

**Zeitschrift:** Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale  
**Herausgeber:** Schweizerische Verkehrszentrale  
**Band:** 47 (1987)

**Rubrik:** Touristische Landeswerbung

### **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:** 02.05.2026

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

## Marktforschung

Anfangs Januar erschien wiederum der «Touristische Lagebericht der SVZ» auf deutsch und französisch. Eingebaut in die einzelnen darin enthaltenen Länderberichte sind in dieser Ausgabe Daten aus der umfangreichen TOMAS-Gästabefragung, die vom Winter 1982/83 bis zum Sommer 1985 im Auftrag der regionalen Verkehrsdirektoren in der Schweiz durchgeführt worden war; für die SVZ wurden die Daten nach Herkunftsländern der befragten Gäste aufgeschlüsselt und so im Lagebericht publiziert.

Im Laufe des Jahres hat die SVZ verschiedene Befragungen in Auftrag gegeben oder selbst durchgeführt. Die Aktivitäten in den Ferien und die Ferienzufriedenheit der Schweizer Bevölkerung haben wir mit Zusatzfragen im Rahmen der Erhebungen für den «Reisemarkt Schweiz 1986/87», durchgeführt vom Institut für Fremdenverkehr und Verkehrswirtschaft an der Hochschule St. Gallen, ermitteln lassen. In den Niederlanden und in der Bundesrepublik Deutschland hat die SVZ Personen, die bei unseren Vertretungen Informationen über die Schweiz eingeholt hatten, später nach ihren Ferienerfahrungen befragt. Die entsprechenden Fragebogen haben wir in Zusammenarbeit mit dem Institut für Fremdenverkehr

und Verkehrswirtschaft an der Hochschule St. Gallen entwickelt; das Institut hat auch die Antworten ausgewertet. Befragungen führten wir auch an Tourismusmessen in Belgien und Luxemburg durch. Zusammen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (OeFVW) haben wir eine Analyse der Touristenströme aus Südamerika in Auftrag gegeben; im Berichtsjahr wurden die dazu nötigen Befragungen auf Flughäfen in Europa durchgeführt. Mit den gleichen Partnern hat sich die SVZ mit Zusatzfragen am «Overseas visitors survey» der British Tourist Authority (BTA) beteiligt, um Aufschluss darüber zu erhalten, in welchem Masse Besucher aus Übersee in Grossbritannien für Ferien auf dem Kontinent zu gewinnen sind. Die SVZ hat an den Vorbereitungsarbeiten für die zweite Welle der Gästabefragung TOMAS mitgewirkt, die im Sommerhalbjahr 1988 und im Winterhalbjahr 1988/89 wiederum in rund 120 Orten der Schweiz durchgeführt und von der SVZ finanziell mitgetragen werden wird. Während des Jahres wurden von der Abteilung Marktforschung verschiedene Analysen erarbeitet, insbesondere auch im Hinblick auf die Ausarbeitung des Aktions- und Werbeprogramms AZIMUT 1988/89.

# Öffentlichkeitsarbeit

## Medien Schweiz

### *Presse*

Erstmals seit geraumer Zeit führte die SVZ in Bern anfangs Januar eine gesamtschweizerische Pressekonferenz durch. Die Ausführungen des Direktors über die Lage und Perspektiven unseres Fremdenverkehrs sowie über das Jahresthema «200 Jahre Tourismus in der Schweiz – eine Zukunft für unsere Gäste» lösten in den Medien grosses Echo aus. Anlässlich einer regionalen Presseorientierung der SVZ zum Thema «Tourismus – Trumpfkarte der schweizerischen Volkswirtschaft» im Bischofszeller Rathaus wurde die Oktober-Nummer der *Revue Schweiz*, die ganz dem Bezirk Bischofszell gewidmet war, vorgestellt.

Das monatliche Pressebulletin in deutscher und französischer Sprache mit Meldungen über Neuerungen in der Sommer- und vor allem in der Wintersaison wurde gut berücksichtigt. Der Kontakt mit der Fachpresse und den Tourismusredaktionen wichtiger Tageszeitungen blieb weiterhin eng und regelmässig. Zu verschiedenen Anlässen der SVZ wie *Swiss Travel Mart (STM)*, Mitgliederversammlung und Kunsthandwerksausstellung wurden jeweils Medienvertreter eingeladen.

### *Radio*

*Deutsche Schweiz:* Seit Beginn des Berichtsjahres ist der Bereich Tourismus im Radio DRS beim Ressort «Land und Leute» angesiedelt. Aus dem «Touristorama» ist eine Magazinsendung mit jeweils ein bis zwei Schwerpunktthemen entstanden, Themen, die in intensiver Zusammenarbeit mit der SVZ ausgewählt wurden. Aufgrund des Vorjah-

reserfolges strahlte Radio DRS 1 während der Sommermonate wiederum ein «Touristorama spezial» aus. So waren jeden Mittag von Dienstag bis Freitag aktuelle Ferien- und Ausflugstips zu hören. Das ganze Jahr hindurch lieferten wir wöchentlich aktuelle Informationen, die auch von weiteren Sendegefässen wie «Palette», «Wirtschaftswoche», «Rendez-vous am Mittag», von einzelnen Regionaljournalen und von DRS 3 übernommen wurden. In der gesamten Medienlandschaft haben sich rund ein Dutzend Lokalradiostationen als wichtige Partner entpuppt. Regelmässig berichten sie über touristische Veranstaltungen und zeigen sich bei der Bearbeitung von kurzfristig angekündigten Aktualitäten äusserst flexibel. Unser Jahresthema wurde von fast allen Sendern und touristischen Gefässen mit längeren oder kürzeren Beiträgen berücksichtigt.

*Welsche Schweiz:* Vorab während der beiden Hauptsaisons pflegten wir einen regen Kontakt mit Radio Suisse romande, dem wir laufend unsere Informationen und Dokumentationen lieferten sowie verschiedene Interviews gewährten. Wie bereits 1986 unterstützten wir zusammen mit der Schweizer Reisekasse einen touristischen Wettbewerb.

