

# Die Werbung der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung an internationalen Ausstellungen und Messen

Autor(en): **Schlaefli, Paul**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art**

Band (Jahr): **30 (1943)**

Heft 8

PDF erstellt am: **22.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-24301>

## **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.

# Die Werbung der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung an internationalen Ausstellungen und Messen

von Paul Schlaefli

Die Bedeutung unserer Exportindustrie und des Fremdenverkehrs für unsere nationale Wirtschaft, sowie das allgemeine Interesse unseres Volkes für die internationalen Probleme und für alle Bestrebungen im Sinne einer engeren Zusammenarbeit der Nationen, haben zur logischen Folge gehabt, daß die Schweiz seit dem Aufkommen der großen Ausstellungen und der internationalen Mustermessen jeweils nach Kräften an denselben beteiligt hat. Es wurde bei uns auch sehr früh die Notwendigkeit erkannt, das Ausstellungswesen zu organisieren und die Beteiligung im Ausland nicht nur der Zufälligkeit individueller rein kaufmännischer Erwägungen zu überlassen. Dieser Gedanke führte schon im Jahre 1908 zur Gründung der Schweizerischen Zentralstelle für das Ausstellungswesen in Zürich, mit den folgenden statutarischen Aufgaben:

1. Das Studium des Ausstellungswesens im allgemeinen.
2. Die Vorbereitung und eventuelle Durchführung der schweizerischen Beteiligung an internationalen Ausstellungen.
3. Die Fühlungnahme mit ausländischen Ausstellungsinstitutionen.

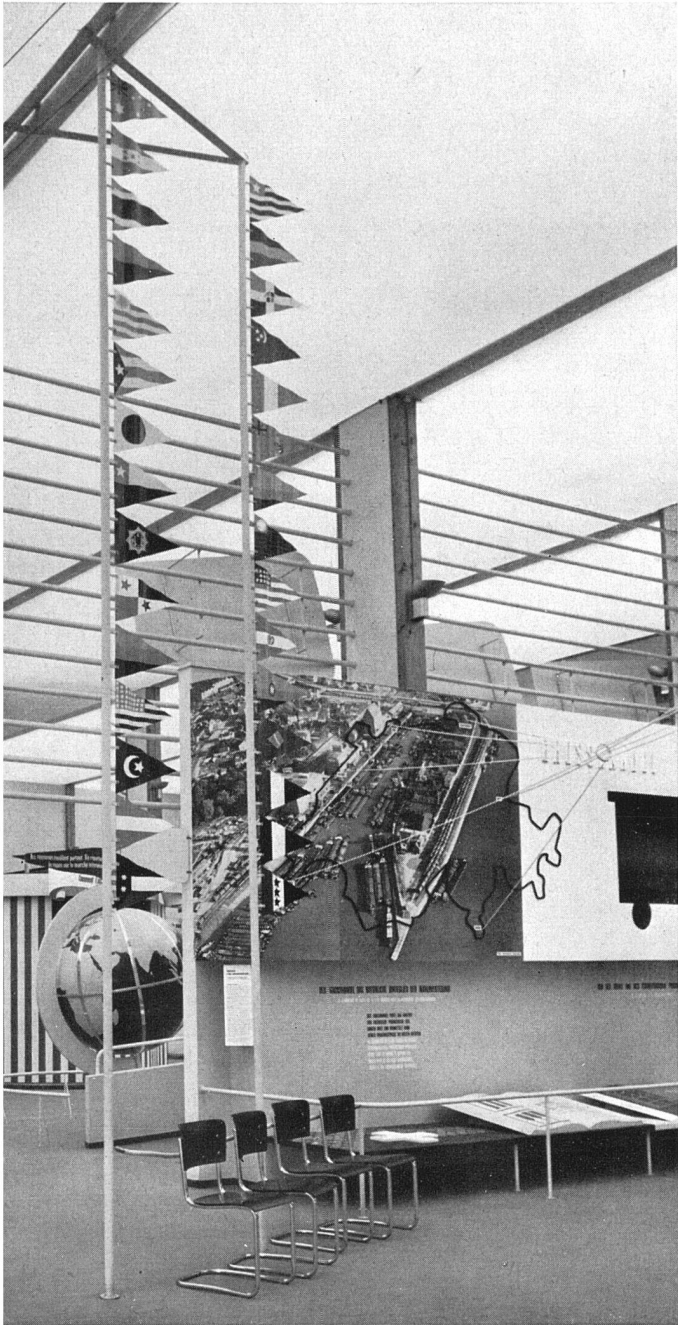
Die Zentralstelle entfaltete eine ersprießliche Tätigkeit. Unter ihren ersten öffentlichen Leistungen kann man die Beteiligung der Schweiz an der Internationalen Ausstellung in Turin 1911 nennen. Im Jahr 1912 fand in Berlin auf Einladung der deutschen Regierung die erste Konferenz statt, welche über die wünschbare internationale Regelung des Ausstellungswesens zu verhandeln hatte. Die schweizerische Delegation war die einzige, neben derjenigen Deutschlands, welche mit einem zur Behandlung fertigen Programm erschien.

