

# Werbung und Werbemittel

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **31 (1971)**

PDF erstellt am: **11.09.2024**

## **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

## DRUCKSACHEN UND MATERIALDIENST

Im Berichtsjahr wurden 41 verschiedene Broschüren, Prospekte und andere Imprimata neu oder in überarbeiteter Form in insgesamt zwölf Sprachen herausgebracht; nach Sprachvarianten gezählt waren es 87. Die Gesamtauflage betrug 1,7 Millionen Exemplare.

### *Broschüren*

#### *«Boarding and day schools in Switzerland»*

offering British and / or American schools curriculum                      englisch                      30 000 Ex.

#### *«Campingferien in der Schweiz»*

Karte mit Informationen über 235 der besten Campingplätze                      deutsch/franz./engl.                      150 000 Ex.

#### *«Ferienorte der Schweiz»*

Verzeichnis der wichtigsten touristischen Einrichtungen  
in 355 Ferienorten, zweite überarbeitete Ausgabe                      deutsch/franz./engl./ital./  
span./schwed./dänisch/  
holländisch                      250 000 Ex.

#### *«Ferienkurse und Ferienlager in der Schweiz»*

deutsch/franz./engl./ital.                      24 000 Ex.

#### *«Ferien im Sattel»*

Verzeichnis über Reitmöglichkeiten in der Schweiz                      deutsch/franz./engl.                      30 000 Ex.

#### *«30. Geschäftsbericht der Schweizerischen Verkehrszentrale»*

deutsch/französisch                      2 400 Ex.

#### *«Auszug aus dem 30. Geschäftsbericht»*

Separatdruck in drei Sprachen, zur Abgabe an Journalisten,  
Studenten usw.                      deutsch/franz./engl.                      800 Ex.

#### *Glückwunschkarten zum Jahreswechsel*

Das vierfarbige Sujet wird auch für Einladungskarten,  
Programme, Menukarten usw. verwendet                      deutsch/franz./engl./ital./  
span./dänisch/schwed./  
holl./flämisch/portugies.                      24 000 Ex.

« <i>Travel Tips for your holiday in Switzerland</i> » Informationsbroschüre für die Agenturen New York und San Francisco	englisch	120 000 Ex.
« <i>Reisinlichtingen voor Zwitserland</i> » Informationsbroschüre für die Agentur Amsterdam, zwei Ausgaben	holländisch	40 000 Ex.
« <i>Reiseinformation Schweiz</i> » Informationsbroschüre für die Agentur Frankfurt	deutsch	75 000 Ex.
« <i>Le temps des vacances, l'heure de la Suisse</i> » Informationsbroschüre für die Agentur Paris	französisch	15 000 Ex.
<i>Kartenbeilage</i> mit eingezeichneten Routen zu der 1972 er- scheinenden Broschüre « <i>Auf Wanderwegen durch die Schweiz</i> »		100 000 Ex.
<i>Motelliste 1971</i>	deutsch/franz./engl./ital.	40 000 Ex.
« <i>Plakaleporello</i> » Nachdruck der ergänzten Übersicht «50 Jahre Plakatschaffen der SVZ»		5 000 Ex.
« <i>Gesamtschweizerisches Seilbahn-Abonnement</i> » Werbe- und Informationsmaterial	deutsch/franz./engl./ital./ span./schwed./holl.	30 000 Ex.
« <i>Publikationen der Schweizerischen Verkehrszentrale</i> » Ein Verzeichnis aller im Ausland abgegebenen SVZ-Publikationen	deutsch/franz./engl.	2 000 Ex.
« <i>Skiwandern in der Schweiz</i> » Prospekt mit Informationen über die wichtigsten Skiwander- und Skilanglaufmöglichkeiten	deutsch/franz./engl./ital.	4 000 Ex.

« <i>Sommerskifahren in der Schweiz</i> » Landesbroschüre « <i>Schweiz</i> » Nachdruck des vierfarbigen Bildteils  mit <i>Kartenbeilagen</i> (fact-sheet) 1:900 000	deutsch/franz./engl.  deutsch/franz./engl./ holl./dänisch deutsch/franz./engl. holl./dänisch	15 000 Ex.  120 000 Ex. 100 000 Ex.
« <i>Switzerland – where the World meets</i> » Broschüre mit rund 10 000 Informationen über Tagungs- und Kongreßmöglichkeiten in der Schweiz	deutsch/franz./engl./ital.	100 000 Ex.
« <i>Schweizerkarte</i> », Vordruck für die Auslandhefte der Revue « <i>Schweiz</i> »		100 000 Ex.
« <i>Traditionen und Volksfeste in der Schweiz</i> » Illustrierter Führer durch das lebendige Brauchtum der Schweiz	deutsch/franz./engl.	50 000 Ex.
« <i>Veranstaltungen in der Schweiz</i> » Sommer 1971	deutsch/franz./engl./ital.	37 000 Ex.
« <i>Veranstaltungen in der Schweiz</i> » Winter 1971/72	deutsch/franz./engl./ital.	37 000 Ex.

*Zahlreiche Drucksachen für Hauptsitz und Agenturen*

Umschlagvordrucke für diverse Publikationen, Film- und Dialisten, Reisebüroprospekte (Pauschalreisen nach der Schweiz), Einladungskarten, Programme (USA-Governors visit), Mäppchen «Dokumentation Schweiz» enthaltend «Ferienorte der Schweiz» und «Switzerland – where the World meets» usw. Auflage 124 500 Ex.

Bedeutende *Vorarbeiten* wurden für folgende 1972 und 1973 erscheinende Publikationen geleistet: «Les pionniers suisses de l'hôtellerie» (200 Seiten, drei Sprachausgaben); «Schweiz» (neue vierfarbige Broschüre für die Landeswerbung, mindestens zehn Sprachen, 1972/73); «Auf Wanderwegen durch die Schweiz» (in drei Sprachen); «Privatschulen in der Schweiz» (viersprachig); «Dickens in der Schweiz» (dreisprachig); «Klima in der Therapie»; «Die Schweiz von heute» (Neubearbeitung); «SVZ-Kalender 1973» mit Flugaufnahmen von Philipp Giegel.

*Plakate*

«Ski Suisse» (dreifarbiges Fotoplakat), Formate 90,5 × 128 cm und 64 × 102 cm. Auflage 10 000 Exemplare.

«Wandern» (vierfarbiges Kopfplakat). Nachdruck, Format 64 × 102 cm. Auflage 6000 Ex.

«Sechseläuten und Schlittenfahrt». Texteingdruck in Deutsch, Französisch und Englisch; Format 64 × 102 cm und 90,5 × 128 cm. Auflage 5200 Ex.

«Schweizerberg». Texteingdruck «Immer auf der Höhe mit Ferien in der Schweiz». Auflage 4500 Ex. «Paarlauf». Format 90,5 × 128 cm, Texteingdruck in Deutsch, Französisch und Englisch; Format 64 × 102 cm und 90,5 × 128 cm. Auflage 6850 Ex.

*Plakate für das 3. Internationale*

*Jugendorchester-Festival in der Schweiz*

«Kontrabaß-Spielerin». Format 64 × 102 cm, Serico-Eindruck in Deutsch und Französisch.

«Kontrabaß-Spieler». Format 90,5 × 128 cm, Serico-Eindruck in Deutsch und Französisch.

«There's Music in the Air in Switzerland». Format 64 × 102 cm, Eindruck aller Konzertorte.

*Projekte*

Grafisches *Winterplakat*, vierfarbig.

Grafisches Bäderplakat «Die gesunde Welle», vierfarbig.

Grafisches Plakat «Nach jeder Fernreise eine Schweizerreise», vierfarbig, für den Aushang in der Schweiz.

Grafisches Plakat «Die Schweiz – das kleine Land mit der großen Landschaft», vierfarbig, Weiterverwendung eines Aquarells von Walter Ottiger, Bern, erschienen als Umschlagsujet der Revue «Schweiz».

*Plakataushang in der Schweiz*

*Januar bis Mai*: Reihenaushang an Spezialwand am General Guisan-Quai, Zürich.

*April:* Während der MUBA 29 Plakate « Bergluft macht schlank ».

*April bis Mai:* Gesamtschweizerischer Aushang, 3481 Plakate.

*Mai bis Oktober:* Aushang verschiedener Plakate auf den Schiffen der Compagnie Générale de Navigation sur le Lac Léman.

*Oktober bis Dezember:* Reihenaushang an Spezialwand am General Guisan-Quai, Zürich.

*Dezember:* Aushang des neuen Fotoplakates « *Ski Suisse* » in Zürich und Umgebung, 110 Plakate.

#### *Aushang in Leuchtkästen*

*Januar bis Mai:* Dreierkombination in der Bahnhofspassage Bern.

*Januar bis Dezember:* Dreierkombination im Flughafen Kloten.

*April bis Juni:* Dreierkombination in der Bahnhofspassage (Shopville) Zürich.

