

Werbung und Werbemittel

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **20 (1960)**

PDF erstellt am: **18.05.2024**

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.

empfangen, um sie über den organisatorischen Aufbau unserer Zentrale zu orientieren und sie mit Dokumentationsmaterial zu versorgen.

Dankbar anerkennen wir die wertvolle Mitarbeit der Generaldirektionen der SBB und der PTT, des Verbandes Schweizerischer Transportanstalten, des Schweizer Hotelier-Vereins, des Schweizerischen Wirtevereins, der schweizerischen Strassenverkehrswirtschaft, der Swissair, des Schweizerischen Bäderverbandes, des Verbandes Schweizerischer Kur- und Verkehrsdirektoren u.a.m. Einen engen und fruchtbaren Kontakt pflogen wir während des Berichtsjahres mit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung in Lausanne und Zürich, mit dem Schweizerischen Fremdenverkehrsverband, mit der Stiftung Pro Helvetia, der Schweizerischen Reisekasse, den regionalen und lokalen Verkehrsorganisationen, den Reisebüros, den Sportsverbänden und mit zahlreichen kulturellen und wissenschaftlichen Institutionen.

III. Werbung und Werbemittel

I. Drucksachen und Materialdienst

Im Berichtsjahr gab die SVZ folgende Drucksachen heraus : « Sommer in der Schweiz », « Winter in der Schweiz », « Campingferien in der Schweiz », « Die Schweiz im Auto », « Schweizer Heilbäder » (mit Preisangaben), « Ferienkurse und Ferienlager in der Schweiz », « Jugendherbergen in der Schweiz », « Das schöne Schweizerland », « Die Schweiz von heute », « Auf Schweizer Alpenstrassen », « Schweizerische Winterkurorte », Merkblatt betr. neue Höchstgeschwindigkeiten für die Strassenkarte, Einlageblatt für die Broschüre « Ferienfahrt auf Schweizer Bahnen », Geschäftsbericht SVZ 1959, Neujahrskarten mit 5 verschiedenen Sujets, Menukarten in 2 Sujets, « Zehn Jahre Kollektivwerbung in USA für den europäischen Tourismus » von Direktor S. Bittel, die Ausgaben Nr. 88 bis 92 der Mitteilungen der SVZ, Faltprospekt « CH-Confoederatio Helvetica »

mit neuer Titelseite, « Private Krankenanstalten in der Schweiz » sowie die Agenturbroschüren für Brüssel, Lissabon, London, Mailand/Rom, Paris-Nice, Stockholm und Wien.

An Plakaten sind erschienen : Winterkopfplakate mit zwei verschiedenen Sujets, neue Texteingriffe in drei verschiedene Sommerplakate SVZ und für die 27. Schweizerischen Skischulleiterkurse in Villars.

Über den Umfang des im Berichtsjahr zur Verteilung gebrachten Werbematerials orientieren die nachstehenden Zahlen :

Regional- und Kurortsprospekte, Prospekte der Transportanstalten, Badeorte, Hotel- und Gaststättenführer sowie SVZ-Drucksachen. Total 10 148 550 Exemplare. Plakate der Verkehrsvereine, Transportanstalten usw. sowie SVZ-Plakate : total 233 910 Exemplare.

In diesen Zahlen ist die Abgabe von allgemein schweizerischem Werbematerial an 6643 Teilnehmer von 70 diversen Kongressen, Tagungen und Reisegruppen in der Schweiz inbegriffen.

Der Versand der obenerwähnten Drucksachen und Plakate, zuzüglich Ausstellungsgüter, Filme, Photos usw. erforderte 3727 Kisten, 1224 Postpakete und 11 242 Drucksachenpakete mit einem Totalgewicht von rund 317 Tonnen.

2. Pressewerbung und Public Relations

Mit rund tausend Veröffentlichungen — darunter in verschiedenen Sprachen herausgegebene Beiträge unseres Artikel- und Bildberichtsdienstes, sowie Meldungen unserer mehrsprachigen Presseedienste « SVZ-Nachrichten », « SVZ-Bulletin » und der monatlichen Vorberichte über kulturelle und sportliche Veranstaltungen — erreichte 1960 unsere journalistische Produktion einen neuen Höhepunkt. Neben diesen regelmässigen, zum grössten Teil für Interessenten im Ausland bestimmte Verlautbarungen, erledigte der Presseedienst etwa 350 individuelle Aufträge, von denen nur rund 50 inländischer Herkunft waren. Der Rest kam von Redaktionen, Verlagshäusern, Werbeagenturen, Radio- und Fernsehgesellschaften sowie Film- und Fotounternehmungen aus mehr als zwei Dutzend Ländern.

