

**Zeitschrift:** Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale

**Herausgeber:** Schweizerische Verkehrszentrale

**Band:** 52 (1992)

**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:** 31.12.2025

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

# Touristische Landeswerbung

## Marktforschung

Im Januar 1992 erschien wiederum der «Touristische Lagebericht der Schweizerischen Verkehrszentrale» mit 20 detaillierten Länderberichten in deutscher und französischer Version. Diese Entscheidungsgrundlagen für das touristische Marketing wurden während des ganzen Jahres oft bestellt.

Für eine Reihe von Aktionen wurden in den Vorbereitungsphasen die nötigen Marktdaten zusammengestellt, so z.B. für das Aktions- und Werbeprogramm 1993 der SVZ und für Werbereisen. Daneben wurden zahlreiche Fachfragen, von interner Seite und von Dritten gestellt, beantwortet.

Unter den Marktforschungsarbeiten ist besonders die US-Studie «Repositioning Switzerland» zu erwähnen, welche die SVZ zusammen mit der Swissair und den SBB bei der Plog Research Inc., Los Angeles, in Auftrag gegeben hat und die im November veröffentlicht wurde. Die Ergebnisse dieser Untersuchung bilden die Grundlage für einen wirkungsvollen Werbeauftritt der Schweizer Anbieter in den USA in den kommenden Jahren.

Seite 12  
Wege zur Schweiz: das römische Theater  
von Augst BL.

## Öffentlichkeitsarbeit

### Medien Schweiz

#### Presse

Über den Schweizer Tourismus und die SVZ orientierten wir die Medienleute in Bern am 14.1. (Jahrespressekonferenz mit den Themen Lagebericht, geplante Werbeaktionen und Finanzperspektiven; besonders grosses Echo), am 26.5. im Schloss Neu-Bechburg (Kultur: Schwerpunkte Schlösser und Herausgabe des Römerbuches sowie des römischen Reiseplaners) und am 15.9. in Zürich – zusammen mit dem Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich – mit der Präsentation des Berichtes über das Bild der Schweiz im Jubiläumsjahr 1991 in der internationalen Presse. Weitere Schwerpunkte in der Medienbetreuung setzten wir anlässlich der Mitgliederversammlung und im September bei der Einweihung der Stein-skulptur in Bern («Schweizer in aller Welt»).

Die 20 Ausgaben unseres Pressebulletins in Deutsch und Französisch waren wie üblich der touristischen Aktualität (Winter- und Sommersport, Hotellerie, Wandern, Veranstaltungen usw.) gewidmet, aber auch dem Jahresthema «Kultur im Schloss», den «Römerwegen» sowie wirtschaftlichen Aspekten (deutscher Markt, US-Markt, Kongresstourismus) und dem SVZ-Jubiläum.

In der täglichen Arbeit nahm die Betreuung der Journalisten einen grossen Platz ein, etwa für die Beantwortung von Fragen über die Finanzsituation der SVZ oder für die Zusammenstellung von Dokumentationen. Dabei hat auch die dritte Ausgabe unseres Leitfadens «Vademecum für Medienleute» gute Dienste geleistet.

## *Radio*

Alle SRG-Sender und Lokalradios erhielten regelmäßig unsere touristischen Informationen. Im Laufe des Jahres gaben die Mitglieder der Direktion und weitere SVZ-Sprecher zahlreiche Interviews, vor allem über unsere Werbeaktionen und die Finanzlage. Die Lokalradios waren eher an Neuheiten und Tips für das Publikum interessiert.

*Deutsche Schweiz:* Viele touristische Tips der SVZ wurden von DRS 3 speziell für Familien ausgestrahlt.

*Welsche Schweiz:* Traditionsgemäss haben wir Radio Suisse romande «La Première» bei der Vorbereitung der Sommer- und der Wintersendungen unterstützt; dank dieser guten Zusammenarbeit konnten die Hörer über nationale, aber auch über regionale und lokale Aktualitäten umfassend orientiert werden.

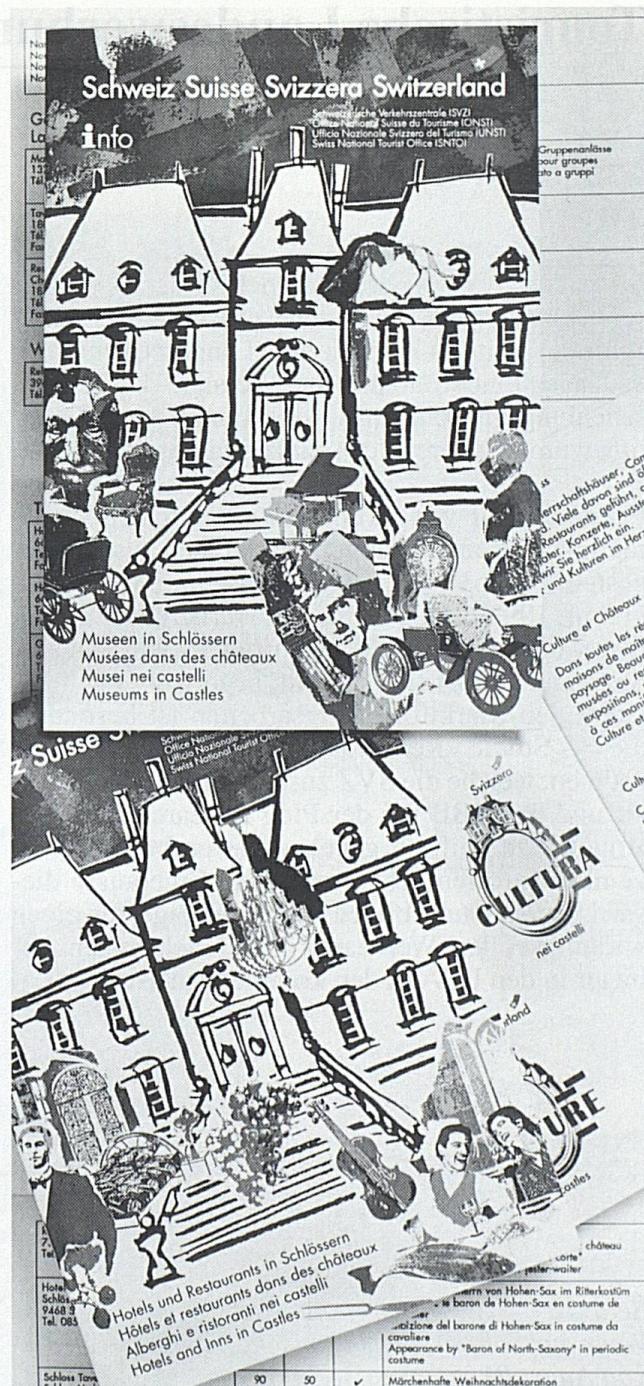
*Italienische Schweiz:* Für aktuelle Themen hielten wir mit den Radiomitarbeitern weiterhin Kontakt.

