

Abhandlungen aus dem Staatswissenschaftlichen
Seminar an der Universität Erlangen

Heft 8

Abhandlungen aus dem Staatswissenschaftlichen Seminar an der Universität Erlangen

Herausgegeben

von

Dr. Hero Moeller

o. Professor für Nationalökonomie, Finanzwissenschaft und Statistik
an der Universität Erlangen

Heft 8

Dr. Xaver Häußler

Der Fremdenverkehr

Eine Studie über seine volkswirtschaftliche Bedeutung
und seine Förderung

(Unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse im bayrischen Hochland)



Universitätsverlag von Robert Noske in Leipzig

1930

Der Fremdenverkehr

Eine Studie über seine volkswirtschaftliche Bedeutung
und seine Förderung

(Unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse
im bayrischen Hochland)

Von

Dr. Xaver Häußler

A 16 474

V



Universitätsverlag von Robert Noske in Leipzig

1930

Druck von Robert Noske in Borna-Leipzig

Inhalt.

	Seite
Einleitung.	
Der Fremdenverkehr als Wirtschaftsfaktor . . .	1
1. Teil.	
Der Fremdenverkehr als Gegenstand volkswirtschaftlicher Betrachtung.	
1. Kapitel. Der Zweck einer volkswirtschaftlichen Untersuchung des Wirtschaftsfaktors „Fremdenverkehr“	3
2. Kapitel. Wesen des Fremdenverkehrs und Ursachen seiner schnellen Entwicklung.	
1. Wesen des Fremdenverkehrs	7
2. Entwicklung des Fremdenverkehrs und Überwindung der Hemmnisse	8
3. Kapitel. Der Fremdenverkehr in seinen Beziehungen zur Volkswirtschaft im allgemeinen.	
1. Die Bedeutung des Fremdenverkehrs für eine Volkswirtschaft in ihrer Gesamtheit	12
2. Die Bedeutung des Fremdenverkehrs für Produktion, Verteilung und Konsum im einzelnen	14
a) Einwirkung des Fremdenverkehrs auf die Produktionsfaktoren	14
b) Einwirkung des Fremdenverkehrs auf Verteilung und Konsum	15
3. Die Bedeutung des Fremdenverkehrs für die Fremden selbst	19
4. Kapitel. Der Fremdenverkehr in seinen Beziehungen zur Volkswirtschaft im besonderen.	
1. Fremdenverkehr und Gesamtstaat (Bedeutung des transfrontialen Fremdenverkehrs)	20
2. Fremdenverkehr und Einzelgebiet (Bedeutung des binnenländischen Fremdenverkehrs)	24
3. Fremdenverkehr und Gemeinden	27
4. Fremdenverkehr und Gewerbe (insbesondere Hotel- und Gastwirts- gewerbe)	31
5. Fremdenverkehr und Verkehrseinrichtungen	36
5. Kapitel. Der Fremdenverkehr in seiner Wechselbeziehung zur jeweiligen Wirtschaftslage.	
1. Der Zusammenhang von Konjunktur und Fremdenverkehr im allgemeinen	41
2. Der Zusammenhang von Konjunktur und Fremdenverkehr im besonderen	47

	Seite
a) Der binnenländische Fremdenverkehr	47
b) Der transfrontiale Fremdenverkehr	49
c) Der Geschäftsreiseverkehr	53
6. Kapitel. Der Fremdenverkehr Deutschlands in seiner Beziehung zur gegenwärtigen Wirtschaftslage und zur Tributlast	55

2. Teil.

Der Fremdenverkehr als Gegenstand der Förderung.

1. Kapitel. Die Organisation im Fremdenverkehrswesen.	
1. Staat und Interessentenorganisationen als Träger der Fremdenverkehrspolitik	59
2. Entwicklung, Aufbau und Aufgaben der Fremdenverkehrsorganisationen	60
3. Heutiger Stand der Fremdenverkehrsorganisationen	64
4. Die Reisebüros als Einrichtung im Dienste des Fremdenverkehrs	68
2. Kapitel. Förderung des Fremdenverkehrs durch Werbung.	
1. Die Fremdenverkehrsorganisationen als Träger der Werbung	71
2. Allgemeine Grundsätze und Nutzen der Fremdenverkehrspropaganda	74
3. Unterstützung der organisierten Werbung seitens der am Fremdenverkehr Interessierten	76
3. Kapitel. Fremdenverkehr und Statistik.	
1. Ausbau der Fremdenverkehrsstatistik	80
2. Nutzenanwendung der Statistik	82
3. Überwindung der Schwierigkeiten und Fehlerquellen	85
4. Gründe der Heranziehung eines Einzelgebietes zu den statistischen Beispielen	88
Schluß.	
Deutschland als Reiseziel für In- und Ausländer	89
Anhang. Statistische Beispiele	92
Literaturverzeichnis	99

Einleitung.

Der Fremdenverkehr als Wirtschaftsfaktor.

Letztes sinnvolles Ziel aller Wirtschaft ist die Förderung der Produktivkräfte zwecks Hebung des allgemeinen Lebenshaltungsniveaus. Wirtschaft ist nicht Selbstzweck, sondern nur Mittel zum Zweck. Unser eigentlich menschlicher Notstand ist vielleicht am schlagendsten dadurch gekennzeichnet, daß uns Sinn und Ziel unserer alltäglichen Verrichtungen so wenig bewußt werden. Man findet den Zwang zu wirtschaftlicher Betätigung einfach selbstverständlich und kümmert sich wenig um das tiefere Wozu und Warum.

Besonders hat das kapitalistische Zeitalter den Sinn der Wirtschaft verändert und die Menschheit dazu gedrängt, immer mehr nach den rein ökonomischen Gesichtspunkten der Rentabilität zu handeln und die mehr gefühlsmäßigen außer acht zu lassen. Wenn auch zugegeben werden muß, daß es der Menschheit im großen und ganzen besser geht, da der durch den Kapitalismus beschleunigte technische Fortschritt gegen früher bessere, bequemere und billigere Lebenshaltung ermöglicht, so sind doch auch Zustände hervorgerufen worden, die im Innersten eine Unzufriedenheit über diese Wirtschaftsform zurücklassen.

