

Werbung und Werbemittel

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **36 (1976)**

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.

Die das Jahr 1976 kennzeichnenden wirtschaftlichen Begleitumstände erforderten auch in Werbung und Information eine Politik der Mobilität, aus der heraus nötigenfalls rasch gehandelt werden konnte. So wurde denn das 1975 abgeschlossene Dreijahresprogramm «Die Schweiz – reserviert für Hobby-Ferien» ab 1976 durch ein mehrgleisiges, aber eine Zielrichtung anstrebendes Werbekonzept abgelöst.

In Würdigung des immerhin 53% oder einen Gegenwert von rund 3,5 bis 4 Milliarden Franken ausmachenden Anteils der Schweizer an der touristischen Gesamtnachfrage (für Ferien im Ausland gaben sie zusätzliche 3 Milliarden Franken aus) wurde mit dem Appell «Für Schweizer Schweizer Ferien – naheliegend» auf die vielfältigen Ferienmöglichkeiten vor der «eigenen Haustüre» verwiesen. Diese Aufforderung zu Ferien zu Hause stellt unser Credo «travel must go both ways», das im SVZ-Slogan «Nach jeder Fernreise eine Schweizer Reise» seine Bestätigung findet, nicht in Frage. Protektionismus im internationalen Tourismus ist nach wie vor gleichbedeutend mit Selbsterdrosselung.

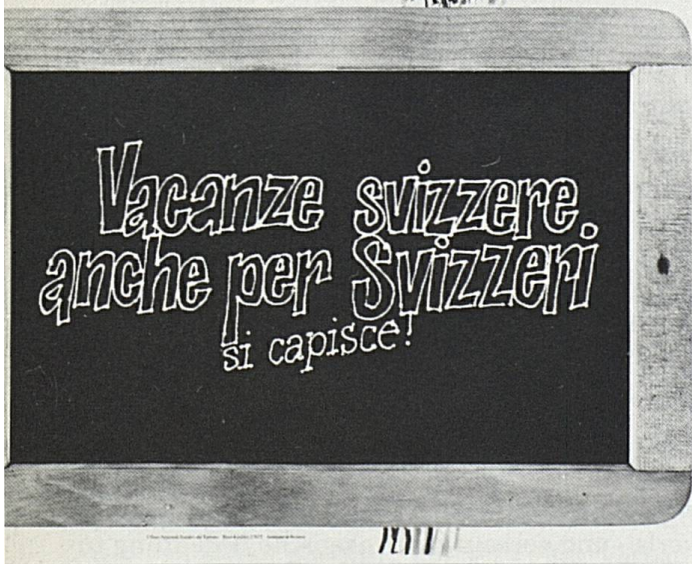
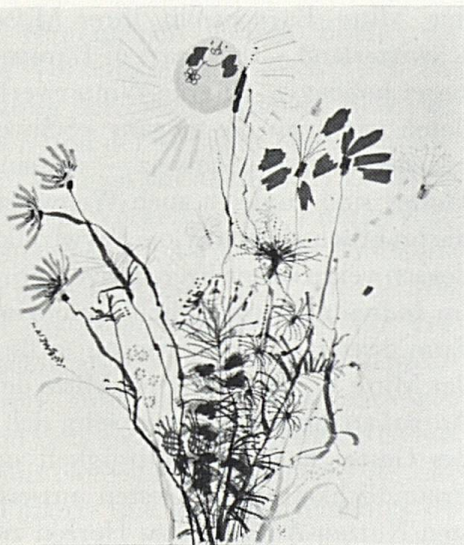
Zum zweiten galt es, im Ausland gegen die Meinung aufzutreten, die Schweiz sei ein teures Ferienland. Unsere Bestrebungen, diese Auffassung in die Erkenntnis der Preiswürdigkeit umzusetzen, standen unter den Leitbildern «Die Schweiz – für Ihr Geld Ferien wie Gold», «La Suisse – à votre porte, à votre portée», «Die Schweiz – in

der Mitte Europas, in ihrer Mitte der Gast», «Switzerland – the heart of Europe for heart-to-heart holidays». Für die Winterwerbung verwendeten wir auch die Slogans «Schweiz – (w)international» und «Schweiz – sonnenklar». Diese Mottos sind zugleich auch Wegweiser dafür, dass die praktisch alternativlose Verwirklichungschance des schweizerischen Fremdenverkehrs immer noch im Individual- und Erholungstourismus liegt.

Zum dritten sollte der Slogan «Die Schweiz – in der Mitte Europas, in ihrer Mitte der Gast» auch Aufruf an die *Angebotsseite* sein, sich die Wünsche des Gastes nach Preiswürdigkeit und -disziplin, Freundlichkeit, nach Gesten ausserhalb von Kosten-Nutzen-Analysen, zu Herzen zu nehmen.

Wenn auch Leistung vor Werbung kommt, so zeigt sich doch immer wieder, dass Werbung und Information auch Leistung nach sich ziehen können. Dies wird sichtbar in den von der SVZ seit 1973 durch konzise Umfragen erhobenen Pauschalangeboten. Wenn uns 1973 von 55 Zielorten 120 pauschalierte Offerten für Winter und Sommer gemeldet worden sind, stieg die Zahl 1975 auf 110 Orte mit 330 Angeboten, um schliesslich 1976 720 klar umschriebene, marktkonforme Pauschalofferten aus mehr als 200 Ferienorten zu erreichen. Wenn diese Angebotsform generell auch kaum einen 10%igen Umsatzanteil erreicht, so darf ihr im In- und Ausland doch eine wichtige werbe- und verkaufpsychologische Bedeutung zugemessen werden.

*Folgende Seiten: Rund 300 Sommerangebote
warben für aktive Ferien in der Schweiz*



Der Politik der Mobilität in der Werbung kam der unserer Zentrale vom Bund gewährte Sonderbeitrag von je einer Million Franken für 1976 und 1977 für ausserordentliche Massnahmen auf dem Gebiete der Auslandspropaganda sehr zustatten. Dadurch wurden wir nach einer längeren Pause wieder einmal in die Lage versetzt, zu einem für kurzfristige Wirkung bestens geeigneten Werbemittel, dem Inserat, zu greifen.

