

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung
Band: 11 (1951)
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>

posten der Förderung unserer touristischen Interessen im Ausland. Wir danken auch besonders dem Eidgenössischen Wirtschaftsdepartement und seinen Delegierten für Handelsverträge, welche die Belange unseres Fremdenverkehrs mit Energie vertreten. Hervorheben möchten wir auch die fruchtbare und kollegiale Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Fremdenverkehrsverband in der Lösung uns gemeinsam interessierender Aufgaben.

Ebenso fruchtbar und eng waren die Beziehungen, die wir während des Berichtsjahres mit den regionalen und lokalen Verkehrsinteressen, den Transportunternehmungen, den Fachorganisationen des Gastgewerbes, den touristischen Berufsvereinigungen, den Sportverbänden sowie zahlreichen wissenschaftlichen und kulturellen Institutionen pflegten.

Wir haben selbstverständlich auch 1951 nichts unterlassen, um alle diejenigen Bestrebungen, die sich auf die Befreiung des internationalen Reiseverkehrs von immer noch bestehenden Hindernissen und Erschwerungen zum Ziele setzen, tatkräftig zu unterstützen. Die von unserem Direktor, Herrn S. Bittel, präsierte Kommission, die mit der europäischen Kollektivwerbung in den USA und mit der diesbezüglichen Berichterstattung an die zuständigen Instanzen der Marshallplanverwaltung betraut ist, konnte die Weiterführung dieser wichtigen und erfolgreichen Aktion auch für 1952 sichern. Bis zum November 1951 amtierte Herr Direktor Bittel als „Pastpresident“ der Union Internationale des Organismes Officiels du Tourisme und seither als Mitglied des Exekutivkomitees.

III. Werbung und Werbemittel

1. Drucksachen und Materialdienst (Produktion und Verteilung)

Im abgelaufenen Jahre sind folgende SZV-Drucksachen erschienen:

Ereignisbroschüre «Die Schweiz im Sommer 1951», deutsch, französisch, englisch	15 000
Broschüre «Das kleine Bäderbuch», deutsch, französisch, englisch . .	30 000
Prospekt «Schweizer Heilbäder», deutsch, französisch, englisch . . .	90 000

Prospekt «Traditionen und Volksfeste in der Schweiz», deutsch, französisch, englisch	10 000
Prospekt «Kunstfestwochen in der Schweiz», deutsch, französisch, englisch.	65 000
Broschüre «Semester i Schweiz», schwedisch	15 000
Broschüre «Voyages en Suisse», französisch	20 000
Broschüre «Ferienland Schweiz» mit Sporttabelle, deutsch, französisch, englisch, italienisch, holländisch, spanisch	261 000
Broschüre «Alpinismus in der Schweiz», deutsch, französisch, englisch	30 000
Flugblatt «Ermässigung der Bergführertarife», deutsch, französisch, englisch, italienisch	190 000
Broschüre «Angelsport in der Schweiz», viersprachig	10 000
Broschüre «L'Influence du climat alpin sur les maladies tropicales», französisch	5 000
Ereignisbroschüre «Die Schweiz im Winter 1951/52», deutsch, französisch, englisch	15 000
Kalender 1952 «Die farbenfrohe Schweiz», sechssprachig	30 000
Weihnachts- und Neujahrs-Glückwunschkarten, deutsch, französisch, englisch, italienisch, spanisch, portugiesisch	20 000
Broschüre «The Swiss Universities», englisch (Nachdruck)	10 000
Broschüre «Die Schweiz von heute», spanisch	10 000
Touristenkarte (Nachdruck), französisch, englisch	41 000
Plakat «Das Jahr der Schweizer Berge», deutsch, französisch, englisch, blanko.	15 000
Plakat «Schweizer Heilbäder», deutsch, französisch, englisch	7 000
Sommer-Kopfplakat (Farbenphoto Villiger), blanko	15 000
Winter-Kopfplakat (Farbenphoto Giegel), blanko	20 000
Kleinplakat Trachtenfest Luzern	5 000
Kleinplakat «Qui dit Ski, dit Suisse», französisch, englisch	3 000
Revue «Die Schweiz», mehrsprachig	270 000
Mitteilungen SZV deutsch/französisch.	13 200
Von den Agenturen herausgegebene Werbedrucksachen.	306 400

Der Nachschub von Werbematerial der SZV, der schweizerischen Verkehrsinteressenten, der Transportanstalten und der Hotellerie an die SZV-Agenturen erfolgte laut Terminplan in drei Hauptsammelungen.

