

ZENTRAKKOMMISSION SCHWEIZERISCHER PROPAGANDA-ORGANISATIONEN

Protokoll

der 41. Sitzung vom 27. Februar 1951, Hotel Krone, Solothurn.

Traktanden:

1. Protokoll der Sitzung vom 22. März 1950,
2. Exposé von Dr. Ferd. Glinz (OSEC): "Das nationale Element in der schweizerischen Auslandwerbung",  
Anschliessend Diskussion,
3. Berichte
  - a) der Subkommission für Filmvermittlung,
  - b) " " zur Begutachtung von Werbeaktionen,
  - c) Kurzrapporte der Mitglieder über aktuelle Fragen ihrer Tätigkeit,
4. Schaffung einer Subkommission für Auslandwerbung,
5. Zusammenarbeit beim Empfang ausländischer Presseleute, vermehrte Berücksichtigung der Illustrierten Presse,
6. Allgemeine Messefragen,
7. Besprechung eventueller Neuaufnahmen,
8. Varia.

Anwesend:

Mitglieder:

Comptoir Suisse, Lausanne:

Herr Muret, techn. Direktor,

Elektrowirtschaft, Zürich, Schweiz. Gesellschaft für Elektrizitätsverwertung:

Herren Dir. Buri,

Dr. René Kaestlin,

LIGNUM, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für das Holz,  
Zürich:

Herr G. Risch,

Schweiz. Zentrale für Verkehrsförderung, Zürich und Lausanne:

Herr Dir. Bittel,

Olma, Schweiz. Messe für Land- und Milchwirtschaft, St. Gallen:

Herr Bendel, Mitglied des Geschäftsleitenden Ausschusses,

S.B.B.-Publizitätsdienst, Bern:

Herr Dr. Kihm,

Auslandschweizerwerk der N.H.G., Bern:

Herr Dr. Christ,



- 2 -

Schweiz. Zentrale für Handelsförderung, Zürich und Lausanne:  
 Herren Dir. Staehelin,  
 Dir. Masnata,  
 Dr. Glinz,  
 Campiche, l. Sekretär,

Swissair, Schweiz. Luftverkehrs-A.-G., Zürich:  
 Herr Nordmann, Propagandachef,

USOGAS, Genossenschaft für die Förderung der Gasverwertung,  
 Zürich:

Herren Dr. J. Zingg,  
 G. Geiger,

Schweizer Mustermesse Basel:  
 Herr Vize-Dir. Dr. Meyer,

Forstwirtschaftliche Zentralstelle der Schweiz, Solothurn:  
 Herr Dr. G. Alder,

Stiftung "Pro Helvetia", Zürich:  
 Herr Dr. K. Naef,

Propagandazentrale für Erzeugnisse der schweizerischen Land-  
 wirtschaft, Zürich:

Herr Dir. Ryf,

Schweizerische Milchkommission, Propagandazentrale, Bern:  
 Herr Flückiger,

Schweizerwoche-Verband, Solothurn:  
 Herren Dr. E. Steuri,  
 A. Häfliger.

#### Gäste:

Herr Regierungsrat Klaus, Vorsteher des solothurnischen  
 Finanzdepartementes, Solothurn,

Herr J. Vollenweider, Vize-Direktor der Handelsabteilung des  
 EVD, Bern,

Herr Sieber, Dienstchef der Abt. Information und Presse des  
 EPD, Bern,

Herr Gemeinderat Dr. Cartier, Solothurn,

Solothurner Handelskammer, Solothurn:  
 Herr Dr. Ulrich.

#### Entschuldigt:

Salon international de l'Automobile, Genève,

Zentralstelle für das schweizerische Ursprungszeichen, Bern,

Fiera Svizzera, Lugano,

Herr Dir. Kaufmann, Bundesamt für Industrie, Gewerbe und  
 Arbeit, Bern,

Herr Dir. Zipfel, Delegierter für Arbeitsbeschaffung, Bern,

Herr Dr. Iklé, Direktor der Eidg. Finanzverwaltung, Bern,

Vorort des Schweiz. Handels- & Industrievereins, Zürich.

Vorsitz: Herr Dr. E. Steuri.

-----

Der Vorsitzende eröffnet die Sitzung um 10.20 Uhr und heisst insbesondere die Herren Vertreter der Handelsabteilung, des Politischen Departementes, der Behörden von Kanton und Stadt Solothurn und der Solothurner Handelskammer willkommen. Wir legen auf die gegenseitige Kontaktnahme Gewicht. In Abweichung von der bisherigen Gewohnheit haben wir uns diesmal entschlossen, zu einer ganztägigen Arbeitskonferenz einzuladen, an welcher die schwebenden Fragen mit der wünschenswerten Musse und Sorgfalt behandelt werden können.

Die vorgeschlagene Traktandenliste wird gutgeheissen.

1. Protokoll der Sitzung vom 22. März 1950, wird genehmigt.

Der Vorsitzende erinnert daran, dass wir anlässlich der letzten Sitzung dem Comptoir Suisse das Vize-Präsidium der Zentralkommission angeboten haben. Der endgültige Entscheid steht noch aus.

M. Muret prie d'excuser le Comptoir si une réponse n'a pas été donnée plus tôt au sujet de l'offre de vice-présidence. La direction du Comptoir accepte cette charge et a prié M. Muret de transmettre ses remerciements à la Commission centrale. Il demeure entendu que la vice-présidence est acceptée par la Foire et non par l'un des membres de son comité ou de sa direction en particulier.

Der Vorsitzende nimmt von dieser Mitteilung mit Genugtuung Kenntnis und dankt dem Comptoir Suisse für die Uebernahme des Vize-Präsidiums.