Am regsten war unsere Korrespondenz mit Interessenten in den USA, Grossbritannien, Deutschland, skandinavischen und latein-amerikanischen Ländern, Israel, Frankreich, der Südafrikanischen Union und Kanada. Eine starke Zunahme sowohl der schriftlichen Anfragen wie der Besucher, die unseren Presse- und Public Relations-Dienst persönlich in Anspruch nahmen, war aus Ländern wie Japan und Australien zu verzeichnen. Insgesamt betreuten wir wiederum mehrere hundert solche Besucher und machten erneut die Beobachtung, dass mit der Entfernung des Herkunftslandes das Bedürfnis nach persönlicher Beratung zunimmt. So beanspruchten verhältnismässig wenig Publizisten aus Ländern wie Oesterreich, Frankreich oder Belgien, wo gute Kenntnisse unseres Landes vorausgesetzt werden können, unsere Hilfe, während die Nord- und Südamerikaner sowie die Staatsangehörigen einiger fernöstlicher Länder relativ recht zahlreich von unseren Diensten Gebrauch machten. Das Echo, welches diese Besuche in der Weltpresse fand — soweit es sich um Journalisten handelte, die neben den Filmleuten, Radio- und Fernsehreportern und Buchautoren nur eine Kategorie der betreuten Persönlichkeiten bildete — war höchst erfreulich. Einige Namen der langen Liste von Publikationen, welche als Ergebnis unserer Bemühungen um ihre Berichterstatter während ihren Schweizer Informationsreisen Artikel, Bildberichte oder ganze Artikelserien veröffentlichten, lauten : « Esquire », « Holiday » und « National Geographic Magazine » (USA), « Excelsior » (Mexiko), « Asahi Shimbun » (Japan), « O Cruzeiro » (Brasilien), « Alwatan » (Syrien), « Kauppalehti » (Finnland) und « Reizen » (Holland).

Für 500 weitere ausländische Gäste wurden im Rahmen von Studienreisen, Erst- und Eröffnungsflügen, Kongressen und Berufsgruppenreisen, Reiseprogramme ausgearbeitet und Kontakte vermittelt.

3. Ausstellungen und Messen

Während der Berichtsperiode war die SVZ — neben der traditionellen Beteiligung an der Schweizer Mustermesse in Basel und dem Comptoir Suisse in Lausanne — an insgesamt 82 ausländischen

Ausstellungen und Messen vertreten. Auf die einzelnen Erdteile verteilt, ergibt sich folgendes Bild : Europa 54, Amerika 18, Asien 5, Afrika 4, Australien 1. Hinzu kommen die von den SVZ-Agenturen usw. betreuten Beteiligungen an Messen und Ausstellungen mehr lokalen Charakters.

4. Plakatierung

Besonders erwähnen möchten wir den Druck von zwei neuen Kopfplakaten unter dem Slogan « Die Schweiz das Winterparadies » mit photographischen Sujets von Philipp Giegel und Hans Kasser.

An der Internationalen Plakatausstellung in Tel-Aviv wurde das Winter-Plakat « Ski » der SVZ mit dem 2. Preis ausgezeichnet.

5. Schaufensterwerbung

Unseren Agenturen sowie den diplomatischen und konsularischen Aussenposten wurden — nebst ganzen Schaufensterdekorationen — insgesamt 12 000 Steller mit farbigen Schweizer Landschaften zur Verfügung gestellt mit dem Titel : « Ferien im Schweizerland ». Neben der ausgedehnten Schaufensterwerbung durch die Agenturen seien folgende Aktionen in diesem Sektor in der Schweiz erwähnt :

Acht Schaufenster der Ersparniskasse Olten dekorierten wir mit Wintermaterial von Anfang Januar bis Mitte März.

Die von Anfang Juli bis Mitte August dauernde Sommerausstellung bei der Schweizerischen Kreditanstalt an der Bahnhofstrasse in Zürich — auf 14 von Grafiker G. Miedinger gestaltete Schaufenster verteilt — wandelte das Thema « Ruf der Berge » auf suggestive Art ab und fand beim Publikum starke Beachtung. Ab Ende Dezember bis Anfang Februar standen uns diese Vitrinen wiederum für eine Winterwerbeaktion zum Thema « Höhen hell » zur Verfügung.

