

# Werbung und Werbemittel

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **41 (1981)**

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

---

## Produktion

### Drucksachen

<i>Steam in Switzerland</i> 1981	E	1 800 Ex.
<i>Studentenunterkünfte</i>	D, F, E, komb.	5 000 Ex.
<i>Vielfalt der Religionen in der Schweiz</i> (im Auftrag der Kommission Kirche und Tourismus hergestellt)	D, F, E	10 600 Ex.
<i>Veranstaltungen in der Schweiz, Sommer und Herbst 1981</i>	D, F, E, I	43 000 Ex.
<i>Veranstaltungen in der Schweiz, 1982</i>	D, F, E, I	49 000 Ex.
<i>Consejos útiles para su viaje a Suiza</i> (Agenturbroschüre Buenos Aires)	Spanisch	7 500 Ex.
<i>Kleiner Ratgeber für Ihre Schweizer Reise</i> (Agenturbroschüre Wien)	D	4 000 Ex.
<i>Die Schweiz von A bis Z</i> (Agenturbroschüre Frankfurt)	D	100 000 Ex.
<i>Jahresbericht der SVZ 1980</i>	D, F	2 300 Ex.
<i>Pauschalarrangements Sommer 1981</i> und gesamtes Hobbyferien-Angebot, 6 Dépliants	D	16 000 Ex.
<i>Pauschalarrangements Winter 1981/82</i> und Ferienangebot, 4 Dépliants	D, F komb.	36 000 Ex.
<i>Die Hochschulen der Schweiz</i>	D, F, E	50 000 Ex.
<i>Schweizer Heilbäder, 3. Auflage</i>	D, F, E komb.	15 000 Ex.
<i>Schweizerische Privatschulen</i> (gemeinsam herausgegeben vom Verband Schweizerischer Privatschulen und von der SVZ) Gesamte Auflage: 50 000 Ex.	D, F, E, I komb.	10 000 Ex.

<i>i-Blätter und touristische Neuerungen</i>	D	35 000 Ex. 250 Ex.
<i>Eile mit Weile</i> (gemeinsam herausgegeben von der Schweizerischen Kreditanstalt und der SVZ) Gesamte Auflage: 100 000 Ex.	D, F, I	45 000 Ex.
<i>Die Schweiz und ihre Gletscher</i> , Bildband herausgegeben von Kümmerly + Frey	D, 3. Auflage F, 2. Auflage E, 1. Auflage I, 1. Auflage	4 000 Ex. 3 000 Ex. 3 000 Ex. 4 000 Ex.
herausgegeben vom Dreisprachenverlag		
<i>Revue «Schweiz, Suisse, Svizzera, Svizra, Switzerland»</i> (12 Inlandausgaben)	D, F, E, I komb.	252 000 Ex.
<i>Umschlagvordrucke für Agenturbroschüren</i> , 10,5 × 21 cm	neutral	500 000 Ex.
<i>Shellfolders</i> , 7 Sujets, A 4	neutral	515 000 Ex.
<i>Verschiedene Imprime und Plakateindrucke für die Gletscherausstellung in Norditalien, Davos, Frankfurt, Paris und in den USA</i>	diverse	
<i>Verschiedene Imprime für «Schweizerwandern»</i> (Kleber, Briefpapier, Kleinplakate usw.)	D, F, I, Rom	294 000 Ex.
<i>Verschiedene Imprime für Werbereisen</i>	E	3 700 Ex.
<i>Die Schweiz an der ITB 81</i> (Broschüre)	D	5 000 Ex.
<i>Verschiedene Imprime für den 1. Swiss Travel Mart</i> (Einladungen, Checkhefte, Kleber, Badges, Plakate usw.)	D, F, E	14 500 Ex.
<i>Katalog 1. Swiss Travel Mart</i> , 260 Seiten	D, F, E komb.	800 Ex.
<i>Metalltafeln «Schweizer Heilbäder»</i>	D	50 Ex.
<i>Kleber: «Schweizer Heilbäder», «Suiza – Europa en Miniatura», «Switzerland. It's worth it.»</i>	diverse	20 000 Ex.
<i>Regionenplakate:</i>		
<i>Ostschweiz</i>	D, F, E, HL	7 000 Ex.
<i>Rhätische Bahn</i>	D	6 000 Ex.
<i>the swiss way (Skiplakat)</i>	E	8 000 Ex.
<i>Jura</i>	D, F, E, I, HL	9 000 Ex.

Zentralschweiz	D, F, E, I, HL, SP	13 000 Ex.
Wallis	D, F, E, I, HL, SP	10 000 Ex.
Berner Oberland	D, F, E, I, HL, SP	11 000 Ex.
Berner Mittelland	neutral	10 000 Ex.
Tessin	neutral	10 000 Ex.
Freiburg	neutral	7 000 Ex.
Basel	neutral	10 000 Ex.
Generalisierte Schweizer Karte für Agenturbroschüren (Original, Format A 4)		800 Ex.

*Konzepte für:*

*Neue Eisenbahn- und Strassenkarte der Schweiz  
SVZ-Signet*

*Prospekt für den Film «andante»*

D, F, E, I, SP 3 000 Ex.