#### *Leuchtwanderschrift*

*Basel:* Während der Inel-Medex 71 (März) und der MUBA (April).

*Zürich:* Im Januar: Jetzt hinauf in die Sonne – Winterferien doppelte Ferien, SVZ.

*Bern:* Während der « Hitfair » (Mai): Die Schweiz für die Jungen zwischen 70 und 7.

#### *Plakataushang im Ausland*

Über die einzelnen Aktionen orientieren die Berichte der Agenturen.

#### *Prämiierungen*

Das bereits 1970 mehrfach prämierte Plakat « Bergluft macht schlank » von Philipp Giegel hat weitere Auszeichnungen erhalten:

die *Silberne Palme* des « Großen Preises der Werbung SRV, Genf »;

die *Goldmedaille* des Ministers für Tourismus anlässlich der « 5<sup>a</sup> Esposizione del Manifesto Turistico dei Paesi Euro-Africani e del Mediterraneo », Catania (Sizilien);

den *Premier Grand Prix* anlässlich des « 2<sup>e</sup> Concours international d'affiches de tourisme à Tarbes (Pyrenées) » (Frankreich);

*Eines der besten Plakate des ersten Vierteljahres 1971*, Auszeichnung des « Vizebürgermeisters der Bundeshauptstadt Wien ».

#### *Materialdienst*

Unser Materialdienst versandte

2417 Kisten und Container

7262 Drucksachenpakete und

2209 Postpakete

mit touristischem Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und schweizerischen Verkehrsinteressenten im Totalgewicht von rund 542 Tonnen brutto.

## INSERATE

Die neuen Inseratensujets für die Kleinkampagnen der Agenturen basieren thematisch auf dem Leitmotiv des Vorjahres «Die Schweiz – jung mit ihren Gästen», «Soyez jeunes – restez jeunes en Suisse», «La Svizzera – il Paese per i giovani di ogni età», «Switzerland – answer to youth». Sie wurden jedoch nach dem Baukastenprinzip neu gestaltet: das einheitlich quadratische Format, eine einfache typografische Konzeption des Textteiles und dreizehn auswechselbare Illustrationen von Hans Küchler. Die Produktionsabteilung stellte im Auftrag der Agenturen über 70 verschiedene Vorlagen her, die in Hunderten von europäischen Zeitungen und Zeitschriften reproduziert wurden. Der Erfolg dieser Kleininserate war, nicht zuletzt wegen des großzügig eingebauten Weißraumes, so eindeutig, daß eine Fortsetzung der Kampagne für die Winterwerbung 1971/72 und die Sommerwerbung 1972 gerechtfertigt ist.

In Skandinavien wurde mit der Wiederholung der «Snow Beach»-Kampagne der Akzent auf die Winterwerbung und die Preisgünstigkeit der Schweiz gelegt.

In den USA erschienen die von der Produktionsabteilung ausgearbeiteten ganz- oder 2/3seitigen Inserate «The Alps are 680 000 000 years old – Switzerland is only 680. Just one reason why everybody feels so young in this country» im Rahmen einer Spezialkampagne in einigen der

bedeutendsten und auflagestärksten Zeitschriften mit nationaler Streuung: in «Holiday», «Venture», «The New Yorker», «Saturday Review», «Atlantic», «Sunset». Die amerikanischen Skifahrer vernahmen im «Ski Magazine» und in «Skiing» unsern vierfachen Appell «Come, see, ski – in Switzerland». Zwölf Inserate in der touristischen Fachpresse informierten die amerikanischen Reisebüros über das alljährlich vom SNTTO neu herausgegebene Manual «Selling Switzerland». Während des ASTA-Kongresses in Sydney wiesen fünf Anzeigen im «Convention Daily» auf die 80prozentige Zunahme der Gäste aus den USA seit 1960 hin.

Von der zunehmenden Bedeutung des Kongreßtourismus überzeugt, beteiligten wir uns, zusammen mit der Arbeitsgemeinschaft Schweizer Kongreßorte, mit einem ganzseitigen vierfarbigen Inserat «Switzerland – the unconventional Conventionland» in einer Schweiz-Sondernummer der bedeutendsten amerikanischen Kongreßzeitschrift «Meetings and Conventions».

Zur Unterstützung touristisch und publizistisch wichtiger Sonderaktionen im In- und Ausland disponierte der Hauptsitz direkt in rund 50 Zeitschriften, Publikationen und Fachblättern meist ganzseitige, zum Teil vierfarbige Inserate in verschiedenen Sprachen, so zum Beispiel in «Connaissance des voyages» (3), «Swiss Review of World affairs» (12), «Blanco y negro» (Schweiz-Sondernummer), «Christian Science Monitor»,

«Académie internationale du Tourisme» (4), «Zeitschrift für Fremdenverkehr» (4), «Du» (Spezialausgabe Tell), «Festival 1971», «Europa Camping und Caravaning», «Plaisir de France» usw. In den auflagestarken Monatsheften «Merian» und dem «International Travel Supplement» der «New York Times» (Auflage 1,6 Millionen) beteiligten wir uns mit Kopfanzeigen an Kollektivinsertionen, wobei unser Werbethema erfreulicherweise in vielen Fällen auch von den Regionen übernommen wurde.

#### PRESSEWERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

##### *Presseartikel- und Bilderberichtsdiens*

Unsere monatlichen Publikationen unter dem Namen «Nachrichten aus der Schweiz», beziehungsweise «Nouvelles de Suisse» oder «Switzerland News», je nachdem ob man die deutsche, französische oder englische Fassung vor sich hat, fanden sowohl in der in- wie auch der ausländischen Presse eine gute Aufnahme. Im Berichtsjahr gelangten auf diesem Weg 588 schweizerische Pressemeldungen touristischen Inhaltes in die weite Welt hinaus, nicht zuletzt auch zu unseren Botschaften und Konsulaten, wo sie zuhanden der Redaktionen in die betreffenden Landessprachen übersetzt wurden. 37 aktuelle Presstexte gingen von Zürich aus direkt über den Telex zu den großen Nachrichtenagenturen. – Zusätzliche Ak-

tualitäten faßten wir auf unseren insgesamt 254 Presse-Informationsblättern für die SVZ-Agenturen in Europa und Übersee zusammen. Damit erhielten unsere Auslandagenturen weitere 1210 touristische Pressemeldungen, die ihnen sowohl zu Auskunftszwecken wie auch als Rohmaterial für ihre eigenen Presseartikel dienten. Andererseits erhielt der Hauptsitz in Zürich von seinen Vertretungen im Ausland regelmäßig Angaben über die wirtschaftliche und touristische Lage sowie besondere Aktionen der Agentur und ihrer Partner in dem betreffenden Gastland; Meldungen, die als Fachinformationen in erster Linie an die Mitglieder unseres Parlamentes sowie weitere Interessenten in einer Auflage von 1500 Exemplaren gingen. – In unseren Artikeldienst wurden 88 weitere Artikel in deutscher, französischer und englischer – teilweise auch italienischer – Sprache aufgenommen oder neu redigiert. An Bilderberichten mit kurzen erläuternden Texten über schweizerisches Brauchtum usw. erschienen in deutscher, französischer und englischer Fassung 45 Reportagen. Damit ergibt sich für das Berichtsjahr die Gesamtzahl von 1968 einzelnen Veröffentlichungen unseres Presse-, Artikel- und Bildberichtsdiens.

##### *Betreuung von ausländischen Publizisten, Gruppen und Persönlichkeiten*

Im Jahre 1971 betreute der Hauptsitz der SVZ in Zürich insgesamt 2178 publizistisch tätige oder für



unsere Auslandwerbung im allgemeinen wichtige Gäste. Diese Besucher, für die Reiseprogramme ausgearbeitet, Interviews vermittelt oder Dokumentationen, Begrüßungsbotschaften und Willkommensgeschenke vorbereitet wurden, kamen aus 54 Ländern. Unter ihnen befanden sich, zum Teil auch als Gäste des Eidgenössischen Politischen Departementes und der Stiftung Pro Helvetia, Journalisten und Journalistengruppen, Fernseh- und Filmmannschaften, Gewinner von Wettbewerben, Buch- und Drehbuchautoren, Radio- und Fernsehkommentatoren, wissenschaftliche und politische Publizisten, Vortragsredner und Studentengruppen. Die Herkunftsländer lassen sich wie folgt gliedern (Besucherzahlen in Klammern): USA (614), Großbritannien (511), Italien (234), Deutschland (155), Kolumbien (116), Japan (74), Frankreich (57), Indien (47), Kuwait (40), Portugal (39), Argentinien (22), Griechenland (21), Holland (20), Belgien (18), Kanada (18), Spanien (17), Schweden (16), Dänemark (14), Brasilien (12), Polen (12) usw. Einige der Publikationen, Fernseh- und Radiostationen, Filmgesellschaften, in zeitlicher Reihenfolge: «Hokkaido Broadcasting Company» (Sapporo, Japan), «Rand Daily Mail» (Südafrika), «The Guardian» (London), «Fuji TV» (Tokio), «Nippon TV» (Tokio), «British Broadcasting Corporation BBC» (London), «L'Aurore» (Paris), «Financial Times» (London), «Kuvalehti» (Helsinki), «Sunday Express» (London), «Asahi Evening News» (Osaka),

«El Universal» (Caracas), «Zycie Warszawy» und «Slowo Powszechne» (beide Warschau), «La Prensa» (Lima), «National Observer» (New York), «Daily Telegraph» (London), «Transportes Peruanos» (Lima), «Irish Times» (Dublin), «Algemeen Dagblad» (Rotterdam), «The Indianapolis Star Magazine» (Indianapolis), «Der Tagesspiegel» (Berlin), «Middle East Observer» (Kairo), «Washington Post» (Washington), «NBC-TV» (Hollywood), «Utflykt» (Stockholm), «Wochenpresse» (Wien), «Al Ahram» (Kairo), «KNDI Radio» (Honolulu), «Times» (London), «Vi Unge» (Kopenhagen), «Herald Examiner» (Los Angeles), «Playboy-Magazine» (Chicago), «Daily News» (Chicago).

