

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 51 (1991)

Rubrik: Touristische Landeswerbung

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 08.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Touristische Landeswerbung

Marktforschung

Im Januar erschien wiederum der «Touristische Lagebericht der Schweizerischen Verkehrszentrale» auf deutsch und französisch, mit 20 detaillierten Länderberichten. Diese Unterlagen für das touristische Marketing wurden während des ganzen Jahres oft bestellt.

Auswertungen von zwei Umfragen, die im Auftrag der SVZ durchgeführt wurden, stiessen in den Medien und in den touristischen Fachkreisen auf besonderes Interesse:

- Untersuchung über die Nachfrage nach Wintersportferien, die wir Ende 1990 durch das Institut für Planungskybernetik (IPK), München, in

Deutschland, Grossbritannien, den Niederlanden und in der Schweiz realisieren liessen;

- Untersuchung über Seminartourismus, die im Rahmen der Erhebungen zum «Reisemarkt Schweiz 1990/91» des Instituts für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Hochschule St. Gallen vorgenommen wurde.

Wir erstellten verschiedene ausführliche Sonderanalysen einzelner Märkte sowie Grundlagen für das Aktions- und Werbeprogramm 1992. Ausserdem wurden wiederum zahlreiche Fachfragen, intern und von Dritten gestellt, beantwortet.

Seite 11 und 12
Aus unserer Photothek:
Eindrücke vom Weg der Schweiz.

Öffentlichkeitsarbeit

Medien Schweiz

Presse

An der Jahres-Pressekonferenz vom 15. 1. in Bern wurde einerseits mit Unterstützung der PTT als Neuheit der Einsatz von Videotex für die nationalen Wintersportberichte demonstriert. Andererseits wurden die Medienvertreter/innen über Lage und Perspektiven des Schweizer Tourismus sowie über die im Zeichen der 700-Jahrfeier der Eidgenossenschaft geplante Werbekampagne orientiert. Weitere SVZ-Presseseinladungen galten der Vorstellung des Swiss Travel Mart (Lausanne, 25. 3.), der Information über diesen Grossanlass (Montreux, 8. 4.), der Mitgliederversammlung (Luzern, 7. 5.) und der Tourismus-Marketing-Plattform Schweiz (Bern, 4. 7.).

An der Weltpremière des Imax-Films «Switzerland» in Brüssel nahmen Ende September auch Schweizer Journalisten teil.

Seit Anfang Jahr erscheint das Pressebulletin in deutsch und französisch alle 14 Tage, was eine erhöhte Aktualität gewährleistet. Gleichzeitig stieg das Volumen des Bulletins um mehr als ein Drittel. Die Palette der Rubriken ging von den bewährten Themen wie Sommer- und Winterneuheiten, SVZ-Publikationen, Sport, Kultur, Tips für Wanderer und Velofahrer, Veranstaltungen usw. über Marktforschung bis hin zu lokalen Sonderanlässen. Zusätzlich zu dem seit März 1990 ständig nachgeführten «Vademecum für Medienleute» haben wir den Medien und weiteren Interessierten im Berichtsjahr ein neues «Geographisches Lexikon deutsch-französisch» zur Verfügung gestellt.

Radio

Alle SRG-Sender und Lokalradios erhielten regelmässig unsere neuesten touristischen Informationen. Zudem wurden Direktionsmitglieder oder

weitere SVZ-Sprecher an jedem unserer Presseanlässe von Radio- oder TV-Reportern interviewt. Verschiedenen Lokalradios wurden zahlreiche telefonische Interviews über aktuelle Themen gewährt.

Deutsche Schweiz: Unsere Zusammenarbeit mit den für die Sendung «Espresso» verantwortlichen Medienschaffenden von DRS 1 in Bern konnte neu geregelt werden.

Welsche Schweiz: Für die Sommer- bzw. Winter-sendungen von Radio Suisse romande «La Première» hat sich die SVZ weiterhin dafür eingesetzt, dass die regionalen und lokalen Verkehrsvereine ihre vielfältigen Informationen direkt nach Lausanne senden.

