

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

Artikel: Die Schweiz stellt sich aus
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-685598>

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: 07.01.2026

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



1600 Gemeindeflaggen à 50×50 Zentimeter: Der «Fähnliwald» an der Landesausstellung 1939 in Zürich lockt zu Ausflügen in heimische Gefilde.

Die Schweiz stellt sich aus

Eine Schweiz für Kopf, Herz und Hand: In Schaufenstern, an Messeständen, Welt- und Landesausstellungen weiss sich das Ferienland stets fantasievoll in Szene zu setzen. Da staunt die Welt.

Dieser Moment bleibt bei den zehn Millionen Besuchern der «Landi 39» unvergessen: Der Spaziergang durch die «Fähnlistrasse» mit 1600 Gemeindewappen, an deren Ende stolz das Schweizerkreuz prangt. Die Installation einer im bunten Wappenwald geeinten Eidgenossenschaft ist ein patriotisches Zeichen. Aber nicht nur. Es geht der SVZ an der Landesausstellung am Vorabend des Zweiten Weltkriegs auch darum, die Reiselust der Bürger im eigenen Land zu wecken.

An den besten Lagen präsent

Kommunikation heisst immer auch, sich zur Schau stellen – im wahrsten Sinn des Wortes. Seit der Gründung nutzt die SVZ das Schaufenster pionierhaft und leidenschaftlich zuerst in den eigenen Agenturen. Bald dienen auch stolze Glasfronten von Banken und Warenhäusern wie Harrods, Galeries Lafayette oder Rinascente als Hingucker. Grosse Boulevards, Avenues und futuristische Schauplätze

wie das Viertel La Défense in Paris werden zur Bühne. Ob mit folkloristischen Trachtenszenen, abstrakten Mobiles aus Schweiz-Motiven oder einer Grand Tour mit Oculus-Rift-Brillen – die Passanten rund um den Globus werden augenblicklich und in 3D-Qualität ins Reiseland Schweiz entführt. Dank dem Talent der SVZ-Kuratoren trumpft die offizielle Schweiz auch an Weltausstellungen auf. Highlight ist 1986 die Jollyball-Maschine von Charles Morgan an der EXPO in Vancouver. Dem Riesen-Flipperkasten, der spielerisch durch die touristische Schweiz führt, gelingt sogar ein Eintrag ins Guinnessbuch der Rekorde. Legendär sind auch die humoristischen Ausstellungen von SVZ-Grafiker Hans Küchler: Seine Spazierstockausstellung hat 1974 an der Mustermesse Basel Premiere und wandert dann x-fach durch Hotellobbys und Kreuzfahrtschiffe.

An grossen Branchen- und Publikumsmessen zeigt die touristische Schweiz, was Design «swiss made» heisst – natürlich in Rot und Weiss und mit nachhaltigen Materialien. Der 2010 neu entworfene Stand im Lounge-Style, mit grossen Screens und starken Bildern, holt mehrfach Bestnoten auf der Weltbühne. Zum ersten Platz reicht es am World Travel Market 2010 in London, und auch an der ersten World Winter Sports Expo 2016 in Peking gewinnt Schweiz Tourismus mit ihrem Stand den «Best Booth Design Award».

Gründung der Schweizerischen Filmzentrale (SFZ) unter Beteiligung der SVZ mit dem Ziel, den Tourismusfilm im Ausland besser zu vertreiben.



Die SVZ wird zur öffentlich-rechtlichen Körperschaft. Die SBB, die PTT und die SVZ legen die Tourismuswerbung zusammen. Die Bundesbahnen übergeben der Verkehrszentrale zusätzlich ihr internationales Verkaufsstellennetz.

1936

1939

Beginn Zweiter Weltkrieg. Der Fremdenverkehr kommt kriegsbedingt beinahe zum Erliegen.

