Werbung und Werbemittel

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **30 (1970)**

PDF erstellt am: **04.06.2024**

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Werbung und Werbemittel

Drucksachen und Materialdienst

Im Berichtsjahr wurden 82 verschiedene Broschüren, Prospekte und andere Imprimate neu oder in überarbeiteter Form herausgebracht; nach Sprachvarianten gezählt waren es 125. Gesamtauflage: 1,9 Millionen Exemplare in zwölf Sprachen.
Davon wurden für die SVZ-Aktion im Rahmen des 2. Internationalen Jugendorchester-Festivals in der Schweiz 18 verschiedene Imprimate in einer Gesamtauflage von 309 940 Exemplaren gedruckt (im nachfolgenden Verzeichnis separat aufgeführt).

Broschüren		
Auberges historiques et châteaux-hôtels en Suisse	französisch	10 000 Ex.
und Beilageblatt mit Preisangaben	französisch	8 000 Ex.
Bergführertarife		
für eine Auswahl von Hochtouren in den Schweizer Alpen	deutsch/franz./engl./ital.	16 000 Ex.
Ferienkurse und Ferienlager in der Schweiz	deutsch/franz./engl./ital.	24 000 Ex.
Glückwunschkarten zum Jahreswechsel gleichzeitig vierfarbige Sujets für Umschläge	deutsch/franz./engl./ital./ span./dänisch/schwedisch/ holländisch/flämisch	34 000 Ex.
Informationsbroschüre für die Agenturen New York und San Francisco		
Travel Tips for your Holidays in Switzerland	englisch	100 000 Ex.
Informationsbroschüre für die Agentur Amsterdam		
Reisinlichtingen voor Zwitserland, Sommer- und Winterausgabe	holländisch	45 000 Ex.
Informationsbroschüre für die Agentur London		
Hints for your Holidays in Switzerland	englisch	30 000 Ex.
Informationsbroschüre für die Agentur Wien		
Kleiner Ratgeber für Ihre Schweizerreise	deutsch	15 000 Ex.

29. Jahresbericht der Schweizerischen Verkehrszentrale	deutsch/französisch	2 400 Ex.
Kinderbetreuung an Ferienorten	deutsch	3 100 Ex.
La Suisse à Paris Informationsbroschüre über die neue SVZ-Liegenschaft an der Rue Scribe 11 bis	deutsch/französisch	500 Ex.
Motelliste 1970 Verzeichnis sämtlicher Motels in der Schweiz	deutsch/franz./engl./ital.	40 000 Ex.
Großprospekt «Schweiz», Neuausgabe	dänisch	10 000 Ex.
Großprospekt «Schweiz», Neuausgabe	norwegisch	10 000 Ex.
Großprospekt «Schweiz», Nachdruck	englisch holländisch	25 000 Ex. 5 000 Ex.
Schweizerkarte, Nachdruck	deutsch/englisch französisch/italienisch	16 500 Ex. 9 000 Ex.
Ski d'été en Suisse	französisch	650 Ex.
Summer skiing in Switzerland	englisch	1 150 Ex.
Tragtaschen mit Plakat- und Inseratensujet «Bergluft macht schlank»	deutsch/englisch	10 000 Ex.
Unterkunftsverhältnisse für Studenten in den Universitätsstädten der Schweiz, überarbeitete Neuauflage	deutsch/franz./englisch	10 000 Ex.
Streuprospekt «Schweiz» unveränderter Texteindruck in Blankovordrucke	englisch spanisch	10 000 Ex. 30 000 Ex.
Kurorte ohne Autoverkehr	deutsch	1 000 Ex.
Billettaschen für die Agenturen, Nachdruck	deutsch/franz./englisch	60 000 Ex.

Veranstaltungen in der Schweiz, Sommer	deutsch/franz./engl./ital.	37 000 Ex.
Veranstaltungen in der Schweiz, Winter	deutsch/franz./engl./ital.	37 000 Ex.
Vierfarbige Umschlagvordrucke für diverse Broschüren und Reiseangebote ausländischer Tour-Operators		410 000 Ex.
Zahlreiche Drucksachen für Hauptsitz und Agenturen Schneeberichte, farbige Dokumentationsmappen, Presse- und touristische Mitteilungen in diversen Sprachen, Programme für Sonderaktionen, Plakat-Leporello, Briefpapier und Köpfe usw.		186 580 Ex.

Bedeutende *Vorarbeiten* wurden für folgende, erst 1971 erscheinende Publikationen geleistet: «Les pionniers suisses de l'hôtellerie» (200 Seiten, drei Sprachausgaben); «Traditions et fêtes populaires suisses» (in drei Sprachen); «Switzerland where the World meets» (Verzeichnis über die Kongreßmöglichkeiten in der Schweiz, achtsprachig); «Schweiz» (neue, vierfarbige Broschüre für die Landeswerbung, mindestens zehn Sprachen); «Ferienorte der Schweiz» (zweite, überarbeitete Ausgabe in acht Sprachen); «Die Schweiz von heute» (Neubearbeitung).

Publizitätsmaterial
für das 2. Internationale Jugendorchester-Festival:

Generalprogramm des 2. IFYO informiert über alle Konzerte in St. Moritz und der übrigen Schweiz	englisch	30 000 Ex.
Dreifarbiger Programm-Umschlagvordruck mit SVZ-Festivalsignet und SVZ-Plakatsujet auf Rückseite		33 000 Ex.
Brief- und Vervielfältigungspapier, Mitteilungsformulare, mit SVZ-Festivalsignet	deutsch/franz./engl./ital.	200 000 Ex.

Ansteckbuttons mit SVZ-Festivalsignet
für gesamtschweizerische Aktionen 1 500 Ex.

Anhängeetiketten
für den Transport von Instrumenten und Gepäckstücken englisch 3 250 Ex.

Diverse Programme und Einladungen, Rückantwortkarten
für Pressekonferenzen, Eröffnungs- und Abschiedskonzert
sowie Dokumentationen 3 300 Ex.

Plakate
Bergluft macht schlank (2farbiges Photoplakat), Format 64 × 102 cm, in 8 Sprachen. Auflage 12 000 Ex.
Ostschweiz/Säntis (4farbiges Photoplakat), Format 64 × 102 cm, in 8 Sprachen. Auflage 15 000 Ex.
Kaplaneihaus in Zermatt (5farbiges Photoplakat), Format 64 × 102 cm, in 9 Sprachen. Auflage 10 000 Ex.
Schweizerberg. Nachdruck der orangefarbigen Version. Auflage 3000 Ex.
Vierwaldstättersee. Nachdruck in 3 Sprachen. Auflage 8000 Ex.
Landwasserviadukt. Nachdruck in 3 Sprachen. Auflage 8000 Ex.
Villars. Nachdruck in 3 Sprachen. Auflage 8000 Exemplare.
Snow-Beach (Kopfplakat). Nachdruck. Auflage 6000 Ex.
Wandern (Kopfplakat). Nachdruck. Auflage 6000 Exemplare.
Dampfschiff. Texteindruck in diversen Sprachen. Auflage 3500 Ex.
Curler. Texteindruck des deutschen Slogans. Auflage 2600 Ex.
Skiveteran. Texteindruck in diversen Sprachen. Auflage 3500 Ex.
St. Petersinsel. Texteindruck Ligerz–Tessenberg-Bahn. Auflage 500 Ex.
Plakate, welche zur Werbung für das Jugendorchester-Festival geschaffen und eingesetzt wurden:
Farbiges Photoplakat «Kontrabassist». Weltformat, in 4 Sprachen und neutral. Auflage 5400 Ex.
Grafisches Kopfplakat mit SVZ-Festivalsignet. Weltformat, in 4 Sprachen; zum Eindrucken der Konzertprogramme und IFYO-Informationen. Auflage 5500 Ex.
Grafisches Kopfplakat. Format A3, in 4 Sprachen. Auflage 7000 Ex.
Farbiges Photoplakat «Kontrabassistin». Format 64 × 102 cm, 2 Farbvarianten (silber und ocker) und je 4 Sprachen; Auflage 7000 Ex.

Photoplakat «There's music in the air in Switzerland». Format 64 × 102 cm, 2 Varianten für den Aushang in der Schweiz beziehungsweise im Ausland. Auflage 7800 Ex.