*Radio Schweiz International:* Auch hier pflegen wir gute Beziehungen zu den Mitarbeitern der verschiedenen Sprachprogramme.

## *Fernsehen*

Das Fernsehen in den drei Landessprachen hat verschiedentlich über unsere Aktionen und über aktuelle Probleme des Tourismus berichtet.

*Zwei der SVZ-Broschüren, mit Informationen zum Thema «Kultur im Schloss».*



## Medien Ausland

### Presse, Radio, Fernsehen

Gemeinsam mit den regionalen und lokalen Verkehrsvereinen und den SVZ-Vertretungen haben wir 818 Medienleute eingeladen und betreut, darunter 40 Radio- und 17 Fernseh-Teams. Der Aufenthalt von 609 Personen wurde über das SVZ-Budget abgewickelt, für 209 Medienvertreter kamen Dritte auf (unten in Klammern angegeben). Die interessierten Medienvertreter reisten aus folgenden Ländern an: Belgien 32 (1), Deutschland 134 (25), Frankreich 53 (35), Grossbritannien 32 (40), Italien 36 (13), Niederlande 67 (17), Österreich 38 (-), Skandinavien 7 (4), Spanien 12 (12), Israel 17 (-), Kanada 4 (15), USA 69 (33), Japan und Südostasien 46 (12). Aus Ländern ohne SVZ-Vertretungen recherchierten 62 (2) Journalisten in der Schweiz, was durch die Zusammenarbeit mit EDA, OSEC und Swissair möglich wurde. Die nationale Airline und das Swiss-Travel-System offerierten wie in anderen Jahren den Transport.

### Travel Writers Trip

In Zusammenarbeit mit Swissair haben wir Fachjournalisten aus 25 aussereuropäischen Ländern eingeladen. Die Reise (19. 9.–27. 9.) führte dieses Jahr in die Umgebung von Bern und Montreux.

### PR-Tätigkeiten

Bei den folgenden Anlässen haben wir die Organisation und Durchführung unterstützt und/oder Swiss-Pässe an die Beteiligten abgegeben: Eröffnungsflüge Air Engiadina München–Bern und Amsterdam–Zürich, Aufenthalt ungarischer Kinder im Rahmen der Cimbora-Einladung in Begleitung des ungarischen Fernsehens, Schweiz-Reise der Gewinner eines Zeitungswettbewerbes in Bangkok, Betreuung einer russischen Theatergruppe, Schweiz-Besuch einer Delegation aus Delaware/USA, Rahmenprogramm des Staatsempfangs für Präsident Soglo, Benin/Afrika.

### Artikeldienst

Wir haben den Artikeldienst mit einer Reihe von Texten über Kurorte und die «Römerstädte» Martigny und Avenches erweitert. Die Beiträge sind in deutscher, französischer und englischer Sprache auf Papier und Diskette erhältlich.

### Auswertung der Medienkampagne von 1991

Die SVZ organisierte anlässlich der 700-Jahr-Feier im Auftrag der Koko (Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland) eine weltweite Medienkampagne (siehe auch Jahresbericht 1991). Wie die 1992 durchgeführte inhaltsanalytische Untersuchung des Seminars für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich zeigt, war die Aktion von einem beachtlichen Erfolg gekrönt. Die Analyse stützte sich auf 4649 einschlägige Artikel aus fünf Kontinenten ab.

Obwohl die Schweiz mehrheitlich als ein kulturell vielfältiges Land mit imposanter Natur dargestellt wird, hat sich die internationale Presse doch motivieren lassen, verschiedenste Aspekte unseres Landes zu thematisieren. Unter dem Stichwort Tourismus fällt dessen grosser internationaler Bekanntheitsgrad auf. Im Bereich der Wirtschaft wird die hohe Qualität und Effizienz hervorgehoben sowie die professionelle Öffentlichkeitsarbeit. Dieses helvetische Medienstereotyp wird durch die soziale Charakterisierung der Schweizerinnen und Schweizer abgerundet, in welcher die Vorzüge die Schwächen überwiegen. Der Tenor der internationalen Presse lässt sich in folgender Schlagzeile zusammenfassen: «Die schweizerische Wirtschaft im Licht, die eidgenössische Politik im Zwielicht». Der Studie zufolge hat die Schweiz zwar ein gutes Image in der Weltpresse, doch ist zu bedenken, dass dieses nicht auf Dauer gesichert ist. Im Informationszeitalter spielen in diesem Zusammenhang die Public Relations, insbesondere die sorgfältig geplante und kontinuierlich überprüfte Image-Pflege, eine ausschlaggebende Rolle.

