

Zeitschrift: Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]

Band: 42 (1969)

Heft: 7

Artikel: Bilder aus der touristischen Imagerie der Schweiz = Images de la propagande touristique de la Suisse = Immagini dal caleidoscopio della propaganda turistica elvetica = Popular pictures of Swiss tourism

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-778247>

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: 19.11.2024

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



Anlässlich der Eröffnung ihrer neuen Agenturräume in New York 1966 veranstaltete die Schweizerische Verkehrszentrale eine Ausstellung in der Union Carbide • Pour l'inauguration de sa nouvelle agence à New York en 1966, l'Office national suisse du tourisme organisa une exposition dans l'immeuble de l'Union Carbide

Per l'inaugurazione della sua nuova agenzia a New York, nel 1966, l'Ufficio nazionale svizzero del turismo allestì una mostra nell'edificio della Union Carbide • A showcase at an exhibition of the Swiss National Tourist Office, Union Carbide Building, 1966, on the occasion of the opening of the Swiss Center in New York. Photo Kasser

Eine der 16 originellen Deckenlampen im neuen Auskunftsräum der Agentur London der Schweizerischen Verkehrszentrale im Swiss Centre, 1, New Coventry Street. Diese Gebilde, deren Grundmotive Sonnen, Tannen und Volkstrachten sind, wurden in Glasbläsertechnik von Roberto Niederer, Zürich, nach Entwürfen von Fritz Keller ausgeführt. Höhe der Glaspuppen 80 cm

Il sole, gli abeti, i costumi popolari hanno ispirato Fritz Keller nell'ideazione di queste lampade modellate con la tecnica della soffiatura nel laboratorio di Roberto Niederer a Zurigo. Altezza delle figurine di vetro, 80 cm

One of the sixteen original lamps hanging in the new information hall of the London Agency of the Swiss National Tourist Office (Swiss Centre, 1, New Coventry Street). Based on the motifs of sun, pine-trees and local costumes, they were created in the glass-blowing workshops of Roberto Niederer in Zurich to designs by Fritz Keller. Height of the glass dolls: 21 inches

Une des 16 lampes plafonnères originales de la halle des renseignements de l'agence de l'Office national suisse du tourisme, au Swiss Centre, 1, New Coventry Street, à Londres. Ces lampes, en formes de soleils, des sapins ou des personnages en costumes folkloriques, proviennent de l'Atelier de verrerie Roberto Niederer, à Zurich, où elles ont été soufflées d'après les projets de Fritz Keller. Hauteur des figures de verre: 80 cm. Photo Giegel SVZ

Die Photographen der nachfolgenden Seiten:

Photo Mobile: Dieter Zoppi SVZ

Photo Tessiner Brückenlandschaft: Friedrich Maurer

Farbaufnahme Kornfelder: Max Mathys

Photo «Hemis Fair 68»: Monique Jacot

Una delle sedici lampade che ornano il soffitto dell'ufficio informazioni della nostra agenzia londinese, la quale ha sede nello Swiss Centre in New Coventry.



Gegen Angina temporis – jetzt Schweizerferien! Mobile von Hans Kuchler für die Schaufensterwerbung der Schweizerischen Verkehrszentrale, die damit dem geruhsamen Reisen das Wort redet

Pour prévenir l'angina temporis: Vacances en Suisse! Amusant mobile créé par Hans Kuchler pour les vitrines de l'Office national suisse du tourisme; il invite aux vacances tranquilles

«Contro l'angina temporis, vacanze in Svizzera»: locomobile ideata da Hans Kuchler per la decorazione pubblicitaria dell'Ufficio nazionale svizzero del turismo, come invito a viaggi e ferie tranquille

Contra la angina temporis, vacaciones en Suiza. El móvil creado por Hans Kuchler, destinado a la publicidad de la Oficina Nacional Suiza del Turismo y que alegoriza la idea de viajar con calma

Against Angina temporis—A holiday in Switzerland! Mobile by Hans Kuchler for window displays of the Swiss National Tourist Office, which thus espouses the cause of the unhurried holiday

Von Hans Kuchler entworfenes Inserat der Schweizerischen Verkehrszentrale

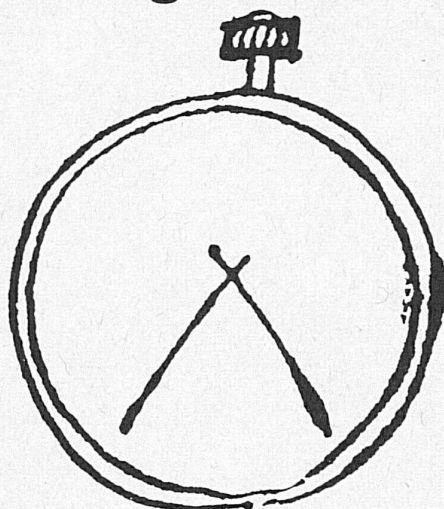
Une insertion de l'Office national suisse du tourisme de Hans Kuchler

Inserzione pubblicitaria ideata da Hans Kuchler per l'Ufficio nazionale svizzero del turismo

