

Tätigkeit der Auslandsagenturen

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung**

Band (Jahr): **5 (1945)**

PDF erstellt am: **23.07.2024**

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.

IV. Tätigkeit der Auslandsagenturen

1. Allgemeines

Nachdem am 8. Mai durch die Proklamation des VE-Tages der Krieg in Europa offiziell zu Ende gegangen war, durfte auf diesen Tag auch das Fazit unserer bisherigen Agenturpolitik gezogen werden, die in der konsequenten Aufrechterhaltung des Netzes unserer Auslandsposten unter Beobachtung striktester Sparsamkeit bestanden hatte. Die Parole hatte gelautet, daß unsere Zentrale sich im Ausland unter keinen Umständen von den Ereignissen überraschen lassen dürfe, sondern für jede Eventualität gerüstet sein müsse und also stets über aktionsbereite Agenturen sollte verfügen können.

Es darf hier mit Genugtuung festgehalten werden, daß diese Politik die richtige war: kein einziges Fremdenverkehrsland steht heute wie die Schweiz mit einer Auslandsorganisation da, die in ihren wesentlichen Teilen erhalten geblieben ist. Selbstverständlich bedarf unser Auslandsapparat der Ergänzung in Bezug auf Personen und Material, dazu in baulicher Hinsicht einer Erneuerung, die je nach dem Standort der Agenturen von der bloßen Renovation bis zur Neueinrichtung gehen wird und für die übrigens die Mittel durch vorsorgliche Aeuftnung eines Agenturerneuerungsfonds bereitgestellt worden sind.

Der Tatsache, daß wir heute in den für uns wichtigsten Weltstädten über leistungsfähige Stützpunkte verfügen, kommt umso größere Bedeutung zu, als sich nunmehr der Schwerpunkt unserer Werbetätigkeit allmählich ins Ausland verlagern wird und die Agenturen bei der Vorbereitung und Durchführung der Werbemaßnahmen eine wesentliche Rolle zu übernehmen haben werden.

Im Sommer waren die abkömmlichen *Agenturchefs* zu einem *Rapport* mit der Direktion in Zürich, bei welcher Gelegenheit eine gründliche Aussprache gepflogen und ihnen an Hand einer Ausstellung das gesamte verfügbare Werbematerial der S.Z.V. vorgelegt wurde.

Wir haben übrigens im abgelaufenen Jahre den Ausbau des Agenturnetzes nicht aus dem Auge verloren. So wurden die Pläne für die schon seit längerer Zeit beschlossene Errichtung einer Agentur in Lissabon definitiv genehmigt und die Arbeiten teils an Ort und Stelle, teils in der Schweiz vergeben. Die Aufnahme der Tätigkeit des neuen Bureaus ist für das Frühjahr 1946 vorgesehen.

Aus der heutigen europäischen Konstellation ergibt sich, daß eine Reihe von Ländern, die vor dem Kriege der Schweiz große Kontingente an Feriengästen stellten, auf Jahre hinaus als Einzugsgebiete ihre frühere Bedeutung verloren haben. Für diesen Ausfall, der, gemessen an den Vorkriegslogiernächten, auf 40 % berechnet wurde, muß Ersatz durch Gewinnung neuer Einzugsgebiete geschaffen werden. Von besonderer Bedeutung ist in diesem Zusammenhang der südamerikanische Kontinent, der von zwei Weltkriegen verschont in seiner wirtschaftlichen Entwicklung große Fortschritte erzielt hat. In diesem, von 130 Millionen Menschen bevölkerten Kontinent sind für die schweizerische Verkehrswerbung bis jetzt nur schwache Aufwendungen gemacht worden.