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

Radio Schweiz International: Wir unterhielten Kontakte zu den Mitarbeitern der verschiedenen Sprachprogramme, denen wir bei der Recherche zu speziellen Themen behilflich waren.

Fernsehen

Auch das Fernsehen in den drei Landessprachen hat verschiedentlich über unsere Tätigkeit und über aktuelle Probleme des Tourismus berichtet.



Medien Ausland

Presse, Radio, Fernsehen

Gemeinsam mit den regionalen und lokalen Verkehrsvereinen und den SVZ-Vertretungen haben wir 705 Medienleute eingeladen und betreut. Die damit verbundenen Übernachtungen teilten sich wie folgt auf: aus Belgien 165, Deutschland 586, Frankreich 254, Grossbritannien 153, Italien 153, Niederlande 326, Österreich 120, Skandinavien 48, Spanien 55, USA 500, Kanada 61, Lateinamerika 66, Ferner Osten 439, Australien 31. Aus Ländern ohne SVZ-Vertretung resultierten in Zusammenarbeit mit OSEC und EDA 317 Übernachtungen. Besonders hervorzuheben ist dabei die volle Unterstützung der Swissair und des Swiss-Travel-Systems in der Form von Gratistransporten.

Recontre mondiale du ski-club des journalistes: Der Anlass, zu dem 242 Journalisten eingeladen wurden, fand in Crans Montana statt. Die SVZ hat allen Teilnehmern einen Swiss Pass zur Verfügung gestellt und übernahm zudem die Kosten für einen Schweizer Tourismus-Abend.

Travel Writers Trip: Vom 28. 7.–3. 8. luden wir in Zusammenarbeit mit Swissair und EDA 25 ausser-europäische Journalisten ein, um die 700-Jahrfeier aktiv mitzuerleben.

Artikeldienst

Für die Reisen von Journalisten erweiterten wir den Artikeldienst mit einer Reihe von Texten über verschiedene Orte in der Innerschweiz. Gleichzeitig wurde mit einer Serie über die Alpenpässe begonnen. Die Artikel sind in deutscher, französischer und englischer Sprache auf Papier und Disketten erhältlich.

Weltweite Informationskampagne über die Schweiz
Im Rahmen der 700-Jahrfeier wurde das Ausland verstärkt über Land und Leute, Kultur, Politik und

Wirtschaft informiert. Diese wohl grösste je von der Schweiz inszenierte Informationskampagne führte die SVZ im Auftrag der Koko durch. Es wurden für ausländische Medien 64 Presstexte in neun Sprachen produziert. Die Beiträge sind weltweit in einer Gesamtauflage von 2,4 Mio. Seiten verteilt worden. Man wollte damit einerseits Basiswissen vermitteln und andererseits verschiedene Meinungen zu einem Thema zu Wort kommen lassen sowie die schweizerische Realität näher beleuchten. Die Artikel sind bei der Schweizerischen Depeschagentur in deutscher, französischer und italienischer Sprache produziert worden. Schweizer Radio International hat seinerseits eine englische, amerikanische, spanische, portugiesische sowie arabische und die SVZ eine japanische Sprachversion erarbeitet.

Diese Texte wurden, begleitet von 185 000 Fotos, über 270 Pressestellen der Schweizer Botschaften und Konsulate, der SVZ- und Swissair-Vertretungen sowie der Schweizerischen Handelskammern an 12 000 Presse-, Radio- und Fernsehredaktionen in 120 Länder verteilt.

Diese Organisationen luden auch 308 Medienschaffende aus 57 Ländern in die Schweiz ein und kümmerten sich um Programmgestaltung, Organisation und Abwicklung. Über 400 Interviewpartner aus verschiedenen Sektoren stellten sich zur Verfügung, und zahlreiche regionale und lokale Verkehrsvereine leisteten in der Betreuung der Mediengäste wertvolle Unterstützung.

Aus den Presstexten und den Besuchen der Medienschaffenden wurden inzwischen über 60 ausländische Fernsehfilme und Radioprogramme produziert. In den Printmedien erschienen bisher über 10 000 oft mehrseitige Artikel und Sonderbeilagen.

Seite 16

Auslese aus dem Fächer von über 10 000 Artikeln und Sonderbeilagen, die auf Grund der weltweiten Informationskampagne erschienen.



