

Werbung und Werbemittel

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **45 (1985)**

PDF erstellt am: **06.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Werbung und Werbemittel

Produktion

Drucksachen

Landesbroschüre Schweiz

Eindrücke:

	Sprachen	Auflage
	Finnisch	20 000 Ex.
	Schwedisch	25 000 Ex.
	Japanisch	25 000 Ex.
	Holländisch	30 000 Ex.
	Englisch	50 000 Ex.
	I	30 000 Ex.
	Sp	30 000 Ex.
<i>44. Geschäftsbericht 1984 der SVZ</i>	D, F	2 500 Ex.
<i>Schweiz pauschal 1985</i>		
Sommersport/Wandern	D, F, E, I komb.	50 000 Ex.
<i>Schweiz pauschal 1985/86</i>		
Wintersport (Faltprospekt)	D, F, E, I komb.	40 000 Ex.
Städte (Faltprospekt)	D, F komb.	15 000 Ex.
<i>Veranstaltungen in der Schweiz</i>		
Januar bis April 1986	D	6 500 Ex.
<i>Steam in Switzerland 1985</i>	E, D	14 000 Ex.
<i>Ferien mit Sprachkursen 1985</i>		
(Faltprospekt) Nachdruck	D, F, E, I komb.	10 000 Ex.
<i>SVZ-Messekalender 1986</i>	D, F, I komb.	650 Ex.
<i>Touristischer Lagebericht 1985</i>	D, F	500 Ex.
<i>Touristischer Lagebericht 1986</i>	D, F	370 Ex.
<i>Agenturbroschüren</i>		
Die Schweiz von A bis Z, Frankfurt	D	100 000 Ex.
Consejos útiles para visitar Suiza, Madrid	Sp	15 000 Ex.
Bienvenue en Suisse, Paris	F	30 000 Ex.
Bienvenue en Suisse, Toronto	F	5 000 Ex.
Switzerland-Travel-Tips 1986, New York	Amerikanisch	235 000 Ex.
Switzerland-Travel-Tips, London	E	40 000 Ex.

<i>Schweiz-Ferien für junge Leute</i>	D, F, E komb.	40 000 Ex.
<i>Schweizer Heilbäder</i>	D, F, E komb.	30 000 Ex.
<i>Wandern am Wasser</i>	D	10 000 Ex.
<i>Schweizer Pass</i> , Nachdruck	D, F, E, I komb.	4 500 Ex.
<i>Schweizerische Privatschulen 1986-1987</i> In Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizerischer Privatschulen	D, F, E, I komb.	41 000 Ex.
<i>Out-Of-The-Ordinary Swiss Museums</i>	E	15 000 Ex.
<i>12 abenteuerliche Top-Tips</i> (Faltprospekt) Nachdruck 11 Regionen	D	63 000 Ex.
Eine Zusammenfassung verschiedener Regionen	E	5 000 Ex.
<i>Auf Jakobswegen durch die Schweiz</i>	D, F komb.	4 250 Ex.
<i>Eisenbahn- und Strassenkarte der Schweiz</i> Nachdruck	D, E komb. Am, Sp komb.	130 000 Ex. 120 000 Ex.
<i>Die Schweizerischen Jugendherbergen</i> Verzeichnis und Karte, Ankauf	D, F, E, I komb.	25 000 Ex.
<i>Kunstkalender 1986</i> mit Aquarellen von Hans Küchler	D, F, E, I, romanisch komb.	7 000 Ex.
<i>Umschläge</i> für Computerausdrucke		5 500 Ex.
<i>Shellfolders</i> Nachdruck, 6 verschiedene Sujets		325 000 Ex.
Neudruck, 6 verschiedene Sujets		375 000 Ex.
<i>Regionenplakate</i> (64 × 102 cm) Nachdruck Serie '82, versch. Sujets	D, F, E	18 000 Ex.
<i>Plastiktragtaschen</i> , Nachdruck	D, F, E, I, Sp, Jap. komb.	100 000 Ex.
<i>Geschäftsantwortkarten</i> für Agentur Frankfurt	D	80 000 Ex.
<i>Einladungskarten</i> Küchler, Schmetterlinge	Neutral	5 000 Ex.
Küchler, Aquarell	Neutral	5 000 Ex.
Scherenschnitte	Neutral	5 000 Ex.
<i>Für «3. Swiss Travel Mart» Lausanne</i> Ringordner mit 12 Registern und 450 Seiten Inhalt	D, F, E komb.	1 000 Ex.

Für das «Glockenspiel SCHWEIZ» in London

Einladungskarten	Neutral	5 000 Ex.
Dokumentation	E	500 Ex.

Für die Kunsthandwerkerausstellung

Vordrucke:

- Plakat Weltformat	Neutral	3 000 Ex.
- Plakat A3	Neutral	8 000 Ex.
- Flugblatt A4	Neutral	80 000 Ex.
- Einladungskarten	Neutral	20 000 Ex.

*Revue «Schweiz, Suisse, Svizzera, Svizra, Switzerland»
(12 Inlandausgaben)*

D, F, E, I komb.	264 000 Ex.
------------------	-------------

Im Auftrag der Alpine Tourist Commission (ATC) hergestellt:

The Alps - Europe's Top Attraction

Ausgabe für 1986 und 1987

Alpine Hideaways and Elegant Escapes

Events 1986 (Faltprospekt)

Amerikanisch	40 000 Ex.
Amerikanisch	20 000 Ex.
Amerikanisch	20 000 Ex.

*Im Auftrag der Koordinationskommission für die
Präsenz der Schweiz im Ausland (Koko) hergestellt:*

Dépliant-Schülerprospekt «Schweiz»

Vordrucke

davon Eindrücke

Neutral		600 000 Ex.
Deutsch	5. Auflage	40 000 Ex.
Polnisch	2. Auflage	16 000 Ex.
Ungarisch	3. Auflage	20 000 Ex.
Arabisch	4. Auflage	40 000 Ex.
Schwedisch	2. Auflage	20 000 Ex.
Tschechisch	2. Auflage	20 000 Ex.
Holländisch	2. Auflage	30 000 Ex.
Bulgarisch	1. Auflage	20 000 Ex.

Total Eindrücke

206 000 Ex.

Bis Ende 1985 wurden insgesamt 2,53 Mio. Exemplare in 31 Sprachen hergestellt.