Alle Beobachtungen der letzten Jahre führten zur Ueberzeugung, daß unserer Werbung in Südamerika viel mehr Beachtung geschenkt werden müsse und eine persönliche Rekognoszierung durch unsern Herrn Direktor Bittel im Frühjahr 1945 führte schließlich zu klaren Erkenntnissen über Art und Umfang unserer künftigen Werbung in Südamerika. In ganz Süd- und Mittelamerika rüsten sich Tausende zur Reise nach Europa. Wie wir während sechs Jahren von der übrigen Welt abgeschnitten, drängt es die Südamerikaner wieder über den Atlantik, um ihre europäische Verwandtschaft zu besuchen und die Geschäftsbeziehungen wieder herzustellen, die für den Absatz ihrer Pro-

dukte von großer Bedeutung sind. Die Agenturen der S.Z.V., von denen die eine vorerst in Buenos Aires, hernach die zweite in Rio de Janeiro errichtet werden sollen, werden eine sehr fruchtbare Tätigkeit für unsern Tourismus entfalten können. In diesem Zusammenhang sei auch erwähnt, daß für die Errichtung einer S.Z.V. - Agentur in San Francisco Projekte in Arbeit sind.

Ein wichtiges Glied in der Kette der Schweizer Verkehrsbureaux, die Berliner Agentur, ist im Berichtsjahre dem Kriege zum Opfer gefallen; ihr Schicksal ist geradezu eine Episode in der Geschichte des Untergangs der deutschen Reichshauptstadt. Berlin hatte seit dem Beginn der systematischen Bombenangriffe am 23./24. August 1943 bis zum 21. April 1945, dem Tage, an dem russische Panzer in die Stadt eindringen, mehr als 150 Bombenangriffe über sich ergehen lassen müssen, darunter mindestens 40 außerordentlich schwere. Das „Haus der Schweiz“, dessen Errichtung der Initiative der SBB zu verdanken war, blieb anscheinend bis zum Schluß der Kriegshandlungen von direkten Treffern verschont, doch waren ab 23. Februar die Räume im Erdgeschoß nicht mehr benutzbar. Nach uns zugegangenen Informationen ist das stolze Gebäude am 28. April während der Artilleriekämpfe im Stadtinnern in Brand geraten und vollständig ausgebrannt; am 2. Mai erfolgte die Kapitulation Berlins. Die SBB, die gleichzeitig Miteigentümer des Gebäudes und Mieter der Agenturlokaltäten sind, betrachten den Mietvertrag vom 30. Juni 1937 als durch Zerstörung der Mietsache aufgelöst, sodaß unsere Zentrale als Untermieterin von der Weiterzahlung der Miete entbunden ist. Sie wird, was die Wiederaufnahme der Werbung und der Organisation von Schweizerreisen in Deutschland betrifft, wohl jederzeit stark genug sein, um die ihr richtig scheinende Lösung durchzusetzen.

Ernstliche Schäden sind auch an dem Gebäude Kärntnerstraße 20 in Wien entstanden, in dem unsere Agentur untergebracht ist. In entgegenkommender Weise haben sich die SBB als Eigentümer damit einverstanden erklärt, für die Dauer der Nichtbenützbarkeit der von uns gemieteten Räume die Zah-

lung der entsprechenden Miete zu sistieren. Wenn Oesterreich sich politisch und wirtschaftlich erholt haben wird, dürfte auch die Agentur Wien ihre frühere Bedeutung wieder erlangen. Was den Betrieb dieses Bureaus betrifft, so haben wir den im Jahre 1944 mit der Schweizer Handelskammer Wien abgeschlossenen Agenturvertrag auf den 30. Juni 1946 gekündigt, um hinsichtlich der künftigen Tätigkeit der Agentur unsere Dispositionen in voller Freiheit treffen zu können.

Es ist klar, daß das Festhalten an der einmal errungenen Auslandsposition bedeutende Mittel erforderte. Allein diese Ausgaben fanden ihre unmittelbare Rechtfertigung darin, daß das im Ausland verbliebene Personal zum größern Teil dort nützliche Beschäftigung fand. Es konnten damit aber auch die weit größeren Opfer vermieden werden, die durch eine vorzeitige Lösung der Mietverträge und hernach durch die Sicherung geeigneter Lokalitäten à tout prix nötig geworden wären. Wir haben schon bei früheren Gelegenheiten ausgeführt, daß trotz der völligen Unterbrechung des internationalen Reiseverkehrs unsere Agenturen seit 1939 nicht etwa untätig geblieben sind. Neben der selbstverständlichen Pflege der Beziehungen zu den Behörden und Reiseorganisationen ihres Gastlandes war ihnen in einem gewissen Umfang die Möglichkeit zu einer nützlichen Erinnerungs- und Sympathiewerbung in Form von Schaufensterausstattungen, Ausstellungen, Presseveröffentlichungen, Vorträgen und Filmvorführungen, Ausleihe von Projektionsmaterial usf. gegeben. Berlin, Wien, Mailand und Rom hielten überdies, solange die Umstände es gestatteten und die Möglichkeit des Transfers der Billeteinnahmen vorhanden schien, den Fahrkartenverkauf, der hauptsächlich den eigenen Landsleuten zugute kam, aufrecht.