Die diplomatischen und konsularischen Verteilungsstellen der Schweiz im Ausland wurden wiederum zweimal mit Werbematerial (Sommer und Winter) beliefert. Eine grosse Anzahl dieser Verteilungsstellen erhielt auf Wunsch zusätzliches Material geliefert für eigene Werbeaktionen.

Private mündliche und schriftliche Anfragen nach Auskunftsmaterial fanden in rund 4000 Fällen ihre Erledigung. Ebenso wurde für die Auskunftsstellen der im Abschnitt 8 aufgeführten Ausstellungen und Messen umfangreiches Werbematerial abgegeben.

Die Teilnehmer der zahlreichen in der Schweiz stattgefundenen Kongresse und Tagungen erhielten, gleich wie die Teilnehmer der ASTA-Touren, ausgewähltes Dokumentationsmaterial in verschiedenen Sprachen.

Über den Umfang des im Berichtsjahr zur Verteilung gebrachten Werbematerials seien folgende Zahlen herausgegriffen:

- a) Eingang und Versand der Regional- und Kurortsprospekte, der Imprime der Transportanstalten und Bäder sowie der speziellen Werbemittel für Sport und Erziehung, der allgemeinen Führer u. a. m., inkl. Versand der SZV-Publikationen (Broschüren und Prospekte), 4 500 000 Ex.
- b) Plakate, herausgegeben durch die Verkehrsvereine und Transportanstalten, inkl. Versand der SZV-Plakate, 80 000 Ex.

Der Versand der vorerwähnten Imprime nach dem Ausland erforderte 1405 Kisten, 1622 Postpakete und 19726 Drucksachenpakete mit einem Totalgewicht von rund 182 Tonnen.

Mit der Aktion über eine *Dokumentation* der Schweiz, zuhanden der Reisebüros, ist in diesem Jahr eine grosse und umfangreiche Arbeit in Angriff genommen worden. Es haben sich bisher 65 Orte zur Teilnahme gemeldet. Jeder Ort lässt das ihm zukommende Dokumentationsblatt selber drucken. Die ganze Aktion wird von uns durch den variablen Bundesbeitrag mit einem Kostenbeitrag von 30% unterstützt.

2. Pressewerbung

Der Artikeldienst wurde im Berichtsjahr durch eine grosse Zahl neuer Aufsätze ergänzt. Artikel, die wir schon in unserem Archiv hatten, deren Auflage jedoch erschöpft war, wurden ausserdem neu abgezogen. Unser Archiv umfasste Ende Dezember 1951 542 Artikel in deutscher, 335 in französischer und 227 in englischer Sprache, dazu kamen einzelne Artikel in anderen Sprachen, z. B. spanisch und

portugiesisch. 1951 wurden insgesamt in deutsch 147, in französisch 139 und in englisch 74 Artikel neu bestellt bzw. redigiert, vervielfältigt und versandt. Sie umfassen alle Gebiete, über die sich unsere Werbung erstreckt, in erster Linie die einzelnen Regionen, die Jahreszeiten, die Verkehrsmittel, bestimmte Anlässe sowie eine Serie Aufsätze über die Volkskunde in den einzelnen Regionen. In die Zusammenstellung einbezogen sind ferner die Artikel, die sportliche, kulturelle und volkskundliche Veranstaltungen des nächstfolgenden Monats behandeln. Wie aus den uns zugestellten Belegen ersehen werden konnte, fanden die Artikel im In- wie im Ausland allseits gute Aufnahme.

An speziellen Aufgaben sei die Mitarbeit an verschiedenen Sondernummern der Tages- und Zeitschriftenpresse hervorgehoben.

Unter den zahlreichen weiteren Publikationen, die unsere Unterstützung durch Ausleihen von Bild- und Textmaterial erhielten, sei das im Verlag «Mensch und Arbeit», Zürich, erschienene Buch «Die Schweiz, Arbeit und Leben» erwähnt, dessen Redaktionskommission auch ein Vertreter unserer Zentrale angehörte.

3. Radio

Die Verkehrsmittelungen erfuhren ihre übliche allwöchentliche Betreuung in Verbindung mit dem Studio Zürich.

Die Zusammenarbeit mit der SRG, Kurzwellendienst, hat auch dieses Jahr erfreuliche Resultate gezeitigt. Durch eine Schaufensterausstellung in der Agentur London wurde besonders auf den Kurzwellendienst in englischer Sprache hingewiesen.