Gesamtauflage der bearbeiteten Drucksachen

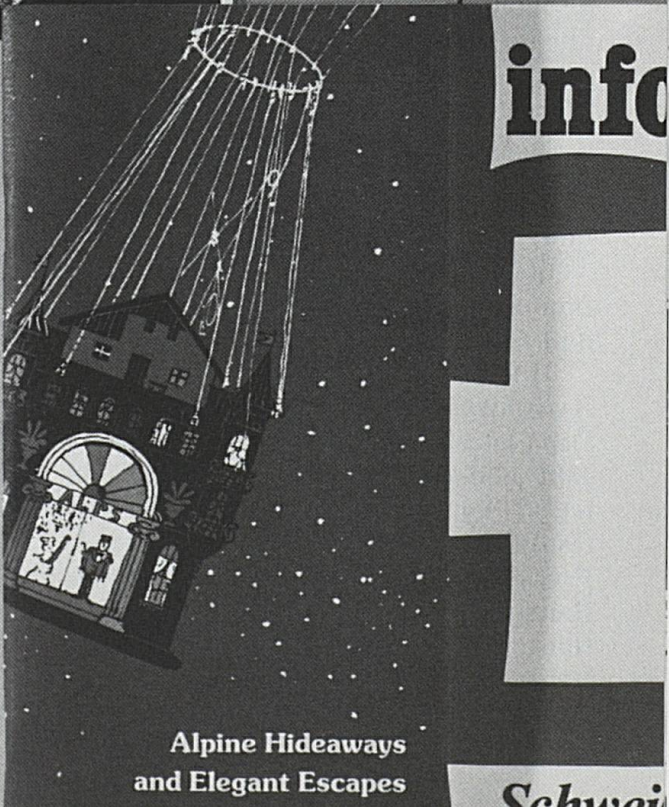
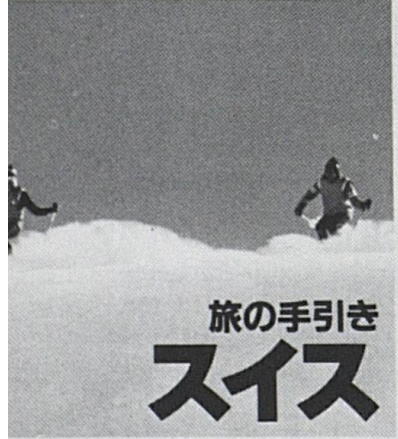
ca. 2,9 Mio.

erland
 pauschal
 forfait
 Svizzera tutto compreso
 Switzerland All-in

Messe en Autocar Daily Mail International Ski Show London
 Magna '84 Tokyo 5th Japan Congress of International Travel I
 Messe Innsbruck Innsbrucker Messe Linz Tourist 85 Wie
Messekalender
 Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ)
Calendrier des foires
 Office national suisse du tourisme (ONST)
Calendario delle fiere
 Ufficio nazionale svizzero del turismo (UNST)

Veranstaltungen in der Schweiz +
 1985
 Show Pittsburgh Henry Davis Trade Show Cleveland Henry Davis Trade Show Chicago Henry Davis Trade Show Philadelphia He
 Trade Show Hartford Henry Davis Trade Show
 San Diego Henry Davis Trade Show Toronto F
 Charlotte Ski Group Meeting Washington S
 Cleveland Ski Group Meeting Chicago Ski Group N
 San Francisco Ski Group Meeting Los Angeles
 San Diego Travel Age Trade Shows Wash
 & Travel Show Auckland World on a Wharf T
 Lettebeurs van Vlaanderen Kortrijk Europ
 Internationaler Reisemarkt (C.B.R.) Münche
 Tourisme et des Loisirs Ecoprise Neige & Mor
 Time Tempo Libero Rom Viaggi Vacanze Tave
 10 NU Rotterdam Ski Happ Utrecht Vaka
 FITUR Minneapolis, MN ASTA Central Regio
 San Diego ETC Supermarts Costa Mesa E
 and ETC Supermarts Boston ETC Supermarts
 Ottawa ETC Supermarts Toronto ETC Super
 Davis Trade Show Tampa Henry Davis Trade
 Henry Davis Trade Show Southern New Jerse
 Davis Trade Show Boston Henry Davis Trade S
 Washington Henry Davis Trade Show North
 Davis Trade Show Los Angeles Henry Davi
 Davis Trade Show Ottawa Henry Davis Trade S
 Group Meeting New York City Ski Group Me
 Phoenix Ski Group Meeting Phoenix Ski Group Me
 Trade Shows New York Travel Age Trade Sh
 Travel & Meeting Show (IT & ME) Las Vegas AS
 Skisalon Salen des Vacances Bruxelles Brus
 85 Berlin ITB Düsseldorf Boot 85 Essen Can
 Rosa Lyon MAHANA (Galon des Voyages et
 Ski Show London World Travel Mart (WTM)
 International Travel Luxembourg Foire Intern
 Tourist 85 Wien Wiener Freizeitmessen Gd
 Regional Conference Kauai, Hawaii ASTA E
 Supermarts Seattle ETC Supermarts Detroit ETC Su
 Supermarts Washington ETC Supermarts Philadelphi
 Houston Henry
 Henry Davis
 Henry Davis

ARTISANAT
 SUISSSE



Insertionen

Im Inland erschienen keine Inserate.

In Deutschland publizierten wir drei Inserate in verschiedenen Fahrplänen und ein ganzseitiges, vierfarbiges Inserat in der Reisebeilage «Alpenländer» der Zeitschrift «Stern».

In unseren Agenturbroschüren und der Eisenbahn- und Strassenkarte plazierten wir Inserate für die Schweizer Ferienkarte, Anzeigen der SR-Landesvertretungen, des Swiss Bankers Travellers Cheque Centre und der Winterthur-Versicherungen.



Schweiz-Ferien stimmen heiter

Inserat in der Reisebeilage «Alpenländer» des «stern»

Auszeichnungen

Das Plakat «100 Jahre Wintersport in der Schweiz 1885–1985» erhielt den ersten Preis in der Kategorie «grafische Plakate» am 19e Concours international d'affiches de tourisme in Tarbes, Frankreich und das Plakat «Region Neuchâtel/La Brévine» eine Silbermedaille an der 16. Mostra Internazionale del Manifesto Turistico in Mailand, Italien.

Foto

Produktion und Archiv

Rund 1000 neue Schwarzweissnegative ersetzen veraltete Motive; hinzu kamen 3000 Dias (400 Sujets). Im Labor haben wir 30000 Schwarzweissvergrösserungen, vorwiegend im Format 18×24 cm, hergestellt (Landschafts- und Sportaufnahmen, humoristische Zeichnungen von Hans Kuchler). Von 223 Farbdias wurden insgesamt 8000 Duplikate hergestellt.

Ausleihe

Aufgrund von rund 900 Anfragen wurden 10000 Schwarzweissfotos und über 5000 Farbdias leihweise an Redaktionen von Zeitungen und Zeitschriften (60%), Verlagshäuser (15%), Reisebüros, SBB, PTT, Verkehrsvereine etc. (15%) und Grafiker (10%) abgegeben. Unsere eigenen Vertretungen im Ausland erhielten ihrerseits über 8000 Farbdias (Originale und Duplikate) sowie 16500 Schwarzweissvergrösserungen.

Die Rückgabequote der ausgeliehenen Bilder ist erfreulich: 80% bei den Schwarzweissfotos und annähernd 100% bei den Farbdias, die so wieder in Umlauf gesetzt werden können.

