

Werbung und Werbemittel

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

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

PDF erstellt am: **11.07.2024**

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.

Werbung und Werbemittel

Gemäß dem vor einigen Jahren gefaßten Beschluß, den Untertitel zu unseren Werbeprogrammen nur noch alle zwei Jahre zu ändern, stellten wir auch 1968 unter das Thema Zeit. Die im Vorjahr gut angelaufenen Aktionen sollten nicht frühzeitig wieder abgebrochen werden. Das Zeit-Thema wurde in der Inland- und Auslandwerbung vielfältig variiert und akzentuiert. Es fügte sich auch gut in unser Zehnjahresprogramm «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» ein, in welchem

ja der Gedanke von zeitlosen, ungebundenen und individuellen Ferien enthalten ist. Erneut hat sich die Unterstellung des Werbeprogramms unter ein einziges Thema für Produktion, Presse- und Public Relations-Dienst sowie für alle anderen Abteilungen und die Auslandagenturen bewährt. Auf diese Weise erhielt unsere Werbung eine einheitliche Grundlinie, eine «vielfältige Einheit» allerdings, weil je nach Reisemarkt und Werbeadressaten das Thema abgewandelt wurde.

DRUCKSACHEN UND MATERIALDIENST

Im Berichtsjahr wurden folgende Imprime neu herausgegeben oder in überarbeiteter Form nachgedruckt:

« <i>Boarding and day schools in Switzerland offering for British and/or American schools curriculum</i> »	englisch	10 000 Ex.
« <i>Ferienkurse und Ferienlager in der Schweiz</i> » 1968	deutsch/franz./engl./ital.	21 000 Ex.
27. Geschäftsbericht der SVZ	deutsch französisch	1 500 Ex. 700 Ex.
Glückwunschkarten zum Jahreswechsel Verwendung des SVZ-Plakatsujets «Ballon»	9 Sprachen	24 000 Ex.
« <i>La Montagna</i> » Italienische Ausgabe der in deutscher, französischer und englischer Sprache erschienenen Broschüre «Die Bergwelt». Enthält ein Verzeichnis der « <i>Scuole d'alpinismo in Svizzera</i> » sowie als Beilageblatt « <i>Una scelta di escursioni nelle montagne svizzere</i> ».	italienisch	3 000 Ex.

«Wintersport in der Schweiz» Neue Publikation zur Ergänzung der früher erschienenen Broschüre «Sommersport in der Schweiz»	deutsch/franz./englisch	20 000 Ex.
<i>Liste der Schweizer Motels, 1968</i>	deutsch/franz./englisch	30 000 Ex.
«Old inn signs», Nachdruck von 10 Sujets mit Legenden	englisch	20 000 Ex.
<i>Prospekte mit allgemeinen Reiseinformationen</i>		
Agentur Amsterdam: «Reisinlichtingen voor Zwitserland» (spezielle Ausgaben für Sommer und Winter)	holländisch	28 000 Ex.
Agenturen New York und San Francisco: «Travel Tips for your Holiday in Switzerland»	englisch	20 000 Ex.
Agentur Wien: «Kleiner Ratgeber für Reisen in die Schweiz»	deutsch	5 000 Ex.
<i>Farbbroschüre «Schweiz»</i>		
Neudruck in russischer Sprache, herausgegeben mit Beteiligung der Pro Helvetia im Zusammenhang mit der in verschiedenen russischen Städten gezeigten Ausstellung	russisch	47 000 Ex.
Neuausgabe in japanischer Sprache	japanisch	30 000 Ex.
Nachdruck der englischen Ausgabe «Switzerland» für das Koordinationskomitee in den USA	englisch	70 000 Ex.
Nachdruck des Farbteils für spätere Textendrucke in weiteren Sprachen		50 000 Ex.
<i>SJW-Jubiläumsheft «Schweiz – meine Heimat»</i>		
48seitiges Jubiläumsheft (tausendster Titel des Schweizerischen Jugendschriftenwerks), welches dank der Zusammenarbeit mit der SVZ und der Unterstützung der Pro Helvetia in den 4 Landessprachen und in großer Auflage herausgegeben werden konnte	deutsch französisch italienisch romanisch	50 000 Ex.

« <i>Unterkunftsverhältnisse für Studenten in den Universitätsstädten der Schweiz</i> »	deutsch/franz./englisch	5 000 Ex.
« <i>Veranstaltungen in der Schweiz</i> » (Sommer- und Winterausgabe)	deutsch/franz./englisch	64 000 Ex.
Mit Informationstext bedruckte « <i>Billett-Taschen</i> »	7 Sprachen	126 000 Ex.
Farbig bedruckte Prospekttaschen in zwei verschiedenen Formaten für 17 Agenturen		140 000 Ex.

Außerdem wurde eine große Zahl von Drucksachen in kleineren Auflagen hergestellt: Dokumentationsmappen (3000 Ex.), illustrierte Programme (zum Beispiel im Zusammenhang mit der Aktion Sherlock Holmes), Verzeichnisse, Menükarten, Jubiläumsbriefpapier, Farbvordrucke für Ausstellungskataloge, Diplome, Einladungskarten usw. Diverse Spezialaktionen im Rahmen des «Großen Schweizer Ferienkalender-Wettbewerbes» machten den Nachdruck von 15 000 Wettbewerbskarten notwendig.

Plakate

Graphisches Plakat «Immer auf der Höhe mit Ferien in der Schweiz» von P. Kunz, SVZ. Gesamtauflage im Format 64 × 102 cm, bestimmt für den Aushang durch die Agenturen: 27 500 Ex.; Ausführung in 10 Sprachen, 3 verschiedenen Fondfarben und 35 Textvarianten. Dieses Plakat wurde vom Eidgenössischen Departement des Innern als «eines der besten Plakate des Jahres» ausgezeichnet.

Kopfplakat «Entdecke die Schweiz – zu Fuß» mit vierfarbigem Photosujet «Mönch, Tschuggen, Jungfrau» von Ph. Giegel, SVZ. Gesamtauflage im Format 64 × 102 cm, bestimmt für den Aushang durch die Agenturen: 6000 Ex.; Slogan in fünf Sprachen.

Kopfplakat «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» mit vierfarbigem Photosujet «Rivaz – Lake Geneva Region» von D. Zopfi, SVZ. Gesamtauflage im Format 64 × 102 cm, bestimmt für den Aushang durch die Agenturen: 6000 Ex.; Slogan in 5 Sprachen.

Graphisches Plakat «Dampfschiff»; vierfarbige Reproduktion eines Aquarelles von E. Bachmann, SVZ. Gesamtauflage im Weltformat für den Aushang in der Schweiz: 8000 Ex.

Photoplakat «Chumm mit – blib gsund» mit Wintersujet «Curler» (Photo W. Studer, Gestaltung E. Bachmann, SVZ). Gesamtauflage im Weltformat für den Aushang in der Schweiz: 8000 Ex.; Slogan in deutscher, französischer und italienischer Sprache.

Photoplakat «Chumm mit – blib gsund» mit Sommersujet «Fischer» (Photo Ph. Giegel, SVZ, Gestaltung H. Kuchler und E. Bachmann, beide SVZ). Gesamtauflage im Weltformat für den Aushang in der Schweiz: 8000 Ex.; Slogan in deutscher, französischer und italienischer Sprache.

Nachdruck des Photoplakates «Chumm mit – blib gsund» mit Wintersujet «Skiveteran» von Ph. Giegel, SVZ, im Weltformat für Aushang in der Schweiz (600 Ex.).

Nachdruck des graphischen Plakates «Immer auf der Höhe mit Winter(Sommer)ferien» von P. Kunz, SVZ, im Weltformat (3000 Ex. in drei verschiedenen Fondfarben).

Texteindruck in Kopfplakat «Richesse du Soir» (C. Amiet) für Aktion «Spécial-Vacances» von Radio Suisse Romande.

Hinweisplakat auf Jubiläumsausstellung «50 Jahre SVZ» im Stadthaus Zürich; verwendet wurde das prämierte Ballon-Sujet von H. Kuchler, SVZ, in verschiedenen Varianten.