Da entstehen unter der Parole der Rationalisierung Mammutgebilde von mechanisierten Großbetrieben, in denen der Mensch, dem die Maschine Dienerin sein sollte, selbst zur Maschine wird. In Städten von nie geahnter Größe ballen sich Menschenmassen zusammen und leben hier in ungesunder rauchgeschwärmter Luft, da sie nur hier Beschäftigung und Brot finden können. Das allseitige Streben nach Vergrößerung der Produktion zwecks Hebung der Konkurrenzfähigkeit, an sich geeignet eine Besserung der allgemeinen Lebenshaltung herbeizuführen, verfehlt dieses Endziel, wenn sich die Nichtbeachtung der Konsumseite in periodisch hereinbrechenden Absatzkrisen oft an den Unternehmern selbst am bittersten rächt.

Man sieht die Mißstände und sucht nach Lösung, denn man empfindet, daß die Menschheit, soweit nicht Gesetze der Natur hemmend wirken, jede Einbuße an gesellschaftlichem Wohlergehen, jede durch verfehlte Wirtschaftsweise bewirkte Schmälerung der Lebenshaltung, letzten Endes vor sich selbst zu rechtfertigen hat.

Da aber vom Übergang zu einer anderen Wirtschaftsform eine befriedigende Lösung des Problems nicht zu erwarten ist, denn schließlich sind doch gerade die Triebkräfte der kapitalistischen Konkurrenzwirtschaft die mächtigst vordrängenden Impulse, kann nur durch geeignete wirtschaftspolitische Maßnahmen eine Beseitigung der unerwünschten Begleiterscheinungen angestrebt werden, ohne dabei den Fortschritt zu hemmen.

Wenn nun behauptet wird, daß der Fremdenverkehr in diesem Hinblick für die Förderung der Volkswohlfahrt einen wichtigen Wirtschaftsfaktor darstelle, da er bei aller Anregung der Produktion gleichzeitig zur Steigerung des Absatzes beitrage, in regionaler und personaler Hinsicht günstig auf die Verteilung einwirke und endlich auch unmittelbar dem Endziele aller Wirtschaft gerecht werde, indem er wenigstens einen Teil der Menschheit Erholung von dem immer nervenaufreibenderen Großstadt- und Berufsleben finden und die reinsten Freuden an der Natur schöpfen läßt, so kann dieses am besten in einer ausführlichen volkswirtschaftlichen Betrachtung dargetan werden ¹⁾.

¹⁾ Freilich sind die Auswirkungen des Fremdenverkehrs nicht durchwegs günstig, soweit nämlich der passive Verkehr nach dem Auslande oder außerwirtschaftliche Wirkungen in Betracht kommen. Wenn hier auf die weitreichende soziologische Bedeutung nicht näher eingegangen wird, liegt der Grund in der Begrenzung durch das Thema.

1. Teil.

Der Fremdenverkehr als Gegenstand volkswirtschaftlicher Betrachtung.

1. Kapitel.

Der Zweck einer volkswirtschaftlichen Untersuchung des Wirtschaftsfaktors „Fremdenverkehr“.

Adolf Weber kennzeichnet den Zweck der volkswirtschaftlichen Betrachtung eines Wirtschaftsfaktors richtig, wenn er sagt: „Die ganze Volkswirtschaftslehre würde bei weitem nicht so viel Beachtung finden, wenn man sie nicht als Wegbereiter für die Praxis betrachten könnte.“¹⁾ Was hätte auch alle Volkswirtschaftslehre für einen Sinn, wenn sie nicht auf diese Weise mit dem pulierenden Wirtschaftsleben in nützliche Verbindung träte? Sie kann nicht das sein, was ihr von manchen, denen der tiefere Einblick fehlt, vorgeworfen wird: „Nutzlose Gedankenspielerlei für wirklichkeitsfremde Theoretiker“, sondern ihre tiefste Bestimmung liegt darin, der Wirtschaftspolitik Wege zur Förderung des gesamten Volkswohlstandes zu weisen.

Hat man demnach über die Zusammenhänge eines Wirtschaftsfaktors und seine Bedeutung für die Volkswirtschaft Klarheit gewonnen, dann gilt es, die auf seine Fortbildung gerichteten Bestrebungen festzustellen und sie gemäß ihrer Wichtigkeit für die Gesamtheit zu unterstützen. Die Volkswirtschaft unterliegt ja einer steten Wandlung in allen Teilen. Fortwährend ändern sich Art, Größe und Richtung der wirtschaftlichen Interessen, und einer gesunden Wirtschaftspolitik erwächst daraus die Aufgabe, immer den Übergang zu einem vollkommeneren Zustande bei möglichster Schonung der übrigen bestehenden Interessen anzustreben.

Schon die Geschichte der Volkswirtschaftslehre zeigt, wie im Wandel der Zeiten vom Merkantilismus über das Physiokratentum

¹⁾ Adolf Weber, Allgemeine Volkswirtschaftslehre, München u. Leipzig 1928, S. 23.

zum Industriesystem bald handels-, bald agrar-, bald zoll- und gewerbepolitischen Maßnahmen das Hauptaugenmerk zugewendet wurde, je nachdem in gegebener Periode am meisten von ihnen zu erwarten stand, bis im jüngsten kapitalistischen Zeitalter mit seinen nachteiligen Auswirkungen besonders sozialpolitische Maßnahmen in den Vordergrund rückten. Es ist daher auch kein Zufall, wenn bei der fortschreitenden Industrialisierung aller Länder und bei dem verschärften Kampf um den sich immer mehr verengenden Absatzmarkt nach allen Mitteln Umschau gehalten wird, die der Produktion durch Verhinderung der Absatznot einen Sinn zu geben vermögen. Da werden konjunkturstatistische Ämter zur besseren Übersicht der Marktlage geschaffen und dem Problem der Erweiterung der Exportmöglichkeiten wird alle Aufmerksamkeit geschenkt. Ein scheeler Blick fällt hinüber nach der amerikanischen Volkswirtschaft, wo günstigere Vorbedingungen ein gleichmäßigeres Verhältnis zwischen der Ausnützung der Produktionsmittel und dem Absatz schaffen konnten.