A
 Häftets uniformer
 Planlegg
 Schweiz firar sina 700 år
 med kultur fester hela året

La Suisse
 le A à Z

Newsweek
 A BCCI EXCLUSIVE
 How the CIA Penetrated the Bank
SWITZERLAND
 Find a Place in the New Europe?
 1991

WELT UND WISSEN
 700 ปี แห่งการก่อตั้งสมาชิ
 700 years of Switzerland

Travel, Society & Weddings
SWITZERLAND IS 700
 The Land of William Tell is celebrating

Seven
 hundred
 years of
 Switzerland

SWITZERLAND
 THE UNITED KINGDOM'S NEAREST
 SWITZERLAND

Witserland
 Zehnhonderd jaar
 ZWITSERLAND

**Falsche oder
 andere Schweiz**

להתאחד עם
 ישראל
 לפני המלחמה?

**Swizzera addio,
 un sogno finito**
 Più anni dopo la confederazione, la Confederazione
 svizzera è alla ricerca della sua identità nazionale

**A crisis of
 identity**

**Swycarsku je
 700 let**

**Swiza,
 un pais construido
 de arriba a abajo**

**Μία Χώρα
 με Ορεινή
 Ουερσιτότη**

**SWISS
 700th
 ANNIVERSARY**

前
 ホールン
 スイ
 冬はスキー
 となる。
 いる空中ケ
 ーホルン(3.
 々だけでもスリ

Sonderaufgaben

Jahresthema «700 Jahre Eidgenossenschaft»

Die SVZ griff bei der Gestaltung der touristischen Landeswerbung auf die zahlreichen, von Dritten organisierten Anlässen zur 700-Jahrfeier zurück. Im Ausland kombinierte man die zum Teil von der Koko finanzierten Auftritte von Schweizer Gruppen mit touristischen Präsentationen. Wir wirkten vor allem dort mit, wo die Schweiz als Ehrengast von grossen Ausstellungen eingeladen war. Als Geschenk an die Ausstellungsbesucher konnte das von der SVZ angeregte «Sitzmal», eine originelle Sitzbank-Gruppe, eingesetzt werden. So in: Leipzig, Hannover, Athen, Marseille, Budapest, Singapur und Hongkong.

Publikumsausstellungen

Kunsthandwerk-Ausstellung: Seit sechs Jahren ist die Wanderausstellung «Schweizer Kunsthandwerk zwischen Gestern und Morgen» in vier Kontinenten im Einsatz. An den 25 Ausstellungsorten dürften sich an die 600 000 Besucher über die faszinierende Schau gefreut haben. 1991 wurde sie in Japan (10.-20.1. Tokyo und 9.3.-6.5. Nagoya) sowie in Australien (16.7.-18.8. Melbourne und 10.9.-8.12. Sydney) gezeigt. Der Tourismus-Flipper «Jollyball» wirkte in Antwerpen, Hannover, Washington, Los Angeles, Toronto und Chicago einmal mehr als Publikumsmagnet.

Schaufenster und Dekorationen

Die Schaufenster unserer Vertretungen in Amsterdam, Brüssel, Mailand und Wien wechselten drei Mal das Decor: Frühjahr-Sommer: «Swiss Pass», Sommer-Herbst: «Wilhelm Tell was here», Winter: «Winterferien à la carte». Im Zusammenhang mit der 700-Jahrfeier war im Ausland die Nachfrage nach Dekorationselementen und Fahnen besonders gross.

Besondere Schweiz-Präsentationen

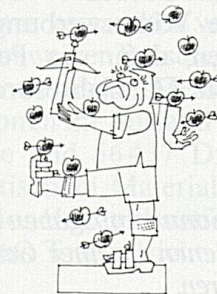
An der Ski-WM in Saalbach (A) wurde die Presse und die Sportprominenz zu einem Schweizerabend eingeladen. Statt der vorgesehenen 50 Gäste fanden sich 200 Personen ein.

Während der September-Session des Europarates in Strassburg konnte die SVZ die Walser-Ausstellung präsentieren. In Anwesenheit von Bundespräsident Flavio Cotti wurde zu einem Nachtessen eingeladen, welchem 500 Gäste beiwohnten.

