

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 44 (1984)

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: 03.01.2026

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

Werbung und Werbemittel

Produktion

Drucksachen

Pauschalarrangements – Sommer 1984 (siehe Abbildung Seite 24):

Schweiz pauschal Sommersport, Broschüre	D, F, E, I komb.	45 000 Ex.
Schweiz pauschal Wandern, Broschüre	D, F, E, I komb.	16 000 Ex.
Schweiz pauschal Kunsthandwerk und Spiele, Faltprospekt	D, F komb.	10 000 Ex.
Schweiz pauschal Musik, Tanz und Theater, Faltprospekt	D, F komb.	10 000 Ex.

Pauschalarrangements – Winter 1984/85 (siehe Abbildung Seite 24):

Schweiz pauschal Wintersport, Broschüre	D, F, E, I komb.	60 000 Ex.
Schweiz pauschal Fitness, Städte, Kur, Faltprospekt	D, F komb.	20 000 Ex.
Schweiz – Ferien mit Sprachkursen 1984, Broschüre	D, F, E, I komb.	15 000 Ex.
Schweiz – Ferien mit Sprachkursen 1985, Faltprospekt	D, F, E, I komb.	20 000 Ex.

Schweizerische Privatschulen 1984–1985, Broschüre

In Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizerischer Privatschulen	D, F, E, I komb.	45 000 Ex.
<i>Steam in Switzerland 1984</i>	E für London	4 000 Ex.
Broschüre	D für Frankfurt	10 000 Ex.

Schweiz, neue Landesbroschüre (siehe Abbildung Seite 21)

Total	1 000 000 Ex.
davon:	
D	100 000 Ex.
F	100 000 Ex.
Amerikanisch	300 000 Ex.
Neutrale	500 000 Ex.
Amerikanisch	190 000 Ex.

Unique World of Switzerland Broschüre für Agentur New York

<i>Erholung und Kur, Broschüre</i>	D, F, E, I komb.	20 000 Ex.
------------------------------------	------------------	------------

Messekalender der SVZ 1985, Broschüre

<i>Schweizer Pass, Broschüre</i>	D, F, E, I komb.	2 500 Ex.
----------------------------------	------------------	-----------

Umschlagvordrucke Touroperators

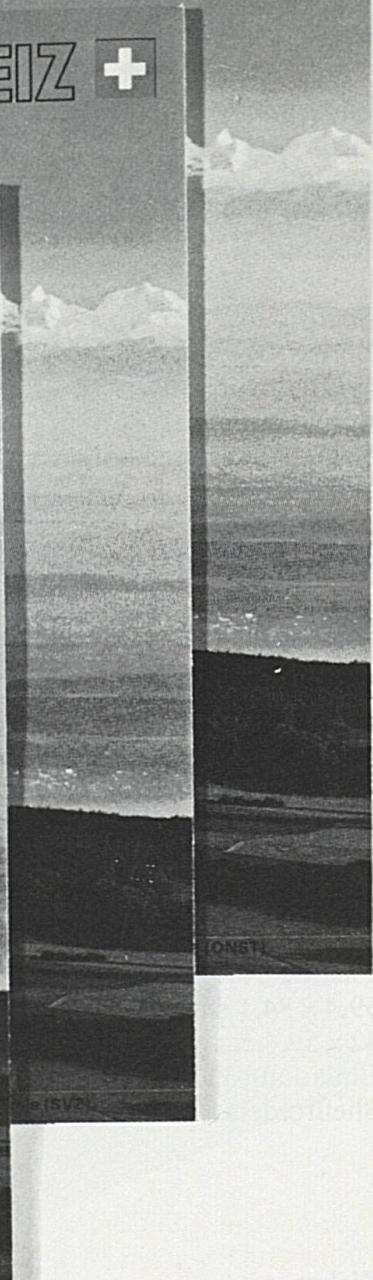
für Agentur London, Sommer und Winter		14 000 Ex.
für Hauptsitz Zürich, Sommer und Winter		14 000 Ex.

<i>Umschlagvordrucke Agenturbroschüren 1985</i> Sujet Skifahrer/Sils	Neutral	567000 Ex.
<i>Umschlageindrücke Agenturbroschüren 1984/85</i> Sujet Mürren/Rigi	Holländisch Japanisch	45000 Ex. 28000 Ex.
<i>Umschlageindrücke Agenturbroschüren 1985</i> Sujet Skifahrer/Sils	Holländisch	35000 Ex.
<i>Agenturbroschüren, Sujet Mürren/Rigi:</i>		
Bienvenue en Suisse, Agentur Paris	F	30000 Ex.
Bienvenue en Suisse, Agentur Toronto	F	3000 Ex.
Bienvenue en Suisse, Agentur Bruxelles	F	10000 Ex.
Welkom in Zwitserland, Agentur Bruxelles	Flämisch	12000 Ex.
Consejos útiles para visitar Suiza, Agentur Madrid	Sp	10000 Ex.
<i>Agenturbroschüre, Sujet Skifahrer/Sils:</i>		
Travel Tips for Switzerland, Agentur New York	Amerikanisch	200000 Ex.
Travel Tips for Switzerland, Agentur London	E	40000 Ex.
Consejos útiles para su viaje a Suiza, Agentur Buenos Aires	Sp	10000 Ex.
<i>43. Geschäftsbericht 1983 der SVZ</i>	D F	1500 Ex. 900 Ex.
<i>Japan – Ein Bericht der SVZ</i> Verfasser J.E. Bühler	D F E	700 Ex. 300 Ex. 400 Ex.
<i>12 abenteuerliche Top Tips</i> 11 Faltprospekte mit Ausflugtips für 11 Regionen	D	20000 Ex.
<i>12 abenteuerliche Top Tips</i> 1 Faltprospekt mit Zusammenfassung der 11 Regionen	E	6000 Ex.
<i>Die Schweiz – Eine ganze Ferienwelt</i> , Infrastrukturliste Sommer In Zusammenarbeit mit Swissair	D, F, E, I komb.	20000 Ex.
<i>Die Schweizerischen Jugendherbergen</i> Verzeichnis und Karte. Ankauf	D, F, E, I komb.	25000 Ex.
<i>Schlittelwege</i> , Faltprospekt	D, F komb.	6000 Ex.
<i>i-Blätter</i> , neue Themen und Nachdrucke	D, F, E, I komb.	41000 Ex.
<i>Plakatierung Deutschland</i> , März und Mai Druck von 8 verschiedenen Regionenplakaten mit Sloganaufdruck «Die Schweiz» und «Ein schönes Stück Europa»	Total	62000 Ex.

SUISSE 

SCHWEIZ 

SWITZERLAND 



Swiss National Tourism Office ISMTO

Regionenplakate 3. Auflage, 64 × 102 cm

Berner Oberland	D/F/E	1 000 Ex.
Emmental	D/F/E	1 000 Ex.
Jura	D/F/E	1 000 Ex.
Wallis	D/F/E	1 000 Ex.
Tessin	D/I/E	1 000 Ex.

Shellfolders (Nachdruck):

Wallis Winter	100 000 Ex.
Graubünden Winter	100 000 Ex.
Winter neutral	100 000 Ex.
Rheinfall	100 000 Ex.

Shellfolders (Neudruck):

Berner Oberland Winter	75 000 Ex.
Winter neutral	75 000 Ex.
Sommer neutral	75 000 Ex.
Region Genfersee Sommer	75 000 Ex.
Wandern	100 000 Ex.
Tessin	75 000 Ex.
Öffentliche Verkehrsmittel	75 000 Ex.

Swiss Mail, Klein-Papeterie (siehe Abbildung rechts)	10 000 Ex.
--	------------

Drucksachen für Schweiz-Empfang an der Winterolympiade

Sarajevo		
Streuprospekt mit Stadtplan	E	5 000 Ex.
Menükarten	E	250 Ex.

«100 Jahre Wintersport in der Schweiz»