#### PHOTODIENST

##### *Aufnahmetätigkeit der Photographen*

##### *Landschafts- und Ortschaftsaufnahmen*

Winter: Crans-Montana, Pontresina, Parpaner Rothorn, Simplonpaß.

Sommer: Stoos, Engelberg, Luzern, Wanderweg Brienzer Rothorn nach Schönbüel-Lungern, Beatenberg-Niederhorn, Thunersee, Mürren-Schiltorn, Grindelwald-First, Lützelflüh, Bern, Montreux und Viaduc du Bois de Chillon, Crans-Montana, Anzère, Haute-Nendaz, Champéry, Bellinzona, Bergell, Rhätische Bahn im Puschlav, Amden, Zofingen, Biel, Klus, Balsthal.

### *Aktualitäten im Bild*

Skibob in Arosa, Demonstration der Rettungsflugwacht in Zermatt, SVZ-Plakatwettbewerb, Triebwagen der Rhätischen Bahn im Vorortsverkehr, SVZ-Mitgliederversammlung in Romont, Dimitris Sommertheater in Verscio, 5. Internationales Jugendorchester-Festival in Lausanne, Kästeilet im Justistal, Lüderer-Chilbi, SVZ-Stände an verschiedenen Ausstellungen und Messen.

Diese Aufnahmetätigkeit ergab 1100 Schwarzweiß-Negative und 2700 Farbendiapositive 6×6 Zentimeter. Aus einem der neuen Motive wurde das SVZ-Plakat «Ski Suisse» geschaffen.

### *Arbeiten im Photolabor*

Die Jahresproduktion belief sich auf 44 000 Vergrößerungen und verteilte sich wie folgt:

- 39 640 im Format 18×24 cm  
für die Photoausleihstelle
- 980 im Format 18×24 cm bis 120×120 cm  
für den Ausstellungsdienst
- 880 im Format 18×24 cm bis 40×50 cm  
für die Revue «Schweiz»
- 2 500 im Format 18×24 cm bis 120×120 cm  
für die Produktionsabteilung.

Die Sachaufnahmen für die verschiedenen Abteilungen haben von 530 im Vorjahr auf 2800 zugenommen, was zum Teil mit der Auswertung des Plakatwettbewerbes in Zusammenhang steht.

### *Auswertung der Photo durch die Ausleihstelle*

Die 39 640 Vergrößerungen im Format 18×24 cm umfaßten unter anderem folgende Serien:

#### *Photodokumentationen mit Bildlegenden in drei Sprachen*

Winter-Werbserie 1971/72 und Sommer-Werbserie 1972 mit je 90 Aufnahmen, Frühling- und Sommerskifahren mit 16 Aufnahmen.

#### *Bildberichte (Bildreihen mit Kurzartikeln in drei Sprachen)*

«L'hom strom – des Winters vorzeitiger Flammentod in Scuol», «Risotto für alle – ein Tessiner Fasnachtsbrauch», «Prozessionen der Karwoche in Mendrisio», «Landsgemeinden in der Schweiz», «Die erste Zahnradbahn im Herzen der Schweiz wird 100 Jahre alt», «Jeden Sommer: Internationale hochalpine Ballonsportwoche in Mürren», «Mit dem Glacier-Express von St.Moritz nach Zermatt», «50 Jahre Postautokurse über die Schweizer Pässe Grimsel und Furka / 25 Jahre Reisepost auf der Sustenstraße», «250. Wiederkehr des Geburtstages von Pierre Jaquet-Droz», «Ein Besuch auf der Hinterfallen-Alp im Toggenburg», «Skibob – neue Wintersportattraktion in der Schweiz», «Curler-Treffpunkt: Schweiz», «Aktive Ferien das ganze Jahr hindurch: Vita-Parcours», «Eis, zwei, Geißbebi in Rapperswil, ein Ostschweizer Fasnachtsbrauch», «Tibeter in der Schweiz».

Einige Beispiele aus der Erfolgskontrolle über den tatsächlichen Einsatz der vorerwähnten SVZ-Bildberichte im Ausland:

*«Die erste Zahnradbahn im Herzen Europas wird 100 Jahre alt»*

380 Zeitungsbelege aus 18 Ländern (allein aus Belgien 41 Veröffentlichungen in einer Gesamtauflage von 3,7 Millionen, aus den Niederlanden zwölf Artikel in einer Gesamtauflage von 1,7 Millionen Exemplaren).

*«Jeden Sommer: Internationale hochalpine Ballonsportwoche in Mürren»*

Bis jetzt 55 illustrierte Artikel in Tageszeitungen verschiedener Länder, zum Beispiel aus Spanien allein in einer Gesamtauflage von einer Million, aus Dänemark elf Tageszeitungen in einer Gesamtauflage von 200 000 Exemplaren. Dieser Bildbericht wird auch in den kommenden Jahren eingesetzt werden können, da das Thema aktuell bleibt.

Neben der serienmäßigen Bedienung unserer Auslandsagenturen mit Bildberichten, Fotoserien und Farbendiapositiven wurden rund 1200 Einzeldokumentationen zusammengestellt. Sie dienen zur Illustration von Büchern, von Artikeln in Tageszeitungen und Zeitschriften, zur Herstellung von Filmlehrstreifen und Farbendiapositivreihen zur Projektion, für Schaufensterdekorationen und Ausstellungen. Die Nachfrage für Bildmaterial

seitens der diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz im Ausland hat erheblich zugenommen.

Dank unseren guten Beziehungen zu Vertretungen schweizerischer Markenuhren konnte unser Reiseland mit drei farbigen Wandkalendern, für die wir leihweise 13 Diapositive zur Verfügung stellten, im Fernen Osten werben. Der in Japan gedruckte Kalender zum Thema «Luftseilbahnen» erschien in einer Auflage von 200 000 Exemplaren und die beiden in Hongkong veröffentlichten in Auflagen von 150 000 und 175 000 Stück. Jedes Kalenderblatt trug eine auf die Schweiz hinweisende Bildlegende.

Auch in der Schweiz haben wir schöne Erfolge zu verzeichnen. Zum Beispiel geht aus unserer Sammlung von Zeitungsbelegen hervor, daß im Berichtsjahr allein zum Thema «Skiwandern, Skilanglauf» Veröffentlichungen in einer Gesamtauflage von mehr als einer Million Exemplaren erfolgten.

Neben der Auszeichnung der durch unsere Photographen mit eigenen Bildern geschaffenen Plakate wurde der SVZ am ASTA-Kongreß in Sydney wiederum ein «Certificate of Merit» für den wirkungsvollen Einsatz der Photographie in der Reisewerbung verliehen.

## DEKORATIONEN UND SCHAUFENSTERWERBUNG

*Engelberg, 22. Januar:*

Prominenten-Langlauf. Dekoration am Start und Ziel mit Plakaten und Slogans: «Chumm mit, blib gsund.»

*Basel, 22. Mai:*

Generalversammlung des Verbandes Schweizer Verkehrsvereine, Schützenhaus. Zum Vortrag des Direktors wurde eine Reihe Dias zum Thema «Wie gestalte ich einen Prospekt?» gezeigt und durch eine große Musterwand mit Schweizer Prospekten ergänzt.

*Zürich, Juli–August:*

Das Warenhaus Jelmoli stand im Zeichen von Schweizer Wochen. Alle Schaufenster, mit Farbfotos und Slogans der SVZ dekoriert, wiesen auf das Patronat der Verkehrszentrale hin. Im Innern des Hauses vermochte das an der Muba schon gezeigte Riesendia in- und ausländische Besucher zu begeistern.

