

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 25 (1965)

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: 09.12.2025

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

V. INTERNATIONALE GEMEINSCHAFTSWERBUNG

Im *Touristik-Komitee der OECD* war die Schweiz durch die bisherige Delegation, nämlich Herrn Direktor Dr. A. Martin, als Delegationschef, Herrn Dr. Franz Seiler, Zentralpräsident des Schweizer Hotelier-Vereins, PD Dr. P. Risch, Direktor des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes, und den Direktor der SVZ vertreten. Sie machte in Paris Vorschläge für die Neugestaltung des Arbeitsprogrammes. Im Berichtsjahr ist erst die Stellungnahme einiger Länder dazu eingetroffen, so daß die Behandlung des schweizerischen Memorandums erst im kommenden Jahr erfolgen kann. Das Komitee studierte die dringende Vereinheitlichung der Fremdenverkehrsstatistiken, wobei eine gewisse Koordinierung für die Erhebungen der OECD und der UIOOT erzielt wurde. Eine unter dem Präsidium von Dr. Martin stehende Arbeitsgruppe widmete sich dem Studium des internationalen Jugendtourismus. Die Schweizer Postulate, daß eine bessere Orientierung über die Schulferientermine und einheitliche Listen für die Unterkunft von jugendlichen Touristen geschaffen werden soll, fanden gute Aufnahme. Vermehrt hat sich auch das Touristik-Komitee der Entwicklungshilfe zugewandt und nimmt Seminarien für Experten in Aussicht. Dieser Trend nach «Entwicklungshilfe» nimmt in den internationalen touristischen Organisationen mit dem Hinzukommen neuer Reiseländer immer mehr zu. Hier drängt sich eine Konzentration der Mittel auf, namentlich eine klare Arbeitsteilung zwischen UNO, UIOOT und OECD.

Die *OECD* hat das Patronat über die seit Jahren befürwortete Kollektivwerbung der CET in den Vereinigten Staaten nach dem Beitritt der USA, Kanadas und Japans aufgegeben. Der Versuch, diese Gemeinschaftswerbung auf freiwilliger Basis und vor allem ohne ständiges Sekretariat fortzusetzen, muß als gescheitert betrachtet werden. Es fanden sich für die jeweiligen einzelnen Aktionen zu wenig Teilnehmer. Die Finanzierung stieß, weil die festen Jahresbeiträge fehlen, auf Schwierigkeiten. Verhandlungen zur Festlegung einer neuen Basis der europäischen Kollektivwerbung im kommenden Jahr sind im Gange.

Die *UIOOT* mit Sitz in Genf, deren Exekutivkomitee unser Direktor angehört, hat sich weiterhin bemüht, die Richtlinien der Fremdenverkehrskonferenz der Vereinigten Nationen in Rom mit praktischen Vorschlägen und Maßnahmen in allen ihren Mitgliedstaaten zu konkretisieren. Unter den zahlreichen Kommissionen und Arbeitsgruppen ist für unser Reiseland die Commission Régionale du Tourisme en Europe (CRTE) besonders wichtig, weil sie sämtliche europäischen Touristen-

länder – auch hinter dem eisernen Vorhang – umfaßt. In einer Sitzung in Kopenhagen veröffentlichte sie interessante Studien über den hohen Anteil des europäischen Tourismus am Welttourismus, diskutierte ein Exposé unseres Direktors über die Ausbildungsmöglichkeiten von Fremdenverkehrs fachleuten in den verschiedenen Ländern und beschloß die Herausgabe eines Informationsprospektes, der knapp über die touristischen Einrichtungen der Mitgliedstaaten dieser Kommission orientiert.

Das Präsidium der seit zehn Jahren bestehenden Gemeinschaftswerbung der sieben Alpenländer (Deutschland, Frankreich, Italien, Jugoslawien, Monaco, Österreich und der Schweiz) ist zu Beginn des Jahres von Prof. Dr. P. Bernecker (Österreich) auf unseren Direktor übergegangen. An einer Sitzung und Pressekonferenz in Grindelwald wurden die von der SVZ im Programm zum «Jahr der Alpen» vertretenen Leitgedanken auch von den übrigen Alpenländern sehr begrüßt. Da sich der Tourismus im Alpenraum in die Defensive gedrängt sieht, wird ein noch stärkerer Zusammenschluß der Werbeaktionen von allen Mitgliedern gewünscht. Die von uns erstellten Leitfäden über die Vorteile des Höhenklimas sowie der in Aussicht genommene Klimatologenkongreß in Locarno/Lugano fanden die Zustimmung der Werbegemeinschaft. Weiter wurde beschlossen, das verhältnismäßig bescheidene Budget nur auf wenige gezielte Aktionen zu konzentrieren, vorab auf die Herausgabe einer Reliefkarte des gesamten Alpenkammes von den Alpes maritimes bis zu den Julischen Alpen. Im weiteren wurde eine stärkere Publizität für den Motoring Contest beschlossen, ein Wettbewerb für amerikanische Automobilisten, die auf ihrer Fahrt durch die Alpen eine Anzahl von Kontrollorten in den sieben Alpenländern passieren müssen und der die wichtigste Aktion dieser Gemeinschaftswerbung darstellt. Der Film der Gemeinschaftswerbung, die Prospekte und Plakate, worunter ein jährlicher Terminkalender, wurden neu aufgelegt, verbunden mit einer kleineren Insertionskampagne in den USA.

Das «Jahr der Alpen» gab der Gemeinschaft der sieben Alpenländer entschieden neue Impulse. Der Gemeinschaftsarbeit kommt insofern größere Bedeutung zu, als die Kollektivwerbung der OECD-Länder (CET) im Berichtsjahr sozusagen stillgelegt war.

Gemeinschaftswerbung der Alpenländer