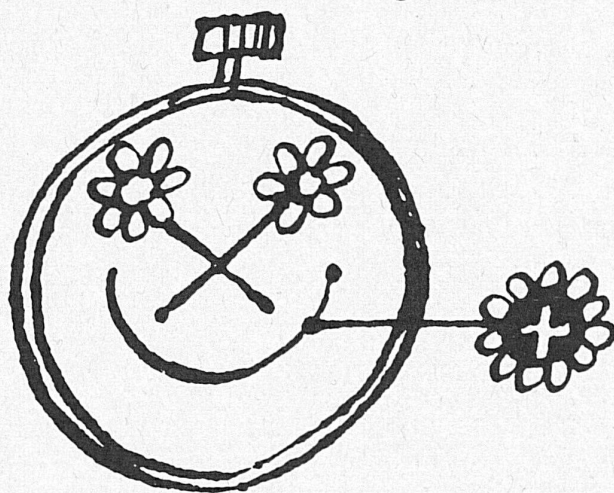
Anuncio de la Oficina Nacional Suiza del Turismo, concebido por Hans Kuchler

Advertisement of the Swiss National Tourist Office, designed by Hans Kuchler

High Time



for a Holiday



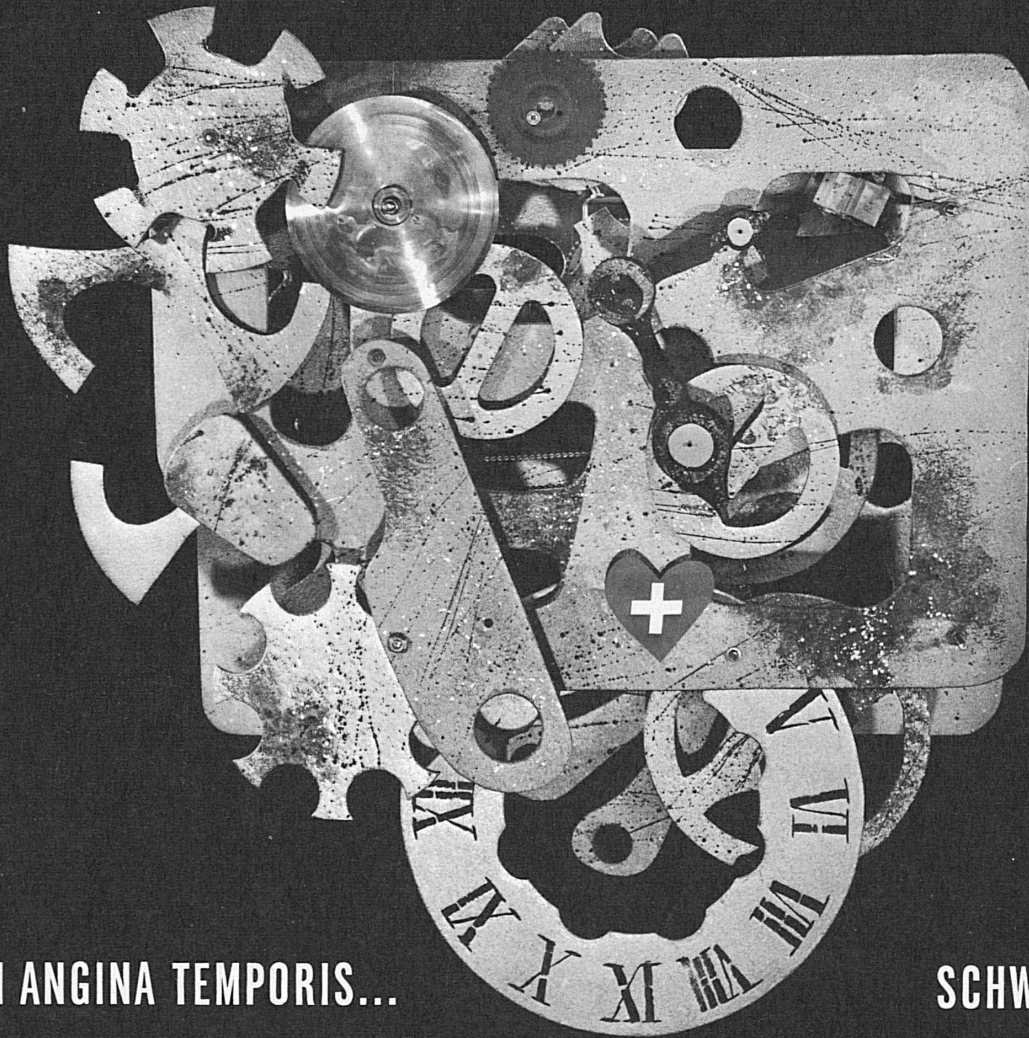
in

SWITZERLAND

Your Travel Agent knows all about the
270 Swiss Holiday Resorts

Swiss National Tourist Office
8023 Zurich, Talacker 42, Tel. 051/235713

Agencies and Sub-Agencies in
Amsterdam, Bogotá, Brussels, Buenos Aires, Cairo,
Caracas, Chicago, Copenhagen, Frankfurt o/M.,
Lima, Lisbon, London, Madrid, Milan, New York, Nice, Paris,
Rio de Janeiro, Rome, San Francisco,
Santiago de Chile, São Paulo, Stockholm, Tel Aviv, Vienna.



GEGEN ANGINA TEMPORIS...

