

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Band: 7 (1947)
Rubrik: Werbung und Werbemittel

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 19.10.2024

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

Wir pflegten während des Berichtsjahres eine enge und fruchtbare Zusammenarbeit mit den regionalen und lokalen Verkehrsinteressenten, den Transportunternehmen, den Fachorganisationen des Gastgewerbes, den touristischen Berufsvereinigungen, den Sportsverbänden, sowie zahlreichen kulturellen und wissenschaftlichen Institutionen.

III. Werbung und Werbemittel

1. Werbedrucksachen und Materialdienst

Unsere Gesamtproduktion an Imprimaten belief sich im Jahre 1947 auf 1 039 940 Exemplaren mit folgender Aufteilung:

Die Schweiz im Frühling 1947. Deutsch, französisch, englisch	12 000
Die Schweiz im Sommer 1947. Deutsch, französisch, englisch	12 000
Die Schweiz im Winter 1947/48. Französisch, englisch	10 000
L'hiver en Suisse. Französisch, englisch	10 000
Die Schweiz von heute. Französisch, englisch, holländisch, spanisch	100 000
Auf Schweizer Landstraßen. Deutsch, französisch, englisch	45 000
L'enseignement universitaire en Suisse. Französisch	15 000
Stations thermales en Suisse. Französisch, englisch	40 000
Spezialprospekt für amerikanische Urlauber. Englisch	25 000
Touristenkarte der Schweiz. Englisch	20 000
Straßenkarte der Schweiz, Französisch/englisch	125 000
Olympiade-Prospekt. Französisch, englisch, spanisch, italienisch, tschechisch	215 000
Die Nordwestschweiz. Deutsch	8 000
SZV-Bildkalender 1948 mit Legenden in sechs Sprachen	30 000
Plakate 64 × 102 cm. Deutsch, französisch, englisch	17 000
Kleinplakate 32 × 51 cm. Französisch, englisch	10 000
Kleinplakate, Revue-Titelbilder	15 000
Revue »Die Schweiz«. Inlandsausgabe. Mehrsprachig	199 100
Revue »Die Schweiz«. Auslandsausgabe. Französisch/englisch und spanisch/portugiesisch	55 200
Pressedienst. Deutsch, französisch	14 640
Drucksachen der Agenturen	62 000
	<hr/>
	1 039 940

Der Nachschub von Werbematerial der SZV, zusammen mit demjenigen der schweizerischen Verkehrsinteressenten, der Transportanstalten und Hotellerie an die Agenturen der SZV und die diplomatischen und konsularischen Verteilungsstellen im Ausland erfolgte zur Hauptsache in 4 großen Sammelsendungen.

Erwähnenswert ist auch die Erledigung von 1550 Anfragen privater Interessenten für Auskunftsmaterial. Sehr viel Werbematerial in 6 Sprachen wurde auch bei zwanzig internationalen Kongressen, die im Jahre 1947 in der Schweiz stattfanden, verteilt.

Ueber den Umfang des zur Verteilung gebrachten Werbematerials im Berichtsjahr greifen wir folgende Zahlen heraus:

a) Eingang und Versand der Regional- und Kurortprospekte, der Transportanstalten, Bäder, der speziellen Werbemittel für Erziehung und Sport, allg. Führer u. a. m.	1 317 675
b) Plakate, herausgegeben durch die Verkehrsvereine und Transportanstalten	52 655
c) Versand der SZV-Publikationen (Broschüren und Prospekte)	478 950
d) Versand der SZV-Plakate	26 830

Der Versand der oben erwähnten Imprime nach dem Ausland erforderte:

a) Kisten	1 055
b) Postpakete	3 098
c) Drucksachenpakete	20 655

2. Pressewerbung im Ausland

Wie schon 1946 galt unser Hauptinteresse auch im Berichtsjahr der sorgfältigen Betreuung ausländischer Journalisten, Schriftsteller und Photoreporter, die in großer Zahl unser Land besuchten. Die Gegenleistung, die uns in Form von Aufsätzen, Abhandlungen, Reportagen und Büchern über die Schweiz zukam, war sehr zufriedenstellend.