*Italienische Schweiz:* Mit dem Tessiner Radio konnten wir die Zusammenarbeit weiter ausbauen und regelmässig aktuelle Informationen, vor allem über Reise- und Ferienangebote, plazieren. Grosse Beachtung fanden die historischen Themen unserer Jahresaktion, was sich in längeren Beiträgen, z. B. über die Sherlock Holmes Reise oder das Rigifest, niederschlug.

*Schweizer Radio International:* Wir lieferten regelmässig touristische Informationen für die Programme in neun Sprachen. Häufig bot sich Gelegenheit für Interviews über aktuelle Themen in verschiedenen Sprachen und Sendegefässen.

### *Fernsehen*

*Deutsche Schweiz:* Mit dem Fernsehen DRS fand im besonderen für die Sendung «Sonntagsmagazin» eine intensive Zusammenarbeit statt. Wir vermittelten Wettbewerbspreise in Form von Ferien in der Schweiz. Die Zusammenarbeit wurde auch auf andere Gefässe wie «Folklore» und «DRS aktuell» ausgedehnt. Mit der neuen SRG-Direktion fand am Hauptsitz ein Gespräch über die künftige Zusammenarbeit statt, in dem insbesondere auch die Möglichkeit, touristische Beiträge über die verschiedenen Satelliten-Fernsehstationen wie 3Sat, TV5 etc. auszustrahlen, diskutiert wurde.

*Welsche Schweiz:* Meldungen über touristische Neuerungen und aktuelle Themen wurden der Télévision Suisse romande regelmässig übermittelt.

*Italienische Schweiz:* Auch beim Tessiner Fernsehen wurde die Zusammenarbeit mit verschiedenen Ressorts weiter ausgebaut. Das Fernsehen zeigte Interesse für unser Jahresthema, vor allem, was den historischen Teil anbelangte.

## Medien Ausland

Die Veranstaltungen zum Thema «200 Jahre Tourismus», wie etwa die Sherlock Holmes Reise ins Waadtland, Wallis und Berner Oberland, die beiden Nostalgierreisen nach Graubünden, die Reise auf den Spuren der Alpenpioniere oder die historische Rigibesteigung vermochten bei den Medien weltweit grosses Interesse zu wecken. Ebenfalls gute Erfolge brachten die Gruppen-Pressereisen der Vertretungen, die z. B. den Themen Auf Tells Spuren, Landgasthöfe oder Golf im Tessin gewidmet waren.

### *Presse*

Durch die Abteilung Presse Ausland sind insgesamt 800 Medienvertreter betreut worden, darunter 132 aus der Bundesrepublik Deutschland, 114

aus Grossbritannien, 70 aus Italien, 66 aus Frankreich, 39 aus Holland, 33 aus Spanien, 23 aus Österreich, 20 aus Belgien und Luxemburg, 18 aus Skandinavien und 10 aus Israel; im weiteren 124 aus den USA, 36 aus Kanada und 22 aus Südamerika sowie 51 aus dem Fernen Osten und 23 aus Australien.

### *Radio*

Von insgesamt vier Radiostationen aus der Bundesrepublik Deutschland, Holland und Luxemburg sind sieben Vertreter in die Schweiz eingeladen worden; zum Teil kamen Direktübertragungen zustande.

Zusammen mit der Bundesrepublik Deutschland und Österreich wurde eine Trilaterale Studienreise für Japaner zum Thema Gastronomie durchgeführt. Ebenfalls mit SVZ-Unterstützung sind einige wertvolle Bücher erschienen, wie «Switzerland at its best in USA», die beiden «Blue Guide» in Japan, «Villes Suisses» im französischen Autrement-Verlag und «To the end of the Rhine» von Bernard Levin, England. Vor allem aus Ländern ohne SVZ-Vertretungen konnten zusammen mit dem EDA, dem EMD, der Stiftung Pro Helvetia und der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung Medienvertreter eingeladen werden, welche meistens sehr positiv über Kultur, Handel, Industrie und Tourismus berichteten und dadurch einiges zur Abrundung des Bildes der Schweiz im Ausland beigetragen haben.

### *Fernsehen*

Dem Sektor Video wurde spezielle Aufmerksamkeit gewidmet. So entstanden gegen 50 Fernsehfilme, darunter aus den USA ein Film über das Neujahr in Appenzel oder die Streifen «Joy of Music» (Orgelkonzerte in Luzern, Bern, Gstaad und Arosa) und «Dare to Dream» (Schweizerreise einer Behindertengruppe mit öffentlichen Verkehrsmitteln); aus Holland «Varas Konsumentenbus»; aus Japan «World Journey for famous Pictures».



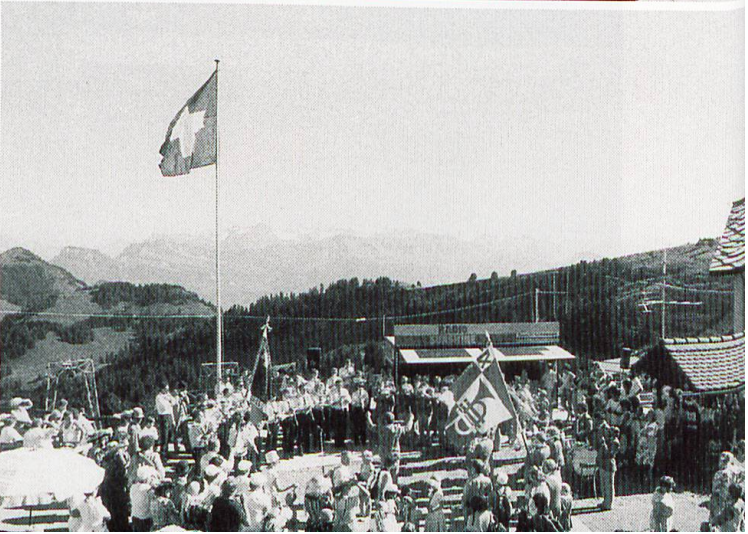
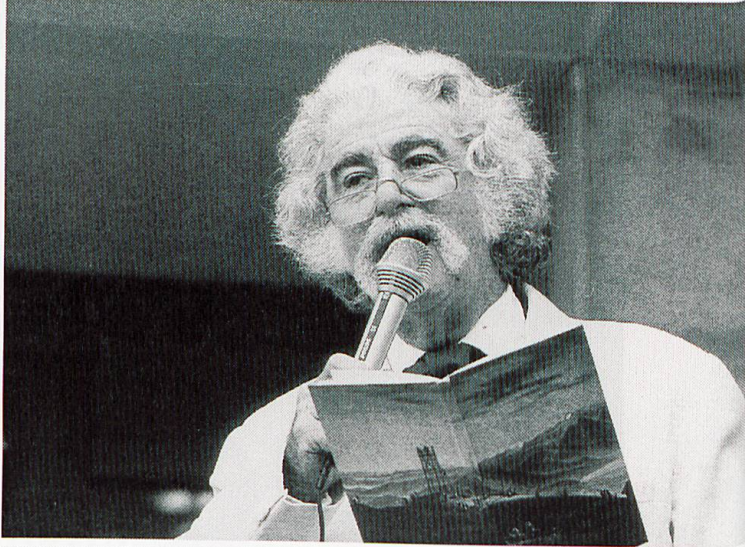
Die Begegnungen von 800 ausländischen Journalisten mit der Schweiz brachten reichen Niederschlag in den Medien rund um die Welt.