*Aarau:*

Eine Serie von zwölf Sujets, künstlerisch gestaltet, warb in den Fenstern des Schweizer Bankvereins in Aarau und wird von dort zu einer Tournee durch die andern Niederlassungen dieses Bankhauses starten.

*Zürich:*

Grafische Arbeiten: «Tell» hieß das Thema der 1.-August-Nummer der Zeitschrift «DU». Zu diesem Thema wurde eine Reihe nicht ganz ernst zu nehmender Karikaturen geschaffen. Mit Vignetten wurden die Veranstaltungsbroschüren Winter und Sommer ergänzt. Die Broschüre «Ferien zu Pferd» wurde mit Titel und Rückseite humoristisch so illustriert, daß sie in die begonnene Reihe dieser Informationsbroschüren paßt. Gegenwärtig entstehen Vorschläge für ein Signet «Pro Simplon», nachdem im Sommer solche für das Komitee der «Pro Flüela» geschaffen worden waren.

*Agenturen:*

1000 Plexiglas-Sujets in sechs Sprachen und sechs Sujets gelangten dieses Jahr zum Versand. Diese fertig verpackten Dekors sind für den Einsatz in unseren Agenturen und in Reisebüros bestimmt.

## AUSSTELLUNGEN UND MESSEN

Seit einem Jahr wird die Beteiligung der Schweiz an internationalen Messen und Ausstellungen durch die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung langfristig, das heißt auf fünf Jahre hinaus, programmiert. Die Planung erfolgt in Zusammenarbeit mit anderen interessierten Wirtschaftsverbänden und Institutionen, unter ande-

rem mit der Pro Helvetia und der SVZ. Letztere ist in der konsultativen Arbeitsgruppe für Auslandsmessen der SZH vertreten.

Frequenz und Umfang der Beteiligung an den verschiedenen Anlässen richten sich nach dem Potential der einzelnen Märkte wie auch der besonderen Interessenlage der schweizerischen Exportindustrie, die allerdings nicht immer mit den Interessen des Reiselandes Schweiz identisch ist. Wir haben deshalb vorgängig einer Beteiligung jeweils genau abgeklärt, ob sich ein finanzieller Aufwand lohnt oder ob wir lediglich Dekorationsmaterial zur Ausschmückung und Gestaltung des jeweiligen Schweizer Standes zur Verfügung stellen wollen. Unser Hauptaugenmerk richteten wir besonders auf den europäischen Markt.

#### *Ausland*

In Zusammenarbeit mit der SZH, der Pro Helvetia, der Swissair und anderen Institutionen haben wir uns an folgenden Veranstaltungen beteiligt:

28. März–4. April:

Schweizer Woche in *Zagreb* (mit Dekorationsmaterial), in Zusammenarbeit mit der Swissair und dem Hotel Esplanade Intercontinental.

30. März–12. April:

Rand Easter Show in *Johannesburg*, in Zusammenarbeit mit der SZH und der SVZ/Swissair-Vertretung Johannesburg.

22.–30. April:

Internationale Messe in *Hannover*, mit eigenem Auskunftsstand, in Zusammenarbeit mit der SZH und der Agentur Frankfurt/M.

2.–12. Juni:

«British Columbia International Trade Fair» in *Vancouver*, mit einem touristischen Auskunftsstand, in Zusammenarbeit mit der SZH und der Agentur San Francisco.

22. Juni–1. Juli:

ITMA, Internationale Textilmaschinen-Ausstellung in *Paris*, mit einem Gemeinschaftsstand, in Zusammenarbeit mit der SZH und der Maschinenfabrik Rieter.

25. August–20. September:

Internationale Messe in *Damaskus*, mit Dekorations- und Werbematerial, in Zusammenarbeit mit der SZH.

27. August–30. September:

Weltjagdausstellung in *Budapest*, in Zusammenarbeit mit dem Eidgenössischen Oberforstinspektorat, Abteilung Jagdwesen und Wildforschung. Für den offiziellen Schweizer Tag wurde Werbematerial zur Verfügung gestellt.

25. September–1. Oktober:

Internationale Nahrungs- und Genußmittelausstellung ANUGA, in *Köln*, mit einem Auskunftsstand im Schweizer Pavillon, in Zusammenarbeit mit der SZH und der Agentur Frankfurt/M.

12.–28. November:

VII. Internationale Pazifikmesse in *Lima*, mit

Plakatmaterial und 15 touristischen Filmvorführungen, in Zusammenarbeit mit der SZH, der Swissair und der Agentur Buenos Aires.

26. November–29. Februar 1972:

Ausstellung in *Dakar*, mit Dekorations-, Werbe- und Filmmaterial, in Zusammenarbeit mit der Pro Helvetia.

In Zusammenarbeit mit unseren Auslandagenturen haben wir auch an einer großen Zahl von touristischen Fachausstellungen teilgenommen, die jeweils in den einzelnen Agenturberichten erwähnt sind.

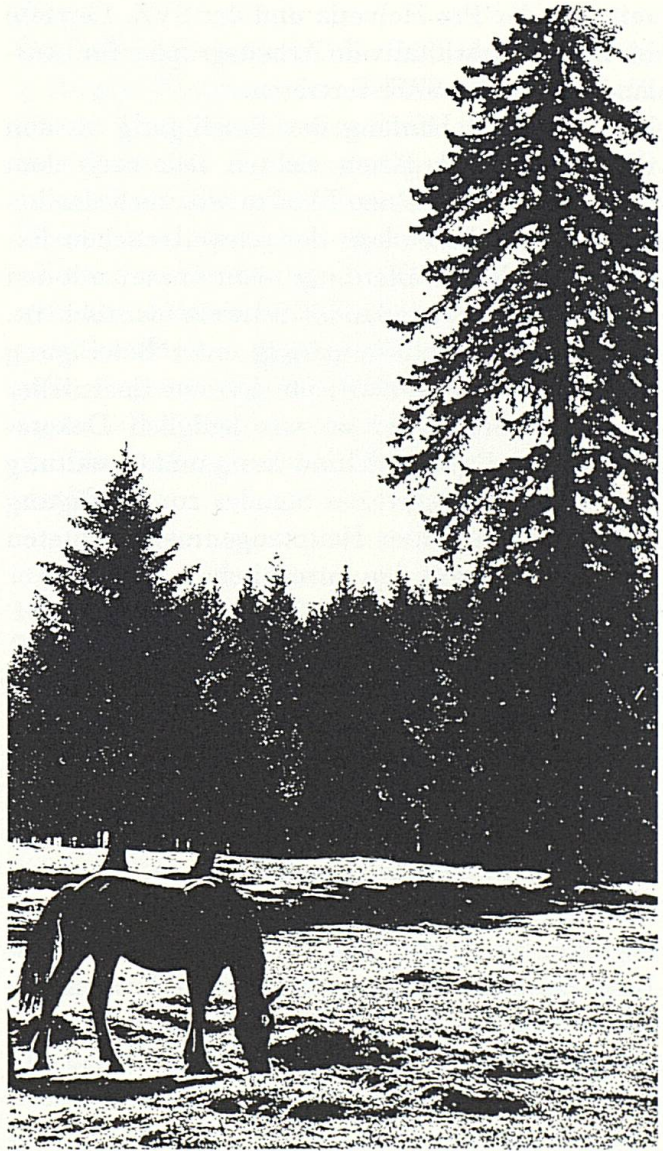
#### *Inland*

17.–27. April:

*Basel*, Muba. Im Gemeinschaftspavillon mit den SBB und der Swissair waren wir dieses Jahr mit einem Panorama-Dia von E. Schulthess vertreten. Dieses auf der Dufourspitze aufgenommene Panorama wurde erstmals in dieser Form gezeigt, mit dem Effekt, daß sich der Beschauer mitten in der Alpenwelt wähnt. Die Wirkung dieses längsten Dias der Welt war trotz erheblicher technischer Probleme erstaunlich; hohe Besucherzahl honorierte unsere Bemühungen. Der Stand ist so konstruiert, daß er unabhängig vom Muba-Pavillon weiter verwendet werden kann.

21.–26. Mai:

*Bern*, Hit Fair. Diese Messe für die Jungen fand erstmals in Bern statt. Inmitten einer bunten, farbig schrillen und mit grellen Eindrücken ge-



sättigten Popwelt stand unser Stand ganz in Weiß, eine verfremdete Ferien-Idylle darstellend, ohne einen Farbfleck bis auf den bunten Text: «Schweizer Ferien sind viel farbiger.» Umgeben von all den lärmigen Angeboten strahlte unser Stand Ruhe und Erholung aus und wurde dadurch viel beachtet.

19.–26. September:

*Lausanne*, Comptoir Suisse. Bewußt wählten wir dieses Jahr einen von der Gestaltung her schlichten Aufbau; und dies, um den gezeigten 180 Farbdias einen ruhigen Rahmen zu geben und sie dadurch voll zur Wirkung kommen zu lassen. In regelmäßigen Intervallen blitzten parallel zu den im Weltformat gezeigten alten und neuen Plakaten aus allen Landesteilen Landschaften auf.