Im Rahmen des Europäischen Jahres des Tourismus präsentierte die Schweiz zusammen mit Finnland, Norwegen und Schweden am World Travel Market in London das Langlaufen. Der aussergewöhnliche Stand und das erstklassige Zusammengehen von mehreren europäischen Ländern veranlassten die Ausstellungsjury, dem Jointventure den ersten Platz für Stand und Idee zu verleihen. Mitfinanziert wurde die Aktion von der EG.

CBS, eine amerikanische Fernsehkette, gestaltete die Weihnachtssendung «Santa Claus» mit einem Beitrag aus der Schweiz. Drei US-Kinder wurden mit Schweizer Gastfamilien zusammengebracht und erlebten verschiedene Chlausfeiern in der Schweiz. Die Sendung wurde am 24.12. vor 200 Mio. Zuschauern ausgestrahlt.

Die Arbeit der SVZ sowie die Bedeutung des Tourismus wurden insgesamt 606 Personen in 24 Gruppen vorgestellt: Verkehrsvereine, Zöllner, Tourismusfachschulen sowie ausländische Tourismuspezialisten auf Studienreisen zählten dazu.



Produktion Werbung, PR- und Informationsmittel

Werbung und Werbemittel

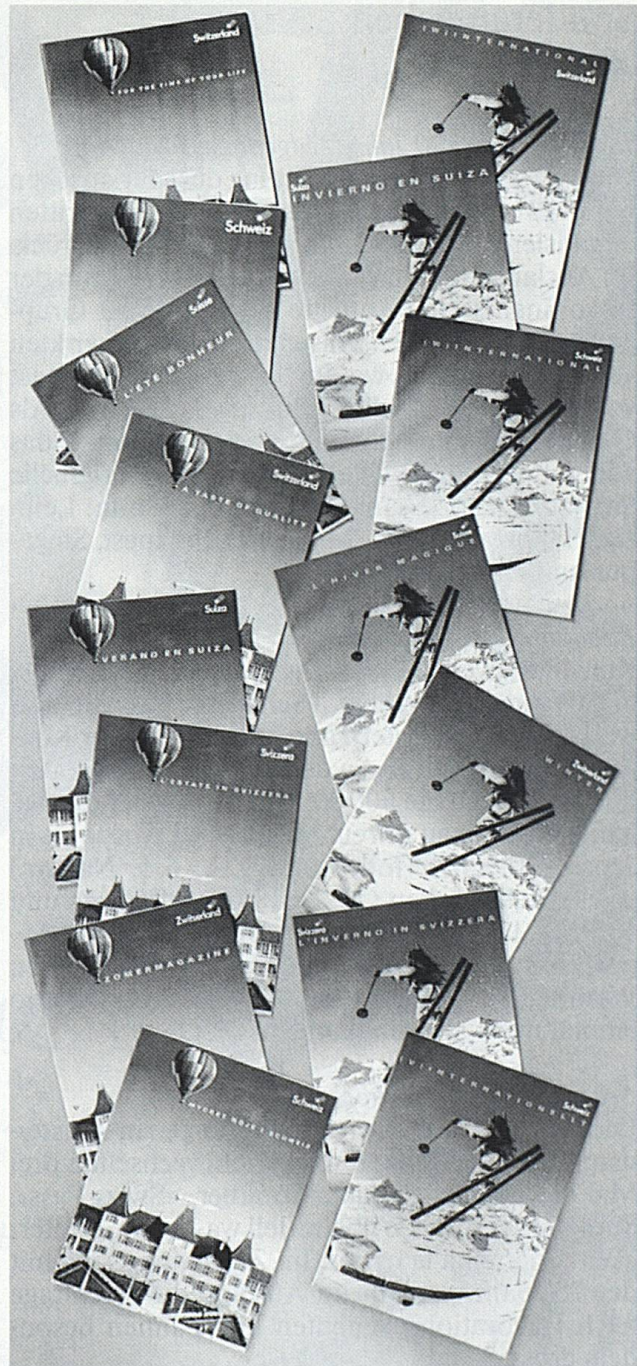
Werbung

Die Werbung war ganz auf die Propagierung der 700-Jahrfeier der Eidgenossenschaft im Ausland ausgerichtet. In den wichtigsten europäischen und überseeischen Märkten sind 500 000 Exemplare des zwölfseitigen Moodmakers «Schweizwärts» als Zeitschriftenbeilagen, Mailings und an Messen verteilt worden. Der eingehaftete Kalender machte ausländische Gäste auf eine Reihe wichtiger Veranstaltungen im Rahmen der 700-Jahrfeier aufmerksam. Anzeigenkampagnen konnten aus finanziellen Gründen weder im In- noch im Ausland lanciert werden.

Drucksachen

Insgesamt produzierten wir über 100 Titel in einer Gesamtauflage von 2,6 Mio. Exemplaren. Im Zentrum stand hier die Erneuerung der Basisbroschüre «Schweiz». Entstanden ist eine 32seitige Publikation mit Beihefter. Sie fasst neu die Landesbroschüre, die Strassen- und Eisenbahnkarte sowie einen marktspezifischen Informationsteil in einem Imprimat zusammen. Dank dieser neuen Flexibilität kann die Broschüre besser den Märkten und den wechselnden Werbethemen angepasst werden. In Zukunft erscheinen davon jährlich drei Ausgaben: neu eine Broschüre «Schweiz (w)international» für die Winterwerbung in den europäischen Märkten, dazu das Pendant für den Sommer und eine Ganzjahresbroschüre für die Überseemärkte.