## Sonderaufgaben

«200 Jahre Tourismus in der Schweiz – eine Zukunft für unsere Gäste»

Im Rahmen des Fünfjahresprogrammes 1987–1991, das unter dem Generalthema Begegnung steht, wurde mit dem Rückblick auf die 200jährige Tradition und dem Ausblick auf unsere zukünftigen Gäste gerade diesem Thema besonderes Gewicht beigemessen.

Der Begegnungsgedanke fand in zahlreichen Organisationen und Gremien, bei der Bevölkerung und in der Presse (speziell an in- und ausländischen Pressekonferenzen) grossen Anklang. Allein in der Schweiz behandelten die Medien das Thema in 1200 Artikeln, und im Ausland wurde 300mal über die Aktion berichtet. Alle von der SVZ initiierten Veranstaltungen und Aktionen drehten sich um die Begegnung der Gäste unter sich, die Begegnung der Feriengäste mit der Landschaft, mit dem Leben, mit der Schweizer Eigenart. Folgende Veranstaltungen und Aktionen verdienen spezielle Erwähnung:



ganzes Jahr:	Publikation von 26 bebilderten Tourismusgeschichten	September:	Übergabe der Sonderbriefmarken «200 Jahre Tourismus» an Bundesrat Schlumpf. Kleines Fest auf dem Bundesplatz in Bern unter Beizug der als Markensujets verwendeten Orte Zug, Sion, Waltenburg und Prugiasco
Januar/Februar:	Schneeskulpturenwettbewerbe in Grindelwald und Hoch Ybrig	September:	Erstausgabe der vier Sonderbriefmarken im Sonderpostbüro in Interlaken, Übergabe an Ballonpost des Spelterini-Gedenkfluges
März:	Begegnungsdemonstration mit 13 Mitwirkenden an der ITB Berlin	Oktober:	Kleingruppen-Begegnungsreise aus der Bundesrepublik Deutschland: Rätoromanen
April/Mai:	Sherlock Holmes Reise durch die Schweiz, mit zeitweise bis zu 65 Journalisten pro Tag, 12 TV-Teams und täglichen TV-Berichterstattungen während der ganzen Reise		
Juni:	Schiffsausflug von Europa-Parlamentariern auf dem Genfersee		
Juni/Juli:	Kleingruppen-Begegnungsreisen aus der Bundesrepublik Deutschland: Briefträger, Kunstprofessoren, Journalistikstudenten, Sportstudenten, Touristik-Fachschüler		
Juni/Oktober:	Nostalgierreisen in Graubünden: Albula und Oberalp		
Sommer:	Gratis-Ferienkurse des Verbands Schweizerischer Privatschulen für 20 Jugendliche		
August:	Rigi-Begegnungsfest mit Mark Twain und Tartarin de Tarascon. Grosser Besucherandrang; zweitbeste Frequenz seit Bestehen der Rigi-Bahnen		

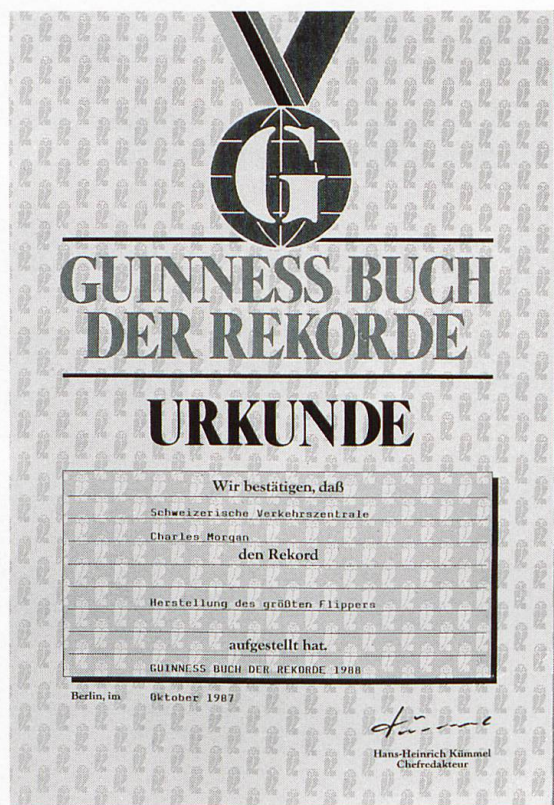
#### *Publikumsausstellungen*

Die Wanderausstellung «Schweizer Kunsthandwerk zwischen Gestern und Morgen» wurde nebst zwei Schweizer Einsätzen (St. Gallen und Bulle) erstmals im Ausland (Brüssel und Paris) präsentiert. Es zeigt sich, dass im Ausland grössere Anstrengungen unternommen werden müssen, um Publikum und Medien dafür zu begeistern. In Vorbereitung sind die Einsätze 1988 in der Bundesrepublik Deutschland und in Luxemburg. Mit der Schweizerischen Kreditanstalt konnte ein Vertrag für die finanzielle Unterstützung der Einsätze der Jahre 1989–91 in Übersee abgeschlossen werden. Im Auftrag der Koko (Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland) gestaltete der Ausstellungsdienst das «Restaurant of Switzerland», welches anlässlich der Olympiade in Calgary vom 6. 12. 1987 bis 13. 3. 1988 geöffnet war. Die Jollyball-Machine, der Riesentourismusflipper von Charles Morgan, machte weiterhin Furore: Sie wurde zur Bereicherung der SVZ-Messestände und bei Gelegenheiten wie der Eröffnung des Flughafenbahnhofes in Genf oder der Schweizerwoche in Tokio insgesamt zehnmal eingesetzt.