Bei BBC, Fernsehndienst, konnten ausser verschiedenen Schweizer Filmen eine ganze Reihe Direktaufnahmen von Schweizer Sujets untergebracht werden.

Für Radioemissionen standen wir mit Erfolg mit folgenden Sendern in Verbindung: Belgien, Portugal, Deutschland, Irland.

An die USA.-Aktion einer Akademischen Arbeitsgemeinschaft leisteten wir einen finanziellen Beitrag. Einige Emissionen sind bereits verschickt und erfolgreich ausgestrahlt worden.

4. Eigene Organe

a) *Revue «Die Schweiz»*

Unsere im In- wie im Ausland in grosser Auflage verbreitete, von den vielen Reisenden der Bundesbahnen und zahlreicher Privatbahnen stets mit Interesse gelesene Reisezeitschrift «Die Schweiz» erschien wie im Vorjahre in 12 Ausgaben. Wiederum fanden die interessanten Reportagen aus dem Gebiete des Verkehrs, des kulturellen Lebens, des Wintersports wie des sommerlichen Ferienbetriebes grosse Aufmerksamkeit und Anerkennung seitens der Leser. Die Inlandausgabe wurde im Berichtsjahre von der Auslandsausgabe getrennt. Sie erschien in 12 Heften in Auflagen von je 15 000 Exemplaren mit deutschen, französischen und englischen Texten. Die Auslandsausgabe wurde jeden zweiten Monat in Auflagen von ebenfalls je 15 000 Exemplaren publiziert; inhaltlich wurde dabei das Bild- und Textmaterial von je zwei Inlandausgaben benützt und, in zweckmässiger Weise zusammengestellt und sprachlich geändert, neu veröffentlicht. Die Texte erschienen ausser in den drei Landessprachen auch in englisch, holländisch, spanisch und portugiesisch. Die Beschränkung auf bloss sechs Auslandsnummern gestattete uns, die Auflage beträchtlich, wie oben vermerkt auf 15 000 Exemplare zu erhöhen und damit den Heften im Ausland eine gegenüber bisher stark erweiterte Verbreitung zu sichern. Spezielle Sonderreportagen der Auslandhefte galten den schweizerischen Volksbräuchen und den Kunst- und Musikwochenanlässen des Berichtsjahres; sie wurden auch separat in grosser Auflage als Prospekte resp. Kleinbroschüren veröffentlicht.

b) *Pressedienst*

Der Auslandspressedienst wurde von der Zweigstelle Lausanne wiederum alle 14 Tage in französischer Sprache redigiert und unter der Bezeichnung «Bulletin OCST» vervielfältigt an die verschiedenen Interessenten versandt, in erster Linie an die Agenturen, welche den Stoff zu eigenen, ihrem Wirkungskreis angepassten Pressediensten verarbeiteten. Insgesamt erschienen im Jahre 1951 22 Nummern des «Bulletin OCST».

c) Mitteilungen

Die internen «Mitteilungen des SZV», welche die Behörden, die Mitglieder des Parlaments, die Mitglieder der SZV und die übrigen Verkehrsinteressenten über unsere Tätigkeit und die sonstigen Belange des Fremdenverkehrs laufend orientieren, erschienen während des Berichtsjahres elfmal. Sie finden überall starkes Interesse.

d) Auskunftsdienst

Auch 1951 wurde der unserem Pressedienst angegliederte Auskunftsdienst in sehr vielfältiger Weise benützt. Zahlreiche Anfragen vor allem hinsichtlich Reisen und Aufenthalt in der Schweiz, Unterkunft in Hotels, Pensionen und Mietchalets, Festanlässen, Schulen, Universitäten, Erholungsheimen und Sanatorien gingen aus fast allen europäischen Ländern sowie aus Nord- und Südamerika, aus Australien, Indien und Südafrika ein.

5. Filmwerbung

Der Filmdienst der SZV erfuhr 1951 einen weiteren Ausbau. Es wurden 260 Kopien erstellt, gegenüber 140 im Jahre 1950, und zwar 45 Kopien 35 mm schwarz/weiss, 170 Reduktionen auf 16 mm schwarz/weiss und 42 Kopien 16 mm in Farben. Dieses ganze Material wurde unter den SZV-Agenturen und den schweizerischen diplomatischen und konsularischen Vertretungen im Ausland verteilt. Mehrere 35-mm-schwarz/weiss-Filme wurden von den Verleihern sowohl in der Schweiz als im Ausland in Umlauf gesetzt, andere für den Fernsehdienst eingesetzt und auf den Schiffen des transatlantischen Dienstes vorgeführt. Um den Umfang der Filmwerbung unserer Agenturen zu illustrieren, sei hier beispielsweise erwähnt, dass unsere Agentur Paris im Durchschnitt jeden Monat rund 125 000 Besucher ihrer Filmanlässe meldet.