Audiovision

Produktion

«Eigenständige Schweiz – Weltoffene Schweiz» (Condor/Dänzer, Zürich); 16 mm, Farbe, mit Kommentar, 28 Minuten. Der Feinschnitt der deutschen Fassung ist fertiggestellt.

Kopien

63 16-mm-Kopien verschiedener SVZ-Produktionen

190 Videokassetten (½" und ¾") dito

Auswertung allgemein

Gesamthaft erreichte unser 16-mm-Film-Verleih im In- und Ausland bei 10000 Vorführungen rund 700000 Zuschauer.

Die Zeit des Reisefilms als Kinovorprogramm ist endgültig vorbei. Diese Tatsache zwingt uns, Form und Inhalt unserer PR-Filme, die wir bisher vorwiegend auf dieses Ziel ausrichteten, mehr der Auswertung im Fernseh- und Videobereich anzupassen.

«Pastorale Switzerland» (Condor 1976) erfuhr während der Expo '85 in Tsukuba, Japan, eine Auszeichnung besonderer Art: er wurde während der sechsmonatigen Messedauer mehrmals auf dem grössten Freiluft-Fernsehschirm der Welt, dem 25 x 40 m messenden Sony-Jumbotron, gezeigt.

Auswertung Fernsehen

Ein mehrere Millionen zählendes Publikum, vor allem in Italien, Japan, Australien und Kanada, sah die PR-Filme aller Organisationen, deren audiovisuelle Mittel wir in unseren Ausland-Vertretungen verleihen.

Verschiedenes

Von Dritten haben wir im Berichtsjahr mehr als 400 Film- und Videokopien zur Weiterleitung an unsere Vertretungen erhalten.

Messen, Ausstellungen und Dekorationen

Messen

Touristische Fach- und Publikumsmessen werden immer mehr zu Plattformen der direkten Kommunikation zwischen professionellen Anbietern, Vermittlern und Kunden. Die SVZ-Präsenz an 19 der wichtigsten Internationalen Ausstellungen und Messen in Europa und Übersee bot Schweizer Interessenten die Gelegenheit, ihre Offerten marktgerecht und gezielt anzubieten.

- 9.-13. 1. Utrecht
Vacantie, Ferienmesse
- 19.-27. 1. Stuttgart
CMT, Caravan Motor Tourismus
- 2.-10. 2. München
CBR, Internationaler Reisemarkt
- 8.-17. 2. Paris
Salon mondial du Tourisme
- 16.-24. 2. Hamburg
Reisen 85, Ferienmesse
- 21.-25. 2. Mailand
BIT, Borsa Internazionale del Turismo
- 2.- 8. 3. Berlin
ITB, Internationale Tourismusbörse
- 16.-25. 3. Lyon
Foire de Lyon
- 23.-31. 3. Brüssel
Salon des vacances
- 9.-13. 4. Barcelona
Rodatur
- 11.-19. 4. Luxembourg
Foire de Luxembourg
- 11.-20. 4. Bordeaux
Foire de Bordeaux
- 29.4.-6.6. USA
Ski Group Meetings in 23 verschiedenen Städten
- 1.- 3.10. Köln
RDA-Workshop (Ring Deutscher
Autobusunternehmer)
- 17.-20.10. Paris
MITCAR
- 9.-17.11. London
Int. Daily Mail Ski Show
- 22.-24.11. Brüssel
BTF, Bruxelles Travel Fair
- 27.- 1.12. London
WTM, World Travel Market
- 2.- 5.12. Chicago
IT + ME, Incentive Travel + Meeting

Ausstellungen

«Schweizer Kunsthandwerk zwischen Gestern und Morgen»

Rund zweihundert kunsthandwerkliche Gegenstände aus den Bereichen Holz, Keramik, Textilien, Glas und Metallarbeiten, aufgeteilt nach touristischen Regionen, umfasst die Nachfolgeausstellung der «Schweizer Gletscher». Die unter Mithilfe von Prof. Dr. Rudolf Schnyder, Konservator am Schweizerischen Landesmuseum, Zürich, und Serge Tcherdyne, Grafiker, Lausanne, entstandene Wanderausstellung zeigt das traditionelle und moderne Kunsthandwerk-Schaffen in unserem Land. In vier, je 25 m² grossen Kojen, sind die von der SVZ angekauften Gegenstände präsentiert; eine einmalige Sammlung von 26 originalgetreuen Trachtengruppen ergänzt die Schau, und grossformatige Landschaftsbilder und Handwerkerportraits (von den Fotografen Walter und Peter Studer) sowie originelle Illustrationen (von SVZ-Chefgrafiker Hans Kuchler) umrahmen die Ausstellung. Dank finanzieller Unterstützung durch die Schweizerische Kreditanstalt konnte die Ausstellung bisher an drei Orten gezeigt werden:

- 11. -20. 5. MUBA Basel
- 21.6.- 7. 8. Kleine Orangerie, Elfenau, Bern
- 28.9.- 3.11. Château de Nyon

Das Echo auf diese Wanderausstellung war sehr stark; eine grosse Zahl von Presseartikeln ist erschienen, und auch das Schweizer Fernsehen hat darüber in verschiedenen Sendungen berichtet. Für 1986 sind bis jetzt folgende Einsätze geplant:

- 24.4.-14. 5. Kongresshaus Lugano
- 20.6.-20. 7. Alte Reithalle Solothurn
- 11.9.-19.10. Gewerbemuseum Winterthur

Später soll die Wanderausstellung auch im Ausland eingesetzt werden.

«Die Schweiz und ihre Gletscher»

- Orléans/F 19.12.84-30.3.85
- Grenoble/F 13. 4.84-30.6.85 letzter Einsatz

Plakate «100 Jahre Wintersport in der Schweiz»

- München/D 10.-22. 2. Bayerische Landesbank
- Turin/I 21. 5.-31. 7. Museo Nazionale della Montagna
- Stuttgart/D 25. 9.-13.10. Einkaufscenter Leonberg

Humoristische Spazierstöcke

- Zürich 11.-16. 6. Seniorenmesse
- Jerusalem 14.-28.10. Schweizerwoche

Originelles Reisegepäck

- Montreux 15.-18. 4. DER-Kongress
- Kassel/D 27. 6.-25. 7. Daimler Benz
- Döttigen/D 30. 7.-17. 8. Daimler Benz

Seite 23

Die SVZ-Ausstellung «Kunsthandwerk zwischen Gestern und Morgen» umfasst rund zweihundert Gegenstände aus allen Regionen der Schweiz.



Schaufenster und Dekorationen

Schaufenster

Die folgenden Agenturen wurden mit speziellen, vom Hauptsitz gelieferten Dekorationen für deren eigene Schaufenster ausgestattet:

Brüssel

Sujets: «100 Jahre Wintersport in der Schweiz», Kuhglocken, Spazierstockausstellung, Jubiläumssdekor 50 Jahre Agentur Brüssel

Mailand

Sujets: «100 Jahre Wintersport in der Schweiz», Jahr der Jugend und Jahr der Musik, Öffentlicher Verkehr

Dekorationen

Stellvertretend für alle Dekorationen seien hier die beiden wichtigsten erwähnt:

Tsukuba, 16.3.-15.9.: Weltausstellung. Das Restaurant im Schweizerpavillon wurde grossenteils durch den SVZ-Ausstellungsdienst ausgeschmückt.