*Seite 14*

*Gut 20 000 Gäste aus 200 Jahren Tourismus begegneten sich während einer PR-Aktion der SVZ auf der Rigi.*

Das Guinness Book of Records hat der Jollyball-Machine den Titel «Grösster Tourismusflipper der Welt» verliehen.



Die humoristischen Ausstellungen über Stöcke, Skis, Reisegepäck und Kleiderbügel konnten vom 17. 8. bis 3. 9. als Gesamtpräsentation zum Thema «100 Jahre Tourismus in Morcote» gezeigt werden. Im übrigen kamen die Ausstellungen «Originelles Reisegepäck» im März in Hamburg (Gastgewerbeausstellung Internogra) und im Mai in London (Swiss Centre Restaurant), «Skurrile Skis» im Januar in Zürich (Bächtold Sport) und im März in Tel Aviv (Swiss Food Festival in Zentrumshotel) und «Humoristische Spazierstöcke» im Mai in München (Warenhaus Hettlage) sowie im Oktober in Zürich (Bächtold Sport) zum Einsatz.

#### *Schaufenster und Dekorationen*

Zum Thema «200 Jahre Tourismus» wurden die Schaufenster der Vertretungen Mailand, Brüssel und Wien viermal durch den Hauptsitz ausstaffiert. Spezielle Raumdekorationen wurden für die Vertretungen in Tokio, London und Buenos Aires hergestellt.

#### *Diverses*

Für das Jahresthema 1988 «Sommerferien in den Schweizer Bergen» wurde bereits eine Broschüre «Sportferien à la carte» sowie eine Nebenspalter-Sondernummer in englischer Sprache herausgegeben. Zudem fanden Vorbereitungen für Presseartikel, Ferienbotschafter-Reisen, Publikationen über den Walser-Weg und das Literatentreffen statt.

Im Hinblick auf das Jahresthema 1989 «Zu Gast in der Schweizer Stadt» berief man eine Arbeitsgruppe ein und erstellte Stärken- und Schwächenprofile der Schweizer Stadt; für das Jahresthema 1990 «Flüsse und Seen – Perlen der Schweiz» wurden erste Kontakte geknüpft und die Marschrichtung festgelegt. Die SVZ war des weiteren bei der Reise des Lord Mayor der City of Westminster in die Ostschweiz, der Parlamentarier-Wanderung über den Siblinger Randen sowie der CIOFF-Konferenz «Tourismus und Folklore» engagiert.

Für das Projekt der Swiss Music Box, einem fünfmal fünf Meter grossen, mit Granit verkleideten und mit 108 Video-Monitoren ausgerüsteten Musikdosen-Apfel, erstellte das Betriebswissenschaftliche Institut der ETH Zürich eine Machbarkeitsstudie. Die Projektierung wurde an Motor Columbus Ing. vergeben, währenddem Finanzierungsaktionen bei Lotteriefonds, Kantonen und allen 3027 Gemeinden gestartet wurden.

# Produktion Werbung, PR- und Informationsmittel

## Werbung und Werbemittel

### *Werbung*

In der Bundesrepublik Deutschland publizierten wir je ein Inserat im Sommer- und Winter-Auslandkursbuch der Deutschen Bundesbahnen. In eigenen Imprimaten wurden Inserate der SBB, Swissair, Winterthur-Versicherungen und Zürich-Versicherungen aufgenommen.

### *Drucksachen*

Über 110 verschiedene Versionen von Drucksachen erschienen in einer Gesamtauflage von rund 3 Mio. Exemplaren. Neben der Produktion von Basis-Imprimaten (Landesbroschüre, Vertretungsbroschüre, Eisenbahn- und Strassenkarte etc.) lag das Schwergewicht bei den Drucksachen für die Aktion «200 Jahre Tourismus» und die Bergsommer-Werbung für das Jahr 1988.

Hervorzuheben sind die Neuerscheinungen «Auf den Spuren General Suworows» (als weitere Broschüre einer Reihe von «Begegnungen mit der Schweiz»), die Broschüre «Sportferien à la carte» sowie das neue Fotoplakat «Wolkendrachen».

Die Kreation des neuen Logo/CD – entworfen und gestaltet vom Zürcher Grafiker Heinz Looser – und die Herstellung erster Werbemittel und Geschäftspapiere mit dem neuen Logo beschäftigte uns vor allem in der zweiten Hälfte des Berichtsjahres.

*Erste Begegnung mit dem neuen Schweiz-Logo auf dem Plakat «Wolkendrachen».*

Besonders zu vermerken ist das stete Ansteigen des Werbemittel-Verbrauchs für den Inland-Bedarf. Der Hauptsitz der SVZ ist – gefördert durch die Medienpräsenz – so etwas wie eine «Vertretung Schweiz» geworden.

Für die Koko produzierten wir weiterhin den Depliant-Schülerprospekt «Schweiz», der in 33 Sprachen vorliegt und dessen Gesamtauflage 3,4 Mio. Exemplare erreicht hat.



### *Foto*

*Produktion und Archiv:* Der Schwerpunkt der Produktion lag bei der Aktion «200 Jahre Tourismus». Über 30000 schwarz/weiss Vergrößerungen (vorwiegend 18×24 cm) wurden in unserem Labor produziert. Rund 600 schwarz/weiss Negative ersetzten veraltete Motive, hinzu kamen über 1600 Farbdias (300 Motive); von 260 Dias wurden rund 9000 Duplikate hergestellt.