Unter den heutigen Verhältnissen ist die Durchführung des Fahrkartenverkaufs durch die Agenturen mit gewissen Risiken verbunden. Die S.Z.V. schuldet den schweizerischen Transportunternehmungen vertraglich den Preis der verkauften Billette in Schweizerfranken; sie muß daher dafür sorgen, daß sie die Einnahmen in fremder Valuta ohne Kursverluste transferieren

kann. Während für die Ueberweisung der Einnahmen der Agentur Paris ein gangbarer Weg gefunden werden konnte, ergaben sich für die italienische Valuta Schwierigkeiten, da das als Grundlage für den Transfer dienende Wirtschaftsabkommen nicht in Kraft gesetzt werden konnte. Wir sahen uns damit Anfang November gezwungen, den Billetverkauf in Italien vollständig einzustellen.

Nachstehend eine Uebersicht über den

Verkauf der Agenturen an Schweizer Fahrkarten 1945

		Einnahmen		Provisionen	
		Fr.	Fr.	Fr.	Fr.
Berlin	1. Quartal	82 236.60		4 111.82	
	2., 3., 4. Quartal	—.—	82 236.60	—.—	4 111.82 ¹
Brüssel	1. Quartal	1 486.25		74.30	
	2. „	5 191.30		259.50	
	3. „	42 598.95		2 129.85	
	4. „	87 247.80	136 524.30	4 362.40	6 826.05 ²
London	1. Quartal	324.—		16.20	
	2. „	324.—		16.20	
	3., 4. Quartal	—.—	648.—	—.—	32.40 ³
Mailand	1. Quartal	37 392.55		1 869.62	
	2. „	8 233.10		411.65	
	3. „	111 073.45		5 553.60	
	4. „	67 404.20	224 103.30	3 370.15	11 205.02
Paris	1., 2. Quartal	—.—		—.—	
	3. Quartal	207 300.75		10 364.95	
	4. „	334 318.—	541 618.75	16 715.80	27 080.75
Rom	1. Quartal	516.70		25.81	
	2. „	948.90		47.45	
	3. „	23 053.80		1 152.65	
	4. „	2 064.50	26 583.90	103.20	1 329.11
Wien	1. Quartal	19 569.—		978.45	
	2., 3., 4. Quartal	—.—	19 569.—	—.—	978.45 ¹
		<u>Fr. 1 031 283.85</u>		<u>Fr. 51 563.60</u>	

¹) Fr. 1 225.72 Provision von den SBB noch nicht vergütet, da entsprechende Einnahmen an die SBB noch nicht abgeliefert werden konnten.

²) Fr. 2 200.— Provision noch ausstehend, da die Einnahmen November und Dezember 1945 noch nicht an die SBB abgeliefert worden sind.

³) Fr. 32.40 Provision von den SBB noch nicht vergütet.

2. Einzelberichte

Amsterdam: Die Agentur steht seit 1. Oktober wiederum unter der direkten Leitung ihres Chefs, Herrn John Mast, und hat allmählich ihre normale Tätigkeit wieder aufgenommen. So ist es ihr gelungen, in der holländischen Presse wieder Fuß zu fassen und in einigen Zeitschriften illustrierte Artikel unterzubringen. Seit Oktober haben sich bei ihr mehr als 200 Private auf die Revue „Die Schweiz“ abonniert. Die Agentur übernahm auf Wunsch des Konsulats die Organisationsarbeiten für den Transport einer Gruppe von 120 ehemaligen Schweizerinnen mit ihren Kindern, die am 13. Dezember mit einem Rotkreuz-Zug in die Schweiz gereist sind.

