

Werbegebiete

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung**

Band (Jahr): **10 (1950)**

PDF erstellt am: **27.09.2024**

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.

qualitativen Leistungen aufwarten. Durch unsere eigenen Organe sowie durch die Agenturen wurde diese Tatsache der Presse aller in Frage kommenden Länder zur Kenntnis gebracht. Hierüber sind uns eine grosse Zahl von Pressebelegen zugegangen. Wir können mit Genugtuung feststellen, dass seither die Bezeichnung der Schweiz als „teures Reiseland“ im Abklingen begriffen ist, umso mehr als auch die dauernd steigenden Preise im Ausland zu einem Ausgleich in den höheren Kategorien ganz wesentlich beitragen.

Im Hinblick auf den seit Kriegsende erheblich zugenommenen ausländischen Autocarverkehr führten wir eine Erhebung über dessen Bedeutung für unseren Tourismus sowohl bei unseren Agenturen als bei den Mitgliedern des Verbandes Schweizerischer Kur- und Verkehrsdirektoren durch, die eine Reihe interessanter Tatsachen aufdeckte.

Für die Spezialaktion „50 Schweizer Franken für längere Winterferien“ des Schweizer Hotelier-Vereins gelangte vor allem im Ausland ein Schleuderprospekt, betitelt „Einmaliges Angebot“, in einer Auflage von 260 000 Exemplaren in deutscher, französischer, englischer und italienischer Sprache zur Verteilung.

Rund 1400 Serien zu 12 farbigen Kalenderbildern der Verlagsanstalten Calendaria AG. in Immensee, Gebr. Stehli in Zürich und Bächler & Co. in Bern sind angekauft und zum Teil an Agenturen, Gesandtschaften und Konsulate zum Versand gebracht worden. Sie dienen vor allem für Schaufensterdekorationen bei den Agenturen und ausländischen Reisebureaux sowie als Wandschmuck bei den diplomatischen Vertretungen und weiteren Interessenten.

Erwähnenswert sind auch die Spezial-Schaufensterauslagen unserer Agenturen für die touristische Werbung anlässlich des Heiligen Jahres 1950.

IV. Werbegebiete

1. Eisenbahnverkehr

Soweit es für das Ausland bestimmt ist, wird das gesamte Werbematerial des Publizitätsdienstes der SBB, wie Plakate, Prospekte, Broschüren, Streckenkarten, Fahrpläne, Kalender usw., durch uns

an die Agenturen verschickt. Diese letzteren übernehmen den Versand an die Reisebureaux und Verkehrsinteressenten der einzelnen Länder. Unsere Agenturen haben in ihren eigenen Werbedrucksachen den Bahnverbindungen sowie den Tarifen nach den wichtigsten Schweizer Städten und Kurorten einen breiten Raum reserviert. Eine intensive Werbung für die SBB und die Privatbahnen wird nach wie vor in allen Ausstellungen und Schaufenstern durch den Presse- und Photodienst sowie in unserer Reisezeitschrift „Die Schweiz“ im In- und Ausland entfaltet. Im Jahrgang 1950 dieser Revue erschienen u. a. folgende Reportagen über Themen aus dem Gebiete des Eisenbahnwesens: Ausbau von Bahnhöfen, Sicherung des Winterverkehrs, Fahrt im Arlberg-Express, neue Schwebel- und Sesselbahnen, Gotthardverkehr anlässlich des Heiligen Jahres, Bau von Leichtstahlwagen mit Pneurädern, neue Doppelspur-Strecken, voralpine Längstverbindung Genfersee-Bodensee, diverse Bergbahnen, Dreipässe-Fahrt SBB/PTT, Dienstenteilung der Lokomotiven und des Lokomotivpersonals, Ausbau der SBB-Kraftwerke, Bundesbahnen und Sport, Güterverkehr in Chiasso usw.

