Werbung und Werbemittel

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **23 (1963)**

PDF erstellt am: **27.07.2024**

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

III. WERBUNG UND WERBEMITTEL

1. Expo und SVZ

Die Werbung der SVZ im Dienste der Expo sowie die Vorbereitungsarbeiten im Zusammenhang mit der Beteiligung der SVZ an der Landesausstellung von Lausanne wurden zu einem großen Teil bereits 1963, insbesondere während der zweiten Jahreshälfte, durchgeführt. Diese im Mittelpunkt der Werbung 1963 stehende Tätigkeit wird im Jahresbericht 1964 eingehend besprochen werden, da es weder zweckmäßig noch möglich wäre, die im Zeichen der Expo ausgeführten Arbeiten in die auf das Vorjahr entfallenden Teilaktionen zu zerlegen. Zusammenfassend sei hier jedoch ein Überblick über die zugunsten der Expo in die Wege geleitete Werbetätigkeit sowie über den Ferienpavillon der SVZ an der Landesausstellung gegeben.

Mit der Beteiligung an der Expo 1964, die eingehend im Schoße des Ausschusses besprochen und erst nach Prüfung verschiedener Projekte beschlossen wurde, bot sich uns die Gelegenheit, in einem Ferienpavillon die schweizerische Öffentlichkeit mit der Bedeutung unseres Fremdenverkehrs vertraut zu machen. Eine neuartige Panorama-Projektion – die nach einem Projekt des Architekten V. Würgler im Auftrag der SVZ entwickelte «Polyvision» – wird unter dem Titel «Ferien in der Schweiz – eine Reise in 4000 Bildern» schweizerischen wie ausländischen Besuchern auf einer kugelähnlichen Bildfläche von rund 700 Quadratmetern einige der schönsten Landschaften unseres Landes vor Augen führen. Die Vorbereitungsarbeiten zum Ferienpavillon – sowohl für die Panoramaprojektion wie für die im Foyer der Abteilung Ferien gezeigte thematische Ausstellung über die Bedeutung des Fremdenverkehrs für die Schweiz – wurden weitgehend im Berichtsjahr bewältigt.

Rund zwei Millionen Exemplare Prospekte, Plakate und weiterer Drucksachen der Expo versandte der Hauptsitz Zürich der SVZ während des Berichtsjahres an die 18 Auslandagenturen und -vertretungen, welche ihrerseits das Werbematerial an Redaktionen, Reiseunternehmungen und weitere Verkehrsinteressenten der ganzen Welt weiterleiteten. In zehn Ländern lädt die SVZ 1964 in sämtlichen Insertionen nicht nur zu Ferien in der Schweiz, sondern auch zum Besuch der Expo ein.

Der Hauptsitz stand der Direktion der Expo bei der Auswahl der insgesamt 165 ausländischen, nach Lausanne einzuladenden Publizisten bei und wirkte bei der Planung und Organisation dieser Studienreisen mit.

Der Pressedienst Zürich verbreitete eine große Zahl von Expo-Notizen in seinen Pressemitteilungen, während der Ausstellungsdienst

besondere Schaufensterdekorationen für ausländische Reisebüros vorbereitete.
In der Revue «Schweiz» wurde bereits im Winter-Auslandheft 1963 eine neun Seiten starke Beilage der Schweizerischen Landesausstellung gewidmet.
Unter den von den Auslandagenturen in Verbindung mit der Expo-Direktion durchgeführten Werbeaktionen seien stichwortartig die folgenden hervorgehoben: Empfänge für Vertreter der Presse und der Reisebüros, Werbung mit Plakaten und Rundschreiben, Radio- und Fernsehinterviews, Verteilung von Bild- und Textmaterial an die Presse, Sonderschaufenster auf der Agentur wie bei führenden Reisebüros, Vorverkauf der Eintrittskarten zum Besuch der Expo, Vorbereitung von Studienreisen für Reisebüroagenten.

2. Drucksachen und Materialdienst

Wir verfolgen die Linie, die Werbemittel unserer Agenturen soweit wie möglich in der Schweiz zu konzipieren und zu produzieren, um einen einheitlichen Stil zu erzielen und eine unverkennbare schweizerische Eigenart in unsere Werbung zu bringen. Diese Richtlinie hat uns im Ausland und in der Schweiz zahlreiche Anerkennungen eingebracht. Unsere zwei letztjährigen Winterplakate sind mit den besten Plakaten des Jahres 1962 ausgezeichnet worden, unser Kalender 1963 wurde von einem Sprecher der BBC zum Kalender des Jahres erklärt, und in der Presse wird immer wieder auf unsere Publikationen hingewiesen.
«*Die Schweiz von heute*», eine farbig illustrierte Broschüre, informiert Journalisten, Studenten und Bibliotheken über politische, wirtschaftliche, kulturelle und demographische Aspekte unseres Landes. Sie erschien in den sieben Ausgaben deutsch, französisch, italienisch, englisch, spanisch, holländisch und dänisch; weitere Ausgaben sind in Vorbereitung. Die bisherigen Auflagen erreichen 500 000 Exemplare.
«*Ihr Reiseziel: die Schweiz*»: Zum erstenmal hat die SVZ einen großen Allgemeinprospekt über die Schweiz herausgebracht, und zwar in acht Sprachen und einer Gesamtauflage von einer Million Exemplaren. Auf 24 Seiten wird über Land und Leute, Sehenswürdigkeiten und Lebensweise orientiert. Jeder touristischen Region ist eine besondere Farbseite gewidmet, und eine doppelseitige Reliefkarte zeigt die Lage mehrerer hundert Kurorte, Städte, Berge, Täler und Seen sowie die Bahnlinien und Hauptstraßen. Diese neue Karte wurde auch für den neuen Schleuderprospekt «Schweiz» verwendet und den Auslandausgaben der SVZ-Revue «Schweiz» beigeheftet.