Plakataushang in der Schweiz
Januar: (Werbung für Winterferien). Aushang von 360 Plakaten in Stadt und Kanton Zürich.
April: (Werbung für Sommerferien). Gesamtschweizerischer Aushang (2600 Plakate).
April: Spezialaushang während der Muba (29 Plakate).
Mai bis Oktober: Aushang verschiedener Plakate auf den Schiffen der Compagnie Générale de Navigation sur le Lac Léman.
August: Spezialaushang im Rahmen des IFYO in Zürich und Umgebung für das gesamtschweizerische Jugendorchester-Festival und das Abschlußkonzert in der Tonhalle Zürich (1100 Plakate).
Oktober: (Werbung für Winterferien). Gesamtschweizerischer Aushang (3300 Plakate).
November: (Werbung für Winterferien). Erweiterter Aushang in Stadt und Kanton Zürich (360 Plakate).
Januar bis Mai und Oktober bis Dezember: Spezialaushang von 6 Plakaten am General Guisan-Quai, Zürich.

Plakataushang im Ausland
Über die einzelnen Aktionen orientieren die Berichte der Agenturen.

Prämiierungen
Das Plakat «Bergluft macht schlank» von Philipp Giegel wurde im großen Wettbewerb des Erwin Jaeger-Verlags in Darmstadt (Herausgeber des bekannten Fachorgans «Der Fremdenverkehr») mit dem ersten Preis, der «goldenen Reisekutsche», ausgezeichnet.
Das gleiche Plakat wurde vom Eidgenössischen Departement des Innern prämiiert und erhielt die Qualifikation: «Eines der besten Plakate des Jahres 1969».
Am Wettbewerb für touristische Plakate in Cordoba wurde das Plakat «Näfelser Schlachtenbanner» mit einer «Mención» ausgezeichnet.

Schweizer Plakatwettbewerb SVZ/ASG
Abgeschlossen wurde auch die erste Phase des gesamtschweizerischen Plakatwettbewerbes 1970/71, den wir in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft der Schweizer Grafiker-Verbände im Rahmen der Aktionsreihe «Grafik heute» durchführen. Von diesem Wettbewerb, an dem sich alle hauptberuflich tätigen Schweizer Grafiker beteiligen konnten, erhofft man sich neue Impulse für das schweizerische Plakatschaffen, vor allem jedoch für die touristische Affiche. Das gestellte Wettbewerbsthema – «die junge Schweiz» – fügt sich sinnvoll in die übrigen geplanten Werbemaßnahmen des neuen Aktionsprogramms zugunsten der reisenden Jugend ein.

Leuchtwanderschriften
12.–18. Januar in Zürich für Winterferien.
28. Mai bis 1. Juni während der DIDACTA in Basel für Sommerferien.
15.–30. August in Zürich für das Abschlußkonzert des 2. IFYO.

Materialdienst
Unser Materialdienst versandte
2150 Kisten und Container
6585 Drucksachenpakete und
2086 Postpakete
mit touristischem Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und schweizerischen Verkehrsinteressenten im Gewicht von 543 Tonnen.

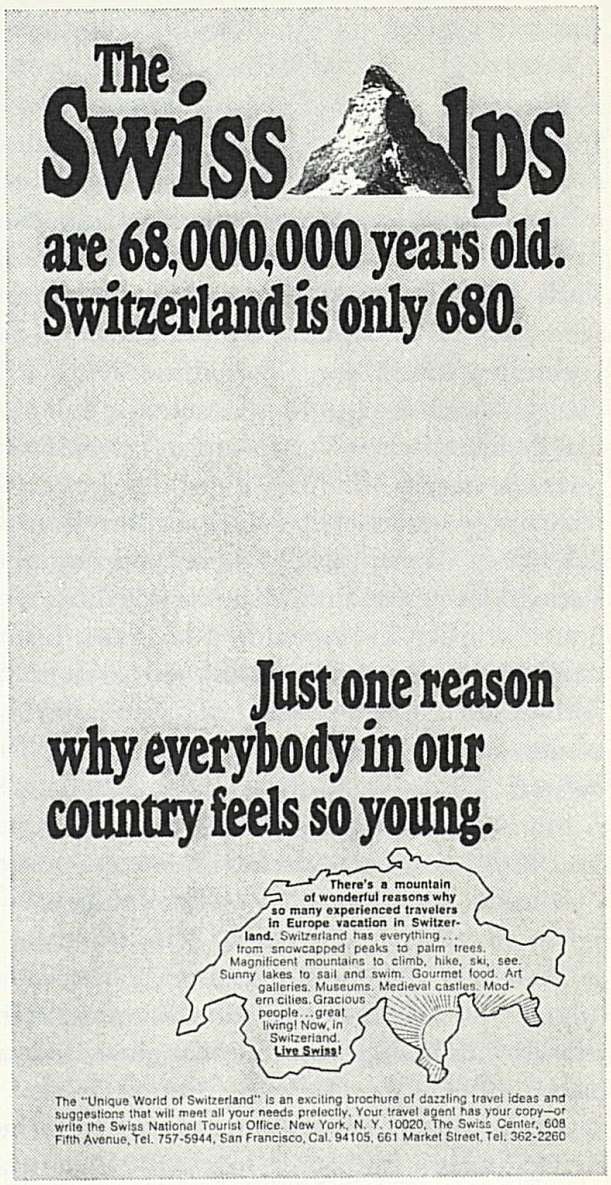
Inserate

Grundsätzlich haben Agenturen und Hauptsitz für ihre Anzeigenwerbung die im Vorjahr eingesetzten Sujets mit den Slogans «Höchste Zeit für Ferien in der Schweiz», «Le temps des vacances – l'heure de la Suisse» usw. erneut verwendet. Dank dieser Kontinuität ließen sich trotz kleiner Erscheinungsfrequenzen gute Werberesultate erzielen. Obschon die Agenturen über Clichés oder reproduktionsfertige Druckunterlagen verfügten, stellte die Produktionsabteilung je nach Bedarf eine ganze Anzahl neuer Vorlagen, insgesamt 82, her, meist für ganzseitige Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften und Fachblättern des In- und Auslandes. «Festival 1970» der Association Européenne des Festivals de Musique, «Sunday Times Johannesburg», «Connaissance des voyages», «La vie du rail», «Jorden Runt», «UIOOT World Travel», «Revista tecnica», «Swiss Review of World Affairs» usw.)
Im Herbst erschienen die *ersten neuen Inserate* unter dem Leitmotiv «Die Schweiz für die Jungen zwischen 70 und 7», «Die Schweiz – jung mit ihren Gästen», «Soyez jeune – restez jeune», «La Svizzera – il Paese per i giovani di ogni età» usw. und leiteten damit eine neue Werbethematik ein. Einen vielbeachteten Auftakt bildete das ganzseitige Inserat auf dem Umschlag des «Schweizer Hotelführers». Bis Ende Jahr wurden den Agenturen alle Unterlagen für die neuen Insertionskampagnen (Sommer- und Winterwerbung) geliefert.
Zusätzlich zu dieser «normalen» Anzeigenwerbung wurde eine ganze Reihe von *Spezialaktionen* durchgeführt, die erste sofort nach Aufhebung der Devisenrestriktionen für alle britischen Touristen. Der Slogan «£ 300.–.– / enjoy your new freedom from currency restrictions in Switzerland» in der britischen Tagespresse hatte guten Erfolg, wie das rapide Ansteigen der Übernachtungszahlen zeigte.
Es folgten zwei *Inlandkampagnen,* die erste im Rahmen des 2. Internationalen Jugendorchester-Festivals in der Schweiz (Werbung für das «fest-

liche Abschiedskonzert» in der Tonhalle Zürich), die zweite im Rahmen des Naturschutzjahres in Zusammenarbeit mit den SBB, der Reisekasse und dem Schweizerischen Bund für Naturschutz. Unter dem Motto «Auf in die Natur – einfach für retour» offerierten 88 Inserate den Lesern von 44 Zeitungen herbstliche Wanderungen mit Fahrvergünstigungen in unberührte Landschaften der Schweiz.

Zur *Belebung der Frühwintersaison* führten wir mit Unterstützung der SBB in der Bundesrepublik Deutschland eine größere Anzeigenkampagne mit den folgenden Slogans durch: «Winterferien in der Schweiz – noch schöner mit der Bahn», «Die Schweiz für die Jungen* zwischen 70 und 7», (* «jung, gesund und fit mit den Frühwinter-Skikursen in der Schweiz», «Maxiferien auf Miniskis – in der Schweiz»). Es wurde vereinbart, diese SVZ/SBB-Gemeinschaftsaktion auch im kommenden Jahr, diesmal aber für die Herbstferienwerbung, durchzuführen.