2. Strassenverkehr

Im Frühsommer gaben wir die offizielle Strassenkarte mit französisch/englischem Text in 100 000 Exemplaren neu heraus. Sie weist gegenüber der Ausgabe aus dem Jahre 1946 eine Reihe wichtiger Neuerungen auf. So sind darin alle Strassen, die von Gesellschaftswagen bis 2,5 m Breite befahren werden dürfen, rot hervorgehoben. Da die Einreise solcher Cars dauernd zunimmt, ist durch die Herausgabe dieser Karte eine fühlbare Lücke in unserem Informationsdienst ausgefüllt worden. Die Agenturen haben diese Karte dann auch sogleich allen ihnen in ihrem Rayon bekannten Gesellschaftswagenbesitzern zugestellt. Ferner verteilten wir zwei ähnliche Karten im kleineren Format, die vom TCS und vom Eidg. Justiz- und Polizeidepartement herausgegeben wurden und noch einige Angaben für die Chauffeure enthalten, durch Vermittlung unserer Agenturen ebenfalls an die Car-Besitzer. Unser Photodienst hat sein Archiv an Negativen aus dem Gebiete des Strassenverkehrs, insbe-

sondere der Alpenstrassen, ergänzt und ausgebaut. Unsere Agenturen haben sich auch bemüht, Fahrten mit den Reiseposten der PTT über die Alpenpässe vermehrt zu propagieren. Zahlreich waren die mündlich und schriftlich zu beantwortenden Anfragen ausländischer Automobilisten für Tourenvorschläge.

3. Schiffsverkehr

Im Rahmen unserer Ausstellungs- und Schaufensterwerbung erfolgte die Propaganda für den Schiffsverkehr wie bis anhin. Unser Photoarchiv ist durch neue Sujets ergänzt worden, von welchen wir den Agenturen Vergrößerungen zustellten.

4. Luftverkehr

Die Zusammenarbeit mit der Swissair konnte auch während des Berichtsjahres in erfreulicher Weise vertieft werden. So haben wir nunmehr in Frankfurt, Wien, Kairo und Lissabon die Generalvertretung der Swissair übernommen, d. h. neben dem Flugscheinverkauf auch die Akquisition, Abfertigung der Fluggäste usw. In unseren Agenturen in Amsterdam, Brüssel, London, Paris und Rom werden ebenfalls Swissair-Billette verkauft, während sich diese Gesellschaft in Nizza und Rom in unseren Lokalitäten eingemietet hat. Unsere Kopfplakate wurden wiederum sowohl der Swissair als den ausländischen Gesellschaften, die Fluglinien nach der Schweiz führen, zur Verfügung gestellt. Auch sind von diesen Unternehmungen unsere Werbebroschüren durch ihr weltweites Agenturnetz verteilt worden. Anlässlich von Studienreisen ausländischer Journalisten und Reisebureaux-Fachleuten ergab sich während des Berichtsjahres wiederum eine erfreuliche Zusammenarbeit mit der Swissair, der TWA, der KLM und der SAS.

5. Bäderwerbung und Klimatologie

a) Bäderwerbung

Wie üblich wurden Kollektivinserate im Inland in den wichtigsten Tageszeitungen und Zeitschriften vergeben, und zwar unter Beanspruchung von rund 33 Prozent des Gemeinschaftsbudgets. Sonder-

nummern für unsere Heilbäder wurden von den Zeitschriften „Die Frau“ und „Schweizer Verkehrs- und Industrierevue“ mit reichem Illustrations- und Dokumentationsmaterial herausgegeben. Im Laufe des Jahres wurden 14 neue Artikel über die Bäder, unter besonderer Berücksichtigung des Klimafaktors, in unseren Artikeldienst neu aufgenommen. Diese Artikel sind auch in französischer Sprache vorhanden. In der Revue „Die Schweiz“ erschienen zweimal Artikel über unsere Heilbäder. Für die „New York Herald Tribune“, die eine internationale Bädernummer herausgab, lieferten wir neun Artikel und entsprechendes Bildmaterial. Vom Artikel „Les cures d’eaux, thérapeutique moderne?“ von Prof. Dr. Böni haben wir 600 Exemplare per Briefpost an die belgischen Aerzte verteilt. Anlässlich der „Journées du rhumatisme“ wurden 50 Exemplare der Sondernummer über Rheuma der Zeitschrift „Médecine et Hygiène“ an die Besucher abgegeben, eine Plakatwand über Schweizer Heilbäder aufgestellt und allgemeine Bäderprospekte an die Aerzte verteilt. „Das kleine Bäderbuch“ ist nun in einer Auflage von 10 000 Exemplaren erschienen. Die Uebersetzung in die englische und französische Sprache liegt ebenfalls vor, so dass der Druck 1951 vorgenommen werden kann. Für das Bäder-Plakat wurde eine passende Vorlage unter Verwendung der Skulptur Hubacher gefunden. Der farbige Bäder-Film, 16 mm/450 m lang, aus der Produktion Zbinden, wurde fertiggestellt. Im Radio konnte wie üblich in den Verkehrsmittlungen auf die Heilbäder in passender Form mehrfach hingewiesen werden. Ausserdem wurde vom Studio Bern eine ausführliche Reportage über den Kurort Lenk i. S. unter ausgiebiger Berücksichtigung des Heilbades durchgegeben. Im Ausstellungswesen wurden die Heilbäder bestmöglich berücksichtigt; so konnte bei der Ausstellung im Helmhaus Zürich ein ganzer Raum der Gesundheit und den Heilbädern reserviert werden.