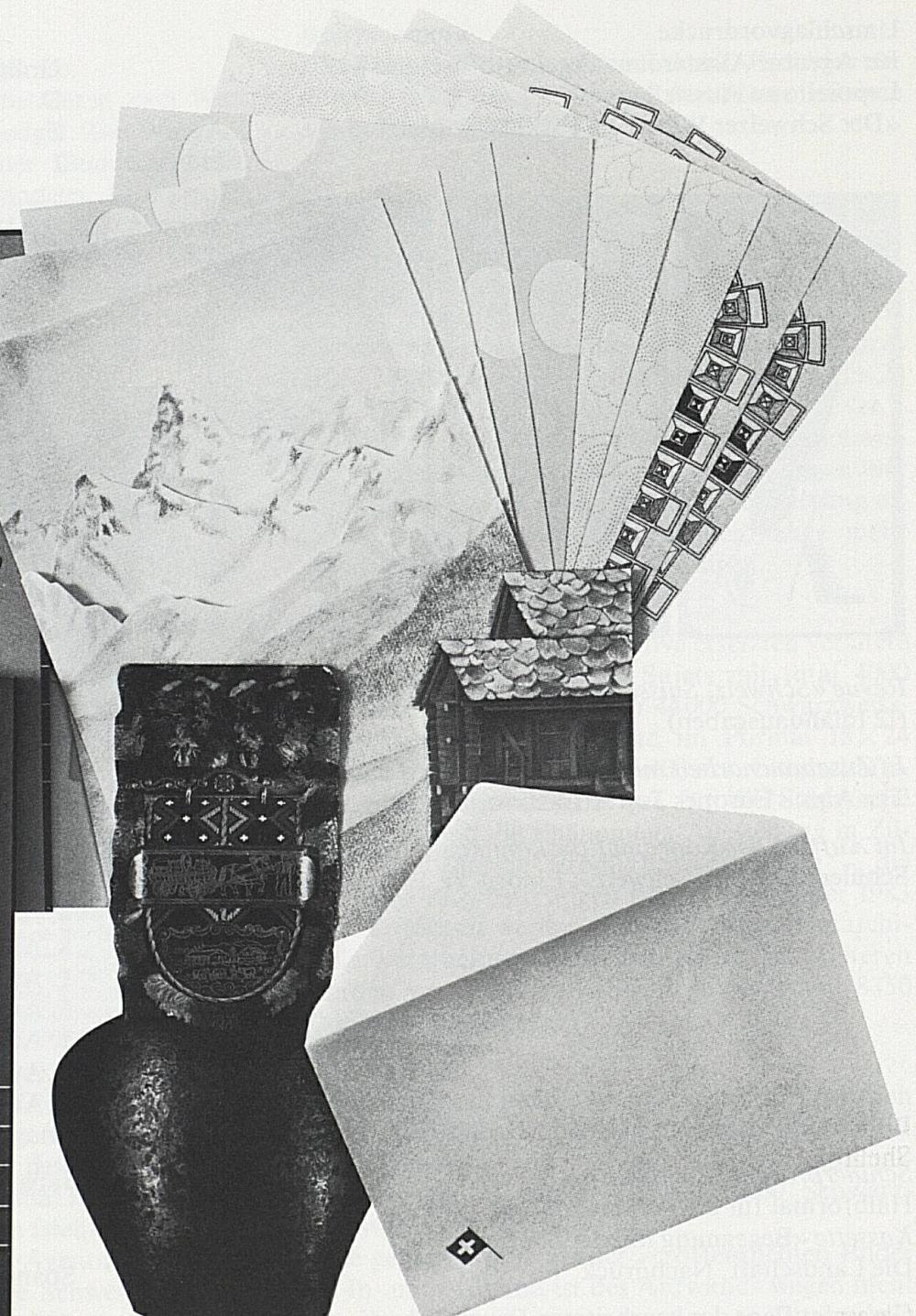
Signet-Vorlagenblätter	D/F/E/Sp/Hol/ Schw/N und Dänisch	2 500 Ex.
Plakate 64 × 102 cm (englisches Format)	D/F/E/I	5 000 Ex.
59,4 × 84,1 cm (A1)	D/F/E/I	5 000 Ex.
42 × 59,4 cm (A2)	D/F/E/I	6 000 Ex.
Einladungskarten/Umschläge A5	Neutral	23 000 Ex.
Shellfolders	Neutral	70 000 Ex.
	E	15 000 Ex.
	D	10 000 Ex.
	F	5 000 Ex.
Kleber	D/F/I/E/Schwedisch	75 000 Ex.

Die Schweizerische Verkehrscentral (SVC)
wünscht Ihnen Schweiz Ferien,
in denen Sie Zeit und Muße
jemanden einen Brief zu schreiben.

L'Office national suisse du tourisme (ONST)
vous souhaite d'excellentes
vacances en Suisse
qui vous laisseront le loisir d'écrire.

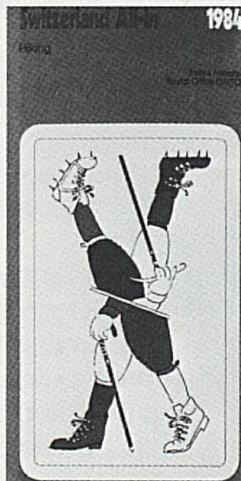
With compliments
of the Swiss National Tourist Office (SANTO)
for a pleasant stay
and a moment of leisure
for that special letter home.

Swiss Mail



Umschlagvordrucke
für Agentur Amsterdam, Agenturbroschüre 84
Leporello zu Ausstellung
«Der Schweizer Winter im Plakat»

Holländisch	25 000 Ex.
D	15 000 Ex.
F	10 000 Ex.
I	5 000 Ex.



Revue «Schweiz, Suisse, Svizzera, Svizra, Switzerland»
(12 Inlandausgaben)

D/F/E/I komb. 260 850 Ex.

In Zusammenarbeit mit der Alpine Tourist Commission (ATC):
The Alps – Europe's Top Attraction, Broschüre

Amerikanisch 25 000 Ex.

Im Auftrag der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland (Koko) hergestellt:
Schülerprospekt «Schweiz»: Eindrücke

Deutsch	4. Auflage	30 000 Ex.
Französisch	4. Auflage	50 000 Ex.
Englisch	8. Auflage	80 000 Ex.
Indonesisch	1. Auflage	20 000 Ex.
Japanisch	3. Auflage	30 000 Ex.
Persisch	1. Auflage	20 000 Ex.
Portugiesisch	2. Auflage	10 000 Ex.
Türkisch	3. Auflage	10 000 Ex.

Bis Ende 1984 wurden insgesamt 2,32 Mio. Ex. in 30 Sprachen hergestellt.

Schülerprospekt «Schweiz»
Halbformat für die Weltausstellung Tsukuba'85 in Japan

Japanisch 200 000 Ex.

Kassette «Begegnung mit der Schweiz»:

Die Landschaft, Nachdruck

Spanisch 6 500 Ex.

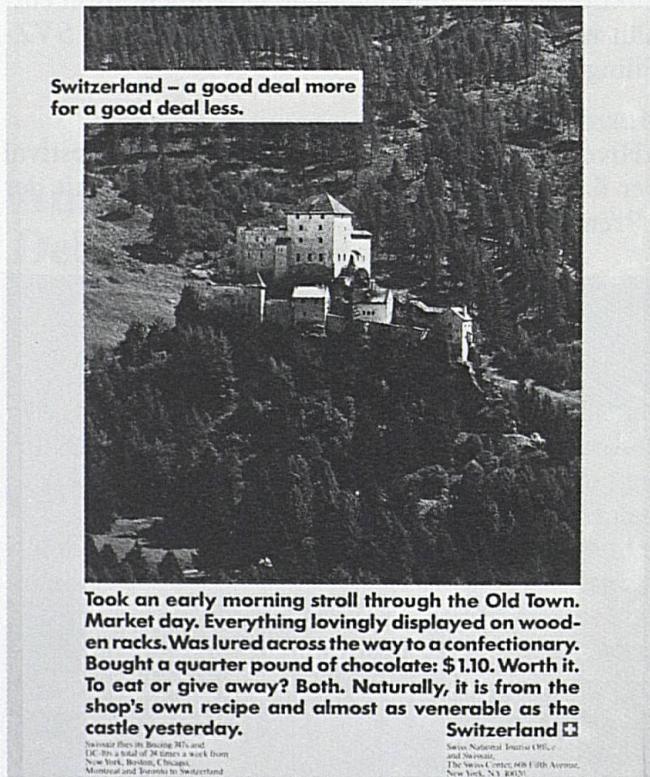
Gesamtauflage der bearbeiteten Drucksachen

ca. 4,7 Mio. Ex.

Insertionen

Im Inland erschienen keine Inserate.

Erstmals und versuchsweise betreuten zwei Werbeagenturen unser Inserate-Budget. Die Wirz AG führte die Kampagne in der Bundesrepublik Deutschland, den Benelux-Ländern, Frankreich, Italien und Österreich durch. Die GGK übernahm die Insertionen in Grossbritannien und den USA. Wirz konzipierte 191 einfarbige Drittelseiten, die von Februar bis Juni in den wichtigsten Zeitschriften der fünf oben erwähnten Länder erschienen.



GGK arbeitete mit dem Slogan «Switzerland – a good deal more for a good deal less», der von Januar bis April insgesamt 21mal in vierfarbigen, ganzseitigen Inseraten erschien (siehe oben). In allen unseren neu konzipierten Agenturbroschüren plazierten wir Inserate für die Schweizer Ferienkarte und Anzeigen der SR-Landesvertretungen.

Auszeichnung

Das Plakat «Morcote» erhielt den 2. Preis des nationalen Plakatwettbewerbes der Messe «Reisen 84» in Hamburg.

Foto

Produktion und Archiv

Der Schwerpunkt der diesjährigen Produktion lag bei der Wintersportwerbung 1984/85 unter dem Motto «100 Jahre Wintersport in der Schweiz». Über 20000 Schwarzweissvergrösserungen 18 x 24 cm – 15 Hauptthemen mit insgesamt 94 Motiven – wurden für die Auslandagenturen und die Schweizerpresse produziert. Die Nachfrage ist gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben, eine Verlagerung ergab sich durch weniger Besucher, aber mehr schriftliche und telefonische Anfragen.

Resultate

1250 neue Schwarzweissnegative ersetzten veraltete Motive; hinzu kamen 300 Sujets mit total 4000 Farbdias. Im Labor wurden 44000 Schwarzweissvergrösserungen, vorwiegend im Format 18 x 24 cm und plastifiziert, hergestellt; u.a. Landschafts- und Sportaufnahmen, Bilder für die Städteserie Solothurn und die Phänomena-Ausstellung in Zürich. Die enorme Produktionssteigerung – die Zahl der Vergrösserungen konnte gegenüber 1983 fast verdoppelt werden – ist auf die neue, maschinelle Verarbeitung zurückzuführen. Im weiteren wurden von 231 Farbdiapositiven insgesamt 8350 Duplikate hergestellt.

