihenfolge der Häufigkeit der Anfragen an unseren Pressedienst, die USA, Deutschland, Kanada, Grossbritannien und Frankreich die fünf ersten Ränge belegten, gefolgt von den Niederlanden, Italien, Belgien-Luxemburg, Australien-Neuseeland, Oesterreich und Brasilien.

Es zeigt sich immer deutlicher, dass ein neuzeitlicher Presse- und Public Relations-Dienst nicht allein vom Schreibtisch aus nutzbringend gestaltet und geleitet werden kann. Sein Schwergewicht ver-

schiebt sich mehr und mehr vom geschriebenen Wort auf das, was man das « gesprochene » Wort oder die Arbeit am lebenden Objekt bezeichnen könnte. In diesem Sinne, nämlich auf dem ausserordentlich wichtigen Gebiete der Betreuung und Beratung von Publizisten und publizistisch interessanten Besuchern, geniesst die SVZ heute internationales Ansehen. Insbesondere die Amerikaner, die als die eigentlichen « Erfinder » der Public Relations gelten wollen, loben die vorbildlichen Dienste, welche wir reisenden Journalisten, Photographen, Filmleuten, Radio- und Fernsehreportern fast täglich erweisen dürfen. Wie in früheren Jahren, waren denn auch die USA unter den 220 individuell betreuten Besuchern am stärksten vertreten, nämlich mit 95. In den nächsten neun Rängen folgten Grossbritannien (24), Deutschland (19), Italien (15), Frankreich (10), die Niederlande (8), Kanada (7), Israel (6), Schweden (4) sowie Spanien, Finnland und Indien (je 3). Diese persönlich von uns empfangenen und beratenen Besucher stammten aus insgesamt 28 Ländern, wobei hervorzuheben ist, dass zahlreiche Publizisten, insbesondere aus benachbarten Ländern, unsere Hilfe nicht beanspruchten, weil sie bereits von unseren Agenturen hinreichend auf ihre Schweizerreise vorbereitet worden waren. Nicht berücksichtigt in unserer « Statistik » sind ferner die rund 300 Teilnehmer an Gruppenreisen, wie sie alljährlich von der SVZ für Gäste von Fluggesellschaften (Eröffnungs- und Erstflüge), Reisebüropersonal und andere Fachleute organisiert werden.

Einige wahllos herausgegriffene Ergebnisse unserer Bemühungen um die Reiseprogramme, und das persönliche Wohl publizistisch tätiger ausländischer Besucher waren im Jahre 1958: Mehrere illustrierte Artikel in bedeutenden amerikanischen Zeitschriften wie « Esquire », « Town and Country », « Holiday » und « The American Motorist »; Modereportagen mit schweizerischem Hintergrund und allgemeine Bildberichte in führenden deutschen Publikationen wie « Madame » und « Constanze »; illustrierte Reiseberichte prominenter englischer Schriftsteller und Journalisten wie John Steel und Gordon Cooper in « Sketch », « Sphere » usw.; fast zwei vollständig der Schweiz gewidmete Ausgaben der vornehmsten kanadischen Monatszeitschrift « Mayfair » mit Texten und Photos von Iona Monahan; Reisereportagen und Bilderseiten in fast allen Ausgaben der spa-

nischen Monatsschrift « Luna y Sol »; Bildberichte in « Margriet » und anderen holländischen Illustrierten; Artikelserien, z. T. inspiriert durch den Besuch der SAFFA, auf den Frauen- und Reiseseiten der deutschen, französischen, österreichischen, italienischen, skandinavischen, nord- und lateinamerikanischen Tagespresse; mehrere Bildberichte über Hotels, Kurorte und Transportanstalten in der schwedischen illustrierten Wochenzeitung «Hemmets Veckotidning»; die 64 Seiten starke Sonderpublikation « Our Lady of Einsiedeln in Switzerland » der amerikanischen Monatszeitschrift « Catholic Digest » mit einer allgemeinen Schweizer Reisereportage von Daniel M. Madden. Mehr als 50, durch unser Photomaterial illustrierte Artikel, erschienen im Anschluss an eine Pressereise, die wir anlässlich des Eröffnungsfluges Montreal-Zürich der Trans Canada Air Lines organisierten, in kanadischen Zeitungen und Zeitschriften. Ferner wurden unter unserer Mithilfe zahlreiche Film- und Reportageprojekte ausländischer Radio-, Fernseh- und Dokumentarfilmdelegationen verwirklicht, darunter der nach dem sogenannten « Cinediorama »-Verfahren gedrehte abendfüllende italienische Farbfilm « Wunder der Alpen », die im Berner Oberland aufgenommene englische Filmepisode « Professor's Holiday », eine Reihe von Reiseberichten und Interviews für italienische, deutsche, skandinavische, amerikanische und kanadische Radiostationen und Radionetze sowie mehrere Filmbeiträge und Wochenschaustreifen für bedeutende britische und amerikanische Fernsehnetze und Aktualitätenprogramme, wie Independent Television News (ITV), Pathé Film News, Fox-Movietone News, National Broadcasting Company (NBC), Columbia Broadcasting System (CBS) und American Broadcasting Corporation (ABC). Alles in allem dürfte sich der Publizitätswert, der allein durch unsere Bemühungen im Sinne zeitgemässer Public Relations erzielt wurde und in finanzieller Hinsicht keinen nennenswerten Aufwand erforderte, unter Berücksichtigung der in der Weltpresse und im kommerziellen Radio- und Fernsehwesen geltenden « Werbetarife » auf mehrere Millionen Franken belaufen.