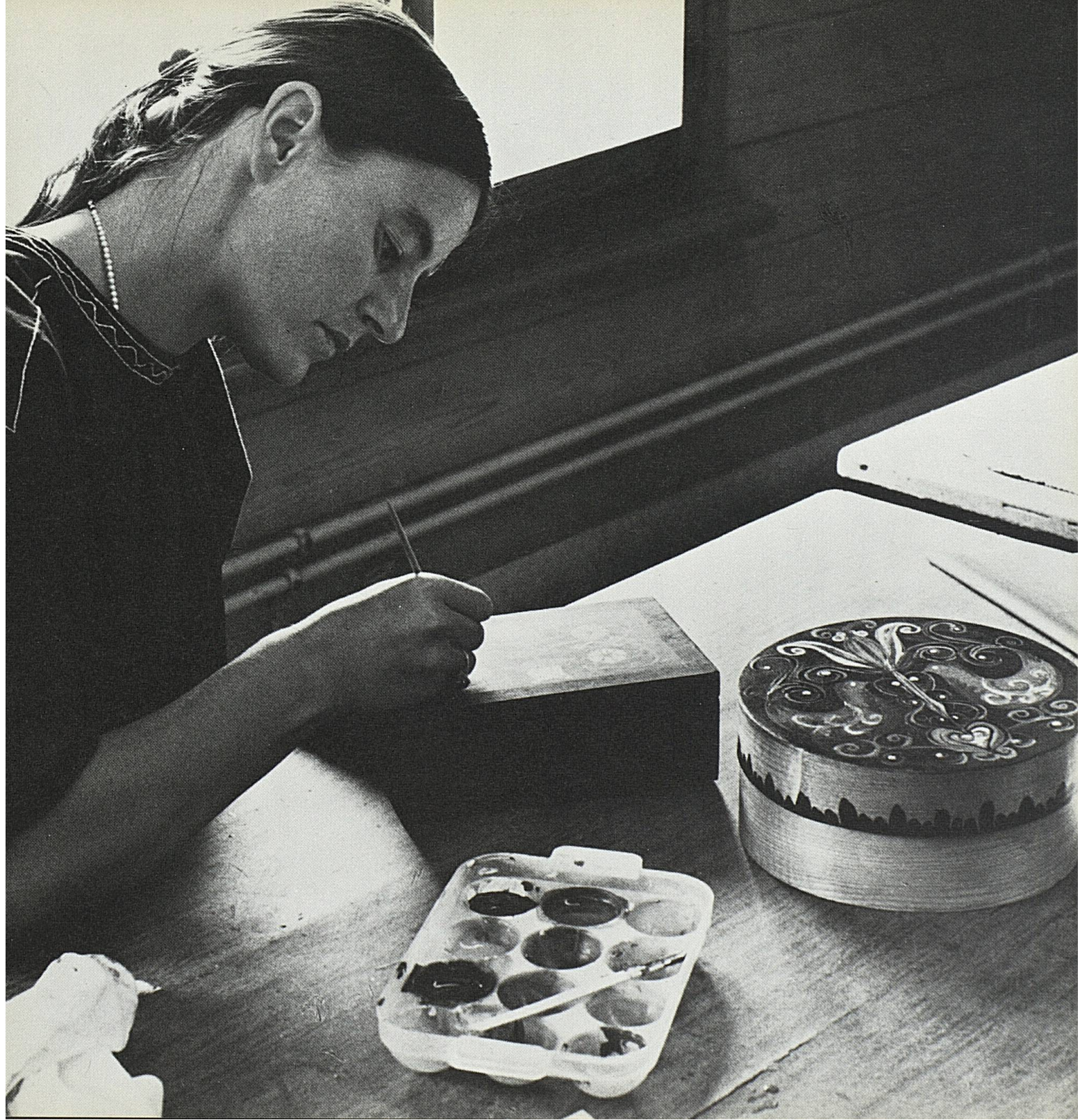
IMPRIMATE

Im Berichtsjahr wurden wieder 100 Imprimata in neun Sprachen, erstmals auch auf arabisch, produziert. Die Totalauflage beträgt 1,5 Millionen Exemplare. Die Aufträge sind in Zusammenarbeit mit zahlreichen Druckereien abgewickelt worden.









Publikationen

deutsch, franz. = getrennte Sprachausgaben
deutsch/franz. = kombinierte Sprachausgaben

<i>Schweizer Pioniere der Hotellerie</i> (226 S.), von L. Gaulis und R. Creux, deutsche Fassung von Dr. Herbert Meier	deutsch	2 800 Ex.
<i>Swiss Hotel Pioneers</i> (224 S.), von L. Gaulis und R. Creux, englische Fassung von Dr. Julia Johnson	englisch	1 000 Ex.
<i>Pionniers suisses de l'hôtellerie</i> Unveränderter Nachdruck	französisch	1 000 Ex.
<i>Kunstreisen in der Schweiz</i> (350 S.), 30 von H. Haller zusammengestellte Itinerarien	deutsch	10 000 Ex.
<i>Das Bäderbuch der Schweiz</i> Neufassung	deutsch	15 000 Ex.
<i>Schweizer Heilbäder</i> Preisliste mit Hotelunterkunft	deutsch/franz./engl.	10 000 Ex.
<i>Ferien-Angebot Schweiz 1976</i> Frühling/Sommer/Herbst Sechs verschiedene Listen des gesamtschweizerischen Hobby-Ferien-Angebots	deutsch, franz., ital., engl.	70 000 Ex.
<i>Schweiz – Pauschalarrangements</i> Ferienangebot Frühling/Sommer/Herbst Verzeichnis der Pauschalangebote	deutsch, franz., ital., engl.	14 000 Ex.

<i>Schweiz – Pauschalarrangements und Wintersport 1976/77</i> Sechs verschiedene Listen, nach Regionen aufgeteilt	deutsch, franz., ital., engl.	120 000 Ex.
<i>Veranstaltungen in der Schweiz, Sommer 1976 und später</i>	deutsch, franz., ital., engl.	60 000 Ex.
<i>Veranstaltungen in der Schweiz, Winter 1976/77,</i> und Vorschau auf Sommer	deutsch, franz., ital., engl.	50 000 Ex.
<i>35. Geschäftsbericht der SVZ 1975</i>	deutsch, franz.	2 500 Ex.
<i>10th International Congress of Chemotherapy</i> hergestellt in Zusammenarbeit mit der Medizinischen Fakultät, Zürich	englisch	60 000 Ex.
<i>Erholungsheime und Kurhäuser in der Schweiz</i> Neu überarbeitete Ausgabe	deutsch, franz., ital., engl.	14 500 Ex.
<i>Die Schweiz von heute</i> Überarbeiteter Nachdruck	englisch, französisch	10 000 Ex.
<i>Die Schweiz GRATIS</i> Broschüre über kostenlose touristische Veranstaltungen	deutsch, englisch	6 000 Ex.
<i>Die Schweizerischen Jugendherbergen</i> Verzeichnis aller Jugendherbergen in Kartenform	deutsch/franz./ital./engl.	50 000 Ex.
<i>Liste der Schweizer Motels 1976</i>	deutsch/franz./ital./engl.	40 000 Ex.
<i>Schweiz – Ferien mit Sprachkursen, 1976</i>	deutsch/franz./ital./engl.	20 000 Ex.
<i>Kinderheime und Privatinstitute für Kinder in der Schweiz, 1976</i>	deutsch/franz./ital./engl.	15 000 Ex.

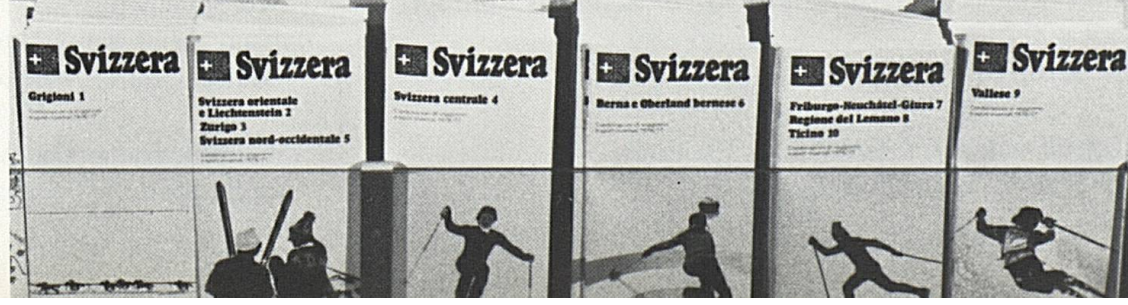
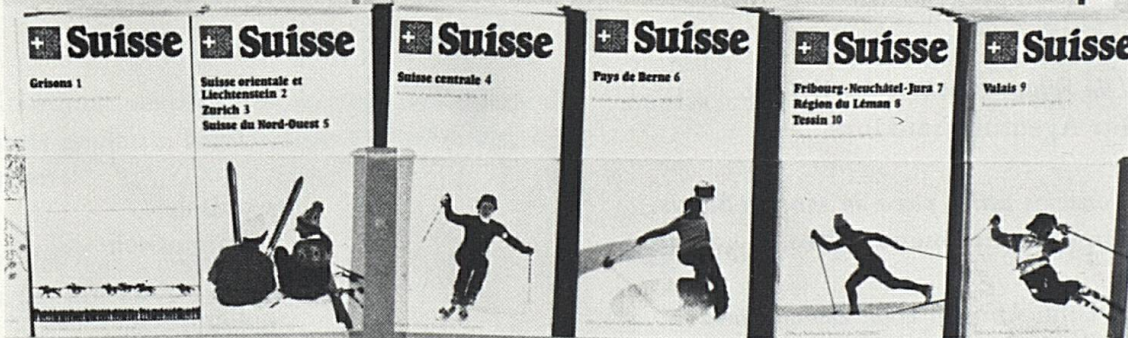


KUNSTREISEN IN DER SCHWEIZ

Schweizerische Verkehrszentrale

<i>Turner in der Schweiz</i> Wandkalender für 1977	deutsch/englisch, franz./ital., engl./franz.	17 000 Ex.
<i>Schülerprospekt</i> Im Auftrag der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland; geplante Endauflage 1 000 000 Ex. in zehn Sprachvarianten	arabisch englisch	50 000 Ex. 30 000 Ex.
<i>Selling Switzerland 1976</i> (80 S.), Ausgaben für die USA und Kanada	englisch	8 000 Ex.
<i>Schweizer Karte 1:900 000</i> Nachdruck	deutsch	20 000 Ex.
<i>Schweizer Karte 1:618 000</i> für Automobilisten; überarbeiteter Nachdruck	deutsch	50 000 Ex.
<i>Schweizer Karte 1:450 000</i> Kümmerly + Frey, mit SVZ-Umschlag für Japan	japanisch	3 500 Ex.
<i>Informationsbroschüren für die Agenturen</i>		
<i>Travel Tips for Switzerland 1976</i> für Agenturen in den USA und Kanada	englisch	122 000 Ex.
<i>Renseignements touristiques sur la Suisse</i> für Agentur Bruxelles	französisch	15 000 Ex.
<i>Inlichtingen voor toeristen over Zwitserland</i> für Agentur Bruxelles	flämisch	10 000 Ex.