Berlin: Da am 22. Februar die Agenturräume durch Luftminen verwüstet wurden, mußte der Fahrkartenverkauf, sowie die Ausgabe von Reisedevisen eingestellt werden. Immerhin konnten die Fahrkartenbestände, die Kassenbelege und Abrechnungen noch rechtzeitig in Sicherheit gebracht werden. Mit Hilfe des Mitteleuropäischen Reisebureaus und der Deutschen Bank war die Agentur weiterhin in der Lage, für die Landsleute die nötigen Fahrkarten und Reisegelder zu beschaffen. Das Agenturpersonal blieb bis zum 8. März auf seinem Posten, weil es ohne seine Hilfe den in die Heimat zurückkehrenden Schweizern kaum möglich gewesen wäre, sich in den wenigen Zügen die nötigen Plätze zu sichern. Durch mühsame Verhandlungen mit der Reichsbahn gelang es der Agentur im Februar und bis zum 6. März, in den ab Anhalterbahnhof verkehrenden Zügen nach Konstanz einen Personenwagen zu reservieren, in dem jeden Abend für die Landsleute Plätze frei zu halten waren. Auf diese Weise konnte die Agentur noch über 900 Landsleute in die Heimat befördern, d. h. alle diejenigen, die Deutschland zu verlassen beabsichtigten.

Im Einverständnis mit der Schweizerischen Gesandtschaft Berlin siedelte sodann der Agenturchef, Herr Max Henrich, nach Bregenz über, wo er unter der Bezeichnung „Verkehrsabteilung

der Schweizerischen Gesandtschaft, zugeteilt dem Schweizerischen Konsulat Bregenz“ eine Zweigstelle der Agentur errichtete, während das übrige Personal sich in Zürich der Direktion zur Verfügung stellte. Ende März erwies es sich als notwendig, auch die Visaabteilung der Gesandtschaft Berlin nach Bregenz zu verlegen, zumal sich das Konsulat der Rat und Hilfe suchenden Flüchtlinge kaum erwehren konnte. Unsere Vertretung erledigte die noch eingehenden Devisenanträge, beschränkte sich jedoch nach dem ersten Mai, nachdem Bregenz von den Franzosen erobert worden war, auf die Auskunftserteilung. Wegen Krankheit des Agenturchefs blieb die Zweigstelle in Bregenz in den Monaten August bis Oktober unbesetzt. Wenn jener im November nach Bregenz zurückkehrte, so deswegen, weil inzwischen das amerikanische Hauptquartier in Frankfurt a. M. um die Erlaubnis ersucht worden war, in dem von der amerikanischen Armee besetzten deutschen Gebiet eine Werbestelle der S.Z.V. einzurichten, für deren Leitung selbstverständlich der Agenturchef in Frage kam, der gleichzeitig die Funktionen eines Delegierten der Reisezentrale für amerikanische Armeeurlauber ausüben sollte. Die Angelegenheit war bis Ende des Jahres noch nicht definitiv geregelt.

Brüssel: Der Agenturchef, Herr André Berguer, hat Ende Juli wiederum die Leitung der Geschäfte übernommen, nachdem die Agentur schon seit der Einstellung der Feindseligkeiten im Mai eine starke Zunahme ihrer Tätigkeit zu verzeichnen hatte. Einige Anzeigen, die die Agentur zur Wiederanknüpfung früherer Beziehungen erscheinen ließ, führten zu einer auffallenden Vermehrung der mündlichen und schriftlichen Anfragen. Die Agentur veranstaltete sieben Vortragsabende und verzeichnete in ihrem Schmalfilmdienst 182 Ausgänge. Die ihr zur Verfügung stehenden Normalfilme wurden auf Grund eines Abkommens mit einer Verleihfirma in den Kinos vorgeführt. Dem am 9. Dezember unter dem Patronat der schweizerischen Gesandtschaft durchgeführten Werbeabend ließ die Agentur durch Lieferung der nötigen Schweizerfilme und Ueber-

nahme eines Teiles der Publizitätskosten ihre kräftige Unterstützung.

