

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 23 (1963)

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: 21.02.2026

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

IV. WERBEGEBIETE

1. Hotellerie

208 600 Exemplare des Schweizer Hotelführers leiteten unsere Agenturen und der Hauptsitz im Berichtsjahr an Interessenten im In- und Ausland weiter. 25 100 Führer versandten wir an die diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz im Ausland, an Reisebüros, Luftverkehrsgesellschaften und weitere Interessenten außerhalb unseres Agenturbereichs, während 183 100 Exemplare durch unsere 18 Agenturen und Vertretungen verteilt wurden.

Die Tagung des Verwaltungsrates der A.I.H. (Association Internationale de l'Hôtellerie) vom 9. bis 14. September in Zermatt bot uns Gelegenheit, 120 führende Hoteliers aus zahlreichen Ländern mit Beispielen aus unserer Filmproduktion sowie mit unserer Werbetätigkeit und dem Fremdenverkehrsland Schweiz im weiteren Sinne vertraut zu machen. In Verbindung mit dem Schweizer Hotelier-Verein übernahmen wir es ferner, Vertreter der Presse einzuladen und zu betreuen. Studienreisen, die wir für je zwölf Reisebüroagenten aus fünf Ländern durchführten, gestatteten es wiederum, diesen direkt am Verkauf von Ferienreisen beteiligten Fachleuten Einblick in die Hotellerie unseres Landes zu bieten. Als besonders wertvoll erwies sich 1963 die Zusammenarbeit zwischen dem Schweizer Hotelier-Verein und der SVZ bei der Gestaltung individueller Reportagereisen ausländischer Publizisten; verschiedene ausgezeichnete Berichte über schweizerische Hotellerie und Gastronomie in angesehenen Publikationen dürfen als Resultat unserer gemeinsamen Anstrengungen betrachtet werden.

2. Eisenbahnverkehr

1962 sind für rund 101 Millionen Franken (1961: 93 Millionen) Fahrausweise der Schweizerischen Bundesbahnen, der Privat- und Bergbahnen und der PTT im Ausland verkauft worden. Unsere Agenturen waren als Vertreter dieser Transportunternehmungen am Umsatz mit Eigenverkäufen sowie durch die fachliche Orientierung und Beratung des Reisebüropersonals für den Verkauf schweizerischer Fahrausweise wesentlich beteiligt. Der Betrag der 1963 im Ausland abgesetzten Fahrkarten ist noch nicht bekannt. – Die Publizitätsdienste der SBB und weiterer Transportanstalten stellten uns reichlich Werbematerial zur Verfügung. Der von unseren Agenturen New York und San Francisco in Verbindung mit den SBB in den Vereinigten Staaten auf den Markt gebrachte Tourenprospekt «The Unique World of Switzerland» dürfte das Interesse an Schweizerreisen mit öffentlichen Transportmitteln wesentlich fördern.

Auf der Generaldirektion der SBB fand mit den Chefs der Billett-

abteilungen der Agenturen Brüssel, Paris und London am 6. Juni eine Besprechung über Neuerungen in der Ausgabe von Kollektivbilletten im internationalen Verkehr statt.

Mit den im Vorjahr in großen Auflagen neu herausgegebenen beiden Publikationen, der offiziellen Straßenkarte und der in vier Sprachen erschienenen Broschüre «Im Auto durch die Schweiz – 30 schöne Autotouren», konnte die Nachfrage auf dem Hauptsitz wie auf den Auslandagenturen während des Berichtsjahres gedeckt werden. Der von uns veröffentlichte Campingprospekt, der Auskunft über 230 von den zuständigen Verbänden empfohlene Zeltplätze gibt, erfreut sich zudem hauptsächlich bei den im eigenen Fahrzeug reisenden Touristen großer Beliebtheit, da heute über 80% aller Zeltsportler motorisiert sind.