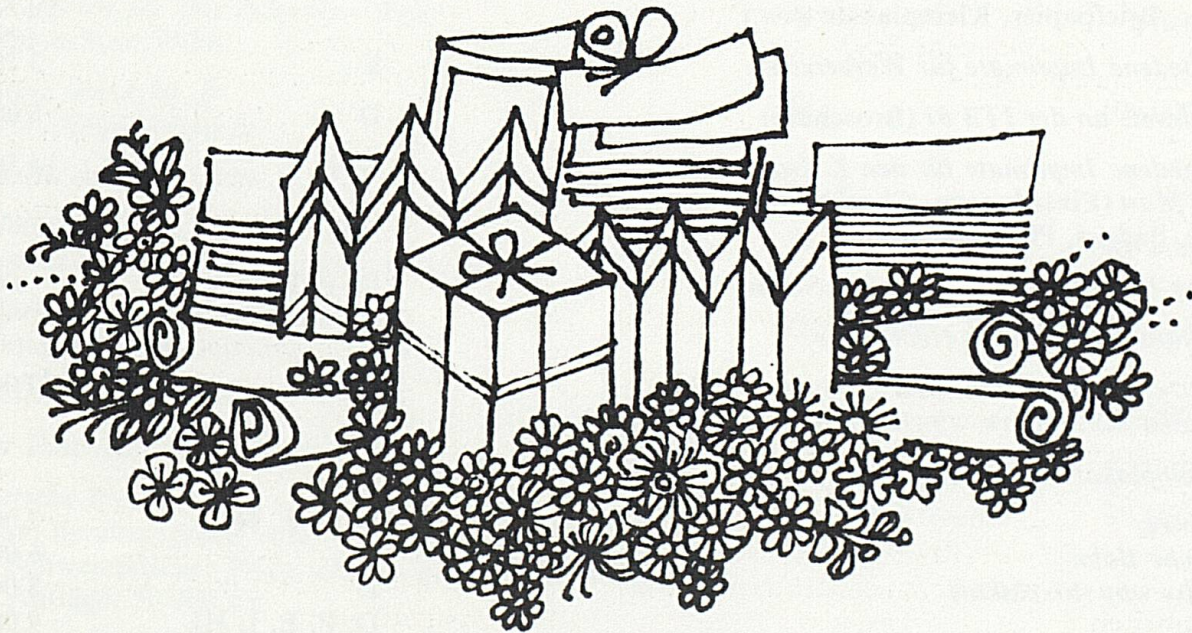
*Im Auftrag hergestellt:*

*Dépliant-Schülerprospekt der Koordinations-  
kommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland  
(Bis Ende 1981 insgesamt 1,5 Mio. Ex.  
in 25 Sprachversionen hergestellt)*

Amerikanisch, D, 316 000 Ex.  
E, Norwegisch,  
Chinesisch/E,  
Tschechisch,  
Hebräisch, Türkisch

Gesamtauflage der bearbeiteten Drucksachen

2 500 000 Ex.



### *Insertionen Inland und Ausland*

Aus budgetären Gründen wurde die Anzahl der Insertionen im Inland auf 9, im Ausland auf 3 reduziert.

### *Auszeichnungen*

- Erster grosser Preis am «7<sup>e</sup> concours international d'affiches touristiques de Tarbes» (Frankreich) für die neuen Photoplakate der Regionen.
- Zwei erste Preise für das Ski-Plakat «the swiss way» an der XV. Espomanifestatur in Catania (Italien).
- Zweiter Preis an der «Primera rassegna internazionale del manifesto turistico» in Marina di Ravenna (Italien) für die neuen Photoplakate der Regionen.
- Dritter Preis an der «14a mostra internazionale del manifesto turistico» in Mailand für das Plakat der Region Ostschweiz.
- Im Wettbewerb um die Goldene Reisekutsche 1981 in Darmstadt (Deutschland) wurden die Anzeigekampagne Deutschland, 12 Fenstersujets und 7 Broschüren «Schweiz Pauschal» Sommer 1980 mit dem Prädikat «lobend erwähnt» ausgezeichnet.

## Film

### *Produktion*

*Die Schweiz* (Eigenproduktion), Tonbildschau, 12 Minuten, französisch, spanisch und brasilianisch kommentierte Fassungen der 1980 produzierten Schau.

*Skifantasy* (Bogner), 16-mm-Film, farbig, 24 Minuten, nicht kommentiert. Koproduktion mit Bogner, Region Graubünden, VV Oberengadin und Swissair. Thema Skiakrobatik und Skiballett.

*Winter in der Schweiz* (Paratte), 35-mm-Film, farbig, 15 Minuten, nicht kommentiert. Halbzeit der Dreharbeiten.

*Swissorama-Film* (Heiniger), 70-mm-Film, farbig, 20 Minuten, nicht kommentiert. Erste Drehbuchvorlage entstand in Zusammenarbeit mit unserer Filmabteilung.

### *Filmkopien*

- 3 16 mm *Pastoral Switzerland* (Condor, 1980)
  - 25 16 mm *Skifantasy* (Bogner, 1981)
  - 20 16 mm *Erlebnis Schweizer-Alpen* (Dinner, 1980)
  - 20 16 mm *Swiss Puzzle* (SBB/Paratte, 1981)
- Einkauf und Versand von mehr als 120 Kopien im Auftrag der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland.

### *Videokopien*

Alle im Katalog der Koordinationskommission erscheinenden SVZ-Produktionen wurden auf ¾"-U-matic-Bänder aufgezeichnet.

### *Auswertung Kino*

*Schweizer Pastorale* mit 40 35-mm-Kopien weiterhin im Verleih der United Artists in den USA.

### *Auswertung Fernsehen*

Alle SVZ-Produktionen sowie die Filme der SBB, PTT, VST und der Regionen und lokalen Verkehrsvereine wurden wiederholt von Fernsehstationen in den USA, Kanada, Japan, Italien, Australien, Argentinien, Spanien ausgestrahlt.

### *Verschiedenes*

Mitarbeit in der Arbeitsgruppe Film/Fernsehen der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland: Kopieneinkauf, Einrichtung einer Videothek.

Beschickung verschiedener Filmwochen der Pro Helvetia und einiger Veranstaltungen der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung. Ausleih an die Vertretungen der Swissair.

Rund 40 000 Zuschauer durch Inland-Verleih des Film-Instituts, Bern.

### *Auszeichnungen*

*andante* (Condor, 1980): Spezialpreis der touristischen Presse am XV. Festival international du film de tourisme, Tarbes (Frankreich); Goldmedaille am 24. Film & TV Festival, New York; Spezialpreis am 14th International Travel Film Festival in Anaheim, Kalifornien.

### Photo

#### *Produktion und Archiv*

Die Reportagen waren grösstenteils auf die neuen SVZ-Plakate ausgerichtet: Kanton Freiburg mit SBB, Berner Mittelland, Tessin und Basel-Stadt sowie auf Landschaften und Dokumentationen über die Tätigkeit der SVZ.

Resultate: 690 Schwarzweissnegative ersetzen veraltete Motive, welche zum Teil im Sonderarchiv für historische Bilder eingereiht wurden; 4800 Diapositive und 1900 Duplikate für Archiv und Agenturen.