<i>Renseignements indispensables pour votre prochain voyage en Suisse</i> für Agentur Paris	französisch	30 000 Ex.
<i>Die Schweiz von A bis Z 1976</i> für Agentur Frankfurt	deutsch	90 000 Ex.
<i>Consejos útiles para su viaje a Suiza</i> für Agentur Buenos Aires	spanisch portugiesisch	3 000 Ex. 5 000 Ex.
<i>Reisinlichtingen voor Zwitserland</i> für Agentur Amsterdam	holländisch	40 000 Ex.
Verschiedene, farbige Umschlagvordrucke und Menukarten für Hauptsitz und Agenturen		125 000 Ex.
<i>In Vorbereitung oder im Druck befinden sich folgende Publikationen:</i>		
<i>Kunstreisen in der Schweiz</i> Kurzfassung (52 S.), mit geographischer Karte und kurzem Text für den Touristen	deutsch	50 000 Ex.
<i>Umschlagvordrucke für Agenturen und Hauptsitz</i> mit Sommer- und Wintersujets		800 000 Ex.
<i>Allgemeine Schweiz-Broschüre der SVZ</i> (neues Konzept)	10 Sprachen	1 Million Ex.
<i>La Suisse en Contrepoint</i>	deutsch, franz., engl.	100 000 Ex.
<i>Gelegenheitsimprimata</i> für Hauptsitz und Agenturen	deutsch, franz., ital., engl., span.	80 000 Ex.



*Winterferienangebot der 10 touristischen Regionen
in vier Sprachen*

Plakate

Sieben vierfarbige Fotoplakate im Weltformat und zwei Kopfplakate im Format 64×102 cm. Auflage: 30 000 Exemplare. Zwei Schriftplakate «Für Schweizer Schweizer Ferien – naheliegend». Zwei vierfarbige Fotoplakate «Winterferien – doppelte Ferien». Auflage: 10 000 Exemplare.

Zur Propagierung der «Fête des Vignerons»: Kopfplakat «Lavaux» im Format 64×102 cm. Auflage: 15 000 Exemplare.

Fünf Klein- und Stellplakate mit vier Fotosujets «Vevey, Chillon, St-Saphorin, Lavaux» im Format 35×50 cm, in sechs Sprachen. Auflage: 18 000 Exemplare.

Plakataushang

Sieben Fotoplakate, kombiniert mit den vorerwähnten Schriftplakaten, kamen als Inlandwerbung an Aussenstellen der städtischen Agglomerationen und in den wichtigsten Bahnhöfen zum Aushang. Die beiden Winterplakate haben als Streuaushang in allen vier Landesteilen für Winterferien geworben. Über besondere Plakataktionen im Ausland orientieren die Tätigkeitsberichte der Agenturen.

Inserate

1976 zeichnete sich durch einen gegenüber 1975 markanten, von 625 000 Franken auf 2,3 Millionen Franken gesteigerten Mitteleinsatz für Inserate im In- und Ausland aus. Die Anzeigenkampagnen

im Ausland wurden durch den der SVZ vom Bund für das Berichtsjahr gewährten Sonderbeitrag von 1 Million Franken ermöglicht, der allerdings mit der Auflage verbunden war, einen gleich hohen Beitrag aus laufenden Betriebsmitteln zur Verstärkung der Werbeanstrengungen beizusteuern.

Inland

Neben zumeist ganzseitigen, ein- und mehrfarbigen Einzelinseraten erschienen im Mai und Juni in rund 50 Tageszeitungen 180, sich über zwei Seiten erstreckende Anzeigen in den drei Landessprachen. Die Annoncen stellten die verschiedenen touristischen Regionen mit Text und zeichnerischen Illustrationen vor. Diese grossangelegte Inlandkampagne wurde zur Erzielung der grösstmöglichen Werbewirkung mit den Insertionen der Regionen koordiniert. Als Gegenleistung für die Übernahme des SVZ-Leitslogans «Für Schweizer Schweizer Ferien – naheliegend!» beteiligte sich unsere Zentrale mit 30 Prozent an den regionalen Inseratenbudgets.

Ausland

Zwei grossangelegte Insertionskampagnen konnten in einigen bedeutenden Nachrichtenmagazinen der USA plaziert werden. Die eine, zusammen mit der Swissair, hatte die Wiederbelebung des Frühjahrs- und Sommerverkehrs zum Ziel und warb mit ganzseitigen, farbigen Anzeigen. Der SVZ-eigene Werbefeldzug, erstmals mit Dop-

SUISSE

**pas plus loin,
pas plus cher...**

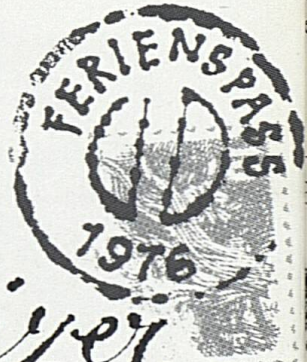
Office National Suisse du Tourisme
11bis, rue de la Harpe, 75009 Paris
Tel 073 89 92



*Farbige Wintersportplakate warben in den
Metrostationen von Paris . . .
. . . und an Plakatwänden der ganzen Schweiz*



naheliegend

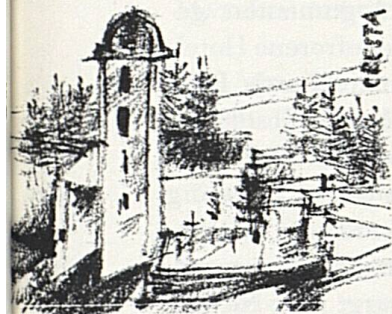


Für Schweizer
Schweizer Ferien

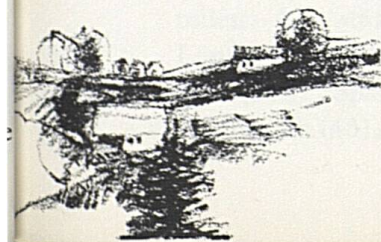


Schweizerische Verkehrszentrale
Talacker 42, 8023 Zürich

Viele Schweizer kennen Weltferien, oft aber kaum die eigene Ferienwelt. Man war vielleicht in Moskau, kaum aber in Moskau im Schaffhausischen. Wer weiss schon, wo die grandiose Urlandschaft des Saosees liegt?



