

Mitteln und dem mutmaßlich zu erreichenden Erfolg stehen, wenn die Reklame nicht wirkungslos verpuffen soll. Eine Stadt mit 20 000 Einwohnern, die keine Heilquellen, kein vorteilhaftes Industriegelände und keine guten Eisenbahnverbindungen hat, wird unmöglich nur wegen der schönen und guten Lage der Stadt zur Hebung des allgemeinen Fremdenverkehrs Summen für Reklame aufwenden, wie große Bäder oder große Industriestädte. Die Gelder wären zum großen Teil unnütz verausgabt. Vor allen Dingen muß ein Endziel, ein bestimmter Zweck ins Auge gefaßt werden.

Es sind dem Verfasser eine Reihe von Städten und Orten bekannt, die sich durch geschickte, für ihren besonderen Zweck geeignete Reklamemaßnahmen wesentlich höhere Einnahmen verschaffen könnten, es aber aus Unkenntnis des Wertes der Reklame bisher nicht getan haben. Viele Städte, die infolge ihrer geographischen Lage, ihrer niedrigen Steuern ganz besonders dafür geeignet sind, die Fremden heranzuziehen und dauernde Ansiedler zu gewinnen, beteiligen sich mit 50 oder 100 Mark jährlichem Beitrag an dem Fremdenverkehrsverein, und damit ist ihre Werbetätigkeit erledigt. Noch mehr Städte gibt es, die in den beantworteten Fragebogen betonten: „Unsere Stadt ist zur Niederlassung für die Industrie ganz hervorragend geeignet, aber es ist uns bisher nicht gelungen, die Industrie heranzuziehen.“ Man fragt sich unwillkürlich, wie so etwas möglich ist, wenn tatsächlich zweckmäßige Baugelände günstig angeboten werden; man wird sich aber nicht mehr wundern, wenn in Erfahrung gebracht wird, daß die betreffende Stadt jährlich 125 Mark für einige Inserate in einer Tageszeitung zur Erreichung ihres Zweckes aufgewendet hat.

Es folgt daraus, daß viele Städte nicht wissen, ob und wie sie Reklame machen sollen. Die Fremdenverkehrsvereine haben sich um die Hebung des Fremdenverkehrs in Deutschland zweifellos große Verdienste erworben; trotz alledem muß gesagt werden, daß der Fremdenverkehrsverein einer Stadt nicht immer die richtige Stelle ist, die gesamte Reklame für die Stadt durchzuführen. Vor allen Dingen sind die Fremdenverkehrsvereine auf die vorhandenen Mittel beschränkt, die sich aus Mitgliederbeiträgen und dem eventuellen Zuschuß der Stadtverwaltung zusammensetzen. In einigen Städten