

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 48 (1988)

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: 06.01.2026

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

Marktforschung

Anfangs Jahr ist wiederum der «Touristische Lagebericht der SVZ», bestehend aus 22 Länderberichten, in Deutsch und Französisch erschienen. Dieser Bericht, der zahlreiche Daten und Informationen über unsere wichtigsten touristischen Märkte enthält, wurde von den Schweizer Anbietern oft bestellt. Weiter wurden Berichte erstellt über die Ergebnisse von Umfragen, die die SVZ-Vertretungen in der Bundesrepublik Deutschland, in den Niederlanden, in Belgien und Luxemburg 1987 durchgeführt hatten.

Im Rahmen der Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Marktforschung zwischen der SVZ, der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (OeFVW) wurde ein Bericht über London als Drehscheibe für den Überseetourismus verfasst. Zusammen mit acht anderen Ländern der European Travel Commission (ETC) war die SVZ Auftraggeberin einer Befragung über die Auslandsreisen der Franzosen.

Im Laufe des Jahres erarbeiteten wir wiederum eine Reihe von Analysen, die als Grundlage für die

Werbe- und Informationstätigkeit genutzt werden; wir verfassten verschiedene Artikel über die durchgeführten Untersuchungen für die Fach- und Publikumspresse.

Die SVZ hat zudem die bis anhin wohl grösste Untersuchung über das Image der Schweiz in der Bundesrepublik Deutschland beim Institut für Demoskopie Allensbach in Auftrag gegeben. Für diese Repräsentativ-Erhebung wurden im Sommer in der Bundesrepublik 2000 ausführliche Interviews durchgeführt; für den Wirtschaftsteil befragte das Institut ausserdem 105 Geschäftspartner der Schweiz. Die Ergebnisse dieser umfassenden Untersuchung, die von verschiedenen Schweizer Institutionen und Unternehmungen von Anbeginn finanziell unterstützt wurde, werden 1989 den Interessenten zum Kauf angeboten.

Die SVZ hat auch TOMAS II finanziell wesentlich unterstützt. Mittels dieser Erhebung wurden im Sommer und im Winter 1988/89 in rund 120 Ferienorten und Städten der Schweiz Gäste aus dem In- und Ausland befragt.

Öffentlichkeitsarbeit

Medien Schweiz

Presse

Unsere zweite Jahrespressekonferenz vom 12. Januar in Bern wurde von rund 60 Medienvertretern besucht und löste ein starkes Echo aus. Lage und Perspektiven unseres Fremdenverkehrs sowie eigene Anliegen der SVZ, darunter das Jahresthema «Sommerferien in den Schweizer Bergen» und der neue Logo, bildeten die Schwerpunkte des Anlasses. Regionale Presstreffen fanden Ende April in Schwarzenburg in Zusammenhang mit dem Erscheinen eines Heftes der Revue «Schweiz» über diese Region und Mitte Oktober in Delémont im Vorfeld der Vorstandssitzung statt. Der enge Kontakt mit der Presse wurde ebenfalls an der Mitgliederversammlung und an zwei Pressekonferenzen anlässlich der Eröffnung des Grossen Walsertages gepflegt.

Beim monatlichen Pressebulletin in Deutsch und Französisch mit einer Gesamtauflage von rund 1400 Exemplaren wurde der Akzent auf das Jahresthema und auf die Walsertage gelegt. Die Aktualität kam dabei nicht zu kurz: Neuerungen der Sommer- und der Wintersaison, u.a. in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Landesverband für Sport (SLS) über naturverbundenes Varianten-Skifahren, Info-Blätter und weitere Impriate der SVZ, Ergebnisse der eigenen Marktforschung und vieles mehr wurden vorgestellt. Alles in allem fand unser vermehrtes Seitenangebot in Zeitschriften und Zeitungen einen erfreulichen Widerhall.

Unter Mitwirkung der SVZ publizierte «Swiss Scene», ein Magazin für Englischsprachige in der Schweiz, sodann im Dezember ein allgemeines Panorama des Winterangebots unserer Kurorte.

Radio

Deutsche Schweiz: Für die wöchentliche Sendung «Touristorama» von Radio DRS konnten wir die Zusammenarbeit vertiefen und im vierten Quartal auch einen kleinen touristischen Wettbewerb unterstützen, der 1989 weitergeführt wird. Im Juli/August wurden viele Ferien- und Ausflugstips über die täglichen Sendungen «Touristorama Spezial» von DRS 1 und «Hot Dog» von DRS 3 ausgestrahlt. Jede Woche wurden touristische Informationen an die DRS-Studios und an über zwanzig Lokalradiostationen gesandt. Wir gewährten zahlreiche Interviews, so zum Beispiel für die DRS-Sendung «Palette» und mehrere Lokalradios.

Welsche Schweiz: Für die Sendungen der Sommer- und der Wintersaison auf der Kette «La Première» von Radio Suisse romande wurden die regionalen und lokalen Verkehrsvereine aufgefordert, ihre Informationen aller Art regelmässig den «Emissions touristiques» zukommen zu lassen. Die täglichen Sendungen «Spécial-Vacances» im Sommer waren mit einem Wettbewerb kombiniert.

Italienische Schweiz: Für aktuelle Themen wurde der Kontakt mit Radiomitarbeitern weiterhin gepflegt.

Radio Schweiz International: Mitarbeit an der Sendung «A votre service» in Form von regelmässiger Informationslieferung sowie Vermittlung von Interviews über Kurorte (zum Teil mit Wettbewerb), Museen, Gastronomie.