Es wird ohne Gegenstimme beschlossen, von der gemeinsam herausgegebenen Broschüre einen Nachdruck in Auftrag zu geben und die Kosten auf die einzelnen Institutionen entsprechend deren Nachbestellungen zu verteilen.

2. Exposé von Dr. Ferd. Glinz:

"Das nationale Element in der schweizerischen Auslandwerbung".

Der Vorsitzende dankt Herrn Dr. Glinz für das wertvolle und aufschlussreiche Exposé und eröffnet die Diskussion. Es ist zu prüfen, ob das Referat, welches gewissermassen eine Fortsetzung des in Lausanne behandelten Themas darstellt, in Druck gegeben werden könnte, als Publikation in der Schriftenreihe der Zentralkommission.

Dir. Bittel: Die Auslandwerbung der Zentrale für Verkehrsförderung ist 100%ig national ausgerichtet. Wir arbeiten eng mit "Pro Helvetia" und auf dem Gebiete der Wirtschaftsförderung mit der Handelszentrale zusammen. Auf unsern Bureaux im Ausland sind z.B. auch Auskünfte über die wirtschaftliche Lage der Schweiz erhältlich. Neben dieser "nationalen" Werbung gibt es eine europäische Gemeinschaftswerbung für den Tourismus. Die Kommission Europa vereinigt die 18 Marshallplan-Länder. Letztes Jahr brachten diese 350'000 Fr auf, um in den U.S.A. systematische Gemeinschaftswerbung für Europa zu betreiben. Die geschickt aufgezoogene Werbung war erfolgreich und brachte 280'000 Touristen und 350 Millionen Dollars nach Europa.

- 4 -

Für 1951 rechnet man mit 400'000 Touristen und 500 Millionen Dollars. Der Sprechende erachtet es nicht als ausgeschlossen, dass auch auf dem Gebiete des Exportes eine europäische Gemeinschaftswerbung möglich wäre. Dir. Bittel orientiert bei dieser Gelegenheit über das kürzlich neugeschaffene "Swiss Centre" in der City von New York. Die von der SZV, der Swissair und der SBB gemeinsam gemieteten Räumlichkeiten werden von diesen nur zur Hälfte benötigt. Die Aussichten für eine Weitervermietung der andern Hälfte sind ausserordentlich günstig, doch möchte man den Raum nicht irgend jemandem überlassen. Das Lokal würde sich für permanente schweizerische Ausstellungen ausgezeichnet eignen, und nach Auffassung von Generalkonsul Dr. Gygax bietet sich hier die Chance, eine schweizerische Exportmesse aufzuziehen. Es sollte möglich sein, dass unsere Uhren- und Maschinenindustrie einen Betrag von 50'000 Dollars für die Miete aufbringt. Die 3 jetzigen Partner können die übrige Werbung nicht auch noch übernehmen, unsere Budgets sind zu klein. Die Frage des Swiss Centre wird gegenwärtig bei der Handelszentrale und in weiteren Organisationen geprüft.

Der Vorsitzende dankt für die erfreulichen Mitteilungen über europäische Gemeinschaftswerbung in den USA. Vor dem Kriege gab es in einer ganzen Reihe von Ländern Institutionen für nationale Warenpropaganda auf dem Binnenmarkte. Die Schweizerwoche erhielt die Anregung, eine Konferenz solcher Institutionen ins Leben zu rufen, mit der Zielsetzung, international eine Vereinbarung zu treffen, welche Ueberbordungen in der nationalen Propaganda verhüten sollte. Also auch hier schon Bestrebungen, über das eng Nationale zu einer internationalen Zusammenarbeit zu gelangen. Leider sind dann aber mit dem Kriegsausbruch jene Bemühungen im Sande verlaufen.

M. Campiche souligne que les problèmes soulevés par M. Glinz dans son exposé et par M. le directeur Bittel dans son intervention sont très compliqués. Il s'agit soit de questions assez théoriques ou générales, soit de points beaucoup plus pratiques. Sur le plan de la collaboration européenne, les industries sont en somme moins avantagées que le tourisme. Il n'existe pas d'organisme comparable à l'European Travel Commission. On peut citer naturellement les efforts de l'OECE, en particulier pour la participation européenne à Chicago et, dans un autre ordre d'idées, ceux de la Chambre de commerce internationale.

Sur le plan suisse, la coordination de la propagande en matière industrielle se heurte souvent aussi à des difficultés. Il n'existe pas dans ce domaine une concentration aussi poussée que dans le tourisme. A côté de l'OSEC, d'autres institutions, de branches diverses (horlogerie, fromage, fruits, certains secteurs textiles etc.) s'occupent activement de propagande à l'étranger.

Pour ce qui est plus spécialement du Swiss Centre de New York, il convient de remarquer que plusieurs secteurs industriels travaillant à plein rendement, il est souvent plus difficile de les convaincre d'un effort supplémentaire dans le domaine de la propagande. L'OSEC et les autres institutions intéressées poursuivent d'ailleurs leur enquête en ce qui concerne le Swiss Centre.

Dr. Meyer: Anlässlich des letzten Messekongresses in Strassburg kam

- 5 -

die Frage eines gemeinsamen Vorgehens in den USA zur Sprache. Dabei wurde allgemein die Ansicht vertreten, dass die beiden nationalen Messen London und Basel nicht mitmachen könnten. Dieses Beispiel aus der Praxis zeigt, dass der streng nationale Charakter den Messen auch ein Hindernis sein kann.