# Sonderaufgaben

## *Jahresthema «Kultur im Schloss»*

Der SVZ-Beitrag zum allgemeinen Kulturthema lautete «Kultur im Schloss». Den Vertretungen wurden entsprechende Dekorationselemente, Presseerhstoff, Fotos sowie eine Zusammenstellung von Incentive-Angeboten in Schlössern zur Verfügung gestellt. Die Fotoausstellung zum Thema konnte in den Schlössern Neu-Bechburg, Waldegg, Schadau, Castelgrande (Bellinzona), Lenzburg, Neuchâtel, Burgdorf, Arenenberg, Morges, Chillon und im Ortsmuseum Spreitenbach gezeigt werden. Einen weiteren Höhepunkt boten Neuenburger Schlösser mit einer Reihe von Schlosskonzerten an.

## *Publikumsausstellungen*

Der Tourismus-Flipper «Jollyball» faszinierte als Publikumsmagnet wiederum eine grosse Schar von Besuchern, so in New York, Holland (Flevohof), Madrid, Düsseldorf und zwei Mal in Köln. An der SIME in Paris beschickten wir im Januar gemeinsam mit dem Museumsverband eine Ausstellung mit Infoschalter. In Flevohof (Holland) kam in den Sommermonaten die Mathemagier-Ausstellung zum Einsatz (250 000 Besucher). Für die IGA '93 in Stuttgart leiteten wir im Namen der Koko die Vorbereitungen für die Beteiligung der Schweiz mit dem Gärtnermeister-Verband ein. In Zusammenarbeit mit der Koko und deren Partnern haben wir ein Konzept ausgearbeitet für den weltweiten Einsatz von Dekorationselementen für Schaufenster, Schweizer Wochen u.a.m.

## *Spezial-Weltausstellung «Colombo '92» in Genua*

Sozusagen im Schatten der Weltausstellung in Sevilla wurde in Genua vom 15. 5. bis 15. 8. obige Spezial-Weltausstellung durchgeführt. Die Schweiz entschied sich für eine Teilnahme, und die

Koko beauftragte die SVZ mit der Federführung. In zwei Sälen mit einer Gesamtfläche von 600 m<sup>2</sup> präsentierte wir zum einen die zum vorgegebenen Ausstellungsthema «Christoph Kolumbus: Das Schiff und das Meer» passende Sammlung des Musée international d'Horlogerie in La Chaux-de-Fonds der für die Navigation auf hoher See wichtigen Schweizer Bord-Chronometer. Die ausgestellten Zeitmessgeräte zeigten die Entwicklung ab dem 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart auf. Die Pionierleistungen von Professor Auguste Piccard und dessen Sohn Jacques wurden in Wort und Bild dargestellt, wie auch die sportlichen Erfolge von Pierre Fehlmann und seiner Crew. Auf einer Grossleinwand wurden Analogien zwischen schweizerischen Landschaften und Meereslandschaften aufgedeckt.

Im zweiten Saal wurden die Besucher in spielerischer Art dem Lebenselement Wasser im allgemeinen zugeführt. Das eigens für diese Ausstellung kreierte «Aqua Puzzle» animierte jung und alt zu einem friedlichen Wettkampf, bei dem es darum ging, bei zahlreichen Situationen im täglichen Umgang mit dem nassen Element jeweils die richtige von zwei möglichen Lösungen zu finden. In diesem Saal waren auch eine Verkaufsstelle für Schweizer Produkte und ein Auskunftsstand untergebracht. Für Konzept und Gestaltung war das Atelier Tcherdyné in Penthaz (VD) verantwortlich, die Projektleitung wurde der Firma Schoch Marketing Communication, Zürich, übertragen, und als Pavillon-Chefin wirkte die Tessinerin Dr. Amedea De Angelis. Mit über 600 000 Besuchern nahm die Schweiz unter den ausländischen Pavillons eine Spitzenposition ein. Der Grund dafür dürfte vor allem der Tatsache zuzuschreiben sein, dass die Gäste aktiv und spielerisch ins Geschehen einbezogen wurden.

### *«Schweizen in aller Welt»*

In 44 «Schweizen» – Orten mit dem Namen Schweiz – auf allen fünf Kontinenten wurden zusammen mit Schweizer Botschaften und Generalkonsulaten, Swissair-Vertretern und den SVZ-Landesvertretern PR-Aktionen mit einer Steinübergabe organisiert. Das Presse-Echo war ausserordentlich erfreulich, wiesen doch die Medien in jedem Land auf die sympathische Aktion und die Schweiz hin. Wir konnten 187 Lokalitäten, Hügel, Täler und Berge auffinden, die den Namen «Schweiz» tragen. Wohl kaum ein Ländernname auf der Welt wird so oft in geographischen Bezeichnungen eingesetzt wie derjenige der Schweiz. Die Steine (bis zu zwei Tonnen Einzelgewicht) wurden anschliessend nach Bern verschickt. Hier, zwischen dem Bundeshaus West und dem Bernerhof, errichtete der Künstler George Steinmann auf einem 300 m<sup>2</sup> grossen, von der Stadt zur Verfügung gestellten Areal eine Steinskulptur: Fünf Steingruppen repräsentieren die fünf Kontinente und mit insgesamt 44 Einzelsteinen die «Schweizen aus aller Welt». 300 Gäste aus den «Schweizen» und der Schweiz nahmen am 22. September an der Enthüllung teil. Die ganze Aktion hat unserem Land viel dauerhaften Goodwill gebracht.

### *Diverses*

23 Gruppen mit insgesamt 519 Teilnehmern wurden über das Thema Tourismus informiert und über die Arbeit der SVZ ins Bild gesetzt: Mitarbeiter/-innen von Verkehrsvereinen, Zöllner, Tourismusschulen, Studenten aus anderen Ländern und Regierungsdelegationen aus dem Ausland. Daneben wurden zahlreiche Gruppen (Musiker, Kleinkünstler) für Präsentationen vermittelt, die von den SVZ-Vertretungen organisiert wurden.

