

Werbegebiete

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **9 (1949)**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

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.

Schweizer Malerei», erschienen im Urs Graf-Verlag, Bern, zur Verfügung gestellt.

Für die Conférence diplomatique de la Croix-Rouge, welche im April in Genf begann, stellten wir zur Ausschmückung der Räumlichkeiten im Bâtiment Electoral 9 Originalmalereien und 9 Lithographien von A. Carigiet sowie die 12 Trachtenbilder von K. Wirth zur Verfügung.

Die an der im September in Trento stattgefundenen «2. Rassegna Internazionale della Stampa» ausgestellten Schweizer Plakate wurden mit dem 1. Ehrenpreis ausgezeichnet. Besonderes Interesse fanden die Plakate: «Swissair» von Herbert Leupin, «Ferien in der Schweiz» (Springendes Füllen) von Donald Brun und «Die vier Jahreszeiten» (SZV-Kopfplakate) von Richard Gerbig.

Am 25. November 1949 wurde in den Ausstellungsräumen der Agentur Paris eine «Exposition des humoristes français en Suisse» eröffnet, die bis Ende Januar 1950 dauerte.

IV. Werbegebiete

1. Eisenbahnverkehr

Das gesamte Werbematerial des Publizitätsdienstes der SBB wird, soweit es für das Ausland bestimmt ist, durch uns an die Agenturen geschickt, von wo es an die Reisebüros und sonstigen Verkehrsinteressenten der einzelnen Länder verteilt wird. Es handelt sich hierbei vor allem um Plakate, Prospekte, Broschüren, Streckenkarten, Fahrpläne, Kalender etc. Die im Vorjahre begonnene Werbung für das Ferienbillet und die 15- und 30tägigen Ferien-Generalabonnemente wurde mit den noch zur Verfügung stehenden Kopfplakaten fortgesetzt. Es kann festgestellt werden, daß sich das Ferienbillet einer wachsenden Beliebtheit bei den ausländischen Feriengästen erfreut. Wiederum haben unsere Agenturen in ihren eigenen Werbedrucksachen die Bahnverbindungen, sowie die Tarife nach den wichtigsten schweizerischen Ferienzentren gebührend hervorgehoben. Nach wie vor wird für den Eisen-

bahnverkehr in den Ausstellungen und Schaufenstern, durch den Photo- und Pressedienst, sowie in unserer Revue «Die Schweiz» eine intensive Werbung im In- und Ausland entfaltet.

2. Straßenverkehr

Die uns für den Straßenverkehr zur Verfügung stehenden Mittel sind die zweisprachige offizielle Straßenkarte, das an der Grenze abgegebene «Merkblatt» für fremde Automobilisten, sowie die neue, in drei Sprachen erschienene Broschüre «Auf Schweizer Landstraßen». Eine Neuausgabe der Straßenkarte ist in Vorbereitung, sie konnte aus budgetären Gründen jedoch im Berichtsjahr noch nicht herausgegeben werden. Durch Verwendung des Drucksatzes und der Clichés der obgenannten Broschüre wurden in einer Auflage von 130 000 Exemplaren Itinéraires erstellt und den Agenturen zur Abgabe im Auskunftsdienst sowie an die ausländischen Automobilverbände überwiesen. Der gutgelungene Film «En route pour la Suisse», welcher die Schönheiten der Alpenstraßen von einer Grenze zur anderen darstellt, ist im Vortragsdienst der Agenturen, zusammen mit der großen Zahl farbiger Diapositive eingesetzt worden. Außerdem besitzen wir ein reichhaltiges Photomaterial, wovon die Kleinformate der Presse zur Verfügung gestellt und die Großformate in der Schaufensterwerbung und bei Ausstellungen verwendet werden. Der «Straßenauskunftsdienst» des TCS und das «Touristik-Bulletin» des ACS werden durch diese Verbände den Agenturen direkt zugeschickt. Zahlreich waren auch die von uns zu beantwortenden Anfragen fremder Automobilisten für Tourenvorschläge.

3. Schiffsverkehr

Die Werbung für dieses Verkehrsmittel erfolgt wie bis anhin im Rahmen unserer Ausstellungen und der Schaufensterpropaganda. Unser Photoarchiv ist durch eine Serie neuer Sujets ergänzt worden, von welchen die Agenturen Vergrößerungen zugestellt erhielten.