Dir. Ryf: Im Jahre 1949 beteiligten wir uns erstmals wieder mit Obst und Obstprodukten an der Frankfurter Messe. Die deutschen Verwertungsbetriebe, mit denen traditionelle Verbindungen bestehen, waren damals in der Lage, Schweizer Apfelsaft und Süssmost zu übernehmen, sodass wir unter der Bezeichnung "Schweizer Apfelsaft" und "Schweizer Süssmost" ausstellen durften. Im Frühjahr 1950 war der deutsche Markt weniger kaufkräftig, sodass wir nach Fühlungnahme mit den dortigen Verwertungsbetrieben bei Süssmost und Apfelsaft auf die Herkunftsbezeichnung verzichten mussten, nicht aber bei Tafelobst. Es kommt also in unserer Branche auf die wirtschaftlichen Verhältnisse an, ob das nationale Element in der Werbung verwendet werden kann.

Dr. Naef: Der Zweck der Kulturwerbung im Ausland ist vor allem ein politischer. Man will das Ansehen der Schweiz im Ausland erhöhen. "Pro Helvetia" achtet darauf, das nationale Element nicht zu betonen, die Leistung muss als solche wirken. Wir wollen Leistungen zeigen, die internationale Bedeutung haben. Schweizerische Architektur, Graphik und Wissenschaft begegnen z.B. grossem Interesse, weniger dagegen Literatur. Man muss sich auch eine gewisse Zurückhaltung auferlegen; eine übertriebene Werbung führt leicht zu einem negativen Resultat (Beispiel England auf dem Gebiete der Musik). Der Grundsatz des Masshaltens wird der "Pro Helvetia" schon aus finanziellen Gründen aufgedrängt. Der Bund stellt uns Fr 600'000 zur Verfügung, wovon nur 1/3 für Kulturwerbung im Ausland bestimmt ist. Diese Mittel sind absolut unzureichend, und wir hoffen, auch die Oeffentlichkeit zu dieser Einsicht zu bringen.

Hr. Vollenweider erwähnt die europäische Gemeinschaftswerbung in den USA auf dem Gebiete des Exportes, die jedoch nur schüchtern in Erscheinung tritt. Die Anregung, den europäischen Export nach den USA zu steigern, ist von den USA selbst ausgegangen. Diesem Zweck soll auch die Messe von Chicago dienen, welche letztes Jahr jedoch schlecht organisiert wurde. Der Gemeinschaftswerbung sind Schranken gesetzt. Sie kann in den USA ihren Zweck erfüllen, wenn es ihr gelingt, die hohen Zollschränken herabzudrücken. Unter Umständen könnte diese Werbung die in weiten Kreisen bestehende Abneigung gegenüber ausländischen Produkten nach und nach überwinden. Die nationale Werbung wird von der Handelszentrale mit ihren Broschüren und technischen Zeitschriften in vorzüglicher Weise besorgt. Seinerzeit wurde die Verwendung der Armbrust für den Export geprüft, jedoch nicht als geeignet befunden. Es wäre eine zu grosse Propaganda erforderlich (viele Länder kennen die Armbrust nicht), auch ist die Gefahr der Nachahmung gross. Die Einführung einer Schweizer Marke als Qualitätszeichen stösst auf grosse Schwierigkeiten, weil wir wohl Qualitätsprodukte herstellen, jedoch auch andere. Swiss Centre: Die Frage permanenter Ausstellungen wird heute wieder geprüft, besonders in den USA. Verschiedene Kreise, u.a. die Textilindustrie, waren bis jetzt desinteressiert. Wir müssen es der Industrie überlassen, das zu tun, was sie selbst als gut erachtet.

Der Vorsitzende unterstützt die Ausführungen von Herrn Vollenweider in Bezug auf Armbrust und Qualitätszeichen für Export. Erstere rührt bei uns an patriotische Saiten, sie kommt daher für das Ausland nicht in Frage. Die Schweizerwoche musste in letzter Zeit wiederholt zu Begehren betr. Kennzeichnung aller ausländischen Produkte Stellung beziehen. Wir halten eine solche Massnahme als verfehlt, weil sie einer Diskriminierung der Importwaren gleichkäme und Repressalien hervorrufen müsste. Die Auffassung im Ausland, wir seien ein Volk von Sennen, kommt nicht von ungefähr: Wir haben ja den Wilhelm Tell im Hirtenhemd auf den 5-Franken-Stücken und schicken immer vorweg Jodler und Alphornbläser an ausländische Anlässe.

Dr. Glinz geht mit Dir. Bittel darin einig, dass sich die Industrie hinsichtlich Beteiligung am Swiss Centre etwas grosszügiger zeigen sollte. Das Bedürfnis für vermehrte Auslandpropaganda scheint heute angesichts der Konjunktur nicht so gross zu sein. Der Staat sollte etwas aus seiner Reserve heraustreten und solche Aktionen fördern. Dr. Glinz kann der Auffassung von Herrn Vollenweider in der Frage der permanenten Ausstellungen beipflichten, solange die Werbung lediglich einzelnen Branchen zugute kommt. Wenn es sich aber darum handelt, eine schweizerische Aktion unter Schweizerflagge aufzuziehen, so sind nicht die privaten, sondern die allgemeinen Interessen massgebend.

### 3. Berichte

#### a) der Subkommission für Filmvermittlung.

M. Campiche rappelle brièvement les différentes décisions prises dès le printemps 1949 par Pro Helvetia, la Commission centrale et la sous-commission du film. Après la séance du 22 mars 1950 de la Commission centrale à Genève, des projets de scénarios ont été demandés. L'un d'eux, basé sur l'idée de la "Journée d'un ouvrier suisse" a été préparé par Praesens Film et a été remis pour examen aux membres de la sous-commission. Nous attendons un autre projet. Parallèlement, l'OSEC a préparé l'esquisse d'un projet de film, dit "mosaïque", pouvant être réalisé avec des sujets du Ciné-Journal Suisse. Cette esquisse a été remise aux membres de la sous-commission. Les frais ont été supportés jusqu'à maintenant par l'OSEC, qui a également pris à sa charge la préparation et l'édition de la liste de films, que les membres de la Commission centrale ont reçue.