Ende Jahr konnten die Vorarbeiten für die geplante *größere Insertionskampagne 1971 in den USA* abgeschlossen werden. Alle Entwürfe, Layouts und Textvorlagen wurden von der Produktionsabteilung des Hauptsitzes ausgeführt. Mit der Headline «The Swiss Alps are 68 000 000 years old. Switzerland is only 680. Just one reason, why everybody in our country feels so young» wird auch hier wieder das Motto des neuen SVZ-Werbeprogramms aufgenommen.



Pressewerbung und Public Relations

Presseartikel- und Bildberichtdienst

Im Rahmen der monatlich in deutscher, französischer und englischer Fassung erscheinenden «Nachrichten aus der Schweiz», «Nouvelles de Suisse», «Switzerland News» wurden im Jahre 1970 insgesamt 550 Pressemeldungen touristischen Inhalts in der in- und ausländischen Presse verbreitet. Dank der Übernahme dieses Pressedienstes durch die Informationsdienste einer Reihe von diplomatischen Vertretungen der Schweiz erreichten unsere Meldungen auf der ganzen Welt schätzungsweise 40 000 Schlüsseladressen wie Redaktionen, Radio- und Fernsehprogrammleiter, Verlagshäuser und Publizisten. Zusätzliche Aktualitäten wurden in insgesamt 196 Presse-Informationsblättern zusammengefaßt. Auf diesem Wege verbreitete unser Pressedienst über unsere Auslandagenturen weitere 870 touristische Pressenotizen. An die in der Schweiz etablierten Nachrichtenagenturen gingen 90 Telexmeldungen in deutscher und französischer Fassung. – Die als «Grüne» bekannten SVZ-Mitteilungen – sie gehen unter anderem an die Mitglieder der eidgenössischen Räte und enthalten Zusammenfassungen der Tätigkeits- und Situationsberichte unserer Auslandagenturen und andere Fachinformationen über den Fremdenverkehr im In- und Ausland – erschienen in neuer aufgelockerter Form in einer Auflage von je 1500 Exemplaren als Quartalsberichte. – In den dreisprachig (neuerdings in einzelnen Fällen auch in italienischer und spanischer Fassung) herauskommenden Artikeldienst wurden 101 neue Aufsätze aufgenommen. An Bildberichten mit kurzen erläuternden Texten über schweizerisches Brauchtum usw. erschienen in deutscher, französischer und englischer Fassung 36 Reportagen. Damit ergibt sich für das Berichtsjahr die Gesamtzahl von 1647 Publikationen.

Anläßlich ihres 25jährigen Bestehens hat die Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT) mit Sitz in Genf eine Sondernummer ihrer Fachzeitschrift «World Tourism—Tourisme mondial» herausgegeben. Die Schweiz war in dieser Publikation mit einer Glückwunschbotschaft von Bundespräsident H. P. Tschudi und einem Artikel des SVZ-Direktors vertreten. Das Heft ging an alle Verkehrszentralen der Welt; die SVZ hat es außerdem einer Reihe von Verkehrsinteressenten im Inland zugestellt.

Betreuung von ausländischen Publizisten, Gruppen und Persönlichkeiten

Im Jahr 1970 betreute der Hauptsitz der SVZ in Zürich insgesamt 2697 publizistisch tätige oder für unsere Auslandwerbung im allgemeinen wichtige Gäste. Diese Besucher, für die Reiseprogramme ausgearbeitet, Interviews vermittelt oder lediglich Dokumentationen und Willkommensgeschenke vorbereitet wurden, kamen aus insgesamt 44 Ländern. Unter ihnen befanden sich,

zum Teil auch als Gäste des Eidgenössischen Politischen Departementes und der Stiftung Pro Helvetia, Journalisten und Journalistengruppen, Fernseh- und Filmmannschaften, Gewinner von Wettbewerben, Buch- und Drehbuchautoren, Radio- und Fernsehkommentatoren, wissenschaftliche und politische Publizisten, Vortragsredner und Studentengruppen. Die Heimatländer dieser Besucher lassen sich zahlenmäßig wie folgt gliedern: Frankreich (812), Großbritannien (532), USA (295), Deutschland (270), Spanien (176), Holland (86), Italien (85), Belgien (51), Norwegen (47), Österreich (44), Israel (34), Jugoslawien (32), Kanada (29), Schweden (28) und Argentinien (17). Die nächstfolgenden sechs Ränge belegten: Japan (15), Dänemark (15), Luxemburg (13), Polen (13), Libanon (12) und die Tschechoslowakei (11). Einige der bedeutenden Publikationen, Fernseh- und Radiosendungen, zu welchen man redaktionelle Vertreter in die Schweiz entsandt hatte, waren, in chronologischer Reihenfolge: «The Times of India» (Bombay), «The Daily Telegraph» (London), ORTF (Paris), «Look» (New York), «Blanco y Negro» (Madrid), «Il Mattino» (Neapel), «Examiner & Chronicle» (San Francisco), Radio KRO (Amsterdam-Hilversum), «The Observer» (London), «Il Messaggero» (Rom), «The Sun-Times» (Chicago), «La Revue des deux Mondes» (Paris), «Morgenbladet» (Oslo), «La Prensa» (Buenos-Aires), «Rundschau» (Frankfurt a.M.), «Time & Life» (New York), «Politiken» (Kopenhagen), «Het Laatste Nieuws» (Brüssel), «Handelsblatt» (Düsseldorf), «Jornal do Commercio» (Rio de Janeiro), «Elseviers Weekblad» (Amsterdam), Norddeutscher Rundfunk (Hamburg), Radio WOR (New York), «Financial Times» (London), «Nihon Keizai Shimbun» (Osaka), «Expansion» (Paris), «Daily Express» (London), «Helsingin Sanomat» (Helsinki), «Expressen» (Stockholm).

Photodienst

Aufnahmetätigkeit der Photographen
Landschafts- und Ortschaftsaufnahmen
Winter: Skigebiete Arosa, St. Moritz, Anzère, Zermatt.
Sommer: Drei-Seen-Fahrt (Bieler-, Neuenburger- und Murtensee), Simmental, Saanen, Col du Pillon, Les Diablerets, Col des Mosses, Vals, Schuls-Tarasp-Vulpera, St. Moritz, Arosa, Goms, Riederalp, Verbier, Champex, Sommerskilaufen Zermatt, Andermatt, Furka, Grimsel, Urmiberg, Rigi, Heilbad Zurzach, Genf.

Aktualitäten im Bild
Risottoessen – ein Fastnachtsbrauch im Tessin, Mehrzweckhallenbad in Crans/Wallis, Muba Basel, Landsgemeinde in Glarus, SVZ-Mitgliederversammlung in Basel, Besuch des Lord Mayor of London in der Schweiz, 2. Internationales Jugend-

orchester-Festival in St. Moritz und Zürich, Eröffnung des neuen SBB-Buffet im Bahnhof Bern, Comptoir in Martigny, G.I. Silver Anniversary (Amerikanische Urlauber kehren nach 25 Jahren in die Schweiz zurück), Comptoir Suisse in Lausanne, Shop-Ville Zürich, Standaufnahmen anläßlich der Dreharbeiten des SVZ-Filmes «Ski for you».
Das Resultat dieser Photoreportagen waren 1750 Schwarzweiß-Negative für unser Archiv sowie 2500 Farbendiapositive 6×6 cm, die größtenteils sogleich unseren Auslandagenturen zur Verfügung gestellt wurden.

Arbeiten im Photolabor
Die Jahresproduktion an Vergrößerungen betrug 45 000 Stück und verteilte sich wie folgt:
42 080 im Format 18×24 cm zur Bedienung der SVZ-Agenturen, der In- und Auslandpresse, der diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz im Ausland, zur Illustration von Büchern und als Vorlage für Schaufensterdekorationen;
840 im Format 18×24 cm bis 1×1 m für den SVZ-Ausstellungsdienst;
930 im Format 18×24 cm bis 40×50 cm für die SVZ-Revue «Schweiz»;
1150 im Format 18×24 cm bis 1×1 m für die SVZ-Produktionsabteilung.
Außerdem wurden 530 Sachaufnahmen für die verschiedenen Abteilungen hergestellt.

