**Zeitschrift:** Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
**Herausgeber:** Schweizerische Verkehrszentrale
**Band:** 26 (1966)

**Rubrik:** Internationale Gemeinschaftswerbung

**Nutzungsbedingungen**
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

**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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

**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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

**Download PDF:** 12.07.2025

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

## V. INTERNATIONALE GEMEINSCHAFTSWERBUNG

*1.* Das *Touristikkomitee der OECD* – in dem die Schweiz durch die Herren Dr. Adolf Martin, Direktor des Eidgenössischen Amtes für Verkehr, Dr. Franz Seiler, Zentralpräsident des SHV, Prof. Dr. Paul Risch, Direktor des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes, und den Direktor der SVZ vertreten ist – trat am 14. Januar und am 11. Juli in Paris zusammen. An der ersten Sitzung wählte es den Vertreter Italiens, Herrn Ricci, zum Präsidenten und die Vertreter der Schweiz (Herrn Direktor Dr. Adolf Martin) und Spaniens (M. Cortez) zu Vizepräsidenten. An den beiden Sitzungen wurde vorab der Jahresbericht über die Entwicklung des Fremdenverkehrs in den OECD-Staaten 1965 bereinigt – immer noch die zuverlässigste Zusammenstellung dieser Art. Im weiteren wurden die Fragwürdigkeit von Erhebungsmethoden, Probleme des Jugendtourismus, die Verbesserung der Schätzungen betreffend Deviseneinnahmen und die Kollektivwerbung in den USA besprochen.

*2.* Die *UIOOT* (Union internationale des organismes officiels de tourisme), mit Sitz in Genf – deren Ausschuß auch der Direktor der SVZ angehört – hat neben der Herausgabe zahlreicher Vergleichsstatistiken, den Rapporten über den Fremdenverkehr in zahlreichen Reiseländern, der Organisation von Fremdenverkehrsseminaren, der Placierung von Nachwuchskräften aus Entwicklungsländern (leider eine gewisse Doppelspurigkeit mit der OECD, UNO und anderen Organisationen) sich zur Hauptsache mit dem Projekt befaßt, 1967 zum «Jahr des internationalen Tourismus» zu erklären. Die neuen Reiseländer verstanden es, die anfängliche Opposition der in der CRTE (Commission régionale du tourisme en Europe) zu beschwichtigen, obwohl sie auf den allzu kommerziellen Anstrich einer solchen Aktion aufmerksam gemacht wurden. Gegenüber den Entwicklungsländern, die 1967 eine möglichst starke Ankurbelung ihres Tourismus erwarten, wurde von den klassischen Reiseländern das Prinzip der Gegenseitigkeit im Reiseverkehr betont.

*3.* Die *CET* (Commission européenne de tourisme), welche nur die Länder Westeuropas umfaßt, hat grundsätzlich die Weiterführung der Kollektivwerbung in den USA beschlossen. Allerdings sind die Verwaltungskosten durch Aufhebung des Sekretariates gesenkt worden. Jedem Mitglied ist das Mitmachen an einzelnen Werbekampagnen freigestellt. Am 3. November fand in New York eine groß aufgezogene, aber nicht gut beschickte Konferenz der CET-Länder statt zur Behandlung des Themas «Die kommende Revolution im transatlantischen Tourismus». Die SVZ tritt nach wie vor für eine europäische Gemeinschaftswerbung, ja selbst für eine gleichzeitige amerikanische Gemeinschaftswerbung in

Europa ein, doch bedarf es nach ihrer Auffassung nicht eines eigenen Apparates zur Durchführung dieses Werbeprogrammes.

*4.* Die *Gemeinschaftswerbung der Alpenländer.* An den Sitzungen in Salzburg und Opatija, präsidiert vom Direktor der SVZ, wurde das Werbeprogramm für die USA festgelegt. Die sieben Alpenländer, welche an dieser Gemeinschaftswerbung beteiligt sind (Deutschland, Frankreich, Italien, Jugoslawien, Monaco, Österreich und die Schweiz) haben beschlossen, das bescheidene Budget auf einige wenige gut gezielte Aktionen zu konzentrieren. So wurde eine erstmals den ganzen Alpenraum von Monte Carlo bis Wien umfassende Reliefkarte Professor Berann in Auftrag gegeben, eine Arbeit, die sowohl für Prospekt- und Schaufenstermaterial wie andere Publikationen und diverse Souvenirs Verwendung finden soll. Im Laufe der letzten 9 Jahre sind rund 4 Millionen Werbepublikationen (farbig illustrierte Prospekte, Terminkalender, Landkarten, Flugblätter, Kontrollbücher für Automobilisten, Groß- und Kleinplakate) hauptsächlich in englischer, teilweise in spanischer und portugiesischer Sprache, herausgebracht und verteilt worden. Der «Motoring Contest», ein Wettbewerb für amerikanische Automobilisten, die eine bestimmte Alpenroute mit 46 Kontrollstellen befahren, wird weitergeführt. Die Teilnehmer erhalten Autoplaketten in Gold oder Silber und nehmen außerdem alle zwei Jahre an einem Kommentar-Wettbewerb teil. Für die besten Kommentare stehen wertvolle Preise bereit, so für den 1. Contest ein Sunbeam Alpine Automobil, für den 2. ein BMW 1800, für den 3. (bis Ende 1967 dauernden) ein Fiat. Unter den besonderen Aktionen sei die Produktion eines 16-mm-Color-Tonfilms «Alpine Holidays» erwähnt, der seit 1964 vor Hunderttausenden von Mitgliedern amerikanischer Reiseklubs und in einer großen Zahl von Televisionssendungen gezeigt wurde.

*5. Entwicklungshilfe.* Da alle internationalen Organisationen, denen wir angeschlossen sind (UIOOT, OECD usw.), ihre Hauptarbeit zunehmend der Entwicklungshilfe widmen, nahmen auch die Besuche von Stipendiaten bei der SVZ zu. Wir hatten laufend Vertreter junger Reiseländer über die Struktur der SVZ, unser Werbeprogramm und unsere Werbemethoden zu orientieren.

# Winter Holidays
# twice as grand, in Switzerland

Many people wait for fate
Instead of learning how to skate.