Amsterdam, 14.-19.10.: 50 Jahre Agentur Amsterdam am Koningsplein. Zu diesem Jubiläumsanlass konnten die Schaufenster von neun Geschäften rund um den Koningsplein mit SVZ-eigenen Dekors und Ausstellungen gestaltet werden.

Spedition

In alle Teile der Welt wurden

2933 Frachtkolli

4245 Postpakete

40977 Drucksachenpakete

mit touristischem Werbematerial der SVZ sowie der lokalen, regionalen und nationalen Verkehrsinteressenten verschickt. Das Totalgewicht betrug rund 605 Tonnen brutto oder 534 Tonnen netto (1984: 614 Tonnen brutto, 535 Tonnen netto).

Presse und Public Relations

Inland

Tages- und Fachpresse

Im Zeichen der Aktion «100 Jahre Wintersport» wurden verschiedene Pressemitteilungen über Sonderveranstaltungen der Verkehrsvereine herausgegeben. Stellungnahmen der SVZ und Meldungen über wichtige Interna haben wir den Medien laufend bekanntgegeben. Besonders eng und regelmässig war der Kontakt mit der Fachpresse, vorab mit der «hotel+touristik revue» sowie den Tourismusredaktionen wichtiger Tageszeitungen, die unser monatliches Bulletin jeweils mit den einschlägigen Beilagen erhalten.

Die eingeladenen Journalisten haben über die SVZ-Anlässe eingehend berichtet, etwa über unser neues EDV-Konzept im März, den STM'85 in Lausanne im April, die Mitgliederversammlung im Mai und die Kunsthandwerkausstellung in Bern und Nyon während des Sommers und im Herbst. Auch das Pressebulletin in Deutsch und Französisch wurde vermehrt abgedruckt, insbesondere die Artikel über gesamtschweizerische Themen wie Heilbäder, Jugendherbergen und touristische Neuerungen im Winter.

Radio und Fernsehen

Deutsche Schweiz: Durch die regelmässig jeden Freitag um 12 Uhr ausgestrahlte Sendung «Touristorama» konnte den Hörern viel touristisch Wissenswertes vermittelt werden. Die offensichtlich beliebte Sendung führte jeweils zu erhöhter Nachfrage nach bestimmten Ferienzeilen oder Ausflugsmöglichkeiten. An Radio DRS 1, DRS 3 und an ein gutes Dutzend Lokalradiostationen wie Radio Z, Radio 24, Radio Basilisk, Radio Extra Bern, Radio Eulach wurden wöchentlich Informationen geliefert. Über die letztgenannten Sender konnten vermehrt auch junge Hörer angesprochen werden. Zu den Themen Winter-/Sommerangebot

und Pistenbericht wirkten wir in zahlreichen Sendungen als Interviewpartner mit.

Auch beim Fernsehen hatten wir immer wieder Gelegenheit, touristische Beiträge in verschiedene Sendungen einzubringen, namentlich beim Sonntagsmagazin, das recht hohe Einschaltquoten ausweisen kann.

Welsche Schweiz: Im Gegensatz zur deutschen Schweiz haben die Lokalradios in der Romandie keinen grossen Erfolg verzeichnet; einzelne Sender schlugen sich nur mühsam durch, und andere haben ihre Tätigkeit gar eingestellt. Die SVZ hat ihre langjährigen Beziehungen zu Radio Suisse romande zwecks Verbreitung der touristischen Information weiterhin intensiv gepflegt. Dies geschah einerseits durch direkte Kontakte und Interviews, andererseits dank der gut eingespielten Zusammenarbeit mit den Verkehrsvereinen. Das gleiche gilt in abgewandelter Form für Télévision Suisse romande, etwa für die sommerliche Quiz-Sendung «Télérally» oder ein Live-Interview über die Kunsthandwerkerausstellung.

Italienische Schweiz: Seit Januar wurden in Radio und Fernsehen regelmässig Tourismusbeiträge ausgestrahlt mit dem Ziel, den Tessinern die anderen Landesgegenden näherzubringen. Mit den Verantwortlichen für die Radiosendung «Paese aperto - le altre Svizzere» und für die Fernsehsendung «Ciao Domenica» arbeiteten wir eng zusammen, lieferten Informationen und vermittelten Wettbewerbspreise in Form von Wochenendaufenthalten in Schweizer Ferienorten.

Schweizer Radio International: Wir lieferten wöchentlich Informationen für seine Programme in neun Sprachen. Auch hier wurde uns Gelegenheit für Interviews geboten. Die touristischen Sendungen lösten viele Anfragen aus dem Ausland aus. Von der Wirkung des Schweizer Radio International zeugte auch der Erfolg eines Wettbewerbs mit acht Fragen über die Schweiz. Unter den 130000

Antworten wurden drei Hauptpreise in Form von Schweizer Ferien verlost.

Im weiteren wurden der Südwestfunk - Studio Konstanz - und der Bayerische Rundfunk regelmässig mit Informationen über das Schweiz-Angebot versorgt.

Ausland

Ausführliche, z.T. reichhaltig illustrierte Reportagen und Berichte in den auflagestärksten und einflussreichsten Tageszeitungen und Zeitschriften (u.a. Travel & Leisure, Signature, Airone, Schöne Welt), den Bordzeitungen der Fluggesellschaften PAN AM, EL AL, der Saudi Arabian Airlines und der Korean Air waren Höhepunkte der knapp 17000 Veröffentlichungen über das Ferienland Schweiz. Die SVZ-Aktion «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» - vor allem das Cresta Run Jubiläum -, Bahnreisen (Dauerbrenner Gletscher-Express) und Städteportraits gehörten dabei zu den meistgefragten Themen.

434 Medienvertreter aus 21 Ländern (u.a. 104 Gäste aus den USA, 78 aus der BRD, 64 aus Grossbritannien und 39 aus Japan) bezeugten eindrücklich das weltweite publizistische Interesse für die Schweiz. «Abenteuerland Schweiz», «Wanderpass», «Unbekannte Schweiz», «Die Schweiz unter Dampf», «Gastronomie», «Kinderfreundliche Hotels» waren einige der Mottos von 17 Gruppenstudienreisen mit 156 Journalisten und Fotografen. In einer Gemeinschaftsaktion mit Swissair entdeckten 30 europäische Medienschaffende «Switzerland by all means», das Angebot des öffentlichen Verkehrs. Für EURAIL, ETC (European Travel Commission) und ATC (Alpine Travel Commission) organisierten und koordinierten wir die Schweiz-Aufenthalte von deren alljährlichen Europareisen für USA-Medienschaffende.

