

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2016)

Artikel: Markenzeichen Fotografie
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-685596>

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: 11.01.2026

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

Markenzeichen Fotografie

Sie prägen das touristische Bild ein Jahrhundert lang: die Schweizer Werbefotografen. Mit Kamera und Stativ jagen sie landauf, landab nach einzigartigen Motiven. Damit es klick macht beim Kunden auf dieser Gratwanderung zwischen Kunst und Kommerz.

Die touristische Landeswerbung ist von Beginn weg multimedial unterwegs. Eine herausragende Rolle spielt dabei die Fotografie. Bilder sprechen Bände und sind vielseitig einsetzbar, sagen sich die Schweiz-Promotoren. Und beweisen bei der Wahl der Künstler wie auch beim Technikaufwand ein kluges Händchen.

Stars am Werk

Junge, unentdeckte Könner erhalten so die Chance, sich ins beste Licht zu rücken. Dazu gehört auch der Engelberger Klosterschüler Herbert Matter. Das Innerschweizer Talent hat gerade mal seine Studien in Genf und Paris abgeschlossen, als es ihn zurück

in die Heimat zieht. Und die Anfragen lassen nicht lange auf sich warten. Mit seiner Plakatserie zur Förderung des touristischen Autoverkehrs gibt er Vollgas. Für Matter ist sofort klar: Diesem Trend muss man mit einer verrückten Idee begegnen. Er greift zur Fotomontage. Damit bahnt sich in der Tourismuswerbung eine neue Ästhetik an und Matter wird zum Wegbereiter des modernen Fotoplakats. Die Kampagne schlägt bilderbuchmäßig ein. Seine SVZ-Serie landet sogar in der ständigen Sammlung des Museum of Modern Art (MoMA) in New York.

Der virtuose Einsatz von Fotografie wird zum eigentlichen Markenzeichen der Schweizer Landeswerbung in allen Epochen. Besonders prägend ist die Handschrift von Philipp Giegel (1927–1997), dessen Bilder ein halbes Jahrhundert für die Verkehrszentrale Geschichte schreiben. In höchsten Sphären bewegt sich auch Yann-Arthus Bertrand, Regisseur des Blockbusters «HOME». Der Franzose fängt 2014 mit seiner Linse für die Sommerkampagne 360-Grad-Ansichten einer «Schweiz von oben» ein. Sein gleichnamiger 20-minütiger Film geht um die Welt – an Bord sämtlicher SWISS-Langstreckenflieger zieht er jede und jeden in seinen Bann.



Gründung der Swissair: Für die SVZ künftig ein zentraler Akteur in der Landeswerbung.

1931



Beginn der «Radiopropaganda»: Bezahlte Werbung ist verboten, die Reichweite der Schweizer Radiosender im Vergleich klein. Die SVZ macht somit «Qualitätssendungen» statt Werbung und ist zudem zuständig für die Verkehrsmitteilungen.

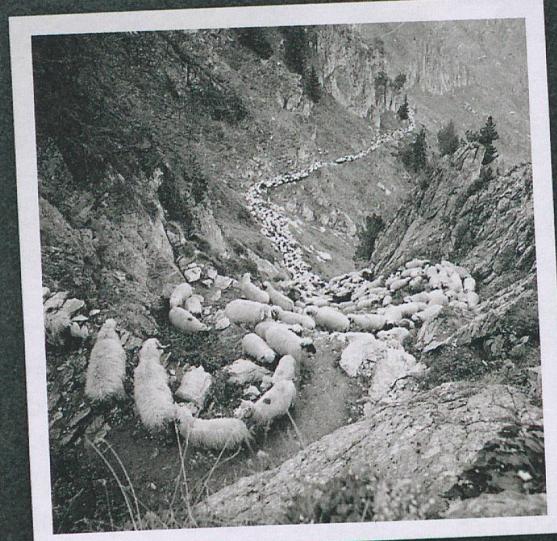
1933



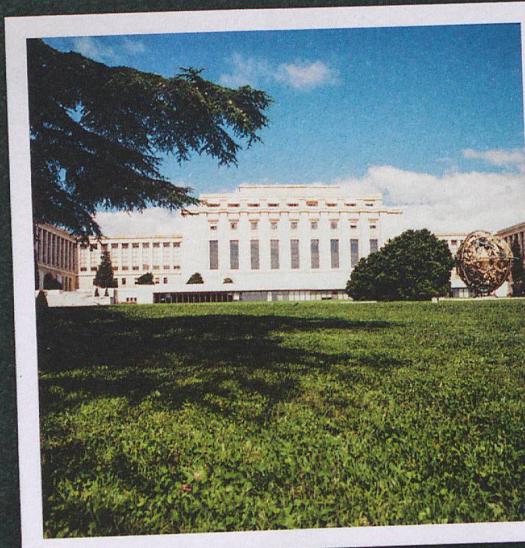
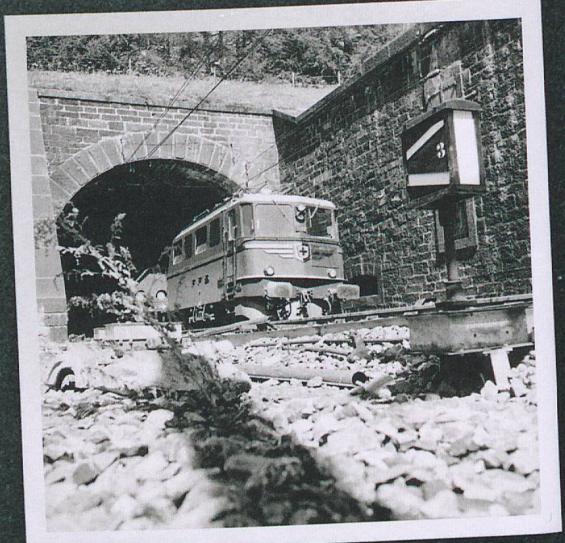
1934

