Touristische Landeswerbung

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **50 (1990)**

PDF erstellt am: **27.07.2024**

Nutzungsbedingungen

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

Haftungsausschluss

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

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Touristische Landeswerbung

Marktforschung

Anfangs Jahr erschien wie üblich der «Touristische Lagebericht der SVZ» in deutscher und französischer Sprache. Daten aus der Gästebefragung TOMAS II, die wir soweit wie möglich nach Herkunftsländern der Gäste auswerten liessen, wurden in die entsprechenden Länderberichte eingefügt.
Es wurden über mehrere Märkte und Segmente Analysen erstellt, die uns als Entscheidungsgrundlagen dienten. Von den grösseren Untersuchungen sind insbesondere zu nennen:

- eine umfassende Marktstudie über Belgien, ausgeführt vom Institut für Planungskybernetik (IPK), München, in Zusammenarbeit mit Marketing Unit, Brüssel;
- eine Befragung zur Ermittlung der potentiellen Nachfrage nach Wintersportferien aus den Märkten Deutschland, Grossbritannien, Niederlande und Schweiz. Die Befragung wurde von IPK München in Zusammenarbeit mit Partnerinstituten durchgeführt.

Zuhanden der Medien wurden erneut mehrere Artikel mit neuen Marktforschungsergebnissen verfasst und zahlreiche Einzelfragen von Anbietern, Medienschaffenden und Studenten beantwortet.

Seite 10
Aus der SVZ-Photothek:
Riverrafting auf dem Rhein.

Öffentlichkeitsarbeit

Medien Schweiz

Presse
Die Jahres-Pressekonferenz vom 11.1. in Bern stand im Zeichen unseres Aktionsprogramms zum Jahresthema «Seen und Flüsse – Perlen der Schweiz» sowie des Europäischen Jahres des Tourismus. Die zahlreich erschienenen Medienvertreter/innen bekundeten daneben auch grosses Interesse für die Marktanalysen und die Zukunftsperspektiven des Fremdenverkehrs. Am 7.3. stellten wir in Schwyz das Heft 3/90 der «Revue-Schweiz» zum Thema «Schwyz und Meinrad Inglin» der Regionalpresse vor. Anlässlich unserer Mitgliederversammlung vom 10.5. betreuten wir die inländischen Journalisten in Basel und für die grossangelegte Werbeaktion «Euraqua» im September luden wir sie nach Andermatt, Lugano und Interlaken ein.

Im monatlichen Pressebulletin in Deutsch und Französisch behandelten wir speziell in der Periode März–Juli das Thema «Wasser» unter den verschiedensten Aspekten; ein weiterer Schwerpunkt bildete Europa. Daneben stellten wir Neuerungen der Sommer- und der Wintersaison vor und informierten über neue SVZ-Imprimate sowie touristische Aktualitäten und Spezialveranstaltungen: Thermalbäder, Wandern, 700 Jahre Eidgenossenschaft usw. Pressemitteilungen – z.B. über grosse Werbeaktionen – rundeten das Bild ab. Jüngeren Journalisten und weiteren, die das touristische Geschehen nur sporadisch behandeln, stellen wir seit März ein «Vademecum für die Medien» zur Verfügung; es enthält auf rund 20 Seiten die wichtigsten Informationen über den Fremdenverkehr und viele Kontaktadressen.

Radio
Alle SRG-Sender und Lokalradios erhielten regelmässig die neuesten touristischen Informationen. Radio- oder TV-Interviews mit Direktionsmitgliedern oder weiteren SVZ-Sprechern gehörten zu jedem unserer Presseanlässe; im Winter galt das Interesse vor allem dem neuen nationalen Skipistenbericht.

Deutsche Schweiz: Unsere ausgezeichnete Zusammenarbeit mit Radio DRS wurde weitergeführt, vor allem für die beliebte wöchentliche Sendung «Touristorama» mit ihrem Hörerwettbewerb. Wie jedes Jahr konnten im Juli und August zahlreiche Ferien- und Ausflugstips über DRS 1 im «Sommertip», und über DRS 3 in der Sendung «Hot Dog» ausgestrahlt werden.

Welsche Schweiz: Für die Sommer- bzw. Wintersendungen von Radio Suisse romande «La Première» hat sich die SVZ speziell dafür eingesetzt, dass die regionalen und lokalen Verkehrsvereine ihre Informationen über Neuerungen und Veranstaltungen regelmässig nach Lausanne senden.

Italienische Schweiz: Für aktuelle Themen wurde der Kontakt mit Radiomitarbeitern weiterhin gepflegt.