Mit den in der Schweiz wohnenden Korrespondenten ausländischer Zeitungen, Zeitschriften und Nachrichtenagenturen, sowie mit ihrem Verband, der »Association de la presse étrangère en Suisse«, pflegten wir nach wie vor engsten Kontakt. Die für Inseratenwerbung zur Verfügung stehenden Mittel wurden zur Hauptsache in USA eingesetzt.

3. Radio

Die gut eingeführten wöchentlichen SZV-Emissionen über Bero-münster wurden weitergeführt und Sottens warb in regelmäßiger Folge unter dem Titel »Toi et moi en voyage«. Mit Monte Ceneri wurden Rätsel-Emissionen mit Weekend-Wettbewerb durchgeführt. In ihre eigenen Emissionen haben die Studios zahlreiche Sendungen eingestreut, die füglich als Werbung für den Tourismus bezeichnet werden können.

Das gedruckte Kurzwellenprogramm der SRG wurde zur Verbreitung an die Agenturen weitergegeben.

Versuchsweise wurden für die USA-Sender Kurzemissionen zusammengestellt. Ebenso wurden auf Grund von Grammophonplatten ausländischen Studios volkstümliche Emissionen über die Schweiz ermöglicht.

Durch Rundfrage bei den Agenturen haben wir den Empfang der schweizerischen Stationen prüfen lassen. Das Material wurde im Berichtsjahr der SRG überwiesen.

4. Eigene Organe

a) Revue »Die Schweiz«

Unsere von zahllosen Fahrgästen der SBB und der Privatbahnen als Reiselektüre geschätzte Monatszeitschrift »Die Schweiz« konnte im vergangenen Jahre auf ihr 20jähriges Bestehen zurückblicken. Sie hat sich in dieser Zeitspanne als ein vortreffliches Werbemittel für den Reiseverkehr erwiesen, das im Inland wie im Ausland gleich erfolgreich war. Die Gestaltung der Revue wurde auch im Berichtsjahr mit besonderer Liebe und Sorgfalt gepflegt. Die Trennung in Inlands- und Auslandsausgaben war stärker betont. Die 11 Inlands-

nummern, die in erster Linie zum Aushang in den schweizerischen Bahnwagen, Wartesälen, Verkehrsbureaux usw. bestimmt waren und Aufsätze in den drei Landessprachen enthielten, erschienen in Auflagen von je 17 000—18 000 Exemplaren. Die Agenturen der SZV und der SZH, die schweizerischen Gesandtschaften und Konsulate erhielten in größerer Auflage (je 8000—10 000 Exemplare) die Auslandshefte der Revue zugesandt.

Es ist verständlich, daß die Schweizer Bahnen in ihrem Jubiläumsjahr bei der Gestaltung der einzelnen Nummern ganz besondere Berücksichtigung fanden. Das Juliheft behandelte das Jubiläum unserer Revue und fesselte mit anschaulichen Reportagen vom Werdegang und von der Herstellung der Zeitschrift. Als Doppelnummer erschien das November/Dezember-Heft mit einem umfassenden Ausblick auf die 5. Olympischen Winterspiele in St. Moritz.

b) Pressedienst

Der gelbe Auslands-Pressedienst erschien in französischer und englischer Fassung in je 15 gedruckten Ausgaben. Er wird von der Zweigstelle Lausanne redigiert und in erster Linie an die Agenturen, sowie an die Schweizer Gesandtschaften und Konsulate versandt, die dann für die Weiterleitung an die Presse, an die Reisebureaux, die amtlichen Stellen etc. besorgt sind. Seit Ende 1947 gelangt der Pressedienst nicht mehr gedruckt, sondern vervielfältigt an unsere Vertretungen ins Ausland.