### *Schaufenster und Dekorationen*

Die Schaufenstergestaltung in Amsterdam, Brüssel, Mailand und Wien war folgenden Themen gewidmet: «Kultur im Schloss» (Frühjahr bis Som-

mer), «Entdecke die Schweiz im Herbst» und «Schweiz – (w)international».

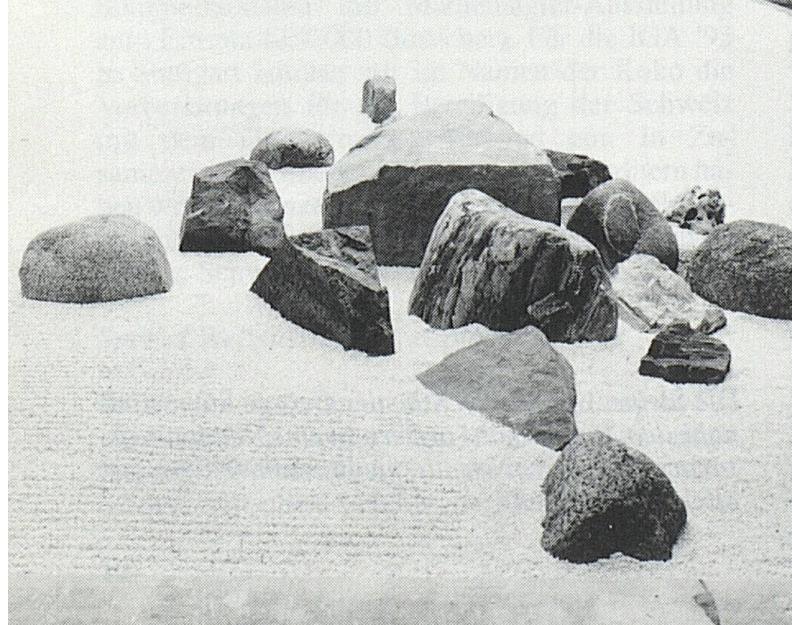
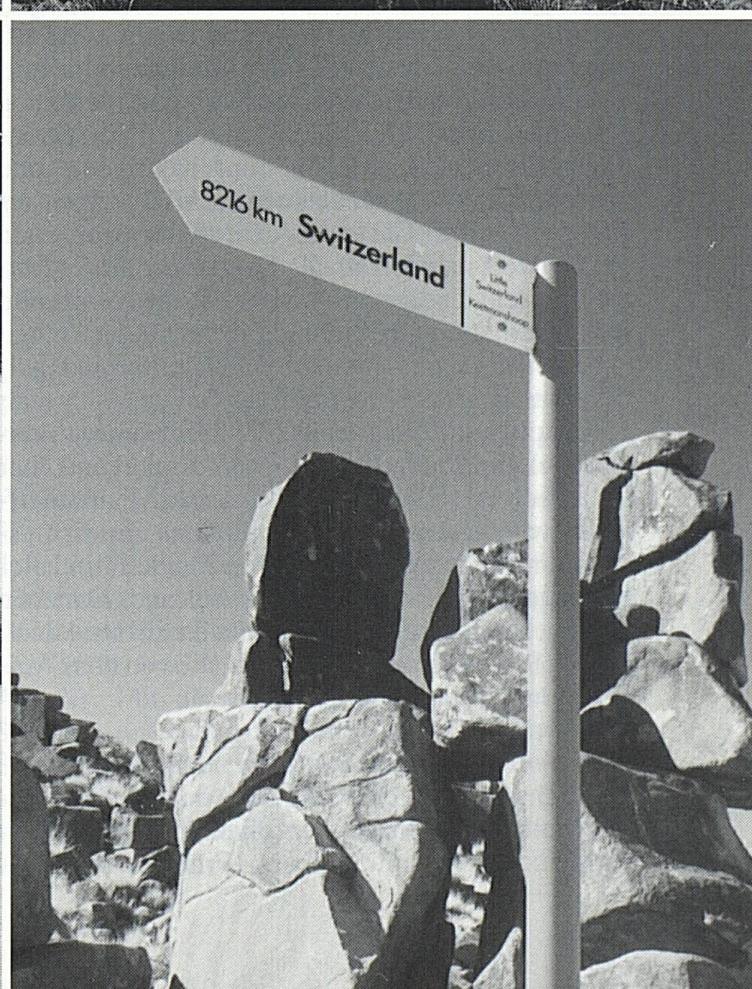
Dank der Leihgabe des Zürcher Museums Rietberg (alte Lötschentaler Masken) und mit den original «Roitschäggäten»-Figuren der Familie Rieder in Wiler, Lötschental, gelangte in den Fenstern der Vertretung Paris der besondere Fasnachtsbrauch im Lötschental auf eindrückliche Art zur Darstellung.

### *«Wege zur Schweiz»*

Mit der Unterstützung der Bundesfeierspende und von 385 Gemeinden konnte die Realisierung des mehrjährigen Projektes «Wege zur Schweiz» in Angriff genommen werden. Innerhalb von vier Jahren wird die SVZ zu vier europäischen Kulturstrecken, welche durch die Schweiz geführt haben, verschiedene Publikationen herausbringen. Dieses Jahr war den Römerwegen gewidmet. Es erschienen der «Römische Reiseplaner» als Reiseführer sowie der Bildband «Römerwege».