Radio Schweiz International: Ständige Mitarbeit für die Sendung «Azimut», insbesondere für die Vermittlung von Interviews zum Thema Wasser – z.B. Schiffahrt oder Thermalbäder, zum Teil mit Wettbewerb.

Fernsehen
Das Fernsehen hat verschiedentlich in den drei Landessprachen über unsere Tätigkeit berichtet, insbesondere über die Grossaktion «Euraqua» im September. Nach dem Inkrafttreten von «Programm 90» haben wir mit mehreren Medienschaffenden von Fernsehen DRS neue Kontakte knüpfen können.

Medien Ausland

Presse, Radio, Fernsehen
Zusammen mit den regionalen und lokalen Verkehrsvereinen in der Schweiz und den SVZ-Vertretungen im Ausland konnten wir 926 Medienleute (Vorjahr: 1048) einladen und betreuen. Die Zahl der daraus resultierenden Übernachtungen teilt sich wie folgt auf: Belgien 277, Deutschland 687, Frankreich 243, Grossbritannien 747, Italien 404, Niederlande 255, Österreich 120, Skandinavien 146, Spanien 146, USA 992, Kanada 97, Lateinamerika 63, Ferner Osten 545, Australien 109, Länder ohne SVZ-Vertretung 152 (Zusammenarbeit mit OSEC und EDA). Die Swissair stellte die Flugscheine wiederum kostenlos zu Verfügung und unterstützte die Vertretungen bei der Auswahl der Medienleute, während das Swiss Travel System Gratisfahrkarten offerierte.

125 Jahre Matterhorn-Erstbesteigung: 36 Medienleute aus zwölf Ländern nahmen aus Anlass dieses Jubiläums vom 8.–15.7. aktiv an einer speziellen Bergsteigerwoche in Zermatt teil; 34 Medienvertreter aus elf Ländern weilten zum Jubiläumswochenende dort. Der Aktion war ein gewaltiger Fernseh- und Presseerfolg beschieden.

Euraqua: Diese SVZ-Aktion galt als Beitrag zum Europäischen Jahr des Tourismus und wurde im Auftrag des Bundesrates durchgeführt. 40 Journalisten aus 15 europäischen Ländern beteiligten sich vom 5.–8.9. an einer Sternreise in vier Gruppen, die durch verschiedene Regionen der Schweiz nach Andermatt führte und vom 9.–15.9. als gemeinsame Reise fortgesetzt wurde. Dazu gehörten Pressekonferenzen in Andermatt mit Bundesrat Adolf Ogi, in Lugano mit Botschafter Jakob Kellenberger und in Interlaken mit Bundespräsident Arnold Koller. Themen: «Die Schweiz und Europa»; Wirtschaft, Verkehr und Aussenpolitik.

Travel Writers Trip: Zusammen mit Swissair ermöglichten wir 25 weiteren Journalisten aus 16 Überseeländern einen Schweiz-Aufenthalt vom 7.–16.9. und eine Beteiligung am Euraqua-Programm.

Skiswiss: Zum Auftakt der Wintersaison fanden sich 22 Journalisten aus 13 Ländern vom 15.–22.12. in Silvaplana ein. Im Vordergrund standen wiederum Skikurse sowie andere Wintersportarten.

70 von der SVZ eingeladene Medienleute erlebten den Schweizer Hausberg hautnah und garantierten weltweiten Fernseh- und Presseerfolg.

Weltweite Informationskampagne über die Schweiz

Im Auftrag der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland (Koko) organisiert die SVZ die wohl grösste je von der Schweiz inszenierte Informationskampagne: 64 Pressetexte – Kurzdarstellungen aus Politik, Geschichte, Wirtschaft, Umwelt, Kultur und Gesellschaft – sollen im Vorfeld der 700-Jahrfeier ein möglichst wirklichkeitsnahes Bild der Schweiz zeichnen. Die lebendigen und kritischen Texte wollen Basiswissen vermitteln sowie verschiedene Meinungen zu Wort kommen lassen und die schweizerische Realität näher beleuchten. Gleichzeitig dienen die Artikel den Medienschaffenden in aller Welt als Rohstoff und Anregung für eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Schweiz und als Basis für eigene, umfassendere Artikel. Die Texte wurden von der Schweizerischen Depeschenagentur, unter Beizug von Fachjournalisten, in Deutsch, Französisch und Italienisch produziert. Schweizer Radio International erarbeitete zusätzlich eine englische, amerikanische und teilweise eine spanische, arabische sowie portugiesische, die SVZ eine japanische Sprachversion. Zusammen mit 185 000 Schwarzweissfotos werden die Artikel über die Schweizer Botschaften und Generalkonsulate, die Vertretungen der SVZ, die Swissair und die Schweizerischen Handelskammern an 12 000 Presse-, Radio- und Fernsehredaktionen in 120 Ländern verteilt: Gesamtvolumen über zwei Mio. Seiten Text.