3. Ausstellungen und Messen

Unsere Zentrale hat im Jahre 1958 an folgenden internationalen Messen und Ausstellungen für den schweizerischen Fremdenverkehr geworben:

a) Ausland

- | | |
|---|--|
| International Travel Exhibition in Durban, 13.-25. Januar. | Int. Ausstellung für Reisen und Tourismus in Eindhoven, 5.-11. April. |
| Daily Herald Holiday & Travel Exhibition in Manchester, 14. Januar bis 8. Februar. | Foire de Lyon, 12.-21. April. |
| Exposition de Camping à la Faculté de Médecine de Lisbonne, 29. Januar bis 15. Februar. | Fiera di Milano, 12.-27. April. |
| Exposition « L'Art de l'affiche » in Toulouse, 2.-23. Februar. | Exhibition « April in the Alps » in Rochester, 16.-19. April. |
| Ausstellung « Die Völker in der Reisewerbung » in Tübingen, 14. Februar bis 16. März. | Weltausstellung in Brüssel, 17. April bis 19. Oktober. |
| Exposición de Carteles y Fotografías de Suiza in Barcelona, 28. Februar bis 10. März. | Exposition « L'art de l'affiche » in Le Havre, 19. April bis 11. Mai. |
| SBB-Ausstellung « Der Weg zum Süden » in Hamburg, 6. März bis 1. Mai. | Ausstellung « Freizeit und Erholung » in Oldenburg, 25. April bis 4. Mai. |
| Ausstellung « Res i Europa » in Gåvle, 8.-16. März. | Schweizer Plakatausstellung in Wiesbaden, 26. April bis 15. Juni. |
| Ausstellung « Europa in de Lijnbaan » in Rotterdam, 12.-26. März. | Travel Vacation Show der Union Dime Savings Bank in New York, 5.-16. Mai. |
| Internationale Frühjahrsmesse in Utrecht, 18.-27. März. | International Exhibition on Art Education in Colombo, 6.-12. Mai. |
| Ausstellung des « Vereins zur Erhaltung alter Gebäude » in Kopenhagen, 20.-30. März. | Transportation World's Fair in Chicago, 6.-16. Mai. |
| Exposition « L'art de l'affiche » in Besançon, 23. März bis 13. April. | 2nd USA World Trade Fair in New York, 7.-17. Mai. |
| Swiss Week Derry & Tours in London, 24.-31. März. | Foire de Paris, 9.-26. Mai. |
| Ausstellung « Res i Europa » in Stockholm, 25. März bis 8. April. | Ausstellung « Countries of the world » in Amsterdam, 12.-22. Mai. |
| Exposición Internacional del Libro Católico in Madrid, 26.-31. März. | Reiseausstellung der « Bank for Savings » in New York, 12. Mai bis 27. Juni. |
| Ausstellung « Ungegenständliche Malerei in der Schweiz » in Berlin, 2.-27. April. | Touristische Ausstellung in Tilburg, 17.-20. Mai. |
| | Foire de Limoges, 18. Mai bis 1. Juni. |
| | Foire de Luxembourg, 24. Mai bis 8. Juni. |
| | International Trade Fair in Montreal, 30. Mai bis 8. Juni. |
| | Aktion « Zürich grüsst Berlin » in Berlin, 1.-9. Juni. |

- Schweizer Plakatausstellung in Berlin, 1.-15. Juni.
- Internationale Mustermesse in Barcelona, 1.-20. Juni.
- Mostra manifesto turistico in Gardone, 1.-30. Juni.
- Ausstellung von Miniatureisenbahnen in Madrid, 13. Juni bis 15. Juli.
- Foire de Bordeaux, 15.-30. Juni.
- Ausstellung « Countries of the World » in Nijmegen, 30. Juni bis 9. Juli.
- California State Fair in Sacramento, 27. August bis 7. September.
- Internationale Lebensmittel- und Feinkostausstellung (LEFA) in Hamburg, 29. August bis 7. September.
- Internationale Herbstmesse in Frankfurt a/M., 7.-11. September.
- Internationale Herbstmesse in Wien, 7.-14. September.
- American Education Week in Pine Island, 8.-13. September.
- Ausstellung « Gastlicher Süden » in Stuttgart, 12.-21. September.
- Foire de Marseille, 13.-29. September.
- Industrial & Agricultural Fair in Marlboro, 25.-27. September.
- Salon de l'Automobile in Paris, 2.-12. Oktober.
- State Fair of Texas in Dallas, 4.-19. Oktober.
- Robinson's 8th Annual International Fair in Los Angeles, 6.-18. Oktober.
- International Week in Philadelphia, 20.-25. Oktober.
- Salon International du Chemin de fer in Bruxelles, 25. Oktober bis 9. November.
- Salon de l'Enfance, de la Jeunesse et de la Famille in Paris, 30. Oktober bis 16. November.
- Foire gastronomique de Dijon, 31. Oktober bis 16. November.
- Ausstellung im Museum of Fine Arts in Boston, 8.-25. November.
- Ausstellung « Die Welt im Plakat » in Düsseldorf, 10.-15. November.
- Ausstellung « Glimpses of Switzerland » in Philadelphia, 12. November 1958 bis 4. Januar 1959.
- Royal Agricultural Winter Fair in Toronto, 14.-22. November.
- Ausstellung « Around the World » in Sioux City, 28.-30. Dezember.

Über die von den einzelnen SVZ-Agenturen betreuten Beteiligungen an Messen und Ausstellungen mehr lokalen Charakters wird unter den betreffenden Ländern berichtet.

b) Inland

- Ausstellung « Eisenbahn und Freizeit » in Winterthur, 11. Januar bis 2. Februar.
- Schweizer Mustermesse in Basel, 12.-22. April.
- Int. Triennale für farbige Original-Graphik in Grenchen, 14. Juni bis 12. Juli.
- SAFFA in Zürich, 17. Juli bis 15. September.
- Ausstellung « Weltraum ohne Grenzen » in Spreitenbach, 18. Juli bis 24. August.
- Comptoir Suisse in Lausanne, 13.-28. September.