«*Sommersport in der Schweiz*» heißt eine sorgfältig ausgestattete, illustrierte Broschüre (deutsch, französisch und englisch), die in einer Auflage von 20 000 Exemplaren erschienen ist.
«*Schweiz*», ein neuer Schleuderprospekt, in acht Sprachversionen und einer Auflage von vorläufig 500 000 Exemplaren erschienen, eignet sich insbesondere zur Abgabe an Reisebüros, Gesellschaften und Veranstaltungen.
«*Veranstaltungen in der Schweiz – Sommer 1963*« und «*Veranstaltungen in der Schweiz – Winter 1963/64*«: Die beiden Broschüren sind termingerecht in ähnlicher Aufmachung wie bisher erschienen, wie gewohnt dreisprachig und in jeweils 24 000 Exemplaren.
«*Ferienkurse und Ferienlager in der Schweiz 1963*» und «*Ferienkurse und Ferienlager in der Schweiz 1964*»: Der Erscheinungstermin dieser im Ausland stets möglichst früh erwarteten Broschüre konnte vom Februar auf Dezember vorverlegt werden. Auflage: 15 000 sowie weitere 5000 im Fortdruck für Swissair New York, die den Versand mit einer besonderen Verkaufswerbung verbindet. Im Fortdruck wurden 80 000 Umschläge für Agenturdrucksachen hergestellt.
Die Informationsbroschüre «*Die Hochschulen der Schweiz*» wurde in neuer Bearbeitung viersprachig herausgegeben. Auflage: 30 000. Den Text stellte uns in dankenswerter Weise die Schweizerische Zentralstelle für Hochschulwesen zur Verfügung. Von der letzten Auflage der Broschüre «*Schweizerische Privatinstitute*», die künftig vom Zentralverband schweizerischer Erziehungsinstitute und Privatschulen herausgegeben werden soll, wurde nochmals ein Nachdruck von 15 000 Exemplaren hergestellt.
Das in 30 000 Exemplaren vorliegende Verzeichnis der wichtigsten Jugendherbergen (*«Jugendherbergen in der Schweiz»*) wird nur im Ausland abgegeben.
«*Camping*«, ein Verzeichnis der wichtigsten Campingplätze der Schweiz, die vom Touring-Club der Schweiz und vom Schweizerischen Camping- und Caravanning-Verband besonders empfohlen werden, erschien in einer Auflage von 50 000 Exemplaren.
«*Motels in der Schweiz*», eine kleine Liste für Automobilisten, wurde in 40 000 Exemplaren herausgebracht.
«*Switzerland—Travel Tips*»: Diese Informationsbroschüre unserer Agenturen New York und San Francisco wurde – wie die Broschüren der Agenturen London (30 000) und Amsterdam (20 000) – in einer Auflage von 130 000 Exemplaren neu herausgegeben. Im Fortdruck

wurden 60 000 farbige Umschläge für Agenturdrucksachen hergestellt. Mit anderen Farbphotos wurden 100 000 weitere Umschläge zuhanden der Agenturen gedruckt.

«Switzerland»: Ein englischer Schleuderprospekt unter Verwendung der restlichen Bildvordrucke aus der Broschüre «Ferienfahrt auf Schweizerbahnen» wurde in einer Auflage von 20 000 Stück gedruckt.

«Wir wandern»: Unsere Wanderzeitung erschien zum zweitenmal und wurde in der Schweiz mit Hilfe der lokalen Verkehrsbüros, der SBB-Auskunftsstellen und des PTT-Automobildienstes verteilt, während in Süddeutschland unsere Agentur Frankfurt für den Vertrieb besorgt war. Auflage: 30 000 Exemplare.

In Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für Wanderwege wurde die Broschüre *«Chumm Bueb und lueg dis Ländli a!»* mit dem vollständigen Programm der populären Radiowanderungen in einer Auflage von 100 000 Exemplaren zur Verteilung in der Schweiz herausgegeben.

«Zurück zur Natur»: Zur Erinnerung an die Postkutschen-Sternfahrt im Rousseaujahr 1962 erschien als Separatdruck aus dem letzten Jahresbericht eine illustrierte Broschüre in einer Auflage von 2000 Exemplaren.

Für die *«Cook's Centenary Tour»* wurde ein Detailprogramm in drei Sprachen und ein farbiger Leporello mit graphischer Darstellung der historischen Reise herausgegeben.

In Zusammenarbeit mit der Eidgenössischen Polizeiabteilung, dem Touring-Club der Schweiz und dem Automobil-Club der Schweiz wurde ein viersprachiger Faltprospekt *«Besonderheiten der schweizerischen Verkehrsregelung»* in einer Auflage von einer Million Exemplaren herausgegeben, der an der Landesgrenze den Automobilisten überreicht wird.

Für die Werbung in den USA haben die Schweizerischen Bundesbahnen einen besonderen Prospekt *«The Unique World of Switzerland»* herausgegeben, an dessen Kosten wir uns zur Hälfte beteiligt haben.

Das 1962 gedruckte neue Geschenkpapier der SVZ wurde bei der Schweizerischen Verpackungsprämiierung für die gute und zweckmäßige graphische Gestaltung ausgezeichnet. Es wurde im Berichtsjahr zu Enveloppen für den großen neuen Prospekt und zu Billettaschen für verschiedene Agenturen verarbeitet.