Plakataushang in der Schweiz

April:

Gesamtschweizerischer Aushang des Plakates «Immer auf der Höhe mit Sommerferien» in den drei Farbvarianten (total 2300 Plakate). Doppelter und verlängerter Aushang in der Region Zürich.

Sommer:

Aushang verschiedener Plakate auf den Schiffen der Compagnie Générale de Navigation sur le Lac Léman.

Oktober/November:

Gesamtschweizerischer Aushang verschiedener Winterplakate «Chumm mit – blib gsund», «Winterferien – doppelte Ferien», «Immer auf der Höhe mit Winterferien» (total 3100 Plakate). Doppelter und verlängerter Aushang in der Region Zürich. Spezialaktionen im Zusammenhang mit der Ausstellung «50 Jahre SVZ» im Stadthaus Zürich.

Dezember:

Kleiner Aushang der neu geschaffenen Plakate «Dampfschiff», «Chumm mit – blib gsund» («Curler» und «Fischer») in der Stadt Zürich.

Unterstützt wurde diese Plakatwerbung in Zürich und Basel durch die Ausstrahlung von verschiedenen SVZ-Werbeslogans in Leuchtwanderschrift sowie durch langfristige Plakataushänge in großen Bahnhöfen in der Schweiz. Über die Plakatwerbung im Ausland informieren die einzelnen Agenturberichte.

Prämierungen

Die «Esposizione del Manifesto Turistico dei Paesi Euro-Africani e del Mediterraneo», Cata-

nia, verlieh dem Plakat «Schweizerberg» von P. Kunz, SVZ, den ersten Preis, den «Elefanto d'oro».

Die «Mostra Internazionale del Manifesto Turistico», Milano, zeichnete das Plakat «Schweizerberg» von P. Kunz, SVZ, mit dem dritten Preis, der «Sirena di bronzo» aus.

Materialdienst

In 1692 Kisten und Containern

6347 Drucksachenpaketen und

2208 Postpaketen

versandte unser Materialdienst touristisches Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und schweizerischen Verkehrsinteressenten im Totalgewicht von 436 Tonnen brutto. Vor allem die diplomatischen und konsularischen Vertretungen zeigten ein zunehmendes Interesse an unseren Imprimaten. In der Schweiz bedienten wir zahlreiche internationale Kongresse und Tagungen mit Werbematerial. Daneben wurden gegen 5300 Anfragen von privater Seite aus dem In- und Ausland erledigt.

INSERATE

Mit dem Appell «Nehmen Sie sich Zeit – für zeitlose Ferien in der Schweiz» und den Slogans «Höchste Zeit für Ferien in der Schweiz», «Schweizer Ferienstunden sind länger», «Ge-

gen angina temporis – Ferien in der Schweiz» setzten wir unsere letztjährige *Inland-Insertionskampagne* (Nach jeder Fernreise – eine Schweizerreise) unter Berücksichtigung der im Aktionsprogramm festgelegten Richtlinien thematisch fort. Es erschienen in zwei koordinierten Aktionen 20 ganzseitige Farbinserate in den Zeitschriften «Annabelle», «Sie + Er», «Schweizer Illustrierte», «Nebelpalter» «Illustré», «Illustrazione Ticinese» und «Podium», 175 $\frac{1}{3}$ seitige Inserate in 55 auflagestarken Tages- und Wochenzeitungen der deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Schweiz sowie 25 meist ganzseitige Anzeigen in schweizerischen Fachblättern. «Le temps des vacances – l'heure de la Suisse», «High time for a Holiday in Switzerland», «Ha llegado la hora para unas vacaciones en Suiza», «Hoogste tijd voor vakantie in Zwitserland», «Tempo svizzero, tempo di vacanze», usw., so lauteten die Slogans der Inserate, mit denen unsere Agenturen in der Tages- und Fachpresse im *Ausland* für Sommerferien in der Schweiz warben. Die Produktionsabteilung stellte wie gewohnt clichierfertige Vorlagen her und leitete diese an die Agenturen weiter.

Der Hauptsitz inserierte insgesamt in über 30 ausländischen Zeitungen und Zeitschriften, erstmals auch in einem japanischen Führer. Besondere Erwähnung verdient eine sechsteilige Inseratenkampagne im «Düsseldorfer Handelsblatt», die dank der Zusammenarbeit mit den Regionen

Waadt, Wallis, Graubünden, Zentralschweiz, Berner Oberland und Nordostschweiz realisiert werden konnte.

Die Inserate für die in- und ausländische *Winterferienwerbung* hielten sich in ihrer Thematik und graphischen Gestaltung an die Richtlinien der Sommerwerbung. Waren es im Frühling von Graphiker H. Küchler skizzenhaft neben- oder untereinander aufgereichte «Uhrengesichter», die sich in ihrem Ausdruck dem jeweiligen Slogan sinngemäß anpaßten, so benützte der Graphiker H. Looser für seine Winterinserate als durchgehendes einheitliches Element die Uhrenschale, während er das Zifferblatt abwechslungsweise mit 10 humorvollen, vignettenartigen Motiven aus der frohen Welt des Wintersports und der Winterferien belebte. Den Agenturen wurden über 50 clichierfertige Vorlagen zugestellt.

PRESSEWERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Presse- und Artikeldienst

Die ursprüngliche Aufgabe des Pressedienstes, die in der Herausgabe touristischer Mitteilungen bestand, wird Jahr für Jahr an Bedeutung und Arbeitsaufwand immer deutlicher von der «Pflege der Umweltbeziehungen» übertroffen, einem modernen Tätigkeitsfeld, dem auch die SVZ ihre volle Aufmerksamkeit schenkt. Trotz der weiteren Intensivierung dieser «Public Relations»

– oder gerade dank der Arbeitssteigerung auf diesem Gebiete – konnte die monatliche Auflage des dreisprachig erscheinenden Informationsdienstes «Nachrichten aus der Schweiz» / «Nouvelles de Suisse» / «Switzerland News» mit vorwiegend touristischen Aktualitäten für die Weltpresse, für Radio und Fernsehen sowie für die diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz und des Auslandes um rund 1000 auf nunmehr fast 6000 Exemplare erhöht werden.

Das Verhältnis zur Inlandpresse wurde im vergangenen Jahr ganz besonders gepflegt. Vermehrte Publizität der SVZ in der einheimischen Presse, im Radio und am Fernsehen war das erfreuliche Resultat dieser intensivierten Bemühungen. Die Inlandpresse, namentlich die Nachrichtenagenturen, wurden mit 162 aktuellen, per Telex übermittelten zweisprachigen Meldungen und Mitteilungen, die Auslandpresse über die Agenturen mit 31 sogenannten *Presse-Informationsblättern* und *Bildberichten* bedient. Insgesamt wurden vom Pressedienst im Berichtsjahr an die 1000 verschiedene touristische Beiträge und Hinweise verbreitet.

Der Artikeldienst wurde neu organisiert, indem er in einen In- und einen Auslanddienst unterteilt wurde. Neu in den Artikeldienst aufgenommen wurden 18 deutsche, 10 französische und 10 englische sowie 110 umgeschriebene Aufsätze. An in- und ausländische Interessenten wurden durch den Artikeldienst deutsche, französische und eng-

liche Artikel in der Jahresauflage von 23 000 Exemplaren versandt.

Betreuung von Publizisten und publizistisch bedeutsamen Gästen

Im Jahr 1968 wurden 2534 – eine bisher nie erreichte Zahl – prominente Journalisten, Autoren, Radio-, Film- und Fernsehleute sowie andere publizistisch tätige oder publizistisch interessante Persönlichkeiten aus insgesamt 43 Ländern betreut, für sie Kontakte mit Schweizer Persönlichkeiten und Organisationen vermittelt sowie Studienreisen und Besichtigungen organisiert. Eine Rangfolge nach Herkunftsländern der Gäste ergibt: Großbritannien (797), USA (484), Japan (217), Republik Südafrika (161), BR Deutschland (124), Frankreich (111), Tschechoslowakei (79), Niederlande (76), Argentinien (75), Spanien (45), Österreich (45), Kanada (40), Schweden (37), Belgien (34), Indien (29), Italien (24), Australien (23), Dänemark (21), Kenia (17), Israel (12), Irland und Tansania (je 11), Finnland (9), Pakistan und Brasilien (je 8), Monaco (5), Norwegen, Liberia und Portugal (je 4), Philippinen, Chile, Neuseeland, Ungarn, Malaysia, Jugoslawien und Griechenland (je 2), Republik Korea, Ceylon, Peru, Libanon, Taiwan (Nationalchina), Ghana und Hongkong (je 1).