Ausleihe

Aufgrund von mehr als 1000 Anfragen wurden über 15000 Fotos und gegen 1500 Dias abgegeben. Die SVZ-Agenturen erhielten 13000 Original-Farbdias und Duplikate sowie 27800 Schwarzweissvergrösserungen.

Eine genaue Kontrolle der veröffentlichten Bilder im In- und Ausland ist des Aufwands wegen nicht möglich.

Film

Wettbewerb

Fünf der über 50 Exposés wurden zu Treatments erweitert. Wir entschieden uns für die Arbeit Phil Dänzers «Die Schweiz – Zwischen Traditionalismus und Weltoffenheit» (Arbeitstitel). Die Condor Productions AG, Zürich, wird den 24minütigen Film im kommenden Jahr produzieren.

Produktion

«100 Jahre Wintersport in der Schweiz» (JTA, Bern): Tonbildschau, 10 Minuten, deutsch und französisch kommentiert. Ab Herbst (auch als Videokassette) im Einsatz in der Bundesrepublik, Österreich, Frankreich und in den Benelux-Ländern.

Kopien

- 42 16 mm «Als der Schnee erfunden wurde»
(Turnus, 1970)
- 10 16 mm «Hivernales» (Paratte, 1983)
- 5 16 mm «Gebrauchsanweisung zum Bau einer Zahnradbahn» (Cinéjournal, 1974)
- 7 16 mm «Königin für einen Sommer»
(Darbellay, 1984)

Auswertung allgemein

Gesamthaft erreichte unser Filmverleih im In- und Ausland bei 10000 Vorführungen rund 800000 Zuschauer (Anteil der SVZ-Titel: 29%, Koko-Titel: 24%, SBB-Titel: 7%, andere: 40%).

Auswertung Kino

«*andante*» (Condor, 1980) im Verleih in der Schweiz und in Frankreich.

Auswertung Fernsehen

Ein mehrere Millionen zählendes Publikum sah eine ganze Anzahl der SVZ-, Koko-, SBB-, PTT-, VST- und Verkehrsverein-Filme, die durch uns verliehen werden. Vor allem in den Ländern Italien, Japan, USA, Kanada und Australien wurden viele dieser Filme wiederholt ausgestrahlt.

Verschiedenes

Das «Handling» audiovisueller Werbemittel Dritter hat in den letzten Jahren stark zugenommen. In diesem Jahr betreuten wir neben eigenen Kopien über 150 Versände von mehr als 300 fremden Kopien. Ein hoher Anteil davon waren Videokassetten.

Das Dokumentarfilm-Festival in Nyon widmete in diesem Jahr seine Retrospektive unter dem Titel «Vendre la Suisse» dem Schweizer Auftragsfilm. Ein Viertel der gezeigten Filme waren SVZ-Produktionen. Die umfangreiche Dokumentation enthält neben Interviews auch einen Abriss der SVZ-Filmgeschichte.

Auszeichnung

«Hivernales» (Paratte, 1983) wurde am «Festival per il film turistico» in Campione d'Italia mit der «Premio Selezione» ausgezeichnet.



Historisches Plakatarchiv der SVZ

Die Archivierung unserer umfangreichen Plakatsammlung ist abgeschlossen. Zusätzlich zu den rund 300 eigenen sind etwa 1000 weitere Schweizer

Plakate (touristische Regionen, Transportmittel, Veranstaltungen, Ausstellungen usw.) ab Jahrhundertwende erfasst. Über jedes Plakat gibt eine Karteikarte mit Farbfoto, Ausgabejahr, Künstler, Druckerei und Druckverfahren Auskunft.

660 Originalentwürfe namhafter Schweizer Künstler – Auftragsarbeiten für Imprime oder Resultate aus Wettbewerben – wurden im gleichen Arbeitsgang erfasst und archiviert.

Ausstellungen und Dekorationen

Inland

Wie wir schon vor einem Jahr an dieser Stelle geschrieben haben, sehen wir seit 1981 aus finanziellen Gründen und grundsätzlichen Erwägungen von der Teilnahme an nationalen Publikumsmessen mit konventionellen Auskunftsständen und genereller touristischer Information ab, weil es sich gezeigt hat, dass dafür von Seiten der Besucher ein sehr beschränktes Bedürfnis besteht. Sinnvoll und im Bereich unserer Aufgabe liegend scheint uns jedoch die Teilnahme mit motivierenden Beiträgen, die für das Ferienland Schweiz werben. Dabei wird die Regel eine Messebeteiligung pro Jahr sein, wobei wir alternierend selbstverständlich alle drei grossen nationalen Messen, den Comptoir Suisse, die OLMA und die MUBA berücksichtigen wollen. So erfolgt anlässlich der letztgenannten Messe im Mai 1985 die Première unserer neuen Wanderausstellung «Schweizer Kunsthandwerk zwischen gestern und morgen».

Ausland

Messen

Die vermehrten Messeteilnahmen der SVZ, die dank der Sonderbeiträge des Bundes ermöglicht wurden, haben die Tätigkeit des Ausstellungsdienstes stark geprägt. So konnten die Kojen in den verschiedenen Messeständen den Interessenten verbilligt weitervermietet werden, was durchwegs eine grössere Beteiligung und damit eine eindrücklichere Gesamtpräsenz zur Folge hatte.

Utrecht, 11.1.–15.1.

Vakantie'84, Ferienmesse. Schweizerstand mit verschiedenen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen

Stuttgart, 21.1.–29.1.

CMT, Caravan Motor Tourismus, Ferienmesse. Schweizerstand mit verschiedenen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen.

Antwerpen, 28.1.–5.2.

Vacantie, Ferienmesse. Schweizerstand

München, 4.2.–12.2.

CBR, Internationaler Reisemarkt. Schweizerstand mit verschiedenen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen

Paris, 10.2.–19.2.

Salon mondial du Tourisme. Schweizerstand mit regionalen Verkehrsvereinen

Hamburg, 11.2.–19.2.

Reisen 84, Ferienmesse. Schweizerstand mit verschiedenen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen. Zusatzausstellung: humoristische Spazierstöcke

Mailand, 16.2.–21.2.

BIT, Borsa Internazionale del Turismo. Schweizerstand mit verschiedenen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen. Zusatzausstellung: Kuhglocken

Gent, 3.3.-11.3.
Lentebeurs. Schweizerstand

Berlin, 3.3.-9.3.

ITB, Internationale Tourismus-Börse. 5. Einsatz des ITB-Standes in Berlin. Das «Schweizerdach» wurde um 81 m² vergrössert und der Schweizer Hotelier-Verein im Pavillon integriert. Als Zusatzausstellung unter dem Titel «Schweizerferien stimmen heiter» wurde erstmals die originelle Sammlung von Kleiderbügeln unseres Chef-Graphikers Hans Küchler gezeigt.

Brüssel, 24.3.-1.4.

Salon des vacances. Schweizerstand mit verschiedenen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen. Zusatzausstellung: Kleiderbügel

Essen, 24.3.-1.4.

Camping + Touristik. Schweizerstand mit verschiedenen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen

Nantes, 8.4.-18.4.

Foire de Nantes. Einsatz des Info-Standes der Handelskammer

Nancy, 31.5.-11.6.

Foire de Nancy. Zu dieser Messe wurde die Schweiz als Ehrengast eingeladen. Unter der Leitung der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland (Koko) wurde die Selbstdarstellung der Schweiz in Nancy zu eigentlichen Schweizerwochen ausgeweitet:

- 600 m² grosser Schweizer-Pavillon mit diversen Ausstellungen und Informationsstand
- verschiedene Film-, Theater- und Musikvorführungen in der Stadt
- Gastronomische Woche im Hotel Frantel

28

München, 10.9.-12.9.
RDA-Workshop (Ring Deutscher Autobusunternehmer). Einheitliche Schweiz-Dekoration durch SVZ-Ausstellungsdienst

Paris, 25.10.-28.10.

MITCAR. Schweizerstand mit diversen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen

London, 10.11.-18.11.

International Daily Mail Ski Show. Schweizerstand mit verschiedenen regionalen und örtlichen Verkehrsvereinen. Motto: «100 Jahre Wintersport in der Schweiz»

Brüssel, 23.11.-26.11.

BTF, Bruxelles Travel Fair. Gemeinsame Präsenz von Regionen, Ferienorten und Hotelgruppen unter einem «Schweizerdach»

London, 28.11.-2.12.

WTM, World Travel Market. Mit dem gleichen Konzept wie 1983, jedoch um sechs Kojen verlängert, präsentierte sich der Schweizerstand mit grossem Erfolg

Ausstellungen

«Die Schweiz und ihre Gletscher»

Den Haag/NL 16.9.83-10.1.84, 50000 Besucher, hauptsächlich Schüler

Flevohof/NL 17.4.-27.8.84, 500000 Besucher

Orleans/F 19.12.84-30.3.85

Plakate «100 Jahre Wintersport in der Schweiz»

Paris 20.10.-29.10. anlässlich der Ferienmesse «Neige et montagne»

Paris 6.11.-11.11. Gare de Lyon

Humoristische Spazierstöcke

Leukerbad, 1.5.-31.5.

Davos, 9.7.-31.8.