In der Serie unserer Farbphotoplakate erschien für das Tessin das Plakat *«Locarno-Cardada»* in 10 000 Exemplaren. Eine zusätzliche Auflage ist für den Verkehrsverein Locarno gedruckt worden.

Die Serie der Kopfplakate wurde um ein Winterplakat erweitert: «*Schlitteda*». Drei Kalenderblätter von Hugo Wetli wurden als Plakate in einer Auflage von je 10 000 Exemplaren herausgegeben: «*Genfersee*», «*Vierwaldstättersee*» und «*Jura*».
Das Plakat «*Zurück zur Natur*» von René Creux erschien in sechs Sprachen und einer Auflage von 15 000 Exemplaren.
Am Auslandplakat der Schweizerischen Landesausstellung 1964, entworfen von Franz Fäßler, beteiligten wir uns mit der Hälfte der Auflage, nämlich 30 000 Exemplaren. Die Pressebulletins und Reisebüro-Informationen verschiedener Agenturen wurden neu gestaltet, um sie mit dem Stil unserer Werbung in Übereinstimmung zu bringen. Für ein neues Pressebulletin «*Die Schweiz – weltoffen und friedlich*» wurden Signet und Briefkopf geschaffen.
Der *Wandkalender 1964*, mit zwölf Reproduktionen von Landschaftsbildern schweizerischer Maler, ist in einer Auflage von 20 000 Exemplaren erschienen und hat sowohl bei den Empfängern als auch in der Presse starke Beachtung gefunden.
Für die diplomatischen und konsularischen Außenposten gaben wir wieder *Neujahrsglückwunschkarten* heraus, mit einem Hinweis auf die Schweizerische Landesausstellung 1964. Auflage in acht Sprachvarianten: 53 000 Exemplare.
Für die SVZ-Agenturen und die Geschäftsstelle Zürich wurde als *Glückwunschkarte* ein farbiger Leporello gedruckt. Auflage: 16 000 Exemplare, 25 Textvarianten.
Für den *Messeprospekt* der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung, an dem wir uns mit der Hälfte der Kosten beteiligten, haben wir verschiedene Veranstaltungslisten zusammengestellt.
Für die Bäderwerbung im Ausland wurden 12 000 Prospekte «*Schweizer Heilbäder*» mit Hotelliste und farbigem Umschlag gedruckt.
An der Neuauflage des Bodenseeprospektes, den der Internationale Bodensee-Verkehrsverein in Konstanz herausgibt, beteiligten wir uns mit einem Drittel der Kosten. Auflage 60 000 Exemplare.
Zum Schluß möchten wir auf den Bildband «*Panorama Schweiz*» hinweisen, die bedeutendste Publikation im Werbeprogramm 1963 und wohl in den Annalen der SVZ überhaupt. Der Redaktor der SVZ-Revue «Schweiz», Hans Kasser, zeichnet als Gestalter; namhafte in- und ausländische Autoren lieferten Beiträge für dieses Buch, das rechtzeitig als Auftakt zum Landesausstellungsjahr im Artemis-Verlag, Zürich, erschienen ist.

1963 wurden insgesamt folgende Quantitäten von Werbematerial versandt: Regional- und Kurortprospekte, Prospekte der schweizerischen Transportanstalten, Imprimate der SBB und der PTT, der schweizerischen Badekurorte, Hotel- und Gaststättenführer sowie Drucksachen der Expo 1964 und der SVZ: rund 12 485 000 Exemplare; Plakate der touristischen Regionen, der lokalen Verkehrsvereine, der Transportanstalten, der Expo 1964 und der SVZ: rund 321 300 Exemplare.
Der Versand dieser Drucksachen und Plakaten inklusive Ausstellungsmaterial, Filme, Photographien usw. erforderte 3980 Kisten und Container, 2106 Postpakete und 14 322 Drucksachenpakete mit einem Totalgewicht von rund 535 Tonnen brutto.

3. Pressewerbung und Public Relations

Ausführliche Berichte über die Schweiz in führenden internationalen Publikationen sowie Reportagen in Film, Radio und Fernsehen aller Länder der Welt sind oft das Ergebnis einer eingehenden Betreuung ausländischer Publizisten durch den Pressedienst der SVZ. 284 publizistisch tätige oder propagandistisch wichtige internationale Besucher – Journalisten, Photo-, Film- und Fernsehreporter, Sport- und Gesellschaftsredaktoren – aus den USA, aus Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Japan, Italien, Spanien und Südamerika usw., wandten sich im vergangenen Jahr zur Vermittlung von Kontakten an den Pressedienst. Darunter befanden sich Namen wie Dr. George Soloveytchik, London, Richard Joseph, der Reiseredaktor von «Esquire», New York, der Römer Korrespondent der «New York Times», Robert Deardorff, die amerikanischen Schriftsteller-Ehepaare Sydney and Mardi Clark sowie die Gastronomie-Schriftsteller Lawrence and Silvia Martin, die Buchautorin Nika Hazelton, New York, ein Reporterteam der japanischen Frauenzeitschrift «Fujin Gaho» sowie Madame Huguette Debaisieux vom «Figaro», Paris. Zusätzlich zu diesen individuell betreuten Gästen befaßte sich der Pressedienst mit der Ausarbeitung von Reiseprogrammen oder der Verwirklichung von Reportageprojekten für rund 345 weitere Personen, die verschiedenen Gruppen angehörten.
Mehrere Filmschöpfer drehten mit Hilfe der Betreuung des Pressedienstes Dokumentarfilme in der Schweiz, wie zum Beispiel die Athos Film Prod., London, im Auftrage der Trans Canada Airlines, die «British Transport Films», London, im Auftrage der englischen Bahnen, sowie aus den USA der Filmschaffende Clifford J. Kamen. Der britisch-ungarische Filmschöpfer Robert Vas empfing Anregung zu einem Film,