In Zusammenarbeit mit den regionalen Verkehrsverbänden gaben wir erstmals eine gedruckte Liste schweizerischer Motels heraus. Die vom ACS und TCS zusammengestellten und von uns wöchentlich an die Agenturen weitergeleiteten Meldungen über den Straßenzustand und über die Befahrbarkeit der Alpenpässe leisteten uns wiederum große Dienste. Über plötzliche Änderungen des Straßenzustandes orientierten wir die nächstgelegenen Agenturen per Telex. Der Hauptsitz und die Auslandagenturen konnten 1963 auf Grund der Veröffentlichungen des Eidgenössischen Amtes für Straßen- und Flußbau eine große Zahl von Anfragen betreffend den Stand des Nationalstraßenbaus sowie der Straßentunnel durch die Alpen beantworten und auch Publizisten Material für Reportagen überlassen. In diesem Zusammenhang möchten wir auch die wertvolle Unterstützung durch den Schweizerischen Straßenverkehrsverband erwähnen.

Dank der tatkräftigen Mitwirkung der Generaldirektion der PTT war es möglich, bei der Neuinszenierung der «Thomas-Cook-Expedition» durch die Schweiz nach dem Vorbild des aufgefundenen Tagebuchs die damals benützten Verkehrsmittel einzusetzen. Dem Informationsdienst der PTT sei an dieser Stelle für seine Mitarbeit, die maßgeblich zum guten Gelingen der Aktion beitrug, herzlich gedankt.

Die auch in Zusammenarbeit mit der PTT-Verwaltung organisierte Ferienreise für 80 amerikanische Zeitungsjungen bot Gelegenheit, den jungen Gästen unsere modernen Postautos vorzustellen. Der «PTT-Alpine Highway Express» wurde denn auch in der Berichterstattung

der amerikanischen Presse über die Abenteuer der sympathischen Goodwill-Ambassadoren gebührend gewürdigt.

5. Luftverkehr

Bemüht sich die SVZ auch, mit allen Luftverkehrsgesellschaften gute Kontakte zu pflegen, sind natürlich die Beziehungen zur Swissair besonders eng. Diese sind nicht nur auf den Umstand zurückzuführen, daß es sich hier um die nationale Luftverkehrsgesellschaft handelt, sondern sie ergeben sich aus der Tatsache, daß Swissair und SVZ in vielen Ländern ihre Aufgabe in einer Bürogemeinschaft erfüllen, oder aber sich gegenseitig vertreten.

Anläßlich der Swissair-Eröffnungsflüge von und nach Hamburg und Algier organisierte der SVZ-Pressedienst Zürich in Zusammenarbeit mit der Swissair Orientierungsreisen für die in der Schweiz eintreffenden Gäste.

6. Werbung für Bade- und Klimakurorte

Die von uns in die Wege geleitete Werbung für die Heilbäder wickelte sich wiederum in enger Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Badekurorte ab. Die Mitglieder erklärten sich bereit, an die kollektive Inseratenkampagne einen zusätzlichen Beitrag zu leisten, der bei den größeren Badekurorten Fr. 700.– und bei den kleineren Fr. 400.– betrug. In elf führenden Schweizer Tageszeitungen erschienen je vier Inserate. Mit dem bewährten Slogan «vorbeugen – heilen – verjüngen» verknüpften wir einen Hinweis auf die individuelle Kur im Schweizer Heilbad. Weitere Inserate erschienen im «Nebelspalter», und in einigen Schweizer Wochenblättern wurde auch kollektiv inseriert. Anhand der Bestellungseingänge für das «Bäderbuch der Schweiz» darf festgestellt werden, daß die Inserate stark beachtet worden sind.

Die Hotelliste der Badekurorte mit Pauschalpreisen sowie den Richtpreisen für die Kurmittel wurde einzeln und in Verbindung mit einem illustrierten Prospekt herausgegeben.

