



An den Konsulardienst, Bern.



IV.D.6.36.

den 25. September 1936.

Herr Direktor,

Ich beehre mich, Ihnen im nachstehenden über den Fremdenverkehr Irland-Schweiz im verflrossenen Sommer zu berichten und daran anschliessend einige Anträge für die Verkehrspropaganda für den kommenden Winter zu unterbreiten.

Zeitungsreklame.

Im Einvernehmen mit Ihrer Agentur sind im Rahmen des zur Verfügung stehenden Kredits in den grössten irischen Tagesblättern, "Irish Times", "Irish Independent" und "Irish Press" in der Zeit von Ende April bis Ende Juni insgesamt 24 Inserate "Switzerland, Best value in Holiday Travel" aufgegeben worden. Die Verteilung geschah so, dass in der "Irish Times", mit einem Unterbruch von zweimal 14 Tagen, wöchentlich zwei, in den beiden andern Zeitungen wöchentlich je ein Inserat erschien. Diese Verteilung und die Insertionszeit, die in der Meinung der hiesigen Reisagenturen zweckmässig waren, sind wiederholt mit Ihnen besprochen worden und am 3. Juli habe ich Ihnen mit meiner Abrechnung auch die Belegexemplare der verschiedenen Zeitungen zugehen lassen.

An die Agentur der S.B.B.,
11b, Regent Street,
London S.W.1.

Dodis



Im Laufe des Frühjahrs und des Sommers sind in der "Irish Times" und im "Irish Independent" je 11 und in der "Irish Press" 4 der Lichtbilder veröffentlicht worden, die mir entweder durch Ihre Stelle oder die Schweizerische Verkehrszentrale zur Verfügung gestellt wurden. Ueberdies erschienen in der "Irish Times" sechs illustrierte Artikel, die das Generalkonsulat vermittelt hatte und in denen direkt oder indirekt für den schweizerischen Fremdenverkehr gearbeitet wurde.

Werbematerial, Plakate.

Ihre Sammelsendungen für die irischen Reisebureaux sind dem Generalkonsulat immer unbeanstandet ausgehändigt und von ihm an ihre Adressaten weitergeleitet worden. Die Agenturen haben durchwegs genügend Material erhalten und die jetzige Zustellungsweise ist für sie befriedigender als der direkte Versand von London. - Verschiedentlich ist die Feststellung gemacht worden, dass das allgemeinschweizerische Werbematerial (Swiss Travel Revue, Mountaineering in Switzerland etc.), das vom Generalkonsulat an Hotels, Clubs etc. verschickt worden war, in diesen Etablissements aufgelegt und von den Besuchern beachtet wurde.

Das Warenhaus Switzers an der Grafton Street hat sich auf unsere Anfrage bereit erklärt, in seinen Schaufenster und in der Abteilung für Reiseartikel schweizerische

Plakate auszustellen und mit Ihrer Einwilligung sind in der Folge Rahmen für sechs Plakate hergestellt worden. Im Laufe des Sommers stellte das Warenhaus diese Plakate während etwa 12 Wochen, einschliesslich der "Horse Show week", die immer viele Besucher nach Dublin bringt, aus und es ist damit einverstanden, diese Ausstellung auch im Winter fortzusetzen, wenn wir ihm geeignete Winterplakate liefern.

Radio, Verschiedene Werbemittel.

In einem Radio-Interview anlässlich des internationalen Fussballspiels Schweiz-Irland vom 17. März ist unter anderm auch auf die Schweiz als Reiseland aufmerksam gemacht worden. - Das Programm für die Veranstaltung, von dem über 20.000 Exemplare verkauft wurden, enthielt einen Artikel über die Beziehungen zwischen den beiden Ländern und ein ganzseitiges Inserat für den schweizerischen Fremdenverkehr. - Die "Irish Travel Association" hat den Postenchef er- sucht, in einem Artikel ihrer Zeitschrift "Irish Travel" seine Eindrücke über das Gastland wiederzugeben. Auch diese Gelegenheit wurde benutzt, um auf die Stellung der Schweiz als Touristenland hinzuweisen.

Verkehr.

Die besten Gradmesser für den Fremdenverkehr nach den verschiedenen Ländern sind die Reiseagenturen. Ich habe mich deshalb mit ihnen in Verbindung gesetzt, um mich

einerseits über den Umfang des Verkehrs nach der Schweiz im verflissenen Sommer zu erkundigen und um anderseits die Aussichten für den Winter mit ihnen zu besprechen. Im folgenden gebe ich Ihnen vom Ergebnis meiner Unterredungen in Kürze Kenntnis.