In seiner Sitzung vom 10. November bewilligte der Ausschuß unserer Zentrale den nachgesuchten Kredit für die Renovierung und Verbesserung der Agenturräume in Verbindung mit einer langfristigen Erneuerung des Mietvertrages. Das der Stadt Brüssel gehörende Gebäude, worin auch die Schweizer Handelskammer untergebracht ist, wird zu einem eigentlichen „Centre Suisse“ ausgebaut.

Kairo: Nachdem die Transportschwierigkeiten weitgehend behoben sind, hat die Agentur die systematische Verteilung des ihr jüngst zugegangenen Werbematerials, mit dem auch die großen ägyptischen Hotels bedient werden, wieder aufgenommen. Die journalistische Propaganda in der ägyptischen Presse wurde zum Teil mit Beiträgen, die die Direktion geliefert hatte, erfolgreich weiter geführt.

Kopenhagen: Unsere dem Generalkonsulat angegliederte Vertretung sah sich im Berichtsjahre durch die Verhältnisse gezwungen, ihre Werbetätigkeit einzustellen. Zu Beginn des Jahres verhinderten die wachsenden Schwierigkeiten der innern Lage größtenteils die geplanten Veranstaltungen auf dem Gebiete des Film- und Vortragsdienstes. Später, nach der Kapitulation Deutschlands und der Befreiung Dänemarks, hätte die Verkehrspropaganda schwerlich Gehör gefunden.

London: Die zahlreichen Anfragen, die besonders nach dem Siege der Alliierten bei der Agentur eingingen, sind ein Beweis für das lebhafte Interesse, das im englischen Publikum für Schweizerreisen vorhanden ist und dem leider die bestehenden Verkehrs- und Devisenschwierigkeiten während des ganzen Jahres einen starken Dämpfer aufsetzten. Da aber die Entwicklung des englisch-schweizerischen Reiseverkehrs optimistisch beurteilt werden kann, befaßte sich die Agentur insbesondere mit vorbereitenden Maßnahmen für die Zukunft. Dazu gehörte die Suche nach neuen Lokalitäten, die den voraussehbaren Bedürfnissen inbezug auf Grösse und Werbemöglichkeiten angepaßt

werden müssen; auf Ende des Jahres stand die von Nationalrat von Almen zur parlamentarischen Diskussion gestellte Frage der Errichtung eines „Swiss House“ im Vordergrund des Interesses.

Mailand: Die Agentur versandte Exemplare des Buches „L'Italia et la Svizzera“ von Lavinia Mazzucchetti und Adelaide Lohner an sorgfältig ausgewählte Adressen. Sie stellte Großphotos und Plakate zur Ausschmückung des Gebäudes, in dem die Leitung der amerikanischen Urlauberaktion untergebracht ist, zur Verfügung und lieferte auch Prospektmaterial zur Abgabe an die in die Schweiz fahrenden Urlauber. In ähnlicher Weise wurden mehrere Erholungshäuser des amerikanischen Roten Kreuzes bedacht, in denen sich militärische Rekonvaleszenten befinden; die allgemeinen Aufenthaltsräume wurden mit Wandschmuck versehen und die Lesesäle mit Reiseliteratur ausgestattet. Dem Hauptquartier des Education Office, das sich der via Simplon nach England reisenden Truppen annimmt, ließ die Agentur wiederholt Werbematerial zugehen. Nach dem Einmarsch der alliierten Truppen wurde an den Bureaufenstern der Agentur die Aufschrift „Swiss National Tourist Office“ angebracht, die Hunderte von amerikanischen und britischen Heeresangehörigen zum Besuche des Bureaus veranlaßte.

New York: Auf 31. Dezember legte Herr Fritz Dossenbach nach dreißigjähriger Tätigkeit im Dienste der SBB und unserer Zentrale infolge Erreichung der Altersgrenze sein Amt als Chef der Agentur nieder. Es sei ihm auch an dieser Stelle für seine fachkundige und umsichtige Geschäftsführung auf exponiertem Posten der wärmste Dank ausgesprochen. Zu seinem Nachfolger ernannte der Ausschuß Herrn Henry Pillichody, der bereits 1943—45 der Agentur als Beauftragter für Fragen des Zubringerdienstes, speziell des Luftverkehrs, zugeteilt war.