Ein Nachholbedarf an Schweizer Ferien ist unbestritten. Er lässt sich in den meisten der dreitausend Gemeinden decken. Fast jeder Ort kann Ferienstandort sein. Machen Sie den Versuch! Eine Schweizer Reise nach einer Fernreise bedeutet nicht nur Einkehr in einer unserer 10000 Gaststätten, sondern auch Einkehr bei sich selbst. Zum neuen Landschaftserlebnis kommt die Begegnung mit unbekanntem Mitgenossen, etwa mit zweierlei Appenzellern, unseren Jurassiern, den kosmopolitischen Genfern, den eben Haslern oder gar den Leuten von Samnaun. Und sofort – entsprechend unserem vielgestaltigen Land.



zum Beispiel:

Die Ostschweiz

Einer erhebt stolz sein Haupt über diese ganze Region und dient doch demütig dem Wanderer als Ausblick, damit er weit in der Runde sehe, was sich unter ihm an lieblichen Tälern ausbreitet zwischen dem Boden-, dem Walen- und dem Zürichsee und dem Rhein im Osten: der Säntis. Er ist kein Gigant der Alpen, aber ein Fürst der Voralpen. Nach Nordwesten grüsst er in das Obstland Thurgau hinaus, bis zum Untersee hinunter mit seinen Schlössern und Fischerdörfern, nach Süden und Südwesten ins Toggenburg und Fürstenland und zur regen Handelsstadt St. Gallen mit der prächtigen Barockkathedrale und der unvergleichlichen Stiftsbibliothek. Und in diesem vielgesichtigen St. Gallerland liegt der Kanton Appenzell – «wie ein Kuhfladen in einer Wiese», meinte ein selbstbewusster St. Galler. Schlagfertig wie die Inner- und Ausserhödler sind, gab ihm aber einer zurück: «eher wie ein Napoleon in einem Kuhfladen!» Wer das originelle und blitzsaubere Appenzellerland kennt, wird ihm nicht unrecht geben, nur etwas vom Goldglanz auch auf die Ortsbilder von Wil, Werdenberg und Rapperswil fallen lassen – in ausgleichender Gerechtigkeit.

Ein besonderes Vergnügen ist jedesmal die Begegnung mit den Glarnern und dem Glarnerland, eine herrliche, in sich geschlossene Welt, eine Welt zum Entdecken – eine Ferienwelt zum

Ostschweiz

z. B. «Romanshorn à discrétion»
1. Mai bis 16. Oktober 1976

Inbegriffen: 7 Übernachtungen, unbeschränkter freier Eintritt für Schwimmbad, Minigolf, Sauna, Kegelbahn. Bootsfahrten, Armbrustschiessen, Sommerkonzerte. 50% Ermässigung beim Tennis.

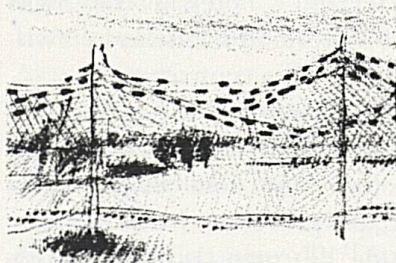
ab Fr. 208.–

mit Halbpension,

Fr. 278.–

mit Vollpension

Ebenfalls in Romanshorn: Segel- und Wasserskikurs, Unterricht im Bauernmalen.



Weitere Ferienvorschläge bei:
Nordostschweizerische
Verkehrsvereinigung
Bahnhofplatz 1a, Postfach
9001 St. Gallen
Tel. 071 / 22 62 62



Die meisten
reisen nur,
um wieder heimzukehren

(Montaigne)

pelseiten, erschien zugunsten des Herbstverkehrs und lief unter dem Thema «Switzerland has more going for it in the fall than most countries do at the height of the season». Insgesamt lenkten 34 Inserate die Aufmerksamkeit der 24 Millionen zählenden Leserschaft auf unser Land. Die SVZ-Kampagne wurde im September vom «Art Direction Magazine» mit einer Auszeichnung, dem «Creativity Certificate of Distinction» bedacht. Im Rahmen des ASTA-Kongresses im September in New Orleans warben wir mit sieben aufeinanderfolgenden Inseraten unter den Titeln «What you don't know about / what's happening in Switzerland / Switzerland's hotels / the Swiss Travel Invention / Switzerland's railways / Switzerland's festivals / could fill a country».

An Einzelinseraten in Fachorganen, Tageszeitungen und Magazinen wurden u. a. plaziert: «Midi-Auto-Moto» (Toulouse) mit dem Slogan «La Suisse – pas plus loin, pas plus cher», «Le monde» (Paris): «Au cœur de l'Europe, la Suisse garde ses hôtes dans son cœur», «De Telegraaf» (Amsterdam): Balkeninserat über Schweizer Kollektivseite.

Zwischen dem 15. Oktober und 15. Dezember wickelten wir unter den Slogans «Schweiz – sonnenklar» und «La Suisse – pas plus loin, pas plus cher» eine ausschliesslich auf Winterwerbung ausgerichtete Inseratenkampagne ab. Um dem im Ausland immer noch starken (Vor-)Urteil der «teuren Schweiz» entgegenzuwirken, wurde eine

Werbesprache mit konkreten Argumenten gewählt: niedrige Inflationsrate, eingefrorene Hotelpreise seit 1974, Pauschalofferten, zentrale Lage in Europa usw. Wegen der sehr hohen Kosten für Insertionen und um das Erreichen der Reizschwelle zu gewährleisten, musste eine Streuung nach Schwerpunkten gewählt werden. In Belgien, der Bundesrepublik Deutschland, Dänemark, Finnland, Frankreich, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen und Schweden erfolgten 210 Einschaltungen in 46 Tageszeitungen (textanschliessende Balkeninserate) und Zeitschriften (ganz- und zweidrittelseitige Annoncen) mit nationaler Verbreitung.

In Frankreich wurde die Inseratenaktion durch Plakatierungen in der Pariser Metro und in den Strassen der französischen Hauptstadt verstärkt, die mit den gleichen Sujets arbeiteten wie die Annoncen.

MATERIALDIENST

Der Materialdienst versandte:

3 899 Frachtkolli

443 Container

3 397 Postpakete

10 385 Drucksachenpakete

mit touristischem Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und schweizerischen Verkehrsinteressenten im Totalgewicht von rund 567 Tonnen brutto (1965 = 486 t).

PRESEWERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Wöchentliche Presse-Informationsblätter, deutsch und französisch, für SVZ-Agenturen (13 000 Ex.), «Nachrichten aus der Schweiz», deutsch, französisch und englisch, alle 2 bis 3 Wochen (30 000 Ex.), «Mitteilungen der SVZ», Winter, Frühjahr, Sommer und Herbst 1976 (je 1600 Ex.), rund 70 Artikel touristischen Inhalts in deutscher, französischer und englischer Fassung.

Betreuung von ausländischen Publizisten

Die vom Presse- und Public-Relations-Dienst betreuten Publizisten stammten aus allen fünf Erdteilen. Am stärksten vertreten waren folgende Länder: USA (400), Deutschland (195), Schweden (149), Spanien (64), Grossbritannien (52), Dänemark (45), Argentinien (37). Vermehrt wur-

den auch Journalistengruppen aus dem Mittleren Osten empfangen, darunter Vertreter der Wirtschaftspresse und eine Chefredaktorengruppe aus Ägypten. Die Gesamtzahl der einzelnen oder in Gruppen betreuten ausländischen Journalisten, Reisebürovertreter, Film- und Fernsehleute, Fotoreporter, Fotografen und Fernsehkommentatoren belief sich auf 1300.

FOTODIENST

1. Produktion

a) Reportagen

Landschaften und Sportarten in allen Regionen
Aktualitäten:

1. März – Chalandamarz im Engadin

Bergsteigerschule Andermatt

Pestalozzidorf Trogen

SVZ-Agentur Amsterdam

Dokumentation über die Tätigkeit der SVZ:

1000 Negative schwarzweiss (400 als Ersatz für veraltete Bilder)

2600 Farbdiaspositive

b) Atelier

650 Aufnahmen für verschiedene Abteilungen

500 Farbdiaspositive für Dokumentation SVZ

c) Labor

37 400 Vergrößerungen 18×24 cm bis 1×1 m für Ausleihstelle, Produktionsabteilung, Ausstellungsdiens und Revue «Schweiz»

2. Auswertung

a) Fotoserien (dreisprachig)

Typische Häuser der Schweiz (40 Motive), Ferienstadt Lugano – südländisch und vielfältig (20 Motive), Fête des Vignerons 1977 (30 Motive), Winter- und Sommerwerbserie 1976/77 mit je 75 Aufnahmen aus allen Regionen

b) Bildberichte (dreisprachig)

«Blankes Eis und schwere Steine», «Die Walliser Haute-Route», «Châteilet im Justistal», «Ferien im Eselstempo – Auf Safari in den Walliser Alpen», «Romanze im Schnee – Schlitteda im Engadin», «Auf schmalen Brettern durch den Jura», «Ski-Marathon über die Engadiner Seen», «St. Niklaus in Fribourg»

c) Ausleih

Unsere Agenturen erhielten die erwähnten Fotoserien und Bildberichte in zwei- bis sechsfacher Ausführung zuhanden der Presse, d. h. total 15600 Aufnahmen und dazu auf Bestellung hin 7600 diverse Fotodokumente. 18800 Schwarzweissaufnahmen und 4200 Farbdias sind zur Beantwortung von 1040 Anfragen (davon 340 Besucher) an Redaktionen von Tageszeitungen und Zeitschriften, Buchverleger, Verkehrsvereine, Reisebüros, Fluggesellschaften sowie die diplomatischen Vertretungen abgegeben worden.