Das gelbe Verzeichnis der Veranstaltungen erschien regelmäßig jeden Monat.

c) Auskunftsdienst

Der Presseabteilung ist auch der Auskunftsdienst angegliedert, der eine immer größere Zahl von schriftlichen und mündlichen Anfragen aus der Schweiz und namentlich aus dem Auslande zu beantworten hat. Diese Anfragen sind derart vielfältig, daß sie in zahlreichen Fällen nicht einfach mit der Zusendung einer Broschüre, eines Prospektes oder einer Liste erledigt werden können. Neben unseren Gesandtschaften und Konsulaten wünschen vor allem Eng-

länder, Holländer, Belgier, Amerikaner, sowie englische und amerikanische Angehörige der Besatzungsarmeen Aufschlüsse über unser Land. Diese Auskünfte zwingen oft zu mühsamen Nachforschungen. Wir führen nach dem »Lose Blätter-System« auch einen internen Informationsdienst für unsere Agenturen, sowie für eine Reihe von Gesandtschaften und Konsulaten in Ländern, wo wir keine touristische Werbestelle haben. Dieser Dienst bezweckt eine rasche Orientierung der Außenstellen über besonders wichtige Fragen, wie der Transportmittel, Tarife, Devisen, Visa, Ein- und Ausreisevorschriften, Statistik etc., die insbesondere bei der Auskunftserteilung von besonderer Bedeutung sind.

5. Filmwerbung

Die im Jahre 1946 erfolgte Ausdehnung der Filmwerbung hielt auch im Berichtsjahre noch an. Vor allem wurde darauf geachtet, im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten neben den SZV-Agenturen auch möglichst viele andere schweizerische Außenstellen mit Filmen zu versehen. Gegenwärtig befinden sich rund 350 16-mm-Kopien (meist Tonfilme) im Ausland.

Die folgenden 35-mm-Filme sind im Jahr 1947 fertiggestellt und zum Einsatz gebracht worden:

1. »Do you know« (ein Film über die Stadt Zürich).
2. »Citius, Altius, Fortius« (Propagandafilm für die Olympischen Winterspiele).
3. »Schweizer Alpenstraßen«.
4. »Schweizer Städte« (Genève, Sion, Bellinzona, Chur und Bern).
5. »Frühlingsschnee«.

Ferner haben wir die Auswertungsrechte des Films »Zwei Welten zwischen Kander und Rhone« für die englisch-sprechenden Länder und für Skandinavien erworben. Alle Filme wurden in mindestens zwei Versionen herausgebracht.

Wie schon 1946, hatte sich auch im Berichtsjahr unser Filmdienst oft mit Sonderaufgaben zu beschäftigen. Zahlreiche amerikanische und britische Filmgesellschaften ersuchten uns um Unterstützung

ihrer Aufnahme-Equipen in der Schweiz. So waren wir der RKO-PATHE Inc., New York, und der Louis de Rochemont & Co. Inc., New York, bei ihren Dokumentar-Filmaufnahmen behilflich. Die gleiche Unterstützung erfuhren die British Foundation Pictures Ltd., London, sowie verschiedene amerikanische Lecturer (Vortragsredner, welche eigene Filmaufnahmen vorführen) wie Karl Robinson, Count Byron de Prorok, die Herren Jay und Jenkins, Roger Cadet aus Lille und die holländischen Schmalfilm-Produzenten De Vries und Hagenaar.

Bisher haben sich diese Sonderaktionen in jeder Hinsicht als erfolgreich erwiesen und in den betreffenden Ländern auf dem Gebiete der Filmwerbung ausgezeichnete Ergebnisse gezeitigt.

Auf dem Gebiete der 16 mm-Filme haben wir uns weitgehend auf die Farbfilm-Produktion umgestellt. Aufgenommen wurden die Themen: »Basler Fastnacht«, »Winterfreuden«, »Auf Schweizer Wanderwegen« und »Schweizer Straßen«.

