

**Zeitschrift:** Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art  
**Band:** 30 (1943)  
**Heft:** 8

**Artikel:** Aus der graphischen Werkstatt der Schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung  
**Autor:** Bittel, Siegfried  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-24306>

### **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](#)

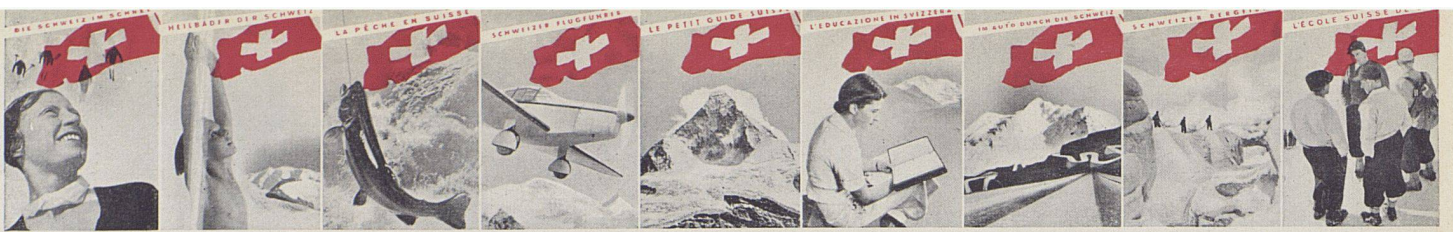
### **Terms of use**

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:** 12.01.2026

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





Broschüren der SZV mit zweifarbigem Umschlag, im Taschenformat 12×18 cm. Die Schweizerflagge ist das durchgehende Kennzeichen. Der Inhalt von 64 Seiten ist reich illustriert. Maßgebend für die Gestaltung war das Ziel, interessante Büchlein zu schaffen, die man gerne aufbewahrt, nicht Prospekte, die mit einem Seitenblick auf den Papierkorb in die Hand genommen werden. Verbreitung in 3 bis 10 Sprachen.

## Aus der graphischen Werkstatt der Schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung

Qualitätsarbeit und Qualitätsware begründen die Konkurrenzfähigkeit der Schweiz. Dies gilt nicht nur für die industriellen Produkte, auch auf dem Gebiete der Verkehrswerbung, in der Gestaltung der graphischen Werbemittel muß höchste Qualität angestrebt werden. Unsere Werbung preist nicht irgendeine Ware, sondern die Schweiz selbst, unsere Heimat, ihre landschaftliche Schönheit, ihre Kultur, ihre Leistungen auf allen Gebieten der Zivilisation, ihre gesundheitlichen Vorzüge und heilenden Faktoren. Unsere Verkehrswerbung will Gäste gewinnen, indem sie von Ruhe und Erholung, von gesundheitlicher Kräftigung, von geistigem Genuß, von entspannenden Ferien spricht. Unsere Verkehrswerbung proklamiert die Schweiz als Feriendland der Völker. Eine schöne, ideale Aufgabe, aber auch eine Aufgabe, die verpflichtet und von uns nicht nur eine werbekräftige, sondern auch eine künstlerisch einwand-

freie Gestaltung der Werbemittel verlangt. Erfahrene Künstler, begeisternde Schriftsteller, moderne Photographen, phantasievolle Graphiker und sichere Typographen müssen gewonnen werden, um das Wissen um unser schönes Land zu verbreiten. Die graphischen Künste sind unentbehrliche Bundesgenossen der touristischen Werbung, vor allem wenn ihre Jünger erfüllt und durchdrungen sind vom alles beherrschenden Werbezweck, der für uns immer lautet: Aufklären, interessieren, überzeugen, packen und für den Reiseentschluß gewinnen. Vor dem Kriege hatte unsere zentrale Werbestelle für den schweizerischen Fremdenverkehr eine Jahresproduktion an Drucksachen, die an 1,5 Millionen heranreichte. Diese Seiten zeigen eine kleine Auswahl an graphischen Werbemitteln, mit denen der Ruf der Schweiz als Reiseland in aller Welt verkündet wurde. Siegfried Bittel



Broschüren der SZV mit mehrfarbigem Umschlag. Das äußere Gewand der verkehrswerbenden Drucksache ist von großer Bedeutung. Was im Regal farbenprächtig hervorsticht, bannt den Blick und findet besseren Absatz.

Unten: Titelbilder der Reisezeitschrift «Die Schweiz». Ein vorzügliches Werbemittel mit starker Betonung der kulturellen Belange unseres Landes. Gesonderte Ausgaben für die Schweiz und für das Ausland. Erscheint jeden Monat in großer Auflage und steht auch in den Eisenbahnwagen dem reisenden Publikum zur Verfügung.

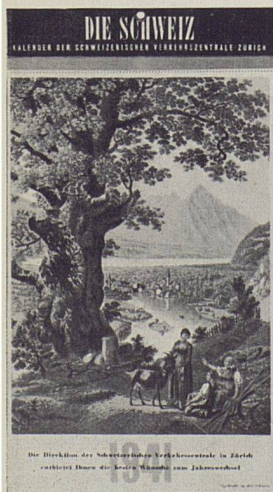






Graphiker Wirth hat für die SZV eine Reihe von Trachtenbildern geschaffen, die von besonderem Reiz sind und in die Darstellung der Landestrachten eine neue Note bringen.

