

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

Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale

Band: - (1936)

Heft: 11

Artikel: Verkehrswerbung

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-779492>

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: 12.05.2025

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



S B B-Werbung in Rom - Les promesses de la Suisse à Rome



Avenue de l'Opéra Paris



Werbung der Schweizerischen Verkehrszentrale in der Tschechoslowakei - Propagande touristique de l'Office National Suisse du Tourisme à Prague

Verkehrswerbung



Die Ausstellung der Verkehrszentrale an der diesjährigen Lyoner Messe - La récente exposition de l'ONST à la foire de Lyon



Das Haus der Schweiz Unter den Linden in Berlin - La maison de la Suisse à Berlin « Unter den Linden »

Die Bundesbahnen teilen sich mit der Schweizerischen Verkehrszentrale in die Auslandspropaganda. Bundesbahnagenturen bestehen in London, New York, Paris, Berlin, Wien, Amsterdam, Rom (mit Unteragentur in Mailand) und Kairo, Vertretungen der Verkehrszentrale in Brüssel, Nizza, Prag, Budapest, Mailand (gemeinsam mit den Bundesbahnen), Stockholm und Buenos-Aires. Ein Beamter der Verkehrszentrale besorgt in der Berliner und in der Pariser Agentur den Auskunftsdienst für den Automobil- und Luftverkehr.

Aber auch die diplomatischen Vertretungen, die Gesandtschaften und Konsulate und zahlreiche berufstätige Auslandschweizer sind in den grossen Verkehrswerbeapparat eingespannt.

Die ausländischen Reisefirmen endlich mit ihrem über alle Kontinente verzweigten Netz von Reisebureaus entfalten auf kommerzieller Basis eine nicht weniger wirksame und wertvolle Tätigkeit zugunsten des schweizerischen Fremdenverkehrs.

Der Auslandswerbbedienst stellt an die Agenturen, denen für ihre Aktionen grosse eigene Initiative eingeräumt wird, sehr hohe Anforderungen. Der Agenturchef und seine Mitarbeiter müssen sehr gute Kenner des Wirkungsgebietes sein. Es genügt aber nicht, dass sie über die wirtschaftliche Lage, über die geistigen und politischen Tendenzen, über soziale Umschichtungen und über Entwicklungsmöglichkeiten, die sich erst leise abzeichnen, genau auf dem laufenden sind. Sie sollen es auch verstehen, mit einer vollendeten Kunst der Menschenbehandlung, mit feinem Takt und aufgeschlossenem Sinn immer neue Beziehungen anzuknüpfen, die Reisebureaus und die Presse für unser Land günstig zu stimmen. Selbstverständlich muss den Vorposten der Werbung aber auch die Heimat, was sie zu bieten hat, und vor allem, was sie Neues zu bieten hat, bis in jede Einzelheit vertraut sein. Sie müssen daher ständig im Kontakt bleiben mit den zentralen Werbestellen und der Hotellerie. Auf Grund lückenloser Informationen, auf Grund einer jahrelangen Erfahrung und einer richtigen Beurteilung der Aussichten bauen sie auf möglichst lange Sicht die Organisation ihrer Arbeit auf. Die heutigen Hemmungen im Geld- und Reiseverkehr, die neuen Situationen, vor die uns die wirtschaftliche und politische Entwicklung immer wieder stellt, werfen aber oft die schönsten Werbepläne von einem Tag auf den andern über den Haufen. Die Propaganda, die immer wieder neue Wege entdeckt, muss plötzlich Richtung und Methode ändern.

Der Publizitätsdienst der S B B und die Verkehrszentrale verfügen an diesen wichtigen Posten über ein ausgezeichnetes bewährtes Personal, das sich die ungeheure Arbeitslast, die mit jeder Saison wächst, nicht verdrissen lässt, sondern sich unentwegt mit ganzer Kraft für unser Land einsetzt. Auskunft, Verteilung von Werbedrucksachen (1,195,587 Publikationen wurden in der Zeit vom 15. April bis 15. Oktober allein durch die S B B-Agenturen verteilt), Vortrags-, Film-, Presse- und Ausstellungswerbung, Radiopropaganda und persönliche Fühlungnahme, alle diese Eisen liegen ständig in der Glut, damit aus ihnen eine gute Saison geschmiedet werden kann. Die beste Werbung aber bleibt die unveränderliche Schönheit und Mannigfaltigkeit der Schweiz selbst.