

Objektyp: **FrontMatter**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **28 (1968)**

PDF erstellt am: **06.08.2024**

Nutzungsbedingungen

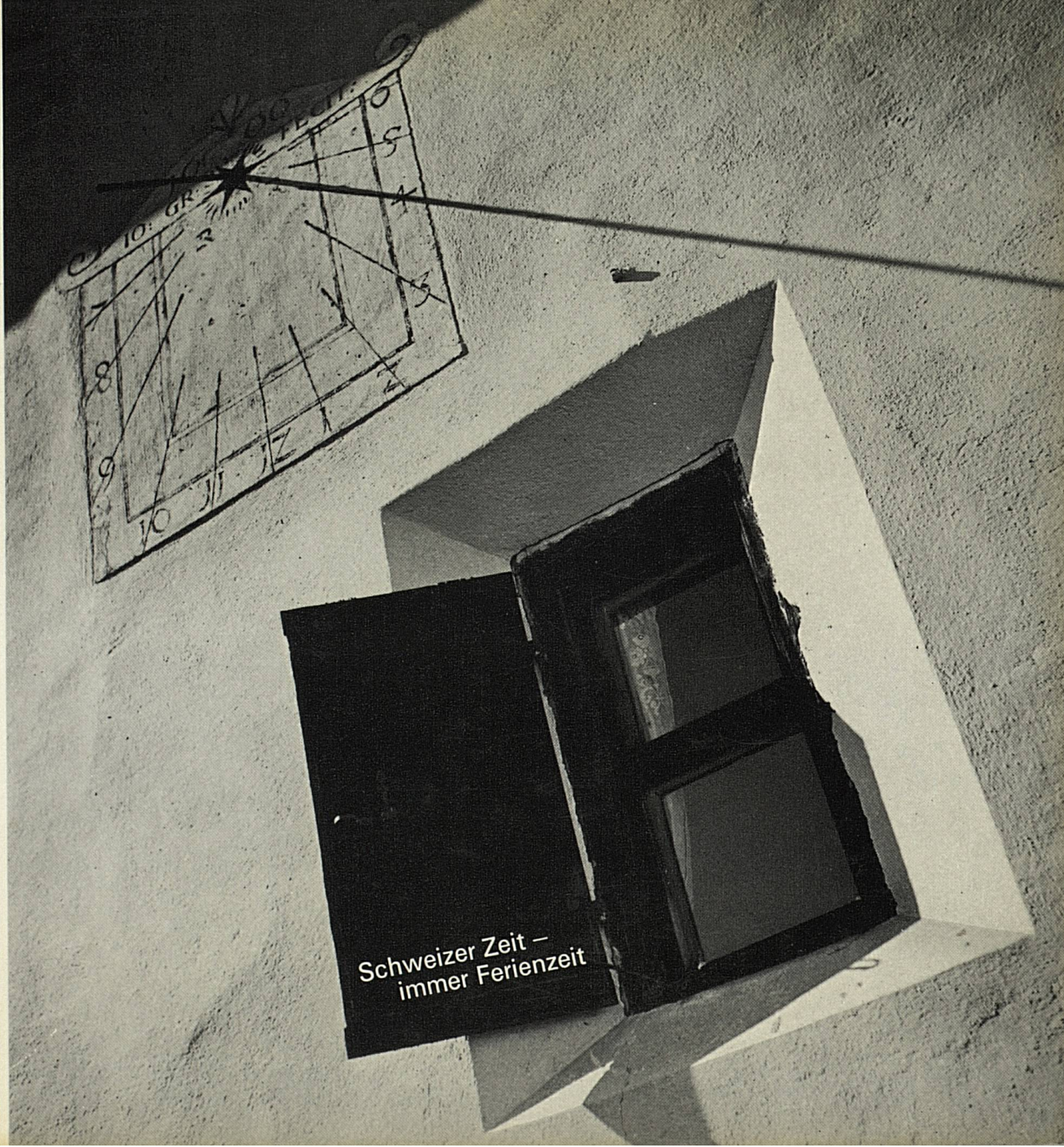
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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>