Zahlen aus der Erfolgskontrolle

940 SVZ-Bildberichte wurden veröffentlicht, so

150 in Südamerika, 400 in den USA, 54 in Kanada, 110 in Dänemark/Norwegen, 124 in Schweden-Finnland, 40 in Italien und 30 (in einer Gesamtauflage von 2,7 Millionen) in den Niederlanden. Aus der Schweiz sind 335 Zeitungsbelege eingegangen.

Aus unserer Mitarbeit

Halle Tourismus im Verkehrshaus der Schweiz: Farbdias für Multivisionsshow; 300 Pressefotos anlässlich der Einweihung.

Messe in Kairo: Bildmaterial an Schweizerische Zentrale für Handelsförderung und verschiedene Aussteller sowie an Zeitungen.

Monatskalender im Fernen Osten in Zusammenarbeit mit Schweizer Uhrenvertretung: Auflage 250 000.

SPAR-Monatskalender «Ferienland Schweiz», in Deutschland. Auflage 1,1 Millionen.

Wandschmuck in SBB-Wagen: 7000 Vergrößerungen (150 Motive) aus allen Regionen.

Tonbildshows zur Präsentation der Schweiz durch die Swissair, IBM, Bankgesellschaft, Ciba-Geigy: Abgabe von 700 Originaldias 6×6 cm zur Herstellung von Reduktionen oder Filmstreifen.

SVZ-Publikationen: Bäderbuch der Schweiz, Ferienangebote, Shellfolders, zwei Wintersportplakate, verschiedene Titelbilder und Beiträge für Revue «Schweiz».

SVZ-Ausstellungen: SNOW 76 in Basel und verschiedene Messen im Ausland.

DEKORATIONEN UND SCHAUFENSTERWERBUNG

Inland

28. 4.–22. 5.: *Zürich, «Grüezi im Schweizer Hotel»*
Ausstellung des Schweizer Hotelier-Vereins im Warenhaus Oscar Weber. Kreation des Signets und zahlreicher Zeichnungen durch die graphische Abteilung als Vorlage für die Dekorationen der Schaufenster, der Verkaufsräume und des Restaurants, Herstellung von Tischsets.
29. 6.: *Luzern, «Abteilung Tourismus» im Verkehrshaus der Schweiz*
Dekoration des Konferenzsaals und des Restaurants anlässlich der Einweihung der von der SVZ geschaffenen permanenten Abteilung «Tourismus».

Ausland

- ab 1. 3.: *USA, «Transportation in Switzerland»*
Vom Verkehrshaus der Schweiz konzipierte und organisierte Wanderausstellung im Rahmen des Bicentennial. Konzept des touristischen Teils durch die SVZ (Foto- und Informationswand).

27. 5.–30. 5.: *Berchtesgaden, «70 Jahre Deutscher Skiverband»*

Einsatz unserer erfolgreichen, erstmals an der SNOW 75 gezeigten Nostalski-Ausstellung (Sammlung skurriler Skis).

Dia-Leuchtkästen

Produktion von 135 mobilen Dia-Leuchtkästen für den Einsatz in den SVZ-Agenturen, in Reisebüros und Hotels.

AUSSTELLUNGEN UND MESSEN

In Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung, der Swissair, der Pro Helvetia, mit Transportunternehmungen, lokalen und regionalen Verkehrsvereinen und weiteren schweizerischen Organisationen waren die SVZ und ihre Agenturen an folgenden internationalen Messen und Ausstellungen vertreten:

28. 1.– 1. 2.: *Utrecht*
Ferienmesse «Vakantie 76»
6. 2.–14. 2.: *Paris*
1^{re} Semaine mondiale du tourisme
10. 2.– 3. 3.: *Madrid*
Gastronomische Schweizer Wochen im Swissair-Restaurant

26. 2.–29. 2.: *Monte Carlo*
MIVICO, Marché International
des Villes et Equipements de
Congrès
28. 2.– 7. 3.: *Berlin*
10. Internationale Tourismus-
Börse ITB
4. 3.–15. 3.: *Nizza*
Foire internationale
11. 3.–19. 3.: *Verona*
Fiera di Verona
13. 3.–21. 3.: *Brüssel*
Salon des vacances
7. 4.–12. 4.: *Aalborg*
Ausstellung «Frühjahr '76»
9. 4.–30. 6.: *Flevohof/Amsterdam*
Touristische Schweiz-Ausstellung
14. 4.–25. 4.: *Mailand*
Fiera di Milano
25. 4.– 3. 5.: *Toulouse*
Foire internationale
28. 4.– 6. 5.: *Hannover*
Internationale Messe
1. 6.–10. 6.: *Barcelona*
44. Internationale Mustermesse
17. 6.– 6. 9.: *Montreal*
Ausstellung «Terre des hommes»
10. 7.–25. 7.: *Bogotá*
Internationale Messe
4. 9.–28. 9.: *Sint Niklaas*
Freiballonausstellung im Rathaus
17. 9.–19. 9.: *Helsinki*
Internationale Touristenmesse
25. 9.– 3. 10.: *Innsbruck*
Internationale Fremdenverkehrs-
messe
1. 10.–17. 10.: *Algier*
Internationale Messe
1. 10.–30. 10.: *Manila*
Philippine International Trade
Fair
2. 10.–10. 10.: *Graz*
Internationale Süd-Ost-Messe
2. 10.–10. 10.: *Luxemburg*
Internationale Messe
19. 10.– 1. 11.: *Teheran*
Internationale Handelsmesse
23. 10.–31. 10.: *London*
4th Daily Mail International Ski
Show
5. 11.–22. 11.: *El Salvador*
Foire internationale
10. 11.–21. 11.: *Paris*
Expo Neige
23. 11.– 3. 12.: *Kairo*
Schweizerische Industrie- und
Handelsausstellung
- Inland*
24. 4.– 3. 5.: *Basel, Schweizer Mustermesse*
Gemeinschaftsstand mit SBB und
Swissair. Thema: Weinbau und
Tourismus

18. 6.–27. 6.: *St. Gallen, SPORT '76*
Die Möglichkeiten des Ferienlandes Schweiz für aktive, sportliche Gäste (mit Auskunftsschalter)
- ab 29. 6.: *Luzern, Abteilung «Tourismus» im Verkehrshaus der Schweiz*
Eröffnung der ersten permanenten, durch die SVZ geschaffenen Schau über den Fremdenverkehr auf 450 m² Fläche
29. 6.–10. 10.: *Luzern, «Schweizer Hotelpioniere», Verkehrshaus der Schweiz*
Präsentation dieser SVZ-Wanderausstellung als Ergänzung der Abteilung «Tourismus»
11. 9.–26. 9.: *Lausanne, Comptoir Suisse*
Propagierung der «Fête des Vignerons 1977» (mit Auskunftsschalter)
7. 10.–17. 10.: *St. Gallen, OLMA 76*
Beteiligung unter den Themen: «Für Schweizer – Schweizer Ferien naheliegend» und «Schweiz – für Ihr Geld Ferien wie Gold»
25. 10.– 1. 11.: *Basel, SNOW 76*
Das Ferienland im Winter unter dem Thema «Schweiz sonnenklar!», dargestellt mit 14 verschiedenen Diaschauen (mit Auskunftsschalter)

1. 12.: *Zürich, Kongresshaus, «Die Schweizer Kongressorte»*
Präsentation der im Verband Schweizer Kongressorte (ASK) zusammengeschlossenen Orte. Auskunftsschalter der SVZ über die Schweiz als Kongressland.