Während des Berichtsjahres wurden folgende Filme neu erstellt: «Schweizer Bilderbogen: Tradition und Fortschritt». Dieser Film wurde schon im Vorjahre erstellt und während des Berichtsjahres in Umlauf gesetzt. Es handelt sich um einen 35-mm-schwarz/weiss-

Dokumentarfilm (585 m) über markante schweizerische Aktualitäten, und zwar mit deutschem, französischem, englischem und erstmals auch mit spanischem Text.

«Der Simplon, die Strasse Napoleons»: 35-mm-schwarz/weiss-Dokumentarfilm (330 m) mit deutschem, französischem, englischem und erstmals auch italienischem Text.

«Schweizer Feste»: 16-mm-Farben- und Tonfilm (150 m) mit deutschem, französischem und spanischem Text sowie englischen Untertiteln.

«Zürich feiert»: Ausschnitte aus der 600-Jahr-Feier des Beitritts Zürichs zur Eidgenossenschaft, 16-mm-Farben-Tonfilm (116 m) mit deutschem, französischem und englischem Text.

In Arbeit befindet sich ein 16-mm-Farben-Tonfilm über schweizerische Volkskunde und Kostüme. Die Schweizerische Schmalfilm-Zentrale in Bern hat auf unsere Rechnung gegen Vorweisung eines Gutscheins rund 1000 Filme während des Berichtsjahres ausgeliehen. Zusammenfassend stellen wir fest, dass entsprechend der allgemeinen Nachfrage in der Produktion von 16-mm-Tonfilmen während des Jahres 1951 ein merklicher Fortschritt erzielt werden konnte.

6. Vortragswesen

Im Vortragsdienst des Inlandes machen Vereine und Schulen von unseren farbigen Serien mit Text einen regelmässigen Gebrauch. Wir haben denn auch eine neue Serie «Volksbräuche» eingesetzt.

Im Ausland (England, Holland, Deutschland) konnten zahlreiche Vortragsredner mit farbigen Dias bedient werden. Wir trachten danach, auf dem Gebiete des Vortragswesens auch immer mehr die farbigen Schmalfilme einzusetzen.

7. Photodienst

Da das Bild einen immer wichtigeren Platz in den Presseartikeln einnimmt, nimmt die Nachfrage nach guten photographischen Dokumenten ununterbrochen zu. Der Photodienst der SZV lieferte

während des Berichtsjahres 19 300 Vergrößerungen, gegenüber 14 800 im Vorjahre. Ausserdem wurden 1300 neue Photos, darunter eine grosse Zahl Farbenphotos, beschafft und dem Archiv der SVZ einverleibt. Es wurden dabei alle Gebiete, die für den Werbegebrauch in Frage kommen, vor allem aber Landschaften, berücksichtigt. Dieses neue Material wird regelmässig den Agenturen der SZV, aber auch Journalisten und Reportern, die uns besuchen, zugestellt. Für die Vergrößerungen im Format 50×50 cm, die vor allem den Schaufenstern unserer Agenturen und der Reisebüros im Ausland dienen, wurde erstmals das neue «Lichtdruckverfahren» angewandt, das uns die Möglichkeit verschafft, bei gleichen Kosten grössere Quantitäten zu produzieren. Weiterhin wirkte unser Photo-dienst an der Herausgabe von Stehfilmen für Vorträge mit, welche Sujets aller touristischen Regionen der Schweiz, ergänzt durch entsprechende Texte, enthalten. Diese Stehfilme werden teilweise durch den Handel in der Schweiz und im Ausland vertrieben. Unser Artikel-dienst hat 1951 260 neue Manuskripte, gegenüber 150 im Vorjahre, in verschiedenen Sprachen vervielfältigt und verteilt. Wir erhielten davon eine sehr grosse Zahl von Belegstücken, die bei uns klassiert und archiviert werden. Ebenso konnte unser Cliché-Dienst erweitert werden, indem 361 Stück der Presse kostenlos ausgeliehen wurden.