Im Medizinischen Jahrbuch der Schweiz, Ausgabe 1963, erschienen als Inserat die Angaben über alle 21 Schweizer Heilbäder. 30 Exemplare dieser Publikation stellten wir verschiedenen Schweizer Botschaften und konsularischen Stellen als Nachschlagewerk zur Verfügung. Wiederum war es möglich, die 30 Plakatsfelder am Kopfende der Perrons im Hauptbahnhof Zürich in der Zeit von Ende März bis Mitte Mai während sechs Wochen zu belegen. Zum Aushang kam das dreiteilige Bäderplakat von Peikert. Im Sinne einer Erinnerungsreklame stellten wir allen Schweizer Ärzten die Bäderfreikarte zu. In der Juni-Nummer

von «Heilbad und Kurort» (Verlag Ludwig Flöttmann, Gütersloh) erschien unser Referat «Bäderwerbung in Wort und Bild», das anlässlich des Internationalen Kongresses für Balneologie und Medizinische Klimatologie in Baden-Baden gehalten worden war. Im Sommer-Auslandheft der Revue «Schweiz» erschienen zwei ganzseitige Farbtafeln mit Bädermotiven. Anlässlich der Cooks-Jubiläumsreise, die auch durch Leukerbad führte, wurde in historischen Badekostümen den damaligen Badesitten entsprechend, das Frühstück auf schwimmenden Holztellern im warmen Wasser der Bäder eingenommen.

Vom Bäderfilm sind 14 Kopien der deutschen Version in Auftrag gegeben worden. «Das kleine Klimabuch der Schweiz», welches mit unserer Unterstützung von der Schweizerischen Vereinigung für Klimakurorte in deutscher und französischer Sprache herausgegeben worden ist, gelangte durch den Hauptsitz und die Auslandsagenturen der SVZ zur Verteilung.

Am 30. Schweizer Skischulleiterkurs in St. Moritz wurden von uns in Zusammenarbeit mit dem Kurverein St. Moritz ausländische und schweizerische Journalisten eingeladen. 20 Pressevertreter weilten in der ersten Woche vom 1. bis 8. Dezember in der sehr gute Schneeverhältnisse aufweisenden Engadiner Fremdenmetropole. Zum erstenmal war die größte Skischule der Welt auf drei Wochenkurse ausgedehnt worden, und die Teilnehmerzahl von 3500 Personen aus 15 Ländern entsprach einem neuen Rekord. Der Niederschlag in der nationalen und in der internationalen Presse war gut, und erneut kann man feststellen, daß der Schweizer Skischulleiterkurs, eine einzigartige Institution in den Alpenländern, im In- und Ausland ein sehr interessantes Werbemittel darstellt. *7. Sport*

In den schweizerischen Privatinstituten wurden 1963 nicht mehr die maximalen Besetzungsziffern der letzten Jahre erreicht. Dieser leichte Rückgang dürfte teilweise auf die Entstehung neuer amerikanischer Studienzentren zurückzuführen sein. Bei den Externaten besteht die Schwierigkeit, die Schüler preiswert unterzubringen, was sich in verschiedenen Städten negativ auswirkt. *8. Erziehung*

Zusätzlich zu den im Berichtsjahr veröffentlichten beiden Ausgaben der Broschüre «Ferienkurse und Ferienlager in der Schweiz» brachten wir die Liste der Schulen, die Unterricht in englischer Sprache erteilen, auf den neuesten Stand. Ferner übernahmen wir zu einem großen

Teil den Vertrieb der illustrierten Führer des Zentralverbandes schweizerischer Privatschulen und Institute und des Verbandes schweizerischer Kinderheime. Unsere Vertreterin in Lausanne konnte auch 1963 eine große Zahl von Anfragen, insbesondere aus den USA, beantworten.