der in Anlehnung an das Büchlein von George Mikes «Die Schweiz für Anfänger» gedreht werden soll.
Die Vorbereitung und die Durchführung von drei Pressekonferenzen lagen im vergangenen Jahr in den Händen des Pressedienstes: Ende Januar wurde die in- und ausländische Presse über die allgemeine Tätigkeit der SVZ sowie deren Werbeprogramm im besonderen orientiert, wobei den Journalisten Einblick in die für den Kinovertrieb in aller Welt bestimmte Filmproduktion der SVZ vermittelt wurde. Die Pressekonferenz vom 13. Mai im Bundeshaus in Bern war den Wiedergutmachungsaktionen für die Zermatter Typhusopfer gewidmet, während am 4. November auf Uto-Kulm die neuartige Kugelkamera vorgeführt wurde, mit der die Panorama-Aufnahmen verwirklicht wurden, welche im SVZ-Ferienpavillon an der Expo 1964 gezeigt werden sollen.
1963 gab der Pressedienst insgesamt 145 Artikel in verschiedenen Sprachen heraus. Einige Hauptthemen waren: «100 Jahre Rotes Kreuz», «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» «Schweizer Reisen, einst und jetzt», «Expo 1964». Besonders eng gestaltete sich die Mitarbeit mit dem Pressedienst der Expo 1964, einerseits durch den Vertrieb von Artikeln, anderseits durch Vorschläge der an die Landesausstellung einzuladenden Journalisten.
Insbesondere für die USA wurde ein Bilder- und Pressedienst zum Thema «Die Schweiz, Wiege des Wanderns» geschaffen, mit welchem wir angesichts der über Nacht in Mode gekommenen 50-Meilen-Fußmärsche an das traditionelle Land der Wanderwege und der Wanderbewegung erinnerten.
Einer Idee des Presse- und Photodienstes entsprang der aktuelle «Photoblitz aus der Schweiz», der sporadisch erscheinen soll und den ausländischen Redaktionen bis heute Stimmungsbilder von der Zürcher «Seegfrörni» 1963 vermittelte und das Eidgenössische Schützenfest in Zürich in ungewohnter Sicht zeigte. Die Aufnahmen erschienen in Zeitungen in Spanien, Dänemark, Holland, Großbritannien und den USA.

4. Inseratenwerbung

Alle Inserate werden – wie die meisten unserer Werbemittel – vom Hauptsitz gestaltet, um auch hier eine für unsere Propaganda charakteristische Note zu erhalten. Den Agenturen werden für ihre Insertionen Vollclichés oder druckfertige Vorlagen zur Verfügung gestellt. Für die Zeitungsinsertionen im Sommer wurde durchwegs eine Serie

kleiner Inserate verwendet, die der verstorbene Basler Graphiker Fritz Bühler gestaltet hatte. Für Zeitschrifteninserate ließen wir durch den Zürcher Graphiker Franz Fäßler einen neuartigen Typ von Photoinseraten entwickeln, die sich vom üblichen durch ihre geschlossene Form unterscheiden. Inserate des gleichen Typs wurden auch für die Winterwerbung 1963/64 verwendet. Für Gelegenheitsinsertionen mußten eine Anzahl besonderer Vorlagen geschaffen werden. – Eine besondere Insertionskampagne wurde in Großbritannien gemeinsam mit der Swissair und den British European Airways durchgeführt. In vielgelesenen Sonntagsblättern erschienen Inserate mit Texten des bekannten Schriftstellers George Mikes.

5. Ausstellungen und Messen

1963 waren wir – zum Teil in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung und der Swissair – im Ausland an internationalen Messen in Mailand, Hannover, Barcelona, Sydney, Lima, Luxemburg und Bordeaux vertreten. An mehreren Ausstellungen, vorwiegend regionaler Bedeutung, etwa in Genf, Dallas, Washington und Buenos Aires wurden Plakate, Wirtshausschilder und Photos gezeigt. In der Schweiz beteiligten wir uns an der Schweizer Mustermesse in Basel; am Comptoir Suisse in Lausanne sowie anläßlich der in Bern abgehaltenen Vorstandssitzung stellten wir Beispiele aus der SVZ-Produktion der letzten drei Jahre zur Schau.

6. Schaufensterwerbung

Im Bestreben, unseren Agenturschaufenstern ein neues «Gesicht» zu geben, begannen wir dieses Jahr mit einer vorläufig noch bescheidenen, eigenen Produktion von Ausstellungsmaterial. 1963 konnten wir ein Serienfenster zum Thema «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» in fünf Bild- und sechs Sprachvarianten verschicken. Für das «Cook's Centenary» gestalteten wir Spezialfenster in London, Paris und Kopenhagen, während wir der «British Fortnight» in London und Zürich Sonderdekorationen widmeten. In den Vitrinen der Schweizerischen Kreditanstalt und der Sparkasse Zürich zeigten wir sowohl Sommer- als auch Wintersujets. – Im Mai stellte die Globus-Filiale St. Gallen sämtliche Fenster für Dekorationen zu unserem Slogan «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» zur Verfügung.
Für die Schaufensterwerbung bei ausländischen Reisebüros wurden 3000 Schaufenstersteller unter Verwendung von Farbdrucken der SBB in sechs Sprachvarianten hergestellt. – Ferner wurde dieses Jahr den Vorbereitungsarbeiten im Hinblick auf den weiteren Ausbau unserer

Agentur-Schaufenster im Jahre 1964 große Aufmerksamkeit geschenkt. Unsere Agenturen verwirklichten auch im Berichtsjahr eine große Zahl von Dekorationen für die eigenen Schaufenster sowie für Vitrinen der ausländischen Reisebüros.