RADIO UND FERNSEHEN

Radio DRS: Die 54 wöchentlichen «*Unterwegs*»-Sendungen befassten sich vermehrt mit aktuellen touristischen Themen. Eine neue, regelmässige Serie wurde mit der Sendung «*Unterwegs*»-Auskunft geschaffen, wo verschiedene Touristikfachleute Probleme und Fragen aus dem Zuhörer-kreis diskutieren. In der «*Leichten Welle*» orientierte die SVZ jede Woche einmal in ihrem touristischen Bulletin über Neuerungen und machte auch auf wichtige kulturelle und folkloristische Anlässe aufmerksam. «*Touristorama*», die tägliche, viersprachige Sendung für ausländische Feriengäste, stellte während der Wintersaison die sportlichen Möglichkeiten verschiedener Ferienorte vor und vermittelte Tips zur Unfallverhütung auf Skipisten und Loipen. Vom 28. Juni bis 11. September war die dritte «*Touristorama*»-Runde zu hören, wobei das Schwergewicht auf vermehrte generelle Information über unser Land gelegt wurde und Themen wie Kunst, Architek-

tur, Brauchtum oder Gastronomie zur Sprache kamen. Neben verschiedenen Interviews mit der SVZ-Direktion bot sich Gelegenheit, mit den Sendungen «Unterwegs», «Leichte Welle» und «Touristorama» rund 150 Stunden via Radio DRS zu informieren und ein breites Publikum auf das vielfältige Angebot, aber auch die Probleme und Wünsche im Schweizer Tourismus aufmerksam zu machen.

Spezialaktionen: Unter dem Titel «Radio DRS reist mit» ermittelte Radiostudio Bern im Juli und August an fünf bestimmten Tagen Schweizer Ferienstimmung aus Gstaad, Wildhaus, Stans, Saas Fee und Splügen. Für den Publikumswettbewerb stiftete die SVZ verschiedene Preise. Die SVZ beteiligte sich an den Vorbereitungsarbeiten und stellte sich als Vermittlerin zwischen Kurdirektoren und Radio Bern zur Verfügung.

Radio Svizzera Italiana: Einmal mehr stand die Samstagmittagsendung «L'ammazzacaffè» im Vordergrund. Während der Sommersaison wurde den Kurdirektoren aus der ganzen Schweiz Gelegenheit geboten, ihren Ort in dieser Sendung vorzustellen. Auch hier übernahm die SVZ die Vermittlerrolle.

Schweizerischer Kurzwelldienst: «Schweiz – Suisse – Svizzera» nennt sich ein neuer Zyklus im KWD-Programm. Die Sendung gelangt jeden dritten Sonntag zur Ausstrahlung und berichtet über Bekanntes und Unbekanntes im Reiseland Schweiz. Dem Redaktionsteam stand die SVZ mit

Ideen, Auskünften und Dokumentationsmaterial zur Verfügung.

Neben dem regelmässigen Versand von touristischen Informationen an «Radio Suisse Romande» hat der Hauptsitz zu Beginn der Sommer- und der Wintersaison wie üblich alle Verkehrsvereine und Transportunternehmungen im Welschland und im Berner Oberland gebeten, jede Woche einschlägige Unterlagen über aktuelle Themen und Neuigkeiten nach Lausanne zu schicken. Diese seit vielen Jahren eingespielte Zusammenarbeit hat sich bestens bewährt. Zudem haben wir die Serie von Sendungen «La Haute Route du Jura à ski» in der zweiten Januarhälfte finanziell unterstützt, und dies im Sinne einer Werbung für weniger bekannte Ferienregionen des Landes.

Fernsehen DRS: Unsere Bemühungen zur Unterbringung von Touristikbeiträgen wurden fortgesetzt, ohne dass jedoch greifbare Resultate erzielt werden konnten. Erfreulicher entwickelte sich die Zusammenarbeit mit der *Tagesschau*, die unter anderem von unserer Mitgliederversammlung in Lugano, der Eröffnung der Halle Tourismus im Verkehrshaus der Schweiz in Luzern und unserem Stand an der SNOW 76 in Basel berichtete.

VORTRAGSDIENST

Produktion von Farbdiapositiv-Serien mit 102 Winter- und Sommerlandschaften:

- 6100 Stück im Format 24 × 36 mm in Plastikrähmchen mit Aufdruck der Bildlegende für den Ausleih durch unsere Agenturen und den Hauptsitz
- 5100 Stück im Format 36 × 36 mm unter Glas in Plastikrähmchen mit Aufdruck der Bildlegende für agentureigenen Einsatz

Abgabe von:

- 33 individuell zusammengestellten Diareihen mit 900 Bildern zur Präsentation des Ferienlandes Schweiz
- 500 Bibliovisionen in englischer und deutscher Sprache an Jugendliche, die zum Studium oder zur Weiterbildung ins Ausland reisten

FILMDIENST

Fertiggestellte Filme

«*Schweizer Pastorale*.» Farbig, 35 und 16 mm, 16 Minuten. Produktion: Condor Film AG, Zürich; Gestaltung: Nicolas Gessner; Themen und Motive aus Beethovens 6. Symphonie untermalen Flugaufnahmen der Schweizer Landschaft, ohne Kommentar. Titel in Deutsch, Französisch, Italienisch, Englisch, Spanisch und Portugiesisch.

«*Burgen und Schlösser der Schweiz – 1. Teil*.» Farbig, 16 mm, 20 Minuten. Produktion: Ciné-groupe, Zürich; Gestaltung: Emanuel Schillig; Kurzversion aus dem Material einer 13teiligen Serie des Schweizer Fernsehens. Kurze Spielszenen verbinden Aufnahmen von Arenenberg, Lenzburg, dem Munot, Tarasp, Bellinzona, Gruyères und Chillon. Deutscher und englischer Kommentar.

«*Cis-E-A*.» Farbig, 16 mm, 15 Minuten. Eine Produktion der PTT (Condor Film). Gestaltung: Markus Weyermann. Von einer verfilmten Tonbildschau sind zwei kombinierte Sprachversionen hergestellt worden: flämisch/holländisch/dänisch und englisch/spanisch/schwedisch. Die deutsch/französisch/italienische Fassung bearbeiteten die PTT.

Dia-Präsentationen

«*Jahresbericht 1975*.» Kombinierte Film- und Diaprojektion (5 Projektoren) für die Mitgliederversammlung in Lugano unter dem Thema «Für Ihr Geld – Ferien wie Gold».

Kopien

5	35 mm	« <i>Pastoral Switzerland</i> » (Condor, 1976)
119	16 mm	« <i>Schweizer Pastorale</i> » (Condor, 1976) in Deutsch, Französisch, Italienisch, Englisch, Spanisch und Portugiesisch

- 45 16 mm «*Burgen und Schlösser der Schweiz – 1. Teil*» (Cinégroup, 1976) in Deutsch und Englisch
- 31 16 mm «*Cis-E-A*» (Condor/PTT, 1975 bis 1976) in Deutsch/Französisch/Italienisch, Flämisch/Holländisch/Dänisch und Englisch/Spanisch/Schwedisch
- 22 16 mm «*The Swiss Year*» (Seiler/Gnant, 1968)
- 30 16 mm «*Sounding The Surface*» (Seiler/Gnant, 1962)
- 11 16 mm «*Chant d'un pays*» (Condor/ADEN, 1975)
- 5 16 mm «*Sur la haute route – l'aventure*» (Edwards, 1975)
- 3 16 mm «*Swiss Challenge*» (Barrymore, 1975)
- 1 16 mm «*Europa Nostra*» (BTA, 1975)

Auswertung

Kino:

«*Pastoral Switzerland*» (Condor, 1976) in der Schweiz, in Frankreich, Belgien, Luxemburg, West- und Ostdeutschland, Österreich, Nord- und Westafrika.

«*glissando*» (Kern, 1974) in Frankreich und Portugal.

Sechs unserer älteren Produktionen laufen weiterhin in den Kinos.

Fernsehen:

«*A Study In Contrasts*» (Kleinberg, 1971) fünfzehnmal in den USA, zweimal in Argentinien, dreimal in Kanada.

«*Captains Three*» (Schweiz. Filmwochenschau, 1975) neunmal in Kanada, zweimal in den USA, einmal in Argentinien.

«*Maestri e Maestranze*» (Schmidely, 1971) viermal in den USA, zweimal in Kanada, einmal in Monaco.

