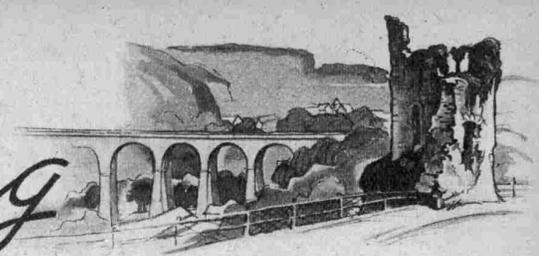


S TOURISTIQUES

Grand-Duché de Luxembourg



durch das Bild zu machen. Wir haben drei regionale Faltbogen (Dépliants) herstellen lassen, auf welchen Photos von den Sehenswürdigkeiten der einzelnen Ortschaften geschmackvoll neben- und übereinander montiert sind. Der erste Faltbogen (es ist der, den wir in dieser Nummer reproduzieren), begreift die Hauptstadt, die Erzgegend und das Eischtal. Das zweite ist die Ardennen, das dritte die Luxemburger Schweiz und die Mosel, mit den anschließenden Gebieten.

Wie Sie sehen, hat Herr Mehlen aus der Firma Bück dort eine hochwertige Arbeit geleistet.

Wie gesagt, in dieser Art ist es für unsere Propaganda eine Neuerung, wenn auch bereits seit Jahren einzelne Zentren, denen es nicht an Mitteln gebricht, ähnliche Prospekte versenden.

Die Rückseite dieser Faltblätter trägt eine Monumentalkarte mit Bildern der Merkwürdigkeiten. Außerdem sind die schönsten Ausflugsorte detailliert, sodaß

der Tourist sich mit leichter Mühe zurechtfindet. Diese "Dépliants" sind in einer Auflage von 75 000 Exemplaren hergestellt worden.

Als dritte Neuerung haben wir einen Guide de renseignements pratiques herstellen lassen in einer Auflage von 50 000 Exemplaren. Dieser Guide enthält in gedrängter Form alle wünschenswerten Auskünfte. Er erleichtert unsere Aufgabe sehr, da wir bei Anfragen die Interessenten darauf verweisen können. Jede Ortschaft wird darin, je nach ihrer Wichtigkeit, besprochen.

Er enthält daneben, die Angaben über die Eisenbahntarife, die Paßangelegenheiten, die Geldfrage, Sport, Canotage usw. usw.

Endlich haben wir noch kleine, praktische Prospekte ausgearbeitet, für einzelne Promenaden. Wenn z.B. ein Tourist bloß 1 Tag Aufenthalt zu nehmen gedenkt, können wir ihm einen Itinéraire in die Hand drücken, der für diesen Zeitraum genügen kann, ebenso für 2 oder mehrere Tage. Auch auf diesen Blättchen findet er für seine Promenaden alle wünschenswerten Auskünfte und kann ihren Anweisungen blindlings vertrauen.

Alle diese Prospekte sind ausgeführt in Standardgröße, die international gültig ist. Das ist von sehr großem Wert. Die Reisebüros können alle einzelnen Prospekte in dieselbe Enveloppe stecken.

Neben diesen Propagandadrucken läßt nun das Departement für Tourismus auf dem Wege des uneingeschränkten Wettbewerbs ein Plakat ausarbeiten."

— Wir wollen hoffen, daß sie das Richtige trifft. Plakate sind wichtige Werbemittel.

"Jawohl, das Plakat ist die Visitenkarte eines Landes.

Und nun kommen wir zu der Frage der Publizität in den Zeitungen. Die geschieht unter der Formel: Publicité collective. Alle Interessierten, z. B. die Hôteliers, melden sich dafür an. Die Regierung hat dafür ein besonderes Budget bereitgestellt, das auf die einzelnen ausländischen Zeitungen verteilt wird.

Der Verband der Hôteliers kann in demselben Sinne eine kollektive Publizität machen. Er stellt eine Liste auf für diejenigen Hôteliers, die sich daran beteiligen. Dem Einzelnen verbilligt dieser Weg die Reklame sehr. Mit demselben Betrag für eine Annonce in einer Zeitung figuriert er in allen Zeitungen zu gleicher Zeit."

— Und alle diese Vorarbeiten sind soweit bereits gediehen?

"Zu einem großen Teil. Wir denken gegen Ende des Monats Februar alles zum Versand bereit zu haben.

Diese Propaganda geschieht wieder auf zwei verschiedene Arten: eine massive Propaganda und eine individuelle."

— Was verstehen Sie unter massiver Propaganda?"

"Dieses: Wir verschicken alle unsere Prospekte nebst dem andern Material waggonweise an eine Zentralstelle, z. B. nach Brüssel. Von dort aus wird es dann serienweise — jedes einzelne Blatt paßt in dieselbe Enveloppe — verteilt, nach Holland, England, den skandinavischen Ländern usw.

Anderseits haben wir eine besondere Verbindung mit Elsaß-Lothringen, durch die Commission d'échanges touristiques. Diese besorgt unsere Propaganda für Elsaß-Lothringen und Frankreich, wie wir die ihrige besorgen.

Seit Beginn des Monats Januar hat unsere individuelle Propaganda begonnen. Wir versenden unsere Prospekte an bekannte Aerzte z. B. im Ausland. In deren Sprechzimmer liegen sie dann auf. Bei Anfragen reagieren wir natürlich sofort in dem Sinne, daß wir alles verfügbare Material senden und zugleich um Adressen von Freunden bitten, die sich dafür interessieren. Diese Art Propaganda ist sehr wirksam.

Von den touristischen Kommissionen des Auslandes, z. B. von der "Commission d'échanges" erhalten wir das Verzeichnis der Gesellschaften, die für Ausflüge in Betracht kommen. Wir unsererseits besorgen ihnen die Adressen der hiesigen Gesellschaften.

Einzelne Freunde des Auslandes bemühen sich um uns in vorbildlicher Weise. Hier sehen Sie z. B. ein Verzeichnis von 120 Adressen, das uns ein Mann aus Belgien ohne weiteres handschriftlich zuschickt, indem er uns sogar eine Fortsetzung in Aussicht stellt.

Jeden Tag erhalten wir jetzt im Winter noch zirka 30 Anfragen.

Wir wollen jetzt auch ein kleines Heftchen ausarbeiten, das an die Lehrer der französischen Schulen geschickt wird: "Une leçon de Géographie: Grand-Duché de Luxembourg". Das wird gewiß eine fruchtbare Propaganda bei unsern Freunden in Frankreich.

— Aber wie können Sie nun diese gewaltige Arbeit leisten mit Ihren bescheidenen Mitteln?

"Natürlich können wir uns keinen Augenblick Ruhe gönnen. Aber vergessen Sie nicht die mustergültige Unterstützung unseres Regierungsdepartements. Und dann können wir auf die Bevölkerung immer rechnen. In unserm Volk ist der Sinn geweckt für den Tourismus und wir appellieren niemals vergebens an dessen Mitarbeit.

Das sehen Sie am besten an unserer Photothek. Die Gemeinden, die einzelnen Organisationen, die Photoamateure, senden uns regelmäßig schöne Aufnahmen aus allen Ortschaften des Landes ein.

Wir machen davon Serien. Diese wieder versenden wir an die Liebhaber. Wir knausern nicht damit, wer eine Serie verlangt, erhält sie."

M. W.