b) Klimatologie

Die Verhandlungen mit dem Verband der Höhen- und Klimakurorte, dem bis jetzt 15 Stationen angehören, wurden neu aufgenommen. Wir haben Statuten aufgestellt und ein provisorisches Arbeitsprogramm vorgelegt. Ferner wurde eine besondere TBC-

Aktion mit der Agentur Frankfurt durchgeführt. An die Verhandlungen in London wurden Schweizer Mediziner, Spezialisten für Balneologie und TBC delegiert.

6. Sport

Die Entsendung der Schweizer Ski-Equipe an die Weltmeisterschaften in den USA. unterstützten wir mit Fr. 25 000.—, doch entsprach das uns zugekommene „Presse-Echo“ keineswegs unseren Erwartungen. Der Prospekt „Richtlinien für die Herstellung von Wanderkarten“ wurde an alle geographischen Kartenverlage der Schweiz sowie an die Ortsvereine verschickt. Die Verhandlungen mit den SBB betr. „Orientierungstafel“ an Bahnhöfen konnten abgeschlossen werden. Die Gotthard-Wanderung wurde dank der Mithilfe des TCS und der Kantone Uri und Tessin vollständig markiert. Der Skischulleiterkurs 1950 konnte erstmalig im Welschland (Villars-Bretaye), und zwar unter günstigen Schneeverhältnissen, abgehalten werden. Skischulleiter, Kandidaten und Presse umfassten 98 Personen, der Uebungstrupp 148 Teilnehmer. Dem Kurs wohnten u. a. sechs Pressevertreter aus Belgien und Luxemburg, zwei aus Italien und einer aus Frankreich bei. Die eingegangenen Pressebelege zeugen von einer erfreulichen journalistischen Mitarbeit. Radio Lausanne und Radio Genf waren gleichzeitig mit ihren Reportagewagen anwesend und teilten sich in die Aufgabe. Dank einer Subvention der SHTG konnte für den Winter 1950/51 der Tarif der Skischulen um 40/50 Prozent ermässigt werden. Diese Vergünstigung propagierten wir im Inland durch eine Inseratenkampagne, durch eine Diapositiv-Aktion in 50 Kinos sowie durch Meldungen im Radio und in der Presse.

7. Erziehung

Im allgemeinen darf die Lage des privaten Erziehungswesens in der Schweiz als befriedigend bezeichnet werden; der Beitritt der Schweiz zur Europäischen Zahlungsunion hat hinsichtlich der Zuteilungen von Devisen für Erziehungsaufenthalte jedoch nicht alle Erwartungen erfüllt. So muss z. B. die Zuteilung von 320 Pfund, die England für einen Erziehungsaufenthalt pro Kopf und Jahr

gewährt, als ungenügend betrachtet werden, während die von Schweden gewährten 750 Kronen knapp für einen Ferienkurs ausreichen. Erfreulicherweise hat die Zahl der Jugendlichen aus Italien und Deutschland, welche unsere privaten Erziehungs- und Lehr-Institute besuchen, wieder erheblich zugenommen. Infolge allgemeiner Verarmung ist es aber trotz Devisenzuteilung vielen ausländischen Familien nicht mehr möglich, ihre Kinder zu einem Erziehungsaufenthalt in die Schweiz zu schicken, obgleich dies einst Tradition war. Doch kann aus den zahlreichen täglich bei der Zweigstelle Lausanne einlaufenden Anfragen von seiten privater Persönlichkeiten und offizieller Instanzen geschlossen werden, dass das Ausland nach wie vor an unserem privaten Erziehungswesen stark interessiert ist.