Der «Deutschlandfunk» strahlte eine zweistündige Livesendung «...da, wo die Zeit gemacht wird»

aus Solothurn aus; Filmaufnahmen japanischer, koreanischer, deutscher, italienischer, holländischer, britischer, kanadischer und amerikanischer Fernseheteams machten Millionen von Menschen mit der landschaftlichen, kulturellen und sportlichen Vielfalt unseres Landes bekannt. Der Artikeldienst konnte erfolgreich weiter ausgebaut werden und soll den SVZ-Agenturen im Ausland den permanenten Kontakt zu den Medien ermöglichen und erleichtern.

Wiederum durfte die SVZ bei der Organisation der Aufenthaltsprogramme auf die bewährte, spontane und kreative Mit- und Zusammenarbeit der regionalen und lokalen Verkehrsvereine, verschiedener Bundesstellen, der Stiftung Pro Helvetia, des öffentlichen Verkehrs und der Swissair zählen.

Revue Schweiz

Jedes der 12 Monatshefte war einer bestimmten Schweizer Landschaft, einer Stadt oder einem überregionalen Thema gewidmet. Die Auflage betrug pro Nummer durchschnittlich 22000 Exemplare.

Januar	<i>Winter im Toggenburg</i>
Februar	<i>Basel SBB</i>
März	<i>Phantasie-Welten</i>
April	<i>Schweizer Kunsthandwerk</i> (Begleitheft zur gleichnamigen SVZ-Ausstellung)
Mai	<i>Sitten</i>
Juni	<i>Prättigau</i>
Juli	<i>Auf Jakobswegen durch die Schweiz</i>
August	<i>Rund um den Napf</i>
September	<i>Ville de Neuchâtel</i>
Oktober	<i>Lumnezia/Valsertal</i>
November	<i>Industriearchäologie im Zürcher Oberland</i>
Dezember	<i>Schmuck</i>

Aktuelle Hinweise auf touristische und kulturelle Veranstaltungen, Buchbesprechungen sowie der vielbenutzte «Veranstaltungskalender» und der vielgelesene «Kleine Nebelspalter» vervollständigen den redaktionellen Teil jeder Nummer. Im November konnte erstmals das Datenmaterial für den «Veranstaltungskalender» von unserer EDV-Anlage direkt in den Satzcomputer der Druckerei Buehler eingelesen werden. Am Jahresende wurden 10820 Abonnenten registriert. Stark angestiegen sind Bestellungen für einzelne Hefte und Anfragen von Schulen und anderen Organisationen.



Information

Allgemeine Auskünfte

Der steigende Bekanntheitsgrad der SVZ führte wiederum zu einer deutlichen Zunahme von schriftlichen und mündlichen Anfragen. Rund 50000 Interessenten wurden von unserem Hauptsitz mit Informationen über Ausflüge und Ferien bedient. Die Aktion «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» liess das Interesse an originellen und nostalgischen Wintersport-Plausch-Veranstaltungen sprunghaft ansteigen. Wiederum war eine beachtliche Zunahme nach Wander-Informationen zu verzeichnen. Der anlässlich der Aktion «Schweizerwandern 1982» eingeführte monatliche Wanderpressdienst wurde von Mai bis November weitergeführt. Die Wandernachrichten erschienen in einer Gesamtauflage von 16 Millionen Exemplaren in Schweizer Zeitungen und Zeitschriften.



Informationsblätter

Die vielverlangte Serie der «i-Broschüren» und «i-Blätter» wurde überarbeitet und auf 70 Themen erweitert. Die meisten Titel sind in vier Sprachversionen – deutsch, französisch, italienisch und englisch – vorhanden. Neue Themen: Berggasthöfe, Preiswerte Unterkünfte, Boarding- and Day-Schools, Kunstmuseen. Meistgefragte Themen:

Fasnachtsbräuche, Wanderungen zu Wasserfällen und Schluchten, Schlittelbahnen, Hundeloipen, Skikindergärten.

Umfragen

Die Frühlings- und Herbstumfragen bei den regionalen und lokalen Verkehrsvereinen erbrachten die nötigen Angaben über das Sommer- und Winterangebot und die Infrastruktur in den Ferienorten. Die Erfassung erfolgte erstmals über die neue elektronische Informationsdatenbank. Die eingespeicherten Angaben wurden zu zahlreichen Broschüren und Informationsblättern verarbeitet. Weitere Umfragen beinhalteten die Wintersaison-Eröffnung und das Saisonende sowie die Buchungssituation über Weihnachten/Neujahr und die Osterfeiertage. Die Informationen wurden in Bulletinform den SVZ-Vertretungen, der Swissair und verschiedenen Depeschagenturen und Radiostationen weitergeleitet. Die Strassenzustandsberichte von ACS und TCS wurden den SVZ-Vertretungen während der Wintermonate wöchentlich übermittelt.

Telefon 120

Winterhalbjahr: dreimal wöchentlich Verbreitung eines für jede Sprachregion speziell zugeschnittenen Pistenberichts. 430000 Personen wählten die Nummer. Sommerhalbjahr: von Mitte April bis November zweimal wöchentlich Redaktion des Touristikbulletins mit aktuellen Ausflugsstips, Hinweisen auf Veranstaltungen und Wanderungen sowie auf Aktionen des öffentlichen Verkehrs. Während dieser 34 Wochen haben wir 550 touristische Mitteilungen über die Nummer 120 bekanntgegeben, die insgesamt rund 200000mal abgerufen wurden. Diese SVZ/PTT-Dienstleistung erfreut sich trotz starker Konkurrenz durch die neuen Medien weiterhin steigender Beliebtheit.

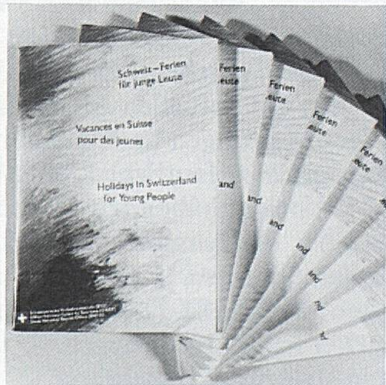
Schnee-/Pistenbericht

Rund 45000 Einzelmeldungen von 160 Stationen verarbeiteten wir dreimal pro Woche zu verschiedenen Bulletins für das In- und Ausland, die über die SVZ-Vertretungen, die SBB-Auskunftsdienste, Telefon 120 und über Teletext verbreitet wurden. Die diversen Nachrichtendienste haben wir zuhänden der Tagespresse und ausländischer Rundfunkstationen beliefert. Überdies wurde demselben Empfängerkreis ein Loipenbericht zugestellt.

