

# UNION DES VILLES ET CENTRES du Grand-Duché

Der Tourismus ist für unser Land im Begriff, eine hervorragende Einnahmequelle zu werden. Man hat in den letzten Jahren besonders auf dem Wege der Privatinitiative, sehr große Anstrengungen gemacht, um es andern Ländern gleich zu tun. Denn ohne Zweifel darf unser Ländchen mit den meisten europäischen Touristengebieten den Vergleich aushalten. Es kommt nur darauf an, daß wir unsere Sehenswürdigkeiten, unsere Naturschönheiten in der Literatur des Internationalen Tourismus bekannt machen. Das geschieht durch eine großangelegte Propaganda, an der es Länder, wie z. B. die Schweiz, Belgien, Italien und Deutschland nicht fehlen lassen. Die Privatinitiative hat deshalb eine Reihe von Organisationen nach dem Beispiel jener Länder ins Leben gerufen, die vor allem die Propaganda besorgen, natürlich aber auch auf den Ausbau der Idee des Tourismus im Lande selber ihr Augenmerk richten.

Besonders kommt es auch darauf an, daß alle Faktoren, die interessiert sind an der neuen Industrie — so kann man es wohl bezeichnen — einmütig zusammenarbeiten.

Und endlich ist die Zeit gekommen, wo der Staat und die großen Gemeinden und touristischen Zentren eingreifen, mit den geschaffenen Gruppen zusammenarbeiten, sie unterstützen in ihrer Propagandatätigkeit, ihre Ideen zu den ihrigen machen und so durch eine durchgreifende Regelung der ganzen Frage alle Gegebenheiten erfüllen, die den Tourismus, die Fremdenindustrie in unserm Lande in vorbildlicher Weise zu einem Maximum bringen.

Die Luxemburger Illustrierte sieht es als ihre angenehme Pflicht an, das ihre zu tun, um alle Bemühungen zu unterstützen soweit es im Bereich ihrer Möglichkeit liegt.

Sie wird daher, um ihre Leser auf dem Laufenden zu halten, die Stellen und Organisationen aufsuchen, die sich mit unserer touristischen Propaganda im In- und Ausland beschäftigen.

Den Anfang machen wir mit der "Union des Villes et Centres Touristiques du Grand-Duché de Luxembourg."

Diese Propagandastelle ist in einem Lokal installiert, das nicht gerade mit den allermodernsten Hilfsmitteln ausgestattet ist. Aber es wird dort eine fruchtbare Arbeit geleistet und eine Initiative entfaltet, die Ihtersgleichen sucht.

Die Leitung der "Union des Villes" gibt uns die Aufklärung, um die wir sie bitten, mit allem Entgegenkommen:

"Die "Union des Villes" wurde von der Großherzogl. Regierung geschaffen, um eine aktive Propaganda zu machen für die Städte und Touristenzentren des Großherzogtums, die derselben angeschlossen sind.

Sie arbeitet eng zusammen mit den Organismen, die sich direkt oder indirekt

mit der touristischen Propaganda beschäftigen.

Sie steht unter dem Patronat und den Auspizien der Regierung und arbeitet zusammen mit dem ministeriellen Departement, das den Tourismus unter sich hat.

Die "Union des Villes" ist das Bindeglied zwischen dem Regierungsdepartement des Tourismus und dem "Office Belgo-Luxembourgeois de Tourisme" einerseits und den Städten und touristischen Zentren andererseits. Aktive Mitglieder sind bis jetzt 34 Ortschaften."

— In welchen Händen liegt die Organisation des Tourismus?"

"Wir haben einen Propagandaplan aufgestellt zusammen mit dem Regierungsdepartement für Tourismus. Ein eigentliches Departement ist in der Regierung noch nicht geschaffen. Herr Regierungsrat Scholtus ist dort die treibende Kraft, deren Mitwirkung mit Rat und Tat uns immer sicher ist. Die Regierung läßt uns eine großzügige finanzielle Unterstützung in

allen Fällen angedeihen. Herr Scholtus speziell hat seit Jahren sein besonderes Augenmerk auf die Entwicklung des Tourismus gerichtet und es ist für uns eine besondere Freude, ihn in seiner weitgreifenden Aktion nach besten Kräften zu unterstützen."

— Sind bereits Vorschläge durch diese Zusammenarbeit gemacht worden?

"Sie werden gleich sehen: In erster Linie haben wir ein Hotelverzeichnis aufgestellt. Es figurieren darin bis jetzt 162 Hotels. Sie sind der Ordnung nach gruppiert, und für den Touristen enthält das Verzeichnis alle Angaben, die ihn interessieren, vor allem die Pensionspreise und alle andern diesbezüglichen Angaben. Dieses Verzeichnis ist in einer Auflage von 50 000 Exemplaren gedruckt worden.

Weiterhin haben wir eine Idee verwirklicht, die es den einzelnen Städten und Zentren ermöglicht, auch wenn sie sehr wenig bemittelt sind, wirksame Reklame