Als im Jahre 1927 die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung ins Leben gerufen wurde, wurden ihr die Funktionen und Aufgaben der Zentralstelle für das Ausstellungswesen übertragen. Ihre Tätigkeit auf diesem Gebiet nahm seither ständig an Umfang zu, und ihre betreffende Abteilung mußte ständig auf Grund der gemachten Erfahrungen und entsprechend der allgemeinen Entwicklung des Ausstellungs- und Messewesens in der ganzen Welt ausgebaut werden. In der letzten Hälfte der Zwischenkriegszeit fand eine Anzahl großer internationaler Ausstellungen statt, und die Zahl der jedes Jahr wiederkehrenden Mustermessen vermehrte sich ebenfalls. Die Schweiz nahm sozusagen an allen diesen Veranstaltungen teil, und es darf wohl gesagt werden, daß ihre Beteiligungen nie unbeachtet blieben,

oft bahnbrechende Neuerungen aufwiesen und die Aufmerksamkeit der ausländischen Fachleute auf sich zogen.

Bei der Planung stellt sich vor allem die Frage der Wahl der auszustellenden Branchen, bzw. der Wahl der Ausstellerfirmen. Was kann auf dem zur Verfügung stehenden Ausstellungsplatz und unter Berücksichtigung der finanziellen Gegebenheiten gezeigt werden, um dem zu erwartenden Besucher-Publikum einen guten Begriff von der Leistungsfähigkeit unserer Industrie zu geben, und ein wahrheitsgetreues Bild unserer Eigenart zu vermitteln? Selbstverständlich darf in einer Schweizersektion im Ausland nur das Platz finden, was der Schweiz Ehre macht, gleichzeitig muß aber darauf geachtet werden, daß die ausgestellten Objekte bei den herrschenden Geschäftsaussichten und vom Standpunkt der traditionellen Gestaltung des gegenseitigen Warenverkehrs aus wichtig sind.

In der Gestaltung der Schweizersektionen liegt der Schwerpunkt auf dem Prinzip der Kollektivität. Nicht nur in unserem Land, wo immerhin in dieser Hinsicht Pionierarbeit geleistet wurde, sondern überall in den sich mit Ausstellungen beschäftigenden Kreisen ist man zur Überzeugung gelangt, daß eine Beteiligung nur dann gut ist und im gewünschten Sinne wirkt, wenn der allgemeine Eindruck sympathisch ist. Beeinflußt durch eine harmonische Gesamtatmosphäre, in welcher die gegenseitige Konkurrenz der einzelnen Firmen nicht spürbar ist, läßt sich der Besucher viel eher durch die Qualität und die technischen Vorteile der ausgestellten Gegenstände überzeugen. Der günstige Eindruck, den er von der ganzen Gruppe gewinnt, wirkt sich dann zu Gunsten eines jeden auf diskrete Art genannten Ausstellers aus, der in keiner Weise seinen Verzicht auf eine laute, eigene Reklame zu bereuen hat. In der Regel läßt man die Ausstellungsgegenstände selber reden. Hilfsgegenstände, Etalagen-Apparate sind zu vermeiden. Erklärende Beschriftungen sind nur da gerechtfertigt, wo man dem Besucher tatsächlich etwas sagen muß, damit er versteht. Eine Schweizersektion muß ein einheitliches Gebilde sein. Der Besucher muß wissen und daran erinnert werden, daß er nicht nur Maschinen, Uhren oder Stoffe sieht, sondern daß diese in der Schweiz erzeugt wurden. Da wo die Errichtung eines geschlossenen Pavillons möglich ist, bildet dieses Problem keine besondere Schwierigkeit. Manchmal ist dies aber nicht der Fall. An der Internationalen Ausstellung in Barcelona 1929 war die Schweiz in sieben verschiedenen Industriepalästen vertreten. Die wünschbare Ein-