Weltausstellung in Brüssel. — Das Hauptereignis im Ausstellungssektor der Werbung im Jahre 1958 war unsere Beteiligung an der Weltausstellung in Brüssel vom 17. April bis 19. Oktober. Für den Fremdenverkehr wurden uns im Schweizer Pavillon drei Räume reserviert. Im ersten Raum zeigten wir die winterliche Schweiz, im zweiten das Ferienleben im Sommer und im dritten die zehn touristischen Regionen, verbunden mit einem grossen Panorama und einer lebendigen Darstellung des touristischen Inventars unseres Landes. Mit der graphischen Gestaltung wurde das Ehepaar Rappaz in Basel betraut. Die Schau der SVZ erweckte nicht nur die Bewunderung einer gewaltigen Besucherzahl, sondern erntete auch den uneingeschränkten Beifall der Tages- und Fachpresse aller Länder.

4. Plakatierung

Im Zusammenhang mit der SAFFA (2. Ausstellung: Die Schweizerfrau, ihr Leben, ihre Arbeit) haben wir ein neues Kopfplakat mit einer Reproduktion des Bildes « *Richesse du Soir* » von Cuno Amiet herausgegeben zum Thema « 1958 — Das Jahr der Schweizerfrau ». Für das neue Winter-Kopfplakat « Die Schweiz, das Winterparadies » diente eine Farbaufnahme unseres Photographen Philipp Giegel. Spezielle Erwähnung verdient auch der vermehrte Ausbau unserer Plakataktionen für Schaufenster, Ausstellungen und besondere Veranstaltungen, für welche z. T. auch Plakate aus alten Beständen, in Welt- und Normalformat, Verwendung fanden.

5. Schaufensterwerbung

Für die Agenturschaufenster sind u. a. 1000 Dekorationen (Serico-Verfahren) mit Trachten- und Landschaftsbildern sowie 1125 Photomontagen mit 15 verschiedenen Sujets von Graphiker Fred Troller hergestellt worden. Die Schweizerische Kreditanstalt in Zürich stellte uns für die Zeit vom 1. Juli bis 15. August 1958 ihre Vitrinen an der Bahnhofstrasse für eine Spezialaktion « Die Schweizerfrau im Schweizerland » von Graphiker Heiner Bauer in Bern zur Verfügung. — Ab 30. Dezember standen uns diese 16 Vitrinen wiederum für eine

Winterwerbeaktion zum Thema « Winterferien — doppelte Ferien » für 6 Wochen zur Verfügung. Mit der neuzeitlichen Darstellung wurde Graphiker Gérard Miedinger in Zürich beauftragt. Die Nachfrage nach Plakaten und Photographien usw. zur Dekoration von touristischen Schaufenstern privater Firmen (insbesondere Sport- und Modegeschäfte, Warenhäuser usw.), Reisebüros und Banken im In- und Ausland verzeichnete in der Berichtsperiode erneut einen überaus grossen Umfang.

6. Radio und Fernsehen

Die Zusammenstellung der Manuskripte für die wöchentlichen Verkehrsmittelungen der Sender Beromünster und Sottens am Freitag wurde wiederum durch uns besorgt. Als « Werbung in eigener Sache » kann man die Sendung betrachten, die von Waldemar Feller, Reporter von Radio Zürich, über die Tätigkeit der SVZ zusammengestellt wurde. Unter dem Titel « Im Dienste des Tourismus » wurde eine 45 Minuten dauernde Reportage ausgestrahlt, die eine starke Beachtung fand. Mit unserer Unterstützung besuchte der Reporter Manfred Wende vom Süddeutschen Rundfunk, Stuttgart, die Wintersportplätze Wildhaus, Flims, Engelberg, Lenk und Leysin. Mit je einer halbstündigen Sendung hat es Herr Wende verstanden, das Typische dieser Orte den Hörern in Deutschland zu schildern. Ein sehr guter Erfolg war der Sendung von Radio Bern « Wo war Wabungo ? » beschieden. Reporter Guido Schmezer besuchte 10 Schweizerkurorte, die auf Grund von Musik und Text zu erraten waren. Über 25 000 Hörer beteiligten sich an diesem Wettbewerb. Im übrigen berieten und betreuten wir verschiedene Radioreporter aus Deutschland, USA und England. Der Cameraman Charles De Jaeger, London, weilte verschiedentlich in der Schweiz. Für die Sendereihe Pen Pals der BBC-Television, London, drehte er 15 Minuten-Filme über Genf, St. Moritz, Bern und Zürich, wobei wir ihm bei der Verwirklichung seiner Pläne behilflich waren.

Wir redigierten auch die von Radio Genève allwöchentlich ausgestrahlte Sendung « Le Carnet du Touriste ».

7. Eigene Organe

Die internen « Mitteilungen der SVZ » orientieren wie bisher unsere Landesbehörden, die Mitglieder des Parlamentes, die Organe und Mitglieder der SVZ und einen grossen Kreis von schweizerischen Verkehrsinteressenten über die zahlreichen Aspekte des internationalen Tourismus. Sie erschienen während des Berichtsjahres 6mal.