Schaufenster und Dekorationen

Die folgenden Agenturen wurden mit speziellen, vom Hauptsitz gelieferten Dekorationen für deren eigene Schaufenster ausgestattet:

- Wien* Sujets: Winter, Frühling, SBB/Reisepost, «100 Jahre Wintersport in der Schweiz»
- Brüssel* Sujets: Winter, Reisepost, Sommer, «100 Jahre Wintersport in der Schweiz»
- Mailand* Sujets: Winter, Sommer, «100 Jahre Wintersport in der Schweiz»
- Tokio* Sujets: «100 Jahre Wintersport in der Schweiz»

Dekorationen

Stellvertretend für alle Dekorationen seien hier die beiden wichtigsten erwähnt:

Sarajevo, 8.2.–19.2.: *Olympische Winterspiele*. Ein schweizerisches Cachet erhielten die drei beliebten Treffpunkte «Swiss House» (Clubhaus des Fussballclubs FC Sarajevo), «Swiss Restaurant» (Jugoslawisches Spezialitäten-Restaurant Koštana) sowie die «Swiss Timing Lodge».

Werbereise «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» vom 15.–18.10. in den Städten Stuttgart, Köln, Frankfurt a.M. und München: Dekoration der Eisstadions für die Vorführung des Eisballettes sowie der Eisspiele. Dekoriert wurden auch die Restaurants, in denen der jeweilige Empfang, die Talk Show und die abschliessende Raclette-Party stattfanden.

Spedition

Zum ersten Mal überschritten wir mit 535 Tonnen Nettogewicht des versandten Werbematerials die 500-Tonnen-Grenze. Dies entspricht gegenüber 1983 einer Zunahme von 12,5%. Insgesamt spidierten wir in alle Teile der Welt:

*2892 Frachtkolli
166 Container
3543 Postpakete
29842 Drucksachenpakete*

mit touristischem Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und nationalen Verkehrsinteressenten mit einem Bruttogewicht von rund 614 Tonnen (Zunahme von 11,1% gegenüber dem Vorjahr).

Presse und Public Relations

Inland

Tages- und Fachpresse

Zwei Schwerpunkte wies das monatlich auf deutsch und französisch erscheinende Pressebulletin auf: Im Sommer das Thema «Wandern» und im Herbst die Aktion «100 Jahre Wintersport in der Schweiz». Auch die Neuerungen und die Pauschalarrangements für den Sommer und Winter wurden traditionsgemäss hervorgehoben. Der öffentliche Verkehr im Dienste des Tourismus und die Werbetätigkeit der Swissair sind ebenso berücksichtigt worden wie die Herausgabe von SVZ-Imprimaten.

Unsere sporadischen Pressemeldungen galten aktuellen Themen wie die SVZ an den Olympischen Winterspielen in Sarajevo, die Wiedereröffnung des Swiss Center in New York oder die gemeinsame Tourismuswerbung Schweiz-Liechtenstein. Dank dem ständigen, persönlichen Kontakt mit



massgebenden Pressevertretern – darunter die Redaktoren der «hotel + touristik revue» und des «Touring» – kamen die Anliegen des Fremdenverkehrs und speziell der SVZ vermehrt zur Geltung. Die Betreuung der Journalisten bei Grossanlässen der SVZ wie Mitgliederversammlung oder Eröffnung der neuen Abteilung Tourismus im Verkehrshaus hat ebenfalls ein erfreuliches Echo ausgelöst.

Radio und Fernsehen

Deutsche Schweiz: Durch den neuen Strukturplan bei Radio und Fernsehen ergaben sich andere und zum Teil neue Möglichkeiten, den Tourismus in verschiedene Sendegefäße einzubringen. So wurden zahlreiche Informationen für die jeweils am Freitag um zwölf Uhr ausgestrahlte Sendung «Touristorama» zusammengestellt, die neu vom Radio Studio Bern aus betreut wird. Weitere Verbreitungsmöglichkeiten von touristischen Mitteilungen ergaben sich in der Sendung «Palette», einer bunten Magazinsendung, die an sechs Vormittagen pro Woche ausgestrahlt wird. Zahlreiche neue Verbreitungskanäle öffneten sich uns auf DRS 3, dem Radio für die jüngeren Hörer, und bei einem guten Dutzend Lokalradiostationen wie Radio Z, Radio 24, Radio Basilisk, Radio Extra Bern usw., die wir ebenfalls wöchentlich mit aktuellen Informationen belieferten. Sowohl auf Radio DRS 1 und 3, als auch in den Lokalradios traten wir regelmässig als Interviewpartner auf.

30

Beim Fernsehen DRS konnten auf Anregung der SVZ viele touristische Beiträge in die verschiedensten Ressorts eingebracht werden.

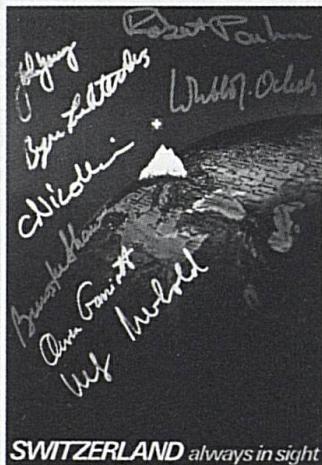
Welsche Schweiz: Die Medienszene hat sich im Welschland rasch gewandelt. So wurde Kontakt mit den Lokalradios aufgenommen und deren Studios mit touristischen Informationen beliefert. Zu Beginn der Sommer- und der Wintersaison wurden die Verkehrsvereine ersucht, Lausanne für die regelmässigen Sendungen von Radio Suisse Romande Informationen aller Art zuzustellen. Bei der Télévision Suisse Romande haben wir die Medienschaffenden der neuen Mittagssendung «Midi public» besonders betreut; ein Live-Interview galt der Aktion «100 Jahre Wintersport in der Schweiz». Das TV-Spiel «Télérallye» im Juli und August wurde von der SVZ unterstützt.

Italienische Schweiz: Der neue Strukturplan der Radiotelevisione della Svizzera Italiana räumt dem Tourismus gegenüber früher einen bedeutend grösseren Stellenwert ein. Das Tessiner Radio und Fernsehen werden ab Anfang 1985 regelmässig Tourismusbeiträge ausstrahlen. 1984 fanden die Vorbereitungsarbeiten statt für die Radiosendung «Paese aperto – le altre Svizzere» und für die Fernsehsendung «Ciao Domenica», die an 30 Sonntagen über den Bildschirm geht. Ziel beider Sendungen: Durch touristische Beiträge soll der Tessiner animiert werden, sich über den Gotthard in andere Landesgegenden zu begeben, um Neues kennenzulernen. An beiden Sendungen arbeiten wir aktiv mit.

Schweizer Radio International: Unsere Hauptaktivität bestand in der regelmässigen Lieferung von Informationen für Programme in sieben Sprachen. Diese Sendungen lösten viele Anfragen aus dem Ausland aus. Im weiteren wirkten wir verschiedentlich als Interviewpartner mit. Auch der Südwestfunk, das Studio Konstanz und der Bayrische Rundfunk wurden von uns regelmässig mit Informationen über das Schweiz-Angebot versorgt.

Ausland

Die Abteilung Presse Ausland betreute gegen 400 individuelle Medienschaffende aus 25 Ländern – Journalisten, Fotografen, Radio- und TV-Kommentatoren, Filmproduzenten, Buchautoren, Vortragsredner – organisierte und koordinierte 35 Gruppenstudienreisen mit 290 Teilnehmern aus allen Erdteilen und arrangierte Filmaufnahmen für 19 Fernsehteams.



Ein SVZ-Plakat wie geschaffen für die Autogramme der Spacelab-Columbia-1-Mannschaft

Das «Überseejahr» 1984 bestätigte sich auch hinsichtlich Herkunft unserer Besucher: über 50 Prozent kamen aus aussereuropäischen Ländern, während deutsche, englische und französische Journalisten den Hauptcharakter der europäischen Gäste bildeten. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug fünf Tage.

Mit den in der Schweiz akkreditierten Auslandskorrespondenten wurde ein reger Kontakt gepflegt.

Bahnreisen (Gletscher- und Bernina-Express, Golden Pass), «Wintersportorte abseits des grossen Rummels», kulturelle Anlässe (Phänomene) und «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» gehörten

zu den meistgefragten Themen und führten die Liste der über 17000 Veröffentlichungen in Tageszeitungen und Zeitschriften an. Werbeträchtige Höhepunkte waren der Ferienaufenthalt der gesamten Spacelab-Columbia-1 Mannschaft mit dem Schweizer Astronauten Claude Nicolier, die Teilnahme von 22 Journalisten aus neun Ländern an unserer Haute-Route-Skitour, die Gemeinschaftsaktion mit Swissair «Discover Switzerland Tour for Overseas Travel Writers», die 75-Jahr-Feier der Britannia-Hütte sowie die Eröffnung der Métro Alpin.

Die enge Zusammenarbeit mit der Swissair, regionalen und lokalen Verkehrsvereinen, verschiedenen Bundesstellen und mit der Stiftung Pro Helvetia trug wesentlich zum publizistischen Erfolg für das Ferienland Schweiz bei.