Vier Plakate («Blick vom Säntis ins Toggenburg», «Kaplanei in Zermatt», und zwei Photoplakate für das 2. Internationale Jugendorchester-Festival) konnten auf Grund eigener Aufnahmen und Vorarbeiten durch unsere Photographen gestaltet werden.

Auswertung der Photographie durch die Ausleihstelle
Die erwähnten 42 080 Vergrößerungen umfaßten unter anderem folgende Serien:

Bildberichte, das heißt Bildreihen mit Kurzartikeln in drei Sprachen
Fastnacht in Sursee, 100 Jahre Schiffahrtsgesellschaft auf dem Vierwaldstättersee, Mehrzweck-Hallenbad in Crans/Wallis, Kuhkämpfe auf hoher Alp, Farbenfenster von Marc Chagall im Fraumünster Zürich, Eröffnung von neuen Hallenschwimmbädern in Hotels, Skiwandern vor den Toren der Städte, Langlaufschulen in der Schweiz, Mini-Ski-Methode für Anfänger, Wildwasserfahrten im Winter, Schweizer Skiwinter – Gepflegte Skipisten, Schweizerische Krippenfiguren, Julianischer Silvester in Urnäsch.

Photodokumentationen mit Bildlegenden in drei Sprachen
Sommer-Werbeserie 1970 mit 76 Aufnahmen, Heilbäder der Schweiz mit 70 Aufnahmen, Jung sein – jung bleiben in der Schweiz, mit 25 Aufnah-

men, Winter-Werbeserie 1970/71 mit 80 Aufnahmen.
Als besondere Aktion ist die mit total 6450 Photos durchgeführte Werbung für das 2. Internationale Jugendorchester-Festival zu erwähnen.
1150 Einzeldokumentationen mit Schwarzweiß- oder Farbaufnahmen zur Illustration von Büchern, Zeitungsartikeln, Filmlehrstreifen, Ausstellungen und Schaufensterdekorationen wurden nebst der serienmäßigen Bedienung unserer Auslandagenturen zusammengestellt.
In Japan, Hongkong und Korea druckten Vertretungen von Schweizer Firmen für ihre Kunden im Fernen Osten drei Kalender 1971 in Auflagen von 150 000 bis 172 000 Stück; wir hatten ihnen je 13 Farbendiapositive leihweise zur Verfügung gestellt.
Sechs ausländische Schulbücher zur Erlernung der deutschen Sprache wurden mit unserem Photomaterial illustriert; es vermittelt den Jugendlichen – den Gästen von morgen – ein Bild der Schweiz.
Am Photowettbewerb des ASTA-Kongresses in Amsterdam erhielt die SVZ auch dieses Jahr wieder ein «Certificate of Merit» für den wirkungsvollen Einsatz der Photographie in der Reisewerbung.

Schaufensterwerbung

Für eine Werbeaktion des Schweizerischen Bäderverbandes wurde ein Schaufenstersujet für Apotheken entworfen.
In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Bankverein entstanden zwölf Sujets «Die Schweiz – jung mit ihren Gästen» mit Schwarzweiß-Zeichnungen von Peter Kunz. Diese Schaufenster werden in allen Filialen des Bankvereins im Laufe des Jahres 1971 gezeigt.
2000 Kartonsteller für Schaufenster mit Sujets aus unserem früheren Kunstkalender wurden an die Agenturen verschickt.
1000 Plexiglas-Sujets mit farbigen, plastisch wirkenden Landschaften wurden in 8 Sprachen ausgeführt und an die Agenturen verschickt.
Das Transitrestaurant im Flughafen von Zürich, das als eine Art «Schaufenster der Schweiz» angesehen werden darf und das hauptsächlich von durchreisenden Ausländern besucht wird, wurde mit einem großen Schwarzweiß-Dia (30 × 2,7 m) und mehreren alten Flugmaschinen aus Eisen dekoriert.
Weiter entstanden im grafischen Atelier Umschläge und Illustrationen zu Prospekten und Programmen sowie Vignetten zu Broschüren.

Ausstellungen und Messen

Die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung hat ein Fünfjahresprogramm für Messen und Ausstellungen im Ausland ausgearbeitet, das in acht Weltregionen aufgeteilt ist. Darin wird dokumentiert, daß der Schwerpunkt ihrer Bemühungen in Ländern und Kontinenten liegt, die für das Reiseland Schweiz vorläufig von sekundärer Bedeutung sind. Deshalb hat sich die SVZ nur an einigen wenigen Messen in Zusammenarbeit mit der SZH beteiligt. Dagegen haben wir in Zusammenarbeit mit unsern Agenturen ein recht umfangreiches Ausstellungsprogramm in touristisch interessanten europäischen Ländern durchgeführt. Besondere Beachtung fanden die mannigfaltigen Ausstellungen im Swiss Centre London sowie der Swiss Fair in Zusammenarbeit mit verschiedenen Verkehrsinteressenten unseres Landes.

Ausland
In Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung:
Johannesburg, 24. März bis 6. April:
Rand Easter Show, in Zusammenarbeit mit der Swissair
Mailand, 14.–25. April:
Internationale Messe, mit Auskunftsstand
Osaka bzw. Tokio, 21.–26. April und 5.–10. Mai:
Schweizerwochen im Warenhaus Takashimaya, mit Dekorationsmaterial
Hannover, 25. April bis 3. Mai:
Internationale Hannover-Messe, mit eigenem touristischem Auskunftsstand
Tel Aviv, 25. Mai bis 9. Juni:
Internationale Messe, mit Ausstellungsstand, in Zusammenarbeit mit der Swissair
Bogotá, 10.–26. Juli:
Internationale Messe, in Zusammenarbeit mit der Swissair
Zagreb, 10.–20. September:
Internationale Messe, mit Dekorations- und Werbematerial

27. Weltausstellung Osaka,
15. März bis 13. September:
Als die Expo 1970 in Osaka am 13. September 1970 ihre Tore schloß, hatten nahezu 64 Millionen Menschen diese große Schau der Welt besucht; davon waren jedoch nur 360 000 Ausländer. Man schätzt, daß 25–30 % aller Besucher den Schweizer-Pavillon besichtigten. Die SVZ war anfänglich mit einer Mitarbeiterin für die Auskunft am Informationsschalter vertreten. Nachdem das Interesse für das Reiseland Schweiz aber derart groß war, haben wir uns auf Grund einer Empfehlung des Generalkommissärs der Schweizer-Sektion bereit erklärt, eine zusätzliche Mitarbeiterin für den touristischen Auskunftsdienst zur Verfügung zu stellen. – Dank der uns regelmäßig zugestellten Berichte waren wir über die Entwicklung des touristischen Auskunftsdienstes laufend unterrichtet;

auch das angeforderte Auskunfts- und Dokumentationsmaterial wurde in regelmäßigen Abständen versandt. – Einem Bericht des Generalkommissärs entnehmen wir, daß die Hälfte der im Schweizer Pavillon erteilten Auskünfte touristische Fragen betraf. Dieses Ergebnis hat uns keineswegs erstaunt, haben wir doch schon bei den Vorbereitungsarbeiten für die Konzeption eines Schweizer Standes an einer Weltausstellung mit Nachdruck den Standpunkt vertreten, daß der Tourismus, namentlich in einem von der Schweiz weit entfernten Land, einen wichtigen Platz einzunehmen habe.

Inland

Internationaler Salon du Tourisme, Lausanne, 7.–15. Februar

Der Stand erzielte seine Wirkung dadurch, daß in einem breitgehaltenen, mit schwarzen Strichen auf weißem Grund skizzierten Panorama das brillante Farbdia einer typischen Schweizer Landschaft glänzte. Der Stand konnte sich durch seine unkonventionelle Konzeption Distanz gegenüber der internationalen Konkurrenz verschaffen und wurde viel beachtet.

Mustermesse Basel, 11.–24. April:

Gemeinschaftsstand mit der Swissair und den SBB. Vor der Halle 1 wurde ein Pavillon errichtet, worin sich für die SVZ ein Karussell mit Lokomotive, Postauto, Schiff und Ballon bewegte und mit den bunten Prospekten aller Kurorte für Ferienstimmung sorgte. Dem Stand wurde die Auszeichnung der Arbeitsgemeinschaft Schweizer Grafiker zugesprochen.

Salon du Loisir, Genf, 28. Mai bis 7. Juni:

Unser Muba-Karussell wurde hier erneut verwendet, diesmal in einer drehbaren Ausführung.

