

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 22 (1962)

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: 02.04.2026

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

In der Serie unserer Farbphotoplakate der verschiedenen Regionen erschien für die Nordwestschweiz das Plakat «Basler Münster» in einer Auflage von 10 000 Exemplaren. Eine zusätzliche Auflage ist für den Verkehrsverein Basel gedruckt worden.

Die Serie der Kopfplakate wurde um drei Sommerplakate erweitert: «Riffelsee», «Kirche San Bernardino» und «Bergblumen». Die Nachfrage der Reisebüros und Fluggesellschaften nach solchen Kopfplakaten nimmt ständig zu.

Im Rahmen des Rousseau-Jahres wurde ein graphisches Plakat «Zurück zur Natur» von René Creux vorbereitet.

Für die Winterwerbung gaben wir zwei neue Plakate heraus: «Ski-fahrerin im Schwung» und «Schlittenfahrt», welche die große Spannweite des Ferienwinters von Sport und Erholung zeigen. Bei beiden Plakaten haben wir neue Wege der graphischen Gestaltung eingeschlagen; sie sind denn auch bei der jährlichen Jurierung unter die 24 besten Schweizer Plakate des Jahres 1962 eingereiht worden.

An internationalen Wettbewerben für touristische Plakate in Marseille und Livorno wurden die Plakate Basel, Vierwaldstättersee und Graubünden prämiert.

Im Rahmen des Rousseau-Jahres wurde die Broschüre «La cinquième promenade» in zwei mehrsprachigen Ausgaben für die Verteilung an Mittelschulen herausgegeben, eine Ausgabe französisch, deutsch, italienisch, englisch und die andere französisch, finnisch und schwedisch. Ferner gaben wir einige Prospekte über die Veranstaltungen und Ausstellungen im Rahmen des Rousseau-Jahres und über die Postkutschen-Sternfahrt heraus.

Eine Wanderzeitung warb in der deutschen Schweiz und in Süddeutschland für Wanderungen durch unser Land.

Im Frühjahr erschien unsere offizielle Straßenkarte der Schweiz. Sie ist im Ausland so viel verlangt worden, daß schon bald eine neue Auflage fällig wird.

Für unsere Agenturen Amsterdam, Brüssel, Stockholm, Paris/Nizza, Wien und London druckten wir neue Informationsbroschüren.

Unsere zwölf Farbphotoplakate gaben wir in großer Auflage als Postkartenserie heraus.

Für die diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz druckten wir wieder eine Serie von Neujahrskarten.

Unser neues Geschenkpapier, das in diesem Jahr herauskam, geben wir im Ausland auch an Großbezügler ab. Wir verwenden das gleiche Papier

III. WERBUNG UND WERBEMITTEL

1. Drucksachen- und Materialdienst

für die Billettaschen unserer Agenturen und für Prospektveloppen. Starke Beachtung fand der Kalender mit zwölf großformatigen Farbdrukken von Hugo Wetli, den wir als Geschenk zum Jahreswechsel versandten.

Ferner wurden, wie jedes Jahr, die Veranstaltungsbroschüren für den Sommer und für den Winter und die Broschüre «Ferienkurse in der Schweiz» herausgegeben. Die Broschüren «Schweizerische Privat-institute» und «Das schöne Schweizerland» wurden nachgedruckt.

Folgende Quantitäten von Werbematerial wurden versandt:

Regional- und Kurortprospekte, Prospekte der schweizerischen Transportanstalten, Imprimata der SBB und der PTT, der schweizerischen Badekurorte, Hotel- und Gaststättenführer sowie Drucksachen der SVZ: rund 10 700 000 Exemplare; Plakate der touristischen Regionen, der lokalen Verkehrsvereine, der Transportanstalten und der SVZ: rund 230 000 Exemplare.

Der Versand dieser Drucksachen und Plakate, inklusive Ausstellungsmaterial, Filme, Photographien usw. erforderte über 4600 Kisten und Container und über 13 000 Pakete. Totalgewicht gegen 400 Tonnen. Die Spesen für den Versand dieses Werbematerials steigen, da mehr Material zur Verfügung steht und die Posttaxen, vor allem in den USA, erhöht wurden.

