

Auslandvertretungen rund um den Globus

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2016)**

PDF erstellt am: **25.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685597>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Auslandvertretungen rund um den Globus

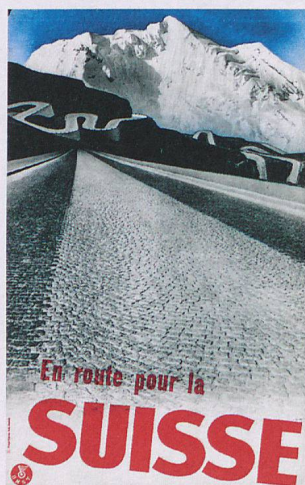
Waren die SVZ-Vertretungen zu Beginn reine Auskunft- und Billettschalter, entwickelten sie sich zusehends zu unentbehrlichen Marketingdreh-scheiben. Immer wieder auch mit prominenter Unterstützung werben sie rund um die Welt für das Reiseland Schweiz.

War es die schützende Hand der bronzenen Wal-terli-Tell-Skulptur an der Fassade? Wie durch ein Wunder überlebt «Das Haus der Schweiz» den Bombenhagel der Alliierten auf Berlin in den letzten Kriegswochen 1945 praktisch unversehrt. Von 1936 bis Kriegsende ist im Parterre des Prachtbaus auch das «Schweizerische Verkehrsbureau» einge-mietet. Reiselustige können sich beim kundigen Personal über Ferien in der Schweiz informieren und beim Billettschalter gleich die Bahnreise für die Wunschdestination buchen.

Unter einem Dach vereint

Als der Zweiten Weltkrieg den Fremdenverkehr praktisch ausbremst, nimmt sich die Berliner SVZ-Vertretung dem Exodus der Schweizer Bürger in der «Reichshauptstadt» an. Die Auslandvertretungen auch in den Kriegswirren geöffnet zu lassen, ist ein bewusster Entscheid: Per Bundesbeschluss von 1939 wird dieser sogar noch gestärkt. Alle von den SBB betriebenen zwölf Agenturen von Amsterdam bis Wien gehen an die SVZ. Sie bilden das Dach für den einheitlichen Auftritt der touristischen Schweiz. Und dieses Dach nimmt bisweilen ganz schön spek-takuläre Formen an. Dann zum Beispiel, wenn das Bond-Girl Diana Rigg aus «On Her Majesty's Secret Service» 1968 aus den Höhen des Swiss Centre in London grüsst.

Ein ganz neues Kapitel schlägt Schweiz Tourismus in den letzten 20 Jahren auf. Sei es in Peking, New York, Amsterdam oder Dubai: Die 26 Vertretungen entwickeln sich vom klassischen Verkehrsbüro hin zu Marketingdreh-scheiben, die (in Abstimmung mit dem Hauptsitz in Zürich) mit kleinen und grossen Aktionen die Werbetrommel für das Ferienland Schweiz rühren.



Erste Plakatwerbung für den Autotourismus.
«All roads lead to Switzer-land», eine Fotomontage von Herbert Matter.



Die SVZ eröffnet eine Vertretung in Stockholm, um die Schweiz auch in Skandinavien touristisch zu vermarkten. Schweiz Tourismus ist nach einem kurzen Unterbruch heute wieder in Schweden präsent.

1935

1936



Der Bund wertet aufgrund der Wirtschaftslage den Schweizer Franken ab.



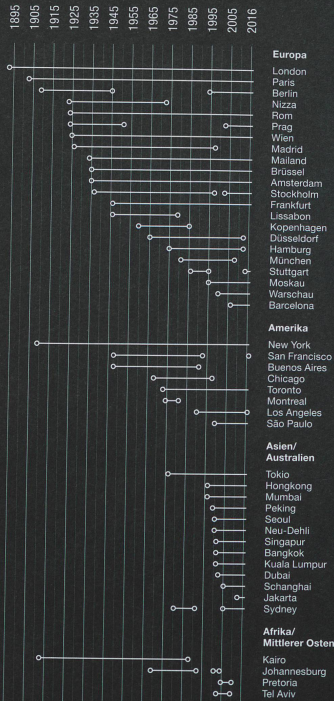
007 auf dem Dach des Swiss Centre London: Für den neuen Bond-Streifen mit Schweizer Kulisse wird in Grossbritannien die Werbetrommel gerührt.