Bereits bestehende Verbindungen des Pressedienstes zu Autoren, Verlagshäusern, Zeitungen sowie Radio-, Fernseh- und Filmleuten aus aller

Welt wurden weiter gepflegt, und darüber hinaus konnten auch eine ganze Reihe neuer, wertvoller Kontakte geschaffen werden. Die Zahl der ausländischen Publikationen und Massenmedien, darunter bedeutende Zeitungen, Illustrierte, Reisezeitschriften und -bücher sowie Fachorgane des Welttourismus, die der Schweiz in der einen oder anderen Form einen Spezialbeitrag widmeten, war denn auch in diesem Jahr erfreulich hoch. Zu den Zeitschriften, die unserem Land oder einzelnen Aspekten der Schweiz in diesem Rahmen ganze Sondernummern oder einen großen Teil ihres farbigen Bildteiles widmeten, zählen mehrere Sonntagsbeilagen der größten Tageszeitung der Welt «Asahi Shimbun» in Tokio, die französischen Publikationen «Jours de France» und «Revue des Voyages», sowie die «Arbeiter-Zeitung (AZ)» in Wien und andere mehr.

PHOTODIENST

Die Tätigkeit unserer Photographen wurde durch die ungünstigen Wetterverhältnisse beeinträchtigt, so daß es nicht möglich war, die vorgesehene Ergänzung unserer Bilddokumentation und die Neuaufnahme veränderter Landschafts- und Ortschaftsbilder im gewünschten Umfang zu fördern. Den Photographen blieb dafür um so mehr Zeit für die Ausarbeitung von Plakat- und Inseratvorlagen. Für Ausstellungen und Presseaktionen im

Zusammenhang mit dem SVZ-Jubiläum waren viele Dokumente aus der 50jährigen Tätigkeit unserer Zentrale zu reproduzieren. Die Photoreportagen «Auf den Spuren Sherlock Holmes», «Swiss Centre London» und «Swiss Fair London» verdienen besondere Erwähnung.

Der Ausleihdienst hat in zunehmendem Maße individuelle Wünsche aus dem In- und Ausland und die Bedürfnisse der diplomatischen und konsularischen Vertretungen sowie unserer Agenturen zu berücksichtigen. Von den 45 500 im eigenen Labor hergestellten Schwarzweiß-Vergrößerungen im Format 18×24 cm wurden 23 000 auf Einzelanfragen hin angefertigt; 6000 wurden im Zusammenhang mit den Aktionen «Auf den Spuren Sherlock Holmes'» und «Swiss Centre London» benötigt. 12 000 dieser Vergrößerungen erschienen in den unseren Agenturen für die Auslandspresse zur Verfügung gestellten Werbeserien «Winter 1968/69» und «Sommer 1969», die erstmals mit dreisprachigen Bildlegenden versehen wurden. Daneben fanden Vergrößerungen Verwendung für folgende Bildberichte:

«San Bernardino-Straßentunnel», «Astronomisches über die Luftseilbahnen in der Schweiz», «Mit dem Auto durch die Schweizer Eisenbahntunnels», «Hirtentreffen 1968 in Unspunnen», «Die Fahrer der Schweizer Bergpostautos», «Bergsteigerschulen in der Schweiz», «Hornussen, eines der Schweizer Nationalspiele», «Die Entwicklung der Paßstraßen in der Schweiz».

Die am Hauptsitz eintreffenden Belege zeugen von der großen Verbreitung dieser Bildberichte, die zudem ein relativ billiges Werbemittel darstellen. In der Regel sind sie so abgefaßt, daß sie ihre Aktualität über eine längere Zeit behalten. So sind uns kürzlich noch 74 Zeitungsausschnitte mit dem 1967 verschickten Bildbericht «Von der Herstellung des Alphorns» zugekommen, und von der im Mai über das Unspunnenfest herausgegebenen Serie besitzen wir bis heute 54 Belege, von denen 22 aus amerikanischen Tageszeitungen stammen.

Unsere Abteilungen Produktion, Ausstellungen und Redaktion «Die Schweiz» sind mit 4500 Vergrößerungen, meistens im Format 24×30 cm bis 1×1 m, bedient worden.

Da die Jugendlichen von heute die Gäste von morgen sein werden, haben wir der Mitarbeit bei Schulbüchern, Diapositivreihen und Filmlehrstreifen besondere Aufmerksamkeit und Sorgfalt geschenkt. So sind in einem japanischen Verlag auf Grund der leihweisen Abgabe von 6 Farbdia-positiven 120 000 Ansichtskarten, versehen mit ausführlichen Bildlegenden und zusammen mit einer Schweizerkarte, für Schulkinder gedruckt worden. Das Interesse an Farbvorlagen steigt von Jahr zu Jahr, so daß allein der Hauptsitz für Mehrfarbendrucke leihweise 800 Farbdia-positiv abgeben konnte.

Am Photowettbewerb des ASTA-Kongresses in Puerto Rico erhielt die SVZ für den wirkungs-

vollen Einsatz der Photographie in der Reisewerbung ein «Certificate of Merit».

SCHAUFENSTERWERBUNG

Im Zeichen des Zeit-Themas wurden für die Agenturen skurrile, bewegliche Uhrwerke geschaffen, die mit dem Slogan «Gegen angina temporis – Ferien in der Schweiz» als Schaufensterblickfänge für geruhsame Ferien warben. Vitrinen an der Zürcher Bahnhofstraße zeigten wechselnde Collagen, so im Winter «Winterferien in der Schweiz – Ihre Schneesternstunden». Während der Tessiner Wochen stellten wir auf dem Bürkliplatz eine größere Zahl Schwarzweiß-Vergrößerungen und Plakate auf; eine umfangreichere Ausstellung im Globus-Provisorium fiel den Juni-Demonstrationen zum Opfer. Das Unspunnenfest in Interlaken bot Gelegenheit, das Zelt mit der F.N.König-Ausstellung zu zeigen. Dank der guten Lage unmittelbar am Höhenweg konnten für einzelne Tage bis 900 Besucher gezählt werden. Im Dezember hing in der Halle des Zürcher Hauptbahnhofes ein 8 Meter hohes Ferien-Mobile, das die verschiedenen Arten des Reisens sinnbildlich darstellte. Die Passanten erfreuten sich an dem fröhlichen Windradspiel und dem Räderdurcheinander. Auch in der Presse fand diese phantastische Konstruktion ein gutes Echo.

AUSSTELLUNGEN UND MESSEN

Im Berichtsjahr haben wir uns an einer Reihe von internationalen Ausstellungen und Messen beteiligt, und zwar, je nach ihrer Bedeutung, mit einem touristischen Auskunftsstand, beziehungsweise mit touristischem Dekorationsmaterial. Teilweise erfolgten diese Aktionen in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung (SZH), während wir in einigen Ländern, wo die SZH keine Beteiligung vorgesehen hatte, allein in Erscheinung traten, wenn diese Länder gerade für uns unter bestimmten Gesichtspunkten bedeutsam waren.

Die SVZ war an folgenden Messen und Ausstellungen vertreten:

Johannesburg

Rand Easter Show

(allgemeine Plakatierung) 2. 4. – 15. 4.

San Antonio, Texas

Hemisfair 1968**

(mit Informations- und

Dokumentationsmaterial)

6. 4. – 6. 10.

Mailand

Fiera di Milano*

(mit Auskunftsstand)

14. 4. – 27. 4.

Hannover

Hannover-Messe*

(mit eigenem Auskunftsstand)

27. 4. – 5. 5.