### *Seite 18*

*Die Steine, welche der Künstler George Steinmann nahe dem Bundeshaus in Bern zu einer Skulptur zusammenfügte, repräsentieren 44 «Schweizen» aus allen Kontinenten.*



# Produktion Werbung, PR- und Informationsmittel

## Werbung und Werbemittel

### *Werbung*

Zur Unterstützung des Werbethemas produzierten wir einen Faltprospekt «Wege zur Schweiz» in sieben Sprachen, der 1993 im Rahmen von Mailings und Messen in einer Gesamtauflage von rund 700 000 Exemplaren in unseren wichtigsten Märkten verteilt wird.

### *Drucksachen*

Rund 100 verschiedene Drucksachen erschienen in einer Gesamtauflage von ca. 2,5 Millionen. Die im letzten Jahr erneuerte Basisbroschüre «Schweiz» erschien in einer Gesamtauflage von 711 000 Exemplaren: in Europa in einer Winter- und einer Sommerausgabe, für die Überseemärkte in einer kombinierten amerikanischen Ausgabe, neu auch in Japanisch. Die Swissair übernahm eine zusätzliche Auflage von 65 000 Exemplaren unserer Europa-Sommerausgabe unter eigenem Titel. Ebenfalls im Fortdruck produzierten wir für Swissair Shellfolder und Plakate. Aus Anlass unseres 75-Jahr-Jubiläums entstand gemeinsam mit Kodak SA, Lausanne, eine aussergewöhnliche, zwölfteilige Plakatserie: fünf Fotografen erhielten «Carte blanche», um im Rahmen unseres kulturellen Werbeprogrammes in allen touristischen Regionen der Schweiz ein Sujet nach freier Wahl zu fotografieren. Im Auftrag der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland (Koko) stellten wir vom Schülerprospekt insgesamt 500 000 Vordrucke des neuen Poster-Sujets «Sion» und Neuauflagen in 9 verschiedenen Sprachen her.

### *Fotothek: Produktion und Archiv*

Im Bereich der Schwarzweiss-Vergrösserungen ist ein markanter Rückgang zu verzeichnen: die Produktion von 6000 Vergrösserungen (18 x 24 cm) war grösstenteils auf das Thema «Wege zur Schweiz» ausgerichtet. Neu im Archiv sind 600 Schwarzweiss-Motive und rund 2000 Farbdiapositive. Das «Top Shots»-Programm ist im Sommer angelaufen. Ziel ist die Erneuerung des farbigen Diamaterials der bei unseren Vertretungen meistverlangten touristischen Motive. Dieses Jahr waren dies rund 600 Sujets, von denen wir für unsere Vertretungen über 15 000 Diaduplikate (Format 6 x 6 cm) herstellten.

### *Ausleih*

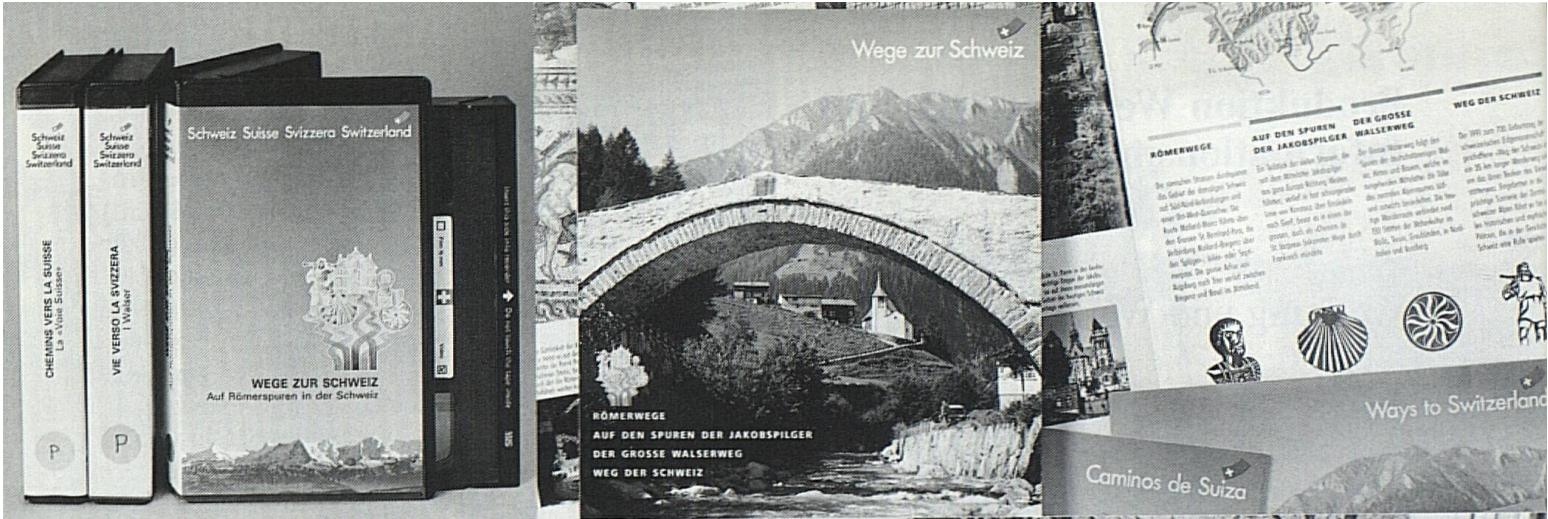
Über 600 Anfragen von Dritten wurden mit dem Versand von rund 3000 Fotos und 4000 Farbdias beantwortet.