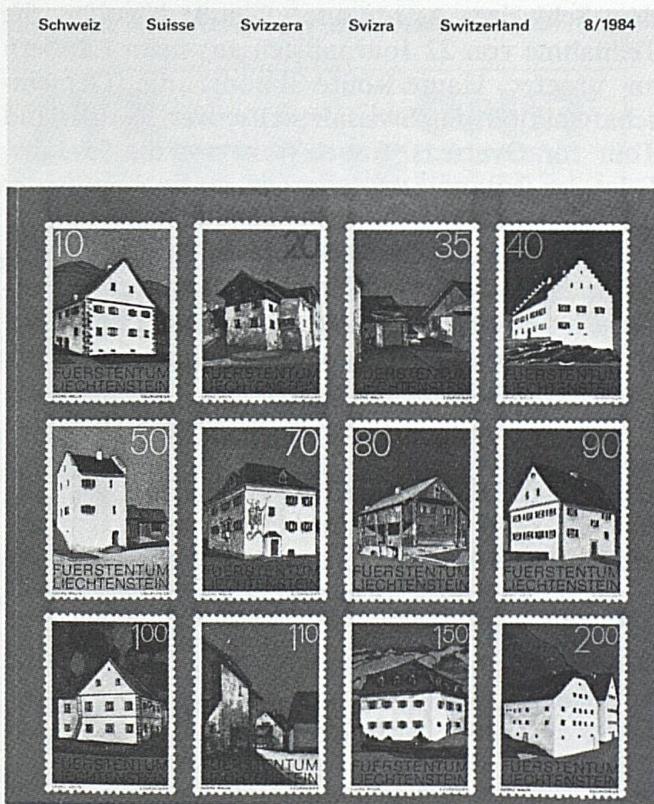
Revue Schweiz

Jedes der 12 Monatshefte war einem bestimmten Thema gewidmet. Die Gesamtauflage betrug 260850 Exemplare.

Januar	<i>Am Vorderrhein – Surselva im Winter</i>
Februar	<i>Aarau</i>
März	<i>Der künstliche Berg</i>
April	<i>Lugano</i>
Mai	<i>Mit Dampf durchs Schweizerland</i>
Juni	<i>Bregaglia (Bergell)</i>
Juli	<i>Wanderungen in Landschaften von nationaler Bedeutung (KLN- und BLN-Inventar) II</i>
August	<i>Fürstentum Liechtenstein</i>
September	<i>Koordinate 600 – der Null-Meridian der Schweiz</i>
Oktober	<i>Schaffhausen</i>
November	<i>Ruinen</i>
Dezember	<i>Verkleinerte Welt</i>

Am Jahresende konnten erstmals mehr als 10700 Abonnenten registriert werden. Dieser Erfolg ist vor allem auf gezielte Werbekampagnen zurückzu-

führen, die wir namentlich bei den Mitgliedern der Schweizer Reisekasse und der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte durchführen konnten.



Eine Leserumfrage ergab eine hohe Rücklaufquote (über 7%) und brachte als erfreulichen Nebeneffekt 70 neue Abonnenten. Als wichtigste Ergebnisse der Umfrage sind zu nennen:

- Unsere Revue hat in der jetzigen Form eine treue, vielseitig interessierte Leserschaft, vorwiegend in der Altersgruppe der 35- bis 54-jährigen
- Die Eignung der Revue für die Fremdenverkehrswerbung wird bestätigt

Die gewonnenen Resultate bilden insbesondere für eine zielgerichtete Inserateakquisition eine wertvolle Informationshilfe.

Information

Allgemeine Auskünfte

Wiederum konnte eine deutliche Zunahme von schriftlichen und mündlichen Anfragen verzeichnet werden. Diese Steigerung dürfte unter anderem auf unsere erweiterten Informations-Verbreitungskanäle (Radio und Fernsehen DRS und Lokalradios) zurückzuführen sein. Der Bekanntheitsgrad der SVZ ist gestiegen; immer mehr Leute wissen, dass man bei uns vielfältiges Informationsmaterial über Ausflüge und Ferien erhält. Die Aktion «Schweizerwandern 1982» hat zudem Langzeitwirkung; auch im Berichtsjahr war ein grosses Interesse von Schweizern für Wanderferien zu spüren. Während der Sommerzeit wurde der monatliche Wander-Pressedienst weitergeführt; in Zeitungen und Zeitschriften erschienen unsere Beiträge in einer Gesamtauflage von 15 Millionen Exemplaren.

Informationsblätter

Die Serie «i-Blätter» wurde überarbeitet und auf 60 Themen erweitert. Gut die Hälfte aller Titel haben wir in vier Sprachversionen – deutsch, französisch, italienisch und englisch – veröffentlicht. Neue Themen: Schlosshotels, Reiten im Winter, Zu Gast bei der Schweizer Industrie, Nachtskifahren. Meistgefragte Themen: Schlittelbahnen, Wanderungen zu Wasserfällen, Schluchten und Höhlen, Surfen und Segeln.

Umfragen

Die Frühlings- und Herbstumfrage bei den regionalen und lokalen Verkehrsvereinen lieferten uns die nötigen Angaben über das Sommer- und Winterangebot und die Infrastruktur in den Ferienorten. Diese Informationen wurden zu verschiedenen Publikationen verarbeitet. Weitere Umfragen beinhalteten die Eröffnungs- bzw. Schliessungsdaten der offiziellen Wintersaison oder einzelner

Sportbahnen, die Buchungssituation während der Osterferien sowie der Weihnachts- und Neujahrsfeiertage. Diese Angaben wurden zuhanden der SVZ-Agenturen, Swissair, der Presse und der verschiedenen Radiostationen zusammengefasst. Bis zum Frühjahr und wieder ab Dezember erfolgte die wöchentliche Übermittlung der Strassenzustandsberichte des ACS und TCS an die SVZ-Agenturen.

Telefon 120

Winterhalbjahr: dreimal wöchentlich Verbreitung des für jede Sprachregion speziell zugeschnittenen Schneeberichts. Rund 400000 Personen wählten die Nummer.

Sommerhalbjahr: von Mai bis November zweimal wöchentlich Redaktion des Touristikbulletins mit Ferien- und Reisetips, Hinweisen auf Veranstaltungen und auf Aktionen des öffentlichen Verkehrs. Während dieser 32 Wochen haben wir 500 touristische Mitteilungen über Nummer 120 bekanntgegeben, die rund 200000mal gewählt wurde. Trotz vieler neuer Medien, über die Informationen abgerufen werden können, erfreut sich diese PTT/SVZ-Dienstleistung weiterhin grosser Beliebtheit.

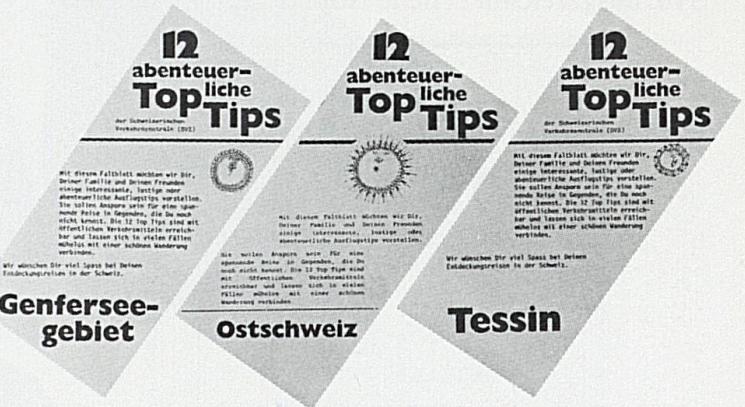
Schneebericht

Dreimal pro Woche verarbeiteten wir rund 40000 Einzelmeldungen von 150 Stationen zu verschiedenen Bulletins für das In- und Ausland, die über die SVZ-Agenturen, die Auskunfts- und Reisebüros der Bahnen, Telefon 120 und neu über Teletext mit 200000 Anschlüssen in der deutschen Schweiz verbreitet wurden. Beliefert haben wir auch diverse Nachrichtendienste zuhanden der Presse, der ausländischen Rundfunkstationen, von Reisebüros, Radio DRS 1 und 3 sowie von Lokalradios. Einmal wöchentlich wurde ferner ein Loipenbericht herausgegeben.

Jugend, Ausbildung, Sport

Jugend

Wir haben eine Serie von Faltprospekten «12 abenteuerliche Top Tips» (siehe Abbildung unten) in deutscher und englischer Sprache herausgebracht, die Ausflugstips aus allen elf touristischen Regionen für Kinder und Jugendliche vermitteln. Diese Publicationsreihe erfreute sich einer grossen Nachfrage.



Die SVZ war an der 34. Weltjugend-Tourismuskonferenz der Federation of International Youth Tourism Organizations (FIYTO) in Cannes vom 8. bis 11. Oktober mit einem Auskunftsstand vertreten. Vom Schweizerischen Bund für Jugendherbergen wurden 25000 SJH-Verzeichnisse erworben, die durch unsere Agenturen zur Gratisabgabe gelangten.