Der Grundton der Frühjahrs- und Sommerpropaganda in unserer Reisezeitschrift « Die Schweiz » wurde durch das Stichwort « Das Jahr der Schweizerfrau » bestimmt. Den Auftakt bildete im März das Titelblatt « Richesse du soir » von Cuno Amiet. Der 90. Geburtstag Amiets war Anlass, Landschaft und Mensch der Schweiz im Kunstwerk dieses Malers und mancher seiner Zeitgenossen zu zeigen. Das Thema « SAFFA », der Ausstellung « Die Schweizerfrau, ihr Leben und ihre Arbeit » haben wir im 2. Auslandheft als Vorwerbung aufgegriffen und in der Juli-Inlandnummer noch einmal eingehend behandelt. Eine weitere thematische Bearbeitung verlangte 1958 die Bäderwerbung, die dank der aktiven Mitwirkung der grösseren Badeorte besonders reich gestaltet werden konnte. So enthielt die 1. Auslandsnummer des Berichtsjahres 8 mehrfarbige, dem Bädertema verpflichtete Bilder. Die aussergewöhnliche Illustrierung dieser Propaganda veranlasste uns, die Inlandwerbung für die Heilbäder auf zwei Hefte (April und Mai) zu verteilen. Die PTT ermöglichte im Berichtsjahr, die Serie der mehrfarbigen Alpenpostbilder mit 5 weiteren Beispielen fortzusetzen. Eine regelmässige Pflege erfuhr die Propaganda für die Schweizerischen Bundesbahnen nach verschiedenen Gesichtspunkten. Das Novemberheft stand im Zeichen unserer Theater. Die Auflage der Revue « Die Schweiz » umfasste 1958 12 Inland- und 6 Auslandsnummern, gesamthaft 270 000 Exemplare. Unser Auskunftsdienst hatte während des Berichtsjahres wieder zahllose mündliche und schriftliche Anfragen bezüglich Bahn- und Postautoreisen, Unterkunftsmöglichkeiten in Hotels, Pensionen, Sanatorien, Kuranstalten, Ferienwohnungen, Massenlagern, Jugendherbergen, auf Zeltplätzen, ferner über Zollformalitäten, Hochschulen, Spezialschulen, Kinderheime, Heilbäder, private Erziehungsinstitute, Alpinismus, Wanderwege, sportliche und kulturelle Veranstaltungen, Sehenswür-

digkeiten usw. zu erledigen. Zahlreich waren auch die Anfragen von seiten von Schülern und Studenten über den Fremdenverkehr für Prüfungsarbeiten und Vorträge. Unser Auskunftsdienst war auch mit der Erstellung der Veranstaltungslisten für die Revue « Die Schweiz », der Herausgabe der Sommer- und Winter-Veranstaltungsbroschüren, der Sommer- und Winter-Sporttabellen und mit der Überwachung verschiedener Imprimeur der Agenturen betraut. Ferner wurden zuhanden der internationalen Veranstaltungskalender « Europe - Major Events » und « Season in Europe » spezielle, die wirklich bedeutenden Veranstaltungen zusammenfassende Listen erstellt.

8. Filmwerbung

Zur Belieferung unserer Agenturen, der diplomatischen und konsularischen Posten im Ausland und für den Inlandverleih wurden im Berichtsjahre 281 Kopien (16 mm) von farbigen Produktionen und 6 Reduktionen von schwarz/weiss Filmen gezogen. Für Kinovorführungen sind 3 farbige und 4 schwarz/weiss Normalfilm-Kopien hergestellt worden. Eine weitere Produktion, betitelt « Schweizer-Ski-Symphonie » (internationale Version, Musik von Jean Daetwyler) ist zu unserm Stock an Farbfilmen hinzugekommen. In Arbeit befindet sich ein weiterer 35 mm Eastman Color Seen-Film, der nach einer neuen Musik-Komposition von G. Nino Iviglia gedreht wird. In 20 Matinee-Aufführungen in grossen Lichtspieltheatern in Freiburg i/B., Stuttgart, Mannheim, Kassel, Darmstadt und Wiesbaden wurden unsere Tonfilme: « Der Rhein », « Die Rhone », « Schweizer Alpenstrassen » und « Der Simplon » zur Schau gebracht. Rund 170 000 Zuschauer sahen SVZ-Filme in den wichtigsten Kinos in Irland.

Unser 35 mm Eastman Color-Film: « La Suisse, Pays des beaux lacs » gelangte an verschiedenen Matinees in Frankreich zur Vorführung (Semaine Suisse Toulouse/Bordeaux, Marseille und diverse Veranstaltungen im Arrondissement de Gray (Haute-Saône). — Auch in Belgien war dieser Streifen eingesetzt (Internationale Filmschau des Centre international du Film pour la Jeunesse, Bruxelles 19.-21. September 1958). Weitere Farbfilme der SVZ wurden durch den Touring

Club Royal du Congo Belge 600 Mitgliedern in Stanleyville gezeigt.

Unser Filmmaterial steht im übrigen ständig im Dienste bedeutender Schifffahrtslinien und Luftfahrtsgesellschaften. Zahlreiche SVZ-Streifen figurierten wiederum im Unterhaltungsprogramm ausländischer Besucher in der Schweiz (Rencontres Internationales de Jeunes in Melchtal, Grindelwald, Lenk und Zweisimmen I/58 / Alliance Nationale des Mutualités Chrétiennes in St. Moritz / Colonie de Vacances de la Ville de Bruxelles in Kandersteg). Rund 150 Filme wurden ausserhalb des Verleihs durch die SVZ-Schmalfilmstelle in Bern an Verkehrsinteressenten, Vereine, Sportclubs, Hotels und verschiedene bedeutende Handels- und Industrie-Unternehmen ausgeliehen. Den diplomatischen und konsularischen Vertretungen im Ausland sind pro 1958 total 88 Farbfilme zur Verfügung gestellt worden. Erfreulich ist das immer grössere Interesse, das unsern Filmen u. a. in Afrika (Südafr. Union, Rhodesien, Kenya), Süd- und Zentralamerika/Mexico, sowie in Ländern begegnet, die sich im Vordern Orient, im Mittlern- oder Fernen Osten befinden. Besondere Erwähnung kommt Indien, Japan, Australien und Neuseeland zu. Unter Filmmaterial befindet sich auch in Hongkong und Korea. Das Department of Education in Wellington (N.Z.) hat eine Anzahl SVZ-Streifen für die National Film Library, welcher über 3000 Verleihstellen angeschlossen sind, übernommen. Auch das Visual Education Centre des Department of Education in Sydney will Kopien unserer Filme erwerben.