Wie wesentlich anders steht die deutsche Volkswirtschaft mit ihren Vorbelastungen aus Krieg und Friedensverträgen im Vergleich dazu da! Einer der wenigen Wege zu einer besseren Nutzbarmachung der nationalen Produktivkräfte ist noch auf dem Gebiet der sogenannten Dienstleistungen, der Vermittlung des zwischenstaatlichen Geld- und Güterverkehrs, sowie auf dem Gebiete des Fremdenverkehrs geblieben.

Schon seit vielen Jahren haben Deutschlands Nachbarländer, vor allem die Schweiz, auch Italien, im Fremdenverkehr eine reiche Quelle für die Steigerung des Volkswohlstandes²⁾ erkannt und ihm darum weit größere Aufmerksamkeit auch von Staats wegen zugewendet.

Es ist kein Wunder, wenn diese Volkswirtschaften, denen ein gütiges Geschick in Natur- und Kulturgütern einen Ersatz geboten hat für das, was andere aus ihrer günstigen Lage für den Handel, aus ihren fruchtbaren Böden und Bodenschätzen an Nutzen zu ziehen wußten, eher auf diesen Wirtschaftsfaktor als Wohlstandsquelle aufmerksam wurden als Deutschland.

Mit den vielfältigsten Naturgaben bedacht und allenthalben im regsten Fortschritt begriffen, nahm Deutschland früher keinen

²⁾ Arthur Heichen, Fremdenverkehr und Zahlungsbilanz (Verkehr und Bäder, Berlin, Jahrg. 1926 Nr. 26 vom 30. 6. 1926). Der Einfuhrüberschuß der Schweiz wurde 1924 zu 50% = 300—400 Mill. Frs. durch Einnahmen aus dem Fremdenverkehr gedeckt; in Österreich zu 16—20%, in Italien zu 40%.

Anlaß, dem Fremdenverkehr besondere Aufmerksamkeit zu schenken, da er sich ja von selbst aus den natürlichen Grundlagen heraus gut genug zu entwickeln schien. Aber heute, da so viele wirtschaftliche Entfaltungsmöglichkeiten durch die Vorbelastungen genommen sind, muß man sich darüber klar werden, daß ein bloßes Gewährenlassen, ein „Laisser faire, laisser passer“ dem Fremdenverkehr gegenüber auch im Interesse der Allgemeinheit nicht die rechte Politik sein kann. Wie im Laufe der Zeiten bald dieser, bald jener Wirtschaftsfaktor besondere Berücksichtigung erfuhr, meist nicht ohne die Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse, so ist jetzt auch für den Fremdenverkehr die Zeit gekommen, intensivere Förderung zu beanspruchen, um so mehr, als dabei kaum andere Wirtschaftsfaktoren eine Benachteiligung erfahren, sondern fast alle in irgendeiner Weise mitprofitieren.

Daß die Erkenntnis von der wirtschaftlichen Bedeutung des Fremdenverkehrs noch so wenig Platz gegriffen hat, daran trägt nicht geringe Schuld die Wissenschaft, die es seither bis auf wenige Ausnahmen unterlassen hat auf seine günstigen Wirkungen aufmerksam zu machen und damit zugleich den Ansporn zu geben für zielbewußte Fremdenverkehrspolitik. Nur spärliches Material, das zudem sehr verzettelt blieb, existiert über dieses Gebiet. Das meiste hat wohl der jetzige Leiter der Reichsbahnzentrale, Maximilian Krauß, beigetragen. Sicher ist seinen Anregungen viel von dem zu danken, was bisher im Interesse des Fremdenverkehrs in Deutschland geschah. Großes Verdienst hat sich ferner der Präsident des statischen Landesamtes München, Prof. Dr. Zahn, erworben, indem er in Vorträgen und Aufsätzen wiederholt auf die Wichtigkeit des Fremdenverkehrs hinwies, vor allem aber dadurch, daß er als erster an maßgebender Stelle eine gute Fremdenverkehrsstatistik für Bayern ausbaute und so für die anzustrebende einheitliche Reichsstatistik bahnbrechend wirkte. In einem eigenen Artikel von Prof. Dr. Morgenroth hat der Fremdenverkehr nun auch in der neuesten Auflage des Handwörterbuches der Staatswissenschaften gebührende Würdigung gefunden. Auch Morgenroth hat sich auf dem Gebiete der Statistik sehr um die Sache des Fremdenverkehrs verdient gemacht. Andere beachtenswerte einschlägige Aufsätze wurden in der Zeitschrift „Verkehr und Bäder“, dem führenden Organ auf diesem Gebiete, veröffentlicht³⁾. Zu begrüßen ist es, wenn Männer vom Rufe wie Sombart Aufsätze veröffentlichen⁴⁾,

³⁾ Nunmehr Organ der Reichsarbeitsgemeinschaft für Verkehrsförderung E. V. und des Allgemeinen Deutschen Bäderverbandes E. V.

⁴⁾ W. S o m b a r t, Bäderproblem im Lichte der Nationalökonomie (Verkehr und Bäder, Berlin, Jahrg. 1926 Nr. 38 vom 22. 9. 1926).

in denen der volkswirtschaftliche Wert des Fremdenverkehrs dargetan wird. Wenn Sombart am Schlusse seiner Erörterungen schreibt: „Es bleibt eine ewige Wahrheit, daß die Einsicht in die Zusammenhänge, wie sie allein die gründliche wissenschaftliche Arbeit zu bieten vermag, immer eine Vorbedingung für das erfolgreiche praktische Handeln ist“, so hat er selbst eben durch seinen Aufsatz in dieser Richtung mitgewirkt.

Seit kurzem bestehen nun Bestrebungen, der Handelshochschule in Berlin ein Institut anzugliedern, das zu einer Stätte praktischer und theoretischer Lehre über den Fremdenverkehr werden soll ⁵⁾. Die Synthese Handel und Fremdenverkehr ist ganz natürlich und die Handelswissenschaft holt darum nur ein Versäumnis nach, wenn sie die Lehre vom Fremdenverkehr in ihren Plan eingliedert.