Das «Haus der Schweiz» in Berlin: auch während des Zweiten Weltkriegs fest in Schweizer Hand.

Strategisch wichtige Länderpräsenz

In 26 Ländern dieser Welt betreibt Schweiz Tourismus eine Niederlassung. Begonnen hat alles mit SBB-Verkaufsstellen an strategisch wichtigen Punkten rund um den Globus, die 1939 von den Bundesbahnen an die SVZ übergingen. Bis heute hat sich dieses Marketingnetz frappant verändert. Von Kairo bis Peking, von Nizza bis Moskau: eine Weltreise über die Zeit mit einigen besonders spannenden Hintergrundgeschichten.



1 Kairo

Der Suezkanal bringt Reiseströme an Kairo vorbei, deshalb lässt sich die SBB 1913 in der touristisch und strategisch wichtigen ägyptischen Hauptstadt zum Fahrkartenverkauf nieder. Die SVZ übernimmt 1941. Ende der 1980er-Jahre wird das Büro Kairo zur Swissair-Filiale.

2 Nizza

Die Reichen und Schönen der Welt in den Sommerferien an der Côte d'Azur ein ideales Publikum, um für Schweizer Winterferien zu begeistern, entscheidet die SVZ 1923. Das Auskunftsbüro wird 50 Jahre später wieder aufgehoben und die Region fortan von Paris aus bearbeitet.

3 Frankfurt

Die SVZ kehrt 1946 als erstes ausländisches Verkehrsbüro ins kriegsversehrte Deutschland zurück und eröffnet die Niederlassung Frankfurt. Schon so kurz nach Kriegsende sind die Verantwortlichen überzeugt: Der deutsche Markt wird schnell wieder eine wichtige Rolle spielen.

4 San Francisco

Die SVZ eröffnet 1947 an prominenter Lage am Union Square ihre Aussenstelle in San Francisco. 1993 entscheidet sich die Swissair, nach Los Angeles zu fliegen, die SVZ zieht mit und verlegt ihren Westküstensitz ebenfalls nach Los Angeles. Später erfährt San Francisco einen grundlegenden Wandel. Aus der Hippie-Stadt wird das Tor zum Silicon-Valley. 2016 verschiebt Schweiz Tourismus den Standort von Los Angeles wieder nach San Francisco, nicht zuletzt, weil mit dem Projekt SwissPer eine sehr exklusive Adresse für einen Auftritt der Schweiz zur Verfügung steht.

5 Tokio

1974 fliegt die Swissair erstmals direkt nach Tokio. Zwei Jahre später ergreift die SVZ die Gelegenheit und eröffnet vor Ort eine Niederlassung, um wichtige Kontakte mit Presse, Fernsehen, Radio und dem Reisegewerbe zu knüpfen. Mit der Konsequenz, dass während langer Jahre aus keinem anderen fernöstlichen Land mehr Touristen die Schweiz besuchen als aus Japan.

6 Moskau

Als erste nationale Tourismusorganisation ist Schweiz Tourismus in Moskau präsent: Ab 1995, nur wenige Jahre nach dem Ende der Sowjetunion, und später in enger Zusammenarbeit mit der Swissair, wird der neue russische Markt erfolgreich bearbeitet. Allen Krisen zum Trotz ist das Schweizer Tourismusmarketing bis heute in Russland präsent.

7 Hongkong

Die Landeswerber erkennen 1996 das grosse Potenzial Südostasiens für den Schweizer Tourismus. Die Vertretung in Hongkong wird drei Jahre nach der Eröffnung verstärkt und betreibt nun noch intensiver die Marktbearbeitung des südostasiatischen Raums. Heute kümmert sich Hongkong wieder vornehmlich um die Region Südchina. Das Tourismusmarketing in Südostasien wird nun vor Ort verantwortet: in Singapur, Thailand und Indonesien.

8 Peking

Schweiz Tourismus wird als erste europäische nationale Tourismusorganisation autorisiert, eine Vertretung in China aufzubauen. Die Niederlassung Peking wird 1999 eingeweiht und bildet bis heute das Herz aller touristischen Arbeit der Schweiz in der Volksrepublik.