17.–23. November:

*Basel*, 4. Internationale Fachmesse für Gemeinschaftsverpflegung, Hotellerie, Gastgewerbe und Bäderbau (IGEHO). In der aufgestellten Hotelhalle warb die SVZ in 12 Mustervitrinen (System Syma) mit ihren Slogans in den verschiedenen Sprachvarianten. Zeichnungen, folkloristische Gegenstände und Blumen dienten als Blickfang. Nach der IGEHO wird das Ausstellungsgut in unseren Agenturen und in den Reisebüros erneut Verwendung finden.

## RADIO UND FERNSEHEN

Für die touristischen Sendungen von Radio Zürich, die jeweils am Freitag unter dem Titel «Schweiz – Suisse – Svizzera» von 11.05 bis 12.30 Uhr ausgestrahlt werden, lieferten wir regelmäßig Informationen für die Verkehrsmittelungen. Die SVZ war des weitern beim Radiogespräch des «Touristikrats» vertreten, um zusammen mit Vertretern anderer Organisationen, wie SBB, PTT, Hotelier- und Wirteverein, die vielseitigen Fragen der Hörer zu beantworten.

«Spécial-Neige» und «Spécial-Vacances», die wöchentlichen Winter- beziehungsweise Sommersendungen von Radio Suisse Romande mit André Nusslé und Liliane Perrin, wurden zur Orientierung der in- und ausländischen Feriengäste mit unserer Unterstützung weitergeführt. Nach vielen Jahren fand dagegen die Sendung «Le Carnet du Touriste» wegen Änderungen in der Programmgestaltung am Ende des Jahres ihren Abschluß.

Der touristische Radiowettbewerb «Drôle de numéro» wurde bis Mitte Juni aus allen Regionen des Landes 40mal ausgestrahlt. Diese Produktion von Michel Dénériaz unter Mitwirkung von Guy Fermaud kam durch Zusammenarbeit mit den SBB, der PTT und dem Verband Schweizerischer Transportunternehmungen des öffentlichen Verkehrs (VST) einerseits und den Verkehrsvereinen andererseits zustande.

#### VORTRAGSDIENST

Die SVZ-Agenturen organisierten zahlreiche Vorträge mit ihren eigenen Referenten. Am Hauptsitz konnten wir einigen jungen Schweizern, die sich zu Studien- und Ausbildungszwecken ins Ausland begaben, Unterlagen und Diapositive für Vorträge vermitteln. – Am Ausbildungskurs der Vereinigung Zürcher Reisebüros sprach unser Pressechef in Stellvertretung des Vizedirektors am Schulungskurs für schweizerisches Nachwuchs-Reisebüropersonal als einer der Gastreferenten. Es fanden dabei zwei Referate über die Aufgaben und die Tätigkeit der SVZ statt.

#### FILMDIENST

In diesem Jahr wandten wir unsere Aufmerksamkeit hauptsächlich auf den Ausbau und die Erneuerung der Kopienbestände in unseren Agenturen. Daneben konnten zwei wichtige Produktionen fertiggestellt werden: «Maestri e Maestranze.» Farbig, 15 Minuten, französisch, italienisch und englisch. Produktion und Regie: Valérien Schmidely, Bern. Alle vier Sprachfassungen – die deutsche erschien bereits im vergangenen Jahr – sind im 35- und 16-mm-Format kopiert worden.

«Switzerland – A study in Constrasts.» Farbig, 27 Minuten, englisch. Produktion und Regie: Ernest

Kleinberg, Pasadena, Kalifornien. Diese Fassung ist im Normal- und Schmalformat vorhanden. Die Vorarbeiten für eine deutsche und französische Sprachversion sind abgeschlossen.

«SVZ-Plakatwettbewerb.» Farbig, 4 Minuten, deutsch, französisch, italienisch. Produktion: Schweizer Filmwochenschau, Genf. Mit dieser Kurzreportage orientierten wir in mehr als 300 in- und ausländischen Kinoskriptoren über unseren großen Plakatwettbewerb.

Walter Kägi, Rümlang, drehte im Rahmen einer seiner Produktionen etwa 350 farbige Normalfilmrollen mit Flugaufnahmen aus der Alpenregion des Wallis und der Zentralschweiz.

#### *Filme in Vorbereitung*

Vom Film «Switzerland – A Study in Contrasts» wird unter den Titeln «Die Schweiz – Land zwischen den Zeiten» und «La Suisse – Tradition et Devenir» eine deutsche und eine französische Fassung fertiggestellt.

«Last Summer we played in the Alps.» Farbig, 14 Minuten. Produktion: Trans Atlantic Film Co., London. Regie: Revel Guest. Eine deutsche und eine französische Fassung dieses Filmes über das Jugendorchester-Festival sind in Arbeit.

«Bosco-Gurin.» Farbig, etwa 30 Minuten. Produktion: Condor Film AG, Zürich. Regie: Karl Skripsy. Für alle Fassungen dieses Filmes haben wir uns die nichtkommerziellen Auswertungsrechte für unsere Agenturen gesichert.



«Das Rhonetal und der Genfersee.» Farbig, 20 Minuten. Produktion und Regie: Peter Saas. Dieser Film entsteht unter dem Patronat des Europarates. Er ist für die nichtkommerzielle Auswertung durch unsere Agenturen vorgesehen.

«Bäderfilm.» Farbig, etwa 15 Minuten. In Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Badekurorte ist ein PR-Film über die Schweizer Heilbäder in Vorbereitung.

#### *Auswertung*

Um unsere Filmproduktionen der letzten Jahre weiterhin auf breiter Basis auswerten zu können, haben wir von fünf Filmen insgesamt 197 neue Schmalfilmkopien herstellen lassen: «Kleine Schweizerfahrt in C-Dur», «Cantilena Helvetica», «Switzerland», «Gymnaestrada» und «Als der Schnee erfunden wurde». Alle Kopien sind bereits verteilt; allein siebzig davon an schweizerische Botschaften und Konsulate in über dreißig Ländern.

Die beste Auswertung erfuhr «Ski for you». Produktion: Condor Film AG, Zürich; Regie: Dieter Finnen. Als Beiprogramm zu Spielfilmen gelangte er in 150 inländische Kinos, während der Migros-Filmdienst vier 16-mm-Kopien für seinen über 100 000 Personen umfassenden Verleihkreis ankaufte. In Japan, Kanada und Italien strahlten große Fernsehgesellschaften den Film für ein nach Millionen zählendes Publikum aus; in Frankreich und Belgien wird er zusammen

mit wichtigen Spielfilmen über eine Reihe von Jahren in den Kinos gezeigt werden. Verleihverhandlungen des Produzenten mit den USA, Australien und Spanien sind im Gange. Fünf Auszeichnungen an internationalen Filmfestspielen brachten umfangreiche Pressekommentare.

«Als der Schnee erfunden wurde.» Produktion: Turnus Film AG, Gutenswil; Regie: Urs Thoenen. Die Telepool GmbH, München, übernahm den Film für den Weltvertrieb und konnte ihn bisher für je zwei Ausstrahlungen in Deutschland beim Bayerischen Rundfunk und in Italien bei der RAI unterbringen.

«Gymnaestrada.» Produktion: Rincovision AG, Zofingen; Regie: Mano G. Heer. Verschiedene Gymnastikorganisationen in Deutschland, Schweden, Luxemburg, Angola, Griechenland, Australien, Neuseeland, Macao, Italien und Mozambique übernahmen 16-mm-Kopien des Films für den permanenten Einsatz in diesen Ländern.

«Bread and Wine.» Produktion und Regie: Ernest Kleinberg, Pasadena. Rund ein Dutzend Schmalfilmkopien sind von Schulen in den amerikanischen Bundesstaaten Washington, Kalifornien und Ohio übernommen worden. Die Filme werden im Geographieunterricht eingesetzt.

«Switzerland – A Study in Contrasts.» Produktion und Regie: Ernest Kleinberg, Pasadena. Das Los Angeles County School Board hat fünf Schmalfilmkopien für den schulinternen Gebrauch übernommen.

Der Einsatz in Kinotheatern stellt – langfristig gesehen – weiterhin eine ausgezeichnete Auswertungsmöglichkeit für unsere Filme dar, besonders seitdem in einigen europäischen Ländern wieder vermehrt Beiprogramme gezeigt werden. Erfolge mit älteren Filmen bezeugen dies:

«*Cantilene Helvetica*.» Produktion: Condor Film AG, Zürich; Regie: Hans Trommer. Dieser Film wurde in Frankreich von einer der größten Verleihgesellschaften, Les Artistes Associés, für weitere zehn Jahre unter Vertrag genommen. In Japan übernahm ihn die Fernsehgesellschaft NHK in diesem Jahr für zwei Ausstrahlungen.

