

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

**Herausgeber:** Schweizerische Verkehrszentrale

**Band:** 38 (1965)

**Heft:** 3

**Artikel:** Gemeinschaftswerbung der Alpenländer

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-775328>

### **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:** 13.03.2025

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

Sieben europäische Länder, die sich in den Alpenraum teilen, haben vor zehn Jahren die «Gemeinschaftswerbung der Alpenländer» in Angriff genommen. Zweck dieser Zusammenarbeit auf werbetechnischem Gebiet ist die Ankurbelung des Alpentourismus, wobei das Hauptaugenmerk auf die Touristen aus den Vereinigten Staaten und Kanada gerichtet wird. Im Januar trafen sich die Vertreter der Touristenorganisationen der Schweiz, Deutschlands, Österreichs, Frankreichs, Italiens und Jugoslawiens in Grindelwald zu einem Kolloquium über die im Rahmen des «Jahres der Alpen» durchzuführenden Propagandaaktionen.

Wie der abtretende Präsident der Werbegemeinschaft der Alpenländer, Prof. Dr. P. Bernecker (Österreich), feststellte, wird namentlich auch auf eine Verstärkung des Werbeeffektes abgezielt. Ebenso ist man bestrebt, eine Anpassung an veränderte Marktverhältnisse zu finden. Das werbemässige Hauptgewicht wird auf die regenerierenden Wirkungen des Bio-Klimas der Alpen gelegt. Dabei wird der Alpenraum als Ganzes verstanden.

Auch der neue Präsident, Dr. Werner Kämpfen, Direktor der Schweizerischen Verkehrszentrale (Zürich), wies auf den internationalen Charakter der Arbeitsgemeinschaft hin, die sogar wirtschaftliche Grenzen sprengt. Im Mittelpunkt der Bestrebungen steht die Revalorisierung des Alpenklimas, wobei auch der Gestaltung von «aktiven Ferien» das Wort gesprochen wird, die als Gegenstück zu Massentourismus und Massenferien gedacht sind. Der Mensch soll dadurch angehalten werden, wieder «selbst etwas zu tun» und dabei einen Ausgleich zur Anspannung der beruflichen Tätigkeit zu finden.



1965  
Jahr der Alpen  
Année des Alpes  
Anno delle Alpi  
Year of the Alps

#### ENGLISCHE LITERARISCHE BEITRÄGE ZUM «JAHR DER ALPEN 1965»

Die britische Presse neigte in ihren Kommentaren zur Proklamation des «Jahres der Alpen 1965» mit Recht dazu, die verschiedenen Gedenkfeiern, welche 100 Jahre nach dem alpinistischen Entscheidungsjahr 1865 abrollen sollen, als Ehrenbezeugungen für Grossbritannien und seinen Pioniergeist zu bezeichnen. In diesem Sinne sind auch die zahlreichen Würdigungen zu verstehen, welche noch rechtzeitig vor Beginn des Alpenjahres auf dem britischen Büchermarkt erschienen oder noch in Buchform zu erwarten sind.

Als erste Autorin meldete sich Cicely Williams, Gattin eines anglikanischen Bischofs, mit dem gewissenhaft dokumentierten Werk «Zermatt Saga» (George Allen and Unwin Ltd., London), welches bereits den Erfolg des berühmtesten Buches dieser Schriftstellerin, «Bishop's Wife», zu übertreffen beginnt. Sir Arnold Lunn, einer der eifrigsten Bewunderer und literarischer Förderer der schweizerischen Alpenwelt, bemerkt im Vorwort zu dieser Chronik des Bergsteigerdorfes Zermatt und seines Wahrzeichens, des Matterhorns, dass die Verfasserin ihm, dem Mitentdecker der Alpen, aus dem Herzen spreche. Sie schreibe aus eigener Erfahrung und Verehrung der Alpen, ohne in den Fehler anderer zu verfallen, welche entweder «Bergspitzen wie Briefmarken sammeln» oder ihre Liebe zu den Bergen bis zur «Götzenanbetung» steigern.