**Import- und Exportwerbung  
durch die  
Schweizerische Zentrale für Handelsförderung**

*aus der Sektion «Handel» der Abteilung «Soll und Haben»  
an der Schweizerischen Landesausstellung 1939*

*Bau: A. & E. Roth, Architekten BSA, Zürich  
Grafik: H. Kurtz SWB, Uerikon-Zürich  
Foto: H. Kurtz SWB, Uerikon-Zürich*

*Die Schweiz in Handelsbeziehungen mit allen Ländern*

*Schweizerischer Transit- und Welthandel*





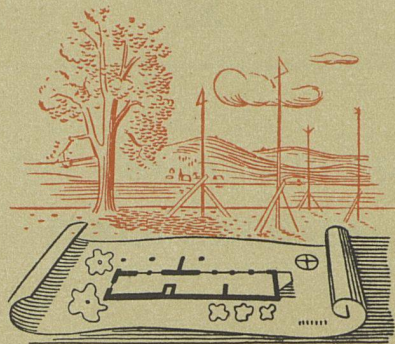
50 JAHRE

BROWN  
BOVERI



1891 - 1941





DIE  
FINANZIERUNG  
EINES NEUBAUS

---



SCHWEIZERISCHE VOLKSBANK

*Herausgeber:* Schweizerische Volksbank

*Entwurf:* Hans Kurtz, SWB, Uerikon bei Zürich

*Druck:* Rösch, Vogt & Co., Bern



die Bank dazu auch die eine oder andere nützliche Anregung machen.

## Baukredite

werden am besten mündlich nachgesucht. Zur Prüfung des Gesuchs benötigt die Bank einen Grundbuchauszug für das Bauland, den Kostenvoranschlag des Architekten und die Baupläne.

Gleichzeitig verlangt sie Aufschluß darüber, wie die Baukosten bezahlt werden sollen. Wenn der Bauherr sich darüber ausweist, daß er imstande ist, aus eigenen Mitteln einen angemessenen Teil der Kosten, und zwar wenigstens zwanzig Prozent der ganzen Bausumme mit Einschluß des Baulandes, zu decken, so kann die Bank für den Rest einen Baukredit gewähren. Bis zur Höhe der spätern ersten Hypothek bewilligt die Schweizerische Volksbank den Kredit in der Regel ohne Bürgschaft. Wird ein höherer Betrag benötigt, so ist dafür zusätzliche Sicherheit erforderlich.

## Baurechnung

Auch wo der Bauherr ohne Baukredit auskommt, wird er die Baurechnung doch gern durch die Bank führen lassen. Wenn er bei der Bank ein Konto eröffnet und alle mit dem Bau zusammenhängenden Zahlungen über dieses Konto leitet, so dienen ihm die von der Bank vierteljährlich oder auf Wunsch auch monatlich oder wöchentlich ausgestellten Kontoauszüge als bequeme Kontrolle und nötigenfalls auch als Ausweis für die Steuerbehörde.

Die Bank stellt für Baurechnungen besondere Anweisungshefte zur Verfügung. Es ist zweckmäßig, alle Bauanweisungen durch den bauleitenden Architekten visieren zu lassen. Der Bauherr ist dann sicher, daß keine Zahlungen geleistet werden für Arbeiten, die nicht tatsächlich ausgeführt und kontrolliert sind.