*Ausleihe:* Die Nachfrage ist gegenüber den letzten Jahren stabil geblieben. Rund 16000 schwarz/weiss Fotos und über 7000 Farbdias wurden aufgrund von 1000 Anfragen abgegeben. Der PTT hat die SVZ zum zweiten Mal Bilder für die vierfarbigen Umschlagseiten der Telefonbücher und für sechs regionale Wanderbücher zur Verfügung gestellt.

### *Audiovision*

*Produktion:* Nebst dem Videofilm «Switzerland. Summer Lakes and Alps» (Travelview, Houston, USA; Videoproduktion in Farbe; amerikanische Sprachfassung, ca. 25 Minuten) stellte die SVZ in Eigenproduktion die Tonbildschau «Tourismus und SVZ» (deutsche, französische und englische Sprachfassung, 15 Minuten) her. Es handelt sich dabei um eine Tonbildschau in eigener Sache, welche die Bedeutung des Tourismus im allgemeinen und die Arbeit der SVZ im besonderen vorstellt. Die Tonbildschau ist in allen drei Sprachfassungen auch auf Videokassetten erhältlich.

Zudem schuf die SVZ in Eigenproduktion eine sechsminütige Geräuschkollage mit dem Titel «Bergsommer», die für Präsentationen, Pressekonferenzen, Radiospots etc. verwendet werden kann.

*Kopien:* Es wurden elf 16mm-Filmkopien und 636 Videokopien verschiedener SVZ-Produktionen hergestellt und verteilt.

*Auswertung:* Gesamthaft erreichte unser AV-Verleih im In- und Ausland mehr als 1 Mio. Zuschauer bei rund 12000 Vorführungen. Der Videoverleih hat weiterhin stark zugenommen. «Spirit of Switzerland» (Condor/Dänzer 1986) konnte in Grossbritannien, Nord- und Südamerika, Irland, Australien, Neuseeland, Qatar und Singapur im kommerziellen Schmalfilmverleih und im Fernsehen plaziert werden. Verschiedene Schweizer Grossunternehmen und hunderte von Privatpersonen kauften unseren neuen Film als Videokassette, um ihn ausländischen Kunden oder Bekannten zu schenken.

«Pastorale Switzerland» (Condor 1976) wurde vom 3SAT-Kanal übernommen. Dieser Satelliten-TV-Sender erreicht zur Zeit über 2,5 Mio. Haushalte in Europa.

Die Fernmeldekreisdirektion Zürich der PTT organisiert pro Jahr rund 150 Videokonferenzen. Während der Wartezeiten, in denen die Verbindungen bestehen, können wir unsere Filme einspielen, was von den Konferenzteilnehmern in aller Welt sehr geschätzt wird.

### *Verschiedenes*

Von zahlreichen Verkehrsvereinen haben wir 216 Film- und Videokopien zur Weiterleitung an unsere Vertretungen erhalten. Für die Koko kauften wir 605 Film- und Videokopien von 25 Titeln und verteilten sie an unsere Vertretungen sowie an Botschaften und Konsulate.

## Revue Schweiz

Die SVZ-Zeitschrift «Schweiz Suisse Svizzera Svizra Switzerland» behandelte zur Hälfte regionale Themen, darunter die anlässlich einer Pressekonferenz im Thurgauer Städtchen Bischofszell vorgestellte Ausgabe. Die fünf überregionalen Sujets waren touristisch und kulturell interessanten Gegebenheiten in unserem Land gewidmet. Die April-Nummer «200 Jahre Tourismus» wurde im Rahmen des Jahresprogramms eingesetzt und den Vertretungen in grösserer Auflage zur Verfügung gestellt.

### Themenübersicht:

Januar	<i>Val d'Anniviers im Winter</i>
Februar	<i>Fremdländisches in der Schweiz</i>
März	<i>Im Wandel der Zeit</i>
April	<i>200 Jahre Tourismus: Begegnungen heute, gestern und morgen</i>
Mai	<i>Sagenberge um den Vierwaldstättersee</i>
Juni	<i>Mesolcina/Misox</i>
Juli	<i>Velo/Bicyclette/Bike</i>
August	<i>Ville de Lausanne</i>
September	<i>San Gottardo</i>
Oktober	<i>Bezirk Bischofszell</i>
November	<i>Handwerkskunst</i>
Dezember	<i>Hasli</i>

## Spedition Werbemittel

Wir versandten an unsere Auslandvertretungen sowie an die Schweizer Botschaften und Konsulate in der ganzen Welt 2911 Frachtkolli, 3284 Postpakete und 54319 Drucksachenpakete mit touristischem Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und nationalen Verkehrsinteressenten im Totalgewicht von 607 Tonnen (Vorjahr: 615 Tonnen).

## Verkaufsförderung

Die Tourismusbranche hat in den vergangenen Jahren die grosse Bedeutung der Verkaufsförderung im Rahmen der Kommunikationsinstrumente erkannt und investiert in diesem Bereich kräftig.

Die Verkaufsförderungstätigkeit der SVZ versteht sich als Dienstleistung zugunsten aller Schweiz-Anbieter mit dem Ziel, volkswirtschaftlich interessante Zusatzübernachtungen für die Schweiz zu gewinnen.

## Inland

### Aktionen zugunsten ausländischer Nachfrager

Der Swiss Travel Mart (STM) hat sich als wichtigstes Treffen der Schweizer Tourismusbranche bestätigt. Der vierte STM in Luzern gab 274 Nachfragern aus 43 Ländern Gelegenheit, sich mit den neuesten Angeboten der 157 Schweizer Anbieterorganisationen bekannt und vertraut zu machen. Die 26 eingeladenen Medienvertreter aus 19 Ländern verhalfen dem STM als Drehscheibe des Schweizer Incominggeschäftes zu weltweiter Bekanntheit. Die Bundeshauptstadt Bern wurde mit der Durchführung des STM 89 betraut.