SCHWEIZER FERIEEN

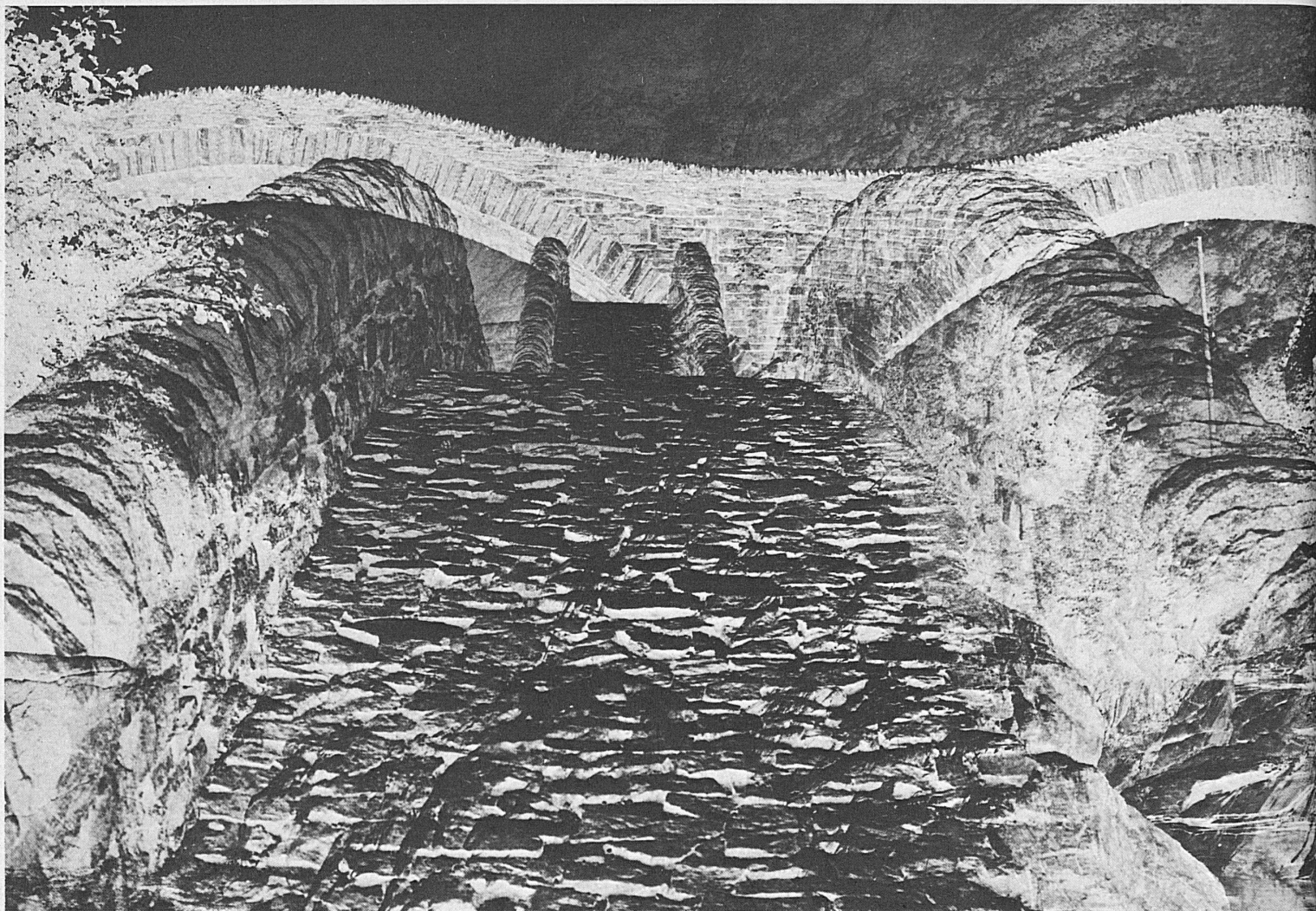
BILDER AUS DER TOURISTISCHEN IMAGERIE DER SCHWEIZ

Appelliert die Schweiz mit ihrer Uhrenindustrie als «Land, das die Zeit misst», an Sie, «die Ferien in zeitlosen schweizerischen Landschaften zu verbringen», so weist sie durch einen Slogan auf Verschiedenartigkeiten hin, wie sie kaum in anderen Gemarkungen Europas so nahe beieinander sind. Einst war es das «Zurück zur Natur», der alte Weckruf im Geiste Rousseaus, der dem Reisen an schweizerische Gestade rief. Im Zeitalter raschster Kommunikationen verjüngte ihn der Appell «Reise durch Europa - raste in der Schweiz». Wir weisen damit auf die Bedeutung der Aussage durch das Wort in einer Werbung hin, die nationalen Belangen Ausdruck zu geben hat. Die Schweizerische Verkehrszentrale pflegt die Kunst des Slogans. Von Direktor Dr. Werner Kämpfen fast ausschliesslich selber formu-

liert, ist sie Ausgangspunkt ihrer Propaganda und findet ihren Niederschlag auch in der graphischen und photographischen Gestaltung von Publikationen, Schaufenstern und Ausstellungen.