Die Gesuche um Werbematerial und Auskunft über die Verkehrsverhältnisse USA-Europa haben in der zweiten Hälfte des Berichtsjahres stark zugenommen. Die Haupttätigkeit der Agentur lag indessen wie bisher auf pressedienstlichem Gebiet. In

ihrem letzten, ein volles Jahr umfassenden Tätigkeitsbericht verzeichnet die Agentur für diesen Spezialdienst 3500 eingegangene und über 7000 ausgesandte Briefe. Von dem der Presse zur Verfügung gestellten Text- und Photomaterial wurden folgende Veröffentlichungen festgestellt: 1490 Artikel und Bulletins, illustriert mit 1650 Photographien, sowie 12 450 Reproduktionen von Einzelphotographien. Darunter befanden sich 92 Tiefdruck- und farbige Beilagen von Sonntagszeitungen, wovon 65 ganzseitige. Dazu kommen noch 1250 diverse Artikel und Notizen, in denen in der einen oder andern Form vom Presse-material der Agentur Gebrauch gemacht wurde. Alle diese Veröffentlichungen erreichen, wenn man die Auflageziffern der einzelnen Organe zusammenzählt, ein Total von rund 350 000 000 Exemplaren. Einzelne Pressebureaux sandten Meldungen, die dem Pressedienst der Agentur entnommen waren, in spanischer Uebersetzung an die zentral- und südamerikanische Presse. Die Agentur liess verschiedenen Erziehungsinstitutionen und Verlagsanstalten ihre Unterstützung für die Herausgabe volkstümlicher Werke, während sie mehreren Hochschulen Artikel und Photographien über das schweizerische Sport- und Erziehungswesen lieferte. Zu Vortragszwecken wurden 1400 Diapositive und 248 Filme in 547 Rollen an 116 Vortragsredner leihweise abgegeben. Diese meldeten der Agentur 270 Vorträge in 106 Städten der Union. Die Agentur erfreute sich auch der Unterstützung einiger nationaler Rundfunkstationen, die sie durch ihren Pressedienst mit Unterlagen für Schweizersendungen versah. An Geschäftsfirmen wurden Photographien für Ausstellungszwecke und zur Anfertigung von Photomontagen abgegeben, die in tausenden von Geschäftsräumen in den Großstädten des Landes zur Ausstellung gelangten.

Nizza: Der Agenturchef, Herr Alex Manz, der seit Kriegsbeginn das Amt eines Verwesers des Schweizer Konsulates in Nizza innehatte, erhielt auf 1. August einen Mitarbeiter in der Person eines gutausgewiesenen Fachmannes aus der Reisebureaubranche. Die Agentur war somit in der Lage, ihre frühere pro-

pagandistische Tätigkeit wieder aufzunehmen. Abgesehen von den Schaufenstern der Firma Kuoni, die dauernd der Schweizer Propaganda gewidmet sind, haben die meisten Reisebureaux die ihrigen mit unserem Werbematerial ausgestattet. Weitere Schaufensterausstellungen konnten in verschiedenen Schweizer Geschäften veranstaltet werden. Winterphotographien fanden Aufnahme in Warenhäusern, Sport- und Photogeschäften, sowie bei verschiedenen Schweizerfirmen. Mit der Presse, die seit der Befreiung ein völlig verändertes Gesicht zeigt, mußten neue Beziehungen angebahnt werden. Die Wiederaufnahme der Tätigkeit der Sportklubs an der Riviera bot Gelegenheit zu nützlichen Hinweisen auf unser Land. Als glückliche Maßnahme erwies sich die Verteilung der Broschüre „L'Art en Suisse“ und der Sondernummer der Revue über den Flugverkehr. Die für die amerikanischen Urlauber in der Schweiz bereit gestellten Imprime fanden in Nizza, Cannes und Juan-les-Pins, wo bis zu 15 000 amerikanische Heeresangehörige gleichzeitig auf Urlaub weilten, eine günstige Aufnahme. Die Bemühungen, in Nizza für die Zwecke der Agentur neue, repräsentativere Lokalitäten zu finden, haben bis zum Jahresende zu keinem Ergebnis geführt, da die für freie Mieträume geforderten Entschädigungen untragbar erschienen.