Fernsehen

Deutsche Schweiz: Mit dem Programmdirektor von Fernsehen DRS, Peter Schellenberg, und seinen engsten Mitarbeitern konnte die SVZ-Direktion im Juni ein vertieftes Gespräch über beidseitige Anliegen und die künftige Zusammenarbeit in einer rasch wechselnden Medienlandschaft führen.

Medien Ausland

Die Betreuung der Medien aus dem Ausland war weitgehend durch das Jahresthema gekennzeichnet. Um diesen Werbegedanken schmackhaft zu machen, hat die SVZ 400 ausländischen Medienvertretern Raichle-Cross-Wanderschuhe und einen eigens dafür geschaffenen SVZ-Sportsack geschenkt. Bedingung: eine mindestens vierstündige Wanderung! Die Journalisten zeigten Interesse und Enthusiasmus bei der Entdeckung von Natur und Bergwelt, was in vielen Presseechos durchaus positiv zum Ausdruck kam.



Der Höhepunkt zum Thema «Bergsommer» war die Schaffung des Grossen Walsertages durch die SVZ zusammen mit der internationalen Vereinigung für Walsertum. Entlang den Stätten der Walsertage führt der Weg auf 50 Etappen über 850 km von Zermatt über Aostatal – Piemont – Wallis (Urheimat Goms) – Tessin – Graubünden – Liechtenstein – Tirol nach Vorarlberg (Klein Walsertal). Weg und SVZ-Publikationen wurden an Pressekonferenzen in Macugnaga, Brig und Vals vorgestellt. Es sind 130 teils mehrseitige Artikel in einer Gesamtauflage von über sieben Millionen erschienen. Ein von der SVZ und der RTSI gedrehter, einstündiger Kulturfilm wurde in den Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch in der Schweiz und über 3Sat ausgestrahlt. Der Grosse Walsertage ist durch den Europarat als europäischer Kulturweg angenommen worden.

In Zusammenarbeit mit den Presseverantwortlichen auf den Vertretungen und den schweizerischen Verkehrsvereinen wurden in der Schweiz 911 Medienvertreter betreut, was bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 5,5 Tagen total 4994 Übernachtungen ergab.

Presse

Bemerkenswerte Reportagen entstanden über Davos, Andermatt, Zermatt, Bern und Zürich; damit sind nur einige von mehreren hundert Reportagen genannt.

Zahlreiche Journalistengruppen wurden zu verschiedenen Spezialthemen in die Schweiz eingeladen, u. a. zur Eröffnungsfahrt des Wilhelm-Tell-Express, zum 50jährigen Jubiläum der Erstbesteigung der Eigernordwand und zur Eröffnung der neuen Flugverbindung Hongkong-Frankfurt-Zürich.

Bergsommer-Ausrüstung für 400 ausländische Medienleute, die bereit waren, mindestens vier Stunden Wandererfahrung zu sammeln.

Radio

Von den zwölf Radioteams, die die Schweiz besuchten, seien speziell RTL Bruxelles, RTBF Liège und Namur, Süddeutscher Rundfunk, Radio France, WGST Radio Atlanta USA und Picadilly Radio Manchester erwähnt. Allein fünf Sendungen der BBC und LBC London haben 1,5 Millionen Zuhörer erreicht.

Fernsehen

Von den 20 Fernseh- und Filmteams, die mit Unterstützung der SVZ in die Schweiz kamen, stammten die meisten aus Übersee. Darunter aus den USA z. B. CBS Atlanta mit «Salute to Switzerland», einem Schweizer Film, der von der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland (Koko) zur weltweiten Verbreitung übernommen worden ist. Ebenso entstanden Produktionen von australischen, belgischen, britischen, japanischen, niederländischen und taiwanesischen TV-Anstalten, die auf grosses Echo stiessen.



Photo Gerber - L'Impartial

Das CBS-Team bei Dreharbeiten zur einstündigen TV-Reportage «Salute to Switzerland».

Sonderaufgaben

Sommerferien in den Schweizer Bergen

Im Rahmen des Jahresthemas «Sommerferien in den Schweizer Bergen» betonten wir die vielfältigen Sportmöglichkeiten. Unter der Mitwirkung vieler Verkehrsvereine und touristischer Organisationen konnte die Botschaft bei zahlreichen Anlässen an das Publikum gebracht werden.

Einige Erzeugnisse und Veranstaltungen zum Jahresthema: Viersprachige Broschüre «Sportferien à la carte» mit buchbaren Pauschalen; «Nebelspalter»-Sondernummer in englischer Sprache; Einladung von Ferienbotschaftern aus den USA, Australien und Holland; Sherlock-Holmes-Reise mit Begegnung auf der Gemmi; Wettbewerbe mit Gratisferien in Schweizer Privatschulen in den Berggebieten; Begegnungsreisen mit amerikanischen Fitness-Anbietern in die Badekurorte.

Publikumsausstellungen

Unsere Ausstellung «Schweizer Kunsthandwerk zwischen Gestern und Morgen» war weiterhin im Ausland auf Tournee: Düsseldorf, Stuttgart, München und Luxemburg waren die Stationen. Im Hinblick auf die Einsätze in Übersee (USA, Kanada, Japan und Australien) in den Jahren 1989–1991 wurde ein den Märkten angepasstes Grundkonzept ausgearbeitet.

Teils in eigener Regie, teils in Zusammenarbeit mit der Koko wurden Schweizer Wochen in Lissabon, Djeddah, Eupen (Belgien), Madrid und Luxemburg organisiert. Die Jollyball-Machine wurde mit grossem Erfolg in Paris, Marseille, Madrid und im Jelmoli Zürich gezeigt. Auch die Ski-, Reisegepäck- und Spazierstockausstellungen fanden an vier verschiedenen Orten im Ausland grosse Beachtung.