Im Labor: 33 500 Schwarzweissvergrösserungen, vorwiegend im Format 18 x 24 cm, für den Ausleih und verschiedene Abteilungen am Hauptsitz sowie für Agenturen. Davon 4200 Vergrösserungen von 72 Landschafts- und Sportmotiven für Werbeserie Winter 1981/82 und 4800 Vergrösserungen von 80 Motiven für Werbeserie Sommer 1982; 5400 Vergrösserungen für die Bildberichte: Sitten – Stadt am Fusse zweier Hügel (20 Motive), Schweizer Trachten- und Alphirtenfest Unspunnen (11 Motive), Jedes Jahr im Schweizer Jura – Fest der Pferde in Saignelégier (13 Moti-

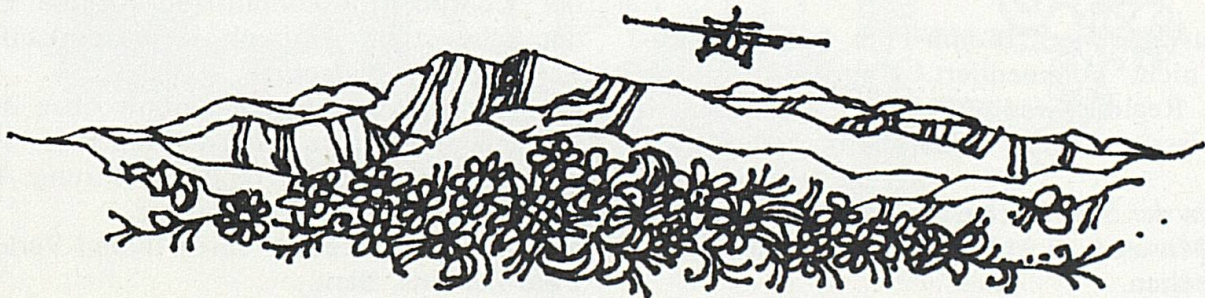
ve), Kerzenziehen in Zürich – ein altes Schweizer Handwerk lebt neu auf (7 Motive), Wollishofer Kläuse im Lichterglanz (7 Motive), Photodokumentation «Mit der Schweizer Reisepost» (14 Motive).

#### *Ausleih*

Beantwortung von 780 schriftlichen Anfragen für Tageszeitungen und Zeitschriften, Imprimatörischer Organisationen, Transportunternehmen und Reiseveranstalter, Aussteller, Buchverlage sowie diplomatische Vertretungen der Schweiz im Ausland mit 13 000 Schwarzweissvergrösserungen und 4000 Dias. 220 Interessenten wurden mit 1000 Photos und 1300 Dias bedient. Umfangreiche Vorarbeit für den Ersatz der Multivision im Verkehrshaus der Schweiz in Luzern. Die Agenturen erhielten 3200 neue Farbdias für die Werbung Winter 1981/82 und Sommer 1982. 130 Anfragen seitens der Agenturen sind mit 7000 Schwarzweissvergrösserungen und 700 Dias beantwortet worden. Die neu eröffnete Aussenstelle München erhielt ein Archiv mit 1100 Sommer- und 450 Winterdias.

Ausgewiesene Veröffentlichungen in der Schweiz: in 365 Tageszeitungen, Zeitschriften und Büchern erschienen 1000 Bilder, in Reiseprospekten (SBB, PTT und Reisebüros) deren 250.

Ausgewiesene Veröffentlichungen im Ausland: 750 Bilder warben für das Ferienland in Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und Reiseprogrammen. Bildberichte wurden 310mal veröffentlicht.



# Ausstellungen und Messen

## Inland

- Zürich*, 24. 2.–2. 3.  
*Zürcher Ferienmesse*  
SVZ- Multivision, IVA-Kulissen
- Lausanne*, 19. 3.–23. 3.  
*Salon des vacances*  
Dreiteilige Prismendrehwand
- Basel*, 25. 4.–5. 5.  
*Schweizer Mustermesse*  
Reisegepäckausstellung, Dreiteilige Prismendrehwand, Informationsstand
- Lausanne*, 2. 9.–27. 9.  
*62. Comptoir Suisse*  
«Schweiz – Sonnenklar», Werbung für Winterferien
- Lugano*, 4. 10.–8. 10.  
*FITEC-Kongress* (Internationale Bädertagung)
- Basel*, 2. 11.–18. 11.  
*IGEHO, 100 Jahre Hotelierverein*  
SVZ-Jugendstil-Hotelréception, Reisegepäckausstellung

## Ausland

- Utrecht*, 14. 1.–18. 1.  
*Vakantie '81 – Ferienmesse*  
unter Beteiligung regionaler und lokaler Verkehrsvereine
- Singapore*, 14. 1.–18. 1.  
*Swissasean, 2. Schweizerische Industrieausstellung für Südostasien*  
Auskunftsstand in Zusammenarbeit mit SZH

*Toronto*, 11. 2.–4. 3.  
*Schweizer Skiwochen im neu eröffneten Mövenpick-Restaurant*, skurrile Skis

*Paris*, 12. 2.–22. 2.  
*Semaine mondiale du tourisme*, Auskunftsstand

*Berlin*, 28. 2.–6. 3.  
*ITB '81 Internationale Tourismus-Börse Berlin*  
ITB Stand, humoristische Spazierstöcke

*Dhahran*, 10. 3.–20. 3.  
*Swiss Festival*, in Zusammenarbeit mit Swissair

*Brüssel*, 21. 3.–29. 3.  
*Salon des vacances*  
Kleiner SVZ-Messestand, Kinderzeichnungen, Fahnenturm

*Hannover*, 1. 4.–8. 4.  
*Internationale Messe*  
Auskunftsstand, in Zusammenarbeit mit SZH

*Ulm*, 23. 4.–7. 5.  
*Firma Hettlage*, Spazierstockausstellung

*Toronto*, 29. 4.–18. 5.  
*Schweizer Woche im CN-Tower*  
Spezialausstellungen und Informationsstand, in Zusammenarbeit mit Koko und SZH

*Würzburg*, 8. 5.–17. 5.  
*Schweizer Wochen*  
SVZ-Multivision und Kuhglockenausstellung im Warenhaus Hertie  
Spazierstockausstellung in der Bayerischen Landesbank

*Jeddah*, 28. 5.–3. 6.  
*Tourismusmesse*  
Informationsstand, in Zusammenarbeit mit Swissair

*Gignese*, 1. 6.–30. 9.  
Spazierstockausstellung im Kuriositätenmuseum

*Frankfurt*, 14. 8.–13. 9.  
Spazierstockausstellung im Flughafen

München 6. 9.–9. 9.  
RDA Workshop

Houston, 16. 9.–26. 9.  
Schweizer Wochen in Zusammenarbeit mit Koko  
Spezialausstellungen und Informationsstand in  
verschiedenen Orten

Paris, 8. 10.–11. 10.  
MITCAR – Fachmesse  
unter Beteiligung regionaler und lokaler Ver-  
kehrsvereine

Köln, 10. 10.–16. 10.  
ANUGA  
Informationsstand, in Zusammenarbeit mit SZH

Paris, 24. 10.–1. 11.  
Neige et montagne, Auskunftsstand

Triest, 31. 10.–4. 11.  
Internationale Tourismusmesse  
unter Beteiligung regionaler Verkehrsvereine

Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Arnhem  
Mitte Oktober–Mitte November

Ski Happs, Auskunftsstand

London, 15. 11.–22. 11.  
Daily Mail Ski Show – Publikums- und Fach-  
messe  
33 Wintersportorte sowie Swissair und SVZ nah-  
men an der grössten englischen Wintersport-  
messe teil

Einsätze der Ausstellung «Die Schweiz und ihre  
Gletscher»

Mailand, 16. 1.–24. 2.  
Museo Nazionale della Scienza e della Tecnica

Bergamo, 7. 3.–5. 4.  
Palazzo della Ragione

Turin, 14. 4.–17. 5.  
Museo Nazionale della Montagna «Duca degli  
Abruzzi»

Davos, 20.6.–17. 7.  
Kongresshaus

Frankfurt, 14. 8.–13. 9.  
Flughafen

Houston, 11. 9.–4. 10.  
Museum Natural Science

Paris, 30.10.–30.4.82  
Palais de la découverte

Oklahoma, 7. 11.–3. 1. 82  
Omniplex Museum

Die Gletscherausstellungen werden bis Mitte  
1983 in Amerika bzw. Ende 1982 in Frankreich  
gezeigt.

## Dekorationen und Schaufenster

		Agentur
PTT-Jubiläum	23. 3.–30. 6.	Mailand
«75 Jahre Postauto»	23. 2.– 7. 11.	London
	27. 7.– 5. 10.	Paris
Sommerwerbung	30. 6.– 5. 10.	Mailand
Winterwerbung	6. 10.–30. 3. 82	Mailand
	7. 11.–30. 3. 82	London
	15. 10.–30. 3. 82	Wien
Aktionen mit Partnern:		
«Exportwerbung für Schweizer Textilien»	1. 8.–30. 8.	Wien
	28. 9.– 8. 10.	Mailand



## Material und Versand

Der Materialdienst versandte

1 886 Frachtkolli  
304 Container  
3 543 Postpakete  
11 251 Drucksachenpakete

mit touristischem Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und schweizerischen Verkehrsinteressenten im Totalgewicht von rund 514 Tonnen (1980 = 621 Tonnen).

## Presse und Public Relations

### Inland

#### *Tages- und Fachpresse*

Die 1980 geschaffene Abteilung Presse Inland leistete grosse Aufbauarbeit. Im Interesse der Tagespresse und Zeitschriften wurde die Verteilung des monatlichen Bulletins «Nachrichten aus der Schweiz» spürbar erhöht und verfeinert, was die zahlreich erhaltenen Pressebelege bezeugen. Themen wie Thermalbäder im April, Jugendherbergen im September oder Winterpauschalen im Oktober wurden besonders geschätzt. 13 Mitteilungen an die Presseagenturen orientierten über aktuelle Fragen wie die Aussichten für die Sommersaison und die Tätigkeit der SVZ.

Vermehrt wurde der Kontakt mit Fachjournalisten und Reisedredaktionen gepflegt, die automatisch oder auf Anfrage die verschiedensten Dokumente und Imprime erhalten. Auch Besuche von Presseleuten wie den Tourismus-Redaktoren der «NZZ» am Hauptsitz und Kontakte auf den Redaktionen halfen, das Verständnis für die Be-

lange unseres Fremdenverkehrs und für die Anliegen der SVZ in einer finanziell schwierigen Zeit zu fördern.

Mehrere Artikel aus der Feder des Direktors und des Pressechefs «Inland» wurden an eine Reihe von Zeitschriften geliefert. Dankbar darf man das ständige Interesse der Medienvertreter an wichtigen Anlässen der SVZ wie Mitgliederversammlung, Agenturchefkonferenz und «1. Swiss Travel Mart» feststellen.

#### *Radio und Fernsehen*

Radio DRS: Zusammenstellen von Informationen und Unterlagen für die Touristiksendungen «Touristorama» an Freitagen um 12 Uhr und «Unterwegs» an Samstagen um 10 Uhr. Der Direktor und Mitarbeiter des Hauptsitzes wirkten des öfters als Interviewpartner mit. Für die Sendung «Da stimmt was nicht», ein Ratespiel mit Schweizer Ferienorten, trat die SVZ als Vermittler zu den Kurorten auf.

Radio Suisse romande: Zu Beginn der Winter- und Sommersaison werden die Verkehrsvereine ersucht, Informationen für die Gestaltung der sommerlichen Sendungen «Spécial-Vacances» und der aktuellen Wintersportberichte regelmässig nach Lausanne zu verschicken. Im Rahmen der Sendeserie «Sur demande» konnte der SVZ-Sprecher anlässlich von acht Einschaltungen insbesondere über längerfristige Vorhaben der SVZ wie den «Swiss Travel Mart» und über aktuelle Themen am Anfang der Wintersaison berichten. Fernsehen DRS: Ausbau der Kontakte zu Fernsehmitarbeitern, Beratung und Mithilfe bei verschiedenen Sendungen wie TV-Wanderquiz, Tell-Star, Karussell.

Schweizer Radio International: Regelmässige Informationslieferung für Sendungen in 7 Sprachen. Mitwirkung als Interview-Partner.

Südwestfunk, Studio Konstanz und Bayrischer Rundfunk: laufende Information über das Schweiz-Angebot.

## Ausland

Es wurden 850 ausländische Medienvertreter aus 45 Ländern betreut, was im Vergleich zum Vorjahr einer Steigerung von rund einem Drittel entspricht. Vor allem sind Besuche aus den Primär- und Sekundärmärkten des Ferienlandes Schweiz gefördert worden; über 80% aller Pressevertreter stammten denn auch aus den USA, der Bundesrepublik Deutschland, Grossbritannien, den Benelux-Staaten sowie Japan. Die meisten dieser Aufenthalte waren auf die Bemühungen unserer Agenturen und des Hauptsitzes zurückzuführen. Im persönlichen Kontakt mit den Publizisten ist auf die Präsentation der Preiswürdigkeit sowie der Konkurrenzfähigkeit unseres Ferienlandes grosser Wert gelegt worden, wobei man natürlich auch weitere Trümpfe wie landschaftliche Schönheiten, politische Stabilität, traditionelle Gastfreundschaft, Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Sauberkeit hervorhob.