4. Der Luftverkehr

Der Schwerpunkt dieser Werbung liegt nunmehr bei unseren Agenturen, von welchen einige, wie an anderer Stelle erwähnt, die Generalvertretung der Swissair übernommen haben. Die Schaufenster unserer Außenstellen sind auch der Swissair zur Verfügung gestellt worden, wofür dieses Unternehmen das Material lieferte. Unsere Kopfplakate werden in zahlreichen Fällen sowohl von der Swissair, als auch von den großen ausländischen Luftverkehrsgesellschaften, welche Fluglinien nach der Schweiz führen, verwendet. Ebenso sind größere Mengen von unseren Werbebroschüren an die KLM, die Sabena, Air France, TWA und SAS abgegeben worden, welche sie teils in ihren Flugzeugen, teils in ihren über die ganze Welt verbreiteten Vertretungen zu Händen des Reisepublikums auflegen. Verschiedene von uns aufgenommene Photo-reportagen aus dem Luftverkehrsbetrieb wurden der Presse zugestellt, oder fanden in unserer Revue «Die Schweiz» Aufnahme.

Eine erfreuliche Zusammenarbeit ergab sich wiederum mit den Luftverkehrsgesellschaften Swissair und TWA anlässlich von Studienreisen amerikanischer Pressevertreter und Reisebürofachleute nach der Schweiz.

5. Bäderwerbung

Das Hauptgewicht der Werbung wurde auf die Pressewerbung im Inland verlegt und zwar im Verhältnis der aufgewendeten Mittel zu $\frac{2}{5}$ auf Tageszeitungen und zu $\frac{3}{5}$ auf Zeitschriften und Fachblätter.

Als Sonderaktion ist eine Inseratenwerbung in Belgien zu betrachten, die im Hinblick auf die Devisenfreigabe durchgeführt wurde.

Ebenfalls in dieses Kapitel fällt die 1949 bestellte, aber erst 1950 erscheinende Beteiligung an Kollektivinseraten «Heilbäder» in Indien, wobei wir als Auskunftsmaterial einen speziellen Artikel in Englisch den Generalkonsulaten zur Verfügung stellen.

Für Schaufenster konnte noch das vorhandene Material verwendet werden, für das wir im letzten Jahr rechtzeitig vorgesorgt

hatten. Die Werbung bei den Reisebüros wurde in bescheidenem Maß als Erinnerungswerbung weitergeführt.

Ein farbiger Schmalfilm (16 mm) konnte mit Ausnahme von zwei Stationen aufgenommen werden. Die Stationen Baden und Ragaz werden als Frühlingsaufnahme später aufgenommen und eingefügt.

An Studienreisen gelangten zur Ausführung zwei Reisen mit dem Auslandpersonal der Agenturen, zwei Reisen mit Studenten und zwei Reisen mit dem Therapeutenkurs von Herrn Prof. Dr. Böni, Zürich. Außer den mehrmaligen Hinweisen auf die Heilbäder in den Verkehrsmitteilungen brachte Radio Bern eine einstündige Sendung über die Heilbäder. Als Postwerbbestempel wurde die bisherige Fassung beibehalten. Der Bäderprospekt wurde in der bisherigen Aufmachung in vier Sprachen neu gedruckt.

In Holland wurden 8000 Aerzte mit Broschüren und Begleitschreiben durch unsere Agentur Amsterdam bedient.

Anlässlich des Versandes der Bäderfreikarte wurde den Aerzten der deutschen Schweiz eine auf Karton aufgezugene Indikationsliste zum Aushang zugestellt.

Das Thema Schweiz. Heilbäder gelangte in folgendem Rahmen zum Vortrag:

Vorlesungsreihe über Fremdenverkehr an der Universität Zürich, im Therapeutenkurs des Institutes für physikalische Therapie in Zürich und an der deutschen Bädertagung in Neuenahr.