Am Festival der Fédération des Peuples Latins in Paris ist unserm Eastman Color-Streifen « La Suisse, Pays des beaux lacs » der 1. Preis für touristische Filme zugesprochen worden.

9. Vortragswesen

Eine sehr rege Vortragstätigkeit entfalteten die Vortragsredner, die mit unseren Agenturen in Deutschland, Frankreich, Holland, Belgien, England und Oesterreich zusammenarbeiten. Für eine Vortragsreis ein Finnland lieferten wir Prof. von Salis eine grössere Anzahl Farbdias. Daneben bedienten wir verschiedene jüngere Schweizerstudenten leihweise mit Farbdias, die damit während ihren Studienaufenthalten in USA, Südamerika, Australien und Japan für unser Land

warben. Die Agentur New York erhielt zur Ergänzung ihres Bestandes 376 neue Farbdias. Zur Erstellung eines Filmstrips « Every-day Life in Switzerland » verschafften wir der Agentur 32 Original-Dias. Die Filmstrips « Switzerland I, II und III » sowie « Switzerland's Amazing Railways », die wir der Schweizer Botschaft in Washington mit passendem Text als Anschauungsmaterial für Schulen zur Verfügung stellten, wurden von der amerikanischen Lehrerschaft sehr geschätzt. Mit einer grösseren Anzahl farbiger Dias belieferten wir ferner die Schweizer Gesandtschaft in Colombo sowie das Schweizer Konsulat in Nairobi. Der uns von der Generaldirektion der SBB abgetretene Leica-Dias-Bestand von 4000 Stück fand in unserem Vortrags- und Ausleihedients mannigfaltige Verwendung. Wir möchten dem Publizitätsdienst der SBB auch an dieser Stelle für die Überlassung des Materials verbindlich danken.

In der Person von Anton R. Lendi besitzen wir in Kanada einen hervorragenden Vortragsreisenden. Während des Berichtsjahres und zwar zwischen Januar bis Mai und September bis Dezember hielt Herr Lendi nicht weniger als 93 Vorträge vor annähernd 27 000 Personen sowie je zwei Radio- und Fernsehvorträge über die Sender Lethbridge, Nahaimo und Kimberley. Auf seiner Vortragstournée besuchte er die Provinzen Quebec, Ontario, New Brunswick, Nova Scotia, Manitoba, Saskatchewan, British Columbia, Alberta und sogar das Territorium der USA in Tennessee und Arkansas und legte insgesamt 40 000 km zurück. In Smithers, im Staate British Columbia, besuchten 750 Personen, unter denen sich 200 Schweizer Farmer befanden, den Vortrag. Der Schweizer Botschafter, Herr V. Nef, schreibt uns darüber, dass die Vortragsreisen von Herrn Lendi in propagandistischer Hinsicht für die Schweiz als äusserst wertvoll zu bezeichnen sind. Unsere Botschaft in Kanada unterhält auch mit der dortigen Presse ausgezeichnete Beziehungen, die sich sehr wertvoll für unseren Tourismus auswirken.

10. Photodienst

Es wurden im eigenen Labor für unsere Agenturen, die diplomatischen und konsularischen Vertretungen im Ausland, sowie für die in- und ausländische Presse wiederum nahezu 27 000 Vergrösse-

rungen, vorwiegend im Format 18 x 24, aber auch bis zu 40 x 40 cm hergestellt. Unser Schwarz-Weiss-Negativbestand konnte um rund 950, und derjenige des Farbdias-Archives ebenfalls um eine erhebliche Anzahl Neuaufnahmen erweitert werden. Die Sonderbestellungen von, und die Nachlieferungen an unsere Agenturen waren 1958 ganz besonders zahlreich uns stellten hinsichtlich Zeit und Arbeit vielfach überdurchschnittliche Anforderungen an unser Labor. Dies wirkte sich dahingehend aus, dass die Zahl der Serien — vorgesehen waren deren 6-8 an unsere Agenturen zu schicken — auf 3 zu durchschnittlich 25 bis dahin noch unveröffentlichte Neuaufnahmen reduziert werden musste. Dieser Ausfall wurde aber anderseits nahezu kompensiert durch die 8 Bilderreportagen, die wir ihnen in Zusammenarbeit mit unserem Pressedienst zustellten. Ausserdem wurden die Agenturen noch mit 3 Serien — zwei davon mit Wintersujets und eine mit Motiven zum Thema « Das Jahr der Frau » (eine Sonderaktion anlässlich der SAFFA) — im ganzen mit 1100 Zeichnungen für die Inseratenwerbung beliefert. Unsere Photo-und Clichéausgabestelle erfreut sich mehr denn je eines lebhaften Zuspruches, so durch persönliche Besuche oder schriftliche Anfragen seitens in- und ausländischer Journalisten, Redaktoren und Zeitschriften-Verlegern, denen im Laufe des Jahres Bildmaterial von beträchtlichem Umfang aus allen Gebieten der touristischen und kulturellen Schweiz zur Verfügung gestellt wurden.