Von dem anlässlich des Eidg. Turnfestes in Bern hergestellten Farbfilm (Produktion Pinschewer) wurde eine Kopie erworben. Jede Region erhielt von der SZV 240 m 16 mm-Kodachrom-Farbfilm zur eigenen Herstellung eines Streifens.

Die Schmalfilmzentrale des Schweizer Schul- und Volkskins in Bern hat mit 150 unserer Filme an die 3000 Ausleihen besorgt.

6. Vortragsdienst

Der Ausleihedienst mit geschlossenen Dias-Serien, Format $8,5 \times 10$ mit Text, hat sich so eingebürgert, daß wir die Umstellung auf 5×5 farbig nicht restlos durchführen konnten. Wir haben deshalb die bisherigen Serien $8,5 \times 10$ bestehen lassen und neue Serien 5×5 farbig mit Text aufgenommen und für beide ein Verzeichnis erstellt.

Die Agenturbelieferungen wurden fortgesetzt, so daß jetzt die meisten Agenturen mit ca. 600 farbigen Leicadias, sowie den nötigen Projektionsapparaten versehen sind. Sie sind demnach in der Lage, je nach Personalbestand einen eigenen Vortragsdienst unterhalten zu können.

Holländische Referenten haben den Nationalpark, Glarus, Engelberg und das Wallis besucht und für ihre Vortragstätigkeit in Holland eigene Dias erstellt.

7. Photodienst

Der Bilderdienst legte das Hauptgewicht auf die Ausstattung der Agenturen mit Photomaterial jeglicher Art. Insgesamt wurden über 9000 Vergrößerungen 18×24 für die Pressewerbung und über 5000 Vergrößerungen 30×30 zu Ausstellungszwecken an die Auslandsvertretungen versandt. Je weitere 3000 Vergrößerungen der beiden Formate gingen direkt an die Auslandspresse oder an die schweizerischen diplomatischen Auslandvertretungen. Daneben wurden auch die Schweizer Interessenten laufend mit Bildmaterial versehen. Das Negativ-Archiv wurde durch verschiedene Reportagen ergänzt.

Der angegliederte Artikeldienst erfuhr einen weiteren Ausbau durch die Beschaffung von neuem Textmaterial, das in erster Linie für die Pressewerbung im Ausland bestimmt ist.

Im weitem wurden die eingehenden Pressebelege aus dem Ausland im Bilderdienst laufend verarbeitet und die Resultate monatlich zusammengefaßt. Der Cliché-Dienst erfreut sich einer großen Nachfrage.

8. Ausstellungen und Messen

a) Ausland

Unsere Zentrale hat im Jahre 1947 an folgenden internationalen Messen für den schweizerischen Fremdenverkehr geworben:

Salon du Tourisme Nice, 22. Februar bis 10. März 1947

Mustermesse Prag, 16.—23. März 1947

Foire de Lyon, 12.—21. April 1947

Mustermesse Utrecht, 15.—24. April 1947

Foire de Bruxelles, 26. April bis 11. Mai 1947

Foire de Paris, 10.—25. Mai 1947

Mustermesse Barcelona, 7.—29. Juni 1947

St. Erikmesse Stockholm, 23.—31. August 1947

Photoausstellung »Die moderne Schweiz« in Wien,

28. März bis 6. April 1947

National Sport Men's Show of Canada, April 1947

Internat. Reiseausstellung in New York, Atlantic City und Philadelphia, April/Mai 1947

Internat. Briefmarkenausstellung in New York, Mai 1947

Internat. Ausstellung für Städtebau und Wohnkultur in Paris, 10. Juli bis 17. August 1947

Schweizerische Plakatausstellung in Ottawa.

Schweizerische Buchausstellung in Nanking, 18.—23. November 1947

Schweizerische Plakatausstellung in Casablanca, 9.—21. Dez. 1947

Permanente Ausstellung im Leave Centre in Mülhausen, jetzt in Karlsruhe

b) Inland

Mustermesse in Basel, 12.—22. April 1947

9. Plakatierung

Der gute Erfolg unseres im Jahre 1945 gedruckten Plakates mit dem Motiv »Springendes Lamm in der Frühlingslandschaft« von Donald Brun hat uns dazu bewogen, im Frühjahr 1947 einen Neudruck zu machen. Für die Sommer- und Herbstwerbung benützten wir vor allem die neun Regionalplakate, sowie die Saison-Kopfplakate.

