

III. Statistisches über die Reklameausgaben.

Wenn die Angaben und die Ueberweisung von Reklame-material ziemlich reichhaltig war, sind die eingelaufenen Mitteilungen über die Höhe der Ausgaben etwas dürftig. Abgesehen davon, daß einige Verwaltungen aus bestimmten Gründen keine genauen Zahlen angeben wollen, sind andererseits die Ausgabeposten in den einzelnen Jahren so verschieden, daß sich schwer ein übersichtliches Bild über die jährlichen Ausgaben geben läßt. Wenn in dem einen Jahr für die Herausgabe einer Auflage neuer Führer oder einer Anzahl Plakate größere Summen aufgewendet werden, sind diese Zahlen natürlich nicht für die üblichen Ausgaben maßgebend. Auch haben nur wenige Städte einen von vornherein festgesetzten Reklame-Etat, wie industrielle Unternehmungen, sondern es werden von Fall zu Fall bestimmte Gelder bereit gestellt.

Aus den zurückgesandten Fragebogen ist oft nicht ersichtlich, ob die unter Ausgabeposten eingefügten Zahlen von der Stadt oder vom Fremdenverkehrsverein für Reklame ausgegeben werden. Andererseits wurden wieder Gesamtsummen für die Reklameausgaben genannt, aus denen nicht ersichtlich ist, ob die Beteiligung an Fremdenverkehrsvereinen mit eingeschlossen ist oder nicht. Immerhin geben die nachstehend in einer Tabelle wiedergegebenen Zahlen ein Bild von der Ausdehnung der Reklame in den einzelnen Städten im Vergleich zu ihrer Größe usw. Die Angaben der Einwohnerzahlen bei den Städten wären nur dann zweckmäßig und lehrreich, wenn die Bedingungen für die Reklame in allen Städten gleiche wären. Da jedoch selbstverständlich eine Stadt, die weltbekannte Quellen hat, also ein großer Kurort ist, weit größere Reklame machen muß, als eine Stadt, die nur den