Im Gegensatz zu anderen Zweigen der Gebrauchsgraphik, die im Sog der bildenden Kunst ein immer internationaleres Gesicht annehmen, leben die Werbeimprime des Tourismus ja auch optisch von nationalen Eigenständigkeiten. Ihrer viele begegnen sich in einem Land, das seine Wasser nach vier Meeren schiekt und dem die Vielsprachigkeit eigen ist. Solche Voraussetzungen prägten auch die wesensverschiedenen Temperamente seiner Graphiker und Photographen, deren Ruf sich nicht selten durch die Mitarbeit an der Landeswerbung festigte. International be-

gründet wurde dieser durch das schweizerische Plakat, die grosse «Imagerie der Strasse», in der sich seit Jahrzehnten Affichen der touristischen Landeswerbung behaupten. Teil einer neuen volkstümlichen Bilderwelt, sind ihrer viele längst begehrte Sammelobjekte geworden. Zu den bunten heutigen Imagerien gehören nicht weniger Prospekte und Broschüren, die in Reisebüros und selbstverständlich in den Agenturen der Schweizerischen Verkehrszentrale aufliegen. Vielen Gästen vermitteln sie da ein erstes «Image» der Schweiz, unterstützt durch die Kunst der Dekorateure, die jüngst für Agenturvitruinen ein skurriles Räderwerk geschaffen haben, das einem schelmischen Slogan verpflichtet ist: **GEGEN ANGINA TEMPORIS - JETZT SCHWEIZER FERIEEN!**



Tessiner Brückenlandschaft. Durch Doppelbelichtung erreichte surrealistische Wirkung
 Paysage tessinois avec ponts. La technique photographique a obtenu des effets surréalistes
 Paesaggio ticinese. La luce dà tono surrealistico all'immagine

Puente en un paisaje del cantón del Tesino. Efecto surrealista logrado por medio de una doble exposición
 Ticino landscape with bridges. Surrealist effect achieved by double exposure

IMAGES DE LA PROPAGANDE TOURISTIQUE DE LA SUISSE

Lorsque la Suisse touristique et horlogère – ce pays qui « mesure le temps » – vous invite à passer les plus belles des vacances dans des sites qui figurent parmi les plus beaux du monde, son appel met l'accent sur l'étonnante diversité des paysages et des contrastes. Nul autre pays n'en offre une telle variété sur un aussi petit espace. Il y aura bientôt deux siècles, c'est l'appel de Rousseau au « retour à la nature » qui a attiré les premiers voyageurs vers les rivages des lacs suisses et les montagnes. Alors que le trafic est devenu trépidant et les communications rapides, l'Office national suisse du tourisme (ONST) a renouvelé cet appel en style d'aujourd'hui: « Courez l'Europe – détendez-vous en Suisse. » Il souligne l'importance de la formule frappante dans une propagande au service d'un

pays. L'ONST cultive l'art du slogan. Son directeur, Werner Kämpfen, multiplie les formules heureuses; elles inspirent à leur tour la présentation graphique et l'illustration photographique des publications, vitrines et expositions. A la différence d'autres activités graphiques utilitaires, qui tendent à un style « international », la propagande touristique suisse s'emploie à sauvegarder, à éclairer tout ce qui nous rend distincts des autres. Un pays dont les eaux coulent vers quatre mers, où l'on parle quatre langues, où les vallées sont innombrables est riche de ces choses-là – d'où la diversité des tempéraments de ses graphistes et photographes, dont la réputation dépasse souvent nos frontières. Elle est tout particulièrement justifiée par les affiches touristiques qu'ils créent. Apposées dans les rues

et sur les places, elles renouvellent en quelque sorte l'ancienne imagerie populaire. Nombre d'entre elles sont très recherchées des collectionneurs. Les innombrables brochures et prospectus suisses offerts dans les bureaux de voyages du monde entier – et bien entendu dans les agences de l'ONST – sont également des témoignages heureux du magnifique essor des arts graphiques. Ces publications présentent à nombre de nos hôtes, aux anciens et aux nouveaux tous ensemble, les images de la Suisse où ils rêvent de se détendre, des images complétées et soutenues d'ailleurs par l'art des décorateurs; ils ont créé, pour les vitrines de nos agences, un fantaisiste et plaisant « mobile » qui illustre le nouveau slogan de l'ONST: POUR PRÉVENIR L'« ANGINA TEMPORIS »: VACANCES EN SUISSE.



InvitandoVi, cortesi lettori stranieri, a trascorrere le vacanze nelle sue contrade «fuori del tempo», la Svizzera, paese degli orologi d'alta precisione, «del tempo misuratori esatti», intende subito farVi attenti, mediante queste brevi formule, alla molteplicità e alle disparità delle sue caratteristiche non riscontrabili in nessun altro angolo d'Europa. Or son due secoli, la corrente di viaggiatori dall'estero alla scoperta della Svizzera prese avvio sotto il segno principalmente russoviano del «ritorno alla natura». Nell'epoca nostra, di rapide comunicazioni, il grido del Rousseau e di tutto il suo secolo preromantico si rinnova e ammoderna nel motto «Percorri l'Europa, sosta in Svizzera». Nella propaganda volta ad esprimere esigenze e peculiarità nazionali, la formulazione del motto è d'importanza capitale. L'Ufficio nazionale svizzero del turismo (UNST) cura l'arte della frase

pubblicitaria. Ideata quasi esclusivamente ad opera del direttore, dott. Werner Kämpfen, essa sta all'origine della propaganda, alla quale dà indirizzo, e si riflette poi nella presentazione grafica e fotografica di manifesti, pubblicazioni, vetrine, mostre. A differenza di altri rami della grafica applicata che, nel solco della Parte figurativa, si fa vieppiù internazionale, quello della produzione pubblicitaria a favore del turismo in Svizzera si impronta alle caratteristiche elvetiche. Molte di esse si ritrovano nei lineamenti del Paese, che manda i suoi maggiori fiumi a quattro mari e, per stirpi e lingue, rende testimonianza di quattro civiltà (italica, francese, tedesca, romancia). Coteste caratteristiche si sono imposte ovviamente a disegnatori e fotografi dell'UNST, pur l'uno dall'altro diversissimi nel temperamento.