Göteborg

Schwedische Messe Göteborg

(Stand gemeinsam mit Swissair, mit Darstellung des Themas «Preisgünstige Schweiz») <i>Budapest</i>	10. 5. – 19. 5.
Internationale Messe (mit Dekorationsmaterial) <i>Tel Aviv</i>	17. 5. – 27. 5.
Internationale Messe* (touristische Ausstellung mit gemeinsamem Auskunftsstand Swissair/SZH/SVZ) <i>Bogotá</i>	4. 6. – 22. 6.
Internationale Messe (mit Diapositiven, Prospekten, Plakaten) <i>Kabul, Afghanistan</i>	1. 8. – 18. 8.
Internationale Mustermesse (mit einer Plakatausstellung) <i>Izmir</i>	24. 8. – 6. 9.
Internationale Messe (mit Werbematerial) <i>Los Angeles</i>	20. 8. – 20. 9.
Ausstellung «Shops of the World» in den Broadway Department Stores (mit Dekorationsmaterial)	1. 10. – 31. 10.

* in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung

** in Zusammenarbeit mit dem Eidg. Departement des Innern, der Pro Helvetia und der SZH

In Zusammenhang mit der *Weltausstellung Osaka 1970*, an der die Schweiz bekanntlich mit einem offiziellen Pavillon vertreten sein wird, setzten wir uns an zahlreichen Vorbesprechungen mit der SZH und andern am Schweizer Pavillon interessierten Kreisen mit Nachdruck für eine gebührende Präsentation des Reiselandes Schweiz ein. Der Direktor der SVZ gehört der Expertenkommission an.

An der *Mustermesse in Basel* (20.–30. April) waren wir mit dem Zeit-Thema vertreten. Die Halle wurde durch leichte, bewegliche Elemente, die an Sommer und Ferien erinnern, aufgegliedert. Fröhliche Szenen zeigten Ferienmotive, und unter einem pop-bunten Deckengemälde pendelte ein bewegliches Uhrwerk zum Slogan «Gegen angina temporis – Schweizer Ferien».

Auch am *Comptoir Suisse in Lausanne* (7.–22. September) setzten wir unsere «Zeitmaschine» ein. Über einem Teppich, gestaltet aus Prospekten aus allen zehn Regionen, bewegte sie sich als Blickfang zum Thema «Le temps des vacances – l'heure de la Suisse».

RADIO UND FERNSEHEN

Die frühere Sendung mit den Verkehrsmittellungen «Chumm Bueb und lueg dis Ländli a» wurde am 7. Juni erweitert und beginnt jetzt jeweils am Freitag um 11.05 Uhr unter dem neuen Titel

«Schweiz – Suisse – Svizzera». Bis 12 Uhr wird die Sendung, welche von Karl F. Schneider von Radio Zürich betreut wird, zusätzlich in «Schriftdeutsch» über den Kurzwellensender ausgestrahlt, so daß sie auch für ausländische Touristen verständlich ist. Wir liefern die Manuskripte für die Verkehrsmittelungen.

Vom Januar bis März wurde in der Sendung «Rendez-vous am Mittag» ein Wettbewerb veranstaltet. Es galt, auf Grund eines Live-Interviews am Telephon herauszufinden, an welchem Kurort sich der Reporter von Radio Zürich befand. Das Interesse der Hörer war außergewöhnlich groß, gingen doch pro Ort und Woche bei 15 Durchführungen jeweils 40 000 bis 50 000 Postkarten beim Studio Zürich ein. Die ausgestellten Sieger erhielten als Preise Weekends für zwei Personen, inklusive Reise, wobei sich die Kurorte an den Aufenthaltskosten beteiligten, und viele schöne Buchpreise.

Anlässlich des 50jährigen Jubiläums der SVZ strahlte Radio Zürich in zwei Sendungen Reportagen aus, in welchen von prominenten SVZ-Personlichkeiten über die Entstehungsgeschichte berichtet und von einigen Agenturchefs die heutige Arbeit im Ausland erläutert wurde.

Radio Suisse Romande strahlte zwischen dem 3. Juni und dem 6. September täglich die Sendung «Spécial-Vacances» aus. Die Verkehrsdirektoren wurden von der SVZ eingeladen, die welsche Radiogesellschaft regelmäßig mit touristischen Neu-

igkeiten zu bedienen, während ein SVZ-Kopfplakat mit Sonderdruck die Touristen auf diese Informations- und Unterhaltungssendung aufmerksam machte. Die von einem Journalisten betreute Sendung «Le carnet du touriste» wurde jeden Freitag ausgestrahlt, und in der Wintersaison 1968/69 wirkte die SVZ an dem Programm «Spécial-Neige» mit. Unsere Jubiläums-Vorstandssitzung von Ende November gab dem Radio Gelegenheit, der Tätigkeit der SVZ in den vergangenen 50 Jahren drei besondere Sendungen zu widmen.

Das *Schweizer Fernsehen* widmete unserem Jubiläum eine besondere Sendung und kommentierte auch andere Aktionen der SVZ, was dazu beitrug, unsere Tätigkeit und die Bedeutung des Reiseandes Schweiz einem breiteren Publikum bekanntzumachen.

VORTRAGSDIENST

Dem Vortragsdienst wurde große Aufmerksamkeit geschenkt. Die Agenturen organisierten zahlreiche Film-, Dia- und Vortragsabende, zu denen sie auch freie Referenten beizogen. In der Schweiz sind vor allem die Referate unseres Präsidenten und des Direktors zu erwähnen. Ganz besonders große Aktivität entfaltete unser freier Mitarbeiter Anton R. Lendi, der in Kanada 181 Vorträge hielt und damit mehr als 75 000 Zu-

hörer über die Schweiz als Reiseland informierte und dafür begeisterte. In Österreich war es vor allem Herbert Lockl, der in einer Vortragsreise über das Thema «Traumreise durchs Winterland Schweiz» unzählige Zuhörer für unser Land interessierte.

FILMDIENST

Neuproduktion

Zwei neue Dokumentarfilme konnten im Berichtsjahr in Arbeit genommen werden, nämlich ein historischer 35-mm-Film nach Treatment von Dr. v. Schumacher, mit Arbeitstitel «Kampf ums Winterparadies» (Laufzeit 15 ½ Minuten, schwarzweiß und farbig, Produktion Turnus-Film AG), sowie ein Ektachrome-Film mit Aufnahme-material des bekannten amerikanischen Filmproduzenten Ernest Kleinberg, aus einer Filmserie volkskundlicher Art, betitelt «Bread and Wine», speziell für eine Auswertung auf dem amerikanischen Kontinent bestimmt.

Auswertung: Professioneller Kino- und TV-Verleih, Schmalfilmaktionen.

Gegen hundert 35-mm-Kopien konnten vom neuen SVZ-Film «Cantilena Helvetica» (Produktion Condor-Film) durch Universal Film-Verleih in Deutschland und Österreich eingesetzt werden, womit dieser Streifen gleichzeitig in 100 verschiedenen Lichtspieltheatern in diesen Län-

dern fortlaufend als Beiprogramm gezeigt wird. Diese Produktion ist sodann durch «20th Century Fox» für Kino- und TV-Auswertung für Holland und Portugal übernommen worden. Der seinerzeit am Internationalen Filmfestival in Cannes mit der «Goldenen Palme» ausgezeichnete Film «*In wechselndem Gefälle*» (Produktion Seiler + Gnant) ist von «20th Century Fox» durch Vermittlung des Produzenten in sämtlichen noch vertragsfreien Ländern der Welt (exklusive die USA und Kanada, sowie Ostblockländer) placiert worden! Es ist dies das erste Mal in der Geschichte der SVZ und dürfte wohl auch ein Markstein in der dornenreichen Geschichte der Placierung schweizerischer Dokumentarfilme im Ausland sein, daß ein Schweizer Film in solch weltweitem Ausmaß durch den Kinoverleih ausgewertet und somit in weit über 40 Ländern gezeigt werden kann. Auch der neue historische 35-mm-Film «*Gastland Schweiz*» (Produktion Condor-Film) ist durch Universal Film-Verleih für Deutschland übernommen worden. Schließlich gelang auch noch der Einsatz eines 35-mm-Films «*Ferien nach Maß*» als Beiprogramm zu einem Hauptfilm der Produzenten (Kern-Film AG), der in Österreich auf dem Spielplan der Kinos steht.

