

40. Der Kurdirektor.

Hier heißt er Kurdirektor oder Verkehrsdirektor, dort Kurkommissar. In verkehrsreichen Fremdenstädten finden wir ihn ebenfalls, doch dort wird er fast immer Verkehrsdirektor genannt. Trotz dieses vielfarbigem Namensgewandes ist er überall dasselbe, nämlich der Werbeanwalt des Ortes, der Werbeanwalt aller Interessenten am volkswirtschaftlich so wichtigen Fremdenverkehr.

Doch halt! Schon muß ich mich berichtigen. Wohl sollte er „Werbeanwalt“ sein! Aber nicht überall ist er auch wirklich d e r Werbeanwalt, obwohl er das als seine vornehmste und wichtigste Aufgabe betrachten müßte. Obwohl seine Wahl, seine Anstellung und später seine ganze Tätigkeit ausschließlich nur von dem Gesichtspunkt beherrscht sein müßten: Werbung! Werbung und nochmals Werbung! Werbung von Gästen. Werbung von Sympathien. Werbung von Freunden des Ortes, die dann wieder zu freiwilligen begeisterten Werbern werden. In der Werbetätigkeit liegt die Kraft und die Macht des Kurdirektors oder Kurkommissars oder Verkehrsdirektors. Nur wenn er sich selbst in erster Linie als Werbeanwalt seiner Auftraggeber und Wähler fühlt, steht der rechte Mann am rechten Platz. Bei der Wahl oder Anstellung dieses wichtigen Anwaltes für die Werbung auf dem Gebiete des Fremdenverkehrs muß deshalb ganz besondere Vorsicht walten. Nur der beste ist der richtige Mann!

In dem Abschnitt „Wettbewerbe und Preisausschreiben“ schilderte ich an einem Beispiele aus der Praxis, wie man Preisausschreiben n i c h t veranstalten soll. Dieses lehrreiche Beispiel empfehle ich nachdenklicher Beachtung überall da, wo die Anstellung eines Kurdirektors oder Verkehrsbureauleiters zur Debatte steht. Es zeigt, wie ungeschickter blinder Eifer einem Kurorte ganz ungeheueren Schaden zufügen kann.

Schauen wir uns ein wenig in der Welt um. Man hat die Verkehrswerbung in fast allen europäischen Reiseländern auf eine Höhe gebracht und handhabt dieses empfindliche Instrument mit einer Leidenschaft, die, sagen wir, nachahmenswert ist. Staat und Gemeinden unterstützen und fördern in vielen Ländern diese Werbetätigkeit mit bedeutenden Mitteln. Also allerschärfste Konkurrenz. Ihr wirksam zu begegnen, sie zu schlagen, wäre erstes Erfordernis, daß an alle die Posten, deren Träger zur Erfüllung jener Aufgaben berufen sind, nur wirkliche Werbeanwälte, Männer mit weitem Blick, mit tüchtigster Schulung, mit angeborenem Ver-