

Die vorstehende Uebersicht über die Reklamemaßnahmen und die erzielten Erfolge in den einzelnen Städten ist natürlich — wie bei einem erstmaligen Versuch gar nicht anders zu erwarten — weder vollständig noch fehlerfrei. Oft waren die Angaben in den beantworteten Fragebogen so ungenau, daß es nur schwer war, das herauszukristallisieren, was für die Städte im allgemeinen wissenschaftlich ist. Wenn auch eine starke Wiederholung in den Reklamemaßnahmen bei den einzelnen Städten festzustellen ist, so sind die kurzen Angaben wohl geeignet, einen Ueberblick zu geben, was und wie alles gemacht worden ist. Besonders die Angaben, ob der Magistrat oder der Fremdenverkehrsverein die Reklame bearbeitet, sind lehrreich und beachtenswert. Nach einem kurzen Hinweis auf eine Zusammenstellung über die jährlichen Ausgaben für Reklame seitens der Städte soll dann versucht werden, praktische Anregungen für den Weiterausbau der städtischen Reklame an Hand von Beispielen zu geben.

---