Il s'agit maintenant de savoir si la Commission centrale estime opportun de réaliser un film, soit sur la base du projet soumis, soit d'un autre, et si cette réalisation doit être l'oeuvre de la Commission centrale comme telle ou de certaines institutions plus spécialement intéressées au sujet traité.

Dr. Naef erinnert daran, dass der ursprüngliche Plan die Schaffung einer Reihe von Kurzfilmen über die kulturelle, wirtschaftliche, militärische und politische Schweiz vorsah. An einem Grossfilm, wie es der "Tag eines Schweizer Arbeiters" werden sollte, hat Pro Helvetia kein Interesse, weil sie ihn nicht dort einsetzen kann, wo sie es möchte. Zudem scheint die Spielhandlung nicht gelungen zu sein. Dr. Naef beantragt, auf die ursprüngliche Idee zurückzukommen

- 7 -

und als erstes einen Architekturfilm in Auftrag zu geben. Die Gloria-Film beabsichtigt einen Film über die soziale Schweiz herzustellen.

Der Vorsitzende macht darauf aufmerksam, dass die Zentralkommission hier nur unverbindlich diskutieren kann und beantragt, die weitere Abklärung der Filmfrage der Subkommission anzuvertrauen.

Dir. Buri äussert sich zum Film "Tag eines Schweizer Arbeiters". Er ist erstaunt, dass die Praesens eine so ungenügende Idee verwirklichen wollte. Dir. Buri vermutet, dass der Auftraggeber unrichtig vorgegangen ist.

M. Masnata rappelle que l'idée de base de "La Journée d'un ouvrier suisse" avait été retenue lors de la dernière séance de la Commission centrale à Genève. Il est extrêmement difficile de trouver un sujet qui puisse tenir compte de tous les desiderata. L'autre scénario en préparation sera naturellement soumis aussi à la sous-commission.

Der Vorsitzende: Es war so gedacht, dass wir dem Cinéaste die Idee "Der Tag eines Schweizer Arbeiter" als Beispiel geben wollten. Gegen dieses Vorgehen wurden an der letzten Sitzung keine Bedenken geäussert.

Dir. Buri erachtet die Art der Auftragserteilung als massgebend für das Gelingen eines Projektes, handle es sich nun um einen Grossfilm oder um eine Reihe von kleinern Streifen. Mit dem Vorschlag "Der Tag eines Schweizer Arbeiters" ist die Idee gebunden und die schöpferische Arbeit des Filmunternehmens ausgeschaltet.

Dir. Bittel erlaubt sich, eine andere Auffassung zu vertreten: Für ihn dreht sich das Problem darum, dass die Zentralkommission endlich einmal etwas realisiert und den Beweis ihrer Zusammenarbeit erbringt. Mit der gemeinsamen Broschüre haben wir diesen Beweis noch nicht erbracht. Der Sprechende hat darüber keine einzige Pressenotiz gelesen. Nachdem wir heute einen Nachdruck beschlossen haben, sollten wir die Broschüre den Redaktionen zur Besprechung übergeben. Bei der Auswertung von Filmwochenschauen kommt nichts Rechtes heraus, die Verkehrszentrale würde hier überhaupt nicht mitmachen. Im Gegensatz zu den gefallenen Kritiken beurteilt Dir. Bittel den Entwurf "Tag eines Schweizer Arbeiters" als absolut brauchbare Unterlage. Nehmen wir Herrn Berna als Operateur hinzu, so werden wir mit Bestimmtheit einen guten Film erhalten.

Dr. Glinz teilt berichtigend mit, dass die Broschüre "Schweizer Gemeinschaftswerbung im Dienste des Landes" nach ihrem Erscheinen der Presse zugestellt wurde, mit Begleitzirkular. Eine Anzahl Besprechungen sind in der Folge erschienen.

Dr. Christ würde es ebenfalls begrüßen, wenn eine Anzahl kleinerer Filme zustande käme. 400 m - Streifen sind keine Grossfilme. Die dem Auslandschweizer-Sekretariat zur Verfügung stehenden "Zusammenstellungen" sind nur ein Ersatz, mangels besserem.

- 8 -

Nach reger Diskussion wird beschlossen, den Beschluss der letzten Sitzung betr. Grossfilm aufzuheben, zugunsten der Schaffung einer Anzahl kleinerer, spezieller Filme.

M. Campiche précise, pour éviter tout équivoque, les tâches qui seraient ainsi confiées à la sous-commission:

1. Examen détaillé et éventuellement corrections du scénario qui lui a été présenté, et de l'autre sujet actuellement en préparation;
2. Une fois le scénario général adopté, établissement du plan financier, en tenant compte de l'intérêt divers des membres de la Commission centrale;
3. Etude des autres films présentés, par exemple par Pro Helvetia, et devant constituer une série plus complète.