Unter diesen Gästen aus allen fünf Kontinenten befanden sich Vertreter von einflussreichen und auflagestarken Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften und Nachrichtendiensten, Reportergruppen zahlreicher Radio- und Fernsehnetze sowie Produzenten, Kameraleute, Drehbuchautoren und andere Mitarbeiter von Filmgesellschaften.

Bestehende Verbindungen des Pressedienstes zu ausländischen Publizisten, Verlagshäusern sowie Radio-, Fernseh- und Filmleuten aus aller Welt wurden weiter gepflegt, und darüber hinaus konnte auch eine ganze Reihe neuer, wertvoller Beziehungen geschaffen werden. Bei der Ausarbeitung von gewissen Reiseprogrammen sowie bei der Vermittlung von persönlichen Kontakten und Interviews wurden öfters auch Organisationen wie der Presse- und Informationsdienst des EDA, des EMD, die Stiftung Pro Helvetia, die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung sowie Industrieverbände usw. beigezogen. Wei-

tere Ziele waren die Verbreitung von eigenen Presseartikeln über den Schweizer Tourismus und die SVZ in verschiedenen ausländischen Medien sowie die Intensivierung des Kontaktes mit den in unserem Land akkreditierten Auslandskorrespondenten. Die Zahl der Beiträge über die touristische Schweiz in ausländischen Publikationen und Massenmedien war denn auch erfreulich hoch.

## Information

### Allgemeine Auskünfte

#### *Informationsblätter*

Stets wiederkehrende Fragen liegen der Schaffung einer Vielfalt von Informationsblättern zugrunde. Neu herausgegeben wurden «i-Blätter» zu folgenden Themen: Zoologische Gärten, Botanische Gärten, Windsurfingschulen, Segelschulen, Sommerskigebiete, Golfplätze, Plausch-Schiffahrten, Natureisfelder, Kunsteisbahnen; Uebearbeitung und Neuherausgabe zahlreicher früher erschienener Blätter.

#### *Kurzfristige Umfragen*

Zu Beginn und gegen Ende der Wintersaison Umfragen bei den regionalen Verkehrsverbänden nach den Eröffnungs- bzw. Schliessungsdaten der offiziellen Wintersaison oder einzelner Sportbahnen.

Wöchentliche Ermittlung der Buchungssituation in Hotels über die Oster-, Weihnachts- und Neujahrsfeiertage bei den lokalen Verkehrsvereinen und Zusammenfassung in Bulletins für SVZ-Agenturen und die Presse.

Bis zum Ende der Schneeperiode und wieder ab Dezember Uebermittlung der Strassenzustandsberichte des ACS und TCS an Agenturen jeden

Freitag und bei extremen Witterungsbedingungen.

Versuchsweise Einführung des Loipenberichts der SVZ zu Beginn und gegen Ende der Wintersaison. Verbreitung eines wöchentlichen Bulletins über die Depeschendienste, das Radio und an die SVZ-Agenturen.

#### *Telefon 120*

Winterhalbjahr: zweimal wöchentlich Verbreitung des für jede Sprachregion speziell zugeschnittenen Schneeberichts. Resultat: rund 200 000 Anrufe. Sommerhalbjahr: von Mai bis November zweimal wöchentlich Redaktion des Touristikbulletins mit Ferien-, Reisetips und Hinweisen auf Veranstaltungen. Dreisprachige Verbreitung. Resultat: rund 120 000 Anrufe.

#### *Veranstaltungen*

Zusammenstellen des Veranstaltungskalenders in den 12 Ausgaben der Revue «Schweiz». Vier Sprachausgaben eines Veranstaltungskalenders, erstmals für die Periode April bis Ende Dezember 1981.

#### *Schneebericht*

Organisation und Durchführung des Schneeberichts. Sammeln der Schneemeldungen und Erstellen von verschiedenen Bulletins für das In- und Ausland. Wöchentlich zweimalige Verbreitung an die SVZ-Agenturen, die Auskunfts- und Reisebüros der Bahnen, die Nachrichtendienste zuhanden der Schweizer Presse sowie an weitere Interessenten. Zusammenfassung und Uebermittlung von Spezialbulletins für Telefon 120 in den drei Sprachregionen und Durchgabe der Regionalberichte an das Schweizer Radio. Integration des Schneeberichts in die Bildschirmtext-Versuchsbetriebe «Videotex» und «Teletext».

## Bäder und Klima

#### *Heilbäder*

Als Gemeinschaftswerbung für die Badekurorte führte die SVZ folgende Aktionen durch: Inserate in Tages- und Wochenzeitschriften in der Schweiz und in Deutschland, Einsatz von Plakaten, Prospekten und Wettbewerbsformularen bei 24 Drogerien, Präsentation der Heilbäder und Mithilfe bei der Organisation des FITEC-Kongresses in Lugano (Fédération Internationale du Thermalisme et du Climatisme), Neuauflage des Prospektes «Schweizer Heilbäder», Herstellung von Klebern und Alutafeln für die Bezeichnung der Mitgliederhäuser des Verbandes, Verwendung des Bädersignets in allen Werbemitteln, Publikation zahlreicher PR-Artikel. Das Interesse seitens der Presse steigt an; der Trend «Zurück zur Natur» kommt deutlich zum Ausdruck.

#### *Klimakurorte*

Beratung und Mithilfe bei der Verbandswerbung für die Klimakurorte. Vorarbeiten für die englische Fassung des Klimabuches.

## Kulturelles

Pflege der Kontakte mit Künstlern und Kulturinstitutionen, Publikation von kulturellen Anlässen in unseren Veranstaltungskalendern und in der Revue «Schweiz».

Unsere Kartei über weniger bekannte Kulturobjekte in rund 3000 Schweizer Gemeinden diente Autoren und Verlagen als Nachschlagwerk für kulturelle Führer und Artikel.

## Jugend, Erziehung, Sport

#### *Jugend*

Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Bund für Jugendherbergen und mit der Schweizeri-

schen Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände. Durch die letztgenannte Organisation, die auch Ferien- und Studienprogramme für ausländische Jugendgruppen organisiert, wurde uns eine Gruppe aus Polen vermittelt, der wir Einblick in unsere Tätigkeit geben konnten.

