

72. FREM DEN VERKEHRSVEREINE

Der Laie wird vielleicht erstaunt fragen: Was haben Fremdenverkehrsvereine und die Reklame der Hotels miteinander zu tun?

Sie sind sogar durch feste Fäden verknüpft. Meine Ausführungen sollen es zeigen. Interessant und wichtig ist dieses Kapitel aber auch für jeden, der Herz und Sinn für die landschaftlichen Schönheiten seines Vaterlandes hat. Haben doch die Fremdenverkehrsvereine, die zuweilen auch Verschönerungsverein oder Kurverein firmieren, sich die schöne und reizvolle Aufgabe gestellt, die eigenen Heimatgenossen und das Ausland mit ihrem engeren Landschaftsgebiete bekannt zu machen, seine Reize und seine Anziehungskraft durch pfleglichen Ausbau der Verkehrseinrichtungen usw. noch zu erhöhen. Dann: in den Händen der Fremdenverkehrsvereine — ich werde bei dieser Bezeichnung bleiben — ruht sehr oft die Propaganda und die Reklame für den Kurort! Das ist Grund genug, den Fremdenverkehrsvereinen einen besonderen Abschnitt zu widmen.

Es gibt in den europäischen Reiseländern wohl kaum eine Stadt mit lebhaftem Fremdenverkehr, keinen Kur- und Badeort, keine Sommerfrische mehr, die ohne Fremdenverkehrsverein ist. Es gibt aber auch in manchen Kurorten ein Nebeneinander von Kompetenzen, und zwar da, wo ein Kurdirektor, oder Verkehrsdirektor, oder Kurkommissar amtiert. Denn der Fremdenverkehrsverein ist fast überall bestehen geblieben, wo die Gemeinde sich zur Anstellung eines Kurdirektors entschloß.

Durch dieses Nebeneinanderbestehen zweier Kompetenzen: Verkehrs- oder Kurdirektor und Fremdenverkehrsverein, wird die Arbeit des ersten nicht gerade erleichtert, weil Reibungen und Kompetenzkonflikte entstehen, die viel Nervenkraft und Zeit verbrauchen. Die ortsansässigen Angehörigen des Hotel-