8. Ausstellungen und Messen

Unsere Zentrale hat im Jahre 1951 an folgenden internationalen Messen und Ausstellungen für den schweizerischen Fremdenverkehr geworben:

a) Ausland

Internationale Reiseausstellung Stockholm, 6.–11. Februar

Foire de Nice, 10.–26. Februar

Swiss Week Manchester, 19. Februar bis 3. März

Ausstellung für den Europatourismus in Mar del Plata, 22. Februar bis 15. März

Internationale Messe Frankfurt a. M., 11.–16. März

Ausstellung «Art and Life in Switzerland», Manchester, 15. März bis 15. April

Salon du Tourisme à Metz, 1.–15. April
 Internationale Messe Utrecht, 3.–12. April
 Fiera di Milano, 12.–29. April
 Mostra Internazionale del Cartellone Turistico ENIT Milano,
 12.–29. April
 Internationale Photo- und Kino-Ausstellung Köln, 20.–29. April
 Foire de Bruxelles, 21. April bis 6. Mai
 Ausstellung «Das Schweizer Plakat» in Sao Paulo, April/Mai
 Foire de Besançon, 1.–7. Mai
 Foire de Paris, 1.–15. Mai
 Swiss Week Dublin, 21. Mai bis 3. Juni
 Hotel Catering and Domestic Exhibition Dublin, 22. Mai bis 1. Juni
 World Trade Fair San Francisco, 22.–27. Mai
 Schweizer Plakatausstellung Wiesbaden, 28. Mai bis 9. Juni
 Foire de Grenoble, 1.–10. Juni
 Foire de Reims, 1.–15. Juni
 Deutsche Handwerksmesse München, 1.–17. Juni
 Foire de Bordeaux, 10.–25. Juni
 Internationale Gesundheitsausstellung Köln, 23. Juni bis 12. August
 San Diego County Fair in Del Mar, Calif., 29. Juni bis 8. Juli
 Internationale Plakatausstellung London, Juli
 Ausstellung «Das moderne Schweizer Plakat» Marburg, 1.–31. August
 Fiera di Trento, 4.–19. August
 Südwestdeutsche Getränkemesse in Karlsruhe, 10.–20. August
 Foire Commerciale et Industrielle Léopoldville, 11.–20. August
 St. Erikmesse Stockholm, 25. August bis 2. September
 California State Fair in Sacramento, 31. August bis 9. September
 Bundesfachschau für das Hotel- und Gaststättengewerbe und Koch-
 kunstschau in Frankfurt a. M., 21. September bis 1. Oktober
 Photoausstellung «Die moderne Schweiz» in Paris, 29. September
 bis 22. Oktober
 Mostra Internazionale di Fotografia e Cinematografia di Montagna
 in Busto-Arsizio, 1.–11. November
 Foire gastronomique à Dijon, 5.–18. November
 Exposition photographique «Images de Suisse» à Nantes, 10.–25. No-
 vember

Exposition photographique «Images de Suisse» à Strasbourg, 1. bis
16. Dezember

g) Inland

Schweizer Mustermesse Basel, 7.–17. April

Internationale Behälter-Ausstellung Zürich, 14.–23. April

Comptoir Suisse Lausanne, 8.–23. September

9. Plakatierung

Für die beiden neuen Sommer- und Winter-Kopfplakate dienten Farbaufnahmen der Photographen Villiger (Gstaad) und Giegel (SZV Zürich), während die graphische Gestaltung der Plakate «Das Jahr der Schweizer Berge» Hans Aeschbach und dasjenige der «Schweizer Heilbäder» Hans Kasser besorgte. Wir erwähnen hier noch folgende Aktionen:

Verwendung von Plakaten aus alten Beständen in Welt- und Normalformat für Spezialaktionen (ESSO-Service-Stellen in der Schweiz, Bahnhofaffichage in Belgien etc.)

Versand des Plakates «1951, das Jahr der Schweizer Berge» an sämtliche Mitglieder des schweizerischen Sporthändlerverbandes.

10. Schaufensterwerbung

a) Ausland

Sämtliche Agenturen wurden regelmässig mit kompletten Serien photographischer Vergrösserungen in den Formaten 30×30 und 50×50 cm, thematisch geordnet und der Saison entsprechend, beliefert.

Nebst diesen Photos gelangten auch rund 800 Serien à 12 farbige Kalenderbilder diverser Verlagsanstalten zur Verteilung. Sie dienen vor allem für Schaufensterdekorationen bei den Agenturen sowie als Wandschmuck bei den diplomatischen Vertretungen und weiteren Interessenten.