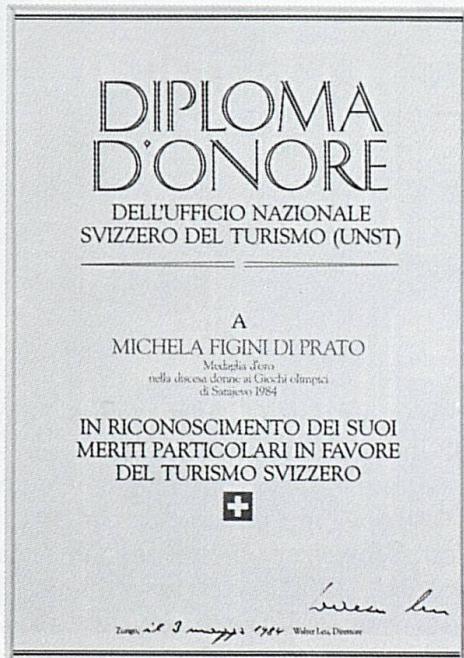
Ausbildung

In enger Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizerischer Privatschulen wurde die für zwei Jahre gültige Broschüre «Privatschulen der Schweiz» herausgegeben. Diese Neuauflage enthält Angaben über insgesamt 250 Institute, verteilt auf die drei grossen Sprachregionen. Veröffentlicht haben wir im weiteren ein Verzeichnis über «Boarding and Day Schools» mit englischer oder amerikanischer Abschlussmöglichkeit, sowie die Broschüre «Schweiz – Ferien mit Sprachkursen».

Am Kongress des Verbandes Schweizerischer Privatschulen aus Anlass von dessen 75-Jahr-Jubiläum wurde von uns ein Vortrag über die Bedeutung der Privatschulen für den Tourismus gehalten.

Sport

Die Medaillengewinner der Winterolympiade in Sarajevo haben wir mit dem Ehren-Diplom der SVZ ausgezeichnet (siehe Abbildung). Zu den Ver-



bänden des Breitensports bestehen enge Beziehungen und ihre Veranstaltungen wurden in Pressemitteilungen und in die Veranstaltungskalender aufgenommen. Als Vorbereitung und zur Propagierung der Aktion «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» sind zahlreiche Wintersportorte beschrieben und fotografiert sowie historische Veranstaltungen nachgestellt worden.

Gesundheit

Die Gemeinschaftswerbung für den Verband Schweizer Badekurorte gestaltete sich im üblichen

Rahmen mit dem bewährten Bäder-Signet. Als neues Mitglied konnte das frisch eröffnete Bad Saillon aufgenommen werden. Das Heilbäderwesen scheint vor einem Aufschwung zu stehen, bieten doch heute die meisten Badekurorte dank beträchtlicher Investitionen eine Infrastruktur an, die auch Vorbeugeferien ermöglicht. Der Trend hin zu natürlichen Heilmitteln ist unverkennbar. In einer Wanderausstellung mit etwa 15 Einsätzen stellten sich die Bade- und Klimakurorte dar. Die zunehmende Umweltverschmutzung verschont leider auch die Klimakurorte nicht. Eine Neueinteilung der Klimazonen in den einzelnen Kurorten drängt sich auf. Das Klimabuch ist in der englischen Sprachversion neu herausgegeben worden. Die gestiegerte Nachfrage nach Gesundheits-, Heil- und Krankenbehandlungen veranlasste uns zur Herausgabe weiterer «i-Blätter».

Sonderaufgaben und Teleinformatik

Besondere Aktionen

100 Jahre Wintersport in der Schweiz

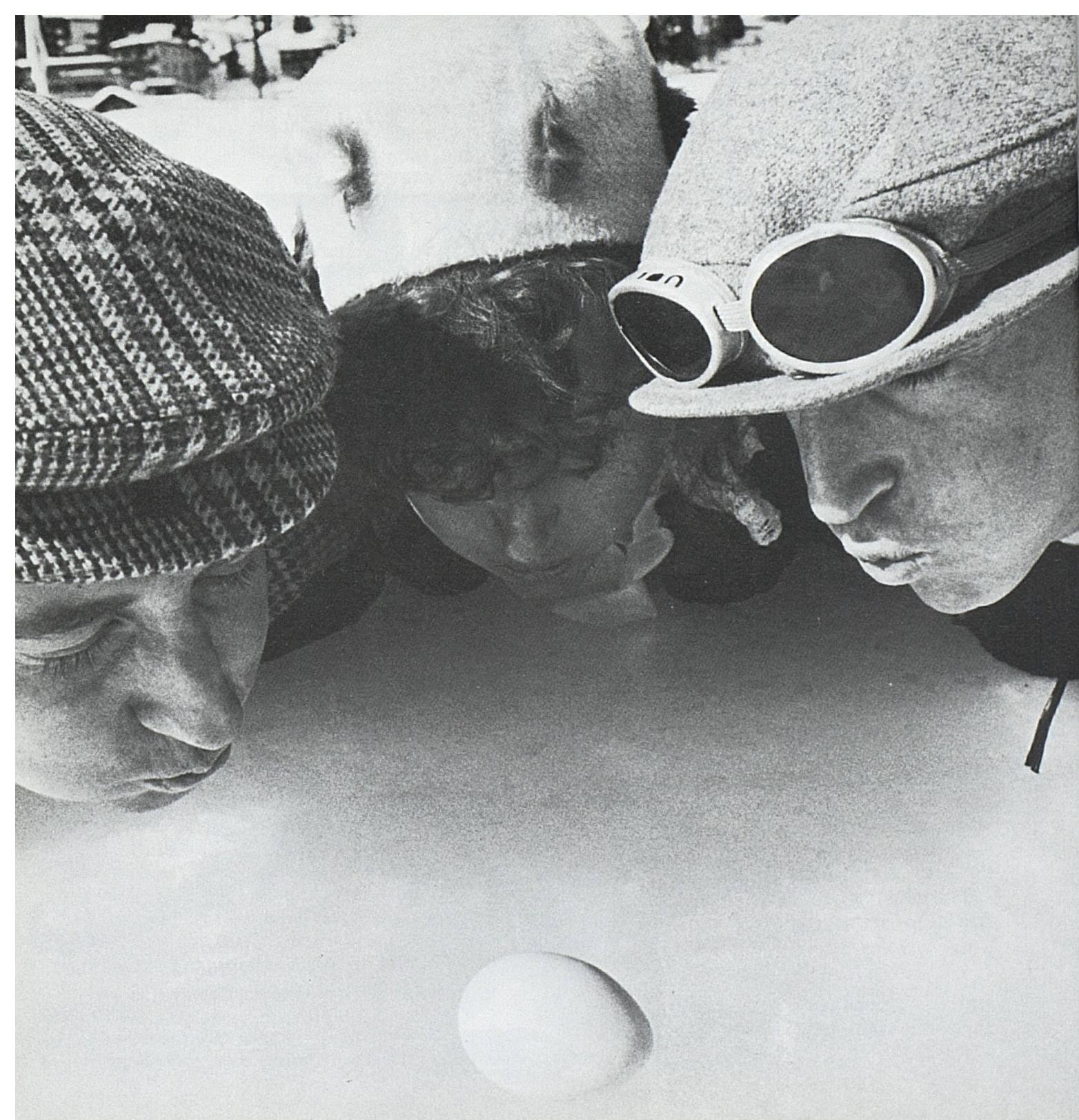
Mit einer ersten Presseeinladung während des Lauberhorn-Rennens in Wengen machten wir auf unsere Aktion aufmerksam. Dann galt es, den ganzen Winter über «Musterveranstaltungen» in Zusammenarbeit mit Verkehrsvereinen und Skischulen durchzuführen und zu fotografieren.

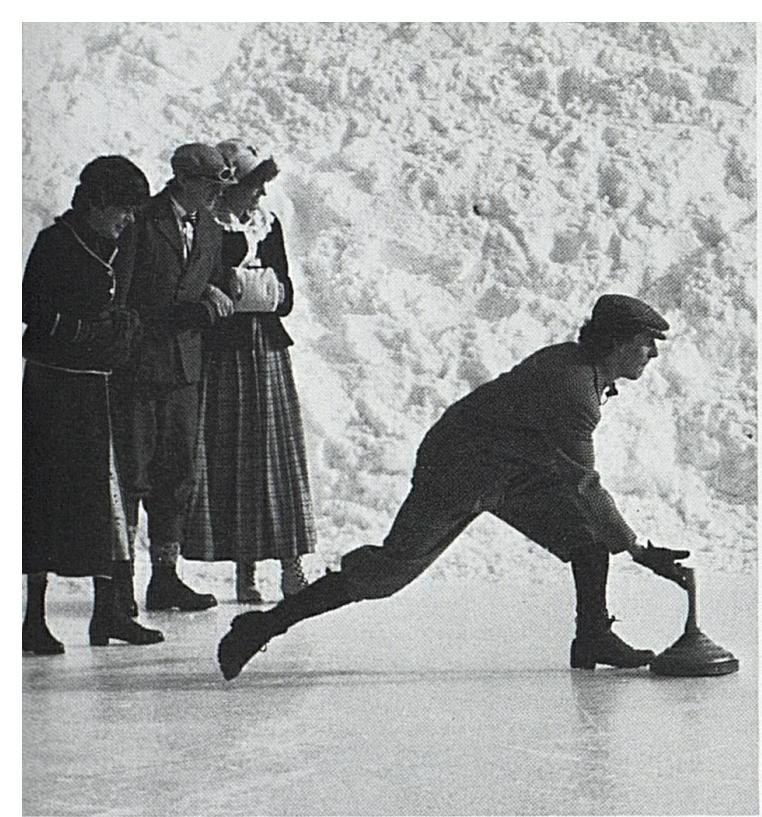
18 alte und neue Wintersportarten konnten so bebildert, beschrieben und in mehrere Sprachen

Seiten 35 bis 38

Alphorn-Jodel-Eisballett; «Gymkhanas» – lustige Eisspiele neu belebt; Werbemittel «100 Jahre Wintersport»









übersetzt werden. Dank der attraktiven Unterlagen und der historischen Beschreibung der Entwicklung des Wintersports (siehe Abbildung links), gelang es unseren Auslandagenturen, sich mit aussergewöhnlichen Bildern und Texten Eingang in die Reisebürokataloge, in die Presse, im Radio und Fernsehen zu verschaffen. Plakate, Werbebänder, besondere Dekorationen sowie eine Tonbildschau mit Rück- und Ausblick auf den Wintersport ermöglichen eine erfolgreiche Präsentation des kommenden Winters. Unsere Philosophie für beschaulichere, erlebnisreichere Winterferien fiel auf fruchtbaren Boden, und die Presse reagierte äusserst positiv auf unser Vorhaben. Besonders zu erwähnen sind die Echos auf die von der SVZ initiierten Gymkhanas (Eisspiele) und auf die Wiedereinführung des Telemarkschwungs. Es bedurfte allerdings ausserordentlicher Anstrengungen, um die Verkehrsvereine zur Durchführung besonderer Anlässe zu motivieren.