Hugh Merrick, Verfasser des Buches «The Great Motor Highways of the Alps», huldigt in seinem neuesten Werk «The Perpetual Hills» (Newnes, London) seiner Leidenschaft für die Bergwelt, die ihn nicht nur immer wieder in die Alpen, sondern in alle berühmten Bergregionen des Erdballes, von den Anden Südamerikas bis zum Himalaja Asiens, lockte. Den alpinen Eroberungen durch die Engländer ist besonders viel Raum gewidmet, und Merrick, der sich auch als Verfasser von Bergromanen einen Namen gemacht hat, gibt seinem neuesten Werk literarisches Format durch sinnvolle Einflechtung von Zitaten weltberühmter Dichter und Bergfreunde, versteht es aber auch, durch seine glänzend formulierten Erlebnisse als jugendlicher Bergwanderer vor allem die jüngere Generation seiner Mitbürger wieder für die gesunde Betätigung zu Füßen der Riesen zu begeistern, welche von den britischen Bergpionieren des 19. Jahrhunderts erobert wurden.

Aufmerksamen Spaziergängern wird es in unseren frühlingfrohen Städten nicht entgehen, dass da und dort in einer Grünanlage oder Allee «Die besten Schweizer Plakate des Jahres 1964» zur Schau gestellt sind. Die Allgemeine Plakatgesellschaft zeigt zuerst einmal vom 4. bis 27. März im Kunstgewerbemuseum Zürich die gewaltige Fülle von Affichen, aus welcher die besonders guten eine eidgenössische Auszeichnung erhalten haben. Die Wanderschau der prämierten Auslese zirkuliert bis in den Sommer hinein in allen drei Landesteilen.

Unter diesen besten Plakaten des Jahres 1964 entdecken wir auch eine Affiche der Schweizerischen Verkehrszentrale, die ihrem Slogan «Reise durch Europa, raste in der Schweiz» durch das Sinnbild einer ins Märchenhafte transponierten Freiballonfahrt poetisch Ausdruck gibt. Der mit drucktechnisch einfachen Mitteln geschaffene Plakatentwurf stammt von Hans Küchler, dem Graphiker der Schweizerischen Verkehrszentrale.

#### LES MEILLEURES AFFICHES SUISSES DE 1964

Dans maintes de nos villes, les expositions en plein air des meilleures affiches suisses n'ont certainement pas échappé aux promeneurs attentifs. Du 4 au 27 mars, la Société générale suisse d'affichage présentera au Kunsthaus de Zurich celles qui ont été primées par la Confédération. Cette exposition, qui sera itinérante, sera ouverte successivement dans les trois régions linguistiques du pays. Parmi ces affiches, l'une a été éditée par l'Office national suisse du tourisme. Elle évoque le thème: «Courez l'Europe – détendez-vous en Suisse». Cette œuvre originale et suggestive, caractérisée par une grande économie de moyens, est due à Hans Küchler, le graphiste de l'ONST.

#### I MIGLIORI CARTELLONI PUBBLICITARI SVIZZERI DEL 1964

Questa primavera, «i migliori cartelloni svizzeri del 1964» saranno esposti all'ammirazione del pubblico nei parchi e lungo i pubblici passeggi delle nostre città. Essi provengono dalla grande mostra collettiva indetta dalla «Allgemeine Plakatgesellschaft» dal 4 al 27 marzo nel Museo d'arti e mestieri di Zurigo. I manifesti di maggior pregio artistico vengono premiati, e destinati poi all'esposizione itinerante che, circolando sino a tarda estate, toccherà tutte le regioni linguistiche svizzere.

Tra i cartelloni premiati v'è anche quello dell'Ufficio Nazionale Svizzero del Turismo, poetica illustrazione del motto pubblicitario «Percorri l'Europa, sosta in Svizzera». Ideatore di questo manifesto, che è stato stampato con mezzi tecnici semplici, è Hans Küchler, grafico dell'UNST.

#### THE BEST SWISS POSTERS OF 1964

In spring attentive passers by in Switzerland will notice that here and there on some stretch of green or some suitable avenue "the best Swiss posters of 1964" are on display. From March 4 to 27 the Allgemeine Plakatgesellschaft will be showing in the Zurich Museum of Arts and Crafts a vast array of posters, the best of which were awarded prizes by the Federal Government.

The winning selection will then go on a tour to all three parts of Switzerland until well into the summer.

Among the best of these posters you will see one created by Hans Küchler for the Swiss National Tourist Office. Showing a story-book balloon, it illustrates the Swiss National Tourist Office slogan: "Ramble in Europe—Relax in Switzerland".