9. Werbung für kulturelle Veranstaltungen

Im Sommer betreute der Pressedienst während Monaten den mit dem «National Book Award» ausgezeichneten Reiseschriftsteller Herbert Kubly, der im Auftrage von «Life», New York, Material für ein umfassendes Werk über die Schweiz sammelte, das demnächst in der «Life World Library» erscheinen soll. Der Schriftsteller besprach sich mit namhaften Persönlichkeiten der Schweiz, wie Professor Karl Barth, Basel, und Friedrich Dürrenmatt usw. Der mit der Illustration dieses Werkes betraute Photograph, Farrell Grehan, ein ständiger Mitarbeiter von «Life», wurde ebenfalls vom Pressedienst beraten und unterstützt. Die von ihm im Verlaufe mehrerer Monate aufgenommene, reiche Bilddokumentation, darunter Porträts bekannter Schweizer Persönlichkeiten, soll überdies das Photoarchiv des angesehenen Verlages «Life» erneuern.

In Zusammenarbeit mit dem Auslandpressedienst der Stiftung Pro Helvetia sowie dem Presse- und Informationsdienst des Eidgenössischen Politischen Departementes betreute der Pressedienst der SVZ verschiedene kulturell interessierte Gruppen. Dr. E. Briner, der bewährte Kulturmitarbeiter des Pressedienstes, steuerte auch 1963 Beiträge über Höhepunkte des schweizerischen Veranstaltungskalenders an die Seiten der Revue «Schweiz» und unsere Nachrichtenbulletins bei. Wiederum wurden ausländischen Musik-, Theater- und Kunstkritikern in Zusammenarbeit mit örtlichen Verkehrsvereinen der Besuch von Festspielen und Kunstausstellungen in allen Regionen der Schweiz ermöglicht.

10. Sozialtourismus

Die durch die Eidgenössischen Räte zweckgebundenen zusätzlich bewilligten Fr. 100 000.– haben wir für Werbeaktionen zur Förderung des Sozialtourismus verwendet. Neben unsern eigenen Publikationen, wie die Herausgabe einer Wanderzeitschrift, von Camping-, Jugendherbergen- und Massenlager-Verzeichnissen usw., beteiligten wir uns auch an Werbemaßnahmen sozialtouristischer Organisationen. So unterstützten wir die Herausgabe des Ferienführers der Schweizer Reisekasse (Gesamtauflage 260 000 Exemplare), Insertionskampagnen, den Vortragsdienst und das neue Ferienbuch der Schweiz.

Eine besondere Unterstützung fand die unter dem Motto «Chum Bueb

und lueg dis Ländli a» in einer Auflage von 100 000 Exemplaren erschienene neue Broschüre der Vereinigung Schweizerischer Wanderwege. Ferner wurden verschiedene Inserate in der Zeitschrift des Touristenvereins «Die Naturfreunde» placiert.

Wenn auch die folgenden Darstellungen wohl keine wertmäßigen Vergleiche in bezug auf die Werbung zulassen, vermögen sie vielleicht augenfälliger als trockene Zahlen das Ausmaß unserer jährlichen Werbetätigkeit im Dienste des Ferienlandes Schweiz zu veranschaulichen:

Eine sechs Meter breite Straße von Bern nach Solothurn könnte mit den 321 300 vom Hauptsitz Zürich 1963 in alle Himmelsrichtungen versandten Plakaten bedeckt werden.

Insgesamt 70 000 Stunden dauerte das von 35 Schalterbeamten der SVZ in 18 Weltstädten vorgetragene «Plädoyer» zugunsten unseres Reise-landes.

Eine Strecke von 25 000 Kilometern, mehr als die Hälfte des Äquators, würden die zu einem Band gefügten einzelnen Seiten der 1963 von Zürich spedierten 12 500 000 Prospekte und Broschüren umspannen.

317 000 Briefe und Werbeschreiben versandten unsere Agenturen im Berichtsjahr; pro Tag wurden durchschnittlich 1000 schriftliche Auskünfte erteilt.

Ein Eisenbahnzug von 53 vollbeladenen Güterwagen wäre erforderlich, um das 1963 vom Hauptsitz verschickte Werbematerial zu befördern.

Zeichnungen: H. Kuchler SVZ

11. Werbung in Zahlen