Jugend, Ausbildung, Kultur, Gesundheit

Jugend

Mit der Veröffentlichung einer neuen dreisprachigen Broschüre «Schweiz-Ferien für junge Leute» (siehe Abbildung) hat die SVZ einen Beitrag zum Jahr der Jugend geleistet. Die Broschüre entstand als Joint-Venture mit der Schweizerischen Kreditanstalt (SKA) und dem Schweizerischen Bund für Jugendherbergen und wurde in einer Auflage von 50000 Exemplaren gedruckt, wobei die SKA zusätzliche Exemplare zur Verteilung über ihre Filialen übernommen hat. Die vielgefragte Publikation enthält nützliche Tips für junge Leute über Reisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln, unzählige Ferienvorschläge und Hinweise auf preiswerte Übernachtungsmöglichkeiten.



Ausbildung

In Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizerischer Privatschulen ist Ende Jahr das neue Privatschulverzeichnis für 1986/87 in 40000 Exemplaren erschienen. Die Herstellungskosten wurden von den einzelnen Schulen getragen. In der Publikation sind rund 250 private Institute aufgeführt. In mehreren Vorträgen wurde die SVZ bei den regionalen Privatschulverbänden vorgestellt.

Kultur

Die SVZ intensivierte die Zusammenarbeit mit dem Verband der Museen der Schweiz, in dem an die 200 Museen zusammengeschlossen sind. Der Verband gab uns die Möglichkeit, in seiner Mitteilungsbroschüre unser Anliegen zu formulieren, dass die Museen für internationale Besucher noch etwas besucherfreundlicher werden sollten. Dies betrifft insbesondere die Öffnungszeiten, mehrsprachige Beschriftung der Ausstellungsobjekte, mehrsprachige Schleuderprospekte einzelner Museen, Imbissecken usw.

Gesundheit

In den Tageszeitungen erschienen wiederum die Inserate der Gemeinschaftswerbung für die Schweizer Heilbäder, und vom Heilbäderprospekt kam eine Neuauflage zur Verteilung. Erstmals beteiligte sich die SVZ für den Bäderverband an einer Ausstellung in einem Einkaufszentrum in Winterthur, verbunden mit Radio-Spots über den Sender Radio Eulach. Mit Vorträgen, Radiointerviews und Pressemitteilungen informierten wir über das Angebot der Badekurorte. Im Rahmen einer Neukonzeption der Gemeinschaftswerbung für die Heilbäder wird der Verband die bisher von der SVZ wahrgenommenen Aufgaben künftig selber übernehmen.

Als erstes Produkt ist der neue Kurkatalog erschienen, der in einer Auflage von 100000 Exemplaren verteilt werden soll. Auch die Tonbildschau für die USA konnte fertiggestellt und der Presse präsentiert werden.

Sonderaufgaben und Tele-Informatik

Besondere Aktionen

100 Jahre Wintersport in der Schweiz

Über die Philosophie der Aktion und die Vorbereitungen wurde im Jahresbericht 1984 ausführlich geschrieben.

Nach anfänglichem Zögern entschlossen sich die meisten Verkehrsvereine, besondere Anlässe zum Thema «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» zu organisieren und durchzuführen. So kamen etwa 500 Veranstaltungen zusammen, die in einem besonderen Veranstaltungskalender in einer Auflage von 70000 Exemplaren veröffentlicht wurden. Dank der frühzeitig und in grosser Vielfalt zur Verfügung gestellten Presseberichte über aussergewöhnliche Anlässe mit entsprechenden Fotos fanden wir ein überaus grosses Presseecho: Aus dem Ausland konnten wir an die 800 Artikel sammeln, und aus schweizerischen Zeitungen und Zeitschriften waren es deren 500. Zahlreiche Radio- und Fernsehstationen im In- und Ausland berichteten ebenfalls über diese Aktion.

Es hat sich eindeutig gezeigt, dass das Bedürfnis nach mehr Ferienerlebnis, nach fröhlicheren, mannigfaltigeren Angeboten vorhanden ist. Unserem Aufruf, die neu inszenierten Veranstaltungen auch in den nächstjährigen Wintermonaten ins Programm aufzunehmen, folgen viele Verkehrsvereine, so dass wir erneut mit über 100 Veranstaltungstagen mit besonderen Anlässen werden aufwarten können.

Eingesetzte PR- und Werbemittel:

15 bebilderte Artikel in vier Sprachen über die verschiedenen Wintersportarten,
70000 Veranstaltungskalender in drei Sprachen,
50000 Plakate, Shellfolders und Spruchbänder,
Kleinplakate in den Seilbahnkabinen,

Plakatausstellung (Einsätze in Paris, München, Zürich, Turin und Stuttgart),
Alphorn-Jodel-Eisballett mit Auftritten in Stuttgart, Köln, Frankfurt, München, Zürich, Lausanne, Schaffhausen und Grindelwald,
Modeschau «100 Jahre Wintersport» in Zürich und Luzern.

Schneeskulpturen-Wettbewerb Hoch-Ybrig

Das Motto des diesjährigen Wettbewerbs (13.-17.2.) stand ganz im Zeichen unserer Aktion «100 Jahre Wintersport in der Schweiz». 35 Gruppen nahmen teil, wovon ein Drittel aus dem Ausland. Die SVZ stiftete die ersten drei Preise in Form von Schweizer Ferien, wobei eine Gruppe aus Frankreich den ersten und ein Team aus Italien den dritten Preis gewann. Noch nie zuvor war das Presseecho so gross gewesen. Alle drei Schweizer Tagesschauen brachten einen Beitrag. Daneben berichteten die ARD und das italienische Fernsehen darüber. Erstmals weilten auch ein Dutzend ausländische Journalisten in Hoch-Ybrig und rapportierten über diese stets grösserer Beteiligung erfreuenden Veranstaltung.

Arbeitstagung «Werbeplattform SVZ»

Vom Wunsch und Bedürfnis ausgehend, ein praxisbezogenes und zeitgemässes Werbeleitbild zu erstellen, aus dem konkrete Richtlinien und Schwerpunkte für unsere Werbung in den nächsten Jahren abgeleitet werden können, führten wir am 13. und 14. März in Solothurn eine Arbeitstagung durch. Es nahmen daran 16 externe, am schweizerischen Tourismus interessierte Persönlichkeiten sowie ebensoviele Mitarbeiter der SVZ aus dem In- und Ausland teil. Die Kursleitung wurde aussenstehenden Spezialisten anvertraut. Die Abwicklung der Tagung war nicht in allen Teilen befriedigend, das Ergebnis kann aber trotzdem – dank der konstruktiven und aufgeschlossenen Haltung der Teilnehmer – als durchaus gut bezeichnet werden. Die SVZ arbeitet am Projekt weiter.

Entente Florale

Am Wettbewerb unter blumengeschmückten Städten und Dörfern von sieben europäischen Ländern errang wiederum ein Schweizer Kandidat – St-Prex am Genfersee – den ersten Preis. In Anwesenheit der Delegationen aller mitbeteiligten Länder fand in Bern die Preisübergabe statt. Die SVZ hatte bei diesem sympathischen Wettbewerb die «Geburtshelfer-Rolle» übernommen und die Gärtnermeisterverbände der deutschen und welschen Schweiz entsprechend unterstützt.