Die Hoffnungen, die wir in bezug auf einen stärkeren Zuspruch unserer Institute aus den USA. gehegt hatten, haben sich bisher nicht im erwarteten Umfange erfüllt, was vermutlich auf die gespannte politische Weltlage zurückzuführen ist. Einige Gruppen junger Amerikaner sind auf Veranlassung der Firma Duriaux in New York und mit Unterstützung der TWA während des letzten Sommers zu einem Studienaufenthalt in die Schweiz gekommen. Etwas über 200 Studenten aus den USA. und Kanada nahmen an den Kursen der „Summer School“ der Universität Fribourg teil.

Die Frequenzen der Ferienkurse für französische Sprache der westschweizerischen Universitäten waren als sehr befriedigend zu bezeichnen und namentlich in Lausanne wurde die Rückkehr deutscher Studenten begrüsst. Wiederum wurde von der SVZ ein Plakat für die Ferienkurse der Universitäten Genf, Lausanne, Neuchâtel, Fribourg und Zürich sowie für das Institut Rosenberg in St. Gallen in englischer Sprache herausgegeben und namentlich in England, den USA. und Kanada verteilt. Auch hat sich die Zweigstelle Lausanne mit der Frage der Anerkennung medizinischer Studien an schweizerischen Universitäten durch die amerikanischen Schulbehörden befasst.

Die uns zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel haben es uns bisher noch nicht erlaubt, Spezialaktionen zugunsten unseres privaten Erziehungswesens in grösserem Ausmasse durchzuführen. Wir haben jedoch alle uns zugänglichen Werbemittel, wie die Revue „Die

Schweiz“, das Bulletin OCST sowie unsere Radiosendungen, für eine diesbezügliche kräftige Werbung benützt. Eine von uns zusammengestellte Kartothek gestattet uns heute, über 330 Pensionate, Institute und Kinderheime jede gewünschte Auskunft zu geben. Dieses ganze umfassende Material befindet sich für den gleichen Zweck auch im Besitze unserer sämtlichen Agenturen. Diese Kartothek wird auf Grund zuverlässiger Informationen dauernd à jour gehalten.

Um unsere Agenturen noch besser mit der Praxis des privaten Erziehungswesens vertraut zu machen, wurde vom 17. bis 27. April eine Studienreise mit 12 Beamten der Agenturen Amsterdam, Brüssel, Frankfurt, Kairo, Lissabon, London, Nizza, Paris, Rom, Stockholm, Wien und der Zweigstelle Lausanne durchgeführt, wobei 33 Betriebe in allen Gegenden der Schweiz besucht wurden. Diese erstmalige Kontaktnahme unserer Auskunftsbeamten mit den Institutsleitern dürfte sich für unsere zukünftige Werbung sehr fruchtbar auswirken. Im November fand in Zürich eine Konferenz mit den führenden Persönlichkeiten unseres privaten Erziehungswesens statt, wobei namentlich die Neuausgabe des Führers der Privatinstitute zur Sprache kam. Die Ausgabe 1950 erschien Ende Januar in 10 000 Exemplaren, mit Text in acht Sprachen. Im Hinblick auf das Heilige Jahr haben wir noch eine Spezialliste katholischer Institute in der Schweiz zusammengestellt. Wiederum hatte die Zweigstelle Lausanne den Vorzug, eine grosse Zahl ausländischer Persönlichkeiten, die sich für unser Erziehungswesen interessieren, wie Diplomaten, Professoren, Journalisten usw., zu empfangen und zu beraten sowie sie mit dem einschlägigen Auskunftsmaterial zu versehen.

8. Kulturwerbung

In unseren Drucksachen, durch den Photo-, Film- und Schaufensterdienst wie in der Revue „Die Schweiz“ kam unser Land mit seinen vielen kulturell bedeutsamen Institutionen, mit seinem Volkstum und mit seinen Kunstschatzen wiederum in ausserordentlich reichem Masse zur Geltung.

Den verschiedenen kulturellen Veranstaltungen wurde erneut unsere propagandistische Mitarbeit geliehen, so den grossen Kunst-

ausstellungen von internationalem Niveau, wie sie in Basel (Gauguin), Zürich (Europäische Kunst vom 13. bis 20. Jahrhundert), Luzern (Wiener Biedermeier und Karl Spitzweg), Lugano (Schwarz-Weiss-Malerei) und Genf (Mittelalterliche Kunst aus Oesterreich) abgehalten wurden; weiterhin dem Bach-Fest in Schaffhausen, den Calderon-Spielen in Einsiedeln, dem Internationalen Kongress für Ur- und Frühgeschichte, welcher im August in Zürich stattfand. Die zahlreichen Musik- und Kunstwochen wurden in einem anfangs März publizierten, vierseitigen Prospekt propagiert, welcher wie schon im Vorjahre auf die wesentlichsten Anlässe, die Mitwirkenden und in grossen Zügen auf die Programme aufmerksam machte. Der Prospekt, dessen Herausgabe in einer zu Beginn des Jahres von uns einberufenen Koordinationskonferenz beschlossen wurde, erschien in einer Gesamtauflage von 95 000 Exemplaren in vier Versionen (deutsch, französisch, englisch, italienisch).