### *Audiovision*

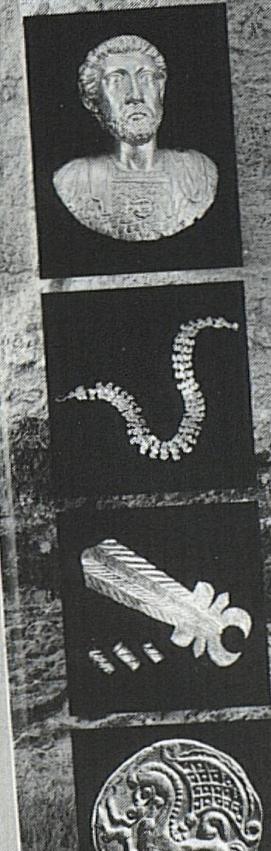
Zum dritten Mal produzierten wir im Rahmen der Sendung «Reisemobil» gemeinsam mit der Redaktion 3sat des Schweizer Fernsehens ein Kurzvideo. Diesmal entstand ein 15minütiges Portrait «Auf Römerspuren in der Schweiz – Streifzug durch den Waadtländer Norden», das am 1.9. in 3sat ausgestrahlt wurde und bei unseren Vertretungen in Deutsch, Französisch und Englisch im Verleih ist. Die Vertretungen Frankfurt und Wien verteilten in einer Sonderaktion zusammen mit den nationalen Autoverbänden 1500 Kopien einer Sammelkassette, in der unter dem Titel «Wege zur Schweiz» drei Videos – «Auf den Spuren der Römer in der Schweiz», «Die Walser» und «Weg der Schweiz» – zusammengefasst sind. In der SVZ-Reihe wurde Video-Rohmaterial zu den Themen

### *Seite 20*

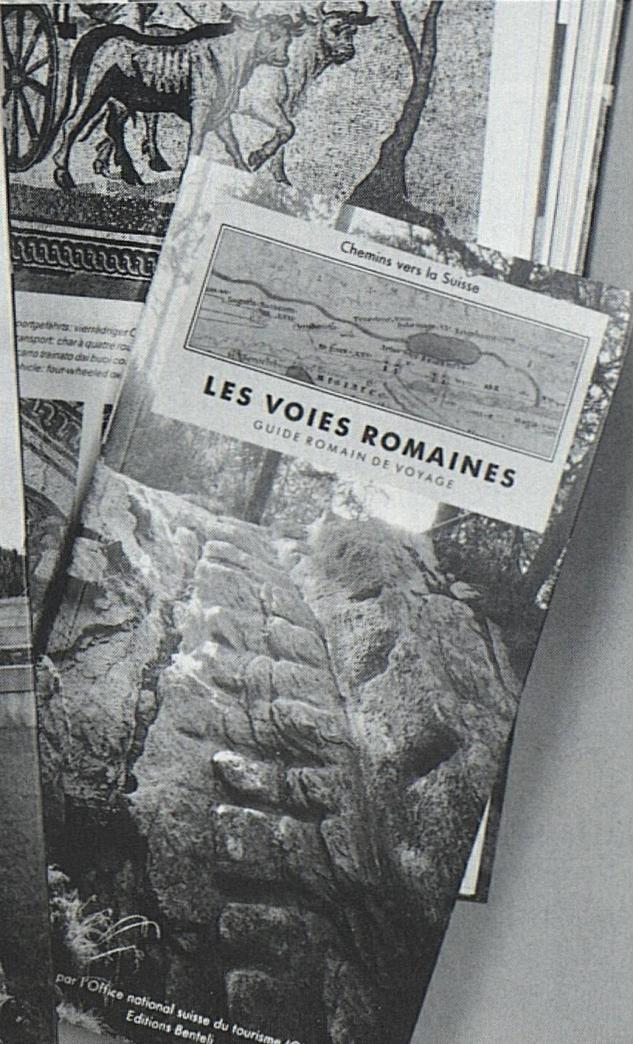
*Mit einem vielfältigen Angebot an Publikationen, Drucksachen und Videos propagiert die SVZ Kulturwege der Schweiz.*



# Römerwege



*Voies romaine  
Vie romaine*



«Gateway Cities» und «Sights» zusammengestellt. Dieses Videomaterial steht ausländischen Medien schaffenden bei unseren Vertretungen für Eigenproduktionen über die Schweiz zur Verfügung. Unsere Vertretungen betreuen eine touristische Videothek mit über 260 Titeln der SVZ, der Koko, der Verkehrsvereine, der Swissair und der SBB. Der Hauptsitz besorgte die Verteilung von ca. 300 Kas setten an die Vertretungen. An Privatpersonen und Institutionen wurden rund 90 Videokassetten unserer Eigenproduktionen verkauft. Insgesamt meldeten unsere Vertretungen über 4400 Vorführungen mit einer geschätzten Zuschauerzahl von 48 Mio. Personen. Das Videopublikum wird – vor allem auf dem nordamerikanischen Kontinent – mehr und mehr via Satellitenkanäle erreicht. Die AV-Abteilung ist weiterhin massgeblich an der Projektentwicklung für die erste interaktive Compact Disc (CD-I) über die Schweiz beteiligt.

## Revue Schweiz

Die März- und Juni-Ausgaben kamen unter dem Titel Römerwege I und II als Beitrag zum Projekt «Wege zur Schweiz» heraus. Die beiden Hefte erschienen, parallel zum «Römischen Reiseplaner», im Benteli-Verlag in Buchform. Nach dem «Grossen Walserweg» (1989) ist dies der zweite Bildband, der aus der REVUE hervorgeht. Die April-Ausgabe «Schlosserlebnis», eine Schlosswanderung in allen zwölf Nummern sowie die Fotoausstellung zum Thema Schloss mit Schwarze wissbildern von REVUE-Fotografen waren dem Jahresthema gewidmet.

Nach der Kündigung des Zusatzvertrages «REVUE Schweiz» durch die SBB auf Ende 1992 galt es, zusammen mit Verlagsfachleuten nach einer neuen verlegerischen Basis der SVZ-Zeitschrift zu suchen. Nach 65 Jahren wechselt die Zeitschrift

von der Druckerfirma «Bugra Suisse» (ehem. Büchler AG, Wabern) zur Basler Zeitung. Für die verlegerischen Belange zeichnet ab 1993 der Rot hus Verlag in Solothurn verantwortlich.