11. Werbung in internationaler Zusammenarbeit

Die Schweizerische Verkehrszentrale ist in den bedeutendsten Organisationen für internationale touristische Zusammenarbeit führend vertreten. Diese Feststellung finden wir zunächst in der *Union Internationalisten*, Redaktoren und Zeitschriften-Verlegern, denen im Laufe des *tionale des Organismes officiels de Tourisme* bestätigt, die bereits zweimal vom Vertreter unserer Zentrale präsidiert wurde. Die Union Internationale, deren Sitz wir 1951 für Genf gewinnen konnten, zählt heute die offiziellen und halboffiziellen Fremdenverkehrsorganisationen von 68 Ländern zu ihren Mitgliedern. Die UIOOT hat sich unter anderem folgende Aufgaben zum Ziele gesetzt: Entwick-

lung der Freizügigkeit im gegenseitigen Fremdenverkehr der Mitgliedstaaten, Zusammenarbeit für die Beseitigung aller Erschwernisse, die den touristischen und kulturellen Kontakt zwischen den der Union angeschlossenen Ländern behindern, Gemeinschaftsaktionen zur Vereinfachung der Polizei- und Zollkontrollen an der Grenze, Schaffung von Erleichterungen und vorteilhaften Angeboten für den zwischenstaatlichen Reiseverkehr sowie gegenseitige Unterstützung und Beratung in allen Fragen, die den Verkehr zwischen den Ländern der UIOOT national und international zu entwickeln vermögen.

Im Rahmen dieser internationalen Organisation, nämlich in der 27 Länder umfassenden *Regional-Kommission für Europa (CRTE)*, ist die Schweiz bestrebt, speziell die Entwicklung des europäischen Fremdenverkehrs zu fördern und zu festigen. Der Erfolg ist nicht ausgeblieben; denn die bisherigen Anstrengungen haben bereits zu grossen Vereinfachungen im Passwesen, zur Abschaffung zahlreicher Visas sowie zur Milderung der Zollvorschriften geführt.

Innerhalb der Regional-Kommission für Europa bilden die 18 Staaten, die der OECE angehören sowie Spanien, Finnland und Jugoslawien eine eigene Gruppe, die ihre Tätigkeit vor allem auf die Intensivierung des amerikanischen Reiseverkehrs nach Europa ausrichtet. Zu diesem Zweck hat sich die erwähnte Ländergruppe in der *Commission Européenne du Tourisme (CET)* zu einer Planungs- und Aktionsgemeinschaft zusammengeschlossen und 1948 erstmals eine gut koordinierte Kollektivwerbung in USA lanciert. Diese Kampagne, die mit den üblichen Mitteln der touristischen Propaganda ausgetragen wird, beruht auf einem durch die Beiträge der beteiligten Länder geäuften Fond, der im vergangenen Jahr 250 000 Dollar betrug. Seit Beginn der Kampagne präsidiert Direktor Bittel die Europäische Subkommission für die Gemeinschaftswerbung in USA. In dieser Eigenschaft obliegt der Direktion der SVZ das Studium der Vorschläge und Ergebnisse der Werbeaktion in Amerika sowie die Bearbeitung und Ergänzung der Arbeitsprogramme und Jahresberichte, die den Mitgliedstaaten und dem Touristik-Komitee der OECE vorgelegt werden müssen.

Erfreulicherweise hat die European Travel Commission (ETC), die sich zur Realisierung der europäischen Gemeinschaftswerbung in

New York konstituiert hat, die volle Unterstützung und bereitwillige Mitarbeit der zuständigen amerikanischen Kreise gefunden; dies wohl nicht zuletzt deshalb, weil der erstmals erfolgte Zusammenschluss für das gemeinsame Handeln von 18 Ländern in USA besonders sympathisch aufgenommen wurde. Um den Werbeeffect der Aktion zu erhöhen, wurde in der Folge eine enge Koordination und Synchronisation mit der Propaganda der Schiff- und Luftfahrtgesellschaften, der Hotellerie und der Reisebüros angestrebt und auch erreicht. Das letztjährige Aktionsprogramm hat wiederum mit Erfolg darauf abgezielt, den amerikanischen Touristen während der Monate der « Off-Season », also im Herbst, Winter und Frühling nach Europa zu bringen. Auf diese Weise konnte neuerdings eine Verlängerung der Hochsaison und eine intensivere Ausnützung der nordatlantischen Verkehrsmittel gesichert werden.

Die Entwicklung der Kollektivwerbung in USA und der daraus resultierende, ständig zuwachsende Reiseverkehr nach Europa liessen überdies eine von kleineren Ländergruppen organisierte, zusätzliche Werbung als nützlich erscheinen. Diese Feststellung hat die *Sechsergruppe der Alpenländer* Deutschland, Frankreich, Italien, Jugoslawien, Oesterreich und die Schweiz 1957 veranlasst, fortan in Nordamerika eine eigene Propagandaaktion für den Alpenraum durchzuführen. So konnte auch im verflossenen Jahr mit Hilfe eines Budgets von 60 000 Franken, für das die beteiligten Länder zu gleichen Teilen aufkommen, dieser Alpenraum-Sonderaktion die notwendige Durchschlagskraft verliehen werden.

Es bleibt uns schliesslich der Hinweis auf das wohl wertvollste und nützlichste Organ für den europäischen Tourismus: *das Touristik-Komitee der Europäischen Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit (OECE)*. Dieses Komitee für touristische Fragen verdankt seine 1949 erfolgte Konstituierung dem nach dem zweiten Weltkrieg unternommenen Werk des Europäischen Wiederaufbaus und der damit verbundenen Erkenntnis, dass der Fremdenverkehr als bedeutender Wirtschaftsfaktor und als sichere Dollareinnahmequelle gewertet werden darf. Auch die Schweiz entsendet eine Delegation, bestehend aus je einem Vertreter des Eidg. Amtes für Verkehr, des Fremdenverkehrsverbandes, des Hotelier-Vereins und der Verkehrszentrale in das