«*Brienzer Rothornbahn*» (Schweiz. Filmwochenschau, 1974) vierzehnmal in Kanada.

«*High Altitude Skiing*» (Bertholet, 1965) fünfmal in Kanada.

«*Portalet*» (Darbellay, 1965) sechsmal in Kanada.

«*Im Laufe des Jahres*» (Seiler/Gnant, 1968) dreimal in Argentinien, einmal in Japan, einmal in den USA.

«*Ice, Rock And Sky*» (Bertholet, 1965) viermal in den USA.

«*In den Wässern sind alle Tugenden*» (Früh, 1974) zweimal in Kanada.

«*Brot und Wein*» (Kleinberg, 1970) einmal in Argentinien.

«*glissando*» (Kern, 1974) zweimal in Argentinien.

«*Als der Schnee erfunden wurde*» (Turnus, 1970) einmal in Argentinien.

«*Cantilena Helvetica*» (Condor, 1967) einmal in den USA.

«*Gastland Schweiz*» (Condor, 1966/67) einmal in den USA.

«Ski for you» (Condor, 1970) einmal in den USA.
«Happy Pace Of Switzerland» (Condor, 1962)
einmal in den USA.

Diverse:

Durch Vermittlung unserer Agenturen und durch den Hauptsitz wurden auch in diesem Jahr zahlreiche Filme von regionalen und lokalen Verkehrsvereinen und solche von Transportorganisationen durch ausländische Sender ausgestrahlt. Verschiedene unserer Filme sind auf spanischen und englischen Linienschiffen im Einsatz, zwei sind von der Staatsbibliothek Virginia, USA, auf Videokassetten überspielt worden. An internationalen Messen in San Salvador, Kairo und Teheran zeigten wir «Pastoral Switzerland» in den Schweizer Pavillons.

Siebzehn unserer Filme werden weiterhin im Gratisverleih des Schweizer Schul- und Volkskinos, Bern, gezeigt.

Auszeichnungen:

«Pastoral Switzerland» (Condor, 1976) Prädikat «Besonders wertvoll» der Filmbewertungsstelle Wiesbaden, BRD; «Silver Wheel Trophy» am First Airline And Travel Film World Festival, Buenos Aires; Preis des spanischen Untersekretariats für Tourismus am Festival international du film de tourisme et de folklore, Bruxelles; «Silver Award» am 19th International Film And TV-Festival, New York.

AUSKUNFTSDIENST AM HAUPTSITZ

Erteilung von Auskünften über Reise- und Ferienmöglichkeiten in der Schweiz auf schriftlichem, mündlichem oder telefonischem Weg; sie reichten von der Zusammenstellung von Reiserouten für Zugbenutzer und Automobilisten, Billettpreisen, Unterkunftsmöglichkeiten in Hotels, Pensionen, Motels, auf Campingplätzen, in Jugend- und Familienherbergen, Chalets und Ferienwohnungen bis zu Kongressmöglichkeiten, kulturellen Veranstaltungen, Erziehungs- und Bildungsanstalten, Ferienkursen, Sanatorien und Erholungsheimen.

Erstellung der gesamtschweizerischen Veranstaltungsverzeichnisse, die in zwölf Nummern der Inlandausgabe der Revue «Schweiz» – alphabetisch nach Orten aufgeführt – und für die Sommer- und Wintersaison – thematisch geordnet – als separate Broschüre in vier Sprachen herausgegeben werden.

REVUE «SCHWEIZ»

Jedes der zwölf Monatshefte war einem bestimmten Thema gewidmet:

Januar	Stadt St. Gallen
Februar	Wald – 100 Jahre Eidgenössisches Forstgesetz
März	Höhlen und Hallen

*Das Oktoberheft der Revue «Schweiz» war dem
Klettgau im Kanton Schaffhausen gewidmet*





April Die Burgunderkriege
 Mai Gschpässige Schweiz
 Juni Romanik in der Schweiz
 Juli Beziehung Schweiz–USA aus Anlass
 des «Bicentennial» in Amerika
 August Richard Wagner in der Schweiz
 September Orbe: Porträt eines Flusses
 Oktober Klettgau
 November Bahntourismus – 100 Jahre CIWLT
 Dezember Wintersport
 Die beiden Auslandhefte wurden aus dem Mate-
 rial der Inlandhefte zusammengestellt, wobei Satz
 und Filme wieder verwendet werden konnten.
 Gesamtauflage 1976: 244700 Exemplare (210700
 Inlandnummern und 34000 Auslandhefte).

STUDIENREISEN FÜR REISEBÜROANGESTELLTE

Unter Mitwirkung der SVZ wurden folgende Stu-
 dienreisen in der Schweiz durchgeführt:

Januar Norwegen (12 Personen)
 Deutschland (150)
 Dänemark (16)
 März Spanien (20 Personen)
 Argentinien (12)
 Schweden (15)
 April New Jersey ASTA Chapter (63 Per-
 sonen)
 USA (23)
 Dänemark (12)

Mai South East ASTA Chapter (90 Per-
 sonen)
 Schweden (27)
 Juni Abschlussklasse des Utalii College
 Nairobi, Kenya (8 Personen)
 Oktober Northwest Pacific ASTA Chapter
 (30 Personen)
 Saudiarabien (7)

Weiter unterstützten wir, zusammen mit den lo-
 kalen und regionalen Verkehrsvereinen sowie den
 Transportunternehmungen, Swissair-Studienrei-
 sen in sämtliche Regionen der Schweiz.

BESONDERE WERBEAKTIONEN

Abteilung Tourismus im Verkehrshaus der Schweiz, Luzern

Die Einweihung dieser von der SVZ geschaffenen,
 ersten permanenten Ausstellung über den Schwei-
 zer Tourismus am 29. Juni wurde zu einer grossen
 Werbe- und PR-Aktion ausgestaltet. Im Beisein
 von Herrn Bundesrat Willi Ritschard wohnten
 der Eröffnungsfeier über 200 Persönlichkeiten aus
 Politik und Wirtschaft, insbesondere der Frem-
 denverkehrswirtschaft, bei. Fernsehen, Radio und
 Presse liessen sich durch rund 50 Mitarbeiter ver-
 treten. Die Schau hat bereits in den ersten Mona-
 ten ihres Bestehens ein positives, was die Multi-
 vision auf zehn Leinwänden betrifft sogar be-
 geistertes Echo ausgelöst.

Meteorama

Dieses neuartige, in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Meteorologischen Zentralanstalt geschaffene Wetterablesegerät, das im Endausbau simultan das Wetter und seinen Verlauf in 32 Meteoregionen der Schweiz anzeigt, wurde für eine erste fünfmonatige Versuchsphase in der Abteilung Tourismus im Verkehrshaus der Schweiz aufgestellt. Es stiess auf lebhaftes Interesse. Ende 1976 wurde es bei der MZA in Zürich auf vollautomatische elektronische Datenaufnahme programmiert und mit zusätzlichen, touristisch wertvollen Informationsmöglichkeiten wie Anzeige der Nebelobergrenze, Druckverlauf usw. versehen. Das Gerät wird ab Frühjahr 1977 für eine weitere Versuchsperiode an der Bahnhofstrasse in Zürich installiert.

Panorama 77, Ausstellungszug der SBB und der SVZ

Unter diesem Titel haben die SBB – dies aus Anlass des 75-Jahr-Jubiläums – und die SVZ ab September erhebliche Vorarbeit für diese grossangelegte Inlandwerbekampagne geleistet. Ab 1. März 1977 und bis 12. Juni 1977 soll der aus 10 Wagen bestehende Ausstellungszug *Panorama 77* die 68 grössten Orte der Schweiz besuchen und Informationen über das Ferienland Schweiz und die Belange der Bahnen, vermitteln. Zahlreiche Nebenaktionen dienen der propagandistischen Ergänzung des Ausstellungszuges.