6. Sport

Der im letzten Jahr wegen Schneemangel nicht zur Ausführung gekommene Skischulleiterkurs in St. Moritz konnte dieses Jahr unter besten Schneeverhältnissen durchgeführt werden und diese Repetition hat sich für die Skischulleiter als überaus nützlich und notwendig erwiesen. Die propagandistische Auswertung dieses Kurses durch die Presse, das Radio und den Photodienst war sehr intensiv.

An die Entsendung der Schweiz. Skimannschaft nach USA durch den Schweiz. Skiverband wurde ein Beitrag von Fr. 25 000.— geleistet. Eine Aktion zur Subventionierung der Bergführertarife,

veranlaßt durch den Schweiz. Hotelierverein, kam nicht zustande. Eine «Wandertagung» auf der Moosegg i. E. vereinigte die Interessenten der Wanderbewegung mit Presse und Behörden und ein Referat über die Wanderwege im Schoße Pro Helvetia führte praktisch zur Unterstützung von dieser Seite. Der Broschüre «Auf Schweizer Wanderwegen» (SZV) wurde in Verbindung mit dem Wirteverein und auf dessen Kosten ein Verzeichnis der billigen Unterkunftsmöglichkeiten an den Wanderrouten beigelegt. Eine neuredigierte Fischereibroschüre konnte im Laufe des Jahres in Druck gegeben werden.

Der Inhaber des schottischen Pressekonzerns Lord Kemsley pflegt seit einigen Jahren jeweils 500 £ auszusetzen als Stipendium für eine Auslandsreise von Mittelschülern. Bisher wurden solche Reisen nach Paris, Dänemark und Holland ausgeführt. Der Kemsley-Konzern ist nun dieses Jahr an uns gelangt mit der Bitte, die Durchführung der Reise zu übernehmen. Da diese Tour ab Glasgow an gerechnet war, standen uns pro Kopf und Teilnehmer für 10 Tage alles inbegriffen nur 17 £ zur Verfügung und wir mußten z. T. auf Jugendherbergen abstellen. Im Hinblick auf die propagandistische Auswertung der Reise haben wir die Aufgabe selbst übernommen und trotz der geringen Mittel einen guten Teil der Schweiz bereisen können. Der Kemsley-Konzern schickte einen Redaktor mit, der seinen Organen täglich ausführliche Presseberichte erstattete. Die Reise wurde von uns aus zu zwei Radioreportagen benützt und zwar englisch über den Kurzwellendienst und deutsch über Beromünster. Wir sind erfreut, besonders darauf hinweisen zu können, daß diese ausgiebige Presse- und Radioauswertung ohne Beanspruchung unserer Finanzen erfolgen konnte.

7. Erziehung

Die Zweigstelle Lausanne kann mit Befriedigung feststellen, daß ihre Tätigkeit zu Gunsten des schweizerischen Erziehungswesens nun auch im Ausland in zunehmendem Maße bekannt wird: es vergeht kaum ein Tag, an dem wir nicht von Privatpersonen, von Gesandtschaften und Konsulaten der Schweiz und des Auslandes, ja selbst von ausländischen Regierungsstellen, um Auskünfte oder die

Zusendung von Werbematerial ersucht werden. Im allgemeinen ist die Situation unserer Institute und Pensionate befriedigend. Leider kann dies aber nicht von den Kinderheimen gesagt werden, deren Frequenz an jungen ausländischen Gästen im Berichtsjahr beträchtlich abgenommen hat. Diese Entwicklung hat sich als Folge der Abwertung im September noch verschärft. Vor allem wurden die Kinderheime der Westschweiz, deren ausländische Kundschaft sich vorwiegend aus Frankreich, Belgien und Luxemburg rekrutiert, betroffen. Während der eigentlichen Ferienzeit kann zwar die Frequenz noch als befriedigend betrachtet werden, doch fehlt es vor allem an Dauergästen, eine Erscheinung, über welche auch die Heime der deutschen Schweiz klagen, obgleich diese mehrheitlich durch Kinder einheimischer Familien alimentiert werden. Es bestehen zur Zeit in der Schweiz 550 Kinderheime, von welchen jedoch nur 96 Mitglieder des Verbandes schweizerischer Kinderheime sind.