«*Kleine Schweizerfahrt in C-Dur*.» Produktion: Condor Film AG, Zürich; Regie: Niklaus Gessner. Neue 16-mm-Kopien dieser Produktion sind von verschiedenen nordamerikanischen Universitäten und Schulen angekauft worden.

Aus dem Archivmaterial, das wir im letzten Jahr von Jacques Burlet übernahmen, konnten wir für eine Nummer der Schweizer Filmwochenschau einige Szenen aus der «*Tour de Suisse 1941*» einsetzen.

Alle unsere während der vergangenen zehn Jahre produzierten Filme stehen weiterhin im Verleihprogramm unserer Agenturen sowie der schweizerischen Botschaften und Konsulate.

Außer dem Verleih durch den Filmdienst am Hauptsitz – vorwiegend Bedienung größerer Firmen, wie Ciba-Geigy AG, Brown Boveri & Co., Sulzer AG, Knorr AG, Nestlé SA, Siemens-Albis

AG, Bata-Schuh AG, Swissair AG, die unsere Filme bei der Betreuung ausländischer Gäste zeigen – sind SVZ-Produktionen im Gratisverleih des Schweizer Schul- und Volkskins, Bern, vor mehr als 50 000 Personen vorgeführt worden.

#### *Auszeichnungen*

«*Ski for you*.» Produktion: Condor Film AG, Zürich; Regie: Dieter Finnern. Diable de Bronze am 2<sup>e</sup> Festival international du film alpin, Les Diablerets; Großer Pokal am Festival du film alpin, Allos (Südfrankreich); Preis für die beste Kameraarbeit am Internationalen Fernsehfestival für Sport- und touristische Filme, Bled (Jugoslawien); Preis der UIOOT für den besten Sportfilm an der 21<sup>e</sup> Semaine internationale du film de tourisme et de folklore, Bruxelles; Goldmedaille am 12. Internationalen Festival des touristischen Films, Mailand.

«*Als der Schnee erfunden wurde*.» Produktion: Turnus Film AG, Gutenswil; Regie: Urs Thoenen. Ehrendiplom am Sunset Magazine Travel Film Festival, Anaheim (Kalifornien); «*Gymnaestrada 69*.» Produktion: Rincovision AG, Zofingen; Regie: Mano G. Heer. Ehrendiplom am Concorso internazionale di Cinematografia Sportiva, Cortina d'Ampezzo.

«*Switzerland – A Study in Contrasts*.» Produktion und Regie: Ernest Kleinberg, Pasadena. Bronze-medaille in der Kategorie Reisefilme am 14. Internationalen Film- und TV-Festival, New York.

### *Verschiedenes*

Ankauf von Schwarzweiß-Sujets von Jacques Burlet, Zürich: Originale der Filme «Matterhorn 1901», «Schneeräumung» mit historischen Aufnahmen vom Sustenpaß und der Stadt Zürich um 1930, «Fronleichnamsprozession in Zizers 1938» mit Bildern des damaligen Pfarrers Künzli. Diese Aufnahmen werden wir in eigenen oder fremden Produktionen weiterverwenden.

### AUSKUNFTSDIENST AM HAUPTSITZ

Unsere Dienststelle erteilte zahlreiche Auskünfte über Reise- und Ferienmöglichkeiten in der Schweiz. Die Beratung erfolgte schriftlich, telefonisch oder mündlich in unsern Büros. Die Auskünfte bezogen sich auf Grenzformalitäten, Zollvorschriften, Devisenbestimmungen, Wechselkurse, Reiserouten für Bahnreisende und Automobilisten, Billettarten und Billettpreise, Zusammenstellung von Fahrplänen, Unterkunfts-möglichkeiten in Hotels, Pensionen, Motels, Campingplätze, Jugend- und Familienherbergen, Massenzimmer für Jugendliche und Erwachsene, Chalets und Ferienwohnungen, kulturelle und sportliche Veranstaltungen sowie allgemeine Unterhaltungsprogramme, Kongreßmöglichkeiten, Adressen von Berufs- und Wirtschaftsverbänden, Arbeit, Niederlassung und Steuerverhältnisse, Privat-institute, staatliche Erziehungs- und Bildungsanstal-

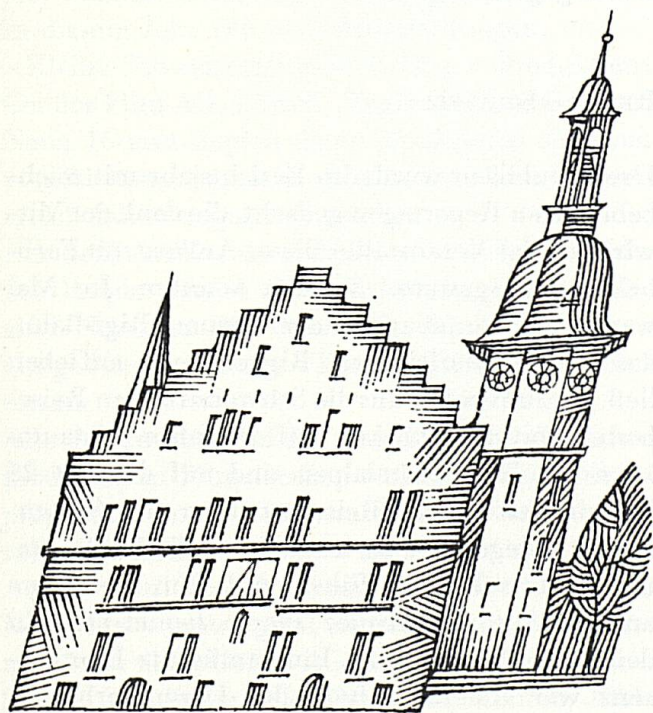
ten sowie Fachschulen, Kinderheime, Ferienkurse und Ferienlager, Kliniken, Sanatorien und Erholungsheime, allgemeine Dokumentation über die Schweiz.

Der Auskunftsdienst stellte auch die gesamtschweizerischen Veranstaltungsverzeichnisse zusammen, die in den zwölf Nummern der Inlandausgabe der Revue «Schweiz» – alphabetisch nach Orten aufgeführt – erscheinen und für die Sommer- und Wintersaison – thematisch geordnet – als separate Broschüren in vier Sprachen herausgegeben werden.

### REVUE «SCHWEIZ»

Dreier Jubiläen wurde im Berichtsjahr mit reichbebilderten Reportagen gedacht, die dank der Mitwirkung der Veranstalter dieser Anlässe mit Farb-beilagen ausgestattet werden konnten. Im Mai war es das Zentenarium der Vitznau-Rigi-Bahn, das die Pionierleistung Riggenbachs aufleben ließ. Im Juni boten uns die Schweizerischen Reise-posten mit Rückblicken auf 50 Jahre Postauto-kurse in den Zentralalpen und auf die seit 25 Jahren bestehende Reisepost über die Susten-strasse Gelegenheit zu lebendigen Bildkonfrontationen. Das Juliheft führte mit dem Gedenken an den Automatenbauer Pierre Jaquet-Droz in den Neuenburger Jura. Eine amüsante Reminiszenz war zudem Auftakt des Dezemberheftes:

Das Zentenarium der Ansichtskarte. Mit der Einbeziehung des Fürstentums Liechtenstein in den redaktionellen Teil griff die Aprilnummer über die Landesgrenze hinaus. Selbstverständlich wurden die erwähnten Beiträge auch in die Planung der beiden umfangreichen Auslandsausgaben einbezogen, deren zweite zum größten Teil als Vorwerbung auf den Sommer 1972 gestaltet worden ist. – Gesamtauflage 1971: 226 770 Exemplare; 192 470 Inlandnummern und 34 300 Auslandhefte.



#### STUDIENREISEN FÜR REISEBÜROAGENTEN

In Verbindung mit den Schweizerischen Transportunternehmungen, der Swissair, den lokalen und regionalen Verkehrsvereinen, organisierten wir Studienreisen für Reisebüroagenten aus dem Ausland:

Zwölf Agenten aus Spanien besuchten vom 17. bis 24. Januar Zermatt und Grindelwald, zwölf Agenten aus Dänemark und Schweden besuchten vom 9. bis 16. Januar Andermatt und Engelberg. 14 Agenten aus Deutschland fuhren vom 18. bis 24. April nach Davos, St. Moritz, Lugano und Locarno.

Für verschiedene von der Swissair organisierte Informations- und Studienreisen besorgten wir die Fahrausweise und die Platzreservierungen.

#### BESONDERE AKTIONEN

*«TWA Educational Tour to Switzerland and Liechtenstein», 12.–20. Januar*

Eine Reise an «unbekannte» Wintersportplätze und lohnende Zwischenstationen in Graubünden, in der Nordostschweiz und in Liechtenstein für 20 prominente amerikanische Journalisten und Reisebürodirektoren. Die touristischen «Neuentdeckungen» haben in der amerikanischen Presse ein positives Echo gefunden.