2. *Pressewerbung und Public Relations*

Zahlreiche Publizisten aus aller Welt nahmen wiederum für die Ausarbeitung von Reiseplänen, die Vermittlung von Kontakten und für mannigfaltige Anregungen im Hinblick auf ihre Berichterstattung aus der Schweiz unseren Pressedienst in Anspruch. Es wurden 328 publizistisch tätige Besucher aus rund 30 Ländern persönlich betreut, nämlich aus USA 123, Großbritannien 55, Deutschland 22, Schweden 18, Lateinamerika 17, Frankreich 16, den Niederlanden 12, Italien 11, Kanada 10, Dänemark 8 und anderen Ländern 36. Die «unbezahlte Propaganda», die diese Publizisten entfalteten, ergänzte in hohem Maße die Wirkung der an Reklamebudgets gebundenen Werbung. Einige wenige Beispiele: die für die britischen Fernsehnetze tätigen Filmteams der BBC und der ITN machten ihre aktuellen Reportagen von schweizerischen Wintersportplätzen einem Televisionspublikum von 400 Millionen Menschen auf der ganzen Welt zugänglich. Ein ungefähr gleich großes Publikum erreichte ein viersprachig synchronisierter Fernsehfilm des französischen Filmschöpfers Jean Masson, «Lune de Miel en Suisse». Die NBC drehte im Sommer den Dokumentarfilm «Sport in der Schweiz», der im

Rahmen eines anderthalbstündigen Schweizer Programms über das größte Fernsehnetz Nordamerikas lief. Die Vermittlung von Einladungen für je einen amerikanischen und einen kanadischen Reporter zur 1. Internationalen Ballonsportwoche in den Hochalpen (Mürren) resultierte in ausführlichen farbigen Bildberichten im «National Geographic Magazine» sowie im «Weekend Magazine» der Zeitung «Montreal Star», ferner in für das nordamerikanische Fernsehen und Radio bestimmten, gefilmten und gesprochenen Reportagen. Zusätzlich zu diesen individuell betreuten Gästen befaßte sich der Pressedienst mit der Ausarbeitung von Reiseprogrammen oder der Verwirklichung von Reportageobjekten für rund 700 weitere Personen, die verschiedenen Gruppen angehörten. Vor allem zu erwähnen sind die etwa 100 ausländischen Journalisten und Reporter, die Einladungen im Rahmen des Rousseau-Jahres Folge leisteten. Eine der farbenprächtigsten Veranstaltungen in diesem Zusammenhang, die dementsprechend weit über die beteiligten Länder hinaus ein sehr erfreuliches Echo fand, war die von der SVZ Ende Mai/Anfang Juni durchgeführte Postkutschen-Sternfahrt nach Neuenstadt am Bielersee aus Mailand, Paris, Brüssel, Frankfurt, München und Lyon; es handelte sich sehr wahrscheinlich um die publizistisch ertragreichste Aktion der letzten Jahre. Einen ebenso starken Widerhall, allerdings auf Großbritannien beschränkt, fand die Aktion «Crosse & Blackwell Swiss Holiday», durch welche 200 englischen Schulkindern Frühlingsferien in der Schweiz vermittelt wurden. Eine von der westdeutschen Presse vielbeachtete Ferienreise durch unser Land durften 20 Berliner Schulkinder, als Preisträger eines Mal- und Zeichenwettbewerbes anlässlich der «Basler Tage in Berlin», unternehmen. Weitere wichtige Publizistengruppen, deren Reiseprogramme vom Pressedienst gestaltet und durchgeführt wurden, waren die Vertreter einflußreicher britischer Zeitungen und Zeitschriften, welche die beiden Eröffnungsflüge der «Channel Air Bridge» (Luftbrücke für Autos von England nach Basel und Genf) mitmachten, eine Gesellschaft von 40 Redaktoren aus Finnland sowie die Teilnehmer an Erst- und Eröffnungsflügen der Swissair aus dem Fernen Osten, Israel, Westafrika, Nordamerika, Argentinien, Uruguay, Brasilien und Chile. Am 15. Januar fand in Zürich eine von der in- und ausländischen Presse gut besuchte Pressekonferenz statt, die der Orientierung über das Aktions- und Werbeprogramm der SVZ für das laufende Jahr unter dem allgemeinen Motto «Zurück zur Natur – zurück zur Reisekultur» diente. Im Zeichen des Rousseau-Jahres wurde das dreisprachig erscheinende