Artikeldienst

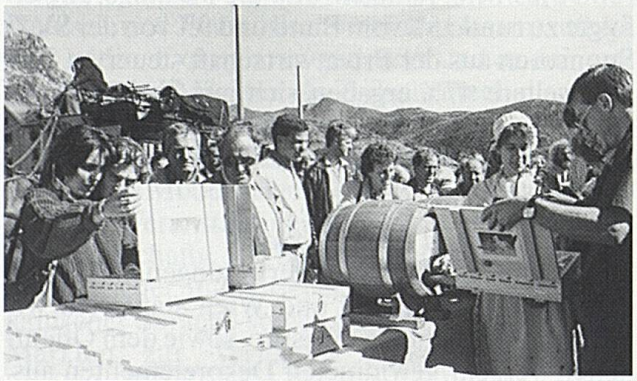
Zum Jahresthema erstellten wir ein Dutzend neue Artikel in drei Sprachversionen – z. B. über Thermalbäder, Inseln, Suonen – als Dokumentation für Medienschaffende, unsere Vertretungen und die Info-Datenbank der SVZ.

Sonderaufgaben

Jahresthema
«Seen und Flüsse – Perlen der Schweiz»

Die an den Wasseraktivitäten interessierten Kreise erarbeiteten zusammen mit der SVZ ein Aktionsprogramm, das die Schweiz als «Wasserland» profilieren sollte. Zahlreiche neue Angebote wurden geschaffen – z. B. die «Alpenkreuzfahrten» oder der «Swiss Boat Pass» – und mancherorts fanden spezielle Aktivitäten wie Seeüberquerungen, Schwimmtests, Wasserspiele statt.
Die SVZ machte mit der «Wasserzeitung» (Auflage: 1 Mio. Exemplare) sowie einer breiten Palette weiterer themenbezogener Publikationen auf die speziellen Angebote und Anlässe aufmerksam. Im Kontakt mit Medien rückten wir das Jahresthema konsequent in den Vordergrund und erreichten mit der Aktion «Euraqua» grosse Publizität.

Kernpunkt von «Euraqua» bildete das Gotthardfest vom 8./9. 9. In Andermatt trafen die sternförmig angereisten Journalistengruppen mit 48 Jugendlichen aus 23 europäischen Ländern zusammen. Nach einer Diskussion mit Bundesrat Adolf Ogi über die Probleme des Alpentransits, erlebten die Gäste die Bergwelt gemeinsam bei einem Bergfest und anschliessendem Nachtlager auf dem Oberalppass. Wanderungen und Mountainbike-Touren führten sie auf die Gotthard-Passhöhe, wo herbeigeschafftes Quellwasser der Flüsse Rhein, Rhone, Tessin und Inn in speziell etikettierte Flaschen abgefüllt wurde. Die Jugendlichen nahmen diese mit auf ihre Weiterreise per Schlauchboot, Fahrrad und Bahn nach Strassburg und Brüssel. Dort überbrachten sie damit die Grüsse des Schweizer Volkes an den Europarat und an die EG. Die Aktion hat nicht nur ein grosses Presse-Echo ausgelöst, sondern vermochte auch freundschaftliche Bande zwischen den Jugendlichen Europas zu knüpfen.



Seite 15
Euraqua: eine SVZ-Aktion, die auf dem Dach des europäischen Wasserschlosses, dem Gotthard, in Fluss kam.

Vorbereitung auf künftige Jahresthemen
In verschiedenen Arbeitsgruppen der Koko bereitete die SVZ Auslandaktionen zur 700-Jahrfeier vor. Für die Präsenz der Schweiz an Ausstellungen kreierten wir z. B. eine Ruhezone.
Im Hinblick auf 1992 und später wurde die Bearbeitung der Europäischen Kulturwege an die Hand genommen. Wir möchten damit zeigen, dass die Schweiz touristisch europafähig ist und auch auf kulturellem Gebiet nicht abseits steht.

Publikumsausstellungen
Unsere Ausstellung «Schweizer Kunsthandwerk zwischen Gestern und Morgen» gelangte in Toronto, Montreal und Chicago zum Einsatz. Ende Jahr wurde sie nach Tokyo weitertransportiert. Die «Jollyball»-Maschine begeisterte das Publikum zuerst in Düsseldorf, danach in Osaka.