### 3b) Bericht der Subkommission zur Begutachtung von Werbeaktionen.

Der Vorsitzende erinnert an die Beschlüsse vom 22. September 1949 (Schaffung einer zentralen Auskunftsstelle, Angliederung an das Sekretariat der ZK, Anlauf-Fonds mit Beiträgen der Mitglieder von je Fr 50.-). Ueber die Sitzung der Subkommission vom 26. Juni 1950 sind alle Mitglieder durch Zustellung des Protokolls unterrichtet worden: Organisation der Auskunftsstelle, Koordination ihrer Tätigkeit mit derjenigen einzelner Institutionen und Verbände (u.a. Reklameverband), Aufteilung nach Monographien (Reklameverband), Periodica (Zentrale für Verkehrsförderung), Adressbücher (Handelszentrale), periodische Orientierung der Mitglieder der ZK, Meldedienst, Presse. Am 2. November verhandelte eine Delegation der Subkommission mit dem Schweiz. Reklameverband, der mit fortlaufender Zusammenarbeit einverstanden ist: Gegenseitige Unterbreitung der Unterlagen zweifelhafter Werbeaktionen, Aufteilung nach Sachgebieten, Pressemitteilungen zur Vermeidung des Eindrucks von Doppelspurigkeit. Die Beiziehung des Buchdruckervereins ist nicht opportun.

Die Schweizerwoche hat ihren Beitrag für die Ingangsetzung der Auskunftsstelle unverzüglich einbezahlt, und der Vorsitzende nimmt an, dass dies auch bei den übrigen Mitgliedern der Fall sei.

Dr. Glinz teilt mit, dass das Sekretariat bis jetzt auf den Einzug der Beiträge verzichtet habe, weil man das Geld noch nicht unbedingt benötigte.

Dr. Kihm ist einverstanden, den Betrag von Fr 50.- durch den SBB-Publizitätsdienst überweisen zu lassen und bittet der Einfachheit halber um Zusendung einer Rechnung.

Dr. Glinz wird dieser Anregung gerne Folge leisten und allen Mitgliedern eine Rechnung zustellen.

### 3c) Kurzrapporte der Mitglieder über aktuelle Fragen ihrer Tätigkeit.

Hr. Flückiger knüpft an das Exposé von Dr. Glinz an. Die Verwendung von nationalen Elementen in der Exportwerbung für Käse spielt eine grosse Rolle. Schon im Jahre 1927 sahen wir uns gezwungen, eine



Marke "Switzerland" anzumelden, weil die Nachahmung unseres "Emmentaler"-Käses zu unliebsamen Konkurrenzerscheinungen führte. Die Propagandazentrale der Schweiz. Milchkommission hat ihre Auslandpropaganda stark ausgebaut, durch Beteiligung an Messen, insbesondere aber durch publizistische Werbung. Wir würden uns für eine Gemeinschaftsaktion mit der Uhrenbranche interessieren, weil Einzelaktionen in den USA sehr kostspielig sind.

Parallel dazu verstärken wir die Inlandpropaganda. Die Käsepropaganda wird während einer längeren Periode nötig sein, weil die Milchproduktion unerwartet rasch zugenommen hat. Gegenwärtig führen wir eine Kochkäse-Aktion durch, um die überfüllten Lager zu entlasten, wobei eine wertvolle Koordination zustande gekommen ist. Die momentan sichtbare Käsepropaganda ist nur ein Teilstück der milchwirtschaftlichen Propaganda. Speziell im Sommer werden wir vermehrt für den Konsum pasteurisierter Milch werben. Ein Nachteil ist die Tatsache, dass wir für namenlose Artikel werben müssen.

Dr. Naef orientiert über die Tätigkeit der Stiftung "Pro Helvetia", welche sich auf einen Bundesbeschluss von 1949 stützt. Ein Kopf sieht über die Grenze, der andere ins Land hinein. Man wollte die kulturelle Förderung nicht mit der Tätigkeit des Bundes identifizieren, weil auf diesem Gebiet weitmöglichste Freiheit walten soll. Es besteht eine lose Verbindung mit der Bundesverwaltung. Unsere Tätigkeit ist gegenüber andern schweizerischen Institutionen (ETH, Filmwochenschau, Rundspruch etc., auch gegenüber den Kantonen) abgegrenzt. Zusammenarbeit mit Gemeinden und Kantonen, Verbänden und Institutionen, speziell Handelszentrale und Auslandschweizerwerk. Unsere Mittel sind im Vergleich zum Ausland ungenügend. Ähnliche Institutionen ausländischer Staaten verfügen über das 10-20fache Budget. Bei der Arbeit im Inland steht an erster Stelle die kulturelle Werbung im italienischen und rätoromanischen Sprachgebiet, ferner die Herausgabe von Büchern und Zeitschriften, vorausgesetzt, dass sie hinsichtlich Form und Inhalt hervorragend sind. Musik: Drucklegung von Musikstücken, eigene Aufträge an hervorragende Komponisten. Zusammenarbeit mit den beiden Agenturen des schweizerischen Feuilletondienstes. Theater: Unterstützung des Schaffens unserer Dramatiker aller vier Landessprachen, Hebung des Niveaus des Volkstheaters. Radio und Film: Wir verfolgen die Radiosendungen und dringen darauf, dass die Programmleitungen auf die Wirkung im Ausland Rücksicht nehmen. Wir werden 2 Kulturfilme herausgeben und befassen uns auch mit den Problemen der Television. Wir beschäftigen uns mit Volkskunde, Mundartpflege, Campingbewegung. Bei der Förderung des Nachwuchses für akademische Lehrstühle waren wir bisher erfolgreich. Kulturaustausch im Innern, damit sich die Schweizer gegenseitig kennen lernen. Förderung der Erwachsenenbildung, Unterstützung der Volksbibliotheken. Auf dem Gebiete der Familie gilt es einem Verfassungsartikel Nachachtung zu verschaffen. Im Vordergrund stehen Massnahmen zur Hebung der häuslichen Kultur, Veranstaltung von Vorträgen etc.