Schweiz-Präsentation vor dem Europarat in Strasbourg

Ende September konnten der Schweizer Delegationsleiter, Ständerat Dr. U. Gadiant, und Direktor Walter Leu zirka 250 Europa-Parlamentariern unser Land als Feriendestination präsentieren, wobei insbesondere die wirtschaftlichen, kulturellen und politischen Aspekte hervorgehoben wurden. Der Auftritt eines Pantomimen und der Adliswiler Stubemusig sowie ein grosses Schweizer Buffet rundeten das Programm ab. Die SVZ zeichnete auch für eine Filmvorführung und die Dekoration verantwortlich.

Elektronische Medien

Mit zahlreichen Presseveröffentlichungen und der Herausgabe von zwei Videotex-Fachdokumentationen konnten wir unsere Aufgabe eines Wegbereiters für die touristischen Institutionen auf dem Gebiet der Bildschirmtextmedien wahrnehmen. Verschiedene Sitzungen der Arbeitsgruppe «Neue Medien im Schweizer Tourismus», aber auch Referate anlässlich einer ganzen Reihe von Videotex-Tagungen sowie öffentlichen und brancheninternen Präsentationen erweiterten den allgemeinen Wissensstand über die Einsatzmöglichkeiten der neuen Techniken. Hervorgehoben sei die Videotex-Präsentation der SVZ in Zürich am 2. Mai, die als eigentlicher Startschuss für das Videotex-Pro-

gramm der SVZ und zugleich Ausgangspunkt für verschiedene ähnliche Vorhaben der Regionen und der Hotellerie gelten kann.

Videotex (Schweiz)

Obwohl erst gegen Ende des Jahres klar wurde, dass Videotex ab Mitte 1986 als Regelbetrieb öffentlich eingeführt werden soll, kann bereits das Versuchsjahr 1985 als erstes praktisches Betriebsjahr betrachtet werden. Auf der Basis unseres Videotex-Konzepts (1984) erarbeiteten wir zusammen mit einer Spezialfirma eine Schweiz-Suchstruktur, die grundsätzlich sowohl für Videotex in der Schweiz als auch für den «Bildschirmtext» in der Bundesrepublik Deutschland ausgelegt ist. Unser Programm wurde laufend aktualisiert und thematisch ausgebaut. Direktverknüpfungen zu den Programmen der Swissair sowie den Regionen Tessin, Berner Oberland und Graubünden konnten ebenfalls realisiert werden.

Bildschirmtext (Btx, Bundesrepublik Deutschland)

An der Internationalen Tourismus-Börse ITB in Berlin anfangs März wurde erstmals unser Bildschirmtext-Programm dem interessierten Fachpublikum vorgeführt. Ein dunkelblauer Farbhintergrund, das Schweizer Kreuz und bildliche Impressionen der touristischen Regionen in der neuen CEPT-Darstellungsnorm bestimmen den visuellen Charakter dieses Programms. Bildschirmtext-Teilnehmer können unter der SVZ-Leitseite 40804 aktuelle gesamtschweizerische Informationen (wie z.B. Reisetips, Messedaten, Pistenbericht usw.) rund um die Uhr abrufen, Prospekte elektronisch bestellen oder uns eine Mitteilung machen. Das SVZ-Programm «Schweiz-Information» ist aber vor allem auch als Suchhilfe zu Programmen touristischer Schweiz-Anbieter (Regionen, Orte, Hotellerie, Unternehmungen des öffentlichen Verkehrs) ausgelegt. Im Laufe des Jahres haben sich die Regionen Graubünden, Tessin, Berner Oberland, Berner Mittelland und Zürich, sowie eine stattliche Zahl von Orten, Hotelketten und -grup-

pierungen mit ihren eigenen Programmen unter das SVZ-Dach gestellt. Die SVZ-Agentur Frankfurt konnte über 2000mal elektronisch via Btx bestellte Orts-, Regional- und Schweiz-Prospekte verschicken. Während sich die Btx-Teilnehmerzahlen gegenüber dem Vorjahr gesamthaft annähernd verdoppelt haben (Dezember: 38809 Anschlüsse, davon 1200 Reisebüros), stieg die Zahl der System-Anrufe gar auf das Vierfache an (Dezember: 612276 Anrufe).

Prestel (England)

Die heute bereits rentable Dienstleistung Prestel der British Telecom wird (Ende 1985) von über 60000 Teilnehmern benutzt. Davon entfallen rund 45% auf den privaten Nutzungsbereich (Haushalte). Etwa 80% aller dem britischen Reisebüro-Verband angeschlossenen Unternehmungen sind mit Prestel-Endgeräten ausgerüstet. Das Programm «Switzerland» gehört seit zwei Jahren zum festen Bestandteil des touristischen Prestel-Angebots.

Viditel (Niederlande)

Auch das holländische Videotex-Programm der SVZ ist schon zwei Jahre in Betrieb. Weit mehr als 1000 Reisebüros haben ständig Zugriff auf unsere aktuellen Informationen. Allein über 500 Reisebüros sind in einem sogenannten «Umbrella» (Anbietergruppe) des niederländischen Reisebüro-Verbandes ANVR zusammengefasst.

Télétel (Frankreich)

Im September ist die magische Zahl von einer Million Minitel-Anschlüssen überschritten worden. Jeden Monat sollen 150000 Neuanschlüsse hinzukommen. Damit hat Frankreich ohne jeden Zweifel weltweit eine absolute Spitzenstellung eingenommen. Die Vermittlung touristischer Informationen (weniger als 10% des Gesamtangebots) spielt allerdings eine eher untergeordnete Rolle. Das SVZ-Programm mit rund 20 Seiten allgemeiner Schweiz-Information erlaubt auch hier, weitere touristische Anbieter (z.B. Regionen) direkt anzuschliessen.

Teletext (TV-Bildschirmtext, Schweiz)

Mehr als eine halbe Million Schweizer konsumieren regelmässig Teletext. Bis heute wurden 230000 Fernsehgeräte mit Teletext-Empfangseinrichtungen verkauft, jährlich kommen etwa 120000 neue Apparate hinzu. Die SVZ aktualisiert nach wie vor zweimal wöchentlich die Teletext-Seite «Ausflüge/Ferien» mit einem Ferien- oder Reisetip. Eine neue SVZ-Dienstleistung ist der wöchentliche kulturelle Veranstaltungskalender für 14 Deutschschweizer Städte mit rund 30 Seiten Information. Der umgestaltete Pistenbericht (wöchentlich dreimal) umfasst zusammen mit dem ebenfalls neu geschaffenen Loipenbericht der SVZ insgesamt 10 Seiten. Von April bis Ende Oktober vermittelt die SVZ ausserdem zweimal pro Woche einen englischsprachigen Ferientip. Es werden nun Lösungen gesucht, die zeitaufwendige Datenvermittlung von der SVZ zur Teletext AG (Computer to Computer) so weitgehend wie möglich zu automatisieren.

