

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

Rubrik: Internationale Gemeinschaftswerbung

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: 13.01.2026

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

V. INTERNATIONALE GEMEINSCHAFTSWERBUNG

1. Das Touristikkomitee der OECD

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sieht sich durch den Eintritt der USA und Kanadas neuen Problemen gegenübergestellt. Weil sich die neuen Mitglieder mit dem Patronat der OECD für die europäische Kollektivwerbung in den USA nicht einverstanden erklärt haben, mußte für 1964 diese Gemeinschaftsaktion auf freiwilliger Basis durchgeführt werden. Die OECD nimmt deshalb eine passivere Haltung ein, in der Erwartung, daß eine neue Lösung die gegenseitige Kollektivwerbung für den Atlantischen Raum ermöglichen werde. Das Touristikkomitee der OECD setzte sich weiterhin für die Liberalisierung des Fremdenverkehrs und die Erleichterung der Zollformalitäten ein. Mitglieder der Schweizer Delegation des Touristikkomitees der OECD sind Dr. A. Martin, Präsident, Professor Dr. K. Krapf (Nachfolger: Dr. P. Risch), Dr. F. Seiler und der Direktor der SVZ. Dr. A. Martin ist zudem Präsident der Unterkommission zur Förderung des Jugendtourismus.

2. CET (Commission Européenne de Tourisme)

ETC (European Travel
Commission)

Die Hauptmission der CET und der in den Vereinigten Staaten eingesetzten European Travel Commission besteht in der Kollektivwerbung in den USA. Die zugunsten des europäischen Reisekontinents unterhaltene Werbung wird durch eine Unterkommission geleitet, welche dieses Jahr durch den Direktor der SVZ präsidiert wird.

Da in der Folge der Erweiterung der OEEC zur OECD die Teilnahme der Mitgliedstaaten freigestellt wurde, verzichteten mehrere Länder, u. a. Frankreich, Deutschland und Spanien, sich an der Kampagne von 1964 zu beteiligen. Österreich beteiligte sich bereits seit zwei Jahren nicht mehr. Die Schweiz hat sich entschlossen, im Jahre 1964 noch mitzuwirken, in der Hoffnung, daß sowohl in der Kommission selbst wie auch in der Gestaltung der Werbung Änderungen eintreten werden. – Das für 1964 zur Verfügung stehende Budget beläuft sich auf \$ 206 000.

3. Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT)

Die Tätigkeit der UIOOT konzentrierte sich im Berichtsjahr insbesondere auf die Vorbereitung der in Rom abgehaltenen Konferenz der Vereinigten Nationen.

4. Vereinigte Nationen – Fremdenverkehrskonferenz von Rom

Vom 21. August bis 5. September trafen sich im Rahmen einer ersten Fremdenverkehrskonferenz der Vereinigten Nationen in Rom Delegierte und Beobachter aus 108 Nationen. Zur Diskussion standen vorwiegend grundlegende Fragen des internationalen Fremdenverkehrs. In einer Resolution wurden die Verdienste des Tourismus sowie seine

volkswirtschaftliche und völkerverbindende Bedeutung gewürdigt. Der Bundesrat delegierte zu diesem Kongreß folgende Herren: Dr. A. Martin, Direktor des Eidgenössischen Amtes für Verkehr, Delegationschef, Professor Dr. K. Krapf †, Direktor des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes, A. Zuber, Chef der Betriebsabteilung der Eidgenössischen Zollverwaltung, Dr. C. Jagmetti, Attaché der Schweizerischen Botschaft in Rom, und den Direktor der SVZ.

Die Gemeinschaftswerbung der Alpenländer, an der die sieben Länder Deutschland, Frankreich, Italien, Jugoslawien, Monaco, Österreich und die Schweiz beteiligt sind, wickelte ihr Programm in den Vereinigten Staaten von Nordamerika und Kanada im gewohnten Rahmen und mit dem gleichen finanziellen Aufwand ab. Das Hauptgewicht lag auf einer noch intensiveren Werbung für den «Motoring Contest», der in Form eines Wettbewerbes für amerikanische Automobilisten, die Europa im eigenen oder im gemieteten Wagen durchfahren, reserviert ist. Die erste Phase dieses Wettbewerbs ist abgeschlossen. Es haben total 160 Automobilisten aus den USA eine Gold- oder Silberplakette gewonnen. Den ersten Preis, ein Automobil, gewann Mr. James Burk aus Indiana.

Die 20. Alpenraumtagung fand am 3./4. Dezember in Zürich statt. Im wesentlichen wurde beschlossen, den bisherigen Prospekt nachzudrucken, einen Terminkalender zu publizieren und den «Motoring Contest» auch in den Jahren 1964/65 fortzuführen.

*5. Die Gemeinschaftswerbung
der Alpenländer*