M. Masnata fait allusion à quelques problèmes de l'OSEC, en se limitant au domaine de la propagande. Il signale le message que nous avons adressé, comme d'habitude, aux légations et consulats, pour leur faire connaître le plan de propagande suivi par l'OSEC en 1951. Cette circulaire sera envoyée, pour orientation, aux membres de la Commission centrale. La conjoncture industrielle, généralement favorable, n'est pas sans influence directe sur la propagande. Nous devons convaincre les industriels que, même lorsque les affaires vont bien, il faut penser au moment où elles ralentiront et préparer à l'avance le terrain.

- 10 -

L'OSEC continue à éditer les diverses publications que les membres de la Commission centrale connaissent déjà. Il rappelle par exemple, que la "Suisse industrielle et commerciale", revue générale, est toujours disposée à donner l'hospitalité de ses colonnes aux contributions rédactionnelles d'autres organisations faisant partie de la Commission centrale. L'édition allemande de la revue "Technique Suisse" a été réintroduite l'année passée. En 1951, la revue "Textiles Suisses" fêtera ses 25 ans d'édition et nous publierons à cette occasion un numéro spécial qui constituera en somme un tableau général de l'industrie textile en Suisse. Les rééditions en allemand, français et italien de l'ouvrage "La Suisse et ses industries" vont sortir de presse très prochainement.

Dans nos communiqués de presse et dans nos contributions à la radio sur ondes courtes, nous sommes également toujours prêts à accepter des apports d'autres organisations.

Dir. Bittel: Die Zentrale für Verkehrsförderung ist ähnlich wie "Pro Helvetia" eine öffentlich-rechtliche Körperschaft, mit Zentralstelle in Zürich, einer Zweigstelle in Lausanne und 15 Bureaux im Ausland. Die Touristenwerbung erfolgt in Dreiteilung: Nationale, regionale und lokale Werbung. Die Zusammenarbeit ist eine zweckmässige; grosse Manifestationen lassen sich rasch organisieren. Der Kampf um den ausländischen Gast muss zufolge verschiedener "handicaps" scharf geführt werden (Ruf der teuren Schweiz, den wir letztes Jahr mit Erfolg bekämpften, Probleme der Devisenabgabe). Personal: In Zürich 32 Beamte, in Lausanne 4 und im Ausland 180. Letztes Jahr verschickten wir an die 10 Tonnen Material. Wir produzierten selbst rund 1 Million Drucksachen, davon 80'000 Plakate. Gegenwärtig befinden sich 600 Filmkopien im Ausland. Wir stehen mitten in einer starken Konkurrenz. England gibt für touristische Werbung 10 Millionen aus, die Aufwendungen der europäischen Länder zusammen gehen in die Milliarden. Unser eigenes Budget beläuft sich auf 5 Millionen Franken, wovon wir 20% durch Billetverkauf selbst verdienen. Der Rest wird durch die Bundessubvention und Beiträge der Mitglieder aufgebracht. Wir sollten jedoch mit 7 Millionen Franken arbeiten können. Mit Einrechnung des "schwarzen" Devisenverkehrs bringt uns der Fremdenverkehr jährlich rund eine Milliarde Franken ein. Dir. Bittel stellt für das kommende Jahr gute Prognosen. Der Alpinismus ist wieder Trumpf. Die Position der Schweiz im internationalen Reiseverkehr ist immer noch eine gute. Was wir an Mitteln im Vergleich zum Ausland zu wenig haben, müssen wir durch bessere Koordination aufholen.

Der Vorsitzende schlägt vor, die restlichen Berichte auf die nächste Sitzung zu verschieben. So beschlossen.

#### 4. Schaffung einer Subkommission für Auslandwerbung.

M. Masnata propose de renvoyer ce point de l'ordre du jour à une prochaine séance.

#### 5. Zusammenarbeit beim Empfang ausländischer Presseleute, vermehrte Berücksichtigung der Illustrierten Presse.

M. Campiche estime que cette question est en rapport étroit avec

celle du point 4 de l'ordre du jour et propose de la renvoyer également.

#### 6. Allgemeine Messefragen.

Der Vorsitzende weist auf die Messefragen hin, die uns allgemein berühren und über die wir wiederholt diskutiert haben. Vor allem interessiert uns die Aufrechterhaltung des nationalen Charakters unserer vier Messen.

Dir. Stahelin teilt mit, dass die Handelszentrale wieder versuchen wird, verschiedene Beteiligungen an ausländischen Messen zu organisieren und erwähnt die Schwierigkeiten, welche dabei zu überwinden sind. Offizielle schweizerische Beteiligungen sind in Frankfurt, Utrecht, Brüssel, Lyon und Mailand vorgesehen. Wir versuchen auch, an den Messen der Ostländer schweizerische Aussteller zu gruppieren, wobei allerdings eine gewisse Furcht wegen politischem und wirtschaftlichem Druck von Seite der Atlantikpacht-Mächte mitspielt. Letztes Jahr war die Schweiz an der Prager Messe noch sehr stark vertreten. Im allgemeinen gelingt es mit ziemlichem Erfolg, alle Sparten der schweizerischen Industrie, mit Ausnahme der Gruppe Chemie, zu mobilisieren.

Auf der andern Seite hat die Handelszentrale laut Bundesratsbeschluss von 1934 dafür zu sorgen, dass auf dem Gebiet des schweizerischen Messewesens Ordnung und nicht eine nachteilige Zersplitterung herrscht. Gewisse Aspekte haben seit einiger Zeit Anlass zu Diskussionen gegeben. Eine richtige "serpent de mer" ist die Frage der Internationalisierung der Schweizer Messen: Sie beschäftigt die Aufsichtskommission der Handelszentrale schon seit einiger Zeit. Die Frage gab seinerzeit viel zu reden, als Basel seinen Vorschlag zur Internationalisierung der Mustermesse machte. Das Resultat der damals vom Vorort durchgeführten Enquête war eindeutig. Die schweizerische Wirtschaft lehnte die Internationalisierung der Schweizer Mustermesse ab. Die Gründe hiefür waren verschiedenartig, das Ergebnis aber einhellig. Die Leitung der Mustermesse zog die Konsequenzen und diese Frage ist inzwischen zur Ruhe gekommen. Unter den Messen besteht aber insofern erneute Unruhe und eine gewisse Konkurrenzfurcht, als befürchtet wird, die eine oder andere könnte sich doch zur internationalen Veranstaltung umwandeln wollen.