Schaufenster und Dekorationen

Die Schaufenster der Vertretungen Brüssel, Mailand, Rom und Wien wurden im Einklang mit dem Jahresthema neu dekoriert. Besonders erwähnt sei unsere Dekorationsarbeit im Zusammenhang mit dem Symphonie-Ball in der National Station in Washington D.C. Unter dem Patronat des Botschafters Klaus Jakobi stand der Benefiz-Ball ganz im Zeichen der Schweiz.

Diverses

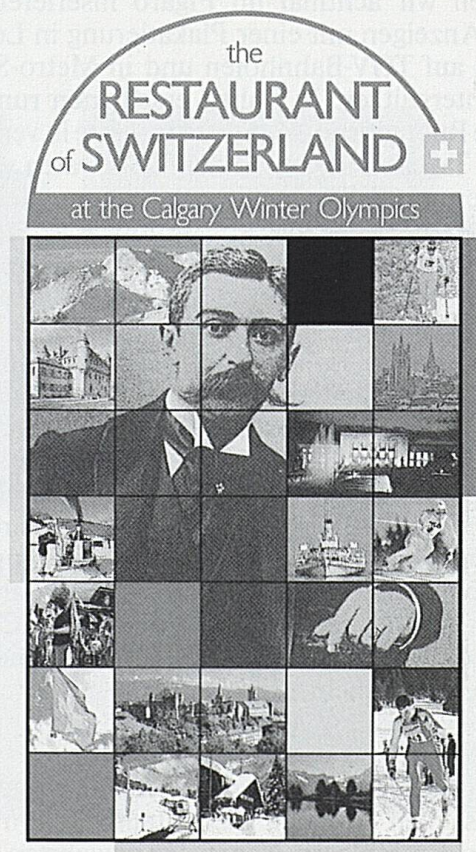
Besuchstage bei der SVZ: Gegen 240 Besucher von Verkehrsvereinen, Tourismusschulen, Swissair und EDA konnten am Hauptsitz empfangen und in eintägigen Seminarien in die Aufgaben der SVZ eingeführt werden.

Gesundheitstourismus: Die SVZ organisierte und betreute die sogenannten Familiarisations-Trips zahlreicher amerikanischer Touroperators und Journalisten zu verschiedenen Schweizer Badekurorten. Parallel dazu kamen in den Vertretungsländern dreidimensionale Schaufensterdekorationen zum Einsatz.

Winterolympiade in Calgary: Vom 6.12.1987 bis 13.3.1988 erfreute sich das von der SVZ eingerichtete «Restaurant of Switzerland» in der Olympiastadt Calgary eines grossen Publikumsandranges. Ausschlaggebend für den relativ grosszügigen Schweiz-Auftritt war die damals noch bestehende Kandidatur von Lausanne für 1996. Die grossen Erfolge der Schweizer Skiathleten konnten jedoch zuwenig für die touristische Landeswerbung ausgenützt werden, weil sich das Sportgeschehen weitab von der Stadt und unserem Standort abspielte.

Präsenz der Schweiz anlässlich der olympischen Winterspiele in Calgary, Kanada.

Schweizer Wochen in Atlanta: Ein Jahr nach Eröffnung der Swissair-Linie Zürich-Atlanta präsentierte sich die Schweiz unter dem Titel «Showcase Switzerland» vom 11.3.-20.3. im Lenox Shopping Center. In der sehr gut frequentierten Shopping Mall begeisterte die Jollyball-Machine die Besucher ebenso wie das «tasting» von Schweizer Käse und Schokolade oder die Klänge der Schweizer Folklore. Nebst verschiedenen Vorträgen an den Universitäten, einem Swiss Food Festival sowie einem internationalen Benefiz-Ball im Westin Peachtree Plaza Hotel bildete die Kunstaussstellung «200 Years of Swiss Painting» im Museum of Art den Hauptakzent der Schweiz-Präsentation.



Produktion Werbung, PR- und Informationsmittel

Werbung und Werbemittel

Werbung

In vier unserer wichtigsten Märkte führten wir multimediale Imagekampagnen zum Thema «Bergsommer» durch. In der Bundesrepublik Deutschland plazierten wir neben 75 zweifarbigen Inseraten in 15 überregionalen und regionalen Tageszeitungen auch Radiospots zum Thema «Schweizer Ferien stimmen heiter». In Frankreich konnten wir achtmal im Figaro inserieren und diese Anzeigen mit einer Plakatierung in Leuchtkästen auf TGV-Bahnhöfen und in Metro-Stationen unterstützen. In Italien erschienen rund um unsere Buongiorno-Aktion 24 Inserate in verschiedenen Tageszeitungen. In den USA traten wir zusammen mit Swissair mit ganzseitigen, vierfarbigen Anzeigen auf, die von Radiospots begleitet und durch 2000 an die Reisebranche verteilte Videokassetten «Switzerland. Lakes and Alps» unterstützt wurden.

In den eigenen Imprimaten rückten wir Inserate der SBB, Swissair und Zürich-Versicherungen ein. Im Berichtsjahr durfte die SVZ zwei Auszeichnungen entgegennehmen: Mit unseren Regionen-Plakaten erreichten wir anlässlich der Publikums-Ferienmesse «TOURF 88» in Salzburg beim Plakatwettbewerb einen 3. Rang. Das neue Fotoplakat «Wolkendrachen» ist von der Jury des 3. Salon international de l'affiche touristique von Cholet, Frankreich, mit dem ersten Preis für ausländische Plakate ausgezeichnet worden.