## Schatzung des Baues

Sobald der Rohbau fertig ist, sollte eine sogenannte Rohbauschatzung verlangt wer-



## Abzahlungen

Der Hypothekarschuldner darf es nicht als Mißtrauen empfinden, wenn die Bank Abzahlungen verlangt. Wo eine Hypothek verbürgt ist, sind Abzahlungen selbstverständlich; denn die Bürgen wollen doch mit der Zeit von ihrer Verpflichtung befreit werden. Und wenn die Bank durch erhöhte Belehnung einer Liegenschaft ohne Mehrsicherheit dem Hypothekarschuldner besonders entgegengekommen ist, so liegt es in beidseitigem Interesse, daß die Schuld durch Abzahlungen reduziert werde.

Grundsätzlich sollten überhaupt Hypotheken genau wie alle andern Schulden in regelmäßigen Raten amortisiert werden. Alle Häuser erfahren im Laufe der Jahre eine gewisse Entwertung. Der Zug zur modernen Wohnung setzt unwillkürlich den Mietwert auch gut unterhaltener älterer Häuser herab. Dieser Wertverminderung trägt die Bank bei der Festsetzung von Abzahlungen Rechnung.

Man erleichtert sich das Verzinsen und Abzahlen einer Hypothek durch Eröffnung eines Mietzinskontos bei der Bank. Auf dieses Konto werden die periodisch eingehenden Mietzinse eingezahlt, ebenso allenfalls auf den Hausbesitzer selbst entfallende Anteile, und diesem Konto können dann auf Verfall die Amortisationsraten, Hypothekarzinsen und Spesen entnommen werden.

## Zur Besprechung

all der Fragen, die mit der Finanzierung eines Neubaus oder mit einem Hypothekendarlehen zusammenhängen, steht jederzeit gerne zur Verfügung die

SCHWEIZERISCHE VOLKSBANK







heitlichkeit, sozusagen der Leitfaden durch diese getrennten Gruppen, wurde dadurch geschaffen, daß die Dekoration, die Böden, die Beschriftungen, die Vitri-  
nen und Möbel überall dieselben waren. Das Publikum wußte jedesmal, jetzt sind wir wieder in der Schweiz.

Zur Schaffung der schweizerischen Atmosphäre und Gewinnung der Besucher-Sympathie dient die Werbung für die Schweiz als Land des Tourismus und nicht zuletzt die sogenannte kulturelle Propaganda, welche einen Einblick in alle Aspekte des Schweizerlebens gewährt. Mit dieser kulturellen Werbung haben wir vor Jahren angefangen. Sie erreichte ihren Höhepunkt an den Weltausstellungen Paris 1937 mit der sehr beachteten großen Abteilung « Visages de la Suisse », und an der World's Fair New York 1939/40 mit der für das amerikanische Publikum sorgfältig ausgedachten Schau « Facts about Switzerland ». Zur kulturellen Propaganda gehört auch die Ausschmückung unseres Pavillons mit wertvollen schweizerischen Kunstwerken sowie die Beteiligung in den bei den großen Ausstellungen üblichen Sektionen der bildenden Künste.

Die ideelle und materielle Gestaltung einer Beteiligung nach den skizzierten Normen setzt die Mitarbeit weiter Kreise aus Kunst und Gewerbe voraus. Der frei oder durch einen Wettbewerb ausgewählte Architekt arbeitet anhand unserer Weisungen und des ihm vorgelegten ideellen Projektes seinen Ausführungsplan aus. Wenn dieser genehmigt ist, werden die verschiedenen genau umschriebenen Aufgaben allen weiteren Mitarbeitern übertragen, sodaß die Bauunternehmer, Grafiker, Dekorateurs, Photographen mit der Arbeit beginnen können. Jeder legt seine Ideen und Projekte vor, macht Vorschläge die überprüft werden. In jedem einzelnen Fall muß die geeignetste Darstellungsmethode gesucht und gefunden werden. In diesem Zusammenhang sei erwähnt, daß in der so viele Möglichkeiten bietenden Fotomontage vor einigen Jahren vielleicht zu weit gegangen wurde. Man ist davon abgekommen, doch bleibt die Fotografie und insbesondere die Großfotografie, für welche wir in der Schweiz einige hervorragende Spezialisten besitzen, eines der besten Ausdrucks- und Überzeugungsmittel, weil sie das Publikum, als schwer verfälschbares Dokument, immer wieder stark beeindruckt. Wenn Maschinen oder Apparate im Betrieb gezeigt werden können, so ist dies immer dazu geeignet, das Interesse des Publikums zu steigern. Doch muß es dabei eben die naturgegebene Bewegung des Ausstellungsgegenstandes selber sein, während Hilfsautomaten nur dazu neigen, die Aufmerksamkeit des Besuchers in unerwünschter Weise vom ausgestellten Produkt abzulenken.