In den Schaufenstern des Schweizerischen Bankvereins am Paradeplatz in Zürich werben wir unter dem Slogan « Ferien im Schnee » von Mitte November bis Mitte Januar. Erwähnt sei auch die Werbeaktion « Skiland Schweiz » im Sporthaus L. Kost & Co. in Basel ab Mitte Oktober. An dem von der Römer Handelskammer und dem

« Giornale d'Italia » organisierten Wettbewerb über die besten Weihnachts-Schaufenster ist unserer Agentur in Rom für die beiden Winter-Schaufenster ein « Diploma di benemerenza, 1° assoluto di Categoria » mit Medaille zugesprochen worden.

6. Radio

Die Zusammenstellung der Manuskripte für die wöchentlichen Verkehrsmittelungen der Sender Beromünster und Sottens wurde wiederum durch uns besorgt. Seit Dezember werden die Verkehrsmittelungen mit dem Schneebericht der SBB und anderen Meldungen über Wintersport jeweils am Freitag durch das Studio Zürich in einer neuen Sendung unter dem Titel « Weekend im Schnee » ausgestrahlt.

Von den Chronisten der Wochensendung « Le rail, la route, les ailes » von Radio-Genève wurde uns eine vermehrte Berücksichtigung der Privatbahnen zugesichert.

Mit Take Aso, der vor mehr als 30 Jahren aktiver Skirennfahrer war und heute Sekretär des Organisationskomitees der Olympischen Spiele 1964 in Tokio ist, konnte ein Radiointerview über Skifahren in Japan und in der Schweiz aufgenommen werden. Der Broadcasting Foundation of America (BFA) konnten wir für ihre Serie « Portraits of Cities » die Tonbänder von Basel, Zürich und St. Gallen liefern.

7. Eigene Organe

Umfangmässig entsprach der Jahrgang 1960 der Revue « Schweiz » dem vorangegangenen. Wie in den letzten Jahren war es 1960 auch möglich, einzelne Hefte mit mehrfarbigen, von der PTT finanzierten Alpenstrassen-Beilagen auszustatten. Das Juniheft bot als Abschiedsnummer für Herrn Direktor Siegfried Bittel Gelegenheit zu einer Retrospektive über die künstlerischen Bemühungen der SVZ in der Werbung seit ihren Anfängen und zur textlichen Behandlung verschiedener touristisch-volkswirtschaftlicher Aspekte durch Persönlichkeiten der Transportanstalten, PTT und Hotellerie. Eine beson-

dere Note erhielt das Septemberheft durch kulturpolitische Betrachtungen im Hinblick auf gefährdete Landschafts- und Städtebilder. Die Auflage umfasste 1960 12 Inland- und 6 Auslandnummern, gesamthaft 270 000 Exemplare.

Unsere internen Mitteilungen der SVZ erschienen während des Berichtsjahres fünfmal. Unser Auskunftsdienst hatte wiederum zahlreiche mündliche und schriftliche Anfragen zu erledigen, die sich vor allem auf Vorschläge von Bahn- und Autotouren, Berechnung von Billettpreisen, Unterkunftsmöglichkeiten in Hotels und Privatquartieren, Privatschulen und Kinderheimen, Veranstaltungen kultureller, sportlicher und folkloristischer Art u.a.m., bezogen. Immer zahlreicher werden die Anfragen über statistische Angaben sowie nach Unterlagen für Vorträge oder Examensarbeiten über Probleme des Fremdenverkehrs. Unser Auskunftsdienst besorgte auch die Zusammenstellung des Veranstaltungskalenders für die Revue, die Herausgabe der Veranstaltungsbroschüren und der Sportstabellen für Sommer und Winter und überwacht die Redaktion und den Druck der Agenturbroschüren.

8. Film

Im Berichtsjahr sind 158 Kopien (16 mm) von Farb/Tonfilmen gezogen worden, zur Belieferung der Agenturen, der diplomatischen und konsularischen Vertretungen im Ausland, sowie für den Filmverleih im Inland. Überdies wurden für Kinovorführungen 12 Normalformat-Kopien hergestellt.

Zwei 16 mm Kodachrome-Kurzstreifen sind für « Endlosprojektion » an Ausstellungen und Messen geschaffen worden und gelangten bereits an der Mailänder Messe sowie an der Wiener Herbstmesse zur Schau.