Noch vor Weihnachten erschien unser 100-Jahr-Wintersportkalender mit 500 Veranstaltungstagen während des Winters 1984/85. Wir kreierten eine historische Plakatausstellung zum Thema Wintersport, liessen Kleber sowie eine Serie von philatelistischen Kuverts mit historischen Pellegrini-Wintersportdarstellungen herstellen. Als besondere Attraktion gilt das Alphorn-Jodel-Eisballett (siehe Foto Seite 35), eine einmalige Eis-Show zu Alphornklängen und Jodelliadern mit den Schweizermeistern im Eisballett und Eistanz sowie mit weiteren Spitzenläufern. Die Weltpremiere fand in Eisstadien verschiedener deutscher Städte anlässlich originell aufgezogener Pressekonferenzen statt.

Eine von der SVZ inszenierte Modeschau zum Thema «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» fand ein dankbares Publikum an der Eröffnung der Züspa in Zürich und im Verkehrshaus in Luzern. In längeren Sendungen in den Landesstudios des Schweizer Radios und bei Lokalsendern konnten wir unsere Anliegen den Radiohörern näher bringen. Die ganze Aktion ist mit einer unerwartet

guten Unterstützung aller Medien angelaufen. Abzuwarten bleibt die Reaktion der Feriengäste, bevor ein abschliessendes Urteil über diese Sonderkampagne gefällt werden kann.

Elektronische Medien

Mit der Übernahme des Vorsitzes in der Arbeitsgruppe «Neue Medien im Schweizer Tourismus» fiel der SVZ eine gewisse Trendsetter-Funktion zu. Wir erarbeiteten, zusammen mit einer Beraterfirma, ein Konzept für eine gemeinsame Beteiligung des Schweizer Tourismus beim Videotex, das an einer gesamtschweizerischen Tagung in Zürich vorgestellt wurde. Obwohl dieses Konzept wegen der teilweise noch fehlenden Infrastruktur im schweizerischen Videotex erst in Ansätzen verwirklicht werden konnte, bildete es doch die Grundlage für den bevorstehenden Betrieb in der Schweiz und im weit verbreiteten Bildschirmtext-System in der Bundesrepublik Deutschland. Mit Präsentationen vor touristischen Kreisen konnte auf die bevorstehenden revolutionären Umwälzungen in der Informationsvermittlung hingewiesen werden. Als «Rapporteurs» und Referenzen gelang es den Vertretern der SVZ, an einem Seminar der World Tourism Organisation (WTO) in Den Haag entscheidenden Einfluss auf das weitere Vorgehen im Bereich der Neuen Medien in Europa zu nehmen.



Videotex (Schweiz)

Die Umstellung von der alten Prestel-Norm des Pilotversuchs zur wesentlich feineren und daher komplizierteren CEPT-Norm bedingte gänzlich neue Teilnehmerausrüstungen. Die SVZ konnte bereits im März ihre erste CEPT-Editierstation in Betrieb nehmen. In der Zwischenzeit entwickelte

sie ein Demonstrationsprogramm, welches dann im Juni zusammen mit dem Videotex-Basiskonzept vorgestellt wurde. Das Programm wurde in die Datenbank der Firma Radio-Schweiz AG eingespeist und ist seither der Öffentlichkeit zugänglich. Im Oktober erhielt die SVZ auch die für die selbständige Datenverwaltung und -übertragung nötige EDV-Hard- und Software (IBM/LOEWE, Editel MVS-CH). Die künftige Programmentwicklung wird weitestgehend parallel zum deutschen Bildschirmtext vorangetrieben.



Bildschirmtext (Bundesrepublik Deutschland)

Im Herbst fiel der definitive Entscheid für eine Teilnahme der SVZ am bundesdeutschen Bildschirmtext (Btx). Die schon stark fortgeschrittenen Planungsarbeiten bei der Deutschen Bundespost werden es erlauben, bereits im ersten Quartal 1985 mit einem repräsentativen Schweiz-Programm starten zu können. Derzeit sind rund 20000 Teilnehmer erreichbar, eine Zahl die stetig zunimmt. Über 500000 Bildschirmseiten werden heute im Btx angeboten. Der Zugang deutscher Reisebüros zum Lufthansa-Reservierungssystem START via Btx wird allgemein als Durchbruch für Bildschirmtext in der deutschen Reisebranche gewertet.



Prestel (Grossbritannien)

Seit Januar betreibt die SVZ ihr eigenständiges Programm im englischen Videotexsystem «Prestel». Eine systematische Suchstruktur erlaubt es, Schweiz-Anbieter mit dem zentralen Schweiz-Einstieg zu verknüpfen und damit für den Prestel-Nutzer leicht auffindbar zu machen. Direkte Querverbindungen des SVZ-Programms bestehen zur Swissair und jenen englischen Fluggesellschaften,

welche die Schweiz regelmäßig anfliegen. Für allfällige Interessenten aus der Schweiz (Verkehrsverbände und -vereine, Hotelketten, Transportanstalten etc.) hat die SVZ Richtlinien und Richtpreise publiziert.



Vidiel (Niederlande)

Ebenfalls seit Jahresbeginn ist die SVZ im niederländischen Vidiel präsent. Die kostengünstigen Teilnahmebedingungen erlaubten von Anfang an ein relativ weit ausgebautes Informationsprogramm. Derzeit werden auf mehr als 100 Bildschirmseiten allgemeine Schweiz-Hinweise, aber auch Kurzbeschreibungen der touristischen Regionen, Unterkunfts- und Verkehrsinformationen, Veranstaltungstips usw. angeboten. Die Schweiz-Suchstruktur ermöglicht es interessierten Dritten auch hier, sich mit ihren Programmen direkt unter dem SVZ-Dach anzusiedeln.



Télétel (Frankreich)

Erste Schritte im französischen System Télétel unternimmt die SVZ seit Herbst 84. Über 20 Seiten mit allgemeiner Schweiz-Information werden den heute bereits 500000 Télétel-Nutzern zugänglich gemacht. Diese beachtliche Teilnehmerzahl erklärt sich aus den enormen Anstrengungen, die die französischen PTT zugunsten ihres Videotexsystems unternehmen.



Teletext (TV-Bildschirmtext, Schweiz)

Zwei- bis dreimal wöchentlich plaziert die SVZ einen neuen Ausflugs-, Reise- oder Ferientip auf einer Teletext-Seite, welche zugleich als Index für weitere Informations- und Werbeseiten touristischer Anbieter dient. Der bereits seit Jahren via

Teletext veröffentlichte Schneebericht der SVZ wurde für die Saison 1984/85 erneut ausgedehnt und umfasst heute regional aufgegliedert die Angaben sämtlicher Schneebericht-Meldestationen der SVZ. Gegenwärtig sind Abklärungen im Gange, um auch Loipenbericht und kulturelle Veranstaltungstips der SVZ in das Programmangebot von Teletext aufzunehmen.

Informations-Datenbank

Die SVZ will sich die Fortschritte auf dem Gebiet der Elektronik auch für die eigene touristische Informationsvermittlung zunutze machen. Umfangreiche und zeitaufwendige Vorarbeiten sind im Gange. Nach Ablauf der Versuchsstufe sollte einer Systemerweiterung mit Anschluss unserer wichtigsten Partner nichts im Wege stehen.

Marktanalysen und Dokumentation

Marktanalysen

Im Januar publizierten wir im «Touristischen Lagebericht der SVZ 1984» 18 Länderberichte, die auf reges Interesse stiessen. Im Laufe des Sommerhalbjahres haben wir, zusammen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (OeFW), den Tourismus nach Europa aus den Ländern Südostasiens (ohne Japan) untersucht.

Dokumentation

Unsere Fachbibliothek umfasst rund 3000 Bücher, zudem werden Unterlagen unter rund 600 Schlagwörtern abgelegt. Diese Informationsquellen werden relativ oft auch von Besuchern, insbesondere Publizisten und Studierenden, genutzt.

Verkaufsförderung und öffentlicher Verkehr

Im fünften Jahr ihres Bestehens hat sich die Tätigkeit der Abteilung weiter konsolidiert. Das bedeutet, dass sich die eigentlichen Schwergewichte der Aktivitäten aufgrund der Praxis wie folgt eingependelt haben:

- Die SVZ-Verkaufsförderung schlägt Brücken zwischen Angebot und Nachfrage im Sektor der professionellen Anbieter und Vermittler
- Zur Erfüllung dieser Aufgabe bedient sie sich bestehender Plattformen, die sie zusammen mit Direktinteressierten nutzt. Wo solche Plattformen fehlen, werden sie von der SVZ geschaffen

Im Inland bildeten deshalb die Studienreisen für ausländische Reisebüromitarbeiter den Eckpfeiler der Tätigkeit, während im Ausland die Durchführung nationaler Werbereisen, die Koordination von Werbereisen Dritter sowie die Beschickung von zahlreichen Messen und Ausstellungen im Vordergrund standen.