Paris: Der Agenturchef, Herr Dr. S. Blaser, hat auf 21. Juli seine Funktionen wieder aufgenommen; ferner sind sukzessive eine Reihe früherer Agenturbeamter aus der SBB-Verwaltung auf ihre Posten zurückgekehrt. Der Fahrkartenverkauf wurde im Juni wieder aufgenommen und nahm unter dem unmittelbaren Einfluß des auf 15. Juli in Kraft gesetzten Abkommens über Paßerleichterungen im französisch-schweizerischen Reiseverkehr rasch einen bedeutenden Aufschwung, obwohl eigentliche Vergnügungs- und Ferienreisen noch auf große Schwierigkeiten stießen. Aus diesem Grunde mußten denn auch bedeutendere Werbeaktionen unterbleiben. Immerhin zeigte sich namentlich auf dem Gebiete des Filmes manche Propagandagelegenheit; so lieferte die Agentur das Filmmaterial für 73 Vor-

führungen in Paris und im übrigen Frankreich. Die technische Vorbereitung der Studienreisen französischer Schriftsteller und Journalisten führte zu einer beträchtlichen Beanspruchung der Agentur. Diese hat sich auch mit der Schweizer Ausstellung an der Foire de Paris befaßt. Noch vor Jahresschluß wurden aussichtsvolle Verhandlungen mit den Eigentümern des Gebäudes 37 Boulevard des Capucines, zwecks Miete des ganzen Objektes mit dem Ziel der Errichtung einer „Maison de Suisse“, eingeleitet.

Prag: Während der Kämpfe und Unruhen im Mai wurde die Fassade des Agenturlokals beschädigt und das Portal, die Aufschriften und die Schaufenster zertrümmert. Die notwendigen Reparaturen konnten allerdings unter gewissen Schwierigkeiten noch im Berichtsjahre durchgeführt werden. Die Agentur hat ihre normale Tätigkeit noch nicht aufnehmen können.

Rom: Während des Berichtsjahres hat die Agentur 24 Artikel mit 38 Photos und 25 kleinere Einsendungen in Tageszeitungen und Wochenzeitschriften untergebracht. In der Zeit vom 15. bis 30. November führte sie in den Räumen der „Galeria di Roma“ eine Ausstellung „Das Schweizer Plakat“ mit 70 von der Direktion gelieferten Plakaten durch, wobei gleichzeitig die besten Werbedrucksachen, Kalender, Bilder und Karten gezeigt wurden.

Ein größerer Vorrat an früheren Ausgaben der Revue wurde an über 50 alliierte Klubs, Spitäler, Kantinen usw. verteilt. Zu Anfang des Jahres wurden in Fortsetzung einer nach der Befreiung Roms begonnenen Aktion zahlreiche von den Alliierten requirierte Hotels, Gaststätten und weitere Lokalitäten mit 140 Plakaten ausgestattet. Nach wie vor fanden die Schaufensterausstellungen der Agentur gebührendes Interesse.

Stockholm: Die Nachfrage nach Schweizerreisen war in Schweden so stark, daß im ersten Friedensmonat auf der Agentur ein ebenso reger Betrieb herrschte, wie vor dem Krieg. Leider stand diese Reiselust in auffälligem Gegensatz zu den noch bestehenden Paß- und Transportschwierigkeiten; doch ist die Erteilung von Visa für Geschäfts- wie auch für Ferien- und Erholungs-