1. *Europäisches Management-Symposium, Davos*  
In Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverein Davos und der Chefredaktion der Schweizerischen Handelszeitung in Zürich wurde für die in Davos anwesenden Wirtschafts- und Finanzjournalisten aus ganz Europa ein informativ-geselliger Abend veranstaltet, welcher der Dokumentation über touristische Aspekte der Schweiz galt.

«*Bird's Eye View of Switzerland*» (farbiger Fernsehfilm, Gemeinschaftsproduktion Schweizer Fernsehen, Bayerisches Fernsehen, BBC London, RAI Rom)

Ein umfassender Dokumentarfilm über die Schweiz aus der Vogelschau wurde unter großem Aufwand in allen Landesteilen von einem englisch-schweizerischen Kamerateam gedreht. Der Pressedienst organisierte Kontakt- und Augenscheinreisen und wirkte bei den Filmaufnahmen beratend mit.

*Sonderprogramm über den Kanton Graubünden im französischen Fernsehen*

Anlässlich der zweiten Aufführung des im Vorjahr im Unterengadin gedrehten Filmes «Nicolas et Constant de Suisse» wurden die beiden jugendlichen Darsteller Nicolas und Constant Sarott in Begleitung des schweizerischen Skimeisters Dumeng Giovanoli in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverein für Graubünden und dem Kurverein Scuol nach Paris delegiert, wo unter ihrer

Mitwirkung in den Fernsehstudios der ORTF am frühen Abend des 25. Februar ein anderthalbstündiges touristisches Programm über die Schweiz dargeboten wurde.

*Dokumentarfilm der RPM-Studios, Johannesburg*  
Eine erste Episode – Winter in der Zentralschweiz – wurde unter Mitwirkung der SVZ und der örtlichen Verkehrsvereine für einen großen Werbefilm der South African Airways verwirklicht. Der in 35 mm gedrehte Film «Picture Europe» ist für die Vorführung in allen Kinos der englischsprachigen Welt bestimmt.

«*Switzerland for all seasons*»

Unter diesem Titel erschien in der März-Nummer der amerikanischen Reisezeitschrift «Holiday» ein farbiger Bildbericht. Das gleiche Thema wird in ausführlicherer Form von «Venture Magazine» behandelt. Unter Mitwirkung des weltbekannten belgischen Fotografen Robert Freson wurden Aufnahmen dazu im winterlichen Engadin gemacht.

*Reportage für eine französische Jugendzeitschrift*  
Drei jugendliche Vertreter der französischen Monatszeitschrift «Mademoiselle Age Tendre» (Auflage 750 000) weilten unter unserer Betreuung in Zürich, Luzern und verschiedenen Kleinstädten des Mittellandes sowie im Kanton Freiburg, in Montreux, Lausanne und Genf zwecks Erstellung eines Bildberichtes über persönliche Kon-

takte zwischen einer jungen Französin und ihren schweizerischen Altersgenossen.

*Informationsreisen anlässlich von Eröffnungsflügen*  
Neben der Swissair, die anlässlich des Ersteinsatzes der Jumbo-Jets sowie der Eröffnung ihrer Linien Zürich–Boston und Zürich–Nicosia drei Gruppen von offiziellen Persönlichkeiten, Presse-, Radio- und Fernsehvertretern in die Schweiz einlud, wobei die Besucherprogramme von uns gestaltet wurden, waren auch die Fluggesellschaften TAP (Portuguese Airways) und Avianca mit insgesamt drei Gruppen von Publizisten und Ehrengästen teilweise unsere Gäste. Diese Eröffnungsflüge erfolgten in Zusammenhang mit dem Einsatz neuer Flugzeugtypen zwischen Portugal und der Schweiz und der Eröffnung einer direkten Fluglinie Bogotá–Zürich.

*Aktionen mit der Fédération Horlogère*

Im April gestalteten wir das Reise- und Besichtigungsprogramm für die Vertreter von fünf einflussreichen Zeitungen in Hongkong und Singapur. Diese Pressegruppe war von der Fédération Horlogère, die bereits vorher mit Unterstützung durch die SVZ in Australien eine Werbe- und Wettbewerbsaktion durchgeführt hatte, in die Schweiz eingeladen. Die beiden Gewinnerinnen des australischen Wettbewerbs, der in der Frauenzeitschrift «Woman's Day» ausgeschrieben worden war, wurden im September von uns betreut.

*Jubiläum «100 Jahre Vitznau–Rigi-Bahn»*

31 ausländische Journalisten leisteten unserer Einladung in die Zentralschweiz Folge und nahmen am offiziellen Pressetag (12. Mai) an den verschiedenen Veranstaltungen in Vitznau und längs der Bahnstrecke nach Rigi-Kulm teil. Mehrere dieser Journalisten führten vor oder nach dem Pressetag weitere Reportagen in der Schweiz durch.

*ASTA out of the country meeting*

Die Sektion Connecticut der amerikanischen Reisebürovereinigung (ASTA) besuchte in der 2. Hälfte Mai im Rahmen eines «out of the country meeting» die Schweiz. Das Gesamtprogramm einschließlich der offiziellen Bankette in Romainmôtier und Bern wurde von der SVZ gestaltet.

*Freundschaftsbesuch einer Delegation der amerikanischen Gouverneurs-Konferenz*

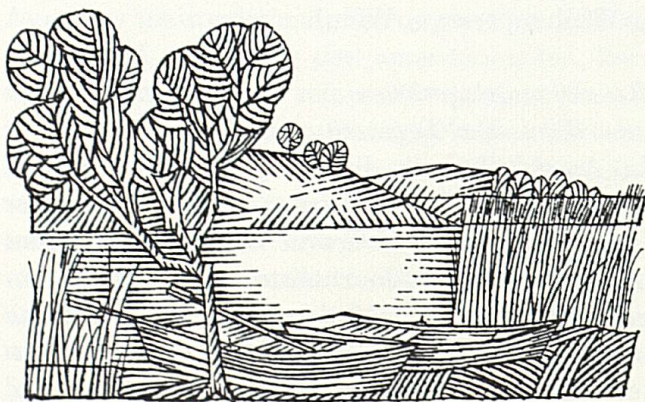
Vom 25. bis 30. Mai weilte eine Delegation der US Governors' Conference auf Einladung verschiedener schweizerischer Organisationen, darunter auch der SVZ, in der Schweiz. Der offizielle touristische Tag war Sonntag, 25. Mai.

*Gemeinschaftsaktionen mit Air Canada und Swissair*

Dank der Initiative der kanadischen Luftfahrtgesellschaft Air Canada konnte unsere Werbung,

ganz besonders in Montreal, Toronto, Vancouver und anderen Zentren im Norden Amerikas, intensiviert werden. Unter Mitwirkung der Nahrungsmittelfirma Robin Hood Multifoods Ltd. entstanden ein gastronomisch-touristischer Dokumentarfilm sowie eine Serie von Rezeptbüchlein über schweizerische Spezialitäten. Dieser Film ist inzwischen in ganz Kanada im Fernsehen ange laufen und wird auch an Sonderveranstaltungen gezeigt.

Mehrere namhafte Journalisten aus den USA und Kanada konnten dank Einladungen durch die Air Canada die Schweiz besuchen, während durch ein entsprechendes Entgegenkommen der Swissair einer Gruppe von Reportern und Fotomodellen der Zeitung «Montreal Star» eine modisch-touristische Reportage in verschiedenen Regionen der Schweiz ermöglicht wurde.



#### *Internationale hochalpine Ballonsportwoche in Mürren*

Dank der Teilnahme einer Reportermansschaft der amerikanischen Zeitschrift «National Observer» und der Einladung des Redaktors Walter A. Damtoft, dem von der SVZ anstelle eines im letzten Moment verzichtenden italienischen Journalisten ein Ballonflug ermöglicht wurde, erhielten die diesjährigen Ballonsportwochen nicht nur in der Presse, sondern auch im Fernsehen ganz Nordamerikas eine sehr wirkungsvolle Publizität.

#### *Jugend-Fernsehprogramme für Großbritannien und Japan*

Unser Pressedienst war maßgebend bei der Gestaltung von Ferienerlebnissen Jugendlicher in der Schweiz für das neue englische Fernsehprogramm «Stewpot's Travel» (BBC London) und einer zur Zeit in Planung stehenden japanischen Sendereihe der Iwani Productions Inc., Tokio, beteiligt.

#### *Erstes internationales*

#### *Jugend-Journalistentreffen 1971*

Vom 11. bis 22. Juli trafen sich rund 25 Nachwuchsjournalisten und Vertreter von Jugend-, Schüler- und Studentenzeitungen aus sieben europäischen Ländern als Gäste der SVZ in der Schweiz, wo ihnen ein abwechslungsreiches Programm mit Besichtigungen, Interviews und aktiven Ferienfreuden geboten wurde.

