

Sachdokumentation:

Signatur: DS 549

Permalink: www.sachdokumentation.ch/bestand/ds/549



Nutzungsbestimmungen

Dieses elektronische Dokument wird vom Schweizerischen Sozialarchiv zur Verfügung gestellt. Es kann in der angebotenen Form für den Eigengebrauch reproduziert und genutzt werden (private Verwendung, inkl. Lehre und Forschung). Für das Einhalten der urheberrechtlichen Bestimmungen ist der/die Nutzer/in verantwortlich. Jede Verwendung muss mit einem Quellennachweis versehen sein.

Zitierweise für graue Literatur

Elektronische Broschüren und Flugschriften (DS) aus den Dossiers der Sachdokumentation des Sozialarchivs werden gemäss den üblichen Zitierrichtlinien für wissenschaftliche Literatur wenn möglich einzeln zitiert. Es ist jedoch sinnvoll, die verwendeten thematischen Dossiers ebenfalls zu zitieren. Anzugeben sind demnach die Signatur des einzelnen Dokuments sowie das zugehörige Dossier.



Schweiz Tourismus.



Informationsblatt 100 Jahre Tourismusmarketing Schweiz.

Was wir feiern.

Es gibt 100 Jahre Tourismusmarketing zu feiern, die mit der Gründung der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) 1917 begannen. Im Zentrum stehen die grössten Marketingerfolge, welche diese schweizweite Zusammenarbeit touristischer Leistungsträger hervorgebracht hat.

Mit der Gründung der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ, später Schweiz Tourismus), der „Nationalen Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs“, in Bundesbern 1917 wurden die touristischen Kräfte erstmals schweizweit koordiniert.

In enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern aus Verkehr, Dienstleistung, Gastronomie, Hotellerie, Verkauf, Kultur, etc. sorgt die Tourismusorganisation heute mit insgesamt 244 Mitarbeitenden (inkl. 23 Praktikantinnen / Praktikanten) und 26 Auslandsvertretungen dafür, dass sich die Schweiz als vielseitiges und offenes, Ferien-, Reise- und Kongressland präsentiert.

Schweiz Tourismus ist eine öffentlich-rechtliche Körperschaft. Ihren Vorstand bilden 13 Vertreter aus Tourismus, Wirtschaft und Branchenverbänden, wovon sieben vom Bundesrat ernannt werden.

Die Tourismusmeilensteine.

Der Engadiner Hotelier Johannes Badrutt wollte seine englischen Gäste auch im Winter begrüßen und schloss deshalb 1864 mit ihnen eine Wette ab, dass im Dezember mindestens ein jackenfreier Tag möglich sei. Damit legte er den Grundstein für den Wintertourismus in der Schweiz – einer von vielen touristischen Meilensteinen, die noch folgen sollten.

- 1911: **Motion** von Nationalrat und Hotelier Alexander Seiler zur Einigung der „verzettelten Kräfte“ des Tourismus
- 1917: **Gründung Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ)**
- 1920: Auch durch den Einsatz der SVZ fallen die **Passvorschriften für ausländische Gäste**. An- und Abmeldungen an jedem besuchten Ort sind nicht mehr nötig.
- 1923: In Nizza öffnet die **erste unabhängige SVZ-Auslandsvertretung**.
- 1933: SVZ erstellt für das **Radio Qualitätssendungen** inkl. Verkehrsmitteilungen. Bezahlte Werbung ist zu diesem Zeitpunkt noch verboten.



