

36. Jugendferien.

Der Reichsausschuß der deutschen Jugendverbände hat im Sommer 1925 zur Frage der Jugendferien Entschlüsse gefaßt, die auch für den Fremdenverkehr wichtig sind. In einer Eingabe an die Reichsregierung und durch besondere Fühlungnahme mit den maßgebenden Stellen hat er schnellste Einbringung eines Jugendferiengesetzes gefordert. Ob ein solches Gesetz so schnell zustandekommen wird, wie seine Befürworter es hoffen, erscheint zweifelhaft. Aber man erkennt doch aus allem, daß in die Erholungs- und auch in die Ferienverhältnisse eine ganz neue Note kommen wird, an der die Fremdenverkehrs-Interessenten nicht achtlos vorübergehen dürfen. Sie müssen es begrüßen und alle Bestrebungen tatkräftig unterstützen, welche die Jugend durch geeignete Maßnahmen gesund erhalten wollen. Ebenso freudig müssen die Fremdenverkehrs-Interessenten es begrüßen, wenn in der Jugend die Freude an der Natur geweckt und lebendig erhalten und die Liebe zur Heimat gepflegt wird.

Ein dankbarer und gangbarer Weg zur Erreichung dieser Ziele sind, außer den bereits geschilderten Studien- und Erholungsreisen, die zugleich eine Belohnung für erfreulichen Lerneifer und berufliche Tüchtigkeit sind, die Jugendferien. Diesem Gedanken muß auch in den Kreisen der Fremdenverkehrs-Interessenten werbende Kraft verschafft werden. Auf diesem Gebiete kann und muß noch vieles geschehen. So könnten zum Beispiel Reisestipendien an besonders tüchtige und berufsfreudige jugendliche Angestellte und Arbeiter befruchtend auf den Reiseverkehr wirken. Die Erkenntnis muß Allgemeingut werden, daß jedwede Förderung, die dem Fremdenverkehr zuteil wird, sich rückwirkend im Gedeihen der ganzen Volkswirtschaft äußert. Auf keinem zweiten wirtschaftlichen Gebiete tritt die Wahrheit vom Kreislauf der Dinge so deutlich in Erscheinung wie beim Fremdenverkehr, mit dessen Förderung jeder sich selbst fördert.

Damit verlasse ich das interessante Gebiet der indirekten Werbung und wende mich wieder der direkten Werbung durch die Hotelbesitzer zu. Bei ihr spielt die briefliche Gästewerbung eine gewichtige, seither aber noch nicht genügend in ihrem Werte erkannte und deshalb zu wenig ausgenützte Rolle. Von ihr soll nun die Rede sein.