*Farbiger Bildbericht für die Zeitschrift*

«*Leisure Asahi*», Tokio

Im Auftrage dieser führenden Reise- und Freizeit-Zeitschrift weilten im Spätsommer zwei junge Fotoreporter (teilweise als Gäste der SVZ) in der Schweiz. «*Leisure Asahi*» hat zu Jahresende als Ergebnis dieser Reportage-Reise einen bemerkenswerten Bildbericht von 40 Seiten über unser Land veröffentlicht.

*Internationale Pressekonferenz*

*La Chaux-de-Fonds und Le Locle*

Mit den Veranstaltern der Jaquet-Droz-Jubiläumsfeiern konnte eine Wiederholung der Anlässe, die bereits im Frühsommer stattfanden, im Zusammenhang mit der Braderie in La Chaux-de-Fonds vereinbart werden. Unser Pressedienst vermittelte insbesondere Einladungen deutschschweizerischer Journalisten und einer Reihe von Presse-, Radio- und Fernsehvertretern aus dem Ausland.

*Doppeljubiläum PTT «50 Jahre Postautodienst Zentralalpen und 25 Jahre Sustenpaß»*

Vom 6. bis 9. September konnten dank der Einladung durch die SVZ rund 30 prominente Journalisten, Film-, Fernseh- und Radioreporter einer Reihe von Veranstaltungen beiwohnen, welche längs der historischen Postautorouten zwischen Gletsch, Andermatt und Meiringen stattfanden, und darüber berichten.

*Mithilfe an Filmprojekten*

Unser Presse- und PR-Dienst betreute neben anderen Filmschaffenden ein Aufnahmeteam der Associated Film Producers (Boston), welches den Dokumentarstreifen «*Switzerland Unlimited*» teilweise neu verfilmte, sowie den schweizerisch-mexikanischen Filmschaffenden Walter Probst im Zusammenhang mit Filmaufnahmen über Wanderferien im Wallis und allgemeinen Sommer-szenen in allen übrigen Regionen der Schweiz.

*Studienreise österreichischer Chefredaktoren*

Der Erfolg unserer letztjährigen Informationsreise für österreichische Journalisten bewog das EPD, diese Reise unter unserer Mithilfe in kleinerem Rahmen zu wiederholen. Teilnehmer an der vom 17. bis 26. September durchgeführten, nur teilweise touristisch orientierten Studienreise waren die Chefredaktoren Kurt Vorhofer («*Kleine Zeitung*», Graz) und Dr. Hubert Feichtlbauer («*Wochenpresse*», Wien).

*Redaktionsdelegationen*

*amerikanischer Tageszeitungen*

Im Anschluß an die diesjährige Jahrestagung der Vereinigung amerikanischer Reiseschriftsteller (American Society of Travel Writers) auf Rhodos besuchten mehrere Journalisten und Journalistengruppen nach dem Motto «*Switzerland off the beaten-track*» die Schweiz. Vertreten waren unter anderen die Zeitungen «*Cleveland Plain*



Dealer», «Seattle Times» sowie die Presseagentur King Features Syndicate. Ferner kamen Helmut und Gea Koenig als freie Reisejournalisten zu einer zweiwöchigen Studien- und Reportage-reise in die Schweiz.

*Schweizer Sondernummer der amerikanischen Kongreßfachschrift «Meetings and Conventions»*  
In Verbindung mit der Vereinigung schweizerischer Kongreßorte und der Swissair wurde dem Redaktor dieser Fachschrift, Mel Hosansky, eine mehrwöchige Studienreise im Hinblick auf eine der Schweiz zu widmende Sondernummer ermöglicht.

*Gastronomische Studienreise  
von Radford Bascome*

Dieser für rund 550 amerikanische Tageszeitungen arbeitende Kolumnist, dessen wöchentliche Beiträge unter dem Titel «On the Food Trail» zu Amerikas meistgelesenen Zeitungsspalten zählen, wurde auf Anregung des amerikanischen Botschafters in Bern mit seiner Gattin zu einem ersten Besuch in die Schweiz eingeladen. Mr. und Mrs. Bascome hatten in allen touristischen Regionen Gelegenheit, lokale kulinarische Spezialitäten auszuprobieren und entsprechende Rezepte bekannter Gaststätten und Hotels zu sammeln. Die Studienreise erbrachte Material für eine sich über mindestens zehn Wochen erstreckende Artikel-folge.

*Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Studentenreisedienst (SSR)*

Dank unserer Mithilfe konnte der Student Reception Service, ein unentgeltlicher Auskunft-, Reservations- und Reisedienst für junge Gäste, meist Einzelreisende aus dem Ausland, ausgebaut und damit dessen Leistungsfähigkeit erhöht werden.

Für den internationalen Jugendtourismus von Bedeutung war die im Herbst erstmals in der Schweiz (Bürgenstock) durchgeführte «International Student Travel Conference» (ISTC), an der die 200 bedeutendsten «non profit»-Jugend- und Studentenreiseorganisationen aus 26 Ländern teilnahmen. Der SSR, selbst Mitglied dieser Vereinigung, hatte die Organisation der Konferenz übernommen, wobei sich die SVZ aktiv an den Vorbereitungsarbeiten beteiligte und Dokumentationen, Filme, Souvenirs zur Verfügung stellte.

*Schweizerischer Plakatwettbewerb der SVZ  
in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft  
der Schweizer Grafikerverbände*

Nachdem am 9. und 10. Februar im Lichthof der Universität Zürich in fünf Rundgängen die 442 eingegangenen Plakatentwürfe in einer in aller Offenheit durchgeführten Vorjurierung rangiert und damit auch die zehn besten Arbeiten ermittelt worden waren, erfolgte am 27. Mai am Hauptsitz der SVZ die definitive Einzelwertung der überarbeiteten und in Weltformatgröße vor-

gelegten Plakate. Die Jury war sich darüber einig, daß keiner der Grafiker die schwere Aufgabe, «die junge Schweiz» auf möglichst originelle und gekonnte Art darzustellen, restlos überzeugend zu lösen vermochte und sah deshalb von der Vergabung eines ersten Preises ab. – Wenn auch, wie der Präsident der Jury, Dr. Werner Kämpfen, anläßlich einer Pressekonferenz ausführte, bei diesem Wettbewerb der große Wurf ausgeblieben ist, so hat er zweifellos vielen jungen und talentierten Grafikern und Malern Impulse gegeben, sich mit den Problemen der touristischen Affiche auseinanderzusetzen, andererseits aber auch der SVZ viele Türen zu interessanten Ateliers im In- und Ausland geöffnet. Auf dem Umschlag des Jahresberichtes sind vier offiziell prämierte und zwei von der Zürcher Studentenschaft in einer inoffiziellen Jurierung ausgezeichnete Plakatewürfe zu sehen («to Switzerland» und «Grüezi»).

#### *Drittes internationales Jugendorchester-Festival in der Schweiz*

Mit zwei Galakonzerten des Internationalen Festivalorchesters im Palais de Beaulieu von Lausanne und in der Tonhalle Zürich fand am 7. und 8. August das eindrucksvolle musikalisch-touristische Experiment seinen vorläufigen Abschluß. Begonnen hat es mit einer großen Pressekonferenz in Lausanne, in der Dr. Kämpfen erneut die Bestrebungen der SVZ hervorhob, die Schweiz durch konkrete Leistungen in vermehrtem Maße

zum Treffpunkt der Jungen und Junggebliebenen aus aller Welt zu machen. Dies ist auch der Grund, weshalb sich die SVZ seit 1969, der Durchführung des ersten Festivals, für eine gesamtschweizerische Ausstrahlung dieser Großveranstaltung einsetzte. SVZ-Präsident Gabriel Despland konnte am 27. Juli als Vertreter des Reiselandes Schweiz rund 1000 junge Musiker und Begleiter (Mitglieder von zehn Orchestern aus den USA, der Tschechoslowakei, Großbritannien, Singapur, Norwegen und der Schweiz) im Lausanner Palais de Beaulieu begrüßen. Diese haben während zweier Wochen in Lausanne, Martigny, Neuenburg, Saas Fee, Avenches, Villars, Broc, Rolle, Leysin, Montana-Crans, Buchs SG, Rapperswil, Uster und Flims in Konzertsälen, Theatern, Kinderspitälern, Motels, Blindenheimen, Werkhallen, auf Campingplätzen, in Strandbädern und am 1. August vor dem General Guisan-Denkmal in Lausanne/Ouchy mit großem Erfolg musiziert, gesungen und getanzt. Die Schweiz war mit einem sehr jungen Ensemble, dem Jugendsinfonie-Orchester der deutschen Schweiz, vertreten. Neben dem Musizieren blieb den Jungen genügend Zeit, auf zahlreichen Exkursionen und bei strahlendstem Sommerwetter das Reiseland Schweiz kennenzulernen.