Informations- und Studienreisen zählen zu bewährten, motivierenden Verkaufshilfen. Wir gaben 758 Reisebürofachleuten, Kongress- und Incentiveorganisatoren aus 22 Ländern Gelegenheit, die Produkte und Leistungen des Ferienlandes Schweiz aus eigener Anschauung kennenzulernen. Besonderes Lob fanden unsere ausländischen Gäste für die Angebote des öffentlichen Verkehrs: Die Schweizer Ferienkarte, der Gletscher-, Bernina- und Palmexpress sowie der Golden Pass bestätigten sich als Höhepunkte jeder Schweizer Reise.

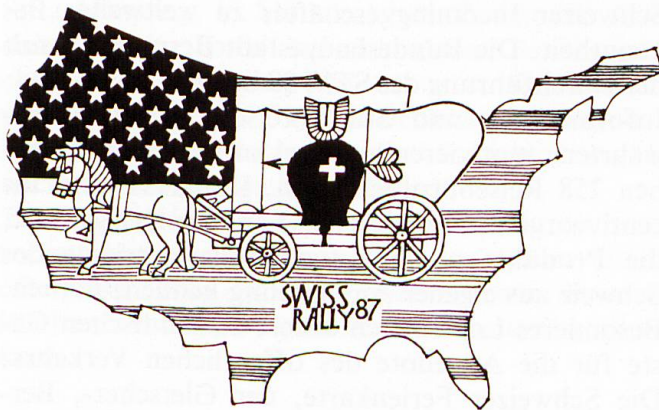
Für wichtige internationale Organisationen koordinierten wir Meetings und Veranstaltungen, so

ein Verkaufsseminar für 75 *directeurs commerciaux* der SNCF in Interlaken; das Board of Directors Meeting der Alliance of Canadian Travel Associations in Luzern/Interlaken; die American Automobile Association Travel Agency Industry Conference in Luzern; den American Society of Association Executives Kongress in Montreux/Bern; den Jahreskongress der französischen Reisebürovereinigung Selectour in Zürich.

## Ausland

### *Koordination von Schweiz-Aktivitäten*

«Switzerland goes Southern» war das Motto der erstmals nach der Swiss Rally-Formel durchgeführten nationalen Werbereise durch die US-Staaten Georgia, Alabama, Tennessee, North and South Carolina, Florida und Kalifornien. In 30 Seminarien konnten die neuesten Schweiz-Angebote vor über 2000 amerikanischen Reisebürofachleuten präsentiert werden. Abschliessender Höhepunkt der Swiss Rally war die 40-Jahr-Feier der SVZ-Vertretung San Francisco.



Zusätzlich zu den SVZ-eigenen Werbe- und Verkaufsreisen koordinierten wir 32 Auftritte regionaler und lokaler Verkehrsvereine in den wichtigsten europäischen Reiseländern; zusammen mit

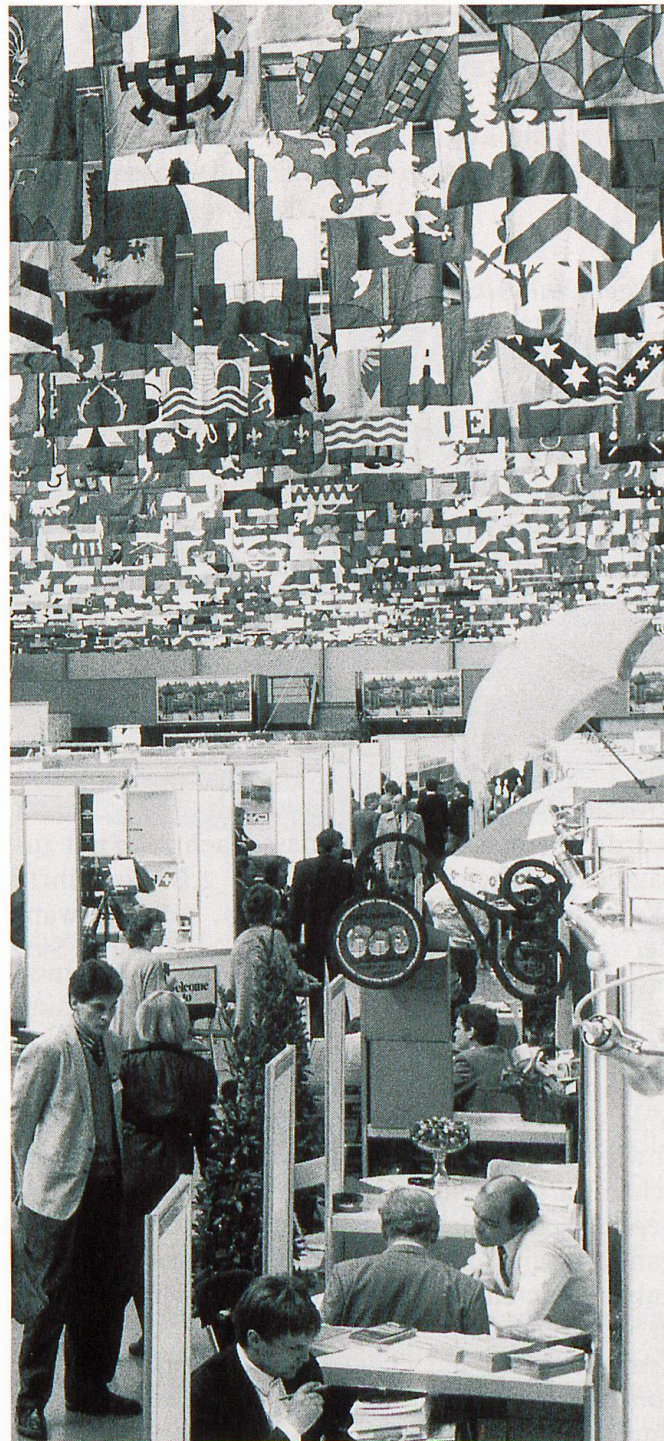
Swiss Congress und Swissair empfangen wir in den Städten Hamburg, Wien und Brüssel ausgewählte Kongress- und Incentive Decision Makers. Die bewährten Verkaufshandbücher «Selling Switzerland USA/Kanada», «Switzerland Sales Guide for Japan 88/89» und neu ein «Winterguide USA» wurden in einer Auflage von über 100 000 Exemplaren an potentielle Absatzmittler verteilt.