Proprio come collaboratori del nostro ente, essi hanno non di rado acquisito notorietà: i loro cartelloni, che allineati lungo le strade ne fanno una grande fantasmagoria, da decenni diffondono all'estero il nome dei rispettivi autori, e sono un richiamo pubblicitario a favore della Svizzera. Di tali cartelloni, alcuni, oggi una rarità, sono ambiti dai collezionisti. Arricchiscono il caleidoscopio della propaganda turistica elvetica prospetti ed opuscoli esposti negli uffici di viaggio e, naturalmente, nelle agenzie dell'UNST. A molti stranieri essi procurano, avvalorata dall'arte dei decoratori di vetrine, una prima immagine della Svizzera. E proprio ai decoratori si deve il recentissimo fantasioso congegno di ruote a illustrazione del motto scherzoso

**CONTRO L'ANGINA TEMPORIS -
VACANZE IN SVIZZERA!**

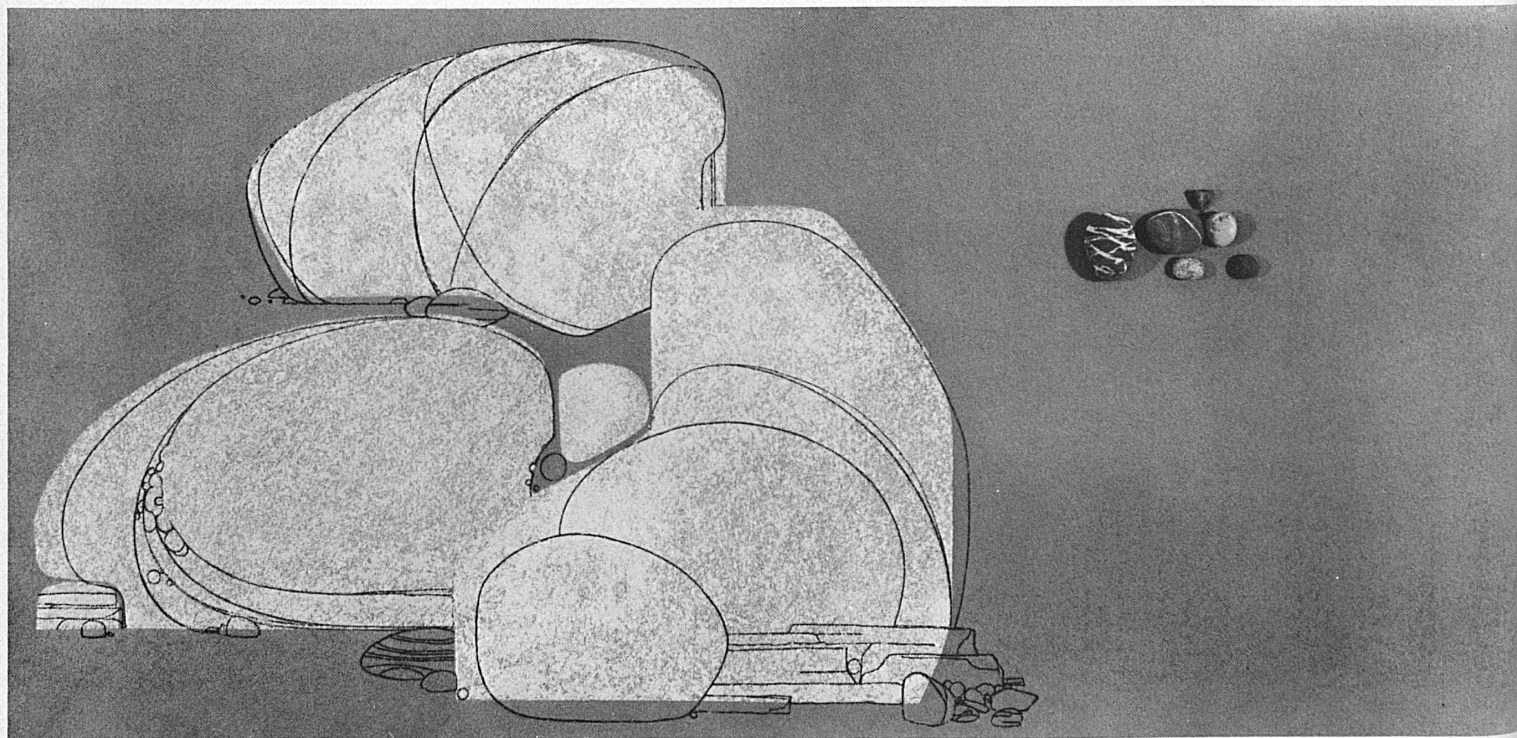
Von Gérard Miedinger entworfene Schaufenster-Rückwand für eine Werbeschau der Schweizerischen Verkehrszentrale in der Vitrinenfolge der Schweizerischen Kreditanstalt an der Bahnhofstrasse in Zürich

Décor de fond conçu par Gérard Miedinger pour une exposition de propagande présentée par l'Office national suisse du tourisme dans les vitrines du Crédit suisse, à la Bahnhofstrasse, à Zurich