Drucksachen

Wir produzierten 120 verschiedene Versionen von Drucksachen in einer Gesamtauflage von rund 3,5 Mio. Exemplaren. Neben den bewährten Basis-

Imprimaten erschienen neue Titel wie die Broschüren über Berggasthöfe, Veloferien und das Schweiz-Wandern.

Vom Leitmotiv unserer Fünfjahreswerbung, einem Schönwetterwölkchen über dem Alpenpanorama, haben wir verschiedene Varianten kreiert, die für die Werbejahre 1989–1991 zum Städte-, Gewässer- und Kulturthema eingesetzt werden. Mit der imposanten Auflage von 1,5 Mio. Exemplaren gehört der vierfarbige A4-Prospekt «Schweizwärts – Stadtwärts» zu den wichtigsten Werbemitteln, mit denen wir 1989 unsere Werbung für die Schweizer Stadt lancieren.

Foto

Produktion und Archiv: Die Produktion mit 30 000 Schwarzweissvergrößerungen (18×24 cm) war grösstenteils auf das Jahresthema ausgerichtet. Neu im Archiv sind 600 Schwarzweissnegative und rund 650 Farbdias. Von über 300 Originaldias wurden 10 000 Duplikate hergestellt.

Ausleih: Rund 1000 Anfragen wurden mit über 14 000 Fotos und 8000 Farbdias beantwortet. Auch wenn der Anteil der ausgeliehenen Schwarzweissfotos immer noch überwiegt, zeigt sich die Tendenz, dass vermehrt Farbmateriale abgedruckt wird.

Für die Telefonbücher sowie für regionale und gesamtschweizerische Wanderbücher stellten wir den PTT Farbdias zur Verfügung.

Audiovision

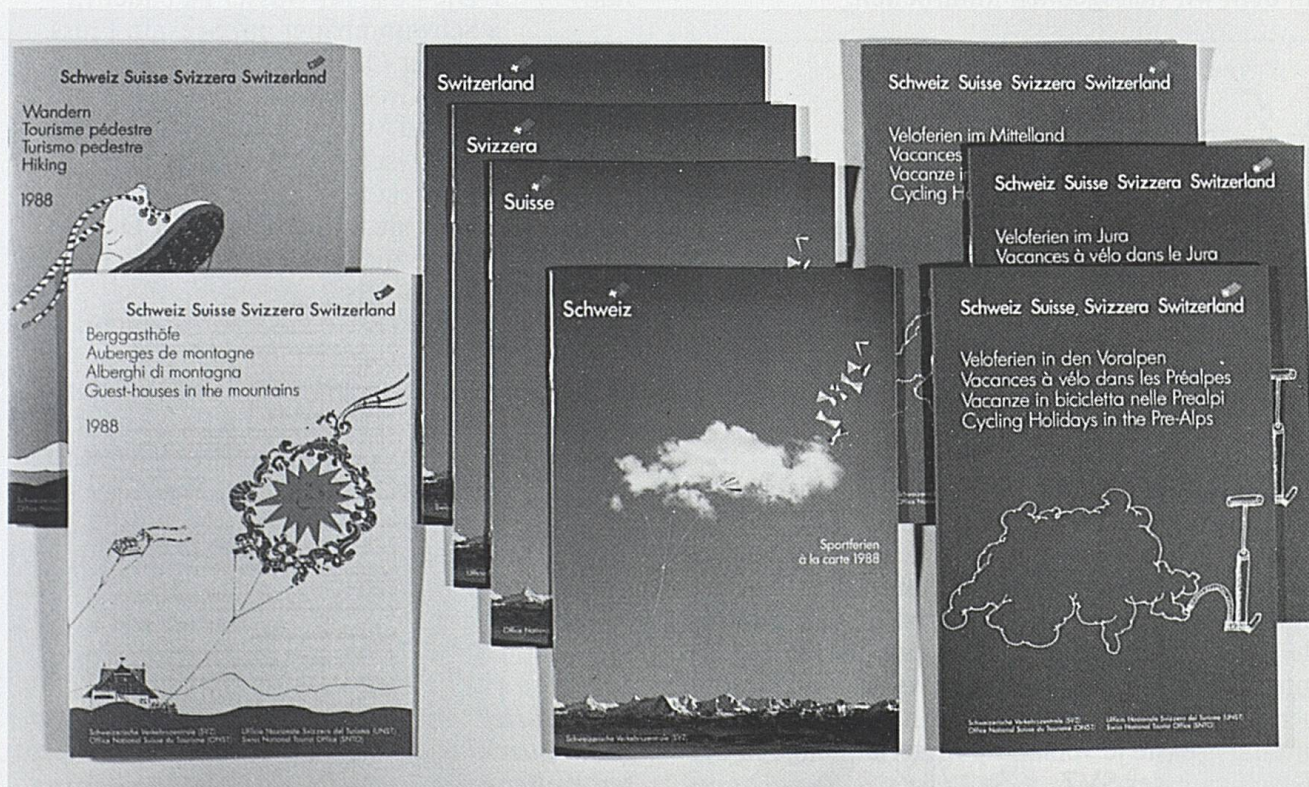
Produktion: Der SAC-Film «1811–1988: Alpinismus in der Schweiz» von Viktor Wyss, Sargans, ist für eine 30minütige Video-Kurzversion bearbeitet worden. Der Videofilm erscheint voraussichtlich

Seite 15

Anregungen und Angebote zu Sommerferien in den Schweizer Bergen, hunderttausendfach verbreitet in SVZ-Informations- und Werbebroschüren.

in den Sprachversionen Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch. Bergsteiger-Themen gehören zu unseren erfolgreichsten AV-Mitteln. Die 14minütige Tonbildschau «Switzerland – for the time of your life» (Christen + Binkert, Bern) wurde ausschliesslich für den Überseemarkt produziert. *Kopien:* Neben 27 Filmkopien und 421 Videokassetten eigener Produktionen, die wir unseren Vertretungen zur Verfügung stellten, erzielte neu der Verkauf von Videokassetten von SVZ-Produktionen gute Resultate. Im Berichtsjahr wurden – ohne Werbung – 75 Videokopien unserer neusten AV-Mittel direkt ans Publikum verkauft.