Erwähnt sei ferner die Bedienung der wichtigsten Agenturen mit kompletten Schaufensterdekorationen. Zur Bereicherung ihrer Schaufensterauslagen und Vitrinen sind sie auch mit einer ausgesuchten Sammlung von guten Reiseandenken beliefert worden.

b) Inland

Durchführung einer Sommeraktion in den 16 Vitrinen der Schweizerischen Kreditanstalt an der Bahnhofstrasse in Zürich vom 9. Juni bis 20. Juli 1951 unter dem Slogan «1951, das Jahr der Schweizer Berge».

Durchführung einer Sommeraktion in den Schaufenstern des Warenhauses Innovation S. A. in Lausanne vom 8.–30. Juni 1951 unter dem Slogan «Vacances à la Montagne», mit Wettbewerb.

Durchführung einer Winteraktion vom 22. Dezember 1951 bis 1. Februar 1952 in den 16 Vitrinen der Schweizerischen Kreditanstalt an der Bahnhofstrasse in Zürich unter dem Slogan «Gesunde Jugend durch Winterferien».

Bedienung von Privatfirmen, Reisebüros, Banken und Warenhäusern mit diversen Schaufensterdekors, photographischen Vergrößerungen und Plakaten zur Herrichtung von touristischen Schaufensterauslagen.

II. Besondere Aktionen

Die «American Society of Travel Agents» (ASTA), in der ganzen Welt als die massgebende Vereinigung von Reiseunternehmungen bekannt, führte vom 21.–27. Oktober erstmals ihre Jahresversammlung, die sogenannte «Convention», in Europa und zwar in Paris durch. In Verbindung mit den Agenturen New York und Paris haben wir den Kongressteilnehmern detaillierte Vorschläge für Studienreisen nach der Schweiz unterbreitet, die dank der tatkräftigen Mit Hilfe unserer Transportanstalten, der Hotellerie und der lokalen und regionalen Verkehrsinteressenten in preislicher Hinsicht sehr günstig waren. Von den rund 1400 Teilnehmern machten nicht weniger als 470 von unserem Angebot Gebrauch, was zu einer überaus wertvollen persönlichen Kontaktnahme mit den führenden Persönlichkeiten des amerikanischen Reisebürogewerbes führte.

Die Verbilligungsaktion des Schweizer Hotelier-Vereins für ausländische Gäste während des Winters 1950/51 unterstützten wir kräftig durch Inserate in der ausländischen Presse und durch den Druck von Einlageblättern für Broschüren und Prospekte. Für die

vom Bund beschlossene Reduktion der Skischul- und Bergführertarife wurde eine ähnliche Aktion durchgeführt, wozu für letztere noch ein Schleuderprospekt und ein Plakataufdruck hinzukam.

Auf Einladung der Automobilabteilung der PTT-Verwaltung fand vom 22.–30. September eine Studienfahrt über die wichtigsten Alpenpässe statt, an welcher 21 Beamte unserer Agenturen teilnehmen konnten.

Zahlreich waren auch während des Berichtsjahres die von uns organisierten Studienreisen ausländischer Reisebürofachleute und Pressevertreter, an deren Durchführung sich jeweils auch die SBB, die privaten Transportanstalten, die Fluggesellschaften, die Hotellerie, die Verkehrsinteressenten und in einigen Fällen auch das Eidgenössische Politische Departement, die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung, die Schweizerische Mustermesse in Basel, das Comptoir Suisse in Lausanne und die Industrie beteiligten. Wir erwähnen hier folgende Studienreisen:

- 14.–24. Januar: 13 Reisebürofachleute aus Frankreich;
- 24. Februar–8. März: 12 Reisebürofachleute aus Belgien;
- 5.–19. März: 13 Reisebürofachleute aus Irland;
- 30. März–26. April: 3 Gruppen zu 12 Reisebürofachleuten aus England;
- 11.–21. April: 6 Journalisten aus Brasilien;
- 30. April–6. Mai: 10 Reisebürodirektoren aus Kanada;
- 6.–12. August: 7 Südamerikanische Reisebürofachleute;
- 9.–11. September: 9 Journalisten aus dem Elsass;
- 11.–20. September: 3 Journalisten aus Jugoslawien;
- 7.–18. Oktober: 13 Beamte der American Automobile Association.

IV. Werbegebiete

1. Eisenbahnverkehr

Das gesamte Werbematerial des Publizitätsdienstes der SBB sowie der Privatbahnen, wie Plakate, Broschüren, Prospekte, Streckenkarten, Fahrpläne, Kalender usw., welches für das Ausland bestimmt ist, wird durch uns an die Agenturen verteilt. Von diesen letzteren