Sfondo ideato da Gérard Miedinger per una mostra pubblicitaria che l'UNST ha allestito nelle vetrine del Credito svizzero in Bahnhofstrasse, a Zurigo

Fondo de escaparate creado por Gérard Miedinger, para una exposición publicitaria de la Oficina Nacional Suiza del Turismo, en la hilera de vitrinas del Crédito Suizo, en la Bahnhofstrasse de Zurich

Backdrop designed by Gérard Miedinger for a display by the Swiss National Tourist Office, one of a series shown in the windows of the Swiss Credit Bank in Zurich's famous Bahnhofstrasse





Carlos Duss: «Tessiner Abstraktion», Aquarell für ein Titelblatt der Revue «Schweiz»

«Abstraction tessinoise», aquarelle pour la couverture de la revue «Suisse»

«Abstrazione ticinese», per un frontespizio della rivista «Svizzera»

“Ticinese Abstraction.” Watercolour for a cover of the magazine “Switzerland”

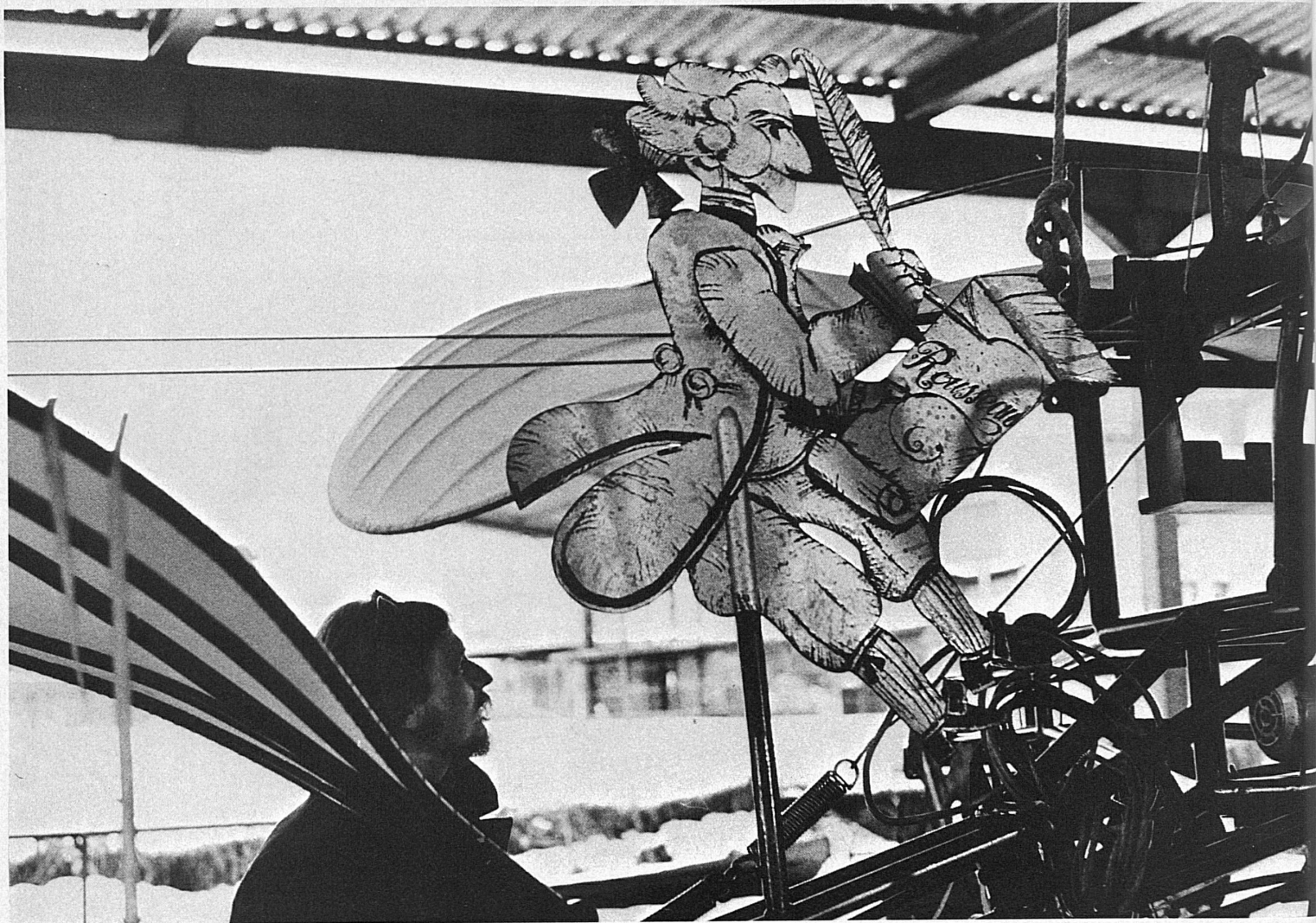
POPULAR PICTURES OF SWISS TOURISM

If Switzerland, known by reason of her watch industry as “the country that measures the world’s time”, should invite you to “spend your holidays among the timeless scenery of Switzerland”, there is nothing to be surprised about. The two slogans only underline a range of contrast hardly equalled, within such narrow confines, anywhere else in Europe. Once it was

Rousseau’s “back to Nature” summons that called travellers to the shores of Swiss lakes. In the age of swift communications the tune has been changed to: “Roam the Continent—relax in Switzerland.” For words hold an important place in a modern tourist publicity that seeks to express a nation’s character and aspirations. The Swiss National Tourist Office cultivates the

art of the slogan. Almost always formulated by the Director of the Tourist Office himself, Dr. Werner Kämpfen, the slogan is the starting-point of its publicity campaigns and is mirrored in the graphic and photographic design of its publications, window displays and exhibitions.