Informations-Datenbank

Der Aufbau einer elektronischen Informationsdatenbank wurde stark vorangetrieben. Am 27. März konnte den touristischen Kreisen ein Testprogramm vorgeführt werden. Mit grossem Einsatz und zähem Ringen um die geeignete Software konnten wir anfangs Winter zum Testversuch in der Agentur Frankfurt schreiten. Die Einführung der EDV für die touristische Information wird uns noch viel Arbeit verursachen, weil wir nur schrittweise vorgehen können und somit alle Daten zweifach aufbereiten müssen: im herkömmlichen Verfahren und im Computer. Nach und nach werden wir uns ein Informationsmittel zunutze machen, das unseren Auskunftsdienst auf den Agenturen wesentlich verbessern wird: die Informationen werden präziser, detaillierter und schneller verfügbar sein. Die Schweiz wird zu den ersten Ländern gehören, welche die EDV für die touristische Informationserteilung einsetzen.

Marktanalysen und Dokumentation

Marktanalysen

Im Januar erschien zum fünften Mal der «Touristische Lagebericht der SVZ» auf deutsch und französisch. Auch diese Ausgabe wurde stark beachtet und oft verlangt; sie enthielt insbesondere Daten aus der TOMAS-Gästabefragung, die im Auftrag der SVZ nach den verschiedenen Herkunftsländern aufgeschlüsselt worden waren. Bei den Sitzungen der Arbeitsgruppe TOMAS, in denen die Fortführungsmöglichkeiten dieser Gästabefragung geprüft wurden, war die SVZ jeweils vertreten.

Von der Marktanalyse Südostasien (ohne Japan), die die SVZ in Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (OeFVW) 1984/85 erarbeitet hatte, wurde, ebenfalls auf deutsch und französisch, eine Zusammenfassung herausgegeben. Wiederum in Zusammenarbeit mit der DZT und der OeFVW begann die SVZ im Berichtsjahr eine Untersuchung des Reiseverhaltens von Gästen aus arabischsprachigen Ländern. Zusammen mit der OeFVW sowie den Tourismusämtern von Bayern und Südtirol hat die SVZ vom Studienkreis für Tourismus, Starnberg bei München, Änderungen im Ferienverhalten der Gäste aus der Bundesrepublik Deutschland untersuchen lassen.

Anlässlich der Umfrage zur Untersuchung «Reisemarkt Schweiz 1984/85», herausgegeben vom Institut für Fremdenverkehr und Verkehrswirtschaft an der Hochschule St. Gallen, hat die SVZ die Reisemotive und die Änderungen bei den Familienferien der Schweizer Bevölkerung analysieren lassen.

Dokumentation

Wiederum wurden unsere Fachbibliothek und Artikelsammlung zur Beantwortung zahlreicher interner und externer Anfragen benutzt. Diese Informationsquellen werden oft auch von Studierenden, Dozenten und Publizisten konsultiert.

Verkaufsförderung und öffentlicher Verkehr

Inland: Aktionen/Aktivitäten zugunsten ausländischer Nachfrager

Nach Interlaken (1981) und Lugano (1983) war vom 21.-24. April Lausanne Gastgeberin der 3. SVZ-Kontakt- und Verkaufsbörse STM (Swiss Travel Mart). 400 schweizerische und 340 ausländische Tourismusfachleute und Medienvertreter unterstrichen mit ihrer Anwesenheit die internationale Bedeutung dieses wichtigsten Treffens der Schweizer Incoming-Branche des Fremdenverkehrs.

Grosses Gewicht kam auch 1985 der Organisation und Durchführung von Gruppenstudienreisen für ausländische Reisebürofachleute zu; 844 Agenten aus 15 Nationen entdeckten nach der bewährten Formel «Schweiz-Seminar» die umfangreiche Angebotspalette der Schweiz. Bei der Durchführung dieser Studienreisen durfte die SVZ auf die tatkräftige Mitarbeit und Unterstützung von SBB, PTT, VST, Swissair und anderer Luftverkehrsgesellschaften sowie der regionalen und lokalen Verkehrsvereine zählen.

Aus «post convention»-Studienreisen liessen sich 155 deutsche Teilnehmer des DER-Jahreskongres-

ses (Deutsche Reisebüro GmbH) in Montreux und über 50 ASTA-Weltkongressbesucher in Rom über unsere touristische Infrastruktur informieren. Die alljährliche Gemeinschaftsaktion der USA-Büros der nationalen Fremdenverkehrszentralen von Deutschland, den Niederlanden und der Schweiz, «Rhine River Promotion», führte ebenfalls an die 100 amerikanische Spezialisten in unser Ferienland.

In Zusammenarbeit mit «Swiss Congress», RDK, VSKVD und Swissair konnten Marktdaten und -erkenntnisse ausgetauscht, Plattformen für Begegnungen zwischen Anbietern und Nachfragern erarbeitet, sowie die Bereitstellung marktkonformer Angebote gefördert und unterstützt werden. Im Bereich des öffentlichen Verkehrs konzentrierten sich die Anstrengungen auf eine verstärkte Propagierung der entsprechenden Verkehrsträger und deren touristischen Angebote im In- und Ausland.

Ausland: Koordination von Schweiz-Aktivitäten

Die 10. Nationale Werbereise wurde erstmals getrennt in eine PR- und Verkaufsförderungsaktion im Westen der USA durchgeführt. Während der PR-Reise (7.–16.1.) konnten 140 Medienkontakte wahrgenommen werden; auf der anschliessenden

VF-Reise (21.1.–3.2.) hatten 20 schweizerische Gastgeber die Möglichkeit, in Seminarien und Workshops gegen 1000 Reisebürofachleute mit den Angeboten und Vorzügen unseres Ferienlandes bekannt und vertraut zu machen. Erfolgsversprechende Möglichkeiten für schweizerische Anbieter, nordamerikanische Reiseveranstalter gezielt über aktuelle Angebote zu informieren, bieten die in Zusammenarbeit mit unserer New Yorker Vertretung organisierten und koordinierten Frühstücksseminarien in den wichtigsten touristischen Einzugsgebieten der Ost- und Südküste. Während der grossangelegten Publikumsaktion «Die Schweiz in ESS-Dur» in den Speisewagen der DSG (Deutsche Speisewagen-Gesellschaft), konnten sich zehntausende von Bahnreisenden von der gastronomischen Vielfalt unseres Landes überzeugen lassen.

Im November unternahm eine 10köpfige Delegation unter Führung der SVZ und Swissair aus Anlass des japanischen Reisebürokongresses (JATA) eine PR-Werbereise nach Tokyo, Seoul und Hongkong, die ein grosses Echo fand. In der japanischen Metropole wandte sich der SVZ-Direktor als Gastreferent mit einer Rede zum Thema «Japan-Europe, a joint touristic future?» an die Kongressteilnehmer.