Schmalfilme aus unserem Archiv sind zahlreichen Verkehrsinteressenten, Vereinen, Instituten und Institutionen sowie Handels- und Industriegesellschaften für Werbeanlässe, Public Relations-Ak-

tionen im In- und Ausland und für Veranstaltungen aller Art zur Verfügung gestellt worden. Als Beispiele zitieren wir: Ciba AG für weitere Deutschland-Aktion; Uhrenfabrik Sylvana SA für Südamerika-Werbekampagne; Honeywell Electronics Zürich für internationale Delegiertenversammlung; XI^e Congrès International de Photographie, Lausanne (1500 Delegierte aus aller Welt); Institut international d'Études sociales (BIT, Genève); «Centres Européens Langues et Civilisations» Lausanne (200 Studenten); Seminar des «Centre international d'Information et de Public Relations», Genève; Alliance for International Studies (Vortragszyklus von Prof. Loepfe für amerikanische Studenten, in Zusammenarbeit mit Unitours) usw. Von den nebenbei durch unseren Filmservice organisierten Vorführungen seien erwähnt: «World Airlines Clubs Association» (Gäste von Swissair, Kloten); Kongreß des Europäischen Juniorenkreises der Bekleidungsindustrie, Rüslikon; Generalversammlung des Verbandes Schweizerischer Verkehrsvereine, Horgen; Schweizer Städte-Tag im Casino in Montreux. Material aus unserem hiesigen Archiv diente unter anderem auch folgenden Veranstaltungen im Ausland: Vorträge von Dr. Zimmermann in Kanada und Italien für International Summer Camp; Swiss Rifle Club, Durban (Vorführung im ESSO-Kino mit ausländischen Gästen); Soirée der Schweizerischen Botschaft in Khartoum (diplomatisches Korps und zweihundert Gäste); Vorführungen in

indischen Rotary Clubs, Colleges, Großunternehmen usw. (organisiert durch das Schweizerische Generalkonsulat in Bombay); Kinovorführungen im Qantas Friday Theater in Sydney (organisiert durch das Schweizerische Generalkonsulat in Sydney) usw.

Schmalfilmkopien von neuern SVZ-Produktionen konnten insgesamt 24 diplomatischen und konsularischen Vertretungen – nebst all unseren Agenturen im Ausland – zu permanenter Verwendung zur Verfügung gestellt werden.

Für den zusätzlichen Einsatz bei unsern Agenturen, Botschaften und Konsulaten ist auch eine größere Anzahl 16-mm-Kopien folgender Fremdproduktionen übernommen worden: «Switzerland» (Red. von Cinemascope-70-mm-Produktion von E. Heiniger, die für die Weltausstellung in Montreal geschaffen wurde); «Lieben Sie Schnee» (Produktion Condor-Film unter dem Patronat des Verbandes Bündnerischer Berufsskilehrer); «Die vier Jahreszeiten» (Produktion Condor-Film); «Nordostschweiz» (Produktion Burlet-Film); «Ski-Kapriolen» (Bettmeralp, Produktion Jürg Gortner).

Außerhalb der *Fernsehsendungen*, die mit unserem Material durch Vermittlung unserer Agenturen oder durch den kommerziellen Verleih veranlaßt wurden, erwähnen wir die TV-Übertragung des Swissair- und SVZ-Films «Wish you were here» (satirischer Kurzfilm von Robert Vas, nach dem Buch von George Mikes) durch das

Schweizer Fernsehen; sodann natürlich den SVZ-Jubiläumfilm, der ebenfalls durch das Schweizer Fernsehen als dessen Eigenproduktion ausgestrahlt wurde.

Schätzungsweise 160 Millionen Zuschauer und Fernseh-Abonnenten haben durch weltweiten Einsatz aller verfügbaren touristischen Filme im Schmalformat durch *Vorführungen* und *Fernseh-Sendungen* in den letzten 6 Jahren das Reiseland Schweiz im Bild gesehen. Im professionellen Kino-verleih sind indessen mit 6 neuen SVZ-Filmen im 35-mm-Format seit den entsprechenden Einsatzdaten – mit allen übrigen durchgeführten Aktionen in Lichtspieltheatern usw. – gesamthaft ungefähr 96 Millionen Zuschauer erreicht worden.

Prämierungen

Folgende SVZ-Produktionen wurden ausgezeichnet:

«*Gastland Schweiz*» (Produktion Condor-Film) mit Prädikat «Wertvoll» der Deutschen Filmbewertungsstelle in Wiesbaden sowie mit einer Goldmedaille am IX^o Festival Internazionale del Film turistico in Milano;

«*Cantilena Helvetica*» (Produktion Condor-Film, Buch und Regie Hans Trommer) mit dem «Grand Prix» und Sonderpreis an der «Tourfilm 68», dem 1. Internationalen Festival des touristischen Filmes in Spindleruv Mlyn in der Tschechoslowakei und mit dem Internationalen Großen Preis der Filmtechnik (Kategorie Dokumentarfilme)

«Razzo d'Oro» an der XV^a Rassegna Internazionale Elettronica Nucleare e Teleradiocinematografica in Rom.

Gesamthaft sind den neuen SVZ-Filmen in den letzten 6 Jahren rund 30 Auszeichnungen zugesprochen worden.

Durchführung von Filmaufnahme-Programmen

Der Pressedienst ermöglichte unter anderem den folgenden Dokumentar- und Spielfilmgesellschaften und -schöpfern die Durchführung oder Vorbereitung ihrer für die Schweiz vorgesehenen Filmaufnahme-Programme:

Chris Borden Films (USA): «Wide Wide Switzerland»

Chet Henson Films (USA)

AVE-Studio (Schweden)

M. L. Nathan (Großbritannien)

Louis de Rochemont (USA): «Secret Surrender» Brandywine Production for United Artists Release (Großbritannien); «Women in Love»

Wharton International Films, Inc. (USA): «Switzerland: A Story of Accomplishment».

Anlässlich der Außenaufnahmen im Berner Oberland zum neusten James-Bond-Spielfilm bot sich der SVZ zusammen mit den interessierten Verkehrsorganisationen die einmalige Gelegenheit, rund 100 führende Journalisten, Kolumnisten, Fernsehreporter und -programmleiter aus aller Welt in der Schweiz willkommen zu heißen. Der Pressedienst überreichte diesen Publizisten und

Persönlichkeiten bei ihrer Ankunft am Flughafen Zürich originelle Geschenke, darunter eine kleine «Wegzehrung» für die Fahrt ins Berner Oberland, und bot ihnen außerdem die Gelegenheit, auch die übrigen touristischen Regionen der Schweiz kennenzulernen.

AUSKUNFTSDIENST AM HAUPTSITZ

Unsere Dienststelle erteilte zahlreiche Auskünfte über Reise- und Ferienmöglichkeiten in der Schweiz. Die Beratung erfolgte schriftlich, telefonisch oder am Hauptsitz. Vor allem aus Übersee sind viele Anfragen eingetroffen und – bis zur sowjetischen Besetzung der Tschechoslowakei – in erfreulich steigendem Maß auch aus den Ostblockländern. Die Auskünfte bezogen sich auf Grenzformalitäten, Reiserouten für Bahnreisende und Automobilisten, Billettpreise, Zusammenstellung von Fahrplänen; Unterkunftmöglichkeiten in Hotels, Pensionen, Motels, Campingplätzen, Jugendherbergen, Massenlagern und Ferienwohnungen; kulturelle und sportliche Veranstaltungen, Sport- und Exkursionsmöglichkeiten; Privatschulen, staatliche Erziehungs- und Bildungsanstalten, Kinderheime, Erholungsheime, Kuranstalten, Ferienkurse und Ferienlager; Arbeit, Niederlassung und Steuerverhältnisse. Als neue Listen erschienen «Hotels mit eigenem Badestrand» und «Hotels mit eigenem Tennis-

platz». Der Auskunftsdienst ist auch mit der Erstellung der gesamtschweizerischen Veranstaltungsverzeichnisse betraut, die in den 12 Heften der Inlandausgabe der Revue «Schweiz» erscheinen und im Sommer und Winter als separate Broschüren in drei Sprachen herausgegeben werden. Auch für den Prospekt der Werbegemeinschaft der Alpenländer wird jeweils eine Liste über die wichtigen Veranstaltungen des kommenden Jahres zusammengestellt.