7. Radio und Fernsehen

Für die wöchentlichen «Verkehrsmitteilungen» der Sender Beromünster (Studio Zürich) und Sottens (Studio Genf) stellten wir die Manuskripte zusammen. Radio Zürich hat die Sendung auf eine Dauer von 20 Minuten erweitert, die im Sommer unter dem Titel «Chumm Bueb und lueg dis Ländli a» und im Winter als «Weekend im Schnee» ausgestrahlt wird.
In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Kurzwellendienst in Bern wurden verschiedene Tonbänder erstellt, die besonders in der «Hora Suiza» in Südamerika durch Vermittlung unserer Vertretung in Buenos Aires verbreitet werden.
Das Schweizerische Fernsehen hat sich mit einer gut gelungenen Sendung über die Jubiläumsreise auf Cooks Spuren sowie mit einem Kurzbeitrag über zwei von uns nach Zürich eingeladene «Schiffskonstrukteure» aus Frankreich eingeschaltet. Die Skitraversierung der «Haute Route» von Saas-Fee bis Chamonix des Skiclubs Zug wurde von einem Kameramann der Schweizer Television in einem 16-mm-Farbfilm festgehalten Das Fernsehen brachte den Film im Herbst. Zu den vom Pressedienst betreuten, ausländischen Gästen zählten die Vertreter des Fernsehnetzes Kyushu Asahi, Tokio, die Schweizer Szenen für den Streifen «Children of the world» drehten. Unter den Radiokommentatoren befanden sich Peter Batty und Allen Whicker von der aktuellen Tagesschau der BBC «Tonight», London, Manfred Wende vom Süddeutschen Rundfunk, Stuttgart.

8. Eigene Organe

Die 1962 vollzogene Umstellung auf jährlich zwei umfangreiche Auslandausgaben der Revue «Schweiz» hat sich bewährt. Mitteilungen unserer Agenturen und Zeitungsbesprechungen zeugen von einer durchwegs positiven Resonanz auf die je rund 80 Seiten starken Hefte. Diese wurden dank der Mitwirkung von Verkehrsvereinen, der Swissair, des Bäderverbandes und nicht zuletzt dank den Vorbereitungsarbeiten zu dem von der SVZ herausgegebenen Werk «Panorama Schweiz» mit mehrfarbigen Bildern reich durchsetzt. Es ist hier der Ort, darauf hinzuweisen, daß der im Artemis-Verlag erschienene Panorama-Bildband fast ausschließlich auf der Revue-Bilddokumentation der

letzten Jahre aufgebaut werden konnte. Dies bestärkt uns darin, auch in Zukunft die Inland- und Auslandhefte vor allem mit nicht allzu zeitgebundenen Bildern auszustatten. Der für das Inland bearbeitete Jahrgang 1963 entsprach umfangmäßig dem vorangegangenen. Auflage: zwölf Inlandhefte und zwei Auslandnummern, insgesamt 220 000 Hefte.

Das in drei Sprachen erscheinende Bulletin «Nachrichten aus der Schweiz» («Nouvelles de Suisse», «Switzerland News») erschien zwölfmal und enthielt etwa 200 Meldungen. Ein neuer Sonderpressedienst, unter dem Titel «Die Schweiz – weltoffen und friedlich», erschien erstmals ab November 1963 in den Sprachen deutsch, französisch, englisch und italienisch. Er vermittelt geschichtliche, politische und kulturelle Kurzartikel, die zum besseren Verständnis schweizerischer Eigenart beitragen sollen. Den unmittelbaren Anlaß dazu bildete das hundertjährige Jubiläum des Internationalen Roten Kreuzes sowie das Landesausstellungs-Jahr 1964.

1963 erschienen wiederum vier Ausgaben der «Mitteilungen der SVZ», die unsere Mitglieder, Behörden, die Mitglieder der eidgenössischen Räte sowie weitere Verkehrsinteressenten über Entwicklungen im internationalen Fremdenverkehr und über unsere Tätigkeit, insbesondere diejenige unserer Auslandagenturen, orientieren.

9. Auskunftsdienst am Hauptsitz

Der Auskunftsdienst erteilte schriftliche und mündliche Auskünfte betreffend Einreisebestimmungen und Zollformalitäten, Reiserouten mit Bahn und Auto, Fahrkarten, Billettpreise und Zugsverbindungen, Ferienorte, kulturelle und sportliche Veranstaltungen, Privatschulen, Kinderheime und Ferienkurse; Unterkünfte in Hotels, Pensionen, Motels, Campingplätzen, Ferienwohnungen, Jugendherbergen, Massenquartieren usw. Zudem wurden auch Anfragen aus dem Auslande beantwortet, die mit Reisen und Ferienaufenthalten in unserem Lande in keinem direkten Zusammenhang standen (Arbeitsmöglichkeiten, Auskünfte kommerzieller und beruflicher Natur).