### Themenübersicht

Januar	Val d'Illiez
Februar	Stans/Sarnen (Porträts zweier Kleinstädte)
März	Römerwege I (Westroute)
April	Schlosserlebnisse – Sechs Erlebnis-Schlösser
Mai	Sentieri da scoprire – Wanderabenteuer Tessiner Alpen
Juni	Römerwege II (Ostroute)
Juli	Der Alpstein (Säntisgebirge)
August	Il pecoraio – Le berger – Der Schafhirt
September	Zwischen Passwang und Blauen (Laufental)
Oktober	Die unterirdische Schweiz (Höhlen und Bergwerke)
November	75 Jahre Schweizerische Verkehrszentrale (Jubiläumsausgabe)
Dezember	Rheinwald – Splügen – Avers

### Spedition Werbemittel

Für touristische Messen, Werbereisen und Sonderaktionen im Ausland und an unsere Vertretungen versandten wir vom Hauptsitz aus 2229 Fracht kolli, 3131 Postpakete und 56 641 Drucksachen pækchen. Die Frachten enthielten touristisches Material der SVZ, der lokalen, regionalen und nationalen Verkehrsinteressenten. Das Totalgewicht betrug rund 755 Tonnen, somit das zweithöchste je registrierte Gewicht.

# Verkaufsförderung

## Inland

Die Verkaufsförderung schafft für Schweizer Anbieter Plattformen, die einen direkten Kontakt mit den ausländischen Nachfragern ermöglichen. In enger Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnerorganisationen, vor allem regionalen und lokalen Verkehrsvereinen, konnten im Verlauf des Jahres rund 300 Reisefachleute und Entscheidungsträger aus Handel und Industrie zum Besuch unseres Ferienlandes eingeladen werden. Um den Gästen aus elf verschiedenen Ländern das touristische Angebot näherzubringen, stellten wir 23 attraktive Programme in Form von Gruppenstudienreisen zusammen.

Der 5. Swiss Convention and Incentive Mart (SCIM) in Montreux (3.–5.5.) verfolgte den Zweck, das Kongressland Schweiz bekanntzumachen. Rund 100 Entscheidungsträger aus 16 Nationen nahmen die Einladung zu einem Workshop der Swiss Congress and Incentive Destinations (SCI) an, wo sie auch die persönlichen Kontakte pflegen und auf den anschliessenden Inspektionsreisen das Angebot an Ort und Stelle auf die eigenen Bedürfnisse hin überprüfen konnten.

Die darauf folgende European Incentive & Business Travel & Meetings Exhibition (EIBTM) in Genf (5.–7.5.) visierte das gleiche Marktsegment an. Durch die Koordination eines Gemeinschaftsstandes Schweiz bot sich die Gelegenheit, weitere internationale Besucher zu treffen.

## Ausland

Im Rahmen der Swiss Travel Show USA/Kanada (16.–27.3.) besuchte eine Delegation von 42 touristischen Organisationen unter der Leitung von SVZ und Swissair die Städte Los Angeles, Boston, New York, New Jersey, Atlanta, Chicago, Toronto und Montreal. Anlässlich von Workshops konnten rund 2600 Reisefachleute begrüßt werden. Die Organi-

satoren hatten zudem noch die Möglichkeit, während diverser Presseluncheons über 100 Medienvertreter mit dem touristischen Angebot der Schweiz vertraut zu machen.

Mit einem ähnlichen Konzept führte die Swiss Travel Show Nordische Länder (7.–11.9.) nach Finnland, Schweden, Norwegen und Dänemark. Auf diese Weise konnten zum zweiten Mal nach 1990 30 Schweizer Anbieter die Nachfrager in den Städten Helsinki, Stockholm, Göteborg, Oslo und Kopenhagen bearbeiten. 878 Reisefachleute und über 70 Journalisten besuchten die Workshops und erhielten so Informationen aus erster Hand.

Unter dem Titel «Swiss Rendez-Vous» konnten anlässlich der SVZ/SR Nationalen Werbereise Südostasien/Japan (29.9.–9.10.) über 1000 Gäste aus der Reisebranche und 125 Medienvertreter angesprochen werden. 15 Anbieter in Bangkok, Singapur und Hong Kong bzw. 24 in Tokio, Nagoya und Osaka hatten damit Gelegenheit, aktuelle Informationen abzugeben und dabei den in Asien so wichtigen persönlichen Kontakt zu pflegen.

Die Produktion der SVZ-Verkaufshandbücher Selling Switzerland USA, Kanada und Japan wurde weitergeführt. Sie leisten der Reisebranche bei der Zusammenstellung von Schweiz-Angeboten nach wie vor gute Dienste.

Als weitere Plattformen für unsere Partner wurden Gemeinschaftsstände an touristischen Fach- und Publikummessen angeboten. An folgenden Veranstaltungen konnte das Ferienangebot gezielt präsentiert werden:

- |            |   |
|------------|---|
| 7.–12. 1.  | Vakantie Utrecht, Ferienmesse   |
| 18.–26. 1. | CMT Stuttgart,<br>Internationale Ausstellung für<br>Caravan Motor Touristik |
| 29.1.–2.2. | Fitur Madrid, Ferienmesse   |
| 1.–9. 2.   | C-B-R München, Caravan –<br>Boot – Internationaler Reisemarkt               |
| 15.–23. 2. | Reisen Hamburg, Ferienmesse   |