Allgemein ist betont worden, dass der Tourenverkehr gut war und bedeutend mehr Teilnehmer für diese Pauschalreisen gewonnen werden konnten, als im vorigen Sommer. Eine Ausnahme macht nur die "Twohig Travel Agency", die für den Hotelplan arbeitet und fast keine Reisenden vermittelt. Im Automobilverkehr konnte trotz der eingeräumten Erleichterungen (Wegfall der internationalen Ausweise, billiges Benzin) eine Verkehrszunahme nicht konstatiert werden. Den Einzelverkehr bezeichnet nur Cooks als befriedigend, alle andern stimmen darin überein, dass er sehr gering war. Die politische Lage hatte eine Umleitung der Reisenden auf den Kontinent zur Folge : Spanien und Frankreich haben viele Touristen verloren, gewonnen haben namentlich Deutschland, die belgischen Seebäder und Italien. Die Schweiz hat aus dieser Umleitung, soweit der Einzelverkehr in Frage kommt, keinen zusätzlichen Verkehr erhalten.

Es fehlt nicht an der Sympathie des reisenden irischen Publikums für die Schweiz. Die Leute haben unser

Land gern und schätzen unsere politischen und kulturellen Institutionen. Das grösste Hemmnis, das einer Entwicklung des Verkehrs nach der Schweiz im Weg liegt, ist der ungünstige Wechselkurs. Der starke Verkehr nach Deutschland ist nichts anderes als der Registermark zuzuschreiben. Auch Italien wird mit seiner Touristenlire mehr Besucher anziehen, während Oestreich mit seiner Touristenwährung, die nur wenig über der ^{ord}entlichen Währung steht, keine Aussichten auf Erfolg hat.

Mr. Rogerson, der Leiter der "American Express Co," scheint mir die Ansicht aller Agenten am treffendsten zusammengefasst zu haben: "Wir sind daran, den Einzelverkehr bei dem es sich doch um eine grosse Klasse von Reisenden handelt, zu verlieren. Das Gedächtnis des Publikums ist kurz und bald wird sich der Einzelreisende der Schweiz als Reise-land gar nicht mehr erⁱⁿnern. Wir sollten alles daran setzen, um den nachteiligen Effekt des hohen Kurses durch eine intensive Verkehrswerbung wettzumachen".

Winter.

Die Aussichten für den Winter sind nicht schlecht und die Agenturen rechnen namentlich wieder mit einer ordentlichen Beschickung der Pauschalreisen (Cooks,

das je dahin
Wfallen ist!

Polytechnic, Frames, etc.). Das Generalkonsulat ist natürlich gerne bereit, Sie in der Verkehrswerbung für die kommende Saison tatkräftig zu unterstützen und ich gestatte mir die folgenden Anregungen:

Zeitungsreklame. Es wäre angezeigt, in der Zeit von 1. bis 15. Dezember in der "Irish Times" sechs und in "Irish Independent" und in der "Irish Press" je drei Inserate von einer Spaltenbreite und einer Länge von $3\frac{1}{2}$ " erscheinen zu lassen. Die Kosten für diese Insertionen würden sich auf £ 24.2.9 belaufen.

In den Zeitungen könnten noch mehr Bilder und Artikel untergebracht werden, wenn mir das nötige Material zur Verfügung stünde. Ich darf Sie bitten, mir frühzeitig eine Serie guter Winteraufnahmen zuzustellen. Von Interesse sind ferner Artikel mit Bildern über Aktualitäten, sportliche Veranstaltungen etc.

Mit dem "Irish Independent" und der "Irish Press" habe ich wegen der Kurnotierung (Value of the £ abroad: Switzerland 19/4) Pöhlung genommen und ich glaube noch zu erreichen, dass diese, für unsern Fremdenverkehr nachteilige Notierungsart ausgeschaltet wird.

Vor dem Beginn der Saison werde ich die Zeitungen um die Aufnahme unserer Witterungsberichte ersuchen und es wäre mir gedient, wenn Sie mir zu diesem Zwecke einen diesbezüglichen Ausschnitt aus einer letztjährigen englischen Zeitung zustel-

*ist fest
hinfallen.*

ten würden.

Werbematerial, Plakate. Allgemein gehaltene Prospekte sollten schon Ende Oktober oder Anfang November an die Hunting Hotels verschickt werden und ich werde diesen Versand besorgen, sobald mir das Material zugeht.

Ich wäre Ihnen auch dankbar, wenn Sie mir eine Anzahl Winterplakate zusenden wollten, damit ich aus diesem Vorrat einige Bilder für die Ausstellung bei Switzers auswählen kann. Wenn Sie mich ermächtigen, noch 3 oder 4 Rahmen herstellen zu lassen (Kosten 12/6 pro Stück), könnte ich diese eingerahmten Plakate in guten "bars" plazieren.

Im Schaufenster der "American Express Co." kann eine Ausstellung von Puppen arrangiert werden, wenn wir der Agentur die Figuren beschaffen.

Radio. Anfangs November veranstaltet die irische Rundspruchgesellschaft unter Mitwirkung des Generalkonsulats eine Schweizer-Radiostunde, die in nicht zu auffälliger Weise in den Dienst unseres Fremdenverkehrs gestellt werden kann. Unter anderem ist im Programm ein kurzer Vortrag über eine Bergbesteigung, den ein langjähriges irisches Mitglied des Schweizerischen Alpenklubs halten wird, vorgesehen.