«SVZ-Bulletin» vorübergehend durch einen Sonderpressediens ersetzt, dessen zehn Ausgaben in französischer Sprache von Herrn René Fell, Verkehrsdirektor, Biel, redigiert und von uns zusätzlich in je einer deutschen und englischen Fassung herausgegeben wurden. Angesichts des ständig zunehmenden Umfangs des Artikel- und Reportagedienstes (1962: 60 Artikel zum Thema «Rousseau/Zurück zur Natur»; 135 Artikel allgemeiner oder aktueller Art; 10 Bildberichte) wurde ab Oktober das «SVZ-Bulletin» in neuer konzentrierter Form unter Einbeziehung der bisher gesondert erschienen monatlichen «Sport»- und «Kultur»-Pressendienste herausgegeben. Die für die Inlandpresse bestimmten «SVZ-Nachrichten» wurden durch einen aktuellen Fernschreibdienst für Presseagenturen und die wichtigsten Tageszeitungen ersetzt.

3. *Inseratenwerbung*

Alle Inserate werden textlich und graphisch am Hauptsitz gestaltet, um eine einheitliche, graphisch saubere und charakteristische Werbung für die Schweiz zu erzielen. Den Agenturen werden für ihre Insertionen Vollclichés oder druckfertige Vorlagen zur Verfügung gestellt. Leider zwangen uns die steigenden Insertionspreise und die steigenden Unkosten auf andern Gebieten zu bedauerlichen Einschränkungen bei den Insertionen. Wir haben uns bemüht, durch die Konzentration der Inserate auf wenige Zeitungen gleichwohl eine befriedigende Wirkung zu erreichen.

4. *Ausstellungen und Messen*

Im Ausland waren wir an den internationalen Messen von Mailand, Hannover, Luxemburg, München, Barcelona, Stockholm, Wels und Manila vertreten, zum Teil in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung und der Swissair. An einer größeren Anzahl von Ausstellungen regionaler oder lokaler Bedeutung waren unsere Agenturen vertreten. In der Schweiz sind neben den traditionellen Beteiligungen an der Schweizer Mustermesse in Basel und am Comptoir Suisse in Lausanne besonders zu erwähnen:

Die Ausstellung «Große Wanderer und die Schweiz», im Verkehrshaus der Schweiz, Luzern

Die Ausstellung «Alte schweizerische Wirtshausschilder», am Comptoir in Martigny und im Gewerbemuseum Basel

Ferner beteiligten wir uns an der Ausstellung «Begegnung mit der Natur», im neuen Museum St. Gallen.

Die Vorarbeiten für unsere Beteiligung an der Landesausstellung 1964 wurden fortgeführt

Die Schaufensterwerbung bekommt auch im Ausland immer größere Bedeutung. In den Schaufenstern der Reisebüros wird die Konkurrenz zwischen den Reiseländern immer stärker, so daß nur noch sehr gutes Schaufenstermaterial verwendet wird. Daneben wünschen zahlreiche Spezialgeschäfte und Warenhäuser touristisches Werbematerial für ihre Dekorationen. Wir bemühen uns, allen diesen Ansprüchen durch die Produktion von Schaufenstermaterial und von ganzen Dekorationen Rechnung zu tragen.

In der Schweiz ist an erster Stelle die Ausstellung «Volksbräuche in der Schweiz» zu erwähnen, welche die Grands Magasins Jelmoli SA. in Zürich letzten Sommer in Zusammenarbeit mit uns in 24 Schaufenstern veranstalteten. Es gelang uns, für diese Ausstellung Leihgaben aus allen Regionen zu erhalten.