#### *Erziehung*

Herausgabe verschiedener Broschüren: «Hochschulen der Schweiz» in deutscher, französischer und englischer Sprache. Neben der SVZ haben sich folgende Organisationen an den Kosten beteiligt: Schweizerische Zentralstelle für Hochschulwesen, Pro Helvetia, Auslandschweizersekretariat der Neuen Helvetischen Gesellschaft, Eidgenössische Stipendienkommission und Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland. Neuauflage der Broschüre «Studentenunterkünfte in der Schweiz». Zweisprachiger Faltprospekt «Wintersport und Sprachkurse für junge Leute, Winter 1981/82». Vorbereitungsarbeiten für die Neuauflage der Broschüre «Schweiz – Ferien mit Sprachkursen 1982»; erscheint Mitte Januar 1982. Erste gemeinsame Ausgabe (SVZ/Verband schweizerischer Privatschulen) der 4sprachigen Broschüre «Schweizerische Privatschulen». Die Publikation enthält rund 300 Adressen von Instituten und wird durch den Verband und durch die Schulen selbst finanziert.

#### *Sport*

Kontaktpflege mit zahlreichen Verbänden, Verbreitung von Werbe- und Photomaterial; Propagierung der Schweizer Skischulen, Langlaufloipen, Skiwanderwege; Reitsport: enge Beziehungen zu den nationalen und internationalen Reitsportverbänden.

## Elektronische Medien

#### *Videotex (PTT-Telefonbildschirmtext)*

Aktive Teilnahme der SVZ am Pilotversuch «Videotex» mit einem eigenen Programm. Ständig aktualisierte Informationen zu Themen wie Schneebericht, Loipenbericht, Buchungssituation in Hotels, Betrieb der Bergbahnen. Ausarbeitung des bildschirmgerechten graphischen Layouts einer ganzen Reihe von Leitseiten. Der Pilotversuch «Videotex» wird 1983/84 durch einen Marktversuch unter Einschluss einer Anzahl Haushalte abgelöst.

#### *Teletext (TV-Bildschirmtext)*

Die SRG übernahm den Schneebericht der SVZ auf drei Bildschirmseiten als erste touristische Information im «Teletext» des Deutschschweizer Fernsehens.

## Reklamationen

Von den rund 120 schriftlichen Reklamationen konnte ein grosser Teil durch unsere Vermittlung zufriedenstellend erledigt werden. Die meisten Beschwerden fallen unter die Gruppe Höflichkeit, Anstand und Gastfreundlichkeit. Eine durch den Schweizerischen Fremdenverkehrsverband in Bern ins Leben gerufene, repräsentativ zusammengesetzte Arbeitsgruppe «Ombudsmann im Tourismus» versucht, die vielschichtigen Probleme der Beschwerden im Tourismus zu behandeln. Nebst Vertretern der Anbieterseite und der Konsumentenorganisationen sind auch das Bundesamt für Verkehr und die SVZ in dieser Gruppe aktiv.

## Dokumentation und Marktanalysen

Für den Hauptsitz und die SVZ-Agenturen wurden Dokumentationsarbeiten zu einer Vielzahl von Themen ausgeführt und Marktdaten ausgewertet. Bei den lokalen Verkehrsvereinen sind die beiden Umfragen nach dem Angebot für den Sommer 1981 und den Winter 1981/82 durchgeführt worden. Sie fassen jeweils Fragen mehrerer Abteilungen des Hauptsitzes und der Agenturen zusammen und erlauben uns, das Informationsmaterial regelmässig auf neusten Stand zu bringen. Anhand der zurückgeschickten Fragebogen wurden unter anderem die Manuskripte für zehn Listen mit insgesamt über 600 Angeboten aus rund 200 Orten zusammengestellt.

## Verkaufsförderung

716 Reisebüroagenten aus neun Ländern besuchten auf 31 Studienreisen die Schweiz, um sich auf Einladung der SVZ oder einer nahestehenden Organisation mit dem Angebot unseres Ferienlandes an Ort und Stelle vertraut zu machen. Diese Studienreisen bilden eine wesentliche Ergänzung der Werbereisen von schweizerischen Organisationen nach dem Ausland. Nach wie vor spielt die persönliche Kontaktnahme und Betreuung dieser Gäste, denen eine wichtige Trendsetter-Funktion zukommt, eine grosse Rolle. Wir können uns dabei auf die bewährte Zusammenarbeit mit den SBB, PTT und der Swissair und Organisationen wie der ASK verlassen. Ueber die Hälfte der Agenten stammte aus Uebersee, wobei die Amerikaner mit 327 Teilnehmern die weitaus

grösste Gruppe stellten. Bei den Europäern belegten die deutschen Fachleute mit 249 Teilnehmern den ersten Rang. Verglichen mit dem Vorjahr ist ein Rückgang von rund 40% festzustellen, bedingt durch die Budgetrestriktionen und die Durchführung des 1. Swiss Travel Mart.

Folgende Studienreisen verdienen spezielle Erwähnung: Anlässlich zweier Reisen im Winter konnten wir 45 Mitglieder der ARTA (Association of Retail Travel Agents) aus den USA begrüßen. Auf Grund der gewonnenen Eindrücke hat diese Organisation beschlossen, ihren Jahreskongress 1982 im Oktober in Lausanne abzuhalten. Im Sinne einer Vorbereitung der SVZ-Werbereise nach Südamerika besuchten 41 Reisebürodirektoren aus Argentinien und Brasilien die Schweiz. Im Rahmen der jährlichen Studienreise der «Rhine River Promotion» stand die Zentralschweiz im April im Mittelpunkt eines Schweiz-Programms für rund 100 Amerikaner. Auf Grund unserer seit Jahren gepflegten Beziehungen zur ASTA (American Society of Travel Agents) besuchte das Connecticut-Chapter im Mai drei unserer Regionen.

### *ITB '81 – Internationale Tourismusbörse Berlin (28. 2.–6. 3.)*

Zum zweitenmal nach 1980 wurde der für diese Ausstellung konzipierte Stand eingesetzt, wobei sich insgesamt 17 Regionen und Hotelgruppen als Anschlussmieter beteiligten. Im Rahmen des Standes wurde die SVZ-Ausstellung «Skurrile Spazierstöcke» gezeigt, die sowohl bei den Fachbesuchern wie beim Berliner Publikum grosse Beachtung fand. Die SVZ betrieb den Informationsstand sowie zusammen mit dem Verkehrsverein für Graubünden das angegliederte Restaurant, welches sich zu einem äusserst beliebten ITB-Treffpunkt entwickelte. Die Zahl der Fachbesucher hat um rund 10% auf 13 000 zugenommen, während die Publikumsbesucher um 10% auf 54 000 zurückgingen.