reisen gegen Ende des Jahres schweizerischerseits wesentlich erleichtert worden. Die Agentur hat sich in der Ausstattung ihrer Schaufenster weiterhin spezialisiert und viel beobachtete Arrangements geschaffen. Sie beteiligte sich ferner im Juni/Juli an einer vom Reisebureau Nyman und Schultz organisierten Reiseausstellung. An der vom 25. August bis 2. September abgehaltenen St. Eriks-Messe übernahm sie für die S. Z. V., die Zentrale für Handelsförderung und die Basler Mustermesse die Ausführung und Leitung der schweizerischen Abteilung. Auf dem Gebiete der Kulturwerbung bot sich Gelegenheit zur Durchführung zweier bemerkenswerter Aktionen. Die erste betraf einen Zyklus von Schweizervorträgen und wurde von der Stockholmer Volksuniversität mit Unterstützung der Agentur durchgeführt. Die Referate über verschiedene, unser Land betreffende Themata wurden von schwedischen und schweizerischen Rednern bestritten. Die zweite Veranstaltung, die ebenfalls in Verbindung mit der Volksuniversität durchgeführt wurde, war ein Ferienkurs in französischer Sprache unter dem Schlagwort „Une semaine au bord du Léman“. Für weitere 40 Vorträge stellte die Agentur die Unterlagen zusammen. Während der Wintersaison 1944/45 und der Sommersaison 1945 verzeichnete der Filmverleih der Agentur 740 Vorführungen vor 78 000 Besuchern. Vom S. Z. V.-Film „Ein Volk fährt Ski“ wurde die Schmalfilmlizenz an eine Firma verkauft, die zwölf Kopien für den Verleih an Schulen erstellen ließ. Eine Normalkopie des Filmes wird im Verlaufe von fünf Jahren in mindestens 100 schwedischen Kinos laufen. Die schwedische Presse widmete der Schweiz weiterhin ihre Sympathie und ihr Interesse und machte regen Gebrauch vom Photodienst der Agentur, der auch Bilder zu Vorträgen und Einzelausstellungen in Schaufenstern lieferte.

Wien: Die Tätigkeit der Agentur wurde von den kriegerischen Ereignissen, unter denen auch Wien stark zu leiden hatte, vollständig beherrscht. Die Hauptaufgabe des Bureaus bestand in der Heimschaffung und Abfertigung der Landsleute, die immer zahlreicher in die Heimat zurückkehrten.

Damit im Zusammenhang erwuchs ihm eine neue wichtige Aufgabe, die Organisation der Rückbeförderung von Hab und Gut dieser Rückwanderer. Die sich überstürzenden Ereignisse ermöglichten leider nicht mehr, das ganze Umzugsgut wegzuschaffen.

Mit der Intensivierung der Angriffe auf Wien — unsere Beamten erlebten bereits im Januar täglich oft zwei und mehr Bombardements — und mit der fortschreitenden Zerstörung der Stadt wurde ein geregelter Betrieb immer mehr verunmöglicht. Der 12. März, der Tag des Großangriffs auf Wien, vollendete das bereits eingetretene Chaos. Die unmittelbare Umgebung unseres Bureaus, der eigentliche Stadtkern, wurde bei diesem Angriff besonders stark mitgenommen. Das Hotel Krantz, das mit unserem Bureaugebäude einen Häuserblock bildet, erhielt zwei Volltreffer. Zwölf weitere Treffer schlugen in die Häuser der unmittelbarsten Nachbarschaft ein. Durch die Erschütterungen und den Luftdruck wurde auch die Fassade unseres Gebäudes erheblich beschädigt, während die ganze Inneneinrichtung der Bureaux demoliert wurde. Wie durch ein Wunder blieb das Haus selbst von ernstlichen Beschädigungen verschont. Während es in den umliegenden Häusern zahlreiche Tote gab, kam das in Wien zurückgebliebene Personal mit heiler Haut davon.

Unter den gegebenen Verhältnissen war eine Weiterführung der Agentur unmöglich; sie hätte auch keinen Sinn mehr gehabt. Als daher die notwendigsten Aufräumungs- und Sicherstellungsarbeiten beendet waren, reiste am 28. März der Agenturchef mit dem letzten in Wien verbliebenen Beamten ab, da sich an diesem Tage noch eine Gelegenheit bot, mit einem Rotkreuzwagen via Semmering-Südbahn aus Wien herauszukommen. Die Westbahnstrecke war damals nicht mehr fahrbar.

Die Schweiz wird in Oesterreich wieder rechtzeitig Fuß fassen müssen und hätte keinen Grund, auf die bisherige Position zu verzichten.