Im Bereich der Studienreisen wurde auf einer breiten Front die Einführung von Schweiz-Seminarien eingeleitet. Diese neue Formel war in jeder Hinsicht anspruchvoller als die Durchführung von klassischen Studienreisen. Vor einem definitiven Entscheid über die Einführung dieser Art von Studienreisen werden wir 1985 noch weitere Erfahrungen sammeln.

1170 Reisebüroagenten besuchten auf 63 Reisen die Schweiz, wobei einmal mehr die Amerikaner den Hauptharst mit 383 Personen stellten. Angesichts der unterschiedlichen Bedeutung des Vermittlers in unseren wichtigsten Märkten ist auch das Verhältnis von 702 aussereuropäischen Eingeladenen zu 468 Europäern erklärbar. Bei der Organisation dieser Rekordzahl von Studienreisen durften wir wie üblich auf die tatkräftige Unterstützung von SBB, PTT, VST und Swissair und anderer Luftverkehrsgesellschaften sowie der regionalen und lokalen Verkehrsvereine zählen.

Auch im Messesektor konnte unsere Generalunternehmertätigkeit in einem erfreulichen Masse ausgedehnt werden. Naturgemäß lag dabei der Hauptakzent auf der Beschickung von Publikumsmesseln in unsren Nachbarländern. Nach wie vor dominierend war die Präsenz des Ferienlandes Schweiz auf den beiden Messen ITB (Berlin) und WTM (London).

Im Bereich öffentlicher Verkehr lag unser Augenmerk auf der Erarbeitung zahlreicher Einzelmaßnahmen zur stärkeren Propagierung der entsprechenden Verkehrsträger. Darüber hinaus wurde die Zusammenarbeit insofern vertieft, als die SBB-Vertreter an sämtlichen Schweiz-Seminarien für Reisebüroagenten mit einer Präsentation dabei waren.

Zum zweiten Mal nach dem Herbst 1982 führten wir vom 12.–19. April, im Anschluss an den 1. SCIM (Swiss Convention and Incentive Mart), einen SVZ-internen Ausbildungskurs für Mitarbeiter der Abteilung Verkaufsförderung unserer grösseren Agenturen durch. Die gesetzten Ziele (Verbesserung der Produktenkenntnisse durch Erfahrungen aus erster Hand, Bekanntwerden mit der Verkaufsphilosophie der besuchten Orte, Erfahrungsaustausch mit Vertretern des Hauptsitzes und anderer Agenturen) wurden erreicht, so dass dieser Kurs jeweils alle zwei Jahre im Anschluss an den institutionalisierten SCIM stattfinden wird.

Gesamtschweizerische Werbereisen

Vom 11.–24. März nahmen 16 Vertreter von Verkehrsvereinen, Hotelgruppen und Incoming-Operators an der 9. nationalen Werbereise teil, die von Miami nach Boston führte. An 18 Veranstaltungen in 13 Städten konnten gegen 900 Reisebüroagenten mit dem Ferienland Schweiz vertraut gemacht werden. Weiter wurden 40 Interviews für Presse, Radio und Fernsehen gegeben.

Im Herbst unternahmen wir unter dem Motto «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» erstmals eine gesamtschweizerische PR-Reise nach Deutsch-

land. In den Städten Stuttgart, Köln, Frankfurt a.M. und München wurden über 200 Medienvertreter und lokale Persönlichkeiten bei Sonderveranstaltungen in der Eishalle begrüsst. Das ganze Angebotsspektrum unseres Ferienlandes wurde in Form einer Talk Show mit Guido Baumann und Spitzenvertretern von Hotellerie, SBB, Privatbahnen und Skischulverband sowie mittels einer dem Thema angepassten Tonbildschau vorgestellt. Anschliessend hatten die Gäste die Möglichkeit, gleich selber auf dem Eis die «fröhlichen Winterspiele» mitzumachen.

Weitere Aktivitäten

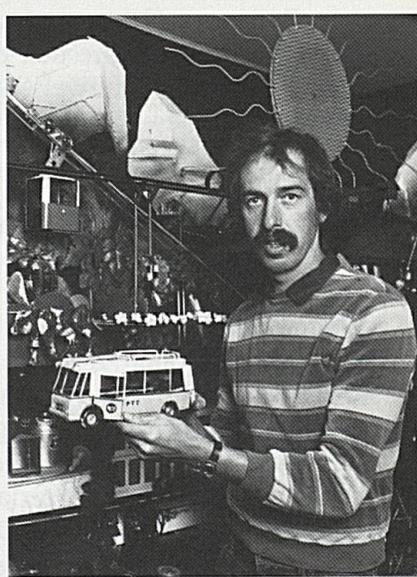
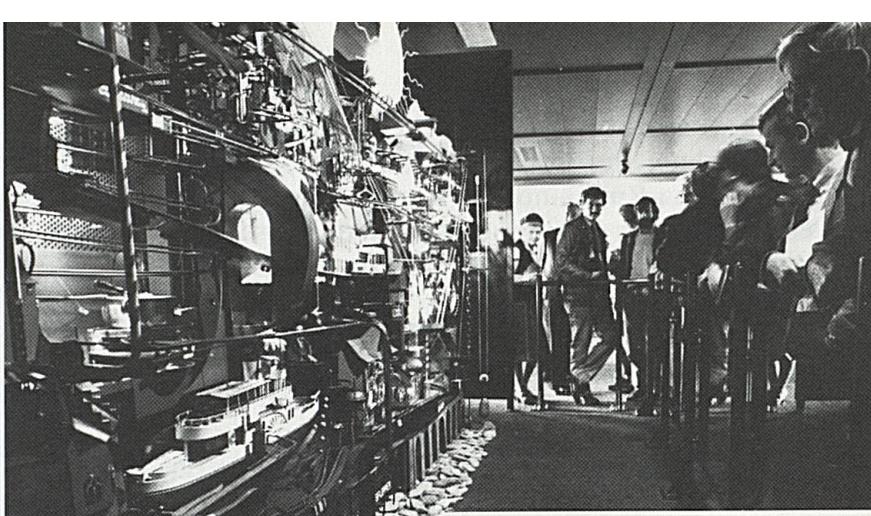
Abteilung Tourismus im Verkehrshaus der Schweiz

Am 8. November wurde die neue Abteilung in der Halle Schiffahrt, Seilbahnen, Tourismus mit rund 200 Gästen feierlich eröffnet. Das Hauptanliegen ist, den Besucher ins Gezeigte einzubeziehen, ihn Anteil haben zu lassen an unserem Tourismus, an unserer Landschaft. Er soll sich betätigen, etwas auslösen, zum Nachdenken angeregt werden.

Drei Schwerpunkte beleben die Ausstellung: Der Tourismusflipper, eine fantastische mechanische Maschine vom Plastiker Charles Morgan, Vevey, die auf heitere Art zeigt, was ein Gast erlebt, der in unserem Land Ferien verbringt; die Via Turistica, gestaltet vom SVZ-Chefgrafiker Hans Küchler,

Seite 43

Im Uhrzeigersinn: Einblick in die Via turistica; der «Tourismus-Flipper und sein Konstrukteur Charles Morgan; die «Rigi-Träger» live und ausgestellt



welche zum Nachdenken über die künftige Entwicklung des Tourismus animiert sowie das Swissorama-Rundkino von Ernst A. Heiniger mit einer nahtlosen 360°-Filmprojektion, das seit dem Sommer mit dem Film «Schweiz 84» in Betrieb ist.

Entente Florale

Zusammen mit den Gärtnermeisterverbänden der deutschen und welschen Schweiz nahmen wir an einem seit mehreren Jahren bestehenden Wettbewerb blumengeschmückter Dörfer und Städte Europas teil. Als Kandidaten wurden die Altstadt von Bern und Grimentz im Kanton Wallis ausgewählt. Bern erreichte den ersten Preis der Städte und Grimentz den zweiten der Dörfer. Die SVZ möchte mit dieser Hilfeleistung die Schweizer Ortschaften ermuntern, dem Blumenschmuck vermehrt Aufmerksamkeit zu leisten. Er kann das Image eines Ferienortes ganz wesentlich beeinflussen.

Phänomena

Mit 1,2 Millionen Besuchern aus aller Welt war dieser, vom Zürcher Forum organisierten Ausstellung, ein ausserordentlich grosser Erfolg beschieden. Die SVZ übernahm die Verteilung des Informations- und Werbematerials im Ausland.

Schneeskulpturen-Wettbewerb Hoch-Ybrig

Das Thema des unter dem Patronat der SVZ und der Griechischen Verkehrszentrale stehenden Schneeskulpturen-Wettbewerbs lautete «Olympia». Von insgesamt 30 Bildhauergruppen kamen deren 12 aus dem Ausland. Verzeichnet wurde eine gesteigerte Teilnehmerzahl wie auch ein grösseres Presseecho. Die SVZ stiftete Preise in Form von Schweizer Ferien.

*Attraktion an der Phänomena:
Gleichgewichtsversuche auf hohem Seil*