Touristik-Komitee der OECE. Diese Delegation, die sich in erster Linie mit dem Studium der Fremdenverkehrsindustrie in Europa zu befassen hat, steht unter dem Präsidium von Direktor Bittel und erfreut sich enger Zusammenarbeit mit der Delegation des Bundesrates bei der OECE. Die Beschlüsse des Touristik-Komitee werden dem Conseil OECE und durch diese Instanz den einzelnen der 18. Mitglieder-Regierungen zur Genehmigung vorgelegt. Nach erfolgter Genehmigung werden die Beschlüsse in allen Mitgliedstaaten gleichzeitig durchgeführt. Damit lässt sich also über den Weg der OECE eine rasche und gleichzeitige Anwendung jener Massnahmen erzielen, die teils bereits durch die Commission Européenne du Tourisme (CET) geprüft und verlangt worden sind. Zweifelsohne darf der Abschluss eines allgemeinen Zollabkommens über die Erleichterung im Transitverkehr sowie die Befreiung des Werbematerials von Einfuhrzöllen als Erfolg der internationalen Verständigung auf der Ebene der OECE gebucht werden. Desgleichen verdankt beispielsweise die gemeinsame Kampagne in USA ihre offensichtliche Schlagkraft während der letzten 10 Jahre dem Umstand, dass die Finanzierung der Kollektivwerbung durch Regierungsbeschlüsse via OECE gesichert werden konnte.

Von allen Ländern werden heute für die touristische Werbung grosse Beträge eingesetzt, die zusammengefasst dem Reiseverkehr nicht nur national sondern auch international einen starken Impuls verleihen werden. Die zwischenstaatliche Zusammenarbeit auf dem Gebiete der Verkehrswerbung hat deshalb für die Zukunft eine besondere Bedeutung erlangt.

12. Besondere Aktionen

Studienreisen. — Während des Berichtsjahres wurden 9 Studienreisen mit je 12-14 Reisebürofachleuten aus Argentinien/Chile, Deutschland, Frankreich, Israel, aus den Niederlanden, aus Grossbritannien, Spanien, Italien und aus den Vereinigten Staaten durchgeführt. Anlässlich von Eröffnungsflügen der Trans-Canada-Airlines, Olympic Airways, El Al (Israel) und Lufthansa, sowie bei zwei Pressestudien-

reisen zum Comptoir Suisse in Lausanne betreuten wir weitere 120 Journalisten, offizielle Gäste und Reisebürofachleute während ihres Aufenthaltes in unserem Lande.

WATA-Kongress in der Schweiz. — Die rund 200 Reisebüros aus allen Teilen der Welt umfassende Organisation der WATA, deren Generalsekretariat sich in Genf befindet, ersuchte uns um Mithilfe bei der Durchführung ihres 10. Jahreskongresses, der im September in Genf und Zürich stattfand. Wir befassten uns insbesondere mit der Ausarbeitung des touristischen Programmes, d. h. einer Fahrt von Genf nach Zürich via Interlaken und dem Sustenpass, einem Ausflug nach Schaffhausen mit Rheinfahrt und Rückkehr nach St. Gallen. Diese Fahrten, bereichert durch folkloristische Darbietungen, wurden dank der Mitwirkung der SBB, der PTT und der Verkehrsinteressenten zu einem grossen Erfolg.

Gastronomie. — Wir schenken diesem Thema nach wie vor die grösste Aufmerksamkeit. Das Werbeargument « Man isst gut in der Schweiz » wurde insbesondere in Inseraten verschiedener Fachzeitschriften verwendet. Wir warben für die gastronomische Schweiz an der « Foire gastronomique de Dijon », und unsere Goldmedaille wurde wiederum für die beste kulinarische Leistung anlässlich des Wettbewerbes der Société culinaire philanthropique in New York verliehen. In Madrid wurde unter der Ägide der SVZ und in Anwesenheit des spanischen Unterstaatssekretärs für Information und Tourismus eine spanisch-schweizerische Touristikkundgebung veranstaltet. In Verbindung damit stand eine kulinarisch-touristische Demonstration zugunsten der Schweiz als Ferienland der guten Küche und der auserlesenen Weine.

Gratis-Fernsehreklame. — Die im kommerziellen Fernsehen Amerikas und Englands geltenden Werbetarife sind unerschwinglicher denn je. Auf Grund dieser Tarife erzielten wir jedoch einen in die Millionen gehenden Publizitätswert mit der für uns fast kostenlosen Beratung und Betreuung einiger besonders interessanter Reportergruppen. Darunter befanden sich je ein Filmteam der NBC Los An-

geles und der NBC New York, die im Zusammenhang mit der SAFFA Reportagereisen durch die Schweiz unternahmen, drei voneinander unabhängige Kameraleute der FernsehFilmgesellschaft Jack Douglas Enterprises, Inc., Hollywood, die zu verschiedenen Jahreszeiten folkloristische Anlässe sowie Reise-, Sport- und Hotelszenen filmten, ferner je eine Mannschaft der berühmten « Dave Garroway Show Today » (NBC) und der Londoner Independent Television News (ITV) für Filmreportagen über Wintersport, Volksbräuche zum Jahresende und Alpenflüge mit Hermann Geiger. Zahlreiche ausländische Radio-netze, darunter die amerikanischen Gesellschaften NBC und CBS, der deutsche, dänische, italienische, finnische und schwedische Rundfunk vertrauten uns ebenfalls ihre Reisereporter an.

« *Human Interest Travel* ». — Diese insbesondere den Amerikanern geläufige Formel wurde mit unserer Hilfe verschiedentlich auf ihre praktische Wirkung hin ausprobiert. Zu erwähnen für 1958 ist unsere Zusammenarbeit mit drei bedeutenden amerikanischen Reisebüros, wobei es sich in zwei Fällen darum handelte, grösseren Reisegruppen aus den USA persönliche Kontakte mit Schweizer Berufskollegen und schweizerischen Familien zu vermitteln. Als drittes Beispiel sei die Europa-Reise von Rund 50 Mitgliedern der « Public Relations Association of America » und des « Publicity Club of New York » angeführt, denen wir im Frühsonnmer im Rahmen eines Schweizer « Fondue-Treffens » einen Gedankenaustausch mit schweizerischen Public Relations-Fachleuten, Journalisten und Behördevertretern ermöglichten. Dieser Anlass sowie eine der vorerwähnten Aktionen, mit der eine Führung durch die SAFFA verbunden war, fanden in der amerikanischen Presse ein lebhaftes Echo.