In zwölf Vitrinen der Schweizerischen Kreditanstalt an der Bahnhofstraße in Zürich warben im Sommer unter dem Motto «Zurück zur Natur – auf Schweizer Wanderpfaden» und im Winter unter dem Motto «Ferien im Winter sind doppelte Ferien».

Ferner haben wir uns an Schaufenstern und Vitrinen verschiedener Banken und Spezialgeschäfte beteiligt, wobei besonders oft unsere neuen Winterplakate verlangt wurden.

Die Studios von Beromünster, Sottens und Monte Ceneri haben unsere Arbeit in jeder Beziehung erleichtert. Die Postkutschenaktion, die Rousseau-Feier auf der Petersinsel und die Dr. Goudron-Feier wurden durch das Radio und zum Teil auch von der Television übertragen. Die Zusammenstellung der Manuskripte für die Verkehrsmittelungen vom Freitag über Beromünster wurde wiederum durch uns besorgt. Der Titel dieser zum festen Programm gehörenden Sendung des Studios Zürich lautet im Winter «Weekend im Schnee» und im Sommer «Chumm Bueb und lueg dis Ländli a». Besonders durch die Aufnahme der Skitouren- und Wandervorschläge ist diese Sendung zu einem direkten Aufruf im Sinne des Slogans «Zurück zur Natur» geworden. Studio Genf übertrug ebenfalls jeden Freitag «Le carnet du touriste», welches nunmehr von einem seiner Mitarbeiter in Zürich aufgenommen wird. Mit Radio Lausanne wurde die Sendung «Fée d'hiver» organisiert. Die Televisionsübertragungen sportlicher Veranstaltungen über das Eurovisionsnetz, zum Beispiel Lauberhorn-Skirennen in Wengen und Ruderweltmeisterschaften in Luzern/Rotsee, bedeuteten neben der direkten Information auch beste Werbung für die Schweiz.

7. Eigene Organe

1962 wurde eine lang vorbereitete Neuerung verwirklicht: die Herausgabe von jährlich nur mehr zwei, dafür aber 80 Seiten starken Auslandheften der Revue «Schweiz», die dank der Beisteuerung von Farbbeilagen durch SBB, PTT und verschiedene Verkehrsvereine besonders reich ausgestattet werden konnten. Es zeigte sich, daß wir mit dieser Umstellung auf eine Sommer- und eine Winterausgabe anstelle von sechs weniger stattlichen Auslandheften den richtigen Weg beschritten haben. Er ermöglicht es auch, im Fortdruck die farbigen Beilagen auf die 12 Inlandhefte zu verteilen.

Umfangmäßig entsprach der für das Inland bestimmte Jahrgang 1962 wiederum den vorangegangenen. Die Auflage umfaßte 12 Inlandhefte und 2 Auslandnummern, gesamthaft 220 400 Hefte.

Die internen «Mitteilungen der SVZ» erschienen viermal. Ende November erschien Nr. 100 (die erste Ausgabe am 1. August 1948). Ihre Aufgabe ist es, unsere Behörden, die Mitglieder der eidgenössischen Räte, die Mitglieder der SVZ und einen weiteren Kreis von Verkehrsinteressenten laufend über unsere Tätigkeit, insbesondere über diejenige unserer Agenturen, zu orientieren.

8. Auskunftsdienst am Hauptsitz

Der Auskunftsdienst erteilte mündliche und schriftliche Auskünfte betreffend Reiserouten mit Bahn und Auto, Fahrkarten und Zugverbindungen, Ferienorte, Unterkünfte in Hotels, Motels, Pensionen, Jugendherbergen, Ferienwohnungen, Barackenlagern usw., kulturelle und sportliche Veranstaltungen, Privatschulen, Kinderheime und Ferienkurse, Zollformalitäten usw. Es wurden aber nach Möglichkeit auch Anfragen aus dem Auslande beantwortet, die mit Reisen und Ferientaufenthalten in unserem Lande nichts zu tun hatten. Der Auskunftsdienst ist auch mit der Erstellung der monatlichen Terminkalender in der Revue «Schweiz» und mit der Abfassung der Sommer- und Winter-Ereignisbroschüren, der Sommer- und Winter-Sporttabellen betraut.