Die Devisenfrage bildet das Haupthindernis für eine gedeihliche Entwicklung. England hat sich zwar nach der Abwertung bereit erklärt, die Einzelzuteilung für Erziehungsaufenthalte zu erhöhen, doch bleibt die bewilligte Globalsumme noch weit hinter den tatsächlichen Bedürfnissen zurück, so daß viele Institute Anmeldungen von Schülern aus England abweisen müssen; immerhin bilden britische Schüler noch die Mehrzahl der Kundschaft westschweizerischer Institute. Anlässlich einer Reise nach England hat der Chef der Zweigstelle Lausanne die Devisenfrage für das Erziehungswesen eingehend mit den dortigen zuständigen Stellen besprochen. Auch Schweden gewährt für solche Zwecke keine Devisen und aus Holland ist der Zustrom an Schülern nur noch ein sehr geringer. Hingegen ist ein zunehmendes Interesse von Seiten Italiens festzustellen, das seinen Ausdruck in einer größeren Zahl von Schülern findet, die nunmehr unsere Institute und Pensionate besuchen. Infolge des Fehlens einer Statistik können diese Feststellungen leider nicht zahlenmäßig belegt werden. Wir würden es daher sehr begrüßen, wenn das Eidg. Statistische Amt Erhebungen über die Zahl der Uebernachtungen in Pensionaten, Instituten und Kinderheimen durchführen könnte. Gegenwärtig richten sich da-

her unsere Hoffnungen auf die Vereinigten Staaten, wo wir in enger Zusammenarbeit mit unseren beiden Agenturen, der Gesandtschaft und der Konsulate — wobei wir die verdankenswerte Aktivität von Herrn Konsul Rosset in New York besonders hervorheben möchten — das Interesse für das private Erziehungswesen in der Schweiz zu beleben trachten. Leider haben es uns unsere beschränkten Mittel bisher nicht gestattet, hierfür einige Inserate erscheinen zu lassen.

Wie 1947, so haben wir in den USA, Kanada und Großbritannien ein Plakat für die Gemeinschaftswerbung der Universitäten Genf, Lausanne und Neuchâtel für französische Ferienkurse verteilen lassen. Es sei daran erinnert, daß sich das Touristik-Komitee des O. E. C. E. (Marshallplan) eingehend mit der Frage der Unterkunft amerikanischer Studenten in der Schweiz befaßt hat. Eine Umfrage ergab, daß hierfür 5350 Betten zur Verfügung gestellt werden können.

Der Ruf des schweizerischen Erziehungswesens ist heute ein derart guter, daß bereits Privatpersonen im Ausland hierfür eigene Werbestellen eingerichtet haben.

Die «Summer School» in Zürich erfreute sich ebenfalls eines regen Besuches, doch dürfte diejenige der Universität Freiburg mit Kursen in französischer, englischer und deutscher Sprache, für welche sich 350 Studenten — darunter 250 aus Amerika — einschrieben, den größten Erfolg davongetragen haben. Diesem Auditorium führten wir unseren Film «100 Jahre Frieden», ergänzt durch einen Vortrag in englischer Sprache, vor.

Zahlreich waren die Besuche ausländischer Persönlichkeiten und Journalisten bei unserer Zweigstelle, welche sich vor allem über schweizerische Erziehungsfragen unterrichten ließen und denen wir auch den Besuch von Instituten vermittelten. Solche Besichtigungen wurden auch für Beamte unserer Gesandtschaften, Konsulate und Agenturen organisiert. Diese direkte Kontaktnahme wird von Seiten der Institutsleitung lebhaft begrüßt. Wir führten eine Besichtigungsreise auch für in Deutschland stationierte amerikanische Offiziere durch, was dann zur Verwirklichung des erwähnten «Summer Camp» führte.

Die Neuherausgabe der Broschüre über das private Erziehungswesen mit erweitertem Text wurde vorbereitet. Die Zweigstelle gab ferner zu Händen des Informationsdienstes unserer Agenturen 17 Merkblätter heraus. Weiterhin wurden an 360 Institute, Pensionate und Kinderheime rund 7000 Fragebögen verschickt, deren Auswertung unseren Agenturen und Außenstellen eine lückenlose Dokumentation über unser Erziehungswesen vermitteln wird.