Goldenes Jubiläum der Agentur New York. — Den gewichtigen Auftakt zu den Veranstaltungen anlässlich des 50jährigen Bestehens einer schweizerischen Verkehrswerbestelle — der ersten ausländischen touristischen Vertretung überhaupt — in New York bildete die feierliche Proklamation des Oberbürgermeisters Robert F. Wagner, der zu Ehren unseres Landes den 28. Oktober 1958 zum « Switzerland Day » erklärte. Am gleichen Tag fanden die Überreichung eines

Freundschaftsgeschenkes an Mayor Wagner sowie ein festlicher Presseempfang in den Räumen des « Swiss Center » statt. Am 29. und 30. Oktober folgten im gleichen Rahmen Empfänge für Reisebürodirektoren, die im Hinblick auf den bevorstehenden Jahreskongress der ASTA besonders zahlreich in New York anwesend waren. Die Ansprachen amerikanischer und schweizerischer Persönlichkeiten, die Glückwunschschaften des Oberbürgermeisters, des schweizerischen Bundespräsidenten und des amerikanischen Botschafters in Bern sowie die von der SVZ in einer Auflage von 10 000 Exemplaren herausgegebene Jubiläumsbroschüre « Half a Century of Service for American-Swiss Travel » fanden in der Presse eindruckliche Würdigungen.

ASTA- und Weltreisekongress in New York. — Der vom 2. bis 7. November in New York abgehaltene Jahreskongress der ASTA (American Society of Travel Agents), welcher längst den Rahmen einer amerikanischen Tagung gesprengt und sich zu einem eigentlichen Weltreisekongress entwickelt hat, war wiederum von einer repräsentativen schweizerischen Delegation beschickt, in der neben unseren Agenturen New York und San Francisco die Direktion der SVZ Zürich, die SBB, die Kur- und Verkehrsdirektoren, die Hotellerie, die Swissair, die privaten Transportunternehmungen und das Reisebürogewerbe vertreten waren. Erfreulich war die Feststellung unzähliger amerikanischer Kongressteilnehmer, dass die im Genferseegebiet abgehaltene « Silver Jubilee ASTA Convention 1955 » als « der beste Kongress, den wir je erlebten » noch immer in ausgezeichnete Erinnerung ist.

Mitwirkung an ausländischen Filmprojekten. — Das im allgemeinen vom Wetter begünstigte Jahr 1958 brachte eine ganze Reihe ausländischer Filmleute in unser Land, für die wir detaillierte Aufnahmeprogramme ausarbeiteten. Das als gemeinsamer Werbefilm der Alpenländer in Frage kommende farbige Breitwand- oder « Cinediorama »-Werk « Wunder der Alpen » unter der Produktionsleitung und Regie der Brüder Severino und Ottavio Casara von der Mara-Film S.A. in Rom widmet dank der ausgezeichneten Zusammenarbeit, die den Kameralenten an den verschiedenen Winter- und Sommerschauplät-

zen schweizerischerseits zuteil wurde, unserem Lande besonders viel Raum. Ernest Kleinberg, der bereits im Vorjahr in der Schweiz tätig gewesen war, vollendete die Aussenaufnahmen zu einem äusserst sorgfältig vorbereiteten und aufgenommenen Europa-Reisefilm, den er im Auftrage der Firma Caltex drehte und der ungefähr zu 40 % der Schweiz gewidmet sein wird. Kenneth Richter, der vielfach als der « Erbe » des berühmten amerikanischen « Travelogue »-Spezialisten Burton Holmes gilt, arbeitete erfolgreich an der Neuverfilmung früherer Schweizer Dokumentarstreifen, wobei ihm dank der Mitarbeit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung auch Einblicke in unsere Industrie sowie das Bank-, Börsen- und Versicherungswesen gewährt wurden. Unter den ausländischen Filmwochenschauen, die unsere Hilfe in Anspruch nahmen, befand sich die englische Pathé Film News, die im Anschluss an ein vom Exportverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie angeregten Schweizer Wintersportmode-Intermezzo aktuelle Filmberichte über den Skischulleiterkurs in Grindelwald und den Aufenthalt des « Oxford & Cambridge University Ski Club » in Saas-Fee drehte.

Pressereisen zum « Comptoir Suisse » in Lausanne. — Traditionsgemäss sollte auch 1958 einer Gruppe ausländischer Journalisten, vorzugsweise aus dem Lande, das am « Comptoir Suisse » zu Gaste war, die Gelegenheit des Besuchs unserer nationalen Herbstmesse, verbunden mit einer Informationsreise durch die Schweiz, gegeben werden. Von einer Einladung chinesischer Pressevertreter als Gäste aus dem diesjährigen Ausstellungsland wurde abgesehen. Dagegen wurden unter Mitwirkung der Swissair, der Messeleitung, des Presse- und Informationsdienstes des Eidg. Politischen Departements, der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung und des Kulturellen Auslandspressedienstes der Stiftung Pro Helvetia sechs englische und fünf deutsche Journalisten im Rahmen von zwei fünf- bis sechstägigen Studienreisen nach Lausanne zum « Comptoir Suisse » geführt. Es gelang dabei, die verschiedenartigen Interessen der einzelnen Gastgeber wirkungsvoll « unter einen Hut zu bringen » und den Journalisten neuartige Eindrücke kultureller, volkswirtschaftlicher, soziologischer und touristischer Art zu bieten.