

FREMDENVERKEHR UND FREMDENVERKEHRSTATISTIK IN IHRER BEDEUTUNG FÜR DIE MARKT-ANALYSE UND FÜR DIE REKLAME

BEARBEITET VON DIPL.-VOLKSWIRT DR. WALTER PUTTKAMMER

NICHT immer ist der Ort, an dem das Vermögen des Verbrauchers seinen Sitz hat oder an dem er sein Einkommen erzielt, identisch mit dem Ort, an dem er es ausgibt. Gerade bei den höheren Einkommensstufen ist dies deswegen nicht der Fall, weil — abgesehen von dem Auseinanderfallen von Arbeitsstätte und Wohnort — ein nicht unbedeutender Prozentsatz der Einkünfte auf Reisen, während der Ferien oder während eines Kuraufenthaltes ausgegeben wird. Der Werbefachmann wird deshalb nicht nur an den Orten seine Tätigkeit einsetzen dürfen, die die höchsten Einkommensziffern aufweisen, er wird auch die Plätze stark berücksichtigen müssen, an denen ein lebhafter Fremdenverkehr herrscht. Psychologische Gründe verstärken diese Forderung, denn erstens hat der Reisende während seiner Ferien gewöhnlich mehr Zeit, sich mit Dingen zu beschäftigen, die ihm sonst vielleicht nicht so nahe liegen und kann über die Neuanschaffung der Waren, zu der ihn die Werbung auffordert, besser nachdenken. Zweitens ist er während seines Erholungsaufenthaltes in der Regel auch leichter zu einer gesteigerten Lebenshaltung zu veranlassen, die er dann nach seiner Rückkehr zur Arbeit beibehalten wird. Noch in anderer Beziehung ist der Fremdenverkehr für die Reklame von Wichtigkeit: er gibt bequemen Anlaß, ausländische Reisende zum Bezug inländischer Erzeugnisse zu veranlassen und sie eventuell an deren Gebrauch zu gewöhnen. Denkt man weiter daran, daß es ja eine ganze Reihe von Gewerbegruppen gibt, die fast vollständig auf den Fremdenverkehr angewiesen sind, und die sich ihrerseits wieder der Reklame bedienen, so kommt man zu dem Schluß, daß die ziffernmä-

ßige Erfassung des Fremdenverkehrs in den einzelnen Orten mit eine der Hauptgrundlagen einer jeden Marktanalyse bildet. Die Reklameindustrie hat deshalb an einer gut durchgeführten Fremdenverkehrsstatistik das allergrößte Interesse.

Daß eine solche Statistik auch volkswirtschaftlich von großer Bedeutung ist, braucht an dieser Stelle nur angedeutet zu werden. Nicht nur lassen sich aus ihr Schlüsse auf die Entwicklung und den Ertrag der Fremdenindustrie ziehen und Hinweise auf die künftige Ausgestaltung des Verkehrsnetzes herauslesen, der Fremdenverkehr bildet auch einen sehr wichtigen Posten in der Zahlungsbilanz als „unsichtbare Ausfuhr“, und da gerade Deutschland mit Rücksicht auf seine Reparationsverpflichtungen allen Grund hat, auf die Gestaltung seiner Zahlungsbilanz besonders zu achten, kann eine Fremdenverkehrsstatistik auch in dieser Richtung von größter Bedeutung sein.

Leider sind wir mit solch einer Statistik in Deutschland immer noch im Anfangsstadium. Versuchen wir, uns über die Haupt- und Mindestfordernisse einer Fremdenverkehrsstatistik klar zu werden, so müssen wir die folgenden feststellen: Erfassung der Zahl der Fremden, der Dauer ihres Aufenthalts (am besten ausgedrückt in der Zahl der Übernachtungen) und ihres Herkunftslandes; als dieses dürfte nicht das Land der Staatsangehörigkeit gelten, wirtschaftlich wichtiger ist das Land des Wohnsitzes. Nachweise über Beruf, Alter, Geschlecht, Beweggründe der Reise wären zwar gerade für die Reklameindustrie sehr erwünscht, erschweren die Erhebungen aber andererseits sehr. Zweierlei muß aber unbedingt gefordert wer-