Ein neuer 16 mm Kodachrome-Film, welcher die verschiedenen Wintersportarten und den « Après-Ski »-Betrieb beleuchtet, geht der Vollendung entgegen. Die Dreharbeiten für einen 35 mm Eastman-Color-Film, der ganz besonders die während der laufenden Wintersaison stattfindenden sportlichen Ereignisse erfassen soll, befindet sich in Arbeit. In Lichtspieltheatern in der Schweiz und in Liech-

tenstein werden während 5 Jahren unsere beiden Eastman-Color-Streifen über die Schweizer Seen im Beiprogramm gespielt. Unsere in Irland laufenden 35 mm Filme konnten ein weiteres Jahr vor ca. 150 000 Zuschauern gezeigt werden, während in Deutschland über 100 Matinees mit unseren Normalformat-Streifen veranstaltet wurden. An der X^e Semaine Internationale du Film du Tourisme in Brüssel waren die Farb/Tonfilme « *Les trains-navette* » (SBB) und « *Le Foulard rouge* » (BLS) eingesetzt. Mit unserem Filmmaterial bedienen wir bereits gegen 50 diplomatische und konsularische Posten im Ausland.

Im Schmalfilm-Verleih gelangten über 150 Filme an Vereine, Institute, ausländische Ferienkolonien, Clubs und Schulen. Filmmaterial aus unserem Archiv in Zürich steht auch ständig im Dienst der Verkehrsinteressenten und wird von bedeutenden Handels- und Industriefirmen gerne für Kongresse und Public Relations-Aktionen im In- und Ausland in Anspruch genommen. Als Beispiele erwähnen wir die Veranstaltungen des Schweiz. Verbandes Volksdienst im Kongresshaus Zürich (700 Besucher) und des Touristenvereins Naturfreunde im Festsaal des Kaufm. Vereins Zürich (300 Besucher aus allen umliegenden Nationen) sowie die Public Relations-Aktionen der Firma Laurens SA, der « Pro Radio-Television » und der Reiser & Curioni SA in Lima. Auch in den staatlichen Bildungszentren in Australien und Neuseeland, sowie in den Universitäten in Südafrika und Canada zirkulieren SVZ-Filme. Universitäts-« Film-Libraries » in den USA stehen z.B. 70 Kopien des Filmes « *Village of Switzerland* » zur Verfügung.

9. Vortragswesen

Wir bedienten mehrere Schweizer Studenten, die während ihren Studienaufenthalten in USA mit Vorträgen für unser Land warben, mit Farbdias aus unseren Beständen. An der « IKONA », Photo- und Kinoausstellung in Köln, zeigte eine Zürcher Firma in speziellen Schaukästen 170 Farbdias mit Schweizer Motiven. Bei den folgenden Organisationen waren wir eingeladen, Filmvorträge zu halten :

Institut auf dem Rosenberg, St. Gallen, Sanatorium Wolfgang, Davos, Niederländische Skivereinigunq, Den Haag, Ski Club of Great Britain, London, London Winter Sports Centre, London.

10. Photodienst

Für die Agenturen, die in- und ausländische Presse sowie für die diplomatischen und konsularischen Vertretungen im Ausland, sind in unserem Labor rund 23 500 photographische Vergrößerungen, hauptsächlich in den Formaten 18×24 und 24×30 cm, hergestellt worden.

Die Agenturen erhielten 15 Serien von durchschnittlich 15 Sujets aus noch unveröffentlichten Photographien, die in programmässiger Aufnahmetätigkeit und durch Reportagen in Zusammenarbeit mit Presse und Revue erstehen konnten. Als Beispiele seien lediglich die Bildreportagen über das Welttheater in Einsiedeln, die SBB-Bauanlagen Bern und Baden, die Schweizerischen Trachtentage in Sitten, erwähnt. Besondere Erwähnung verdient auch die Bildkollektion über Sport und Spiel sowie die Alpen- und Gletscherflug-Serie, die für eine neue touristische Attraktion in der Schweiz wirbt.

Dank der tatkräftigen Mitarbeit des Redaktors der Revue « Schweiz » waren wir in der Lage, den Agenturen rund 2500 Farbdiapositive 6×6 cm (Sommer und Winter) permanent zur Verfügung zu stellen. Die ausländische Presse kann somit fortan durch unsere Agenturen direkt und auch sehr rasch bedient werden.

Eine grosse Zahl in- und ausländischer Journalisten und Redaktoren sowie Bücher- und Zeitschriftenverleger hat sich wiederum gern des Materials bedient, das in unserer Photo- und Cliché-Ausgabestelle zur Verfügung steht.