- 1935: SVZ lanciert **erste Plakatkampagne für den Autotourismus**. Das eingesetzte Plakat „Für schöne Autofahrten“ von Herbert Matter erhält grosse internationale Beachtung und ist noch heute im Museum of Modern Art (MoMa) in New York ausgestellt.
- 1939: SVZ wird zur **öffentlich-rechtlichen Körperschaft**.
- 1939: SVZ übernimmt alle Auslandsvertretungen der **SBB**.
- 1946: Baubeginn des internationalen **Flughafens Zürich**.
- 1947: **Erster Transatlantikflug der Swissair** von Genf nach New York.
- 1957: BBC-Aprilscherz „Spaghetti-Baum im Tessin“ mit tatkräftiger Unterstützung der SVZ.
- 1958: Beginn **gemeinschaftliche Vermarktung Alpenraum** in den USA (Alpine Tourist Commission ATC).
- 1966: SVZ präsentiert ersten Spot im Fernsehen (Winterferien in der Schweiz).
- 1974: Erster Swissair-Direktflug von **Tokio nach Zürich**.
- 1979: Einführung touristisches **Auskunftstelefon 120**.
- 1981: **Kürzung SVZ-Budget** durch Bund und erstmalige Unterstützung durch Hotelier-Verein.
- 1991: In London wird der **Wappenbaum** im Rahmen der 700-Jahr-Feier eingeweiht.
- 1995: Die Schweizerische Verkehrszentrale SVZ ändert ihren Namen zu Schweiz Tourismus und erhält als neues Logo die Goldblume.
- 1998: Gründung Switzerland Travel Center (**STC**)
- 2002: Swissair **Grounding**.
- 2009: Erfolgreicher **Aprilscherz** „Felsenputzete“.
- 2010: Gründung Swiss Travel System (**STS**) zusammen mit SBB und weitere Transportunternehmen.
- 2013: Lancierung **Prix Bienvenu**.
- 2016: Eröffnung des **Gotthard Basistunnel**.
- 2017: **Jubiläum** 100 Jahre Schweizer Tourismusmarketing.

Präsidenten / Vorstände, Verkehrsräte und Direktoren.

«Jede Form des Protektionismus und Isolationismus mag kurzfristig die Wirkung einer Kopfwheablette haben, verschleppt aber langfristige Probleme nur, statt sie zu lösen.»
Walter Leu, SVZ-Direktor von 1979 bis 1995.

Weitere Direktoren und Präsidenten/Vorstände, welche die Geschicke der SVZ/Schweiz Tourismus gelenkt haben:

Verkehrsräte

- A. Seiler, 1917–20
- G. Kunz, 1920–30
- H. Simon, 1930–32
- H. Häberlin, 1932–33

Vorstände / Präsidenten

- F. Holzach, 1917–24 (Vorstand)
- E. Tobler, 1925–29 (Vorstand)
- E. Scherrer, 1930–33 (Vorstand)
- E. Scherrer, 1933–38 (Präsident)
- H. Hunziker, 1939–40 (Präsident a.i.)
- A. Meili, 1941–63 (Präsident)
- G. Despland, 1963–72 (Präsident)
- G. Luvini, 1973–77 (Präsident)
- J. J. Cevey, 1978–94 (Präsident)
- P. Reutlinger, 1994–96 (Präsident)

Direktoren

- A. Junod, 1918–33
- B. S. Bittel, 1933–60
- W. Kämpfen, 1960–79
- W. Leu, 1979–95)
- M. Hartmann, 1995–99
- J. Schmid, seit 1999– heute



- D. F. Marty, 1996–2007 (Präsident)
- J.-F. Roth, 2007– heute (Präsident)

Von San Francisco bis Seoul – 26 Vertretungen weltweit.

Waren die SVZ-Auslandsvertretungen zu Beginn reine Auskunft- und Billettschalter, entwickelten sie sich zusehends zu unentbehrlichen Marketing-Drehscheiben. Immer wieder auch mit prominenter Unterstützung werben sie rund um die Welt für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz.

Hier eine Auswahl:

London 1968: Das Bond-Girl Diana Rigg aus "On Her Majesty's Secret Service" wirbt auf dem Dach des Swiss Centers nicht nur für den 007-Film, sondern auch für das Ferienland Schweiz, denn einige Filmszenen wurden mit Unterstützung der SVZ auf dem Schilthorn gedreht.

Amsterdam 1977: Als Dank für 75 Jahre Gastfreundschaft in der Schweiz schenkt die jubelnde Königlich-Niederländische Alpenvereinigung dem SAC eine Hütte (das Arbenbiwak) oberhalb von Zermatt.

Frankfurt 1981: Die Deutschlandvertretung organisiert am Flughafen Frankfurt die Ausstellung „Die Schweiz und ihre Gletscher“.