Unlike other fields of graphic design, which are following the lead of fine art and be-



Teilstück der Ausstellungsdekoration von René Creux (Paudex/Lausanne) im Schweizer Pavillon der Hemis Fair 68 in San Antonio, Texas, USA ▲

Détail d'une décoration de René Creux (Paudex près Lausanne) pour le pavillon suisse de l'Exposition internationale «Hemis Fair 68» à San Antonio, Texas, Etats-Unis

Particolare di una decorazione di René Creux (di Paudex/Losanna) per il padiglione svizzero nella Hemis Fair 68 a S. Antonio (Texas, USA)

Fragmento de la decoración creada por René Creux (Paudex/Lausana) para el pabellón suizo de la exposición «Hemis Fair 68» de San Antonio, en el Estado de Tejax, USA

Part of an exhibition display by René Creux (Paudex, Lausanne) in the Swiss Pavillon at the Hemis Fair 68 in San Antonio, Texas, USA

Entwurf von Hans Kùchler zu einem Mobile, das wie ein Riesenspielzeug in Bahnhofshallen dem Slogan «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» zu weiter Verbreitung hilft

Projet de «mobile» de Hans Kùchler qui figurera, tel un jouet gigantesque, dans les halles des gares de chemins de fer, pour illustrer le slogan «Courez l'Europe – Détendez-vous en Suisse»

Bozzetto di Hans Kùchler per un gigantesco e fantasioso semovente esposto dall'UNST nell'atrio di Zurigo centrale, e per dar risalto al motto «Percorri l'Europa, sosta in Svizzera»

Proyecto de Hans Kùchler de un vehículo fantástico que, como un juguete gigantesco suspendido de la bóveda del gran atrio de la estación de Zurich, contribuye a propagar el lema «recorra Europa – descansa en Suiza»

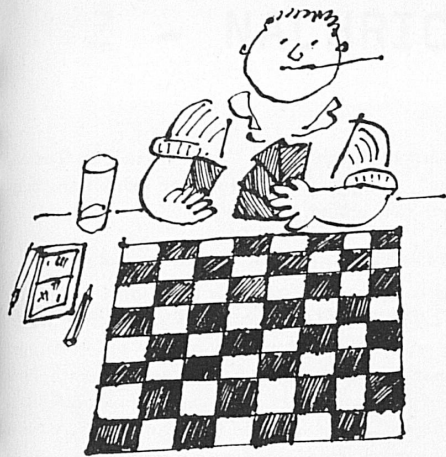
Design by Hans Kùchler for a mobile looking like an enormous toy which is being used in stations to mark the jubilee year of the SNTO and to popularize the slogan: "Roam the Continent—relax in Switzerland"

coming more and more international, tourist printed matter must continue to draw its optical substance from national characteristics. In a country of many tongues whose waters flow out into four seas, such characteristics are numerous and varied. This also explains the widely differing temperaments of Swiss artists and photographers, whose renown has often been spread by their work for tourism.

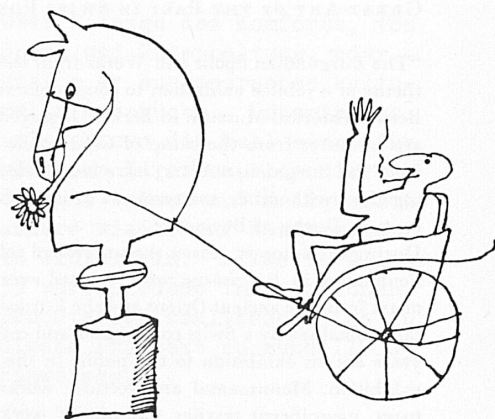
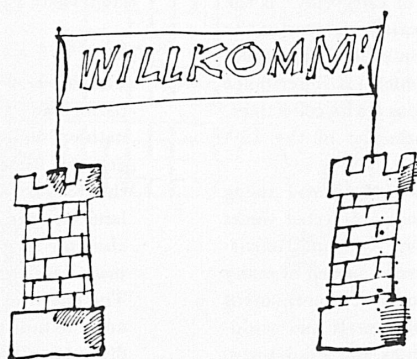
Swiss graphic design first won acclaim for its posters, the "picture gallery of the street", among which tourist posters have long held a prominent place. They are part of a new popular "imagerie", and many of them have already become collectors' items. Folders and prospectuses, to be had in travel offices or in the agencies of the Swiss National Tourist Office, are no less a part of today's world of popular pictures.