⁵⁾ C. E. Schmidt, Handelshochschule und Fremdenverkehr (Verkehr und Bäder, Berlin, Jahrg. 1927 Nr. 45 u. 46 vom 16. 2. u. 23. 11. 1927). Professor Dr. Rob. Glücksmann von der ehemaligen Düsseldorfer Hochschule für Hotelwesen soll mit dessen Leitung beauftragt werden.

2. Kapitel.

Wesen des Fremdenverkehrs und Ursachen seiner schnellen Entwicklung.

1. Wesen des Fremdenverkehrs.

Der Begriff Fremdenverkehr steht nicht einheitlich fest. Da es aber wenig Sinn hätte, sich in langen Begriffserörterungen zu ergehen, sei kurzweg anerkannt, was Prof. Morgenroth im Handwörterbuch der Staatswissenschaften darunter versteht: „Fremdenverkehr im engsten Sinne ist Verkehr der Personen, die sich vorübergehend von ihrem Dauerwohnsitz entfernen, um zur Befriedigung von Lebens- und Kulturbedürfnissen oder persönlichen Wünschen verschiedener Art anderwärts lediglich als Verbraucher von Wirtschafts- und Kulturgütern zu verweilen.“¹⁾ Was hätte es auch für einen Sinn, da und dort einzelne Worte zu ändern, hinzuzufügen oder wegzunehmen; solche Begriffe lassen sich schwer einwandfrei festlegen, und selbst die sorgfältigsten Definitionen werden immer ihre Kritiker finden.

Morgenroth hat recht, wenn er schreibt: „Fremdenverkehr im engsten Sinne“; denn im weiteren Sinne gehört auch der geschäftliche und berufliche Reiseverkehr dazu. Dieser ist zwar für die Volkswirtschaft ebenfalls von hervorragender Bedeutung, muß jedoch in vorliegender Betrachtung zurücktreten, da er mehr eine Nebenerscheinung der Wirtschaft darstellt, auf anderen Motiven beruht als der übrige Reiseverkehr, der einer Beeinflussung eher zugänglich ist und der darum vor allem einer Fremdenverkehrspolitik die Aufgaben stellt²⁾. Die Absatznot unserer Tage läßt das Heer von Reisenden und Agenten von selbst anschwellen, und der Beruf verlangt oft dienstliche Reisen aus sich heraus. Man spricht darum von einem „Fremdenverkehr aus gebundenem Antrieb“ im Gegensatz zu dem „aus freiem Antrieb“³⁾. Wie das Bedürfnis nach

¹⁾ Wilhelm Morgenroth, Artikel „Fremdenverkehr“ (Handwörterbuch der Staatswiss. 4. Aufl. Bd. 4, Jena 1927) S. 394.

²⁾ Josef Stradner, Der Fremdenverkehr 2. Aufl., Graz 1917, S. 9.

³⁾ Wilhelm Morgenroth a. a. O. S. 395.

Waren anerzogen, das Interesse von diesem auf jenes Objekt gelenkt werden kann, so kann auch das Streben nach Erholung geweckt und die Sehnsucht nach schönen Gegenden wachgerufen werden. Beim Geschäfts- und Berufsreiseverkehr dagegen sind Ziel und Dauer des Aufenthalts meist von vornherein bereits festgelegt.

Ein Mittelglied zwischen Vergnügungs- und Geschäftsreiseverkehr bilden die Studienreisen, sowie der sogenannte Kongreß- oder Tagungsverkehr, wobei vielfach berufliche Rücksichten mit Erholungsabsichten verknüpft und deshalb Orte gewählt werden, die geeignete Grundlagen für beide Zwecke besitzen.

Wichtig ist für die volkswirtschaftliche Betrachtung eine weitere Unterscheidung. Anders nämlich als die Wirkung des binnenländischen Verkehrs ist die des Ausländerverkehrs zu beurteilen. Der Ausländer bringt Devisen herein und trägt dadurch offensichtlich zur Vermehrung des Volksvermögens bei, während sich die nützliche Wirkung des Inlandverkehrs mehr auf indirekte Weise geltend macht. Diese Bemerkung mag, um dem Gedankengang nicht vorzugreifen, genügen.

Ein weiterer Unterschied wird gemacht zwischen Passanten, die nur einmal an einem Orte übernachten, und solchen Fremden, die länger bleiben. Gerne gesehen sind die mehrere Wochen verweilenden und die besonders zahlungsfähigen Fremden, für die man den Ausdruck „qualifizierte Fremde“ geprägt hat ⁴⁾. Die Erfahrung und die mit der fortschreitenden Entwicklung des Fremdenverkehrs immer mehr zur Notwendigkeit werdenden statistischen Aufzeichnungen haben zu diesen Unterscheidungen geführt.

2. Entwicklung des Fremdenverkehrs und Überwindung der Hemmnisse.

Fragt man, was den Fremdenverkehr besonders in Deutschland so rasch zu einer wirtschaftlich bedeutsamen Strömung werden ließ, so kommt man zu der Antwort, daß nicht nur das Vorhandensein der wichtigsten Grundlagen, wie etwa der Naturschönheiten, Heilquellen und Kulturgüter dazu beitrug, sondern daß der ganze Zeitgeist im Zusammenhang mit der fortschrittlichen Entwicklung die Triebkräfte des Fremdenverkehrs entfachen mußte, als da sind das Streben nach körperlicher und seelischer Erholung, die Liebe zu Natur und Kunst, Geselligkeitsbedürfnis, Bildungshunger, Interesse an Land und Leuten, kurz alles, was das Leben

⁴⁾ Wilhelm Morgenroth a. a. O. S. 394 u. 397.

in dieser oder jener Richtung zu verschönern und ihm reicheren Inhalt zu geben vermag.

Fortschritt ist das Schlagwort, mit dem man die wirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahrzehnte am besten kennzeichnet, und wie hätte dieser Fortschritt ohne tiefste Rückwirkung auf das Kulturleben bleiben können. Mußte mit dem Aufkommen der Eisenbahn und anderer Verkehrsmittel nicht der Reiseverkehr die lebhafteste Anregung erfahren, da nun all die bisher verpönten Strapazen einer Reise immer mehr der Geschichte angehörten? Die weiter folgenden verkehrstechnischen Umwälzungen, welche sich in bezug auf Ermöglichung eines vielseitigeren, schnelleren und sicheren Reisens vollzogen, hatten eine wachsende Inanspruchnahme und damit gleichzeitig eine solche Verbilligung im Gefolge, daß das Reisen nicht mehr als Privileg der Begüterten, sondern immer mehr als Allgemeinbedürfnis empfunden wurde.