Film. Ohne Ausnahme haben die Leiter aller Reiseagenturen den Wert des Films als Propagandamittel hervorgehoben. Sie

sind sich darin einig, dass das Zeigen eines Winterfilms die Zahl der Besucher der Schweiz erheblich steigern würde und ich möchte mit Ihrer Einwilligung und Unterstützung das Hauptgewicht der Verkehrswerbung für den nächsten Winter auf die Vorführung eines Films legen.

Aus unserer Korrespondenz im Laufe des Sommers ergab sich, dass die Kosten der Vorführung des Arosa Films wegen des hohen Zolles zu gross sein würden. Weil ganz allgemein so viel Wert auf das Zeigen eines Films gelegt wurde, habe ich die Frage neuerdings aufgenommen und namentlich mit Mr. Louis Elliman, von der "British Lion Film Corporation Ltd.", der mir durch den Direktor eines hiesigen Lichtspielhauses empfohlen worden war, besprochen.

Mr. Elliman, der diesem unabhängigen Konzern vorsteht, ist bereit, uns bei der Einfuhr und in der Verteilung des Films an die Lichtspielhäuser behilflich zu sein. Es stellt sich heraus, dass wir in der Berechnung des Zolles einen zu hohen Ansatz angewendet haben und dass der Zoll auf höchstens £ 15.-.- zu stehen kommt, wobei noch die Möglichkeit besteht, dass der Zensor den Film als Reise- oder Lehrfilm einreicht, wodurch der Zoll auf ein Drittel des genannten Betrags reduziert würde. Die Versandkosten und die Zensurkosten inbe-

griffen, sollte die Verführung des Films in Irland für weniger als £ 20,-,- bewerkstelligt werden können. Wenn es sich um einen ganz guten Film handelt, würden die Lichtspielhäuser dafür eine kleine Gebühr bezahlen, durch die ein Teil unserer Auslagen wieder gedeckt werden könnte. Sollten auch die Kosten noch so hoch sein, dass Sie sie nicht bestreiten können, so wäre zu überlegen, ob die Auslagen für Zeitungsinserate dadurch gekürzt werden sollten, dass die vorgeschlagenen Inserate im "Irish Independent" und in der "Irish Press" (£ 13,8,3) nicht aufgegeben werden. Allerdings würden wir dadurch auch weniger Aussichten für die Aufnahme von Bildern und Artikeln haben.

Ich hoffe, dass es Ihnen unter den geschilderten Umständen möglich ist, uns den Film wenigstens für kurze Zeit zu überlassen. In diesem Falle beantragt der Direktor des Unternehmens, dass Sie ihm sobald als möglich durch die Vermittlung der "Northern Transport Agency", 7 Gerrard Street, London W.1 und der "Melloy & Carrol Ltd.", 18 D'Olier Street Dublin, mit dem Vermerk "Elliman Bond" an das Generalkonsulat adressieren, worauf Mr. Elliman der Verführung beim Zensor beiwohnen würde. Sollte sich der Film in seiner Meinung für die Verführung in den Kinetographen nicht eignen

so könnte er ohne Zoll wieder an Sie zurückgesandt werden, wobei die Kosten für den Hin- und Hertransport etwa 10/- und die Zensurgebühr ebenfalls 10/- betragen würden. Im Falle er den Film gutheisst, würde das Generalkonsulat die Zoll- und Zensurgebühren entrichten und er würde die Verteilung des Films an die Lichtspielhäuser in Dublin und, wenn wir den Film lange genug behalten können, in 2 oder 3 Provinzstädten (Cork, Limerick, Galway) besorgen. Vielleicht wäre es am vorteilhaftesten, wenn der Film zuerst eine Woche in Dublin, dann je eine Woche in den genannten Städten und zuletzt wieder eine Woche in Dublin gezeigt werden könnte. Mr. Elliman ist der Ansicht, dass der Film mit grösstem Vorteil für uns schon im Oktober und anfangs November vorgeführt werden sollte. Dadurch würde Ihnen der Film wieder frühzeitig für die Verwendung in England zur Verfügung stehen.

Verschiedene Reiseagenturen haben mir, im Falle der Vorführung des Films, während der betreffenden Woche ein ganzes Schaufenster für die Auslage von schweizerischen Plakaten und Werbeschriften in Aussicht gestellt und ich bin gewiss, dass durch ein Zusammenarbeiten aller Beteiligten ein gutes Resultat erzielt werden könnte.

Ich wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie mir Ihre

11.

Stellungnahme zu diesem und zu meinen anderen Anträgen betreffend die Verkehrswerbung für den Winter bekanntgeben wollten.

Genehmigen Sie, Herr Direktor, die Versicherung meiner vorzüglichsten Hochachtung.

Für den Schweizerischen Generalkonsul:

(sig.) O. SCHNEIDER

Ein Durchschlag dieses Schreibens geht an:

Eidgenössisches Amt für Verkehr,
Schweizerische Verkehrszentrale,
Konsulardienst.