Spezial-Weltausstellung in Osaka, Japan
Vom 1. 4. – 30. 9. fand in Osaka die vom Bureau International des Expositions (BIE) anerkannte Spezial-Weltausstellung «The International Garden and Greenery Exposition» statt.
Die SVZ organisierte und führte im Auftrag des Bundes und in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Generalkonsulat in Osaka – aber in eigener Regie und Verantwortlichkeit – die offizielle Schweizer Beteiligung durch.
Hauptbestandteile unserer Präsentation auf 750 m^2 bildeten ein Original-Chalet aus der Region des «Pays d'Enhaut», eine acht auf zwölf Meter grosse Kletterwand in einer Bergkulisse aus dem Berner Oberland sowie die in Japan speziell erfolgreiche «Jollyball»-Maschine.

Seite 16
Zwei Aspekte des vielbesuchten Schweizer Pavillons an der Gartenbau-Expo in Osaka: die Kletterwand und das Waadtländer Chalet.

Mit über 23 Millionen – vorwiegend japanischen – Besuchern verzeichnete die Ausstellung einen alle Erwartungen übertreffenden Erfolg. Davon profitierte auch der Schweizer Pavillon, der mit 4–5 Mio. Besuchern ganz vorne unter den über 80 internationalen Beteiligungen rangierte. Anlässlich des Schweizer Tages am 24.7. weilte eine offizielle Schweizer Delegation, angeführt von Staatssekretär Klaus Jacobi und dem Präsident der SVZ, Nationalrat Jean-Jacques Cevey, in Osaka.
Das Budget unserer Beteiligung belief sich auf rund 3,25 Mio. Franken, und die Finanzierung erfolgte zu rund 15% vom Bund und 9% von der SVZ. Sponsoren aus der Privatwirtschaft steuerten 20% bei, weitere 47% ergaben sich aus Verkäufen im «Swiss Souvenir Shop» und die restlichen 9% entfielen auf die Liquidation der Exponate am Ende der Ausstellung.

Schaufenster und Dekorationen
Die Schaufenster unserer Vertretungen in Amsterdam, Brüssel, Mailand und Wien staffierten wir mit dem Jahresthema «Wasser» sowie dem Öffentlichen Verkehr gewidmeten Dekorelementen aus. Ebenso wurden spezielle Dekorationen für Anlässe wie «Euraqua», «Bonjour la France» und die Weltausstellung in Osaka hergestellt.

Diverses
Betreuung von Gruppen: In Vorträgen, Führungen und Exkursionen wurden insgesamt 400 Interessierte ihren Bedürfnissen entsprechend über die Arbeit der SVZ orientiert.
Flughafen-Informationsstelle: Die SVZ prüfte zusammen mit dem Verkehrsverein Zürich, der Flughafendirektion und Flughafen Immobilien Gesellschaft, Swissair sowie SBB die Möglichkeiten eines gesamtheitlichen Informationskonzepts. Eine Lösung konnte bisher nicht gefunden werden.
Swiss Forum: Die Referate des 1989 von der SVZ durchgeführten 1. Swiss Forums wurden in einer Berner Schriftenreihe zusammengefasst und als Nachfassaktion allen Teilnehmern zugestellt.

Produktion Werbung, PR- und Informationsmittel

Werbung und Werbemittel

Werbung
Zum Jahresthema produzierten wir das 20seitige, vierfarbige Moodmaker-Magazin «Wasserwärts», welches als Beilage ausgewählte Pauschalangebote aus der ganzen Schweiz enthielt. Es wurde auf Deutsch und Französisch in einer Gesamtauflage von 1 Mio. Exemplaren gedruckt und in den entsprechenden Märkten als Zeitschriftenbeilage, als Mailing oder an Messen verteilt.
Für das Werbejahr 1991 entstand der 12seitige, vierfarbige Moodmaker «Schweizwärts» mit eingeheftetem Veranstaltungskalender «700 Jahre Eidgenossenschaft». 500 000 Exemplare in deutscher, französischer, italienischer, englischer und amerikanischer Sprache stehen für den Einsatz in allen Märkten zur Verfügung. Zusätzlich wurden 215 000 Exemplare Separatdrucke des obenerwähnten Veranstaltungskalenders als Mailing versandt.
Bahnspezifische Werbung mit Hinweisen auf das Swiss Travel System plazierten wir in unseren Vertretungsbroschüren mit einer Gesamtauflage von 500 000 Exemplaren und in den beiden obenerwähnten Moodmaker-Magazinen. Erstmals erschienen Inserate in unserem Veranstaltungskalender.
Aus Budgetgründen konnten weder im In- noch im Ausland grössere Image-Anzeigekampagnen lanciert werden.