Die Winter- und Sommerausgaben der neuen Basisbroschüren erschienen in einer Gesamtauflage von 570 000 Exemplaren.



Im Auftrag der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland (Koko) stellten wir vom Schülerprospekt Neuauflagen von insgesamt 300 000 Exemplaren in zwölf verschiedenen Sprachversionen her.

Foto

Produktion und Archiv: Die Produktion mit 13 000 Schwarzweissvergrößerungen (18×24 cm) war grösstenteils auf das Jahresthema 1992 «Kultur im Schloss» ausgerichtet. Ins Archiv gelangten 600 Schwarzweissnegative und rund 2000 Farbdias. Von 150 Originaldias wurden rund 6000 Duplikate hergestellt.

Ausleih: Rund 800 Anfragen wurden mit über 5000 Fotos und 6000 Farbdias beantwortet. Die Vertretungen erhielten 7000 Schwarzweissvergrößerungen zur Unterstützung ihrer PR-Arbeit und Verkaufsförderung.

Audiovision

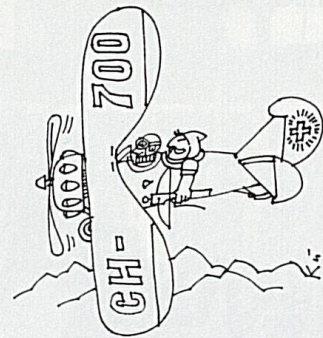
In einer weiteren Koproduktion mit der 3Sat-Redaktion des Schweizer Fernsehens entstand ein halbstündiges Portrait einer «Sommerreise durch die Urschweiz». Das Herzstück dieses Videos – zusätzlich als Kurzversion (8 Minuten) in deutsch, französisch und englisch bearbeitet – zeigt eine Reisejournalistin bei ihrer Wanderung auf dem «Weg der Schweiz».

SVIS steht für «Switzerland Video Image Service»: nach und nach soll eine Serie von Kassetten mit thematisch geordnetem Video-Rohmaterial entstehen, das ausländischen Medienleuten zur Komplettierung eigener Produktionen kostenlos zur Verfügung steht. Die Null-Nummer beinhaltet schematische Karten und eine animierte Version des Schweiz-Logos. Geplant ist eine Kassette mit Luft- und Städteaufnahmen.

Die SVZ-Vertretungen betreuen weiterhin das inzwischen über 200 Titel umfassende Film- und Videoangebot von Verkehrsvereinen, Koko, SBB und SVZ. In diesem Jahr wurden die Titel insge-

samt 6500mal aufgeführt oder ausgestrahlt. Das Publikum umfasste ca. 53 Mio. Personen. Wie in den vorangegangenen Jahren, waren wir in amerikanischen Kabelnetzen am erfolgreichsten. Über 1000 Videokopien wurden an unsere Vertretungen verschickt.