Auswertung: Gesamthaft erreichte der AV-Verleih am Hauptsitz und in den Vertretungen ca. 2,7 Mio. Zuschauer. Diese Zahl schliesst rund 10 000 Zuschauer durch eigene Vorführungen sowie die Einsätze im Fernsehen ein, die durch Vermittlung unserer Vertretungen ermöglicht wurden. Die Videokassette scheint sich als Träger audiovisueller Tourismus-Werbung endgültig etabliert zu haben. «Spirit of Switzerland» (Condor, 1986) und «Pastoral Switzerland» (Condor, 1976) gehören weiterhin zu unseren Spitzenreitern. Sie wurden im Berichtsjahr u. a. von Cathay Pacific Airlines ins Bordprogramm aufgenommen.



Verschiedenes

Der Videofilm «Spirit of Switzerland» ist am Internationalen Festival für touristische Werbung in Wuxi, Volksrepublik China, mit einem Preis ausgezeichnet worden.

Als wichtigster Verleiher von AV-Mitteln der Verkehrsvereine hat die SVZ 278 Kopien von 15 neuen Titeln – vorwiegend Videos – in die Verleihkanäle ihrer Vertretungen verteilen können. Für die Koko betreuten wir den Einkauf von 44 Film- und 248 Videokopien.

In Vorbereitung befinden sich zwei wichtige Projekte: eine Videoimage-Bank, aus der wir, analog zur Fotothek, ab 1991 auch bewegte Bilder an ausländische Medien und Produzenten verleihen wollen. Dazu kommt «Mediarama CH», das Projekt einer audiovisuellen elektronischen Enzyklopädie, an dem wir massgeblich mitarbeiten.



Spedition Werbemittel

An die Vertretungen sowie die Schweizer Botschaften und Konsulate in der ganzen Welt wurden 3103 Frachtkolli (Vorjahr 2911), 3303 Postpakete (3284) und 61 579 Drucksachenpakete (54 319) mit touristischem Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und nationalen Verkehrsinteressenten im Totalgewicht von rund 687 Tonnen (607 Tonnen) versandt. Es handelt sich dabei um die grösste je versandte Materialmenge in der Geschichte der SVZ.

Revue Schweiz

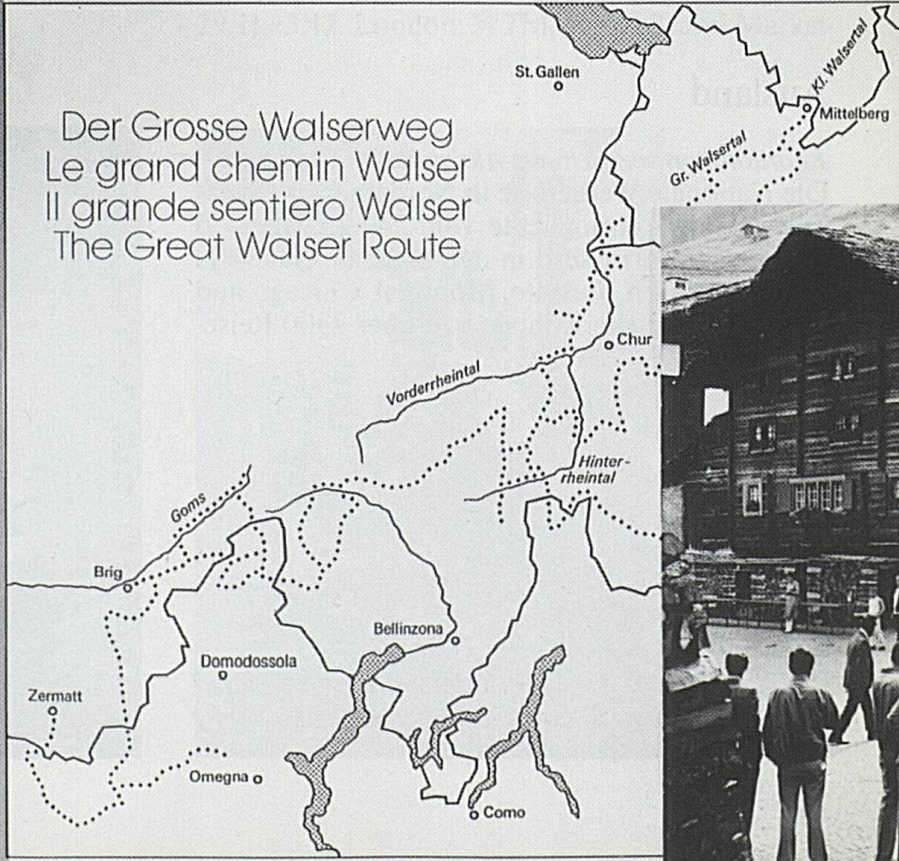
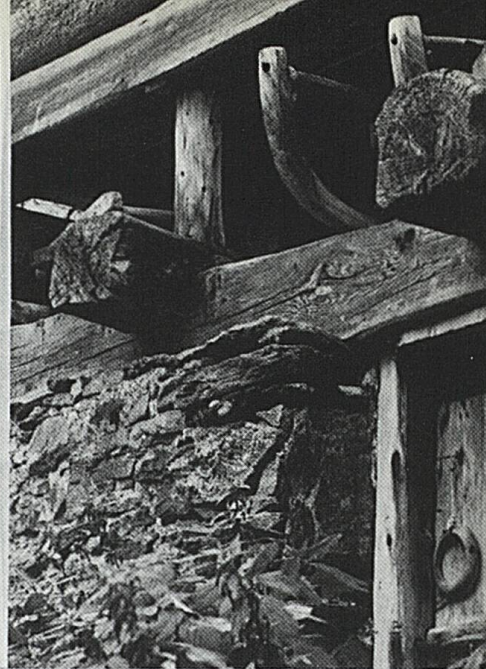
Vier Hefte der SVZ-Zeitschrift widmeten sich dem Jahresthema. Vier weitere regionale Sujets und vier touristisch-kulturelle Themen charakterisierten die Vielfalt im Reiseland Schweiz.