Drucksachen
Insgesamt stellten wir 94 verschiedene Titel in einer Gesamtauflage von 3,5 Mio. Exemplaren her, darunter einige Neuerscheinungen zum Jahresthema. Im Auftrag der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland (Koko) produzierten wir Vordrucke und erneuerten Auflagen des Schülerprospektes in sechs Sprachen. Die Gesamtauflage dieses Faltprospektes liegt inzwischen bei 4,3 Mio. Exemplaren. Für die Weltausstellung in Osaka wurden 250 000 Halbformate des Schülerprospektes gedruckt und 150 000 Plastiktragtaschen produziert.

Foto
Produktion und Archiv: Das thematische Schwergewicht legten wir bei den rund 19 000 Schwarzweissvergrösserungen auf alles, was am, im und auf dem Wasser zu erleben ist. Das Archiv umfasst gegenwärtig rund 2700 Diamotive und 400 Schwarzweissbilder. Von 280 touristischen Motiven haben wir mehr als 12 000 Diaduplikate hergestellt und verschickt. Von der seit 30 Jahren erfolgreichen Diaserie «Bibliovision» erschien die 15. Auflage.

Ausleih: Die Tendenz der letzten Jahre, vermehrt Farbmaterial einzusetzen, hat sich dieses Jahr eindeutig bestätigt. Mehr als 800 Direktanfragen wurden mit über 6000 Schwarzweissfotos und 5000 Diapositiven beantwortet. Die Vertretungen erhielten 17 000 Farbdias und 5500 Schwarzweissbilder zur Unterstützung ihrer PR- und Verkaufsförderungs-Arbeit. Mehr als 2000 Pressebilder wurden für SVZ-eigene Veranstaltungen produziert.

Seite 18
Weit mehr als eine Million Drucksachen wurden zum Werbethema «Wasser» produziert und in der ganzen Welt verteilt.

Schweizwärts
...wasserwärts
La Suisse
...par monts et vagues
TRAVELVIEW
INTERNATIONAL
SWITZERLAND
SUMMER LAKES AND ALPS
Schweiz Suisse Svizzera Switzerland
Zwitzerland Suiza スイス Sveits Sveitsi
SCHWEIZ SUISSE SVIZZERA SWITZERLAND SUIZA
SWITZERLAND SVIZRA
Info
Tauchschulen
Ecoles de plongée
Scuole di tub
Diving schools
Windsurfschulen
Ecoles de planche à voile
Scuole di windsurfing
Windsurfing schools
Wasserskischulen
Ecoles de ski nautique
Scuole di sci nautico
Water-ski schools
Segelschulen
Ecoles de voile
Scuole di vela
Sailing schools
Restaurants am Wasser
Restaurants au bord de l'eau
Ristoranti sulle rive di laghi e fiumi
Restaurants located by the water
Hotels am Wasser
Hôtels au bord de l'eau
Alberghi sulle rive di laghi e fiumi
Hotels located by the water

Audiovision
Von der 3SAT-Redaktion des Schweizer Fernsehens konnten wir zwei kurze Filmbeiträge aus deren Reisemagazin übernehmen und für unsere Zwecke bearbeiten: von der deutschen Originalfassung der 15minütigen Videofilme «Riverrafting» und «Kinderbergsteigen» entstanden französische und englische Fassungen. Unsere Tonbildschau in eigener Sache «SVZ und Tourismus» in Deutsch, Französisch und Englisch, wurde aktualisiert. Die SVZ-Vertretungen betreuen weiterhin den Videoverleih, der über 200 Titel von Verkehrsvereinen, Koko, SBB und SVZ umfasst; sie meldeten 7000 Vorführungen mit gesamthaft 30 Mio. potentiellen Zuschauern. Der grösste Teil davon wurde wiederum über amerikanische Kabel-TV-Netze erreicht. Wir gewährleisteten das «technical handling» von insgesamt 950 Videokopien eigener und fremder Produktionen. Innerhalb der Mediarama AG und der Stiftung gleichen Namens arbeiten wir am Konzept der ersten interaktiven Compact Disc (CD-I) mit, einem audiovisuellen Medium, das bewegte und stehende Bilder sowie Ton und Computer-Daten verknüpft und abrufbar macht.