Ein farbenfrohes Winterplakat widmeten wir den 5. Olympischen Winterspielen in St. Moritz mit der Aufschrift: »La Suisse vous appelle aux Jeux Olympiques d'hiver«, »Switzerland calls you to the Olympic Winter Games«. Als Vorwerbung für die Olympiade hatten wir bereits im Februar ein Winterplakat vom Basler Graphiker Heltinger veröffentlicht.

10. Schaufensterwerbung

a) Ausland

Unsere Tätigkeit für Schaufensterauslagen im Auslande und vor allem bei unseren Agenturen war beachtenswert. Wir konnten 100

neue komplette Schaufenstergarnituren, Modell Keller, zur Spedition bringen. Rund 3000 photographische Vergrößerungen im Format 50×50 cm haben wir an unsere Agenturen für die Bebilderung dieser Gestelle zum Versand gebracht. Dabei sind folgende Themen berücksichtigt worden: Winter in der Schweiz, Frühling in der Schweiz, Schweizer Heilbäder und Heilung in der Schweiz, Schweizer Berge und Seen, Transportmittel in der Schweiz (unter spezieller Berücksichtigung des Jubiläums »100 Jahre Schweizer Bahnen«), Schweizer Städte und Herbst in der Schweiz, Winter-Olympiade in St. Moritz. Hier sei auch die gleichzeitige Belieferung von photographischen Vergrößerungen im Format 30×30 cm für die Schaufensterwerbung erwähnt.

Wir haben nicht unterlassen, jede Agentur, sowie die wichtigsten Gesandtschaften und Konsulate auch mit einer größeren Anzahl touristischer Plakate für die Schaufensterwerbung zu bedienen.

b) Inland

Unser Schaufensterdienst im Inland wurde zugunsten der Auslandswerbung etwas reduziert. Mit dem vorhandenen Material konnten wir dennoch zahlreiche Reisebureaux, Banken, Privatgeschäfte und auch Warenhäuser für die Ausführung touristischer Schaufensterauslagen bedienen. Für die Bäderwerbung in der Schweiz standen uns 16 komplette Schaufenstergarnituren zur Verfügung.

Beim Taler-Verkauf zugunsten des Heimat- und Naturschutzes haben wir wiederum mitgeholfen und stellten photographische Vergrößerungen für Schaufensterauslagen zur Verfügung. Ferner übernahmen wir den Versand von 1000 Stellplakätchen in deutscher und 300 Exemplare in französischer Sprache an alle Verkehrsinteressenten der Schweiz.

Als spezielle Werbeaktion erwähnen wir die 16 Schaufensterauslagen bei der Schweiz. Kreditanstalt an der Bahnhofstraße in Zürich vom 15. Juni bis 15. August 1947. Neun Fenster standen unter dem Motto »100 Jahre Schweizer Bahnen« und die restlichen sieben Vitrinen wurden für die übrigen Verkehrsmittel, wie Luftverkehr, Dampfschiffahrt, Alpenposten etc. eingesetzt. Sämtliche zehn touristischen Regionen wurden bei der ganzen Aktion berücksichtigt.

Vom 15. Dezember 1947 bis 15. Februar 1948 standen uns diese Fenster wiederum für die Winterwerbung zur Verfügung, wobei sieben Vitrinen den 5. Olympischen Winterspielen in St. Moritz gewidmet waren. Die übrigen neun Auslagen wurden für die touristischen Regionen eingesetzt.