Themenübersicht:

Januar	Neuere Architektur in und um Basel
Februar	Schlitten – Nutz-, Sport- und Spielgerät
März	Walliser Haute Route
April	Reisen mit der Bahn
Mai	Schwarzwasser – Region um das Schwarzenburgerland
Juni	Die Lust, im Wasser zu baden... Schwimmbäder am See, am Fluss, an der Quelle
Juli	Der Grosse Walserweg
August	Pass d'Alvra/Albulapass – Inventar historischer Verkehrswege der Schweiz
September	Höchste Spitze – Von der Dufour- karte zur Landeskarte der Schweiz
Oktober	Berghotels
November	Süsse Droge aus den Alpen – Schweizer Schokolade
Dezember	Les trois Dranses – Col du Grand- Saint-Bernard, Val d'Entremont, Val Ferret, Val de Bagnes (Mauvoisin/ Verbier), Lac Champex

Seite 17

Das Juli-Heft unserer Revue «Schweiz» war einer der wichtigsten Aktionen des «Bergsommers», dem Grossen Walserweg, gewidmet.



Verkaufsförderung

Inland

Aktionen zugunsten ausländischer Nachfrager

Wir organisierten und koordinierten 55 Gruppenstudienreisen für 1037 Reisebüroagenten, Kongress- und Incentiveorganisatoren aus 22 Ländern. Die erstmals in Genf durchgeführte European Incentive & Business Travel & Meetings Exhibition (EIBTM) und der bereits zum dritten Mal erfolgreiche Swiss Convention and Incentive Mart (SCIM) in Interlaken gaben Gelegenheit, zusammen mit der Arbeitsgemeinschaft Schweizerischer Kongressorte (Swiss Congress) die Präsenz des Kongresslandes Schweiz auf dem internationalen Parkett zu festigen.

Ausland

Koordination von Schweiz-Aktivitäten

Die Nationale Werbereise in Nordamerika (Swiss Travel Show) ermöglichte vom 14.-26. März 50 Schweizer Touristikern in den Swissair Gateways Atlanta, Boston, Toronto, Montreal, Chicago und New York gezielte Kontakte zu über 2300 Reise-

bürofachleuten. Mit «Buongiorno Italia» wurden Angebote und Produkte touristischer Leistungsträger noch direkter an den italienischen Kunden gebracht. Über 7500 ausgewählte Gäste folgten vom 30. 5.-3. 6. den Einladungen der SVZ und 130 Vertretern regionaler und lokaler Verkehrsvereine, Hotelgruppen und Transportunternehmungen in den Städten Turin, Mailand, Genua und Bologna. Die vom 26. 9.-11. 10. ausgeschriebene PR- und verkaufsorientierte Nationale Werbereise führte unter Leitung der SVZ und Swissair 37 spezialisierte Schweizer Anbieter in die Wachstumsmärkte Japan, Hongkong, Taiwan und Singapur. Zusätzlich zu diesen in eigener Regie organisierten Werbeauftritten koordinierten wir 21 Präsentationen regionaler und lokaler Verkehrsvereine in Europa und den USA.

Seiten 18 und 19

Mehr als 7500 Gäste erwiderten unseren Gruss «Buongiorno Italia» auf der Werbereise in die Städte Turin, Mailand, Genua, Bologna.



Die SVZ-Verkaufshandbücher «Selling Switzerland» wurden für die Märkte USA, Kanada und Japan in einer Auflage von 35 000 Exemplaren kostendeckend produziert.

Nachstehend eine Auswahl von wichtigen Messen und Ausstellungen, die es der SVZ zusammen mit den teilnehmenden touristischen Partnern ermöglichen, eine einheitliche Präsenz der Schweiz zu gewährleisten und die touristischen Angebote gezielt zu präsentieren:

- 12.1.-5.3. Nordamerika: ETC Supermarts in 30 verschiedenen Städten
- 13.1.-17.1. Utrecht: Vakantie, Ferienmesse
- 23.1.-31.1. Stuttgart: CMT, Caravan Motor Tourismus
- 27.1.-31.1. Madrid: Fitur, Ferienmesse
- 18.2.-24.2. Paris: Salon mondial du tourisme
- 6.-14.2. München: C-B-R, Internationaler Reisemarkt