Revue Schweiz

Mit zwei Flussporträts und der Ausgabe «Flüsse und Seen» charakterisierte die SVZ-Zeitschrift die «Schweiz am Wasser». Weitere Gebietsmonographien und Schweiz-spezifische Sachthemen vervollständigten die Publikationsvielfalt. Das Umstellen auf Satzerfassung mittels eines Personal Computers ermöglichte erhebliche finanzielle Einsparungen.

Themenübersicht:

Januar	Gipfelstürmer – Sieben Höhepunkte der Schweizer Alpen
Februar	Palme e neve – Winter und Frühling im Tessin
März	Schwyz und Meinrad Inglin
April	Erlebnis Wasser – Schweizer Seen und Flüsse
Mai	Sprachgrenze
Juni	Rhone – Porträt eines Alpenflusses
Juli	Schons/Schams – Talabschnitt am Hinterrhein
August	Die Reuss zwischen Luzern und Windisch
September	La vache – die Kuh – la vacca Schweizer Markenzeichen der Landwirtschaft
Oktober	Das grosse Moos – Land zwischen drei Seen
November	Ein Schweizer Film entsteht – Pilatus oder Säntis?
Dezember	Die Schweizer Uhr

Spedition Werbemittel

Vom Hauptsitz aus versandten wir an unsere Vertretungen, die Schweizer Botschaften und Konsulate sowie für touristische Messen, Werbereisen und Sonderaktionen im Ausland 2833 Frachtkolli, 3115 Postpakete und 50691 Drucksachenpäckchen mit touristischem Material der SVZ sowie der lokalen, regionalen und nationalen Verkehrsinteressenten. Mit rund 824 Tonnen (Vorjahr: 669 Tonnen) gelangte mehr Material denn je zuvor zur Verteilung.

Verkaufsförderung

Inland
In Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnerorganisationen, vor allem regionalen und lokalen Verkehrsvereinen, wurden 485 Reisebüroangestellte, Kongress- und Incentiveorganisatoren und weitere Interessenten aus insgesamt 25 Ländern zum Besuch unseres Ferienlandes eingeladen. Ziel dieser Informations- und Studienreisen ist es, den ausländischen Reisefachleuten das touristische Angebot der Schweiz im Massstab 1:1 zu präsentieren.
Um das Image des Kongresslandes Schweiz zu festigen, fand in Lausanne vom 28.–30.10. der 4. Swiss Convention and Incentive Mart (SCIM) statt. Zusammen mit der Initiantin, Swiss Congress (Arbeitsgemeinschaft Schweizerischer Kongressorte), und Swissair konnten über 120 Entscheidungsträger aus Handel und Industrie begrüsst werden. Die Gäste reisten aus 18 verschiedenen Ländern in Europa und Übersee an. Dem gleichen Zweck diente die Teilnahme an der 3. European Incentive & Business Travel & Meetings Exhibition (EIBTM) in Genf vom 8.–10.5.

Ausland
Seit 1979 werden in Zusammenarbeit mit Swissair sogenannte Nationale Werbereisen durchgeführt. Die Swiss Travel Show (STS) USA wurde vom 12.–21.3. für die Swissair-Gateways Atlanta, Boston, New York, Los Angeles und Chicago ausgeschrieben und gab 45 Schweizer Anbietern die Möglichkeit, rund 1500 amerikanischen Reisebürovertretern ihr neustes Angebot vorzustellen. Die Organisatoren konnten zudem an Presseluncheons über 50 Medienleute begrüssen.
Die STS Skandinavien/Finnland führte vom 10.–14.9. nach Helsinki, Stockholm, Oslo, Kopenhagen und Göteborg, wo 43 Teilnehmer aus der Schweiz an Workshops über 1100 Gäste aus der Reisebranche kontaktieren konnten. In allen fünf Städten fanden für insgesamt 68 Journalisten Pressegespräche statt.
Der wichtige Markt Japan/Südostasien wurde ebenfalls mit einer Nationalen Werbereise bearbeitet. Workshops in Seoul, Tokyo, Osaka, Hongkong und Taipei wurden von über 900 Reisebürovertretern und Journalisten besucht. Unter der Leitung der SVZ versuchten 28 Anbieter mit konkreten Angeboten das Ferienland Schweiz möglichst nachhaltig in Erinnerung zu rufen.
Bonjour la France! Anlässlich einer grossangelegten Goodwill- und Imageaktion vom 23.–27.4. reiste eine 70 Personen umfassende Schweizer Delegation nach Nizza, Lyon, Strassburg und Paris, um über 3300 sogenannte «Freunde der Schweiz» zu empfangen. Diese Aktion war die Fortsetzung der erfolgreichen Veranstaltungen «Grüezi Deutschland» (1986) und «Buongiorno Italia» (1988); sie soll die tägliche Öffentlichkeitsarbeit der SVZ-Landesvertretung Paris in unserem westlichen Nachbarland unterstützen.
Mit einer ersten Informationsreise Osteuropa vom 22.–26.10. trug auch die SVZ der erfreulichen Öffnung Osteuropas Rechnung. Zusammen mit ausgewählten Organisationen konnten wir in Berlin Ost, Leipzig, Dresden, Prag und Budapest mehr als 200 Gästen aus der Reisebranche und 116 Journalisten die Schweiz näherbringen.
Zusätzlich zu diesen eigenen Werbereisen koordinierten wir rund 20 Auftritte touristischer Organisationen in den wichtigsten Märkten.