Comptoir Suisse, Lausanne, 12.–27. September:

Zwei Farbfilme zeigten Schweizer Landschaftsbilder; ihre Projektion wurde ausgelöst, sobald ein Zuschauer eines der beiden bereitstehenden Fahrräder in Bewegung setzte.

Comptoir Martigny, 3.–11. Oktober:

« 50 Jahre touristische Landeswerbung ». Variante der Ausstellung, die bereits in Zürich, Basel, Neuenburg und Lausanne gezeigt wurde.

Dekorationen und andere Arbeiten

Baden, 23./24. Mai:

Tagung des Verbandes Schweizerischer Verkehrsvereine, Dekorationen im Kursaal

Basel, 4. Juni:

SVZ-Mitgliederversammlung, Dekoration im Flughafenrestaurant

Zürich, 11. Juni:

Pressekonferenz über das Jugendorchester-Festival der SVZ in der Kantonsschule Freudenberg, Dekoration der Aula.

Radio und Fernsehen

Die SVZ lieferte wiederum regelmäßig die touristischen Unterlagen für die von Karl F. Schneider betreute touristische Freitagssendung «Schweiz – Suisse – Svizzera». Weiter arbeiteten wir bei einer großen Quiz-Sendung von Radio Zürich mit; es handelte sich dabei um Life-Sendungen aus 15 weniger bekannten Sommerkurorten. Der Hörer mußte herausfinden, in welchem Ort sich der Reporter befand, und sein Ergebnis auf einer Postkarte an Radio Zürich schicken. Durchschnittlich gingen pro Woche 30 000 Postkarten ein. Den Rekord konnte Leukerbad mit 52 000 Karten verzeichnen.

Die SVZ hat im Berichtsjahr wieder mit *Radio Suisse Romande* eng zusammengearbeitet. So wurden die Sendungen «La Haute Route» im Mai und «Mon pays, c'est l'été» im Sommer auch mit unserer Unterstützung realisiert, während die laufenden Sendungen «Le carnet du touriste» (wöchentliche Ausstrahlung), «Spécial-Vacances» (ganze Sommersaison) und «Spécial-Neige» (Winter 1969/70 und 1970/71) zur Orientierung der in- und ausländischen Feriengäste weitergeführt wurden. Die beiden letztgenannten Sendungen werden von André Nusslé und Liliane Perrin gestaltet.

Dank der guten Zusammenarbeit zwischen SBB, PTT, VST und SVZ einerseits und Radio Suisse Romande anderseits konnten die Vorarbeiten für den neuen Radiowettbewerb «Drôle de numéro» (Realisation von Michel Dénériaz unter Mitwirkung von Guy Fermaud) im September abgeschlossen werden. Diese touristische Sendung wird seit dem 5. Oktober einmal wöchentlich ausgestrahlt. Rund 40 Wettbewerbe, die insbesondere die öffentlichen Transportmittel und die kleineren Ferienorte zum Thema haben, stehen für 1970/71 auf dem Programm.

Vortragsdienst

Die SVZ-Agenturen organisierten mit ihren eigenen Referenten zahlreiche Vorträge mit Dia-Vorführungen. Von Zürich aus konnten verschiedenen jungen Schweizern, die sich zu Studien- und Ausbildungszwecken ins Ausland – in erster Linie nach den USA – begeben, Unterlagen und Dias zur Vorführung bereitgestellt werden. Gute Dienste leisten uns dabei die bestehenden Dia-Vorträge der Bibliovision, die wir auch leihweise abgeben.

Filmdienst

Die im Berichtsjahr fertiggestellten Filme sind willkommene Ergänzungen des bestehenden Filminventars und durch breitgestreute Thematik – vom Volksbrauch über die Musik bis zum Sport – eine wertvolle Unterstützung für unsere an die «Jungen zwischen 70 und 7» gerichtete Werbung:

«*Brot und Wein*». Farbig, 14 Minuten, deutsch, französisch und englisch (letztere Fassung wurde bereits im Jahre 1969 fertiggestellt). Produktion und Regie: Ernest Kleinberg, Pasadena. Der Film behandelt dokumentarisch einige uralte Bräuche, die im Wallis noch heute gepflegt werden.

«*Gymnaestrada 69*». Farbig, 14 Minuten, deutsch und englisch. Produktion: Rincovision AG, Zofingen. Regie: Mano G. Heer. Am Beispiel dieser Begegnung von über 10 000 Sportlern wird die Bedeutung der Schweiz als Treffpunkt für Sportbegeisterte aus aller Welt gezeigt.

«*Last summer we played in the Alps*». Farbig, 14 Minuten, englisch. Produktion: Trans Atlantic Film Co., London. Regie: Revel Guest. Diese Kurzmontage aus dem gleichnamigen einstündigen Fernsehfilm über das 1. Internationale Jugendorchester-Festival in der Schweiz entstand in Zusammenarbeit mit der Agentur London.

«*Ski for you*». Farbig, 14 Minuten, ohne Kommentar, mit Titeln in fünf Sprachen. Produktion: Condor Film AG, Zürich. Regie: Dieter Finnern. Dieser Film, mit Aufnahmen aus dem Berner Oberland, dem Wallis und Graubünden, schildert in amüsanter Weise die Arbeit der Schweizerischen Skischulen. Er wurde unter Mitwirkung von zwölf Skilehrern des Schweizerischen Skischulverbandes in etwa neun Monaten fertiggestellt.

«*Der Appenzeller*». Farbig, 14 Minuten, deutsch, französisch und englisch. Produktion Montana

Eine der 44 internationalen Auszeichnungen, die SVZ-Filme in den letzten Jahren erhielten. «Gymnaestrada Basel 69» allein wurde dreifach prämiiert.

Film AG, Zürich. Regie: Victor Staub. Von einem bereits bestehenden Film haben wir eine Kurzfassung hergestellt, die wesentliche Eindrücke von der Landschaft und den Leuten dieser traditionsreichen Gegend vermittelt.
Für unseren Stand «La Suisse – pays des jeunes» am 51. Comptoir Suisse in Lausanne ließen wir eine zweiminütige Endlosmontage verschiedener Szenen aus früheren Filmen zusammenstellen. Produktion: Condor Film AG, Zürich.

Filme in Vorbereitung
«*Switzerland—A Study in Contrasts.*» Farbig. Produktion und Regie: Ernest Kleinberg. Ursprünglich war ein 13- bis 14minütiger Kurzfilm vorgesehen. Auf Grund der guten Qualität des Bildmaterials beschlossen wir bei der Abnahme der Arbeitskopie, den Film auf etwa 26–28 Minuten zu verlängern. Er wird in dieser Länge vor allem für die Fernsehauswertung im Ausland interessant sein.
«*Maestri e Maestranze*». Farbig, 16 Minuten, deutsch, französisch, italienisch und englisch. Produktion und Regie: Valérien Schmidely. Ein Film über berühmte Baukünstler aus den Tälern der Südschweiz und ihr Schaffen in Europa. Der Streifen steht kurz vor seiner Vollendung. Unvorhergesehene Verzögerungen ergaben sich bei gewissen Dreharbeiten im Ausland, namentlich in der Sowjetunion.

Auswertung
Drei weitere SVZ-Produktionen konnten in diesem Jahr im in- und ausländischen Kinoverleih untergebracht werden:
«*Als der Schnee erfunden wurde.*» Produktion: Turnus Film AG, Gutenswil. Regie: Urs Thoenen. Verleih für die deutsche Schweiz: Domino Film AG, Zürich.
«*Gymnaestrada 69.*» Produktion: Rincovision AG, Zofingen. Regie: Mano G. Heer. Verleih für Frankreich, Algerien, Marokko, Tunesien, Belgien, Luxemburg, Bundesrepublik Deutschland, die Schweiz und Liechtenstein: United Artists, Paris. Dieser Film wird so einem Kinopublikum von rund 1 Million Personen pro Jahr zugänglich gemacht.
«*Ski for you.*» Produktion: Condor Film AG, Zürich. Regie: Dieter Finnern. Verleih für die deutsche und französische Schweiz: Rex Film AG, Zürich; für die italienische Schweiz: Europa Film SA, Locarno. Der Film wurde im Dezember bereits zweimal (in Farbe) vom Schweizer Fernsehen ausgestrahlt.
In den vergangenen Jahren wurden im kommerziellen Kino- und TV-Verleih neun unserer Filme einem Publikum von rund 125 bis 130 Millionen Personen gezeigt.
Durch unsere Vermittlung drehten die Schweizerische Filmwochenschau und die Visnews Ltd., London, einige Kurzreportagen über verschiedene unserer Presseaktionen, die im Kino und im Fern-