Im Rahmen des Mediarama-Projektes zur Lancierung interaktiver Medien, an dem wir seit Beginn mitarbeiten, wurden verschiedene, auch touristisch interessante Konzept-Ideen, entwickelt.



Spedition Werbemittel

Vom Hauptsitz aus versandten wir an unsere Vertretungen, die Schweizer Botschaften und Konsulate sowie für touristische Messen, Werbereisen und Sonderaktionen im Ausland 1918 Frachtkolli, 3398 Postpakete und 56 437 Drucksachenpäckchen mit touristischem Material der SVZ sowie der lokalen, regionalen und nationalen Verkehrsinteressenten. Das Totalgewicht betrug rund 635 Tonnen.

Revue Schweiz

Die Ausgaben «Wilhelm Tell» (1/91) und «Weg der Schweiz» (5/91) standen ganz im Zeichen der 700-Jahrfeier. Dem Mai-Heft konnte dank der Unterstützung einer Bank die offizielle Wanderkarte der Landestopographie über den Weg der Schweiz beigelegt werden. Besondere Beachtung fand «Discovering Switzerland» (9/91), die fotografische Ausgabe eines Schweiz-Besuches einer englischen Fotografenschule.

Themenübersicht:

Januar Wilhelm Tell
Februar Engstligental - vom Wildstrubel nach Frutigen

März Zugwärts
April Waadtland - Lavaux / Gros-de-Vaud / Chablais
Mai Weg der Schweiz - Wanderung um den Urnersee
Juni Historische Wege am Wasser - Sechs historische Wegabschnitte
Juli Val de Travers
August Schwingen - mehr als ein Sport
September Discovering Switzerland - Junge englische Fotografen sehen die Schweiz
Oktober Zürich - die Frauen von Zürich
November Nebel
Dezember Musik und Instrumente - eine musikalische Schweizerreise



Verkaufsförderung

Inland

Der 6. Swiss Travel Mart STM in Montreux vom 7.-9.4. erwies sich einmal mehr als wichtigste Incoming-Plattform für die schweizerische Tourismusbranche. Mehr als 400 Schweizer Anbieter benützten die Gelegenheit, um über 300 Reisefachleuten aus 34 Ländern ihr Angebot zu präsentieren. 27 Journalisten aus 18 Ländern berichteten über diesen SVZ-Grossanlass. An der 4. European Incentive & Business Travel & Meetings Exhibition EIBTM in Genf vom 14.-16.5. trat die Schweiz mit einem Gemeinschaftsstand auf, um sich auf internationalem Parkett als Kongressland in Erinnerung zu rufen.

Auf Einladung der SVZ besuchten im Laufe des Jahres rund 530 ausländische Reisebürofachleute und Entscheidungsträger aus 17 Ländern unser Ferienland. In enger Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnerorganisationen, vor allem regionalen und lokalen Verkehrsvereinen, wurden dafür 38 Programme ausgearbeitet, die es den Gästen ermöglichten, das touristische Angebot persönlich kennenzulernen.

Referat 1/01: Von April bis Ende November wurden über diese Dienstleistungsnummer über 100 Ausflugs- und Veranstaltungshinweise, Wanderbeschläge und Informationen über Spezialaktionen von Bahn, Schiff und Postauto verbreitet, gesamt wurden rund 700 000 Anrufe verzeichnet.

SVZ-Rundreis: Ein Bulletin mit zahlreichen Informationen aus dem Bereiches Wander- und Sporttourismus. Pächterreise zum Neuenburger

Stimmungsbilder vom 6. STM in Montreux: Mehr als 700 Teilnehmer/innen nutzten diese SVZ-Plattform, um ins Geschäft zu kommen.