11. Besondere Aktionen

Erstflüge, Studien- und Gruppenreisen

Zwischen dem 14. Mai und 9. Juni wurden anlässlich des ersten Einsatzes von Strahlflugzeugen durch die BEA und die Swissair vier Gruppen von Journalisten, offiziellen Persönlichkeiten und Reise-

bürodirektoren betreut, nämlich drei aus Grossbritannien und eine aus Polen. Die SVZ übernahm ferner die gesamte Reiseorganisation und die Gestaltung des Ausflugsprogramms für den vom 2. bis 7. Mai in Bern tagenden Kongress der Internationalen Journalisten-Föderation, dem rund 150 Journalisten und Funktionäre von Presseverbänden aus aller Welt beiwohnten. Für Reisebürofachleute aus Holland, Deutschland, Grossbritannien und Frankreich wurden zwischen dem 19. Januar und 9. Oktober sechs Studienreisen mit je 12 Teilnehmern organisiert. Während der ersten vier Monate des Jahres waren als Vertreter einer Gruppe von etwa 400 amerikanischen Zeitungen und zwei grossen Familienzeitschriften insgesamt 30 « Junior Reporters » und ihre 6 erwachsenen Reiseleiter bei uns zu Gaste. Für neun Journalisten aus Israel gestalteten wir im November den touristischen Teil einer Schweizer Informationsreise. Auf Einladung des Schweizerischen Wirtvereins besuchte je eine Delegation von prominenten Mitgliedern der « Restaurant Association of America » und des Gaststättenverbandes des Staates New York in Begleitung von Fachjournalisten im Frühling und Herbst unser Land, wo in Zusammenarbeit mit uns, den örtlichen Verkehrsvereinen und anderen Instanzen Empfänge und Besichtigungsprogramme organisiert wurden. Im September gestalteten wir den touristischen Teil einer Informationsreise von 15 prominenten amerikanischen Journalisten, die auf Einladung des Uhrenfabrikantenverbandes in die Schweiz kamen.

Berlin stand vom 16.-20. Juni im Zeichen der Schweiz. Am « Grossen Tag » wirkten die Zürcher Stadtmusik sowie folkloristische Gruppen aus der Schweiz mit. Die Reisebüro-Vitrinen am Kurfürstendamm waren mit Schweizer Dekors ausgestattet. Ein Farbdia-Wettbewerb mit 8 Schweizer Motiven wurde in 100 Fotogeschäften Süddeutschlands in Zusammenarbeit mit der ANSCO Darmstadt vom 28. Mai bis 16. Juni durchgeführt als Fortsetzung der im Monat April gestarteten Aktion in Norddeutschland.

Auf Veranlassung der Bundesbehörden und verschiedener Organisationen übernahmen wir Ende September den Empfang von 25 Vertretern führender Presseorgane der sieben EFTA-Länder und

ermöglichten ihnen einen mit einer Gletscherlandung auf Rosa Blanche verbundenen Alpenflug.

Unter dem Motto « 22 × Schweiz » organisierte das Warenhaus Jelmoli in Zürich in Zusammenarbeit mit der SVZ vom 23. Juli bis 15. August eine grosse Ausstellung. Im Rahmen dieser Schau war jedem Kanton ein Schaufenster, dekoriert mit Wandbild, farbigen Dias und Photos, heimatkundlichen Gegenständen u.a., gewidmet. Diese Schaufensterreihe, eine lebendige Darstellung des Slogans « Die kleine Schweiz — das grosse Reiseland », wurde in der Presse lebhaft kommentiert und vom Publikum sehr gut aufgenommen.

Zur Förderung des Verkaufs von Schweizer Qualitätsuhren hat die New Yorker Vertretung der « Fédération Suisse des Associations de Fabricants d'Horlogerie » in Zusammenarbeit mit der SVZ und der Swissair eine gross angelegte Presse- und Radiokampagne in den USA und Kanada inszeniert. Diese Werbung lief unter dem Titel « Vacations in Switzerland Contest ». Das zur Verfügung stehende Budget betrug \$ 300 000.—.

Die Firma Knorr führte einen Wettbewerb in ganz Grossbritannien durch. Als erster Preis wurden 14 Tage Gratisferien in der Schweiz für die beste Schaufensterauslage ausgesetzt. Touristische Plakate wurden sehr oft als Dekorationsmittel verwendet und ein Prospekt in einer Auflage von 100 000 Exemplaren verteilt.

Eine äusserst wirksame Schaufensterausstellung in unserer Agentur New York konnte in Zusammenarbeit mit der Swiss Fabric Group errichtet werden. Das Dekor mit Kreationen der schweizerischen Textilindustrie zog nicht nur täglich eine grosse Zahl von Passanten an, sondern löste auch lebhaftere Kommentare aus.

IV. Werbegebiete

1. Hotellerie

Während des Berichtsjahres verteilte die SVZ durch ihre Agenturen und direkt rund 250 000 Exemplare des Schweizer Hotel-Führers 1960/1961 und zwar 168 850 Exemplare der französisch/engli-