Die Bemühungen der Handelszentrale, eine allgemeine Regelung hinsichtlich der ausländischen Beteiligungen an den nationalen Messen zu finden, führten zunächst zu keinem Erfolg. Die Frage ist aber wieder aktuell geworden, da sich in Genf Tendenzen zeigten, die Foire de Genève zu einer internationalen Messe umzugestalten. Dies hat zu einem Briefwechsel zwischen dem Eidg. Volkswirtschaftsdepartement und dem Staatsrat von Genf einerseits und dem Vorort und der Genfer Handelskammer andererseits geführt. Das Problem der internationalen Messe wurde damit wieder aufgegriffen in einem Zusammenhang, der sich dazu nicht besonders gut eignete, da die Genfer Messe keine Vergünstigungen des Bundes genießt und auch keine solchen verlangt. Die Genfer Kreise stellten sich daher mit Recht auf den Standpunkt, es sei angezeigt, die Streitfrage im Zusammenhang mit den bereits bestehenden Veranstaltungen zu erörtern, wobei auf die Präzedenzfälle hingewiesen wurde. Bei den vom Bund anerkannten Messen habe

dieser eher die Möglichkeit der Einflussnahme als gegenüber einer Veranstaltung, die vom Bund nicht unterstützt werde. Die entstandene Diskussion zeigt, welche Gefahren inbezug auf weitere internationale Veranstaltungen im schweizerischen Messewesen bestehen, wenn es nicht gelingt, Ordnung bezüglich der ausländischen Beteiligungen zu schaffen. Man sollte jedoch zu Lösungen kommen, bevor die Wirtschaft u.U. zur Selbsthilfe greifen muss. Im Grunde genommen handelt es sich um 3 Fragen: 1. die Durchführung von internationalen Messen, wie dies einmal in Basel diskutiert worden ist, d.h. die systematische Zulassung ausländischer Aussteller mit ausländischen Gütern, die in Konkurrenz zu den Produzenten schweizerischer Waren stehen; 2. die Form der ausnahmsweisen Zulassung ausländischer Waren, wenn sie zur Ergänzung eines bestimmten Anschauungszweckes oder zur Abrundung eines Produktionsbildes notwendig sind; 3. die Form der "cartes de visite" oder der Prestige-Pavillons.

Die Frage 1 der integralen internationalen Messe kann beiseite gelassen werden, weil die Durchführung einer solchen von niemandem postuliert wird und das Plebiszit der schweizerischen Wirtschaft seinerzeit eindeutig negativ war. Was die unter 2 erwähnte Form der ausnahmsweisen Zulassung ausländischer Waren zu Anschauungszwecken betrifft, so gibt es diesbezüglich zahlreiche Präzedenzfälle. Vor allem wurden landwirtschaftliche Maschinen zugelassen zur Belehrung der Landwirte. Solche ausländische Objekte pflegen aber stets als solche bezeichnet zu werden. Die Abgrenzung, was unter den Titeln Ergänzung und Belehrung ausnahmsweise zugelassen werden soll, ohne damit die schweizerische Industrie zu konkurrenzieren, kann sich aber als heikel erweisen. Ausnahmen sollten nur zugelassen werden, wenn es sich um Maschinen oder Geräte handelt, die in der Schweiz nicht hergestellt werden und die zur Ergänzung des Ausstellungsbildes und zur Belehrung sollten gezeigt werden können. Es muss aber eine Auswahl nach strengen Prinzipien erfolgen, deren Anwendung genau zu überwachen ist. Die dritte Frage ist: Sollen die ausländischen "cartes de visite" toleriert werden oder nicht. Dieses Problem darf nicht zu stark übertrieben werden. Es ist eine Tatsache, dass sich die Form der Beteiligung einer geschlossenen Darstellung eines Landes als "carte de visite" eingebürgert hat. Wenn wir praktische Arbeit leisten wollen, so sollte man die Verhältnisse, soweit sie sich auf diesem Gebiet herausgebildet haben, akzeptieren. Lausanne hat nie die Absicht bekundet, eine internationale Messe zu werden und will eine Foire nationale bleiben. Es soll sich nur darum handeln, einem ausländischen Staat oder seiner Wirtschaft Gastrecht zu gewähren und Kautelen für die Ausgestaltung solcher "cartes de visite" festzusetzen. Erstens sollte vernünftigerweise nur ein ausländischer Pavillon pro Messe zugelassen werden. In Lausanne hatten wir letztes Jahr bereits zwei. Man begreift die Bedenken in Genf, es könnten inskünftig auch drei oder noch mehr werden. Die Zulassung eines einzigen Pavillons bedingt einen Turnus für die teilnehmenden Länder, was auch ein Gebot der aussenpolitischen Klugheit sein kann. Lässt man nur einen Pavillon zu, wird man unliebsame Bewerbereher ablehnen können. Zweitens ist auf die Gefahr einer Ausdehnung dieser Pavillons hingewiesen worden. Hier wird es sich darum handeln, die maximalen Dimensionen solcher Prestige-Sektionen festzulegen. Dritte Bedingung wäre, dass es sich um einen Pavillon eines Landes und nicht einer bestimmten Industrie handeln müsste, welcher einen gewissen Querschnitt durch die