Seite 21
«Bonjour la France» hiess der Gruss, den die SVZ und 70 Schweizer Tourismus-Botschafter mehr als 3300 Freunden der Schweiz in vier französischen Grossstädten überbrachten.

Die Neuausgaben der SVZ-Verkaufshandbücher (Selling Switzerland USA, Kanada, Japan, Südostasien) dienen weiterhin als Dienstleistung für die Reisebranche.
Als weitere nützliche Informations- und Werbeplattformen für unsere Partner wurden Gemeinschaftsstände an folgenden touristischen Fach- und Publikumsmessen angeboten:

9.1.–14.1.	Utrecht: Vakantie, Ferienmesse
20.1.–28.1.	Stuttgart: CMT, Caravan Motor Touristik
22.1.–1.3.	Nordamerika: ETC Supermarts in 27 verschiedenen Städten
24.1.–28.1.	Madrid: FITUR, Ferienmesse
1.2.–7.2.	Paris: SMTV, Salon mondial du tourisme et des voyages
3.2.–11.2.	München: C-B-R, Caravan – Boot – Internationaler Reisemarkt
10.2.–18.2.	Hamburg: Reisen '90, Ferienmesse
21.2.–25.2.	Mailand: BIT, Borsa Internazionale del Turismo
3.3.–8.3.	Berlin: ITB, Internationale Tourismus-Börse
24.3.–1.4.	Brüssel: Salon des vacances
17.4.–7.6.	Nordamerika: Ski Group Shows in 30 verschiedenen Städten
12.9.–16.9.	Paris: MITCAR, Marché International du Tourisme en Autocar
15.9.–18.9.	Köln: RDA-Workshop (Ring Deutscher Autobusunternehmer)
9.10.–11.10.	Chicago: IT & ME, Incentive Travel & Meeting Executives Show
27.10.–4.11.	Stuttgart: Wintermesse
10.11.–18.11.	London: Daily Mail International Ski Show
23.11.–25.11.	Brüssel: BTF, Brussels Travel Fair
28.11.–1.12.	London: WTM, World Travel Market
30.11.–2.12.	Köln: Reisemarkt
1.12.–4.12.	Barcelona: Mediterrania

Information und Dokumentation

Allgemeine Auskünfte
Die von der SVZ weltweit erteilten mündlichen und schriftlichen Auskünfte dürften bei 2 Mio. liegen; eine deutliche Zunahme verzeichneten wir erneut bei Anfragern aus der Schweiz. Schwerpunkte bildeten die Themen Wandern und Velofahren, Seminar- und Kongressmöglichkeiten, familienfreundliche Ferienorte sowie Veranstaltungen.

Informationsblätter: Die Serie der «i-Blätter» umfasst nach wie vor über 100 ständig aktualisierte Titel; zum Wasserjahr kamen neue Themen wie «Hotels und Restaurants am Wasser», «Sonderfahrten auf Schweizerseen» und «100 Uferwanderungen» dazu.

Umfragen: Dem Jahresthema entsprechend, haben wir unsere jährliche Grossumfrage über 600 Städte und Ferienorte auf die Infrastruktur, Dienstleistungen und Ferienangebote rund um das Element Wasser ausgerichtet. Die in Zusammenarbeit mit den regionalen Verkehrsvereinen erhobenen Angaben bildeten den Inhalt von 20 verschiedenen Imprimaten. Aktuelle Kurzumfragen wurden über die Unterkunftssituation über Weihnachten/Neujahr durchgeführt.

Telefon 120: Über diese Dienstleistungstelefonnummer konnten von April bis Ende November über 1200 Veranstaltungshinweise, Ausflugstips und Informationen über Spezialaktionen mit Bahn, Schiff und Postauto verbreitet werden; insgesamt wurden rund 700 000 Anrufe registriert.