10. Film

Alle neu geschaffenen 35-mm-Eastman-Color-Filme konnten im Kinoverleih ausgewertet werden. Die Streifen «Ferien nach Maß», «Kleine Schweizer Fahrt in C-Dur» und «Auf weißem Grund» zirkulierten bereits in Lichtspieltheatern der wichtigsten Städte der Schweiz. Neu im Ausland wurden placiert: «Kleine Schweizer Fahrt» in Holland, Deutschland und Österreich; «Ferien nach Maß» und «Die Schweiz,

das Land der blauen Seen» in Irland. Die gleichen Filme werden nun auch in Indien gezeigt. Der Streifen «In wechselndem Gefälle» wurde einem Verleiher für den Weltvertrieb anvertraut; die Aufführungen in der Schweiz haben bereits ihren Anfang genommen. Durch die im In- und Ausland im Kinoverleih eingesetzten Filme werden nun monatlich 800 000 bis 1 000 000 Zuschauer erreicht.
Für den Einsatz bei unseren Agenturen, den diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz im Ausland sowie für den Inlandverleih sind rund 300 Schmalfilmkopien unserer neuen Produktionen hergestellt worden. Für Kinovorführungen waren 20 Kopien im Normalformat zu ziehen.
Aus unserem Schmalfilmarchiv in Zürich sind rund 250 Streifen an Verkehrsinteressenten, Vereine, Kongresse, Handels- und Industriegesellschaften im In- und Ausland ausgeliehen worden. Vorführungen unserer neuen 35-mm-Streifen erfolgten unter anderem an der SAC-Jubiläumsfeier im Kongreßhaus Zürich, an der Delegiertenversammlung des SHV in Gstaad, am Kongreß der «Association Internationale de l'Hôtellerie» in Zermatt, an der Internationalen Sportfilmwoche in Wien, dem «Swiss Festival» in St. Louis und an der Internationalen Filmwoche in Mannheim. Ferner beteiligten wir uns an internationalen Festivals und Filmveranstaltungen in New York, Chicago, San Francisco, Acapulco, Cork (England), Sydney, Trient und Brüssel.
Prämiiert wurden: Am Internationalen Filmfestival in Cannes unser Film «In wechselndem Gefälle» («A fleur d'eau», Produktion Dr. A. J. Seiler, Kamera: Rob Gnant) – es handelt sich dabei um den ersten Schweizer Dokumentarfilm, der an diesem Festival ausgezeichnet wurde – mit der «Goldenen Palme» (Grand Prix); am Concorso Internazionale di Cinematografia sportiva in Cortina d'Ampezzo der 16-mm-Kodachrome-Streifen «Inverno – Made in Switzerland»; an der IIIa Semana Internacional de Ciné Turistico in Luanco (Spanien) unser 35-mm-Film «Auf weißem Grund» («Nieve», Produktion Kurt Blum/Dr. Seiler), mit dem «Silbernen Seestern», der auch dem Film des Verkehrsvereins des Berner Oberlandes «Die vier Jahreszeiten» zugesprochen wurde. An der Schau der besten Dokumentarfilme der Welt am Internationalen Filmfestival in Edinburgh figurierte unser 35-mm-Film «Kleine Schweizer Fahrt in C-Dur» («The happy pace of Switzerland»).

11. Vortragswesen

Wir bedienten verschiedene Schweizer Studenten für ihre Studienaufenthalte in den USA mit Farbdias aus unseren Beständen in Zürich oder

New York. Die Werbewirkung dieser jungen Vortragsredner in den Vereinigten Staaten darf als sehr gut bezeichnet werden. In der Berichtsperiode wurden Referate gehalten an der Tagung der «Association Internationale de l'Hôtellerie» in Zermatt sowie an den Jahresversammlungen der «Vereinigung Pro Regensberg» und des Verkehrsvereins Toggenburg in Lichtensteig.
Der in Kanada im Vortragswesen für die SVZ tätige Herr Anton R. Lendi gelangte 1963 mit 83 Vorträgen und Filmvorführungen an 27 000 Zuhörer in Kanada und in den USA.

12. Photodienst

Von Jahr zu Jahr werden an die Photographie größere Ansprüche gestellt, und zwar sowohl in bezug auf Aussage wie Bildqualität. Die Nachfrage für Farbaufnahmen zur Illustration von Kalendern, Zeitschriften und Reiseprogrammen hat erheblich zugenommen, seit Offset- und Tiefdruckverfahren die kostspieligen Farbenclichés verdrängen. Im ersten Halbjahr setzte sich der Photodienst mit speziellen Werbeaktionen für die publizistische Auswertung des Jubiläums «100 Jahre Gesellschaftsreisen nach der Schweiz» ein. Dieses Thema vermittelte den Journalisten vielfältige Anregungen und gab uns die Möglichkeit, unsere Sammlung von Aufnahmen alter Stiche aus der Schweiz auszuwerten. Unser Photograph begleitete die Gruppe aus England auf der ganzen Reise, was uns ermöglichte, die Presse direkt oder durch unsere Agenturen laufend mit aktuellem Bildmaterial zu versehen.
Ferner verwirklichten wir Reportagen zu folgenden Themen: Die Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in St. Gallen, die Kunstgewerbeschule in Basel, das Eidgenössische Schützenfest in Zürich, Nationalstraßenbau am Lopper und die Arbeiten mit der Kugelkamera, mit der die Panoramaaufnahmen gemacht wurden, die in unserem Ferienpavillon an der Expo projiziert werden. Selbstverständlich wurden auch Landschaftsaufnahmen schwarz/weiß und farbig zur Ergänzung unseres Archivbestandes angefertigt.
Den Agenturen stellte der Photodienst 15 Bildserien – größtenteils mit Artikeln in verschiedenen Sprachen – zur Verfügung, so zum Beispiel über alte Wirtshausschilder, Weinbau, alte Kerbholzschnitzerei in der Schweiz, über die Volksbräuche «Mazzaspiel in Graubünden», «Kästeilet im Justistal», «Räbenlichter, ein spätherbstlicher Brauch rund um den Zürichsee», «Sternsingen in Rapperswil» sowie Landschafts- und Sportaufnahmen in großer Zahl für die Werbung der verschiedenen touristischen Gebiete.