EIGENE ORGANE

Mit dem 41. Jahrgang beginnt die *Revue* «Schweiz | Suisse | Svizzera | Switzerland» Nutzen aus neuen drucktechnischen Kombinationsmöglichkeiten zu ziehen, welche die Einführung des Bogen- und Rollenoffsets in der Offizin Bächler nun erlaubt. Diese Verfahren gestatten beispielsweise die kostenlose Weiterverwendung der für Inland-Titelblätter hergestellten Farbfilme zur Illustrierung von Auslandheften. Inland- wie Auslandausgaben erfuhren im Berichtsjahr eine Auflage-Erhöhung, da Abonnemente der *Revue* dem Ferienkalender-Wettbewerb als Preise gedient haben. Im Gegensatz zu den thematisch überwiegend gemischt gestalteten Inlandheften stand die April-Nummer ganz im Zeichen der schweizerischen Denkmalpflege. Für die Juli-Ausgabe steuerte die Eidgenössische Landestopo-

graphie einen mehrfarbigen Ausschnitt eines Blattes der Landeskarte bei. Der August-Nummer gab das Unspunnenfest das Gepräge. Gesamtauflage 1968: Inland (12 Nummern) 188 050 Hefte, Auslandsausgabe (2 je 80 Seiten umfassende Nummern) 57 800 Hefte, total 225 850 Exemplare. Die «*Mitteilungen der SVZ*» orientierten fünfmal über die wichtigsten Ereignisse im internationalen Tourismus und über die Tätigkeit unserer Auslandsagenturen. Einzelne Artikel waren speziellen Fragen des schweizerischen Fremdenverkehrs gewidmet. Das Blatt erschien in einer Auflage von 1200 Exemplaren und wurde an die Mitglieder der SVZ, die Bundesbehörden, die Parlamentarier und weitere Interessenten verschickt.

STUDIENREISEN FÜR REISEBÜROFACHLEUTE

In Zusammenarbeit mit den schweizerischen Transportunternehmungen, der Swissair und den lokalen und regionalen Verkehrsvereinen organisierten wir folgende Studienreisen für Reisebürofachleute:

nach Wildhaus und Braunwald für 12 Schalterbeamte aus Deutschland (21. bis 28. Januar);
nach Martigny, Champex (Bergsteigerschule in La Fouly), Wanderung auf der Südrampe der BLS, Locarno und Zürich für 9 holländische Journalisten (10. bis 15. Juni);
in das Tessin für 21 deutsche Reisebürofachleute

(24. bis 26. April). Besondere Beachtung wurde in Airolo dem Autoverlad durch den Gotthardtunnel geschenkt (in Zusammenarbeit mit der DB-Direktion, Stuttgart);
auf der Route der «Swiss Alpine Tour» der PTT von Zürich nach Chur, St. Moritz, Lugano, Interlaken, Genf und Zürich für zwei Gruppen von 29 und 30 Reiseagenten aus den USA (26. September bis 4. Oktober);
in das Genferseegebiet (in Zusammenarbeit mit der DB-Direktion, Mainz) für 22 deutsche Schalterbeamte (27. September bis 1. Oktober);
nach Zürich, St. Gallen, Luzern, Lugano, Locarno und Lausanne für 15 amerikanische Reisebüroagenten (18. bis 27. Oktober).

BESONDERE AKTIONEN

Langlauf der Prominenz in der Lenk i. S.

Im Januar wurden in der Lenk i. S. rund 70 prominente Persönlichkeiten des schweizerischen öffentlichen Lebens zu einer «Ehrenrunde der Prominenz» eingeladen, von denen sich, an der Spitze Bundesrat Roger Bonvin, über 30 gemäß unserem Ruf «Chumm mit, blib gsund!» bereit erklärten, eine kurze Strecke auf Langlaufskiern zurückzulegen. Radio und Fernsehen sowie die Presse berichteten ausführlich darüber.

Nachkongreß-Reise für Programmgestalterinnen an Radio und Fernsehen

Anlässlich des Ende September in Zürich durchgeführten Jahreskongresses der «International Association of Women in Radio and Television», zu der die führenden Programmgestalterinnen, Kommentatorinnen und Reporterinnen an Radio und Fernsehen aus Europa, den USA und Afrika zusammengeschlossen sind, stiftete die SVZ in Verbindung mit dem Kur- und Verkehrsverein Engelberg einen Tagesausflug nach Engelberg und auf den Titlis. Den Publizistinnen wurden dabei repräsentative Geschenke und allgemeines Dokumentationsmaterial übergeben.

Vorbereitung für Kongresse verschiedener ausländischer Organisationen

Zu verschiedenen Malen waren wir diversen ausländischen Organisationen, die in der Schweiz Kongresse durchzuführen beabsichtigten, bei der Vorbereitung behilflich, indem Reiseprogramme ausgearbeitet sowie Kontakte mit zuständigen schweizerischen Institutionen hergestellt wurden. Diese Gelegenheit wurde jeweils benützt, den ausländischen Kongreßteilnehmern die Schweiz durch Dokumentations- und Informationsmaterial näher zu bringen. Im Berichtsjahr wurden unter anderem folgende internationale Organisationen vom Pressedienst in diesem Sinne unterstützt, womit an die 500 wichtige ausländische Besucher erreicht werden konnten: Europäischer

Einkäufer-Kongreß in Zürich, Tagung der Amerikanischen Handelskammern in Europa, Schweizer Studienreise der südafrikanischen Hotelier-Vereinigung, Tagung des europäischen Modeschöpfernachwuchses in Zürich, Delegiertenversammlung der «World Airlines Clubs Association».

Spitzenalpinistinnen-Treffen in Engelberg

Im Rahmen des internationalen Spitzenalpinistinnen-Treffens «Rendez-vous Hautes Montagnes» in Engelberg organisierte die SVZ zusammen mit dem Kur- und Verkehrsverein Engelberg den offiziellen Pressetag, zu dem Vertreter von Presse, Radio und Fernsehen sowie prominente Persönlichkeiten aus dem In- und Ausland eingeladen wurden. Die SVZ offerierte auf dem Titlis ein Mittagessen und übergab den Gästen neben umfangreichem Dokumentationsmaterial über die Schweiz verschiedene Souvenirs.

Besuch eines argentinischen Chores in der Schweiz

Anlässlich eines mehrtägigen Vorbereitungsaufenthaltes des gemischten Chores aus Resistencia in der Schweiz in Verbindung mit einem internationalen Sängerwettbewerb ergab sich für den Pressedienst eine gute Möglichkeit, anhand von Pressephotos und -notizen die Präsenz der Schweiz in der argentinischen Presse zu verstärken. Zu diesem Zweck arbeiteten wir ein Reise- und Aufenthaltsprogramm aus und organisierten Gastkonzerte in Luzern, Horgen und Zürich.

*Schweizer Sondernummer des
«National Geographic Magazine»*

Durch Vermittlung der Schweizerischen Botschaft in Washington D.C. und unserer Agentur New York weilte der Auslandredaktor der angesehenen geographischen Weltzeitschrift «National Geographic», Thomas J. Abercrombie aus Washington D.C., im Sommer für einige Monate und dann noch einmal am Jahresende in der Schweiz, um hier Dokumentationsmaterial für eine 60 Text- und Farbbildseiten umfassende Sondernummer über unser Land, die erst im Sommer 1969 erscheinen soll, zu sammeln. Die Koordination und Organisation dieser Reportagereise, die sämtliche Aspekte der Schweiz berücksichtigen mußte, lag in den Händen der SVZ.

Sherlock Holmes in der Schweiz

Unter dem Titel «Auf den Spuren von Sherlock Holmes» organisierten die SVZ und die Sherlock Holmes Society of London in Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Verkehrsvereinen und den schweizerischen Transportanstalten vom 27. April bis 5. Mai eine Gesellschaftsreise in die Schweiz, welche in der Weltpresse sowie im Radio und Fernsehen ein weltweites Echo gefunden hat. Der Grund der Reise war, daß es am 4. Mai 1968 genau 77 Jahre her waren seit dem «literarhistorischen» Zweikampf zwischen Sherlock Holmes und seinem Erzfeind Moriarty am Reichenbachfall.