- 13.-21.2. Hamburg: Reisen 88, Ferienmesse
- 24.-28.2. Mailand: BIT, Borsa Internazionale del Turismo
- 5.-10.3. Berlin: ITB, Internationale Tourismusbörse
- 19.-27.3. Brüssel: Salon des vacances
- 24.-27.3. Göteborg: TUR, Ferienmesse
- 13.-17.4. Barcelona: Rodatour
- 18.4.-8.6. Nordamerika: Ski Group Meetings in 30 verschiedenen Städten
- 27.-29.9. Chicago: IT & ME, Incentive Travel & Meeting Executives Show
- 20.-25.10. Paris: MITCAR (Marché Int. du Tourisme en Autocar)/ MITING (Marché Incentive/ Groupes)
- 12.-20.11. London: International Daily Mail Ski Show
- 24.-26.11. Brüssel: BTF, Bruxelles Travel Fair
- 29.11.-3.12. London: WTM, World Travel Market



Information und Dokumentation

Allgemeine Auskünfte

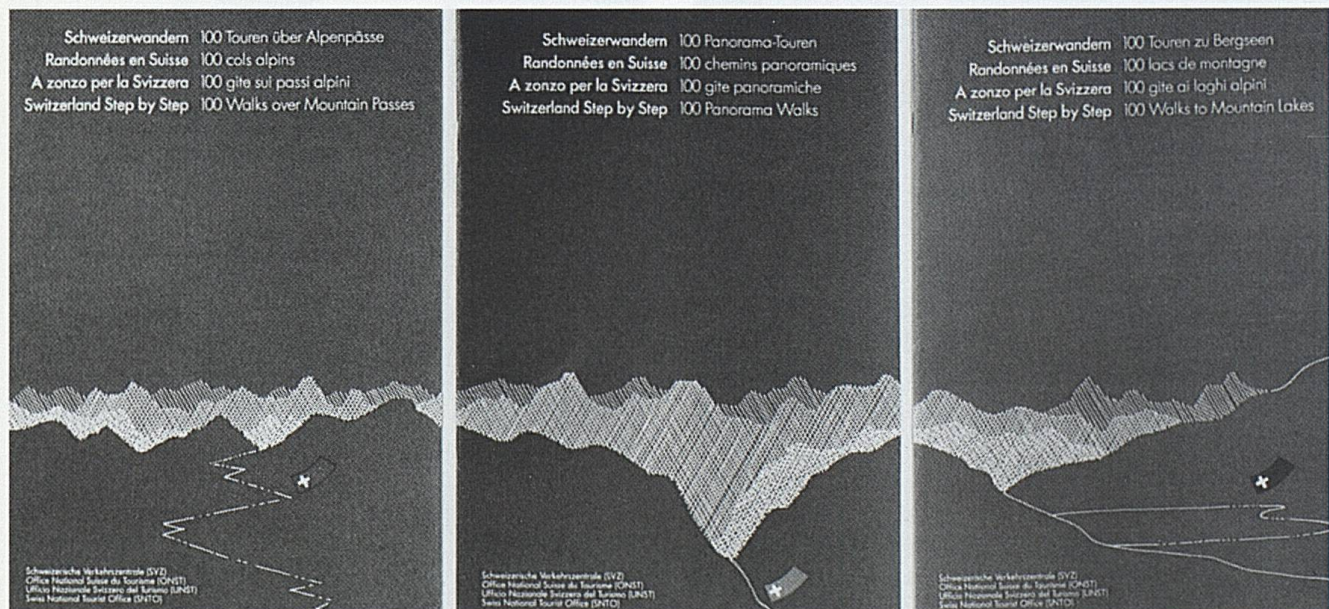
Weltweit wurden wieder über zwei Mio. mündliche und schriftliche Auskünfte erteilt; eine deutliche Zunahme verzeichnete unser Auskunftsdienst bei Schweizer Anfragern, die um Tips für Ferien und Ausflüge im eigenen Land nachsuchten. Die am häufigsten erteilten Auskünfte drehten sich um die Themen Wander- und Velotouren, Rundfahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Aktivferienangebote, Seminar- und Kongressmöglichkeiten, familienfreundliche Ferienorte und Ausflugsziele sowie Volksfeste und Veranstaltungen.

Informationsblätter: Die Serie der «i-Blätter» und «i-Broschüren» mit über 90 Titeln wurde überarbeitet und zum Thema «Bergsommer» mit Titeln

wie «Berggasthöfe», «Äplerchilbi», «Bergbahn-Sonderaktionen» und «Bergseewanderungen» erweitert.

Umfragen: In zwei saisonalen Grossumfragen haben wir mit Hilfe der regionalen Verkehrsvereine touristische Neuerungen, Aktivferienangebote, Veranstaltungen sowie die Infrastruktur von über 450 Ferienorten und 130 Städten erfragt. Die von den lokalen Verkehrsvereinen, Sportverbänden und anderen Organisationen gelieferten Informationen bildeten den Inhalt von rund 50 Imprimaten in verschiedenen Sprachen. Aktuelle Kurzumfragen wurden zu den Themen Saisonöffnungen und Saisonschluss, Buchungssituation über Feiertage sowie kulturelle und folkloristische Anlässe durchgeführt.

Telefon 120: Diese Dienstleistungstelefonnummer erfreut sich steigender Beliebtheit: Von April bis Ende November konnten über 650 Ausflugstips



sowie Veranstaltungshinweise und Informationen über Spezialaktionen von Bahn, Schiff und Postauto verbreitet werden; es wurden über 700 000 (+15%) Anrufe registriert.

SVZ-Wandertips: Von April bis September wurde den Vertretungen und den Schweizer Medien ein monatliches Bulletin mit aktuellen Informationen aus dem Bereich Wandern und Trekking zugestellt. Unsere Vorschläge fanden vor allem in den Schweizer Medien sehr gute Aufnahme.