Dazu kam, daß die mit der Industrialisierung zunehmende Wohlhabenheit Mittel frei machte auch für nicht unbedingt notwendige Lebensbedürfnisse. Ferner mußte die Zusammenballung der Menschen in den Großstädten mit ihrem hastenden, nervenaufreibenden Erwerbsleben und ihrer gesteigerten Arbeitsintensität als Reaktion ein erhöhtes Sehnen nach Ruhe und Erholung auslösen, den Sinn für Naturschönheiten und den Drang „zurück zur Natur“ wachrufen.

So kam der alljährlich bereits im Frühjahr saisonmäßig anhebende Fremdenverkehr in Übung um im Hochsommer jeweils den Höhepunkt zu erreichen. Seit der Wintersport Mode geworden ist, wiederholt sich die gleiche Strömung nach den Plätzen, welche die Vorbedingung für seine Ausübung erfüllen, nun auch im Winter, wenn auch nicht immer in der gleichen Stärke und meist, vom Wetter besonders abhängig, mehr stoßweise und nur für kürzere Zeit. Aber auch abgesehen vom Sport erfreuen sich Winterkuren wegen ihrer gesundheitsfördernden Wirkung immer größerer Beliebtheit.

Weniger Saisoncharakter trägt der Fremdenverkehr in den Städten, die sich zu Zentren der Kunst und Wissenschaft, des wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen oder religiösen Lebens entfalten konnten. Er ist, wie der Geschäftsreiseverkehr, mehr auf das ganze Jahr verteilt.

Da man in den vom Fremdenverkehr bevorzugten Orten bald erkannte, welche günstige Einkommensquelle er darstellt, suchte man den Wünschen der Ankommenden weitmöglichst gerecht zu werden. Durch die Errichtung und Vervollkommnung der für den

gesteigerten Verkehr notwendigen Einrichtungen wurde nun auch von der Interessentenseite her der Anreiz zum Reisen gehoben. Überall, soweit nur irgendwie die Grundlagen gegeben waren, sei es in landschaftlicher Schönheit, günstigen klimatischen Verhältnissen, Heilquellen oder in Denkmälern historischer Vergangenheit, in Pflegestätten der Künste und Wissenschaften usw., erstanden Verschönerungsvereine oder Verkehrsämter, welche die Anziehungspunkte zu vervollständigen und den verdienstbringenden Verkehr in ihren Bereich zu lenken suchten ⁵⁾).

Daneben sorgte reger Geschäftsgeist und Unternehmungslust für das wichtigste, für bequeme Unterkunft und Verpflegung. Da und dort erstanden vornehme Kur- und Badehäuser, Einrichtungen für Unterhaltung und sportliche Betätigung wurden geschaffen, und die Orte, die am meisten den neuen Anforderungen für Kultur- und Luxusbedürfnisse gerecht wurden, hatten immer regeren Zulauf auch aus dem Ausland. Sie entwickelten sich zu Luxusbädern, während die anderen sich in bescheidenem Maße der Zahlungsfähigkeit ihrer Besucher anpaßten.

Kulturelles Interesse, Bildungshunger, technischer Fortschritt und gesteigerter Wohlstand auch in anderen Ländern regten endlich den internationalen Verkehr an. Verbesserung des Nachrichtendienstes und Dienstbarmachung der Presse erleichterten die Bekanntmachung der Schönheiten und Eigenarten des eigenen und der fremden Länder. Auch die entwickelten Formen des Geld- und Kreditwesens, wie die Einrichtung des Reiseschecks, trugen zur Förderung des internationalen Reiseverkehrs bei, und endlich suchten die an allen größeren Plätzen des In- und Auslandes entstehenden Reisebüros und ihre Agenturen den Reisenden weitmöglichst jede Sorge abzunehmen. Sie beseitigten damit letzte Hemmnisse.

In wachsendem und immer vielseitigerem Maße konnte so die Reiselust Befriedigung finden, bis der Ausbruch des Weltkrieges eine gewaltige Bresche in den Gang der Dinge schlug.

Die einsetzende Stockung zeigte deutlich genug, wie der Fremdenverkehr, dessen ganzes Wesen einen freiheitlichen, liberalen Zug atmet, durch politische und wirtschaftliche Wirrnisse, insbesondere durch hemmende Eingriffe seitens des Staates, lahmgelegt werden kann. Hatten auch die Reiseerschwerungen, Paß- und Visumvorschriften, wie die polizeilichen Anordnungen eine Zeitlang

⁵⁾ Josef Rompel, Artikel „Kurorte“, Handwörterbuch der Kommunalwiss. Bd. 3, Jena 1924, S. 208.

ihre guten Gründe, so hätten sie gleich wieder abgeschafft werden müssen, als sich ihre Auswirkung immer mehr als schädlich erwies.

Andere Hemmnisse, die der Fremdenverkehr von Anfang an zu überwinden hatte, beruhten auf Kurzsichtigkeit, falschem Konservatismus oder übertriebenem Lokalpatriotismus der Bevölkerung und schwanden mit der zunehmenden Erkenntnis seiner wirtschaftlichen Bedeutung immer mehr.

Der Fremdenverkehr erscheint also in Deutschland nicht als etwas künstlich Gezüchtetes, sondern als etwas geschichtlich Gewordenes, und alle Maßnahmen zu seiner Förderung entspringen sekundär aus der Einsicht seiner Wichtigkeit für die Hebung des Volkswohlstandes ⁹⁾).

⁹⁾ Max Krauß, Grundlagen des Fremdenverkehrs in München und im bayrischen Hochland, München 1917, S. 28.

3. Kapitel.

Der Fremdenverkehr in seinen Beziehungen zur Volkswirtschaft im allgemeinen.