Die SVZ-Präsenz an den Jahreskongressen der amerikanischen und japanischen Reisebürovereinigungen ASTA in Houston und JATA in Tokio offerierte sich als marktgerichtete Kommunikationsplattform für interessierte Schweizer Anbieter. Weltweit werden Jahr für Jahr zahlreiche touristische Fach- und Publikumsmessen, vom kleineren Workshop bis zu den grossen und international bekannten Veranstaltungen, angeboten. Aufgrund der Marktlage und den vorhandenen finanziellen Mitteln gilt es, in Absprache mit unseren Vertretungen Prioritäten zu setzen und die für eine Teilnahme geeigneten Messen zu bestimmen. Rund 20 dieser ausgewählten Messen wurden im Berichtsjahr als Plattform benützt, um mit einem Gemeinschaftsstand eine einheitliche Präsenz der Schweiz zu gewährleisten und zusammen mit den teilnehmenden Partnern das touristische Angebot unseres Ferienlandes bekanntzumachen. Dank dem Einsatz des SVZ-eigenen Tourismus-Flippers konnte unser Anliegen «Schweizer Ferien stimmen heiter» augenfällig und medienträftig umgesetzt werden. Nachfolgend eine Auswahl von wichtigen Messen:

- 12.1.-5.3. Nordamerika  
ETC Supermarts in 30 verschiedenen Städten
- 14.-18.1. Utrecht  
Vakantie, Ferienmesse
- 24.1.-1.2. Stuttgart  
CMT, Caravan Motor Tourismus
- 6.-12.2. Paris  
Salon mondial du tourisme

- 7.-15.2. München  
C-B-R, Internationaler Reisemarkt
- 14.-22.2. Hamburg  
Reisen 87, Ferienmesse
- 25.2.-1.3. Mailand  
BIT, Borsa Internazionale  
del Turismo
- 7.-12.3. Berlin  
ITB, Internationale Tourismusbörse
- 21.-29.3. Brüssel  
Salon des vacances
- 22.-26.4. Barcelona  
Rodatour
- 23.4.-10.6. Nordamerika  
Ski Group Meetings in  
27 verschiedenen Städten
- 4.-7.5. New York  
MITE, Meeting & Incentive Travel  
+ Executives Show
- 15.-17.9. Chicago  
IT & ME, Incentive Travel & Meeting  
Executives Show
- 22.-24.9. Köln  
RDA-Workshop, Ring Deutscher  
Autobusunternehmer
- 4.-6.11. Wien  
IT & ME, Incentive Travel + Meeting  
Europe
- 11.-15.11. Paris  
MITCAR, Marché International du  
Tourisme en Autocar
- 14.-22.11. London  
International Daily Mail Ski Show
- 26.-28.11. Brüssel  
BTF, Bruxelles Travel Fair
- 1.-5.12. London  
WTM, World Travel Market

*Hunderte von Anbietern und Nachfragern begegneten sich am 4. STM in Luzern unter den Fahnen der 3021 Schweizer Gemeinden.*



# Information und Dokumentation

## *Allgemeine Auskünfte*

Im Berichtsjahr war wiederum eine Zunahme von schriftlichen und mündlichen Anfragen festzustellen. Weltweit wurden an die 2 Mio. Auskünfte erteilt; am Hauptsitz verzeichneten wir einen Zuwachs von 10000 Auskünften. Unser Auskunftsdienst war zunehmend damit beschäftigt, Anrufern aus dem eigenen Land Tips für Ferien und Reisen zu geben. Die am häufigsten erteilten Auskünfte drehten sich um die Themen Wander- und Velotouren, Ausflugsfahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Volksfeste und kulturelle Veranstaltungen.

*Informationsblätter:* Die praktische Serie der «i-Blätter» und «i-Broschüren» mit über 85 Titeln wurde überarbeitet und gemäss Nachfrage mit zusätzlichen Themen ergänzt, wie z.B. «geführte Wanderungen», «Ballonfahrten», «Winterwanderwege», «Snowboardschulen», «Schwarze Skipisten», «Pferdeschlittenfahrten».

*Umfragen:* In zwei Grossumfragen erhoben wir von insgesamt 400 Ferienorten erneut Angaben über die Saisonangebote im Sommer und Winter sowie die Infrastruktur. Die von unseren touristischen Partnern, allen voran den lokalen Verkehrsvereinen, aber auch von Sportverbänden und Organisatoren von Veranstaltungen gelieferten Angaben bildeten den Inhalt von rund 50 Imprimaten in verschiedenen Sprachen. Weitere Kurzumfragen wurden zu den Themen Saisonöffnung, Saisonende, Unterkunftssituation über Feiertage etc. durchgeführt.

*Telefon 120:* Diese Telefonnummer ist nach wie vor ein vielgenutztes Informationsmedium: Von April bis November konnten gegen 600 Reisetips und Ferienvorschläge sowie Hinweise auf Veranstaltungen verbreitet werden; über eine halbe Mio. Anrufe wurden während des Jahres registriert.

*SVZ-Wandertips:* Von April bis Oktober stellten wir der Schweizer Presse und den Auslandvertretungen ein vielbeachtetes, monatliches Bulletin mit jeweils 15 Wandervorschlägen zu.

*Skipistenbericht:* Dreimal pro Woche wurden die Meldungen von 160 Schweizer Skistationen über die interne Datenbank zu verschiedenen nationalen und internationalen Bulletins verarbeitet und über die Vertretungen und verschiedene Bildschirmtext-Systeme weltweit verbreitet. In der Schweiz konnte das Bulletin rund um die Uhr über Telefon 120, Teletext und Videotex abgerufen und an über 150 SBB-Auskunftsdiensten eingesehen werden.

## *Spezielle Auskünfte*

*Ausbildung:* In enger Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Privatschulen ist die Neuauflage der Zweijahresbroschüre «Privatschulen der Schweiz» erschienen. Das schulische Angebot von rund 250 Instituten aller Landesteile fand in der durch Beiträge der Schulen finanzierten Broschüre Aufnahme.