SVZ-Wandertips: Ein Bulletin mit Informationen aus dem Bereich Wandern und Trekking wurde den Schweizer Medien und unseren Vertretungen von April bis September monatlich zugestellt.

Gesundheit und Fitness: In Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Badekurorte (VSB) wurde am 16.6. der erste nationale Bädertag durchgeführt. Dieser Anlass wird inskünftig alljährlich stattfinden.

Elektronische Medien/Telekommunikation
Nationale Wintersportberichte auf Videotex: Bis und mit Wintersaison 1989/90 veröffentlichte die SVZ zweimal wöchentlich aktualisierte Skipistenberichte. 190 lokale Meldestellen übermittelten jeweils per Telefon oder Telefax ihre Angaben an die SVZ in Zürich. Dort wurden die Daten zu Bulletins verarbeitet und per Telex verbreitet. Vor allem in speziellen Wettersituationen, vor und während Feiertagen und über das Wochenende zeigte sich, dass der Aktualitätsgrad nicht mehr genügen konnte. Die SVZ beschloss deshalb, diese beliebte Wintersportinformation auf eine völlig neue Basis zu stellen.

Auf die Wintersaison 1990/91 hin nahm die SVZ ein kombiniertes Videotex-/Mailbox-System in Betrieb: Rund 225 Meldestationen – alle mit Videotex-Endgeräten ausgerüstet – können nun ihre Angaben jederzeit dem neuesten Stand anpassen *(siehe Bild).*

Die standardisierten Werte über Schneeart, Pisten- und Talabfahrtenzustand, aktuelles Wetter und weitere Detailinformationen werden in der externen Datenbank «Data-Star» der Radio-Schweiz AG verwaltet. Kombiniert mit «Data-Mail» werden zahlreiche Bulletins bedürfnisgerecht zusammengestellt und den weltweiten Empfängern vollautomatisch per Telefax übermittelt. Den rund 60 000 Videotex-Nutzern in der Schweiz steht ausserdem ein besonderer Service zur Verfügung: In den drei Landessprachen sind alle Wintersportinformationen für Alpin-Skifahrer, Langläufer und Schlittler auf regionalen Übersichten und nach Ort detailliert abrufbar.

Videotex-Systeme im Ausland: Die ständig aktualisierten SVZ-Programme in Deutschland (Btx), Frankreich (Minitel), Italien (Videotel), Grossbritannien (Prestel) und in den Niederlanden (Viditel) haben sich weiterhin konsolidiert. In Deutschland wurde, 10 Jahre nach dem Start von Bildschirmtext, die langerwartete erste Viertelmillion Teilnehmer erreicht.

EDV und Informationsdatenbank: Am Hauptsitz wurde die bereits bestehende EDV-Anlage weiter ausgebaut. Zur Zeit sind 23 vernetzte PC-Arbeitsplätze mit dem Büroautomationssystem ALIS installiert. Im Rahmen des mehrjährigen EDV-Ausbauprogramms konnten auch die SVZ-Vertretungen Amsterdam, Madrid, New York, Wien und teilweise Frankfurt neu ausgerüstet werden. Damit wurde die technische Voraussetzung für eine datenbankgestützte Informationsabfrage geschaffen. Probleme bei der Software-Entwicklung für die Informationsdatenbank führten jedoch zu einer mehrmonatigen Verzögerung. Dennoch konnte die Datenerfassung in wesentlichen Teilbereichen am Hauptsitz durchgeführt werden.

Swissline: Eine Arbeitsgruppe mit Vertretern des Schweizer Hotelier-Vereins, der Swissair, den SBB, der PTT/Kommunikationsmodellgemeinden (KMG/OCOM) und der SVZ hat in mehreren Arbeitstagungen Grundlagen für ein touristisches Informations- und Reservationssystem auf nationaler Basis erarbeitet. Zielsetzung ist, die Position der touristischen Schweiz auf internationalen Märkten zu verbessern. Das Projekt wurde per Ende Jahr den Entscheidungsinstanzen zur Vernehmlassung vorgelegt.

Dokumentation
Die Bibliothek wurde um über 100 Sachbücher erweitert. Die 500 Themen der Artikeldokumentation beinhalten über 5000 aktuelle Zeitungsausschnitte aus Tages-, Wochen- und Fachpresse. Die den Vertretungen zur Verfügung gestellte Basisdokumentation umfasst 23 Nachschlagewerke, die jährlich aktualisiert werden.