1. Die Bedeutung des Fremdenverkehrs für eine Volkswirtschaft in ihrer Gesamtheit.

Wenn man sich ein kleineres Gebiet, etwa ein abgeschlossenes Gebirgstal vor Augen hält, so läßt sich am besten erkennen, wie das Hinzukommen des Fremdenverkehrs auf eine gegebene Produktionsgrundlage einwirkt, wie er als dynamischer Faktor die ganze Wirtschaft anregt und damit zur Hebung des Volkswohlstandes beizutragen vermag.

Bekanntlich hängt dieser im allgemeinen von drei Bedingungen ab: von der Beschaffenheit der Naturverhältnisse, von der im Volk verfügbaren und zur Anwendung gelangenden Arbeitskraft, sowie von der Kapitalsgrundlage. In zweiter Linie kommen noch andere Umstände in Betracht, wie richtige Verteilung, zweckmäßige Organisation, soziale und politische Verhältnisse.

Bei dem gewählten Beispiel sei zunächst alles als konstant angenommen. Die Bewohner des Tales seien auf einfachste Lebensweise angewiesen. Da sich außer einiger Hausindustrie mangels notwendiger Produktionsgrundlagen keine andere Industrie entwickeln konnte, bildet die Landwirtschaft den hauptsächlichsten Erwerbszweig. Einzelne finden noch als Tagelöhner Beschäftigung und Verdienst, andere haben sich in irgendeinem Handwerk besondere Fähigkeiten erworben und betreiben Kundenproduktion. Alles übrige muß gegen Erzeugnisse des Tales über den Paß eingeführt werden. Dies ist nur möglich, soweit eigene Produktionsüberschüsse vorhanden sind, die jenseits des Passes Absatz finden. Die Bewohner des Tales sind also darauf angewiesen, wenn sie eine Besserung der Lebenshaltung erreichen wollen, die verfügbaren Produktionskräfte zur höheren Entfaltung zu bringen. Da bezüglich der natürlichen Produktionsfaktoren die Schranken durch die Kargheit der Natur eng gezogen sind, ist Bedürfnissteigerung nur in geringen Grenzen möglich.

Wenn nun die Bevölkerung wächst, und gewöhnlich zeigt sie Tendenz dazu, dann müssen sich mehr Menschen in den knapp vorhandenen Gütervorrat teilen. Zwei Auswege nur sind möglich, wenn ein Herabsinken des allgemeinen Lebensstandards verhütet werden soll: Geburteneinschränkung oder Auswanderung.

In der Tat pflegt sich der Verkehr in wirtschaftlich zurückstehenden Gegenden nicht allein in eingetauschten Waren zu vollziehen. Menschen selbst wandern aus und stellen den notwendigen Ausgleich her. Es ist dieses dann die Folgerung des Gesetzes: „Wenn Warenexport nicht möglich ist, müssen Menschen selbst hinaus, um den Zurückbleibenden den Lebensspielraum nicht zu verengen.“¹⁾ Nur schwer können sich aber gerade Gebirgsbewohner vom heimatlichen Boden trennen, und wenn schließlich doch die Not dazu treibt, sind es nicht selten die besten Kräfte, die der heimischen Wirtschaft verloren gehen. Wie gut ist es dann, wenn dieser Verlust durch Schaffung neuer Existenzgrundlagen erspart bleibt.

Die fortschreitende Industrialisierung und die lockende bessere Verdienstmöglichkeit in den werdenden Großstädten und in anderen Ländern hätten auch sicher noch zu einer Vereinsamung der zwar naturschönen, aber an wirtschaftlichen Gütern oft armen Gegenden geführt, wenn nicht auf anderer Seite gleichzeitig eine Gegenströmung eingesetzt hätte, die in den Menschen als Reaktion auf das sie umgebende Leben eine Sehnsucht nach der Natur, nach Ruhe und Erholung von Zeit zu Zeit wachrief und sie nicht selten gerade in die Gegenden führte, die einer Belebung ihrer Wirtschaft am notwendigsten bedurften.

So ist diesen Gebieten in der Erhabenheit der sonst kargen Natur ein Ausgleichsfaktor geschaffen für das, was auf anderer Seite versagt blieb. Neue Verdienstmöglichkeiten erstehen, denn alle die Fremden, die nun kommen und, um beim gewählten Beispiele zu bleiben, den Weg über den Paß in das Gebirgstal finden, bringen Geld und damit Verdienstmöglichkeiten.

Durch die Nachfrage, welche sie lediglich als Verbraucher entfalten, geben sie Anlaß zu gesteigerter wirtschaftlicher Tätigkeit. Würde der Fremde für das, was er in Unterkunft und Verpflegung erhält, nur so viel entgegenbieten, als an Kosten ersteht, so hätten die Talbewohner keinen Anlaß, ihm besonderes Interesse entgegenzubringen. Er schätzt aber die Möglichkeit, mitten in auserlesener Natur einige Zeit verbringen zu können so hoch, daß er gerne zur

¹⁾ Robert Wilbrandt, Sozialismus 2. Aufl., Jena 1921, S. 68.

Zahlung eines Mehr bereit ist. Die Bewohner erhalten dadurch für etwas einen realen Gegenwert, was sie bisher nicht zu nützen wußten und was ihnen keine Kosten verursacht. Sie beziehen eine Art Rente.

Soweit Unterkunftsmöglichkeiten bereits vorhanden oder leicht zu schaffen sind, wird die neue Erwerbsgelegenheit besonders gerne wahrgenommen. Manches landwirtschaftliche und gewerbliche Produkt, für das sonst Absatz gesucht werden müßte unter Aufwand von Kosten für Transport usw., findet nun an Ort und Stelle Verwendung. Wenn auch infolge der gesteigerten Bedürfnisentfaltung größere Einfuhr gewisser Dinge notwendig wird, so braucht sie nicht mit mühseliger Mehrarbeit erkaufte werden, sondern der erhöhte Aufwand wird vom Fremden in den Preisen mitentgolten.