Einführung des Tonfilms: Mit dem neuen Medium kommt die gesprochene Sprache in die Landeswerbung. Dadurch wird in der vielsprachigen Schweiz der Vertrieb von Tourismusfilmen verkompliziert.

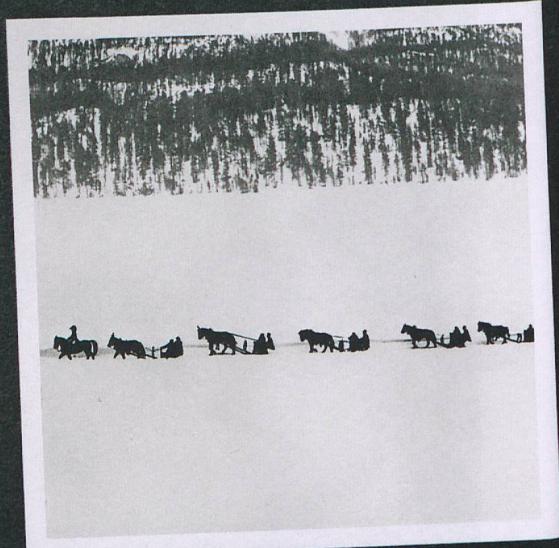
Im Auftrag der SVZ hielt der heutige Bundeshausfotograf **Markus Senn** 1986 fest, wie über 1000 Schafe von den Weidenden Zenbächen über den Aletschgletscher zur Belalp (VS) getrieben werden.



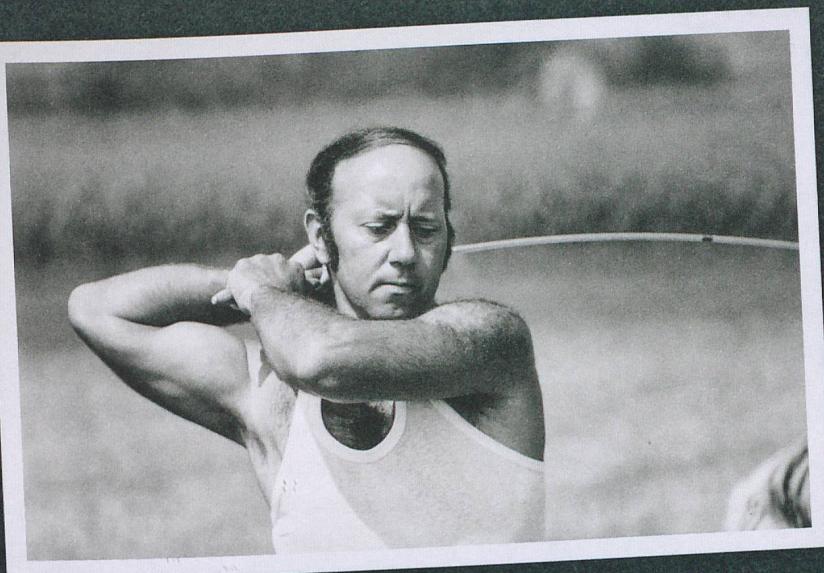
Der 1997 verstorbene **Philipp Giegel** prägte 50 Jahre lang das touristische Bild der Schweiz als SVZ-Fotograf. Dieses Bild entstand 1952 am Gotthardtunneleingang in Airolo.



Heinz Schwab war nicht nur als Grafik- und Werbechef bei Schweiz Tourismus tätig, sondern auch immer draussen unterwegs, wenn «Not am Fotografen» war. So auch hier den späten 80er Jahren, vor dem «Palais des Nations» in Genf.



Auch hier **Philipp Giegel** am Auslöser, 1960 an der Schlitteda, der traditionellen Engadiner Winter-Schlittenfahrt. Diese Traumaufnahme schaffte es später sogar auf ein SVZ-Plakat und wurde so zu einem eigentlichen Winter-Klassiker.



Von 1981 bis 1986 war **Lucia Degonda** Fotografin bei der SVZ und hielt mit ihrer Kamera die unterschiedlichsten touristischen Motive fest. Beispielsweise 1983 das Hornussen im Rahmen des Eidgenössischen Schwing- und Älpler-fests in Langenthal (BE). Heute ist sie unter anderem Dozentin an der Zürcher Hochschule der Künste.

Der französische Fotograf **Yann-Arthus Bertrand** fotografierte die Schweiz «vom Himmel aus» («La Suisse vue du ciel»). Die Bilder verwendet Schweiz Tourismus für die Sommerkampagne 2014. Hier die Berninagruppe in Graubünden.