50 Jahre SVZ

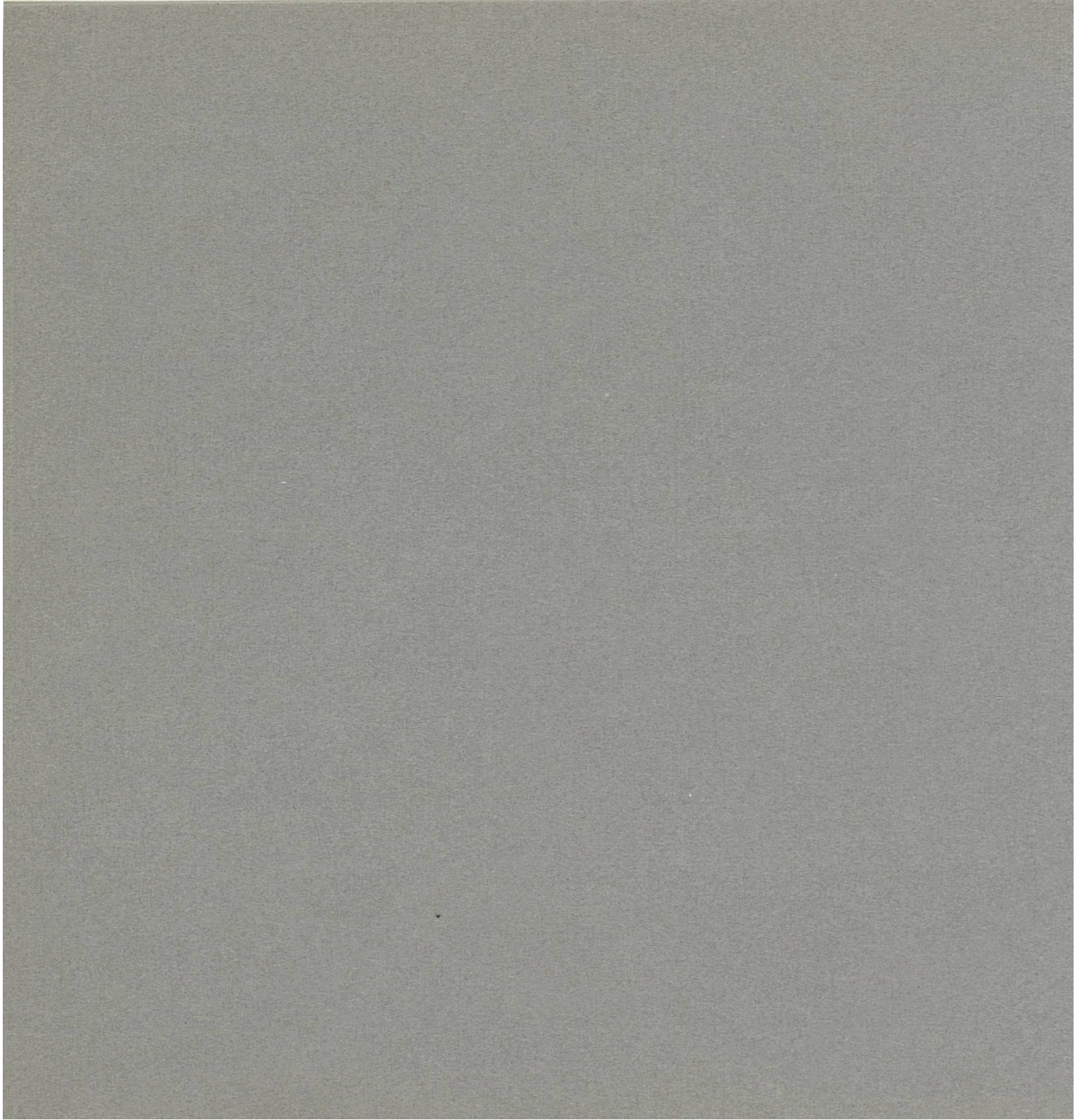
Dieser 28. Bericht befaßt sich mit dem 50. Tätigkeitsjahr der SVZ – ein nur scheinbarer Widerspruch der Zahl: man hielt die 1941 vollzogene Umwandlung in eine Körperschaft des öffentlichen Rechts für so bedeutsam, daß man zu Recht mit einer neuen Zählung begann. In fortlaufender Numerierung ist dieser Bericht der fünfzigste! Für die Darstellung des halben Jahrhunderts SVZ-Geschichte ist eine besondere Schrift geplant. Unter dem Titel «Von der Reisewerbung zur Landeswerbung» sollen darin die drei Entwicklungsphasen der SVZ seit deren Gründung nachgezeichnet werden.

In den ersten zwei Jahrzehnten strebte die noch junge SVZ in recht bewegten fremdenverkehrspolitischen Debatten eine geschlossene Gemeinschaftswerbung für das Reiseland Schweiz an und führte unablässig den Kampf gegen die Zersplit-

terung des schweizerischen Werbeefforts im Ausland.

Die zweite Phase begann mit dem Jahre 1939, als die Auslandwerbung der SVZ zum Instrument unserer nationalen Volkswirtschaft erklärt wurde. Mit dem weltweiten, um die SBB-Agenturen erweiterten Apparat konnte die SVZ nach Kriegsende die Werbung auf allen Reisemärkten wieder aufnehmen.

In der dritten, mit unserem Jahrzehnt beginnenden Phase vollzog sich dann, nicht zuletzt durch den Bau von Swiss Centres und die engere Zusammenarbeit mit allen an der Präsenz der Schweiz interessierten Kreisen, der Schritt von der Reisewerbung zur Landeswerbung. Bessere Präsenz durch umfassende Präsentation der Schweiz, hieß die knappe Formulierung, die ein Appell an alle im Ausland auftretenden Firmen und Organisationen war, ihre Werbung unter die Flagge Schweiz zu stellen.



Achtundzwanzigster Geschäftsbericht
der Schweizerischen Verkehrszentrale
vom 1. Januar bis 31. Dezember 1968

Umschlag: Den Werbeaktionen des Hauptsitzes und der Auslandagenturen der Schweizerischen Verkehrszentrale lag im Berichtsjahr das Leitmotiv «Schweizer Zeit – immer Ferienzeit» zugrunde. Das Photo, von uns häufig auch als Inseratensujet verwendet, veranschaulicht diesen Appell an den eiligen

Touristen, in der Schweiz zu verweilen, die gastfreundlich geöffneten Türen und Fenster nicht zu übersehen, seine Reise mit einer Rast zu bereichern, kurz, sich Zeit für zeitlose Ferien zu nehmen.