Die Mitarbeit der Photoausgabestelle wurde von vielen in- und ausländischen Journalisten, Buch- und Zeitschriftenverlegern und den diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz im Ausland in Anspruch genommen. Auch bei der Gestaltung von Werbeprospekten und «Souvenir-Büchern» für Kongresse in der Schweiz, die den Teilnehmern kostenlos überreicht wurden und die eine gute direkte Werbung für unser Land darstellen, wurde unser Photodienst beigezogen.

Im weiteren bediente unser Photodienst die Gestalter verschiedener Pavillons an der Expo mit Bildmaterial und beriet sie in der Auswahl der Motive. Photographien aus dem SVZ-Archiv werden somit an der Expo in vielen Sektoren anzutreffen sein.

Anläßlich der verschiedenen SVZ-Presseorientierungen wurden den Journalisten insgesamt 1700 Aufnahmen überlassen. Der Niederschlag in der Presse war entsprechend erfreulich.

Die Jahresproduktion der im Labor hergestellten Photographien betrug 37 000 Kopien; darunter befanden sich 550 Großvergrößerungen 50×50 bis 100×100 cm für Ausstellungen und Schaufensterdekorationen im In- und Ausland sowie bei den Agenturen.

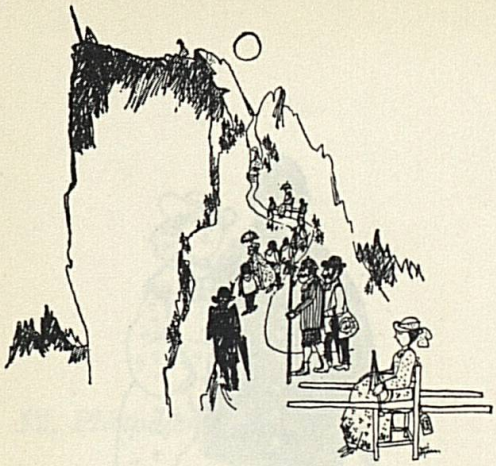
Die ASTA-Convention, die dieses Jahr in Mexico City durchgeführt wurde, verlieh der Schweizerischen Verkehrszentrale den Preis für das beste touristische Werbebild, und zwar für die Aufnahme «Blick vom Pilatus auf den Vierwaldstättersee».

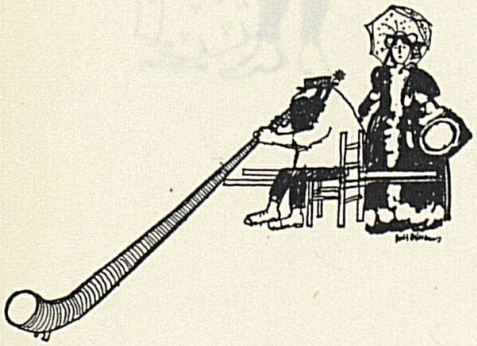
13. Studienreisen für Reisebürofachleute

In Zusammenarbeit mit der Swissair, den SBB, der PTT und den lokalen und regionalen Verkehrsvereinen führten wir mit jeweils zwölf Teilnehmern aus Amerika, Deutschland, Dänemark, England und Schottland Studienreisen durch.

14. Besondere Aktionen

Direkte Nachfahren des englischen Erfinders der Gruppenreisen, Thomas Cook, sowie ein Grüpplein britischer Amateurschauspieler schickten sich Ende Juni 1963 an, die Wiederholung der ersten geführten Gesellschaftsreise vor hundert Jahren nach der Schweiz stilgerecht zu begehen. Ein vor wenigen Jahren in London gefundenes Tagebuch einer gewissen Miß Jemima – die genaue Schilderung der von Thomas Cook 1863 unternommenen «Expedition» durch unser Land – inspirierte uns, die abenteuerliche Reise im Zeitalter des Düsenflugverkehrs zu rekonstruieren. In Verbindung mit dem englischen Reiseunternehmen Thos. Cook & Son Ltd. organisierten wir die Jubiläumsfahrt,