Sämtliche Teilnehmer dieser Reise verkörperten Charaktere aus den Sherlock-Holmes-Geschichten und waren entsprechend gekleidet, getreu ihre Vorbilder aus dem letzten Jahrhundert nachahmend. Am meisten Aufsehen erregte Sherlock Holmes in persona – gespielt durch Sir Paul Gore-Booth, Unterstaatssekretär im Foreign Office und Chef des diplomatischen Dienstes von Großbritannien.

Die zahllosen Presse-, Televisions-, Radio- und Filmreporter aus aller Herren Ländern, welche ebenfalls in Kostümen aus der Jahrhundertwende erscheinen mußten, ergötzten sich ungemein an den verschiedenen Höhepunkten dieser seltsamen Reisegesellschaft: dem «Verbrechen» in einem Genfer Luxushotel, der Debatte in der Universität Lausanne, dem Empfang auf dem Schloß Lucens durch Adrian Conan Doyle, dem Sohn des Autors der Sherlock-Holmes-Geschichten, dem Wein-Degustationswettbewerb in einem der Schlösser von Sitten, dem Steinschlag in Kandersteg, dem Kampf auf Leben und Tod am Reichenbachfall, der Fahrt in alten Vehikeln durch Luzern, der Einweihung eines Gedenksteines für Sir Arthur Conan Doyle in Davos, den Skidemonstrationen aus dem letzten Jahrhundert in Arosa und an dem Besuch bei den «Gnomes of Zurich», welcher mit einer «Verhaftung» und einer allgemeinen Tanzbelustigung in einer Zürcher Bank endete.

Während vier Tagen bildete die Sherlock Holmes-

Reise die «Main News» in der britischen Presse und namentlich am britischen Radio und Fernsehen. Auch die übrigen europäischen Televisionsdienste und die Weltpresse nahmen an dieser Reise regen Anteil.

Studienaufenthalt von Herbert Kubly

Der amerikanische Erfolgsautor schweizerischer Abstammung und Mitarbeiter großer Zeitschriften wie «Holiday», «Life» und «Esquire», Prof. Herbert Kubly, wurde vom größten amerikanischen Verlagshaus, Doubleday Book Company, beauftragt, ein Erlebnisbuch über das Land seiner Vorfahren zu schreiben. Herbert Kubly weilt seit September als Gast der Schweizerischen Verkehrszentrale, der Stiftung Pro Helvetia, der Swissair und verschiedener schweizerisch-amerikanischer Gesellschaften zu einem einjährigen Studienaufenthalt in der Schweiz.

Die preisgünstige Schweiz

Durch Vermittlung unserer Agentur Stockholm bereisten zu Jahresanfang Herr und Frau Hans Plogvall, beide Redaktionsmitglieder der großen und angesehenen schwedischen Tageszeitung «Svenska Dagbladet», die Schweiz, um sich in verschiedenen Städten und Wintersportplätzen für eine Artikelserie, die unter dem Motto «Die preisgünstige Schweiz» stand, von den vorteilhaften Verhältnissen in unserem Lande persönlich zu überzeugen.

Kim Hong Chul – der «jodelnde Koreaner»

Dank der Mitarbeit des «Tages-Anzeigers», der Swissair und der SVZ weilte im Sommer der koreanische Volkstänzer und -sänger Kim Hong Chul in der Schweiz; er hat als Autodidakt die Kunst des Jodelns erlernt. Mehrere Gastspielreisen sorgten in Verbindung mit Pressekonferenzen für eine erfreuliche Publizität in der in- und ausländischen Presse.

Südamerikas populärster Fernsehstar in der Schweiz

Anlässlich der Einführung von Maschinen des Typs DC-8 auf dem Flug Südamerika–Schweiz der Swissair konnte durch deren Vermittlung Südamerikas populärster Fernsehstar José Nicolas Mancera vom «Canal 13» des Argentinischen Fernsehens in Buenos Aires, dessen wöchentliche Show jeweils von 15 Millionen Zuschauern gesehen wird, für einen Reportage- und Filmaufnahmebesuch in der Schweiz gewonnen werden. Unser Pressedienst arbeitete für diesen Gast das Besichtigungs- und Reiseprogramm aus und stellte Kontakte zu Presse, Film, Radio und Fernsehen her, wo dieser Besuch, der in Begleitung eines Filmaufnahmeteams reiste, große Beachtung fand. Er widmete der Schweiz in seiner populären Show 14 Sendungen zu je 15 Minuten.

Radio und Fernsehen

Im Berichtsjahr kamen verschiedene Fernseh-

und Radioequi­pen zu Reportagezwecken in die Schweiz, wo sie von unserem Pressedienst betreut wurden. Zu erwähnen sind:

Emilio Ganzales Navarro, Fernsehprogramm «La Hora del Mundo», Spanien

«The Dating Game», American Broadcasting Company (ABC), USA

Daiei Motion Picture Co. Ltd., Fernseh-Filmserie «The Guardman», Japan

Kenn Barry, Fernsehstation KSTP-TV, USA

Warren Miller Film Productions Group, Columbia Broadcasting System (CBS), USA

Lion Pacesetter Productions Ltd., Großbritannien

Hal Linker Productions, «Wonders of the World», USA

Charles Wassermann, Canadian Broadcasting Co., Kanada.

Erst- und Eroffnungsfluge der Swissair

In Zusammenhang mit folgenden Erst- und Eroffnungsflugen der Swissair wurden ausländische Delegationen betreut und für sie von unserem Pressedienst Reiseprogramme ausgearbeitet:

Stockholm–Kopenhagen–Zürich (DC-9)

Südamerika–Schweiz (DC-8)

New York–Frankfurt–Zürich (DC-8)

Kenia–Schweiz (DC-8)

Tansania–Schweiz (DC-8)

Südafrika–Schweiz (DC-8)

Stuttgart–Zürich (DC-9)

Köln–Zürich (DC-9)

Die von der Swissair eingeladenen ausländischen Delegationen bestanden jeweils aus Diplomaten, Regierungsbeamten, Vertretern von Presse, Film, Radio und Fernsehen und anderen publizistisch wichtigen Persönlichkeiten. Die Publizität für die Schweiz in den betreffenden Ländern war denn auch jedesmal erfreulich.

FIPREGA-Kongreß in Lausanne

Der diesjährige Kongreß der FIPREGA (Federation internationale de la presse gastronomique et vinicole) fand mit einer Beteiligung von rund 80 Personen in Lausanne statt. Die Fachjournalisten hatten auch Gelegenheit, verschiedene Regionen des Landes zu besichtigen. Die SVZ offerierte am 8. Mai ein Abendessen, an welchem unser Präsident die Gäste begrüßte.

18. Schach-Olympiade in Lugano

Die 18. Schach-Olympiade, die vom 17. Oktober bis 7. November in Lugano stattfand, wurde durch den Pressedienst des Hauptsitzes, die Revue «Schweiz» und auch durch einzelne Agenturen propagandistisch ausgewertet. Die für das Reise­land und dessen Werbung bedeutsame Veranstaltung wurde von der SVZ sehr gefördert. Im Patronatskomitee war die SVZ durch ihren Direktor vertreten. Den annähernd 400 Spielern und den 50 Teilnehmern am gleichzeitig stattfindenden Kongreß der Federation internationale des echecs wurde eine Dokumentation überreicht.

*Wettbewerb «Le Beau Voyage» –
Reise der Gewinner in der Schweiz*

Für die 12 jugendlichen Gewinner des großen Wettbewerbes «Le Beau Voyage» der Communauté radiophonique des programmes de langue française übernahm die SVZ – in Zusammenarbeit mit den lokalen Verkehrsvereinen – die Organisation einer einwöchigen Reise in der Schweiz (Zermatt, Lugano, St.Moritz, Luzern, Interlaken, Bern, Basel, Lausanne), die den Teilnehmern in der Zeit vom 2. bis 9.Juli die Vielfalt unseres Landes zeigte.