- 26.2.-1.3. BIT Milano,  
Borsa Internazionale del Turismo
- 19.-22.3. TUR Göteborg,  
Swedish Travel and Tourism Fair
- 21.-29.3. Salon des vacances Bruxelles
- 5.-14.6. Tourmondoshow Bologna
- 25.4.-7.5. Foire de Paris
- 24.10.-1.11. ATW Stuttgart,  
Internationale Ausstellung für  
Tourismus im Winterhalbjahr
- 27.-29.11. Reisemarkt Köln
- 7.-12.3. ITB Berlin,  
Internationale Tourismus-Börse
- 13.-15.10. IT+ME Chicago, Incentive  
Travel & Meeting Executive Show
- 10.-13.10. Mitcar Paris, Marché International  
du Tourisme en Autocar
- 16.-20.11. WTM London,  
World Travel Market
- 3.-8.12. Leipziger Messe, Leipzig



## Information und Dokumentation

### Allgemeine Auskünfte

Bei den mündlichen und schriftlichen Anfragen aus der Schweiz verzeichneten wir wiederum eine leichte Zunahme. Wie im vergangenen Jahr standen die Themen Ausflugsziele, familienfreundliche Ausflugsziele, Seminarmöglichkeiten, Veranstaltungen sowie Wander- und Velotourenvorschläge im Zentrum des Interesses.

### Informationsblätter

Die über 100 Titel umfassende Serie der beliebten «i-Blätter» wurde vollständig aktualisiert. Meistverlangte Titel sind Pauschalferienangebote und Unterkunfts-Adressverzeichnisse.

### Umfrage

Die SVZ-interne Informationsdatenbank ist seit Ende 1991 voll funktionsfähig. Die abgespeicherten Basisinfrastrukturdaten wurden mittels einer Umfrage bei den Verkehrsvereinen aktualisiert. Mit den nachgeführten Daten produzierten wir verschiedene Informationsblätter und -broschüren. Die mit den regionalen Verkehrsvereinen realisierten Erhebungen bezüglich Unterkunftssituation über Weihnachten/Neujahr und über die Osterfeiertage fanden in den Medien eine grosse Resonanz.

### Telefon 120

Rund 1500 Ausflugstips, Informationen über Sonderaktionen von Bahn, Schiff und Postauto sowie Veranstaltungshinweise wurden von April bis November über diese PTT-Dienstleistungsnummer verbreitet. Die Nummer wurde über 600 000 Mal abgefragt.

### SVZ-Wandertips

Für das zweimonatlich erscheinende Pressebulletin stellten wir von April bis September jeweils das

Rohmaterial aus den Bereichen Wandern, Velo und Bergtouren für die Abteilung Presse Inland zusammen.

#### *Nationale Wintersportberichte*

Über 250 Wintersportorte beteiligen sich an dieser umfassenden Informationsdienstleistung für Skifahrer, Langläufer und Schlittler. Die täglich aktualisierten Daten aller Stationen können über Videotex/Bildschirmtext und neu auch über den Teletext des Schweizer Fernsehens rund um die Uhr abgerufen werden.

#### *Dokumentation*

Die Artikeldokumentation umfasst 500 Themen und wird laufend auf dem neuesten Stand gehalten. Um die meistgefragten Sachgebiete wie z.B. Brauchtum, Hotellerie oder Umwelt rationeller zu beantworten, wurden erstmals thematische Spezial-Dokumente erarbeitet. Die Basisdokumentation, welche den Vertretungen in jedem Jahr zur Verfügung gestellt wird, umfasst jetzt 27 Nachschlagewerke. Die häufigsten Benutzer unserer Dienste sind Privatpersonen, Studenten und Journalisten.

Arbeitsplätze am Hauptsitz sowie in den Vertretungen Frankfurt, New York und Chicago mit der neuen Hard- und Software ausgerüstet. Ein zusätzlicher Ausbauschritt umfasste die übrigen Vertretungen in Deutschland, die mit leistungsfähigen PC's aus der Vertretung Frankfurt ausgerüstet wurden. Die Grund- und Applikationsschulung der Mitarbeiter am Hauptsitz und in den obengenannten Vertretungen nahmen grösstenteils interne Kräfte wahr.

#### *Informationsdatenbank*

Seit Ende 1991 läuft der Bereich Veranstaltungen zur vollen Zufriedenheit. Unter anderem wurden die umfangreichen Veranstaltungskalender der REVUE Schweiz druckfertig aufbereitet. Seit Frühjahr 1992 werden alle diesbezüglichen Daten im Schweizer Videotex sowie das Verzeichnis für 1993 auf Datenbankbasis produziert.

Ende Mai haben wir bei über 400 Verkehrsvereinen in der Schweiz eine grosse Umfrage gestartet mit dem Ziel, die Infrastrukturdaten der touristischen Orte zu aktualisieren. Neu für die Verkehrsvereine war, dass sie ihre (Orts-)Daten direkt ab Datenbank ausgedruckt und adressiert erhielten und nur noch Korrekturen bzw. Ergänzungen anbringen mussten. Das erste sichtbare Produkt dieser grossen Umfrage ist die per Computer hergestellte Infrastrukturliste «Schweiz – (w)international».

## **Informatik und Telekommunikation**

#### *Elektronische Datenverarbeitung*

Aufgrund der guten Erfahrungen, die wir 1991 in einem Feldversuch auf der Basis des Computer-Systems Apple Macintosh in London hatten sammeln können, wurden im Verlaufe von 1992

#### *Electronic Mail/Datentransfer*

Die in einer ersten Phase auf den lokalen Netzen installierte Electronic Mail-Lösung «QuickMail» konnte auf sämtliche Vertretungen, in denen Apple Macintosh-Anlagen zur Verfügung stehen, übertragen werden. Die eingesetzten Mittel erlauben nicht nur internationale elektronische Kommunikation zwischen sämtlichen angeschlossenen Arbeitsplätzen, sondern auch den direkten Datenaustausch durch «File-Transfer».