Ausland

Die in Zusammenarbeit mit Swissair organisierte nationale Werbereise «Swiss Rally USA» vom 29. 4. - 10. 5. führte nach Richmond, Alexandria, Washington D.C., Baltimore, Philadelphia, San Francisco, Santa Clara, Sacramento, Portland und Seattle. Die SVZ-Delegationsleitung übernahm die Medienarbeit und konnte die 13 Touristiker umfassende Delegation an Workshops mit rund 770 Travel Agents zusammenführen. Als Nachfassaktion zur letztjährigen ersten Informationsreise nach Osteuropa wurde vom 23.-27. 9. eine nationale Werbereise «Profi Tour Deutschland» durchgeführt. In den Städten Berlin, Erfurt, Leipzig, Dresden und Magdeburg liessen sich 350 Reisefachleute und Journalisten bei den 24 Delegierten aus erster Hand über das Ferienland Schweiz informieren. Zusätzlich zu diesen eigenen Werbereisen koordinierten wir rund 20 Auftritte touristischer Partner aus der Schweiz in den wichtigsten Märkten.

Die Produktion der vier Verkaufshandbücher - Selling Switzerland USA bzw. Kanada, Japan und Südostasien - konnte weitergeführt werden. Sie dienen der Reisebranche als Hilfsmittel bei der Zusammenstellung von Schweiz-Angeboten.

Als weitere Plattformen für unsere Partner wurden Gemeinschaftsstände an touristischen Fach- und

Publikumsmessen angeboten. An folgenden Veranstaltungen konnte das Ferienangebot gezielt präsentiert werden:

- 8.1.-13.1. Utrecht: Vakantie, Ferienmesse
- 19.1.-27.1. Stuttgart: CMT,
Caravan Motor Touristik
- 23.1.-27.1. Madrid: FITUR, Ferienmesse
- 2.2.-10.2. München: C-B-R, Caravan -
Boot - Internationaler Reisemarkt
- 9.2.-17.2. Hamburg: Reisen '91, Ferienmesse
- 20.2.-24.2. Mailand: BIT,
Borsa Internazionale del Turismo
- 16.3.-24.3. Brüssel: Salon des vacances
- 26.10.-3.11. Stuttgart: ATW,
Internationale Ausstellung für
Tourismus im Winterhalbjahr
- 29.11.-1.12. Köln: Reisemarkt
- 30.11.-3.12. Barcelona: Mediterrania
- 2.3.-7.3. Berlin: ITB,
Internationale Tourismus-Börse
- 15.10.-17.10. Chicago: IT & ME, Incentive
Travel & Meeting Executive Show
- 10.10.-13.10. Paris: MITCAR,
Marché International du Tourisme
en Autocar
- 26.11.-29.11. London: WTM,
World Travel Market



Information und Dokumentation

Allgemeine Auskünfte

Wir verzeichneten erneut eine deutliche Zunahme bei den mündlichen und schriftlichen Auskünften an Interessenten in der Schweiz. Schwerpunkte bildeten die Themen Familienfreundliche Ausflugsziele und -Ferienorte, Wander- und Velotourenvorschläge, Skipisten und Langlaufloipen, Seminar-möglichkeiten für Kleingruppen sowie Veranstaltungen zur 700-Jahrfeier.

Informationsblätter: Die Serie der «i-Blätter» umfasst inzwischen 110 Titel, die jährlich nachgeführt werden.

Umfragen: Erstmals aktualisieren die Verkehrsvereine einen Ausdruck der in unserer Informationsdatenbank gespeicherten lokalen Winterinfrastrukturdaten. Die überarbeiteten Computerausdrucke wurden für die vollständig neu gestaltete nationale Winterinfrastrukturübersicht verwendet. Grosse Beachtung bei Medien und Publikum fand das Resultat der in Zusammenarbeit mit den regionalen Verkehrsvereinen erfolgten Umfrage betreffend Unterkunftssituation über Weihnachten/Neujahr.

Telefon 120: Von April bis Ende November wurden über diese Dienstleistungsnummer über 1400 Ausflugsstips, Veranstaltungshinweise, Wandervorschläge und Informationen über Spezialaktionen von Bahn, Schiff und Postauto verbreitet; insgesamt wurden rund 700 000 Anrufe verzeichnet.