Jedes Jahr erscheint ein Abreißkalender in deutscher, französischer, italienischer und englischer Sprache. Er findet reißenden Absatz und wirbt das ganze Jahr hindurch. Die Auswahl der Bilder erfolgt mit besonderer Strenge und Liebe.



Zwei Photoplakate von Herbert Matter in drei Farben. Auch in der Verkehrswerbung muß oft danach gestrebt werden, mit dem geringsten Aufwand den größten Nutzeffekt zu erzielen.



Unten:

«Die Schweiz in acht Bildern» ist eine Kollektion regionaler Übersichtskarten, die von Otto Müller mit sicherem Strich unterhaltsam illustriert worden sind.

DIE NORDOSTSCHWEIZ LA SUISSE ORIENTALE

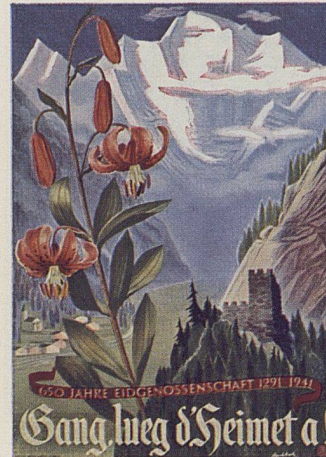


LA SVIZZERA ORIENTALE EASTERN SWITZERLAND

VERTEILUNG: VON DEN VERKEHRSBÜROEN DER VERKEHRSVEREINE IN ST. GALLEN, BASEL UND BASELSTADT. VERKEHRSBÜROEN DER VERKEHRSVEREINE IN BASELSTADT, BASELSTADT UND BASELSTADT. VERKEHRSBÜROEN DER VERKEHRSVEREINE IN BASELSTADT, BASELSTADT UND BASELSTADT.



Mehrfarbige Plakate von Alois Carigiet, Herbert Leupin, Hans Thöni, Hans Aeschbach und Hans Falk. Die Bernerin war die letzte Plakatschöpfung des verstorbenen Altmeisters Emile Cardinaux.



Eine Karte mit den Tafelfreuden der Schweiz... vor dem Kriege. Sie hat bei den Automobilisten begeisterten Anklang gefunden. Nur noch Restbestände sind vorhanden und der Nachdruck muß wohl noch auf eine ferne Zeit verschoben werden.



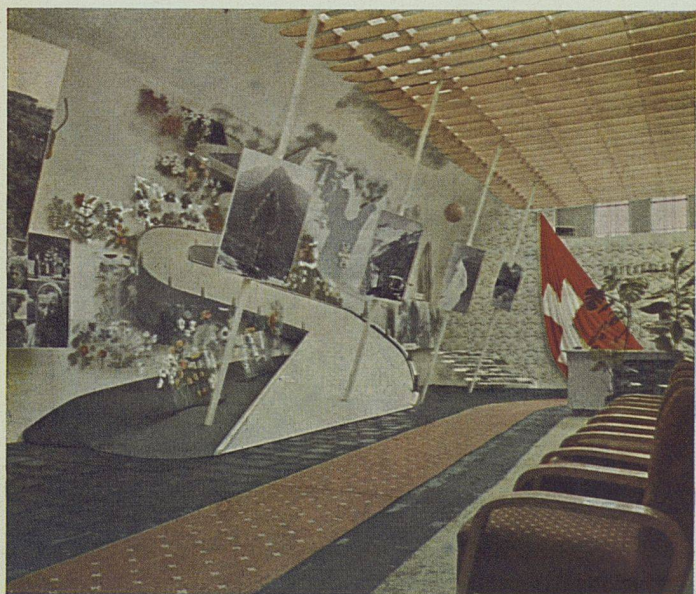




«Das schöne Reiseandenken», Schaufenstermotiv der SZV während der Schweizerwoche 1942.

Schaufenster in den Brennpunkten des Verkehrs sind für eindringliche Verkehrswerbung besonders geeignet. Die Schaufenstermotive müssen lebendig, klar und sauber gelöst werden und dazu mit einem Blickfang, der den eilenden Schritt des Passanten zu bannen vermag. In den Auslandsagenturen der SZV wird auf die Pflege der Schaufensterwerbung besondere Sorgfalt verwendet. Ausstellungen und Messen sind dank ihrer Anziehungs-

Touristische Propaganda für die Schweiz an der Mustermesse in Utrecht.



Verkehrswerbung an der Mustermesse in Basel unter Verwendung von Hausrat und Gebrauchsgegenständen aus den einzelnen Gegenden.

kraft besonders günstige Möglichkeiten, große Besuchermassen über die Vorzüge der Schweiz als Reiseland aufzuklären. Vor dem Kriege war die SZV Jahr für Jahr an 15 bis 20 ausländischen Messen und Ausstellungen mit ihrer touristischen Propaganda für die Schweiz vertreten. Auch seit dem Kriege wurde keine Gelegenheit verpaßt, um die Erinnerung an unser Land mit Hilfe der Ausstellungswerbung im Ausland frisch und lebendig zu erhalten.

«Auf der Weltstraße der Zukunft», Luftfahrtausstellung des SZV.