Peking 1999: Schweiz Tourismus wird als erste europäische nationale Tourismusorganisation autorisiert, eine Vertretung in China aufzubauen. Die Niederlassung Peking wird 1999 eingeweiht und bildet bis heute das Herz aller touristischen Arbeit der Schweiz in der Volksrepublik.

New York 2002: Mit über 100 grossflächigen Plakaten wurde der Grand Central Terminal, der grösste Bahnhof New Yorks, mit den Bildwelten der Berge.©-Kampagne und einer Imagekampagne der Fluggesellschaft SWISS vollständig plakatiert. Zeitgleich wurden 2500 Plakate in den Vorortszügen aufgehängt und 200 Busse in Manhattan mit Schweizer Bergmotiven und Sujets der Schweizer Fluggesellschaft bestückt.

Paris 2004/2005: Auf der Place Vendôme findet die Ausstellung "Sensations Suisses" statt, welche die Schweiz im Rahmen des Jubiläums „100 Jahre Schweizer Tourismuswerbung in Frankreich“ von vier ungewöhnlichen Blickwinkeln zeigt.

Liste aller aktuellen Vertretungen: www.stnet.ch/de/ueber-uns/vertretungen.html

Von analog zu digital.

Das Tourismusplakat war lange ein Leitmedium für die Schweizer Landeswerbung. Mit dem Künstler Emil Cardinaux lancierte die SVZ 1920 ihre erste grosse Plakatkampagne. Weitere grosse Künstler und Grafiker wie Herbert Matter, Alois Carigiet oder Herbert Leupin folgten.



Heute geniesst das Plakat in der Bevölkerung nach wie vor eine hohe Akzeptanz. Später führten die Einführung des Fernsehens und der digitalen Medien mit ihren vielseitigen Kanälen zu einer noch grösseren Vielfalt. Zum Beispiel:

- **myswitzerland.com:**
Die wichtigste Multimedia-Plattform, die in 16 Sprachversionen angeboten wird – von Polnisch bis Japanisch.
- **#VERLIEBTindieSCHWEIZ**
Der #VERLIEBTindieSCHWEIZ verbreitet sich seit Januar 2015 auf allen relevanten Social-Media-Kanälen und vereinfacht die Auffindbarkeit von User-generated Content zum Ferienland Schweiz. Er wird in 10 verschiedenen Sprachen genutzt und kam bisher über 176'000 Mal zum Einsatz.

Kampagnen mit grosser Wirkung.

Das Weltgeschehen hat immer auch die Vermarktung der Schweiz beeinflusst. Mit Kreativaktionen reagiert die SVZ/Schweiz Tourismus, mit teils grossem Erfolg, auf Wirtschaftskrisen, Benzinknappheit oder Kriege.

- **1930er Jahre:** Der Stempel der „Hochpreisinsel Schweiz“ lastet schwer auf dem ganzen Land. Autoreisende werden deshalb mit verbilligtem Touristenbenzin in die Schweiz gelockt, Pauschalangebote für Hochzeitspaare werden angeboten und die Bergführerpreise werden reduziert.
- **1945 bis 1947:** US-Soldaten grüssen lächelnd vom Sessellift, staunen Löcher in die Schaufenster von Uhrengeschäften und erobern Gipfel auf Tourenskis. Sie erholen sich auf Einladung der Schweiz im Herzen Europas vom Krieg. Die Bilder der glücklichen GI's gehen um die Welt. Das ist nicht nur beste PR für die Schweiz, die Aktion schlägt sich 1947 auch mit über 23 Millionen bei den Übernachtungen in Hotel- und Kurbetrieben nieder.
- **1970er Jahre:** Wegen der Erdölkrise sind die Kreativköpfe der SVZ wieder gefordert. Innert Kürze wird ein Katalog mit 300 Sommerangeboten erstellt und ein neuer Hotelführer an alle Swissair-Passagiere verteilt. Mit „Reisen nach Mass statt Massentourismus“ werden qualitätsbewusste Individualtouristen umworben.
- **2015:** Nach der Aufhebung des Euro-Mindestkurses startete Schweiz Tourismus zusammen mit den Regionen eine Schweiz-Offensive. Prominente Schweizerinnen und Schweizer wie Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann, Bastian Baker und Christa Rigozzi erzählen unter dem #VERLIEBTindieSCHWEIZ ihre prägendsten Erlebnisse, um für die Ferien im eigenen Land zu inspirieren. Die Beiträge wurden mit attraktiven Angeboten ergänzt. Mehr Informationen und das Video mit Bundesrat Schneider-Ammann: <https://www.youtube.com/watch?v=lqSyqyQdx-Y>
<http://www.inlovewithswitzerland.com/de/all>



Filmische Meisterwerke.