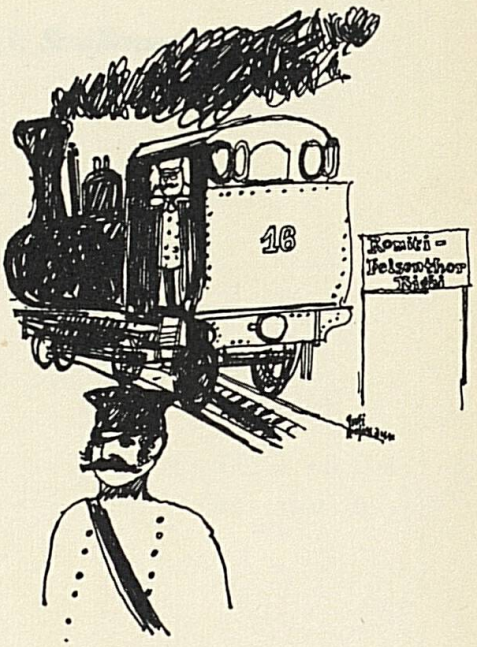
eine willkommene Gelegenheit, den Ruf des traditionsreichen Reiselandes Schweiz im Ausland wirkungsvoll zu verbreiten. Dank der großzügigen Mitwirkung der SBB, der PTT sowie aller interessierten Verkehrsverbände und Transportunternehmungen war es möglich, die Reise über weite Strecken den Aufzeichnungen getreu zu gestalten. So konnten in Vergessenheit geratene Sänften, Postkutschen, Gemmiwagen und weitere Transportmittel unserer Großväter neue Triumphe feiern. Gerade in der Gegenüberstellung der Reisegewohnheiten von heute und vor hundert Jahren lag wohl der Reiz der Aktion, die denn auch gebührende Beachtung fand. Sechzig hervorragende Reporter aus dem In- und Ausland konnten für die Berichterstattung gewonnen werden. An den einzelnen Etappenorten übertraf man sich in der Betreuung der illustren Gästeschar, an Demonstrationen schweizerischer Gastfreundschaft, die nicht nur der Bedeutung des Anlasses entsprachen, sondern als Sympathiekundgebung an die ersten und treuesten Gäste unseres Reiselandes gelten sollten. Daß der den britischen Feriengast auszeichnende sportliche Geist heute, wie 1863, zu finden ist, bewiesen gerade die Teilnehmer der Gruppe aus England, die das teilweise recht anstrengende Abenteuer als Ferienvergnügen betrachteten und auf jede Honorierung ihrer physischen und schauspielerischen Leistungen verzichteten. Ein im Putnam-Verlag in London erschienenes Buch «Miss Jemima's Swiss Journal» sowie Orientierungen durch Presse und Fernsehen bewirkten, daß bereits vor Beginn der Tour Hunderte von Zeitungsartikeln erschienen. Konzentrierte sich das Interesse der Öffentlichkeit und der Presse vor der Reise insbesondere auf die Schweiz und Großbritannien, wurde dem Unternehmen während und nach der Tour ein weltweiter Erfolg zuteil. Noch heute, nach mehr als sechs Monaten nach dem «Cook's Centenary», bereichern fast täglich neue Zeitungsausschnitte die Belegsammlung, die mehrere tausend Artikel umfaßt. Der Natur der Aktion entsprechend, war es jedoch insbesondere die dem Bild verpflichtete Berichterstattung, die ein kaum erwartetes Ausmaß annahm. Bildberichte, Filme und Fernsehreportagen erschienen in fast allen Ländern der Welt. Als Beispiele seien Photographien und mehrseitige Bildberichte in der «Times» London, der «New York Times» und in den dem «Allers-Verlag» angeschlossenen, in Millionenauflage erscheinenden nordischen Zeitschriften, ein 55 Minuten dauernder Film des Schweizer Fernsehens, der von einer Reihe europäischer Stationen übernommen wird, sowie ein Farbfilm der englischen «Pathé Pictorial», der ebenfalls in mehrere Länder expor-

tiert wird, erwähnt. Der englische Premierminister Macmillan sandte Bundespräsident Dr. W. Spühler ein persönliches Schreiben, in welchem er seiner Genugtuung über die zwischen England und der Schweiz bestehenden freundschaftlichen Kontakte, die durch den wechselseitigen Fremdenverkehr gefördert werden, Ausdruck gab.

Über 80 Zeitungsjungen aus ganz Nordamerika und Hawaii durften im April eine sechstägige Reise durch die Schweiz antreten. «Parade Magazine», eine New Yorker Sonntagsbeilage zu 83 Tageszeitungen, ermittelte in ihrem traditionellen Wettbewerb «Young Columbus» die erfolgreichsten «news-boys» und offerierte ihnen eine durch die Schweiz und Deutschland führende Entdeckungsfahrt. Die in Verbindung mit lokalen Verkehrsinteressenten, SBB und PTT von der Agentur New York und vom Pressedienst des Hauptsitzes organisierte Reise und die damit verbundenen Vorbereitungen wurden in den beteiligten Zeitungen, die in einer Gesamtauflage von elf Millionen Exemplaren erscheinen, ausführlich besprochen.

Die besonders bei der jüngeren Generation beliebte amerikanische Zeitschrift «Mademoiselle» (Auflage 600 000) lädt jährlich 20 junge Damen der angesehensten Colleges ein, während eines Monats als Gastredaktorinnen tätig zu sein. Mit der ehrenvollen Berufung ist eine Europareise verbunden, die diesmal in die Schweiz führte. In der August-Ausgabe dieser Zeitschrift wurde die von der SVZ in Zusammenarbeit mit der Swissair und den Verkehrsvereinen organisierte Reise in einem mehrseitigen Bericht beschrieben. Außerdem war die Novemberausgabe größtenteils dem Skisport unseres Landes gewidmet.

Zwei französische Burschen im Alter von 15 Jahren, die ein wirklichkeitsgetreues, fahrtüchtiges Modell des Dampfers «Stadt Zürich» konstruiert hatten, wurden zu einem zweitägigen Besuch nach Zürich eingeladen. Die in großer Auflage erscheinende savoyische Tageszeitung «Le Dauphiné Libéré» widmete dem Anlaß eine Artikelfolge, und das Schweizer Fernsehen drehte einen Kurzfilm, der von 18 ausländischen Stationen übernommen wird.



Zeichnungen von Godi Hofmann für die «Zürcher Woche»:
Sonnenaufgang auf Rigi-Kulm wie vor hundert Jahren mit Thomas Cook