sehen ausgewertet wurden. Hervorzuheben ist dabei ein 2-Minuten-Film in Farbe über das 2. Internationale Jugendorchester-Festival in der Schweiz. Dank der Qualität der Aufnahmen wurde dieser Film von der Visnews Ltd., London, in über 100 Ländern im Fernsehen placiert.
Eine Anzahl Kopien unseres Filmes «Brot und Wein» – Produktion und Regie: Ernest Kleinberg, Pasadena – wurde vom Los Angeles County Board of Education angekauft und ins Schulfilmprogramm aufgenommen.
Auch der Verleih durch den Hauptsitz in Zürich hat sich gut entwickelt. Über 400 Filmkopien wurden an mehr als 100 in- und ausländische Interessenten ausgeliehen. 40 000 Personen sahen unsere Filme, die wir beim Schweizer Schul- und Volkskino in Bern im Gratisverleih abgeben.
Viele Firmen und Institutionen haben auch in diesem Jahr wieder Filme für ihre PR-Veranstaltungen bei uns ausgeliehen, wie etwa:
Ciba AG, Basel (verschiedene Vorführungen in Rumänien)
Bron-Electronic, Allschwil (Messe in der Tschechoslowakei)
Sandoz AG, Basel (Vertreter-Symposium in Riga)
Sulzer AG, Winterthur (ausländische Besuchergruppen)
South African Airways Ltd., Johannesburg (Promotion von «Package-Tours»)
Sika-International, Zürich (ausländische Besuchergruppen)
Honeywell AG, Zürich (Manager-Konferenz)
Belgische Ferienkolonie, Melchtal und Gluringen (mehrere Tausend junge Belgier).
Daß der Erfolg auch bei älteren Produktionen anhält, zeigte eine Nachbestellung von Kopien durch das «Nederlands Institut voor audio-visuele Media» in Den Haag für die «Kleine Schweizerfahrt in C-Dur». Produktion: Condor Film AG, Zürich. 1962. Regie: Niklaus Gessner.

Auszeichnungen
«*Gymnaestrada 69.*» Produktion: Rincovision AG, Zofingen. Regie: Mano G. Heer. Prädikat «wertvoll» der Filmbewertungsstelle Wiesbaden; Goldmedaille in der Kategorie «News Films» am 13. Internationalen Film- und TV-Festival in New York.
«*Brot und Wein.*» Produktion und Regie: Ernest Kleinberg, Pasadena. Prix Albert Lamorisse (Crin Blanc) am Festival International du Film Touristique in Tarbes; Preis für die Originalität des Sujets am Festival «Tourfilm 70» in Spindlermühle (CSSR).
«*Als der Schnee erfunden wurde.*» Produktion: Turnus Film AG, Gutenswil. Regie: Urs Thoenen. Spezialpreis der Jury am Festival «Tourfilm 70» in Spindlermühle (CSSR).
Außerdem wurde uns an der IV. Internationalen Woche des touristischen Films in Castellón, Spanien, der Preis für das Land mit dem besten Gesamtprogramm zugesprochen.

Verschiedenes

Von Burlet-Film in Zürich haben wir 51 Archivsujets über das Skifahren und andere Sportarten übernommen. Die Aufnahmen reichen zum Teil bis ins Jahr 1934 zurück und besitzen historischen Wert. Kontakt mit Fernsehen und Wochenschau betreffend Auswertung wurde aufgenommen.

« Das Rhonetal und der Genfersee. » Ein farbiger Schulfilm, den Peter Saas unter dem Patronat des Europarates realisieren wird. Die SVZ erwarb sich mit einem Lizenzbeitrag die Auswertungsrechte für ihre Agenturen.

Ein 9-Minuten-Farbfilm «A walk through the sounds of Switzerland» von André de la Varre jr. – in Zusammenarbeit mit unserer Agentur New York entstanden – ist von der Warner Brothers, New York, mit allen Rechten in den Weltverleih aufgenommen worden.

Auskunftsdienst am Hauptsitz

Unsere Dienststelle erteilte zahlreiche Auskünfte über Reise- und Ferienmöglichkeiten in der Schweiz. Die Beratung erfolgte schriftlich, telephonisch oder mündlich am Hauptsitz. Die Auskünfte bezogen sich auf Grenzformalitäten, Zollvorschriften, Devisenbestimmungen, Wechselkurse, Reiserouten für Bahnreisende und Automobilisten, Billettarten und Billettpreise, Zusammenstellung von Fahrplänen, Unterkunftsmöglichkeiten in Hotels, Pensionen, Motels, Campingplätzen, Jugendherbergen, Massenlagern, Chalets und Ferienwohnungen und bei Privaten, kulturelle und sportliche Veranstaltungen und allgemeine Unterhaltungsprogramme, Kongreßmöglichkeiten, Adressen von Berufs- und Wirtschaftsverbänden, Arbeit, Niederlassung und Steuerverhältnisse, Privatinstitute, staatliche Erziehungs- und Bildungsanstalten sowie Fachschulen, Kinderheime, Ferienkurse und Ferienlager, Kliniken, Kuranstalten und Erholungsheime, allgemeine Dokumentation über die Schweiz.

Der Auskunftsdienst stellt auch die gesamtschweizerischen Veranstaltungsverzeichnisse zusammen, die in den zwölf Heften der Inlandausgabe der Revue «Schweiz» erscheinen und für die Sommer- und Wintersaison als separate Broschüren in vier Sprachen herausgegeben werden.

Revue «Schweiz»

Die im Juni 1969 eingeführten SVZ-Informationen im Rahmen der Revue waren auch im Berichtsjahr fester Bestandteil der Zeitschrift und orientierten zumeist auf zwei Seiten über die Tätigkeit unserer Institution im In- und Ausland. Im Dezember-Heft durften wir darin dem «Œuvre» danken, das als «Association suisse d'artiste, d'artisans et d'industriels» in der Westschweiz Qualitätsarbeit fördert; der SVZ wurde im Herbst 1970

eine seiner jährlichen Auszeichnungen für qualifizierte Werbung zugesprochen. Zu kulturellen Ereignissen wie der Eröffnung der Sammlung Reinhart in Winterthur (März) und dem 2. Internationalen Jugendorchester-Festival (August) erschienen mehrseitige Bildberichte, ebenso anläßlich der Entdeckung des volkskundlich bedeutsamen photographischen Nachlasses des Malers Albert Nyfeler über das Lötschental (Juli und Auslandheft Nr. 2). Besonders dicht konnten die beiden 80seitigen Auslandausgaben gestaltet werden, bereichert durch farbige Kunsttafeln und Sujets aus der Volkskunst, für die uns Photolithos und Clichésätze kostenfrei zur Verfügung standen. Gesamtauflage 1970: 222 800 Exemplare, 188 800 Inlandnummern und 34 000 Auslandhefte.

Studienreisen für Reisebüroagenten

In Zusammenarbeit mit den Schweizerischen Transportunternehmungen, der Swissair, den lokalen und regionalen Verkehrsvereinen, organisierten wir verschiedene Studienreisen für Reisebüroagenten aus dem Ausland: Neun Agenten aus Italien vom 15. bis 20. Januar nach Flims, Chur, Arosa und St. Moritz.
Elf Agenten aus Dänemark vom 6. bis 15. September nach Lugano, Locarno, Montreux und Kleine Scheidegg.
35 Agenten aus Frankreich (Havas) vom 4. bis 10. Oktober nach Luzern, Engelberg, Davos, Grimentz, Crans und Les Marécottes.
Zwölf Agenten aus Belgien vom 14. bis 17. Oktober nach Luzern und Lugano anläßlich der Eröffnung des neuen Schlafwagenkurses Brüssel–Luzern–Lugano. Im Zusammenhang mit der Tagung der American Society of Travel Agents (ASTA) in Amsterdam wurden drei Reiseprogramme vor dem Kongreß in der Schweiz durchgeführt: Eine ASTA Chapter Tour für Gebiete «Northern California» und «Pacific Northwest» mit 27 Teilnehmern unter der Führung von M. Adank, Chef der Agentur San Francisco, nach Genf, Lausanne, Montreux, Interlaken (Schilthorn), Luzern und Zürich. Unter dem Titel «Scenic Switzerland Rail Tour» besuchten zehn andere USA-Agenten vom 20. bis 27. Oktober die Orte Genf, Montreux, Zermatt, Locarno und Luzern. Die «City Packages» schließlich umfaßten die Orte Basel, Bern, Biel, Genf, Lausanne, Luzern, Lugano, St.Gallen und Zürich und offerierten einen Aufenthalt von 48 Stunden in der gleichen Stadt. 42 Amerikaner besuchten alle diese Orte. Die individuelle Art des Reisens hat bei den USA-Agenten Anklang gefunden.