Ob ein kurzer TV-Spot mit Buzz Aldrin, ein preisgekrönter Kurzfilm, spektakuläre Luftaufnahmen für einen Dokumentarfilm oder durch die Unterstützung wichtiger Spielfilmproduktionen: Der SVZ/Schweiz Tourismus gelang es immer wieder mit bewegten Bildern für das Ferienland Schweiz zu begeistern. Waren es in den 1980er /1990er Jahren vor allem Bollywood-Filme sind es heute Soap Operas.

Hier eine Auswahl:

- 1963: Im Auftrag der SVZ realisiert Alexander J. Seiler den Kurzfilm "**Im wechselnden Gefälle**", der in Cannes die Goldene Palme in der Sektion Kurzfilme erhielt.
- 1965: Zum 50-jährigen Jubiläum der SVZ wird die Erstbesteigung des Matterhorns filmisch aufbereitet (**Matterhorn 1901**) und in den Vertrieb aufgenommen.
- 1968: Die SVZ hilft den **Bond**-Filmemachern beim Dreh auf dem Schilthorn. SVZ-Direktor Albert Kunz persönlich organisiert ganze Busladungen voll Statisten.
- 1976: Die **Schweizer Pastorale** ist eine filmische Sinfonie, die mit spektakulären Luftaufnahmen ganz ohne Worte die Kinowelt verzückte.
https://www.youtube.com/watch?v=UrTrf_RxITw
- 1995: Der Bollywoodfilmklassiker **Dilwale Dulhania Le Jayenge** mit dem indischen Superstar Shah Rukh Khan zeigt die Schweiz von ihrer schönsten Seite und macht unser Land bei Millionen Indern zur Traumdestination. Schweiz Tourismus (an der Produktion zwar selbst nicht beteiligt) zelebriert zusammen mit den Hauptdarstellern und Regisseuren jeweils das 10- und 20-jährige Jubiläum dieses legendären Films.
- 2015: Die chinesische Seifenoper «Les interprètes» mit Huang Xuan wurde mit Unterstützung von Schweiz Tourismus und den betroffenen Destinationen in Lausanne und Zürich gedreht und erreichte über 200 Millionen Zuschauer. Bei den Dreharbeiten verliebte sich der Schauspieler in die Schweiz und konnte als Ambassador gewonnen werden. Hier ein Beitrag dazu: <http://www.srf.ch/news/regional/zuerich-schaffhausen/seifenoper-lockt-chinesen-in-die-schweiz>

Meetings.

1964 gründen weitsichtige Schweizer Destinationen die Arbeitsgemeinschaft Schweizer Kongress-Orte (ASK), das erste nationale Convention Bureau der Welt. Seit 1999 gehören die Meetings-Spezialisten, mittlerweile unter dem Namen SCIB (Switzerland Convention & Incentive Bureau), fix zu Schweiz Tourismus.

Hier eine Auswahl der wichtigsten Fakten:

- Der Meetings-Sektor hat im Jahr 2015 knapp 6,3 Millionen Hotellogiernächte (LN) generiert, was einem Anteil von 17,7 % (2013: 18 % / 2011: 18,6 %) des gesamten Volumens der LN der Hotellerie (knapp 35,6 Millionen) entspricht.
- Auf der Basis der in der Schweizer Meetings-Statistik-Datenbank (MS-DB) verfügbaren Daten hat das Meetings-Segment im Jahr 2015 einen Umsatz (direkt + indirekt) von 1,8 Milliarden Schweizer Franken generiert (2013: 1,9 Mia. Franken / 2011: 2,2 Mia. Franken)
- Einige der ungewöhnlichsten Meetings in den letzten Jahren waren: Europatreffen des Klubs langer Menschen, der internationale Engelskongress, die internationale



Konferenz zum Thema städtische Schädlinge oder das internationale Symposium der Pflanzen/Insektenbeziehung.