Wenn nun die Aussicht besteht, daß der Fremdenverkehr zunehmen wird, so daß Neubauten und Verbesserungen von Unterkunfts- und Verpflegungsmöglichkeiten rentabel erscheinen, dann werden sich für diese produktiven Zwecke, soweit eigene Ersparnisse nicht genügen, Kapitalgeber finden. Die Neuerungen bilden ihrerseits wieder einen Ansporn zu erhöhtem Zuspruch. Erfüllen sich dann die Hoffnungen, mehrt sich der Fremdenverkehr von Jahr zu Jahr, so kann er unter Umständen so umwälzend auf die Einkommens- und Wirtschaftsverhältnisse wirken, daß aus einem ursprünglich armseligen Gebirgsdorf ein ansehnlicher Kurort wird, aus einem sonst verlassenem, zurückgebliebenem Gebiete ein solches mit lebhaftem wirtschaftlichem Verkehr²⁾.

2. Die Bedeutung des Fremdenverkehrs für Produktion, Verteilung und Konsum im einzelnen.

a) Einwirkung des Fremdenverkehrs auf die Produktionsfaktoren.

Die Voraussetzung für eine Besserung der wirtschaftlichen Lage der vom Fremdenverkehr bevorzugten Orte ist besonders dann in größerem Maßstabe gegeben, wenn der auftretende Mehrbedarf durch Produktion an Ort und Stelle befriedigt werden kann.

Wo infolge der nun leichteren Absatzmöglichkeit intensivere Ausnützung des Bodens, Übergang zu anderem Anbau, etwa zu

²⁾ v. Schullern zu Schrattenhofen, Fremdenverkehr und Volkswirtschaft (Jahrbuch f. Nationalök. u. Statistik 3. Folge Bd. 42, Jena 1911, S. 440).

Gartenkultur, nutzbringend erscheint, wird die Gelegenheit nicht lange unbeachtet bleiben. Selbst unwirtschaftliche Grundstücke können als Baugelände erheblichen Wertzuwachs erfahren, wobei dann eine Ansiedlung weitere anlockt und die Rentenbildung auch auf die nachbarlichen Gründe übergreift³⁾. Die Schönheit der Natur wird so zur Rentenquelle, und dies erst recht, wenn sich durch den gesteigerten Verkehr die Verbesserung oder die Neuanlage von Verkehrswegen als notwendig und rentierlich erweist. Fremdenverkehr und Produktionssteigerung erhalten dadurch neue Impulse.

Werden durch die Nachfrageentfaltung der Fremden selbst Arbeits- und Verdienstgelegenheiten in größerem Umfange geschaffen, so geschieht dies in nicht geringem Maße auch bei der Erstellung der für den Fremdenverkehr notwendigen Grundlagen: der Unterkunfts- und Verpflegungsstätten, der Verkehrsmittel usw. In der Saisonzeit finden vielfach selbst Arbeitswillige von auswärts Beschäftigung⁴⁾. Von den Gewerbebetrieben müssen sich besonders das Unterkunfts- und Verpflegungsgewerbe auf die zu erwartende Geschäftsbelebung einstellen. Soweit nicht direkt, ziehen doch auf mittelbarem Wege Händler, Bäcker, Fleischer usw. Nutzen aus dem durch die Fremden erhöhten Bedarf. Wer nur kann, auch Beamte und Arbeiter, vermieten freistehende Zimmer und gewinnen eine erwünschte Einkommenszulage.

Alle diese Mehreinnahmen bewirken eine Hebung der Lebenshaltung der Bevölkerung, sie erleichtern den Absatz von Gütern und Diensten und beleben die Wirtschaft nicht nur für die Saisonzeit, sondern auch weiterhin. Sie laufen entweder von Hand zu Hand, sofern gesteigerte Bedarfsdeckung Platz greift, oder sie werden gespart und stehen dann unter Umständen auf dem Darlehenswege anderen Wirtschaftssubjekten zur Verfügung. Das rege Wirtschaftsleben steigert die Rentabilitätschance aller Kapitalanlagen und in der Aussicht auf Gewinn liegt an sich schon ein Ansporn für Arbeitsgeist und Unternehmungslust⁵⁾.

b) Einwirkung des Fremdenverkehrs auf Verteilung und Konsum.

Mit dem volkstümlich gewordenen Spruche, daß der Fremdenverkehr Geld unter die Leute bringe, ist noch eine andere Funk-

³⁾ Josef Stradner a. a. O. S. 10; v. Schullern a. a. O. S. 448, 454.

⁴⁾ Im Hinblick auf das Problem der Bekämpfung der Arbeitslosigkeit besonders wichtig.

⁵⁾ W. Morgenroth a. a. O. S. 399.

tion dieses Wirtschaftsfaktors angedeutet. Bekanntlich hat im kapitalistischen Zeitalter das Problem der Verteilung mehr Streitfragen aufgeworfen als die Frage nach der Erhöhung der Produktion. Man will eine möglichst weitgehende Teilnahme der Bevölkerung am wirtschaftlichen Fortschritt erreichen. Die Lösung ist schwierig. Einen gewissen Ausgleich kann der Fremdenverkehr bewirken, einmal indem er ganzen Gegenden, die sonst wirtschaftlich verkümmern würden, einen Teil des Einkommenstromes anderer Gebiete zufließen läßt, dann aber auch durch die bereits erwähnte Schaffung von Verdienstmöglichkeiten und Einkommenszulagen für viele. Der durch den Fremdenverkehr bewirkte Luxuskonsum verschärft deshalb nicht, wie manche behaupten, die sozialen Gegensätze, sondern er mildert sie letzten Endes.

Aufs engste ist mit dem Problem der Verteilung die Frage verknüpft, wie Produktion und Konsum in Einklang zu bringen seien. Es handelt sich darum, den allgemeinen Lebensstandard hinaufzuschrauben, damit die Erzeugnisse der industriellen Produktionskraft ungehindert Absatz finden können. Gesteigerte Nachfrage nach Verbrauchsgütern tut not, damit Akkumulierung von Kapital Sinn bekommt. Während noch vor kurzem die Theorie allein galt, daß Sparsamkeit die Hauptbedingung zum wirtschaftlichen Aufstieg sei, hat sich besonders in Amerika — dort allerdings unter günstigeren Voraussetzungen — die Lehre in der Praxis Geltung verschafft, daß erhöhte Ausgaben und Gehälter Mittel einer gesunden Wirtschaftspolitik werden können⁶⁾.