### 1. Swiss Travel Mart in Interlaken (18.–21. 10.)

Einem immer wieder geäußerten Wunsch folgend, wonach auch die Schweiz eine Art Forum der Begegnung zwischen ausländischen Nachfragern und Schweizer Anbietern von touristischen Dienstleistungen haben sollte, organisierte die SVZ zusammen mit den SBB, PTT und der Swissair mit der Hilfe des Verkehrsvereins Interlaken den 1. Swiss Travel Mart. Der Anlass erwies sich auf Anhieb als willkommene Bereicherung der obengenannten Beziehungen. Ueber 200 ausländische Fachleute waren unserer Einladung gefolgt und nahmen während zweier Tage die Gelegenheit wahr, sich im Gespräch mit rund 250 Schweizer Anbietern in 102 Kojen mit dem Angebot der verschiedenen beteiligten Gruppen vertraut zu machen. Ein Rahmenprogramm ergänzte die Arbeit und trug viel dazu bei, die Schweizer Gastlichkeit und die vielfältigen touristischen Dienstleistungen im besten Licht erscheinen zu lassen. Im Anschluss an die Interlakner Tage verbrachten rund die Hälfte aller Eingeladenen drei Tage in der Schweiz auf individuellen Studienreisen. Die ausländischen Fachleute besuchten insgesamt 34 über die ganze Schweiz verstreute Orte wie Le Brassus, Schaffhausen, Silvaplana und Lugano.

Auf Grund des überaus positiven Bedürfnisnachweises, den uns diese erstmalige Durchführung gegeben hat, wird der 2. Swiss Travel Mart vom 23. bis zum 26. Oktober 1983 in Lugano stattfinden.

## Revue «Schweiz»

Januar	Freiburg im Schnee
Februar	Mit der MOB durchs Saanenland und das Pays-d'Enhaut

März	Traditionsreiche Schweizer Hotellerie
April	Im Land der Kirschbaumblüte – Baselland, Schwarzbubenland, Laufental
Mai	Einsiedeln: Kloster – Dorf – Welttheater
Juni	Val Müstair
Juli	Emme – von der Quelle bis zur Mündung
August	Auf Rädern
September	Rund um den Neuenburgersee
Oktober	75 Jahre Simplontunnel: Bilderbuch einer Bahnreise Paris–Simplon–Milano
November	Eisen in der Schweiz
Dezember	Glas

Seit der Januarnummer 81 wird die Revue im Rotationsoffsetverfahren gedruckt, was wesentliche Einsparungen ermöglichte. Zur finanziellen Entlastung trägt aber auch die stetig wachsende Zahl der Abonnenten bei, die heute 10 000 überschritten hat.

## Besondere Aktionen

### Gesamtschweizerische SVZ-Werbereisen

17 Vertreter von touristischen Regionen und Hotelgruppen begaben sich vom 25. April bis zum 9. Mai auf die vierte nationale Werbereise, in deren Rahmen die Städte *Ottawa, Toronto, Vancou-*

ver, Calgary, Edmonton in Kanada sowie Seattle, San Francisco, Los Angeles, Costa Mesa und San Diego besucht wurden. Anlässlich von 15 Empfängen konnten gegen 700 Interessenten aus dem Reisebürogewerbe sowie der Medien im Lichte des sich günstig entwickelnden Dollarkurses mit dem Angebot des Ferienlandes Schweiz vertraut gemacht werden.

Vom 13. bis zum 19. September nahmen Vertreter von 12 der 15 Schweizer «Top Spots» sowie neun Hoteliers aus diesen Orten an einer *Kurz-Werbe-reise nach Arizona und Texas* teil. An zehn Veranstaltungen gelang es, rund 300 Agenten und Medienvertreter über das Angebot des Ferienlandes zu informieren. Dieser für SVZ-Werbereisen neue Teilnehmerkreis erwies sich als eine sehr glückliche Wahl so wie auch der erstmalige Einsatz einer bekannten amerikanischen Journalistin, die ihren Landsleuten die Schweiz auf überzeugende Art näherbrachte. Diese Werbereise stand in engem Zusammenhang mit dem *Swiss Festival in Houston*, das ebenso Station der Reise war wie *Phoenix/Arizona und San Antonio, Austin, Dallas und Fort Worth*.

Vom 1. bis zum 14. November fand die fünfte nationale Werbereise statt, die zum erstenmal nach *Südamerika* führte. Die 14köpfige Delegation bestand neben Vertretern der SVZ und der Swissair aus Repräsentanten touristischer Regionen und Hotelgruppen. Besucht wurden die Städte *Rio de Janeiro, São Paulo, Buenos Aires, Rosario und Córdoba*. Bei 11 Empfängen konnten über 700 Medienvertreter und Reisefachleute im Sinne einer besseren Berücksichtigung des Ferienlandes Schweiz in den Programmen der südamerikanischen Tour Operators bearbeitet werden. Zahlreiche Berichte im Radio, Fernsehen und in der Presse beleuchteten diese Kampagne.

## Aktionen mit Partnern

«*Salute to Switzerland*» – *Schweizer Woche im CN-Tower Toronto (29. 4.–18. 5.)*

Die Gemeinschaftsaktion der Schweizerischen Verkehrszentrale und der Zentrale für Handelsförderung wurde durch Bundesrat Pierre Aubert eröffnet. Neben Präsentationen von rund 35 Firmen, darunter neun Uhrenherstellern, umfasste die Veranstaltung unter anderem eine Ausstellung über unsere Maschinenindustrie, eine Reihe von touristischen Exponaten wie «Skurrile Skis» und «Eisenbahn in der Schweiz» sowie einen Wettbewerb, bei dem es galt, sieben Photosujets mit der richtigen Beschreibung zusammenzubringen. Erstmals im Ausland wurde die vom Schweizer Heimatwerk zusammengestellte Sammlung «Traditionelles und zeitgenössisches schweizerisches Kunstschaffen» gezeigt. Am Informationsstand konnten sich die Besucher mit Prospekten eindecken, jegliche Art von Auskünften erhalten, und im Restaurant, das sich auf 351 m Höhe befindet, wurden unter einem Kantonsfahnenhimmel Schweizer Spezialitäten serviert. Besucherzahl: 80 000.

*Swiss Festival in Houston (16.–25. 9.)*

Houston, eine der am schnellsten wachsenden Städte Amerikas, stand während zehn Septembertagen im Zeichen der Schweiz. Die SVZ trug Wesentliches bei zum Gelingen dieser bisher grössten nationalen Schau im Ausland, welche unter dem Patronat der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland stand und in Zusammenarbeit mit anderen Schweizer Organisationen durchgeführt wurde. Die technische Koordination sowie die gesamte Auf- und Abbauarbeit lagen in den Händen unseres Ausstellungsdienstes. Das SVZ-Markenzeichen trugen die Gletscherausstellung, die Präsentation skurriler Spazierstöcke und die neue Kopie der Heidi-Schau. An der Eröffnung war die SVZ

durch ihren Präsidenten und am Schlussbankett durch ihren Direktor vertreten.