11. Besondere Aktionen

Die SZV besorgte die Werbung für das bisher wichtigste sportliche Großereignis der Nachkriegszeit, die Olympischen Winterspiele vom 30. Januar bis zum 8. Februar 1948. Sie begann mit der Entsendung einer aus vier Herren und drei Damen bestehenden Skimannschaft nach den Vereinigten Staaten am 30. Januar 1947. Dieses Skiteam hat seine Mission in hervorragender Weise erfüllt und seine sportlichen Leistungen haben die Spalten der amerikanischen Presse drei Monate lang so gefüllt, daß wir mit dem Erfolg mehr als zufrieden sein dürfen. In jener Zeit hat die SZV auch schon das erste Olympia-Plakat in 8000 Exemplaren verteilt. Damals begann auch die Dreharbeit für den Olympia-Kurzfilm »Citius, altius, fortius«, der im Laufe des Sommers an die Kinotheater gelangte und speziell in Frankreich, wo er im Rahmen der Wochenschau gezeigt wurde, aber auch in vielen anderen Ländern sehr guten Anklang fand. Rechtzeitig begann auch die Herstellung des Schaufenstermaterials, indem geschlossene Olympiade-Serien à 12 Bilder ins Ausland verschickt wurden. Unser Photodienst brachte 2500 Vergrößerungen 30×30 cm, 50×50 cm, 64×102 cm und 90,5×128 cm zum Versand. Die Olympiade-Sondernummer unserer Revue »Die Schweiz« erschien in einer Auflagehöhe von 28 000 Exemplaren. Außer den offiziellen Pressecommuniqués, welche die SZV an ihre Agenturen, sowie an die Schweizer Gesandtschaften und Konsulate im Ausland zur Verwertung weiterleitete, wurden durch den SZV-Artikeldienst 8 größere Aufsätze mit Illustrationsmaterial versandt. Sie wurden durch die Agenturen in die entsprechende Landessprache übersetzt und der Presse zugestellt. Von den 5 Ringen, dem Symbol der olympischen Spiele wurden überallhin Matrizen verschickt, um auf Briefbögen und Enveloppen gedruckt zu werden. Die Verkehrszentrale

versah alle ihre Drucksachen — rund eine halbe Million — mit Hinweisen auf die Winterspiele und ersuchte sämtliche Kur- und Verkehrsvereine, das gleiche zu tun. Schließlich haben wir ein zweites Plakat in 10 000 Exemplaren und ein Kleinplakat in der gleichen Auflage anfangs November verteilt. Der allgemeine Olympiade-Prospekt in englischer, französischer, spanischer, italienischer und tschechischer Sprache erreichte eine Auflagehöhe von 215 000 Exemplaren.

IV. Werbesektoren

1. Eisenbahnen

Das schweizerische Eisenbahnjubiläum bildete den Rahmen, in welchem die Eisenbahnwerbung während des Berichtsjahres durchgeführt wurde. Durch den Photo- und Pressedienst, mit der Revue »Die Schweiz«, dem Ausstellungsdienst und der Schaufensterwerbung konnte dieses Ereignis im In- und auch im Ausland voll propagandistisch ausgewertet werden. Das neue Ferienbillet wurde von unseren Agenturen stark propagiert, u. a. auch durch die Verwendung von Kopf- und Stellplakaten. Wir wirkten auch an den Beratungen der Tarifreform unserer Bahnen mit, die eine erfreuliche Vereinfachung der Fahrpreisberechnungen und eine bessere Orientierung der Bahnbenützer über die Tariflage gestatten. Mit verschiedenen ausländischen Bahnverwaltungen haben unsere Agenturen einen Plakataustausch durchführen können. Der Billettverkauf unserer Agenturen zeigt gegenüber dem Vorjahre stark steigende Umsätze.

2. Straßenverkehr

Die offizielle Straßenkarte der Schweiz wurde in englischer und französischer Sprache neu bearbeitet und in einer Auflage von 125 000 Exemplaren herausgegeben. Sie wurde durch unsere Agenturen den großen ausländischen Automobil-Clubs, mit welchen unsere Außenstellen stets einen sehr engen Kontakt pflegen, zur Ver-