Der Verkehr des Publikums durch die Sektion bildet ein Problem, das die volle Aufmerksamkeit der Veranstalter und des Architekten verlangt. Der Besucher muß möglichst zu allen wichtigen Gruppen geführt werden, ohne daß er sich aber in seiner Freiheit beeinträchtigt fühlt. Von den interessantesten Gegenständen

soll genügend Platz freigelassen werden, damit jegliche Stockung in der Zirkulation vermieden wird. Sehr geschätzt sind die an geeigneten Stellen vorgesehenen bequemen Sitzmöglichkeiten; sie erlauben dem Publikum, sich von dem oft ermüdenden Ausstellungsbesuch zu erholen. Ein Lesezimmer oder eine Lese-Ecke, die vorzüglich mit einer Ausstellung schweizerischer Bücher verbunden werden können, sind ebenfalls sehr zu empfehlen. Wir sind davon abgekommen, viele statistische Angaben zu machen, zum mindesten in Form von Zahlen oder langen Beschriftungen. Der Hinweis auf die Beziehungen der Schweiz mit dem Auslande, und vor allem mit dem Lande, in welchem die Ausstellung stattfindet, wirkt viel besser, wenn er in Form einer suggestiven grafischen Darstellung, ja sogar durch eine geschickte Gruppierung einiger Waren (lebendige Statistik) erfolgt. Einige Schlagwörter, sehr wenige Zahlen genügen dann, um die Sache einem jeden verständlich zu machen.

Zur allgemeinen Propaganda zugunsten der Schweiz gehören die künstlerischen und kulturellen Darbietungen, denen wir anhand der gemachten Erfahrungen eine immer größere Bedeutung beimessen. Ihre Wirkung ist eine doppelte. Einerseits lenken sie die Aufmerksamkeit des Publikums auf unsere Beteiligung und machen ihm den Besuch angenehmer, andererseits sind sie das beste Zeugnis für die geistigen Werte und die Eigenart der Schweiz. Die Wahl solcher Darbietungen muß äußerst sorgfältig getroffen werden. Unterhaltende Musik, volkstümliche Gesänge und Tänze, kurze Dokumentarfilme über die Schönheiten unseres Landes und über seine Industrien werden am besten im Schweizerpavillon selbst geboten.

Eine weit größere Bedeutung kommt aber den großen Veranstaltungen zu, bei welchen einem ausgewählten, eigens dazu eingeladenen Publikum das Beste geboten wird von dem, was in unserem Lande auf allen Gebieten der Kunst und als unseren Beitrag zum kulturellen Fortschritt geleistet wird.

Die an Ausstellungen und Messen entfaltete Propaganda wäre unvollständig, wenn sie nicht durch Publikationen unterstützt würde, welche hauptsächlich dazu dienen, die vermittelten Eindrücke für den Besucher dauerhafter zu gestalten und ihm genaue Angaben, namentlich was unsere Produktion anbetrifft, zu verschaffen. Auch auf diesem Gebiet wurde neben der rein wirtschaftlichen Propaganda auch dem Interesse des Auslandes für unsere Kultur Rechnung getragen. Neben allgemeinen Broschüren über unsere Industrie und unsere Landwirtschaft, neben Monografien über bestimmte Zweige wie die Uhrenindustrie, Textilproduktion usw., und in Ergänzung des ausführlichen Aussteller-Katalogs, der an jeder Ausstellung oder größeren Messe herausgegeben wird, werden auch allgemeine Publikationen verteilt, welche über sämtliche Fragen Aufschluß geben, die die kultivierten Ausländer und das große Publikum überhaupt in bezug auf unser Land interessieren können.