Besondere Aktionen

Skitreffen der Weltpresse
In Zusammenarbeit mit welschschweizerischen Berufsjournalisten, die anfangs des Jahres in Verbier und Villars die Skirennen der Weltpresse organisierten und durchführten, wurde den Teilnehmern die Reise nach und zwischen den Austragungsorten durch Abgabe von Freifahrtscheinen erleichtert. Jeder Wettkampfteilnehmer erhielt außerdem ein Gastgeschenk und eine Dokumentation über die Schweiz.

Fernsehprogramm «The Dating Game»
Eine Episode der von rund 60 Millionen Amerikanern verfolgten Fernsehreihe «The Dating Game» war wiederum der Schweiz gewidmet. Die Hauptdarsteller, der Baseballstar Rod Gaspar und die junge Filmschauspielerin Linette Martin, waren gleichzeitig Wintersportgäste in der Zentralschweiz, dem Schauplatz der Handlung.

Internationaler Kongreß der Familien- und Frauenpresse
In Zusammenarbeit mit den SBB, der Swissair sowie den Kongreßdiensten der Städte Lausanne und St.Gallen beteiligten wir uns an der Betreuung von rund 200 Vertreterinnen und Vertretern der Frauen- und Familienpresse, die im ersten Quartal des Jahres in der Schweiz ihre Welttagung abhielt. 16 Länder waren am Kongreß vertreten.

Kunstkritiker aus ganz Europa an der Eröffnung der Sammlung Oskar Reinhart
Am 6. und 7. März fand in Winterthur unter der persönlichen Mitwirkung von Bundespräsident H. P. Tschudi die Wiedereröffnung der Kunstsammlung Oskar Reinhart als eidgenössische Gemäldegalerie statt. Es gelang uns, bedeutende Kunstkritiker in ganz Europa für diesen Anlaß zu interessieren und als Gäste der SVZ nach Winterthur einzuladen.

«Operation James Bond 007 Switzerland»
Unter dem Motto «Operation James Bond 007 Switzerland» wurde eine Gruppe von jugendlichen Wettbewerbsgewinnern nach der Weltpremiere des letzten, zum großen Teil in der Schweiz gedrehten James-Bond-Filmes auf einer abenteuerlichen Reise durch die Schweiz geführt. Aus jedem der beteiligten Länder – Schweden, Norwegen, Dänemark, Großbritannien, Spanien und Deutschland – wurden Pressephotographen und Journalisten ebenfalls zu dieser ungewöhnlichen Reise eingeladen.

Fernsehprogramm «The Galoping Gourmet»
Für dieses Fernsehprogramm mit dem Amateur-Gourmet Graham Kerr in der Hauptrolle wurden unter Mitwirkung des Verkehrsvereins Zürich 29 Kurzfilme von gastronomisch-kulinarischen Erlebnissen dieses aus Australien stammenden Feinschmeckers gedreht. Jede einzelne Episode des

Programmes «Galoping Gourmet» soll in der angelsächsischen Welt von Neuseeland bis Kanada total 200 Millionen Zuschauer haben.

Spiel- und Fernsehfilm «All about George»
Marshall Thompson, der Schöpfer und Hauptdarsteller populärer Film- und Fernsehepisoden wie «Flipper» und «Daktari», schuf «George», eine neue Bildschirmfigur. «George» ist ein «amerikanischer» Bernhardiner, der in seine schweizerische Bergheimat zurückkehrt; zu dem sogenannten Pilotfilm spielt Marshall Thompson die Rolle eines kanadischen Verkehrs- und Sportpiloten. Der Film wurde unter Mitwirkung der SVZ ganz in der Schweiz gedreht und verspricht ein Welterfolg zu werden.

Eröffnungsflüge der Swissair
Im Gegensatz zu früheren Jahren fanden nur wenige offizielle Flüge in Zusammenhang mit der Eröffnung neuer Linien der Swissair statt. Beteiligt an der Organisation und Gestaltung der schweizerischen Aufenthaltsprogramme für Ehrengäste und Journalisten waren wir lediglich anläßlich der Eröffnung der Linien Oslo–Genf bzw. Oslo–Zürich und Kamerun (Douala)–Schweiz.

Die europäische Presse am Gotthard und am Simplon
Zweimal hatten wir Gelegenheit, bedeutende Fachjournalisten zusammen mit andern Gastgebern zur Besichtigung von technischen Neuerungen an den beiden berühmtesten schweizerischen

Streifeninserat, welches als Kopfbalken für Schweizer Kollektivanzeigen in zahlreichen ausländischen Zeitungen eingesetzt wurde, so unter anderem im International Travel Supplement der New York Times.

Alpenübergängen einzuladen. Im Mai wurde die europäische Presse zur Eröffnung der Bauarbeiten am Gotthard-Straßentunnel und im Oktober zu einem internationalen Treffen anläßlich einer Führung durch die neuen Anlagen längs der nun ganzjährig befahrbaren Simplonstraße eingeladen.

Pressekonferenz über die Förderung des Jugendtourismus
Im Juni veranstalteten wir in der Aula der Kantonsschule Freudenberg in Zürich eine von der In- und Auslandpresse beschickte Orientierung über unsere weltweiten Bestrebungen zur Förderung des Jugendtourismus. Als Beispiel und Ausgangspunkt diente dabei das damals bevorstehende 2. Internationale Jugendorchester-Festival in St. Moritz mit Gastkonzerten in der ganzen Schweiz.

Werbung in Japan in Verbindung mit der Schweizerischen Uhrenkammer und dem Studentenreisedienst
Volkshochschulen in ganz Japan hatten anläßlich der Expo 70 Tausende von Schülerarbeiten über das Thema Schweiz eingereicht. Gewinner war der 12jährige Oshiki Kitaoka, der mit seinem Vater als Gast der Schweizerischen Uhrenkammer unser Land während einiger Wochen bereisen und näher kennenlernen durfte. Sein Aufenthalt und sein Ausflugsprogramm wurden von der SVZ mitorganisiert. Zur gleichen Zeit – im August – weilte auf gemeinsame Einladung der Pro Helvetia, des Schweizerischen Studentenreisedienstes und der SVZ eine Gruppe von japanischen Austauschstudenten im Rahmen einer Studien- und Freundschaftsreise in der Schweiz.

2. Internationales Jugendorchester-Festival 1970
Vom 14. bis 30. August fand sich zum zweitenmal der Musikernachwuchs aus aller Welt zu einem internationalen Jugendorchester-Festival in der Schweiz ein. Erstmals wurden auch außerhalb des Festspielortes St. Moritz insgesamt 25 Galakonzerte der neun Jugend-Symphonieorchester aus acht Ländern (Bulgarien, Deutschland, Großbritannien, Kanada, Südafrika, Ungarn, den USA, der Schweiz) veranstaltet. Die Konzerte in St. Moritz und in Arosa, Bern, Biel, Brig, Buchs SG, Chur, Davos, Flims, Horgen, Interlaken, Klosters, Lenzerheide, Lugano, Meiringen, Rapperswil, Rüschlikon, Saas-Fee, Scuol und Vevey sowie das am 30. August in Zürich durchgeführte große Abschiedskonzert fanden in der Weltpresse, im Radio und Fernsehen der beteiligten sowie weiterer Länder ein positives Echo. Das Festival wurde zum Auftakt der Aktionen der SVZ zur Förderung des Jugendtourismus proklamiert.

Kunstreisen anläßlich der Einweihung der Chagall-Fenster im Zürcher Fraumünster
Zum zweitenmal hatten wir zu Beginn des Monats September Gelegenheit, bedeutende Kunstkritiker und Vertreter von Kunstpublikationen aus ver-

schiedenen europäischen Ländern, namentlich aus Frankreich, Deutschland, Belgien und Italien, in die Schweiz einzuladen. Anlaß dazu bot die Einweihung der von Marc Chagall gestalteten Kirchenfenster am Fraumünster in Zürich.