9. Film

Die Herstellung der im Produktionsprogramm 1962 projektierten 35-mm-Eastman-Color-Filme:

«Kleine Schweizer Fahrt in C-Dur» (Variation zum Thema «Zurück zur Natur» nach Musik von G. Rossini), Condor-Film-Produktion (Buch und Regie: Dr. Niklaus Geßner) und

«In wechselndem Gefälle» (mit elektronischer Musik von Oskar Sala, Produktion von Dr. A. J. Seiler)

konnte planmäßig durchgeführt werden. Das 16-mm-Original eines übernommenen Winterfilmes wurde zu einem Kurzstreifen mit Titel «Hohe Schule» umgeschnitten. Vom 35-mm-Film «Ferien nach Maß» sind im Berichtsjahr eine Kurzfassung sowie die fremdsprachigen Versionen französisch, italienisch, englisch und spanisch fertiggestellt worden. 16-mm-Reduktionen davon werden unseren Agenturen, den diplomatischen und konsularischen Vertretungen sowie dem Schmalfilmverleih zur Verfügung gestellt. Für den Einsatz in Lichtspieltheatern wurden rund 20 Kopien im 35-mm-Format gezogen. Unsere beiden 35-mm-Farb-Tonfilme über die Schweizer Seen zirkulierten ein weiteres Jahr in den Kinos in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Weit über 100 000 Kinobesucher sahen die in Irland laufenden SVZ-Filme. In Matinee-Vorführungen in Stuttgart, Freiburg i. Br., Mannheim, Frankfurt, Kassel, Düsseldorf usw. sind SVZ-Filme zur Vorführung gelangt. Auch für die Television konnte laufend Material zur Verfügung gestellt werden; neuern Fernsehsendern, wie zum Beispiel «Irish Television» in Dublin und «Télé-Orient» in Beyruth, wurde eine größere Anzahl Schmalfilme für permanente Verwendung überlassen. SVZ-Streifen befinden sich ebenfalls in den Filmarchiven vieler ausländischer Universitäten, besonders in den USA und Kanada. Im Inlandverleih war rege Nachfrage durch zahlreiche Verkehrsinteressenten, Institute, Vereine, Sportclubs, Handels- und Industriegesellschaften zu verzeichnen. Unsere Filme trugen auch bei zur Unterhaltung der Feriengäste anlässlich spezieller Hotel- und Kino-Veranstaltungen verschiedener Kurorte und Fremdenverkehrsplätze.

Auszeichnungen erhielten folgende SVZ-Filme:

«Ferien nach Maß»: Prädikat Wertvoll des Schweizerischen Kulturfilmfonds Bern; 2. Preis für 16-mm-Version, an der ASTA in Las Vegas, Kalifornien; 1. Preis für den besten touristischen Film an der XII^o Semaine Internationale du Film de Tourisme et de Folklore, Bruxelles;
«Auf weißem Grund»: Prädikat Wertvoll der Filmbewertungsstelle Wiesbaden; UIOOT-Preis für den besten touristischen Film sportlichen Charakters, ebenfalls an der Semaine Internationale, Bruxelles.

Referate wurden gehalten an der Delegiertenversammlung des Schweizer Hotelier-Vereins, an den Luzerner Kursen für Fremdenverkehr, am St. Galler Ferienkurs der Verkehrsschule Rom und an der Generalversammlung des Verkehrsvereins Leukerbad. Anlässlich der «Summer

10. Vortragswesen

School» der National Union of Teachers aus England wurde beim Besuch von St. Moritz in einem Referat auf die Bedeutung der Schweizer Heilbäder hingewiesen. Der Agentur New York lieferten wir ein Tonband über das Rousseau-Jahr und durch Vermittlung von Radio Basel ein solches über die Basler Fasnacht. Das «Rousseau-Tonband» konnte in spanischer Sprache der Agentur Buenos Aires abgegeben werden.