SVZ-Wandertips: Ein Bulletin mit zahlreichen Informationen aus den Bereichen Wandern, Bergtouren, Pferdetrekking und Velotouren wurde den Schweizer Medien und unseren Vertretungen von April bis September zweimal wöchentlich zugestellt.

Gesundheit und Fitness: In Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Badekurorte (VSB) wurde erstmals ein Verzeichnis «Infrastruktur der öffentlichen Thermalschwimmbäder» herausgegeben, das vor allem fitnessbewusste Tagesgäste ansprechen soll.

Privatschulen: Die Privatschulen stellten auch dieses Jahr wieder einigen Vertretungen Freiplätze für Sommersprachferien zur Verfügung. Die zu diesem Zweck von den Vertretungen organisierten Wettbewerbe fanden bei Jugendlichen und Medien grosse Beachtung.

Dokumentation

Die über 500 Themen der Artikeldokumentation wurden laufend aktualisiert, vielgefragte Themen wie Natur und Kultur dabei noch stark erweitert. Für unsere eigene Fachbibliothek schafften wir 120 Bücher an. Die den Vertretungen jährlich neu zur Verfügung gestellte Basisdokumentation umfasst jetzt 25 Nachschlagewerke.



Informatik und Telekommunikation

EDV und Informationsdatenbank

Die EDV-Entwicklung bei der SVZ stand 1991 im Zeichen des Umbruchs und der Überwindung grosser Schwierigkeiten. Auf der Basis eines neuen Computer-Einsatzkonzepts wurde die Vertretung London im zweiten Halbjahr mit Apple-Macintosh-Technologie ausgerüstet. Dieser praktische Feldversuch, begleitet durch entsprechende Studien, hat bestätigt, dass das Apple-System unsere Anforderungen an eine leistungsfähige und benutzerfreundliche Büroautomatisierung am optimalsten erfüllt. Aufgrund dieser Erkenntnis wurde im November entschieden, weitere Auslandsvertretungen und Teile des Hauptsitzes künftig mit Apple-Computern auszurüsten. Noch im Dezember konnte eine neue Anlage in Chicago in Betrieb genommen werden. Der Ausbauplan 1992 sieht die Ausrüstung der Vertretungen Frankfurt, New York und Paris vor.



Neue EDV: Info-Datenbank rückt näher!

Parallel dazu wurden die Arbeiten an der Informationsdatenbank – ebenfalls auf der neuen Hard-/Softwarebasis – weiterentwickelt. Per Ende Jahr konnte unter anderem der Bereich Veranstaltungswesen fertiggestellt und zum praktischen Einsatz ab Jahresende freigegeben werden.

In direktem Zusammenhang mit dieser technischen Neuorientierung steht auch der Beschluss, ab Januar 1992 die Verantwortung für den gesamten EDV-Bereich der Stabsstelle Informatik zu übertragen.

Elektronische Wintersportberichte

Das auf die Wintersaison 1990/91 hin gänzlich umgestaltete Meldesystem für Schnee- und Pistenzustände in über 225 Wintersportorten auf der Grundlage von Videotex, kombiniert mit einem Electronic-Mail-Dienst, hat sich bestens bewährt. Dieser qualitativ gesteigerte Service mit mindestens einer Aktualisierung aller Skistationen pro Tag führte zu einem erfreulichen Echo auf der Nachfrageseite.

Aufgrund der guten Erfahrungen mit Videotex hat die SVZ beschlossen, diese beliebte Informationsdienstleistung ab Beginn der Wintersaison 1991/92 auch den rund 300 000 Nutzern des deutschen Bildschirmtextes zugänglich zu machen. Ohne einen nennenswerten betrieblichen Mehraufwand leisten zu müssen, können nun auch von der gesamten Bundesrepublik aus alle Angaben für Skifahrer, Langläufer und Schlittler über internationale Telekommunikationswege rund um die Uhr abgerufen werden.

Swissline

Die Arbeitsgruppe Swissline und ihr technisches Gremium haben die Grundlagen für ein nationales Informations- und Reservationssystem erarbeitet. Das Projekt, das auch durch die SVZ unterstützt wird, kann aufgrund eines negativen Parlamentsentscheides definitiv nicht auf Bundesmittel als Starthilfe zurückgreifen.