8. Kulturelle Werbung

In unseren Drucksachen, in der Revue «Die Schweiz», durch den Photo-, Film-, Artikel- und Schaufensterdienst kam die Schweiz mit ihren vielen kulturell bedeutsamen Institutionen, mit ihren Kunstschatzen und ihrem Volksgut in sehr reichem Maße zur Geltung.

Hingewiesen sei zunächst auf unsere propagandistische Mitarbeit an der Ausstellung «Kunstschatze der Lombardei» im Kunsthaus Zürich; auch alle übrigen im Laufe des Jahres im ganzen Lande veranstalteten großen Kunstausstellungen («Rembrandt» in Schaffhausen, Ausstellungen in Bern, Luzern, Genf, Sion, Winterthur, Basel usw.) wurden in unserer Werbung nach Gebühr berücksichtigt. Im Hinblick auf die an verschiedenen Orten wiederum durchgeführten Musik- und Kunstwochen wurde, einer von uns im Oktober 1948 einberufenen Koordinations-Konferenz folgend, erstmals ein vierseitiger Prospekt veröffentlicht, der auf die wesentlichsten Anlässe, die Mitwirkenden und in großen Zügen auf die Programme aufmerksam machte. Der Prospekt erschien in einer Gesamtauflage von 90 000 Exemplaren in vier Versionen (deutsch, französisch, englisch und italienisch).

Die Revue «Die Schweiz» widmete sich außer den an anderer Stelle genannten Themen u. a. altem Volksgut: «Vogel Gryff» in Basel, Risottomahl im Tessin, Näfelserfahrt, Sennen- und Schützenbräuche in der Innerschweiz, waadtländische Schützenfeste, aargauische Volksbräuche, Zürcher Tirggel etc. Verschiedene Reportagen galten den Profanbauten im Malcantone, den Schweizer Bauernhäusern, den Kunstschatzen des Aargaus und der Stadt Zürich, den Schweizer Barockkirchen, dem öffentlichen und privaten Erzie-

hungswesen in der Schweiz, der Kunstsammlung Thyssen in der Villa Favorita zu Lugano, der Zürcher Summer School, der Dornacher Schlachtfeier, den Tellspielen in Altdorf und Interlaken, der Geschichte von Unterseen und Interlaken, dem Suwarowzug im Jahre 1799, der Volkskunst im Berner Oberland etc. etc. — Erwähnung verdient auch die regelmäßig erscheinende Theaterchronik.

Vorarbeiten wurden für ein in 4 Sprachen erscheinendes Werk «Kunst und Kultur in der Schweiz» getroffen.

Mit dem Fördern kultureller Bestrebungen, der Stiftung «Pro Helvetia», dem Auslandschweizerwerk NHG, Heimatschutz und Trachtenvereinigung, den wissenschaftlichen Gesellschaften — wurde und wird seitens unserer Zentrale nach wie vor ein sehr enger Kontakt gepflogen. Diese Fühlungnahme erfolgte im Geiste der Zusammenarbeit und im Bestreben, kostspielige Doppelspurigkeiten zu vermeiden. Mehrmals konnten wir ihnen auch im Berichtsjahr wieder unser Photo-, Klischee- und Dokumentationsmaterial zur Verfügung stellen.

Unter dem Patronat des Eidgenössischen Departementes des Innern und in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte organisierten wir im August die II. Internationale Kunstwoche in der Schweiz; rund 60 Teilnehmer wurden in ihrem Verlauf zu den bedeutendsten Kunstdenkmälern der Gegend um Schaffhausen und des Tessins, sowie zu Sehenswürdigkeiten im Wallis und Berner Oberland geführt. Die Veranstaltung hatte, wie schon ihre Vorgängerin 1948, einen ausgezeichneten, nicht zuletzt auch propagandistischen Erfolg aufzuweisen.

V. Tätigkeit der Zweigstelle Lausanne

Wie schon während der früheren Jahre, so hat sich auch während des Berichtsjahres die Zweigstelle Lausanne bemüht, die mannigfaltigen Beziehungen, die sie mit den kantonalen, regionalen und lokalen touristischen Werbestellen, mit dem Beherbergungsgewerbe und den Transportanstalten verbinden, zu vertiefen. Dank