*Kultur:* Die SVZ unterstützte die Jurymitglieder, welche die fünf Schweizer Kandidaten für den Europa-Preis des Museums des Jahres nach ganz bestimmten Auswahlkriterien besichtigten und überprüften, finanziell und logistisch. Insgesamt kandidierten über 50 Museen aus allen westeuropäischen Ländern für diesen Preis.

*Gesundheit:* In engerer Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Badekurorte wurde das Werbekonzept für 1988 erarbeitet. Die Gesundheit soll in den Aktivitäten rund um das Thema Bergsommer einen hohen Stellenwert erhalten.

*Sport:* Die SVZ arbeitete mit verschiedenen Sportverbänden zusammen, einerseits, um rechtzeitig zu den wichtigsten Veranstaltungsdaten zu kommen, andererseits, um die SVZ-Werbebotschaft in die Verbände hineinzutragen. In einer Werbekommission des Schweizer Skischulverbandes helfen wir mit, ein neues Kommunikationskonzept für die Schweizer Skischulen zu erarbeiten.

#### *Elektronische Medien/Telekommunikation*

Die deutsche Zeitschrift «Bildschirmtext aktuell» untersuchte den Videotex-Stand in Europa. Legt man die Zahl der Einwohner auf die Zahl der Anschlüsse um, verfügt jeder achtzehnte Franzose über Videotex. Gute Werte erreichten auch Grossbritannien und die Niederlande, wo die SVZ seit einigen Jahren Schweiz-Programme unterhält.

*Videotex (Schweiz):* Der bundesrätliche Beschluss, Videotex als öffentlichen Dienst definitiv einzuführen, gab der Entwicklung dieser Medien in der Schweiz frischen Schwung; die PTT wollen Videotex nun zügig ausbauen und erwarten bis zum Jahr 1990 zwischen 100000 und 200000 angeschlossene Benutzer. Das SVZ-Programm «Ferienland Schweiz» mit seinen wichtigsten Rubriken Veranstaltungen und Skipistenbericht erfreute sich wachsender Beliebtheit. Mit zahlreichen Beiträgen in Fachpublikationen und Referaten vor Partnerorganisationen wurde die Öffentlichkeitsarbeit über die elektronischen Medien verstärkt.

*Bildschirmtext (Bundesrepublik Deutschland):* Mit über 95000 Anschlüssen hat sich die Teilnehmerzahl gegenüber dem Vorjahr nahezu verdoppelt. Dieses erfreuliche Resultat spiegelt sich auch bei den Abrufstatistiken unseres Programms wieder: 5200 Prospektbestellungen wurden über Bildschirmtext abgewickelt.



*Begegnung mit dem Ferienland Schweiz auf elektronischem Weg: Das Programm der SVZ im deutschen «Bildschirmtext».*

*Minitel/Télétel (Frankreich):* Unser Minitel-Programm wurde auf Ende Jahr neu strukturiert: Alle touristischen Regionen werden jetzt mit ihren Pauschalangeboten auf jeweils drei Seiten vorgestellt. In Frankreich bestehen 3 Mio. Anschlüsse.

*Teletext (Schweiz):* Die Benutzer von rund 800000 Fernsehgeräten mit eingebauten Teletext-Decodern stellen ein beachtliches Potential von Inlandgästen dar. Zu den beliebtesten Informationen

zählte auch hier der Skipistenbericht der SVZ, der einzig im Teletext mit sämtlichen Stationen der ganzen Schweiz verbreitet wird. Als neue Dienstleistung wurde über die Weihnachts- und Neujahrsfesttage eine Übersicht der freien Unterkünfte vermittelt.

*Kommunikations-Modellgemeinden der Schweiz:* Auf Initiative der PTT-Betriebe sollen zusammen mit der Bevölkerung, der Industrie, Wirtschaft und Non-Profit-Organisationen in sechs oder mehr Gemeinden Kommunikationsbedürfnisse ermittelt und neue Telekommunikationsmittel konzentriert erprobt werden. In einem am 20. Oktober in Genf gegründeten Trägerschaftsverein, der die nötigen Rahmenbedingungen schaffen soll, vertritt die SVZ die Interessen des Schweizer Tourismus.

*Informationsdatenbank der SVZ:* Nach dem Vorliegen eines Detail-Anforderungsprofils wurde in Zusammenarbeit mit der Firma Computer AG ein Grobkonzept für verschiedene Datenbank-Anwendungsbereiche entwickelt. In einem nächsten Schritt wird unter wissenschaftlicher Mithilfe seitens der Universität Zürich ein logisches Datenmodell entworfen. Die Anwendungsbereiche Veranstaltungskalender und Skipistenbericht werden am Hauptsitz vorerst mit der Datenbank-Software «Request» weitergeführt.

*Externe Datenbank für Weltausstellung Brisbane 1988:* Im Rahmen des Ausstellungsthemas «Freizeit im Technologie-Zeitalter» wird im Schweizer Pavillon die Möglichkeit geboten, on-line weltweit auf Datenbanken zu greifen. Als touristischer Beitrag hat die SVZ innerhalb der Dienstleistungsdatenbank «Data-Star» einen elektronischen Veranstaltungskalender lanciert.

### *Dokumentation*

Im Hinblick auf eine bessere und intensivere Nutzung sämtlicher bestehenden Dokumentationsquellen für Informationszwecke wurde die Dokumentation per 1. Januar in die Informationsabteilung integriert. Bereits wurden erste Reorganisationsarbeiten vorgenommen. Unsere spezialisierte Hausbibliothek, die im Berichtsjahr um 50 Fachbücher reicher wurde, und die Artikeldokumentation, die aus rund 500 Themen besteht, wurden für zahlreiche interne und externe Anfragen genutzt. Die häufigsten Fragesteller waren Studenten, Lehrer, Journalisten und Touristiker.

*Seite 25*

*Aus unserer Photothek: Begegnungen auf einem der 50000 km Wanderwege durch das Ferienland Schweiz.*