gesamte Wirtschaft bietet. Dies dürfte Konflikte mit der schweizerischen Wirtschaft oder einzelnen Branchen eher vermeiden. Sollte eine Verständigung in absehbarer Zeit nicht zustande kommen, so müsste man sich fragen, ob nicht der Bund ersucht werden sollte, einen sanften Druck auszuüben; denn wenn die Messen sich nicht einigen können, so droht vielleicht doch eine Entwicklung, welche dem schweizerischen Messewesen schadet und zusätzliche Kosten verursacht, die schliesslich von der schweizerischen Wirtschaft getragen werden müssen. Eine Disziplinierung im angegebenen Sinne ist dringlich. Entweder wird sie innerhalb der Messen gefunden, oder die öffentliche Hand, welche die sog. nationalen Messen unterstützt, muss eingeschaltet werden.

Die Schweizer Messen haben die Absicht, demnächst an den runden Tisch zu sitzen und diese Fragen unter sich zu regeln. Die Herren Dr. Steuri (Schweizerwoche) und Dr. Brunner (Handelszentrale) nehmen traditionsgemäss die Messebesichtigungen vor und erstatten darüber schriftlichen Bericht. Die Genfer Messe wird dieses Jahr nicht mehr durchgeführt. Wir erreichten, dass Bundesunterstützungen in Form von Transport-Tariferlässigungen für Fachmessen, die unter diesem Titel ausländische Erzeugnisse zulassen, abgelehnt werden.

Der Vorsitzende teilt ergänzend mit, dass anlässlich der Messebesichtigungen die Tatbestände festgehalten werden. Ueber diese herrscht zumeist beidseitige Uebereinstimmung, weniger dagegen über die Würdigung dieser Tatbestände. In der Frage ausländischer Pavillons vertritt das Comptoir Suisse die Lösung einer Angliederung von zwei ausländischen Pavillons, wovon der eine als jeweilige "Visitenkarte" eines ausländischen Staates und der andere als kommerzielle Ausstellung.

M. Muret remercie M. Staehelin de son exposé très objectif. Il précise quel a été le caractère du pavillon "Les ateliers du goût" au dernier Comptoir Suisse. D'autre part, il signale l'organisation, en septembre prochain à Berne, d'une exposition "Arbeit und Freizeit" dont il communique les caractéristiques essentielles. Il démontre qu'il s'agit d'une manifestation qui est de nature à porter préjudice aux foires nationales et il demande que la Commission centrale prenne acte de l'inquiétude suscitée par cette initiative et que l'OSEC intervienne, dans le cadre de ses attributions.

En terminant, M. Muret confirme une fois de plus que le Comptoir Suisse entend rester une foire nationale.

Der Vorsitzende erachtet die Mitteilung von einer neuen Berner Messe tatsächlich als beunruhigend. Er nimmt an, dass die Handelszentrale, welche immer noch die Stellung einer schweizerischen Ausstellungszentrale inne hat, diese Angelegenheit verfolgen werde.

Dr. Meyer bestätigt, dass eine Zusammenkunft der Messen zur Behandlung der akuten Fragen fällig ist, doch kann diese nicht vor dem Monat Mai stattfinden. Unsere Messe steht grundsätzlich auf dem Standpunkt: Integral national. Das ganze Problem hat auch handelspolitische Aspekte. Unsere Messepropaganda im Ausland stösst auf zunehmende Schwierigkeiten, weil ausländische Messen mit enormen Mitteln ins Zeug gehen, und ausserdem wegen des nationalen Charakters unserer Messen.

- 14 -

Hr. Bendel hat die Olma-Direktion gebeten, regelmässig an den Sitzungen der ZK teilnehmen zu können, um auf dem Laufenden zu sein. Auch er findet eine baldige Zusammenkunft der 4 Messen als dringend notwendig und bittet Herrn Dr. Meyer, den Termin nicht mehr weiter hinauszuschieben. Es kommt darauf an, was die Messen selber wollen.

Der Vorsitzende betont, dass uns die Selbsthilfe der Messen und eine freiwillige übereinstimmende Regelung der schwebenden Fragen sympathischer ist als Eingriffe der Bundesgewalt.

#### 7. Besprechung eventueller Neuaufnahmen.

Der Vorsitzende gibt Kenntnis von einem Vorschlag der Handelszentrale Lausanne, die Aufnahme der Vereinigung "Pro Telephon" zur Diskussion zu stellen. Infolge der mit dem Schweiz. Reklame-Verband aufgenommenen Kontakte wäre ferner zu prüfen, ob wir hier auf unsere frühere ablehnende Stellungnahme zurückkommen wollen.

M. Masnata propose que la question de l'adhésion du Reklame-Verband et de "Pro Telephon" soit renvoyée à une prochaine séance. Il ne serait éventuellement pas nécessaire d'attendre la séance qui sera convoquée à l'Olma et l'on pourrait prévoir une nouvelle séance de travail pour liquider l'ordre du jour.

Der Vorsitzende bestätigt die heute mündlich erfolgte Einladung der Olma für eine nächste Sitzung in St. Gallen und spricht Herrn Bendel hierfür den Dank der ZK aus. Der Anregung von Dir. Masnata für eine vorgängige Arbeitssitzung, z.B. in Bern, stimmen wir zu.

#### 8. Varia.

Neudruck Richtlinien "Schweizerprodukt": Dem Vorschlag des Präsidenten, diese Richtlinien neu zu drucken und die Kosten angemessen auf die Bezüger zu verteilen, wird stillschweigend zugestimmt.

Schluss der Sitzung um 17.45 Uhr.

Für das Protokoll:

sig. Häfliger

sig. Campiche