*Swiss-British Centres in Dürrenäsch
und Les Diablerets*

Im Jahre 1968 führte die SVZ in Zusammenarbeit mit der Stiftung Pro Helvetia im Auslandschweizer-«Home» Dürrenäsch sowie in Les Diablerets und im Tessin insgesamt 19 «Holiday and Study Courses» für Mitglieder britischer Frauenorganisationen durch.

Die rund 600 Teilnehmerinnen lernten auf Exkursionen, bei Fabrikbesichtigungen, durch Referate über die verschiedensten Themen, Diskussionsabende, Gedankenaustausch mit Schweizerinnen, Besuche von Schulen und Instituten für Erwachsenenbildung, Filmvorführungen usw. während einer Woche mannigfaltige Aspekte unseres Landes kennen und kehrten als begeisterte «Ambassadors for Switzerland» in ihre Heimat zurück.

Die Teilnehmerinnen kamen für ihre Reise- und Unterhaltskosten selbst auf. Die Schweizerische Verkehrszentrale und die Stiftung Pro Helvetia stellten die Reiseführerin und übernahmen die Kosten für die Referenten, die Dokumentation und ein Abschiedsessen.

Ferienkalenderwettbewerb

Insgesamt wurden in den Jahren 1967/68 95 Verlosungen durchgeführt, das heißt 7 in der Schweiz und je 8 pro Agentur, wobei zu erwähnen ist, daß in den USA von den 8 Verlosungen je 4 in New York und San Francisco stattgefunden haben. In Italien durfte der Wettbewerb mit Rücksicht auf das in diesem Lande bestehende Lotteriegesetz nicht durchgeführt werden.

Bis heute wurden 60 Gratisreisen mit einer Teilnehmerzahl von insgesamt 119 Personen durchgeführt. Mit einer Ausnahme reisten alle Gewinner in Begleitung des Ehepartners oder eines Familienmitgliedes in die Schweiz. Die Reise in die Schweiz erfolgte, wo immer möglich, mit unserer nationalen Fluggesellschaft, der Swissair. Die meisten Gratisferien wurden im Prinzip – wie vorgeschlagen – in der mit der jeweiligen Wettbewerbsfrage in Zusammenhang stehenden Region verbracht. Wir haben indessen besonderen Wünschen entsprochen und einzelnen Gewinnern die Möglichkeit gegeben, in den ihnen zugestandenen zwei Wochen andere Stationen zu besuchen. Insgesamt wurden 31 Schweizer Orte besucht.

Den Gewinnern wurde von der Generaldirektion der PTT ein Gutschein für ein sechsminütiges Gratis-Telephongespräch von der Schweiz nach dem Herkunftsland zur Verfügung gestellt, was von unseren Gästen außerordentlich geschätzt wurde.

1969 sollen nun die restlichen 36 Reisen durchgeführt werden, gemäß den seinerzeit getroffenen Anordnungen, wonach die Gutscheine für die Gratisreisen bis Ende 1969 eingelöst sein müssen.

Ziehungen in der Schweiz

5. Ziehung des Ferienkalenderwettbewerbes. Am 23. Februar wurde von unserem Pressedienst in Verbindung mit dem Verkehrsverein für Graubünden und dem Verkehrsverein Savognin im Hotel Cresta in Savognin die 5. Ziehung in unserem großen Ferienkalenderwettbewerb veranstaltet. Es ergab sich die Gelegenheit, diesen Anlaß mit einer kleinen Feier, die dem rätoromanischen Sprachgut gewidmet war, zu verbinden, denn vor genau 30 Jahren wurde das Rätoromanische durch einen Volksentscheid zur vierten Landessprache erklärt. Die Veranstaltung in Savognin fand ein besonders lebhaftes Echo im Fernsehen, in der Presse und auch in der Schweizerischen Filmwochenschau.

6. Ziehung des Ferienkalenderwettbewerbes in St-Ursanne. Die 6. Ziehung in St-Ursanne wurde gemeinsam mit Pro Jura organisiert. Sie fand im

Beisein der Vorstandsmitglieder dieses regionalen Verkehrsvereines und der Presse anläßlich einer lokalen Versammlung am 25. April statt.

Die 7. Ziehung des Ferienkalenderwettbewerbes fand am 10. September im Garten des Hotel Nest und Bietschhorn in Ried-Blatten im Lötschental statt. Als Notar waltete der Landeshauptmann des Kantons, Nationalrat Innozenz Lehner, Präsident des Großen Rates.

50 Jahre Schweizerische Verkehrszentrale, Ausstellung im Stadthaus Zürich

Vom 5. bis 30. November fand im Zürcher Stadthaus eine Vor-Jubiläumsausstellung statt, wo in drei Stockwerken ein Querschnitt durch das graphische Schaffen der SVZ gezeigt wurde. Im Lichthof des Gebäudes hing ein Mobile mit Plakaten, Wirtshauschildern und farbigen Kompositionen. In den Wandelgängen konnte man sich durch eine Plakatsammlung von dem Niveau der SVZ-Imprimatur überzeugen; in Glasvitrinen wurde vom Souvenir-Kristall über Inserate und Broschüren bis zum gediegen gestalteten Buch die Vielfalt der SVZ-Werbung veranschaulicht. Plastische Darstellung in Plexiglasvitrinen informierten den Laien über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für unser Land. Eine Übersicht gab Aufschluß über die große Zahl von Berufstätigen, die mittelbar oder unmittelbar für das Wohl des Gastes arbeiten, und eine andere

Darstellung informierte über die Herkunft der Besucher. Weiter vermittelte die Ausstellung einen Begriff von der gewaltigen Menge von Drucksachen, welche die SVZ in alle Welt verschickt. Auch die Arbeit unserer Agenturen und ihre Bemühungen um eine starke Präsenz der Schweiz im Ausland wurden in verschiedenen Darstellungen gewürdigt. Schließlich wies eine besondere Vitrine, angefüllt mit Preisen, Pokalen und Medaillen, auf die Anerkennung hin, die dem Schaffen der SVZ im In- und Ausland gezollt wurde.

Kongreß der American Society of Travel Agents (ASTA)

Vom 12. bis 26. September fand in San Juan, Puerto Rico, der 38. Weltreisekongreß der ASTA statt, an dem die SVZ durch Vizedirektor und den Agenturchef von New York vertreten war.

Es wurden folgende Aktionen durchgeführt:

In Zusammenarbeit mit den Verkehrsbüros Lausanne, Montreux, Genf und Zermatt fanden zwei Raclette-Lunches mit je etwa 100 ausgewählten amerikanischen Reisebüro- und Presseleuten statt.

Auf Grund des SBB-Prospektes «The unique world of Switzerland» und der Dokumentation «Selling Switzerland» wurden einige Dutzend für uns wichtige Wholesalers in den USA einzeln und in Gruppen über Reisemöglichkeiten in der Schweiz orientiert.

Als Door Prize wurde eine Neuenburger Pendule zur Verfügung gestellt. Die Verlosung fand im Beisein von 2700 Delegierten statt. Gewinner war Mr. Barney Needleman, President Foremost Travel Tours Inc., Chicago – zufälligerweise ein wichtiger Partner unserer Agentur New York.

Ausstellungen anlässlich der Olympischen Sommerspiele in Mexiko

Im Rahmen des «Festivals der Kinderzeichnung» reichte die SVZ 16 Zeichnungen von Schweizer Kindern ein. Für die «Internationale Ausstellung des Kunsthandwerks» haben die SVZ und die Pro Helvetia vier Trachtengruppen anfertigen lassen, die die vier Sprachgebiete der Schweiz darstellen (Engadin, Waadtland, Tessin und Kanton Appenzell). Schließlich beteiligte sich die SVZ auch an der Ausstellung «Olympische Geschichte und Kunst» mit einer retrospektiven Schau von 22 Plakaten mit sportlichen Motiven.

Besuch von Diplomatenanwärtinnen und Kanzleisekretären

Am Hauptsitz orientierten wir zwei Gruppen von Diplomatenanwärtinnen und Kanzleisekretären über Fragen der touristischen Werbung im Ausland.