Die Schweiz und Österreich

Um das gegenseitige Kennenlernen der beiden Nachbarländer Österreich und Schweiz zu fördern, ergriff die SVZ die Initiative und lud Vertreter führender österreichischer Tageszeitungen ein. Das inoffizielle Motto dieser 10tägigen Orientierungsreise durch alle Sprachgebiete unseres Landes lautete «Die Schweiz ist anders, als man in Österreich glaubt». Wertvolle Dienste erwies uns dabei bereits vor der Reise sowie als Berichterstatter über das außerordentlich positive Echo in der österreichischen Presse der Wiener Korrespondent der «Neuen Zürcher Zeitung», Dr. Rico Labhardt, der neben unserem Agenturchef in Wien auch als Reiseleiter wirkte.

Selbstverständlich wurde die erfolgreiche Aktion im Einverständnis und unter Mitwirkung der Schweizerischen Botschaft in Wien und der zuständigen Stellen im Eidgenössischen Politischen Departement durchgeführt.

Staatsbesuch des Lord Mayor von London mit Gefolge

Ein farbenprächtiges Ereignis war die Staatsvisite des auf Initiative der SVZ in die Schweiz eingeladenen Londoner Oberbürgermeisters mit Gefolge. Der Lord Mayor, Sir Ian Bowater, seine Gattin, die Lord Mayoress, seine Würdenträger samt Gattinnen sowie seine persönliche Escorte von 15 Musketieren und Lanzenträgern besuchten im September vorerst auf Einladung der SVZ das Burgstädtchen Regensberg und hierauf als Gäste der betreffenden Stadtpräsidenten die Städte Luzern, Lausanne und Zürich. In Lausanne fand in Erinnerung an die Schweizerische Landesausstellung 1939 in Zürich, welche der Vater des hohen Gastes, Sir Frank Bowater, unter großem Gepränge seinerzeit ebenfalls als Lord Mayor besucht hatte, ein festlicher Aufzug des Oberbürgermeister-Paares und seiner Begleiter im Comptoir Suisse statt.

«Silver Anniversary GI Leave Action in Switzerland»

Unseren Agenturen New York und San Francisco war es zusammen mit amerikanischen Veteranenverbänden gelungen, zwei der drei Armeeurlauber, welche auf dem farbigen Titelblatt des Buches «Our Leave in Switzerland» vor 25 Jahren abgebildet waren, ausfindig zu machen. Diese beiden Ex-GI's, Steve Marcinek und Jesse H. Ellsworth, wurden mit ihren Familien anläßlich des 25jährigen Jubiläums ihrer ersten Friedensurlaubsreise zu einem erneuten Besuch unseres Landes eingeladen. Fernsehen, Presse und Radio sowohl in der Schweiz wie in den USA berichteten über dieses

«Silberne Jubiläum», welches als publizistischer Auftakt für Gruppenreisen ehemaliger Armeeurlauber und ihrer Familien im zweiten Jubiläumsjahr 1971, gedacht war.

Internationaler Reporterwettbewerb «In View of the Radiant Structure»
Als Gemeinschaftsaktion mit dem Schweizerischen Kurzwellendienst, der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung, der Pro Helvetia und der Swissair organisierte die SVZ den Aufenthalt des ersten von insgesamt sechs Preisträgern des von den genannten Organisationen durchgeführten Reporterwettbewerbes im Zusammenhang mit dem Schweizer Pavillon an der Weltausstellung 1970 in Osaka. Als Vertreter der großen japanischen Wirtschaftszeitung «Nihon Keizai Shimbun» weilte der junge Redaktor Mitsuhisa Yoshino während zweier Wochen in der Schweiz, wo er sich eingehend über alle Aspekte unseres Landes orientierte.

Postkutschenfahrt Basel–Berlin, 20. Mai bis 16. Juni
Die Postkutsche Nr. 801 überbrachte den Berlinern Grüße aus der Schweiz. In Zusammenarbeit mit der Direktion des Hotels Schweizerhof in Berlin und der Deutschen Zentrale für Fremdenverkehr wurde eine zweispännige Pferdepostkutsche von Basel über Baden–Zürich–Nordostschweiz–München nach Berlin geführt, wobei unsere Agentur Frankfurt/M. diese Aktion insbesondere in allen deutschen Etappenorten propagandistisch auswertete. Diese Sonderaktion fand in der deutschen und der schweizerischen Presse sowie am Radio und im Fernsehen ein starkes Echo.

21. Geburtstag des Reisebüros «Swiss Travel Service», London
An der Geburtstagsfeier dieses für den britisch-schweizerischen Reiseverkehr wichtigen Reisebüros gab sich eine große Zahl von Fachleuten des Fremdenverkehrs sowie Vertretern prominenter Zeitungen vom 14. bis 17. Mai in der Schweiz ein Stelldichein. In Zusammenarbeit mit allen an dieser britischen Reisebüroorganisation interessierten touristischen Kreisen und unserer Agentur London wurde ein Programm für diesen Anlaß ausgearbeitet. Die Aktion fand in den englischen und schweizerischen Zeitungen eine gute Aufnahme.

ASTA-Convention in Amsterdam
Am diesjährigen Welt-Reisekongreß des amerikanischen Reisebüroverbandes ASTA, der vom 1. bis 7. November in Amsterdam abgehalten wurde, beteiligten sich 3500 Delegierte aus 100 Nationen. Die schweizerische Delegation zählte 50 Vertreter des Fremdenverkehrs, der Hotellerie, des Reisebürogewerbes und anderer am Tourismus interessierter Organisationen. Bis auf eine Ausnahme trat man in Holland gesamtschweizerisch auf. Mehrere Gruppen amerikanischer Kongreßteil-

nehmer hatten sich für Vor- und Nachkongreßreisen durch die Schweiz angemeldet, die von der SVZ organisiert und durchgeführt wurden. Ferner hielten noch vor der Tagung in Amsterdam die ASTA-Sektionen Nord-Kalifornien und Nordwest-Pazifikküste ihr Jahrestreffen in Verbindung mit einer Studienfahrt in der Schweiz ab. – Anläßlich des Kongresses fand eine von der SVZ durchgeführte Abendveranstaltung besondere Beachtung. Unter den 200 geladenen internationalen Reisefachleuten konnte der SVZ-Direktor insbesondere den Kongreßpräsidenten der ASTA, Gordon R. Girvan, den Vizepräsidenten, Carl Helgren, und den Sekretär, Robert L. McMullen, sowie den schweizerischen Botschafter, Claude Caillat, und Generalkonsul Enrico Homberger begrüßen. An einem gesamteuropäischen Festabend war die Schweiz mit einem Degustationspavillon und folkloristischen Einlagen erfolgreich vertreten.

Public Relations-Aktion in Australien
In Zusammenarbeit mit dem Information Center der Watchmakers of Switzerland in Sydney und der Fédération Horlogère in Biel wurde im Oktober eine großangelegte Public Relations-Aktion gestartet, unterstützt von 2000 Bijouterie- und Uhrengeschäften in ganz Australien.
Am australischen Fernsehen wurde ein großer Wettbewerb durchgeführt. Für den Gewinner ist eine Reise für zwei Personen mit der Swissair vorgesehen, wobei wir einen 14tägigen Aufenthalt in der Schweiz offerieren. Im Zusammenhang mit diesem Wettbewerb wurden 2000 Schweizer Plakate ausgehängt und in fünf australischen Zeitschriften Großinserate eingerückt.

Aktion «Auf in die Natur – einfach für retour»
Im Zeichen des europäischen Naturschutzjahres 1970 haben die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Wanderwege und der Schweizerische Bund für Naturschutz die Durchführung der Sonderaktion «Auf in die Natur – einfach für retour» unter tatkräftiger Mitwirkung der SBB, der Schweizerischen Reisekasse und der SVZ, welche die Inseratenkampagne übernahm, beschlossen. Dank dieser Aktion, die mit vollem Erfolg in der Zeit vom 19. September bis 18. Oktober lief, konnten sieben schützenswerte Wandergebiete des Landes und auch die Idee des Naturschutzes an sich dem Publikum nähergebracht werden.

Besuch von Diplomatenanwärtern
Am 20. Januar und am 15. Oktober haben wir die zukünftigen Diplomaten des Eidgenössischen Politischen Departements nach Zürich eingeladen, um sie am Hauptsitz über die Struktur und die Aufgaben der SVZ zu orientieren. An diesem Besuch nahmen acht beziehungsweise zwölf Stagiaires teil.