Die Revue „Die Schweiz“ widmete sich ausser den an anderer Stelle genannten Themen u. a. den künstlerischen Veranstaltungen von Ascona, der Ausstellung alpiner Kunst in Bern, den Tessiner Kirchen, den in der Schweiz aufbewahrten Gemälden Holbeins, dem Schloss Spiez, dem Stadt- und Münstermuseum Basel, dem Schloss Chillon, der retrospektiven Ausstellung in Stein am Rhein, der Solothurner Kunstpflege, der Votivbilder-Ausstellung in Locarno und Lugano sowie den Brissago-Inseln, welche im Jahre 1950, vom Natur- und Heimatschutz in Obhut genommen, der Oeffentlichkeit zugänglich gemacht wurden. Erwähnung verdient die regelmässig erscheinende Theater-Chronik. Für die erste Auslandsnummer des Jahres 1951 wurde eine Bilderfolge von Schweizer Traditionen und Volksfesten zusammengestellt, die separat als Broschüre, in einer Auflage von 10 000 Exemplaren und mit deutschen, französischen und englischen Legenden versehen, herausgegeben wurde.

Sehr enger Kontakt wurde wie bis anhin mit den Förderern kultureller Bestrebungen, der Stiftung Pro Helvetia, dem Auslandschweizerwerk N.H.G., Heimatschutz und Trachtenvereinigung, den wissenschaftlichen Gesellschaften usw. gepflogen. Die Fühlungnahme erfolgte stets im Geiste enger Zusammenarbeit und im Bestreben, Doppelspurigkeiten zu vermeiden. Mehrmals konnten wir auch im

Berichtsjahre unser Photo-, Cliché- und Dokumentationsmaterial zur Verfügung stellen.

Im August wurde unter dem Patronat des Eidg. Departementes des Innern und in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte die III. Internationale Kunstwoche in der Schweiz organisiert. 85 Teilnehmer aus Belgien, Frankreich, Holland, Dänemark, Aegypten und der Schweiz leisteten ihr begeistert Folge und lernten auf achttägiger Fahrt die bedeutendsten Kunstdenkmäler des Genferseegebiets, des Wallis, Graubündens und der Stadt St. Gallen kennen. Wie ihre Vorgängerinnen hatte die Veranstaltung einen ausgezeichneten, nicht zuletzt auch propagandistischen Erfolg aufzuweisen.

V. Tätigkeit der Zweigstelle Lausanne

Vermehrte Zuteilungen von Devisen, Vereinfachungen von Pass- und Zollformalitäten sowie die Zulassung überbreiter ausländischer Cars haben in erfreulicher Weise dazu beigetragen, dem Tourismus in dem von der Zweigstelle Lausanne betreuten Grenzgebiet neue Impulse zu geben. Davon hat vor allem der XX. Internationale Automobil-Salon in Genf profitiert. Wir beteiligten uns an der Internationalen Messe in Lyon sowie an einer ähnlichen Veranstaltung in Grenoble. Dabei waren wir in der Lage, zahlreiche Schaufenster dieser Städte für unsere Werbung zu benützen. Die Zweigstelle redigierte während des Berichtsjahres 22 Ausgaben des Pressebulletins, das nicht nur den Agenturen das nötige Material für deren eigenen Pressedienst liefert, sondern das noch an 200 weitere Korrespondenten, wie Gesandtschaften, Konsulate, Handelskammern, ausländische Journalisten usw., geschickt wird. Unser Artikeldienst wird der Presse der Westschweiz und der angrenzenden französischen Departemente sowie den in der Schweiz akkreditierten ausländischen Journalisten geliefert. Auf Wunsch einzelner Interessenten wurden eine Reihe weiterer Artikel über Spezialfragen ausgearbeitet. Gemeinsam mit dem Studio von Radio Lausanne wurde der radiophonische Wettbewerb „Monsieur Beauvoyage conduit l'enquête“