Skipistenbericht: Zweimal wöchentlich wurden die aktuellen Informationen aus 170 Schweizer Skistationen über unsere EDV zu sieben verschiedenen nationalen und internationalen Bulletins verarbeitet. Diese wurden über die Vertretungen, das Swissair-PARS-System sowie verschiedene Bildschirmtextsysteme weltweit verbreitet. In der Schweiz konnte das Bulletin rund um die Uhr über Teletext, Videotex und Telefon 120 abgerufen und in über 200 Bahnhöfen, Reise- und Verkehrsbüros eingesehen werden. Zunehmenden Interesses bei Medien erfreute sich der wöchentliche Loipen- und Schlittelbericht mit Informationen aus über 150 Langlaufzentren und 40 Schlittelanlagen.

Seite 20

*Drei Broschüren aus der neuen Serie
«100mal Schweizerwandern».*

Spezielle Auskünfte

Ausbildung: In enger Zusammenarbeit mit Berufsverbänden und dem BIGA wurden verschiedene Kapitel unserer umfassenden Ausbildungsdokumentation vollständig überarbeitet.

Kultur: Die Jurymitglieder, welche die fünf Schweizer Kandidaten für den Europapreis des Museums des Jahres besichtigten und überprüften, wurden von der SVZ unterstützt. Über 60 Museen aus allen westeuropäischen Ländern kandidierten für diesen mit viel Publizität versehenen Preis.

Gesundheit: Im Rahmen des mit dem Verband Schweizer Badekurorte erarbeiteten neuen Werbekonzeptes wurden vermehrt Gesundheitspublizisten und Ärzte in die Schweiz eingeladen.

Sport: Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Sportverbänden wurde verstärkt, um frühzeitig zu den wichtigsten Veranstaltungsdaten zu kommen und die SVZ-Werbebotschaft in die Verbände einzutragen. An den Skischulleiterkurs in Saas Fee luden wir 20 Journalisten aus dem Ausland ein.

Elektronische Medien/Telekommunikation

Videotex (Schweiz): Mehr als 14 000 Abonnenten nutzen die Angebote von rund 300 Videotex-Programmen. Neu ist die Verbindung mit den Videotex-Diensten der BRD (Bildschirmtext) und Luxemburg zu normalen Verbindungsgebühren. Zusätzliche Impulse vermittelt der bundesrätliche Entscheid, wonach ab 1.1.89 die Abonnementgebühren wegfallen. Das SVZ-Programm wird laufend angepasst.

Bildschirmtext (Btx, Bundesrepublik Deutschland): Grosser Nachfrage erfreute sich das SVZ-Rahmenprogramm «Schweiz-Information» im Btx. Die Teilnehmer (gegen Jahresende rund 146 000 private und gewerbliche Anschlüsse) machten besonders regen Gebrauch von den Prospektbestell- und

Dialogmöglichkeiten: Der elektronische Briefkasten in Frankfurt wurde insgesamt 6867mal benutzt, was einem Zuwachs gegenüber dem Vorjahr um 32% entspricht.

Minitel/Téléétel (Frankreich): In der «Voyage»-Beliebtheitskala der nationalen Tourismus-Programme rangiert das Schweiz-Angebot mit monatlich rund 500 Abrufen an fünfter Stelle.

Videotel (Italien): Die SVZ plant eine Teilnahme im aufstrebenden italienischen «Videotel». Damit wächst die Zahl der von der SVZ genutzten nationalen Videotex-Systeme auf sechs: Videotex (CH), Prestel (GB), Btx (BRD), Téléétel (F), Viditel (NL), Videotel (I).

Teletext (Schweiz): Rund 1,1 Mio. Fernsehapparate bieten Zugang zu den SVZ-Wintersportberichten (Skipisten, Loipen, Schlitteln). Als einziges Medium verbreitet Teletext sämtliche Bulletins in voller Länge. Steigender Beliebtheit erfreuen sich auch die Veranstaltungs- und Ausflugshinweise im deutschen und französischen Sprachteil. Die SVZ-Seiten zählen zu den am meisten gefragten Teletext-Informationen.

Kommunikations-Modellgemeinden der Schweiz: Zu Beginn des Jahres wurden die 12 Gemeinden be-

stimmt, in denen bis 1991 moderne Kommunikationstechniken erprobt werden sollen. Die SVZ ist Mitglied der «Nationalen Arbeitsgruppe Tourismus». Dieses Gremium stellt sich zur Aufgabe, die touristischen KMG-Projekte mit modellhaftem Charakter beratend zu begleiten.

Informationsdatenbank: Am 13.12. hat der Ausschuss der SVZ dem Investitionsrahmen für den Ausbau der Büroautomation und der Errichtung einer Informationsdatenbank zugestimmt. Auf der Basis eines umfassenden Konzeptes und detaillierter Systemanforderungen konnten die Programmierarbeiten soweit vorangetrieben werden, dass ab Frühjahr 1989 erste Anwendungen praktisch erprobt werden können.

Dokumentation

Die Artikeldokumentation, die aus ca. 500 Themen besteht, wurde im Hinblick auf die Informationsdatenbank aktualisiert und qualitativ verbessert. Eine Basisdokumentation von Nachschlagewerken wurde aufgebaut und den Vertretungen zur Verfügung gestellt. Studenten, Lehrer, Journalisten sowie Touristiker aus dem In- und Ausland sind die häufigsten Benutzer unserer Dienste. Die meistgefragten Themen sind die Schweizer Kantone, Volksbräuche, Geschichte, Geographie und die Volkswirtschaft.

Seite 23

Sommerferien in den Schweizer Bergen: Gesundheit und Fitness im Leukerbad, einem der 22 Schweizer Heilbäder.