Many tourists find in them their first "image" of Switzerland, an image which may also be influenced by the work of window display artists, such as one of their most recent creations: a playful watch movement intended for agency show-windows and sporting the whimsical slogan:

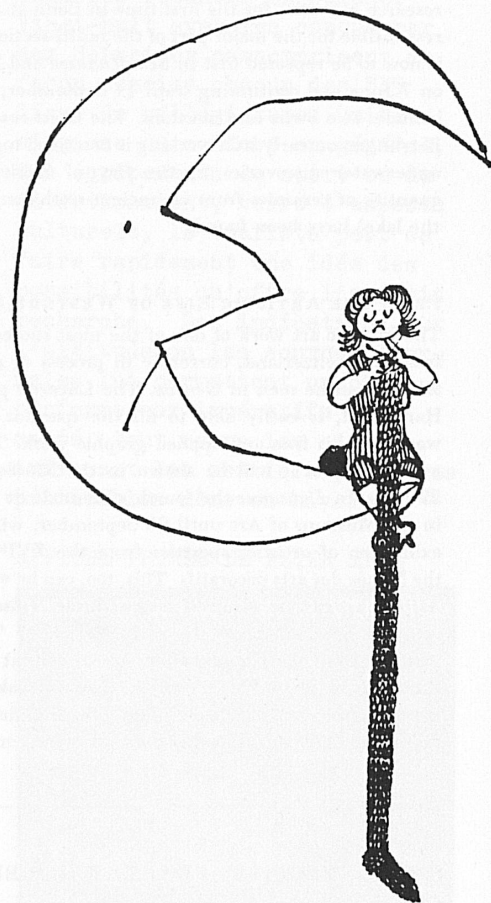
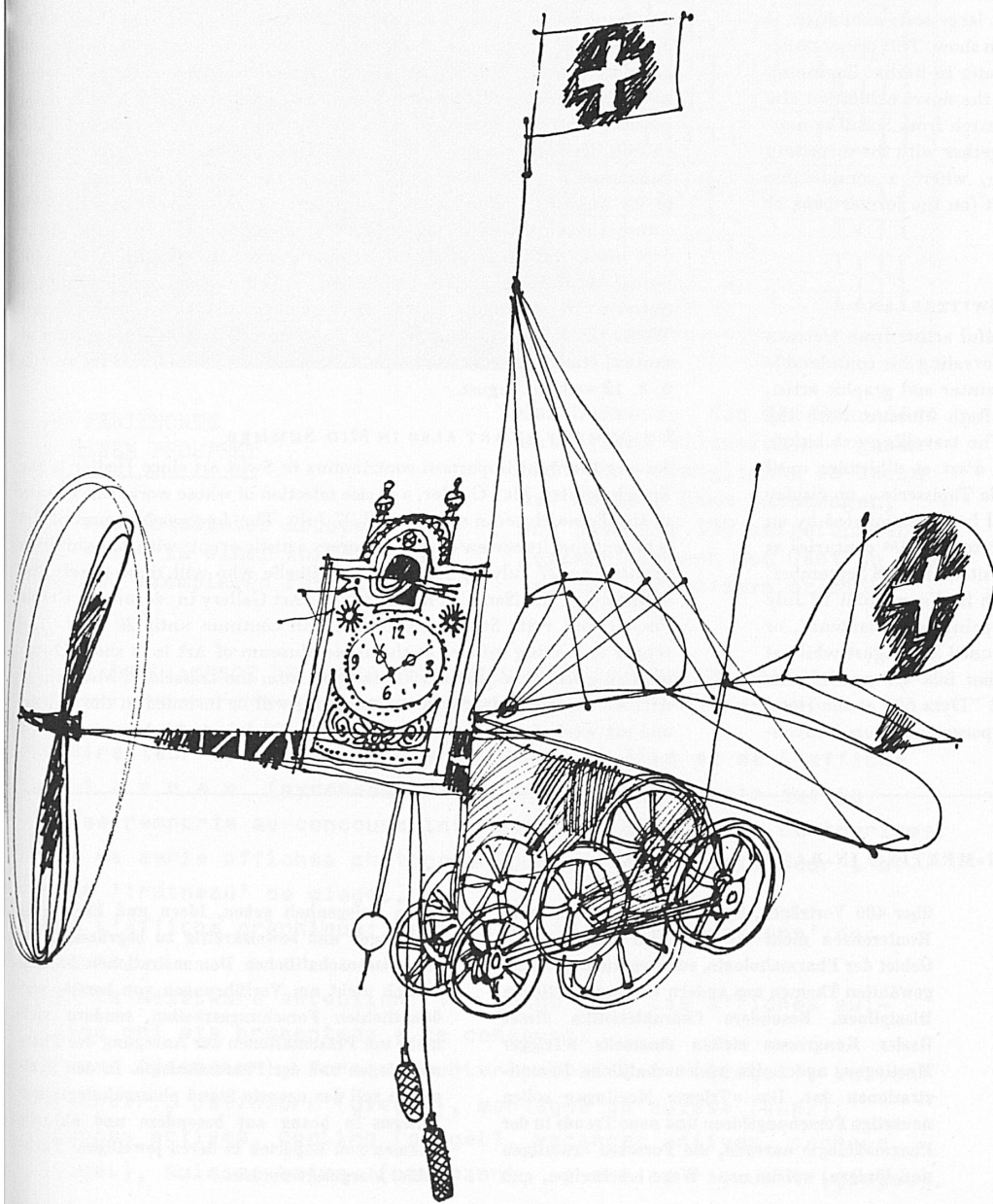
**AGAINST ANGINA TEMPORIS —
A HOLIDAY IN SWITZERLAND!**



*Schach Olympiade
in Rüschlik.*



XVIII TORNEO OLIMPICO DI SCACCHI • LUGANO 1968



Vor Ihrer Fahrt auf den Mond –
eine Fahrt in die Schweiz

Vacances sur la lune ... un jour
vacances en Suisse ... toujours

Bound for the Moon?
Explore Switzerland first!

Domani, forse, sulla Luna ...
ma, intanto, visitate la Svizzera!