Bedeutung Tourismusbranche und Wirkungsanalyse Tourismusmarketing.

Der Tourismus hat für die Schweiz eine sehr hohe wirtschaftliche Bedeutung. Mit über 170'000 Vollzeitäquivalenten im Jahr 2014 ist die Schweizer Tourismusbranche eine der grössten Schweizer Arbeitgeber. Die Gesamteinnahmen des Schweizer Tourismus beliefen sich im selben Jahr auf 47,8 Milliarden Franken. Der Tourismus trägt mit 2,6 % zum Schweizer BIP bei* und ist die sechstgrösste Schweizer Exportbranche.

Einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der Tourismusbranche leistet das nationale Tourismusmarketing. Mit einer erstmals im Jahr 2007 erstellten, von Schweiz Tourismus in Auftrag gegebenen Studie, lässt sich die weltweite Marketingwirkung der Tourismusorganisation mittels eines wissenschaftlich anerkannten** Messkonzepts nachweisen. Gemäss internationaler Evaluation*** stellt diese Wirkungsmessung das am weitesten entwickelte Messsystem nationaler Tourismusorganisationen dar.

Im Jahr 2013 hat Schweiz Tourismus direkt jede sechste Logiernacht in der Hotellerie und Parahotellerie direkt beeinflusst. Im Tourismusjahr 2013 entspricht dies 11.1 Millionen Übernachtungen und CHF 1.97 Milliarden Umsatz. Daraus resultieren rund CHF 281 Mio. Steuern und Abgaben. Gut die Hälfte davon entfällt auf den Bund****. Dieser Leistung stehen CHF 62.0 Mio. ST Marketingmittel gegenüber. Daraus resultiert ein Aufwand-/Umsatzverhältnis von 1:32.

*OECD

**Laesser, C. (2007): Gutachten über das neue Wirkungsmessungskonzept von Schweiz Tourismus (ST), inklusive einer Validierung der Beitragsanteile von ST an unterschiedlichen Kommunikationsinstrumenten.

***Laesser, C. (2013): Evaluation der Methodik des Wirkungsmessungskonzepts von Schweiz Tourismus.

****Rütter + Partner (2007): Durch touristische Ausgaben von Übernachtungsgästen ausgelöste Steuern und Abgaben. Schätzungen für einzelne Steuer- und Abgabearten auf Bundes-, Kantons- und Gemeindeebene.

Überblick aller Jubiläumsaktivitäten

(Details siehe separates Dokument)

- **Ausstellung „Fremdvertraut: Aussensichten auf die Schweiz“ Fotostiftung Schweiz**
Datum: 10.2.2017 bis 07.05.2017
- **Ausstellung „Macht Ferien!“ Museum für Gestaltung Zürich**
Datum: 3.3.17 bis 9.7.17
- **Ausstellung „Andate in vacanza!“ Castelgrande**
Datum: 5.8.17 bis 29.10.2017
- **Ausstellung „Etrangement familier : Regards sur la Suisse“ Musée de l'Elysée**
Datum: 25.10.2017 bis 7.1.2018
- **Ausstellung „Macht Ferien!“ Verkehrshaus Luzern**
Datum: November 2017 bis Juni 2018



– **Jubiläumstour**

Daten: J3L, FR 17.1.2017 / VS 7.2.2017 / LU 2.3.2017 / Ost-CH 6.3.2017 / ZH
20.3.2017 / AG 4.4.2017 / GR 2.5.2017 / BE 08.06.2017 / GE 26.9.2017 / TI 16.10.2017
/ BS 18.10.2017 / VD 30.10.2017 /

Medienmitteilungen und Informationen zu Schweiz Tourismus:

MySwitzerland.com/media

Medienkontakt:

Markus Berger, Leiter Unternehmenskommunikation / Mediensprecher
Tel. +41 (0)44 288 12 70, e-mail: markus.berger@switzerland.com