

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 24 (1964)

Rubrik: Internationale Gemeinschaftswerbung

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: 06.10.2024

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

VI. INTERNATIONALE GEMEINSCHAFTSWERBUNG

1. *Das Touristikkomitee der OECD*

Der Bundesrat bestimmte am 3. November 1964 die Mitglieder der Schweizer Delegation des Touristikkomitees der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für die Amtsperiode 1965–1968, nämlich die Herren Dr. A. Martin, Direktor des Eidg. Amtes für Verkehr (Präsident), Dr. Paul Risch, Direktor des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes, Dr. Franz Seiler, Zentralpräsident des Schweizer Hoteliervereins, und den Direktor der SVZ.

Die OECD hat seinerzeit die Liberalisierung des europäischen Fremdenverkehrs in die Wege geleitet und auch die Kollektivwerbung der «Commission Européenne de Tourisme» in den Vereinigten Staaten ermöglicht. Nach dem Beitritt der USA, Kanadas und Japans hatte man neue Arbeitspläne auszuarbeiten. Die Schweiz hat eine gegenseitige Kollektivwerbung im Atlantischen Raum vorgeschlagen; die europäische Kampagne in den USA wäre also durch eine amerikanische Kampagne in Europa zu ergänzen. Die Schweizer Delegation wird dem Touristikkomitee in der ersten Sitzung des Jahres 1965 ein entsprechendes Arbeitsprogramm unterbreiten.

2. *CET (Commission Européenne de Tourisme) ETC (European Travel Commission)*

Die europäische Kollektivwerbung in den USA konnte, nachdem die OECD auf Antrag der USA das Patronat nicht weiter übernehmen wollte, auf Grund einer Vereinbarung zwischen den noch mitwirkenden Staaten fortgeführt werden, und dies, obwohl Frankreich, Deutschland, Österreich, Spanien und Holland nicht mehr mitmachten. Obwohl für 1965 weitere Staaten ihren Austritt bekanntgegeben haben, wird diese Gemeinschaftsaktion von der CET – ohne ständiges Sekretariat und ohne Entrichtung eines festen Jahresbeitrages – aufrecht erhalten, das heißt, die einzelnen staatlichen Werbeorganisationen können – hauptsächlich über das Budget ihrer Agenturen in den USA – sich bei jeder Werbeaktion beteiligen. Tatsache bleibt, daß bei dieser freiwilligen Organisation von einer ganz Europa in den USA repräsentativ vertretenden Kollektivwerbung nicht mehr die Rede sein kann.

3. *UIOOT (Union Internationale des Organismes officiels de Tourisme)*

Die UIOOT bemühte sich 1964 darum, daß die Richtlinien der Fremdenverkehrskonferenz der Vereinigten Nationen in Rom (21. August bis 5. September 1963) auch in den Ländern befolgt werden, die ihnen bisher keine Beachtung geschenkt haben. Das Exekutivkomitee, dem die Schweiz angehört, tagte vom 15. bis 17. Juni in Istanbul und vom 3. bis 5. Dezember in London. Ein touristisches Seminar fand im Oktober

in Prag und ein Kolloquium über Fremdenverkehrswerbung im März in Dublin statt.

Die Commission Régionale du Tourisme en Europe (CRTE) hielt ihre Generalversammlung am 11./12. September 1964 in Wien ab. Der Präsident, Herr Prof. Dr. Paul Bernecker, Österreich, legte sein Amt nieder; als Nachfolger wurde Herr Sven Acker, Dänemark, gewählt. Das Vizepräsidium übernahmen Herr M. Jekiel, Polen, und der Direktor der SVZ, der auch beauftragt wurde, die CRTE in der «Commission technique des recherches» der UIOOT zu vertreten.

Die sieben Alpenländer Deutschland, Frankreich, Italien, Jugoslawien, Monaco, Österreich und die Schweiz traten wieder in den USA und Kanada mit einer gemeinsamen Informations- und Werbekampagne auf. Es wurden besondere Prospekte, Plakate und Terminkalender herausgegeben und als Sonderaktion der «Motor Contest» propagiert. Dieser Wettbewerb für amerikanische Automobilisten, die auf ihrer Fahrt durch Europa eine Anzahl von Kontrollorten in den sieben Alpenländern passieren müssen, wird immer mehr beachtet. Das Werbeprogramm für 1965 wurde an einer Arbeitstagung Anfang Juni in Monte Carlo festgelegt.

4. Die Gemeinschaftswerbung der Alpenländer