#### *Aktion Schweizer Pass*

Die Arbeiten am Schweizer Pass wurden in Zusammenarbeit mit dem Fabrikatelier am Wasser fortgesetzt. Diese originelle Publikation wird viersprachig erscheinen und viel Wissenswertes über Land und Leute enthalten. Wir stellten den Pass rund 20 Unternehmungen der Privatwirtschaft vor, die sich für die Uebernahme einer bestimmten Anzahl der geplanten Gesamtauflage von 120 000 Exemplaren bereit erklärten. Jede Firma, die mindestens 5000 Pässe übernimmt, kann für Eigenwerbung über eine Doppelseite im 40seitigen Pass verfügen. Ueber diese Partnerfirmen, die durch ihre Beteiligung diese Publikation finanzieren, wird der Schweizer Pass an ein breites Publikum – Geschäftspartner, -kunden usw. – im In- und Ausland verteilt.

#### *Schweizerwandern*

Für die gesamtschweizerische SVZ-Kampagne «Schweizerwandern» – mit dem Ziel, das Wandern, die Natur bewusster zu erleben – wurden zahlreiche Vorbereitungen getroffen: Gründung eines Kleinen Organisationskomitees mit den direkt am Wandern interessierten Kreisen (SBB, SAW, PTT, VST, REKA usw.), Arbeitsaufnahme des Grossen OK mit 80 schweizerischen Organisationen und Verbänden; Kreation von Signet und Slogan; Herstellen von Drucksachen, Koordination der Aktionen der einzelnen Organisationen; Durchführung von Pressekonferenzen in Bönigen und St-Cergue. Neben zahlreichen organisatorischen Aufgaben und Verhandlungen produzierten wir folgende Werbemittel: Signet und Slogan in vier Sprachen, Tonsignet, Kunstdruckabzüge für die Weiterverwendung durch andere Organisationen, Kleber, Vordrucke A4 und A2, Leporelli «Tippel-Tips und Tippel-Typen», 2000 Presseartikel an Zeitungen und Zeitschriften, 120

abgedruckte Presseartikel, Postwerbeflaggen für alle Sprachregionen.

#### *Die Schweiz: Ferienland/Textilmaschinenland*

Die Vierjahres-Insertionskampagne 1980–1983 zusammen mit dem Verein schweizerischer Maschinen-Industrieller (VSM) und der Swissair wird fortgesetzt. Die Gesamtauflage der in diesem Jahr erschienenen Inserate beträgt 670 000 Exemplare.

#### *«Eile mit Weile»*

Zusammen mit der Schweizerischen Kreditanstalt produzierten wir eine illustrierte Schweizer Karte, die dem eiligen Autobahnfahrer über 200, nicht weiter als zehn Kilometer von der Nationalstrasse entfernte Sehenswürdigkeiten präsentiert. Von den insgesamt 100 000 Exemplaren gelangte rund die Hälfte durch die Agenturen zur Verteilung.

#### *Gemeindefahren der Schweiz*

Erfreulicherweise erklärten sich noch weitere Gemeinden bereit, einen finanziellen Beitrag an unsere Fahnenaktion zu leisten. So konnten bis heute 2500 Fahnen produziert werden.

## Verschiedene Aktionen

#### *Moomba's Festival in Melbourne*

Als Vertreterin der Schweiz durchreiste Frau Elisabeth Ryser, Air-Hostess bei Swissair, während eines Monats Australien als Schweizer Konkurrentin für die Wahl der Miss Tourism. Sie präsentierte unser Ferienland an den verschiedensten Veranstaltungen sowie am Radio und Fernsehen. Frau Ryser wurde aus den 12 teilnehmenden Nationen zur Miss Tourism erkürt.

#### *Schneesulpturen-Wettbewerb Hoch-Ybrig*

Der unter dem Patronat von SVZ und Air Ca-



nada durchgeführte Schneeskulpturen-Wettbewerb auf Hoch-Ybrig fand ein gutes Echo in der Presse. Wir organisierten die Gewinnerreisen in die Schweiz und nach Kanada und halfen bei den Vorbereitungen für die nächstjährige, im Zeichen der Aktion Schweizerwandern 82 stehende Veranstaltung.

### *Vorträge*

Verschiedene Mitarbeiter hatten vermehrt die Möglichkeit, vor Fachgremien, kulturellen Organisationen usw. über Aufgaben und Tätigkeit der SVZ und die Bedeutung des Tourismus zu referieren.

## Internationale Organisationen

---

### Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)

Wie üblich galten die beiden Sitzungen des Touristikkomitees der OCDE Mitte Februar und Anfang Juli der Vorbereitung und Genehmigung des fundierten Berichtes «Politique du tourisme et tourisme international», der auch über und für den schweizerischen Fremdenverkehr wertvolle Daten bzw. Kommentare enthält. Der OCDE-Ausschuss befasste sich zudem mit Fragen der Verbesserung internationaler Statistiken und des Binnentourismus.

### Weltorganisation für Tourismus (WTO)

An der 4. Generalversammlung vom 14. bis zum 25. September in Rom gehörte der von Dr. Peter Keller vom Bundesamt für Verkehr geführten Schweizer Delegation ein Vertreter der SVZ an; dieser konnte als Berichterstatter der sogenann-

ten Verwaltungskommission der Versammlung einen guten Beitrag zur Abwicklung der Verhandlungen leisten. Die WTO zählt heute 104 Staaten als Vollmitglieder und verfügt für die Finanzperiode 1982/83 über ein Budget von 9 Mio. Dollar. Dank vielen Sparmassnahmen beträgt die inflationsbedingte Erhöhung dieses Budgets gegenüber der vorangegangenen Zweijahresperiode lediglich 12%, was in Anbetracht der technischen Leistungen der Organisation – speziell auf dem Gebiet der multilateralen touristischen Entwicklungshilfe in Zusammenarbeit mit dem United Nations Development Program (UNDP) – als massvoll erscheint.

### European Travel Commission (ETC)

Werbestrategie und Mittelzuwendung für das Aktionsprogramm 1981 der ETC sind bereinigt worden. Weiter wurde ein um 10% erhöhtes Budget genehmigt. Dieses belief sich auf 944 000 Dollar, wovon der Hauptanteil wiederum in den Vereinigten Staaten zum Einsatz gelangte. Der Schwer-