11. Photodienst

Der Slogan «Zurück zur Natur» gab dem Photodienst die Möglichkeit, für alle Gebiete der Schweiz mit schönen Landschaftsaufnahmen zu werben. Vielfältige Bildserien zu diesem Thema waren im In- und Ausland sehr gefragt, wie auch das Dokumentationsmaterial über die Postkutschenaktion und Aufnahmen von der Rousseau-Gedenkfeier auf der Petersinsel. Der 100. Geburtstag von Dr. Guglielminetti («Dr. Goudron») bot einen willkommenen Anlaß, den ausländischen Zeitungslesern die Schweiz in Erinnerung zu rufen und neben historischen Photographien Aufnahmen über den Straßenverkehr, die Touringhilfe und den Schneekettendienst zu plazieren.

Die Agenturen erhielten laufend Photographien zugestellt, 20 Serien mit 322 verschiedenen Sujets, meist durch Presseartikel in drei Sprachen ergänzt. Neben den rein informativen Aufnahmen wurde das Hauptgewicht thematisch auf das schweizerische Brauchtum, typische Häuser und lebendige Wintersportbilder gelegt.

Neben der Bedienung der In- und Auslandpresse sowie der diplomatischen und konsularischen Vertretungen mit schwarzweißem und farbigem Bildmaterial wurden wir oft zur Mitarbeit für die Illustration von Lehrbüchern zugezogen. Besonders zu erwähnen ist die Herstellung von Dias- oder Filmlehrstreifen für ausländische Schulen, die dank unserem gutdotierten Farbendiapositiv-Archiv verwirklicht werden konnten. Die Nachfrage seitens der Schweizer Presse hat in erfreulichem Maße zugenommen.

Sozusagen alle Bildmotive für Plakate, Broschüren, Inserate und die Schaufensterwerbung konnten der Produktionsleitung aus unseren eigenen Beständen zur Verfügung gestellt werden. Die auf 39 000 Kopien gesteigerte Jahresproduktion sowie die Tatsache, daß erstmals über 600 Großvergrößerungen 50 × 50 cm bis 100 × 100 cm für Ausstellungen und Schaufenster im eigenen Labor hergestellt werden konnten, zeigt, daß sich die Investition von Mitteln in eine moderne Laboreinrichtung gelohnt hat.

Der betriebseigene Photograph bediente das Archiv laufend mit Neuaufnahmen aus der ganzen Schweiz. Reportagen erfolgten unter anderem an den Feierlichkeiten zu Ehren von J. J. Rousseau und Dr. Guglielminetti sowie anlässlich des 50. Jubiläums der Jungfrau- und der Ballonsportwoche in Mürren. Der Bestand an Farbaufnahmen konnte um 2100 Stück vermehrt werden, wovon 1400 an SVZ-Agenturen für ihren laufenden Bedarf gingen.

In enger Zusammenarbeit mit der Swissair wurden Reisebürofachleute aus folgenden Ländern zu Studienreisen in der Schweiz eingeladen: Belgien, Dänemark, Deutschland, England, Frankreich, Holland, Italien, Österreich, Schweden, Spanien, USA und dem Fernen Osten (Tokio, Hongkong und Manila). Es nahmen durchschnittlich je 12 Personen an diesen Reisen teil. Einzelne Studienreisen wurden neuerdings auf den Winter verlegt. Den vielen Mitbeteiligten an der Durchführung dieser Touren möchten wir an dieser Stelle unsern besten Dank aussprechen, vor allem den Kur- und Verkehrsvereinen, den Hotels und den Transportanstalten.

Über die Postkutschen-Sternfahrt aus Paris, Lyon, Brüssel, Frankfurt a. M., München und Mailand nach La Neuveville wird an anderer Stelle Bericht erstattet.

Der 100. Geburtstag von Dr. Guglielminetti («Dr. Goudron») gab uns willkommene Gelegenheit, für den Straßenverkehr zu werben und speziell im Auslande auf die Entwicklung des schweizerischen Straßennetzes hinzuweisen. Die Feier, an der die SVZ maßgebend beteiligt war, fand am 24. November in Brig in Anwesenheit von Herrn Bundesrat Roger Bonvin statt und war ein voller Erfolg. In zahlreichen Zeitungen und Zeitschriften des In- und Auslandes erschienen Reportagen über diesen Anlaß.

12. Studienreisen für Reisebürofachleute

13. Besondere Aktionen