SPAR-Kalender 1977

Die SPAR-Kette, ein deutsches Detailhandelsunternehmen der Lebensmittel- und Konsumgüterbranche mit 10 000 angeschlossenen Läden, gibt jeweils für ihre Kunden einen Wandkalender in einer Auflage von über einer Million Exemplaren heraus. Für 1977 konnte das Imprimat ganz unter das Thema «Ferienland Schweiz – nahelegend!» gestellt werden. Während die Vorderseiten der 12 Kalenderblätter die touristischen Regionen der Schweiz im Bild zeigen, enthalten deren Rückseiten konkrete Informationen und Angebote. Da die SPAR-Kette 1977 ihr 25-Jahr-Jubiläum feiert, hat sie eine «Traumreise in die Schweiz» im Gegenwert von DM 5000.– zur Verlosung gestiftet. Der Kalender erreicht rund 4 bis 5 Millionen Personen der mittleren bis oberen Kaufkraftschicht in der Bundesrepublik Deutschland.

Turner-Kalender 1977

Zum 200. Geburtstag des bekannten englischen Malers J. M. W. Turner (1775–1851) und in Erinnerung an seine sechs Schweizer Reisen zwischen 1802 und 1844 hat die SVZ den Wandkalender «Turner in der Schweiz» herausgebracht. Darin sind 13 seiner meisterhaften Aquarelle mit Schweizer Landschaften reproduziert. Der Kalender, der bei seinen Empfängern sehr gut aufgenommen worden ist, wurde in einer Auflage von 17 500 Exemplaren in den Sprachver-

sionen deutsch/englisch, französisch/italienisch und englisch/französisch gedruckt. 12500 Kalender gelangten durch die SVZ-Agenturen, 3500 durch die Schweizer Botschaften und Generalkonsulate und 1500 durch den Hauptsitz zur Verteilung.

Fête des Vignerons, Vevey 1977

Da die «Fête des Vignerons» (FEVI) 1977 als Bestandteil des Aktionsprogramms erklärt wurde, stand der Hauptsitz seit Anfang April in engem Kontakt mit den Organisatoren dieses grossartigen Schauspiels, das nur viermal im Jahrhundert – 1977 mit einem Budget von über 17 Millionen Franken – zur Aufführung gelangt. Zur Propagierung des Festspiels im Ausland durch unsere Agenturen wurden folgende Vorkehrungen getroffen: laufende Information der Agenturen, Versand von Werbematerial, Realisierung eigener Klein- und Stellplakate sowie eines neuen Kopfplakats, Verkauf von Eintrittskarten (eine solche Aktion gilt als Ausnahme, die erste seit der Landesausstellung Lausanne 1964), Versand des FEVI- und des SVZ-Materials, wie Prospekte, Plakate und Pressemitteilungen, Information an alle diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz sowie an zahlreiche touristische Interessenten, Vorbereitung von Presse- und Werbe-reisen der FEVI-Verantwortlichen im Ausland sowie finanzielle Unterstützung für den Materialversand, den Druck von FEVI-Imprimaten, Werbe-reisen usw.

«Grüezi im Schweizer Hotel»

Unter diesem Motto führte der Schweizer Hotelier-Verein im Warenhaus Oscar Weber an der Bahnhofstrasse in Zürich vom 28. April bis zum 22. Mai eine Werbeaktion durch. Die SVZ unterstützte dieselbe durch Abgabe von Prospekten und umfangreichem Dekorationsmaterial usw. Im weiteren offerierte sie für Wettbewerbsgewinner die Reise zum Ferienort. Der Propagierung der von der SVZ gesammelten und publizierten Pauschalangebote wurde in dieser erfolgreichen Aktion ein grosser Platz eingeräumt.

«Swiss Travel Invention»

Auf Initiative der Swissair sind während des ganzen Jahres Journalisten aus verschiedenen, dem Swissair-Netz angeschlossenen Ländern eingeladen worden, die am 1. April ins Leben gerufene neue Ferienformel «Swiss Travel Invention» an Ort und Stelle zu testen. Das Angebot ist für ausländische Feriengäste gedacht, die Reiseroute und Unterkunft frei wählen und im voraus den genauen Preis für alle Dienstleistungen kennen möchten. Die SVZ war bei der Gestaltung der individuellen Programme behilflich.

International Press Study Mission

Rund 3000 amerikanische Tageszeitungen mit kleineren und mittleren Auflageziffern sind zu einer Studiengemeinschaft mit Sitz in Boston zusammengeschlossen. Von Zeit zu Zeit werden

Studienreisen in ein bestimmtes Land durchgeführt, und 1976 war die Schweiz an der Reihe. Eine rund 40köpfige Studiengruppe (International Press Study Mission) bereiste – stellvertretend für die gesamte Redaktionsgemeinschaft – verschiedene Gebiete der Schweiz und wurde von der SVZ betreut und dokumentiert.

ARTgallery Magazine, New York

Drei anglo-amerikanische Journalisten wurden gemeinsam von der Stiftung «Pro Helvetia» und der SVZ im Hinblick auf eine weitere schweizerische Sonderausgabe der New Yorker Zeitschrift «ARTgallery Magazine» betreut, wobei auch ein spezifisch touristisches Programm ausgearbeitet wurde. Diese Studienreisen galten der Vorbereitung eines Sonderheftes über die deutsche Schweiz.

Einladung ausländischer Kunstkritiker nach Lausanne

Kurz nach der Einweihung der neuen «Collection de l'art brut» in Lausanne hat die SVZ, unter Mitwirkung des Verkehrsvereins Lausanne, zehn ausländische Kunstkritiker zu einem Besuch dieser einzigartigen Sammlung eingeladen. Namhafte Zeitungen wie «L'Aurore» und die «Frankfurter Allgemeine» stellten in der Folge Lausanne und seine Kunstschätze vor.

Stagiaires des EPD zu Gast bei der SVZ

Traditionsgemäss wurden im März und im Sep-

tember zwei Besuche des Hauptsitzes für angehende Diplomaten und Kanzleibeamte des Eidgenössischen Politischen Departements organisiert. Ziel war eine umfassende Orientierung über Struktur und Aufgaben der SVZ, um die spätere Zusammenarbeit mit den diplomatischen und konsularischen Vertretungen unseres Landes zu erleichtern.

Interparlamentarische Vereinigung für Tourismus

In Zusammenarbeit mit dem Amt für Verkehr in Bern organisierte die SVZ eine Vorstandssitzung der AIDT (Association Interparlementaire du Tourisme) in Zürich mit einem besonderen Ausflugsprogramm. Die stärkste Delegation stellte Brasilien mit 20 Personen.

Internationaler Verband der Frauen- und Familienpresse

Sechs europäische Länder beteiligten sich an einer Arbeitstagung der «Association Internationale des Journalistes de la Presse Féminine et Familiale» in Zürich. In Verbindung mit dem örtlichen Verkehrsverein organisierte die SVZ das Aufenthalts- und Ausflugsprogramm.

Pressewerbung für Skireisen in Japan

Ein Reporterteam der japanischen Zeitschrift «Ski and Skiing Magazine» weilte im Dezember an mehreren Schweizer Wintersportplätzen. Die publizistische Werbung soll die Aufmerksamkeit

einer jüngeren Generation von Japanern auf das Wintersportparadies Schweiz lenken.

Fernsehprogramm «Children of the World»

Eine Kamera- und Reportergruppe des Fernsehnetzes TBS, Tokio, realisierte in der Schweiz für die populäre Sendereihe «Children of the World» zwei halbstündige Programme mit «typisch» schweizerischen Familien im Mittelpunkt. Beleuchtet wurde eine Familie mit zwei Kindern in einer Stadt sowie die Familie eines Dorfschullehrers im Toggenburg.

46. ASTA-Kongress

Vom 13. bis 19. September fand in New Orleans der 46. ASTA-Kongress (American Society of Travel Agents) mit einer Beteiligung von über 5000 touristischen Vertretern aus aller Welt statt. Die SVZ war mit zwei Delegierten des Hauptsitzes und den Agenturchefs von New York und San Francisco vertreten. Verschiedene PR-Aktionen halfen mit, das Ferienland Schweiz in Presseveröffentlichungen und im Fernsehen in Erinnerung zu rufen. Erstmals war die SVZ mit einem Auskunftsstand an der «Travel Trade Show» vertreten. Darüber hinaus beteiligte sie sich an einer gleichzeitig stattfindenden Ausstellung der SZH im «International Trade Mart» mit einer besonderen touristischen Dekoration. Die traditionellen Raclette-Luncheons für 400 Personen waren ein voller Erfolg.