Indem nun der Fremdenverkehr den Absatz anregt, trägt er einen Teil zum notwendigen Ausgleich zwischen Produktion und Konsum bei. Schon Roscher erkennt die Wichtigkeit dieser Funktion, wenn er sagt, daß der Massenabsatz wichtig, Konsumtion und Luxus nützlich seien und die Reichen eine gewisse Pflicht erfüllen würden, wenn sie das Geld unter die Leute bringen⁷⁾. Es sei damit aber nicht gegen das Sparen an sich geredet, denn die Notwendigkeit der Kapitalbildung darf besonders in der heutigen Wirtschaftslage Deutschlands nicht außer acht gelassen werden. Aber volkswirtschaftliches Sparen beruht eben nicht allein im Entbehren, sondern kann auch in zweckdienlicher Verwendung der verfügbaren Mittel seinen Ausdruck finden. Sind nicht die Ausgaben, wie sie der Fremdenverkehr, abgesehen von anderen Dingen, doch in der Hauptsache für körperliche und seelische Erholung mit sich

⁶⁾ Theodor Brauer, Schriften der Gesellschaft für soziale Reform Jahrg. 7 Heft 80, Jena 1924, S. 70.

⁷⁾ Robert Wilbrandt a. a. O. S. 48.

bringt, höher zu werten als die anderen konsumtiven Verwendungszwecke, denen sie vielleicht ohne ihn dienen würden? Wichtiger noch als die Überlegung, ob Produktions- oder Konsumtionszweck, erscheint indes die Frage, ob die Ausgaben im Inland oder im Ausland getätigt werden, da im ersten Falle immerhin das Geld im Lande bleibt und die eigene Wirtschaft belebt. Wieweit durch den Verkehr nach dem Ausland in dieser Hinsicht nachträgliche volkswirtschaftliche Wirkungen gezeitigt werden, ist nicht dem Fremdenverkehr als solchem zuzuschreiben, sondern den Personen, die ihn betätigen, und den Ursachen, die dazu bewegen.

Der Drang nach Erholung, Naturgenuß und erhöhter Lebensfreude bildet gewissermaßen einen Gegenpol gegen das rastlose Erwerbsstreben und Hasten unserer Zeit. Er läßt manches Wirtschaftssubjekt wieder seiner selbst bewußt werden und dabei die vernachlässigte Seite der „konsumtiven Funktion“ erfüllen⁸⁾. Was nützte dem einzelnen auch alles Sparen, wenn die Früchte nie dazu dienen könnten, den Genuß des Lebens zu verschönern. Wenigstens eine Ruhepause sollte sich daher jeder jahrüber arbeitende Mensch gönnen können, schon um die verlorenen Arbeitskräfte wieder zu ersetzen.

Es wäre darum auch von diesem Standpunkt aus verfehlt, den Fremdenverkehr zu verurteilen, weil er etwa die Produktion vernachlässige und einer Verschwendung gleichkomme. Die durch ihn bewirkte Steigerung der Nachfrage regt eben auch die Produktion, und der stärkere Verbrauch schafft nicht nur größere Ausgaben, sondern weckt selbst oft wieder neue Energien zu größeren Produktionsleistungen.

3. Die Bedeutung des Fremdenverkehrs für die Fremden selbst.

Volkswirtschaftlich nicht zu verachtende Wirkungen zeitigt der Fremdenverkehr, wie eben angedeutet wurde, endlich auch im Hinblick auf den Fremden selbst. Der Drang, das Leben genießen zu wollen, ist eine leitende Triebfeder der Wirtschaft, er schafft den stets wiederkehrenden Zwang zur Konsumtion und Produktion⁹⁾. Ein Zufriedensein mit den ausschließlichen Notwendigkeiten würde dagegen einer allmählichen Verkümmern gleichkommen.

⁸⁾ H. Wolff, Lehrbuch der Konjunkturforschung, Berlin 1928, S. 1.

⁹⁾ H. Wolff a. a. O. S. 117; vgl. auch Gustav Cassel, Theoretische Sozialökonomie, Leipzig 1919, S. 37.

Wie ein höheres Ziel, nämlich die stetige Steigerung des Volkswohlstandes, der Volkswirtschaft den Weg zum Fortschritt weisen muß, so bedarf auch der einzelne eines Anspornes. Besonders vermag das Streben nach der Befriedigung von Bedürfnissen, die über den notwendigen Lebensunterhalt hinausgehen — womöglichst auch dem Geltungs- und Unterscheidungstrieb entgegenkommen¹⁰⁾ — einen Ansporn zu vermehrter Tätigkeit zu bilden. Dazu gehört auch das Reisebedürfnis.

Soweit es sich dabei um Erholungsreisen für Menschen handelt, die das Jahr über angestrengt tätig sind, sind diese nicht mehr als Vergnügen oder als Luxus, sondern als biologisches Bedürfnis zu erachten. Der durch die Erholung bewirkte Aufbau körperlicher und geistiger Leistungsfähigkeit ist auch vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus nicht zu unterschätzen. Es ist geradezu Erfordernis der Kultur, daß der Mensch nicht bis zur Erschöpfung ausgenützt wird, sondern daß ihm aus wirtschaftlichen, wie aus sozialetischen Erwägungen heraus jenes Maß von Arbeitsruhe gewährt wird, das den Energieverbrauch ausgleicht und für die Gewinnung neuer Arbeitskraft und Arbeitsfreude notwendig ist. Da aber den wirklich durchdringenden Ausgleich zwischen Kräfteverbrauch und Kräfteerwerb nur eine längere Urlaubszeit herbeizuführen vermag und da oft die richtige Erholung dem nicht wird, der in seiner Alltagsumgebung verbleibt, ist örtliche Veränderung nicht selten die Vorbedingung dafür¹¹⁾. Gerade der Reiz der Abwechslung vermag beruhigend auf den Menschen einzuwirken. Der Städter sucht darum am liebsten von der Natur begünstigte Gegenden auf, und wenn Gesundheitsrücksichten es verlangen, womöglich solche, in denen natürliche Heilfaktoren zur Verfügung stehen.

Dr. Lennhoff hat recht, wenn er etwa sagt: „Da die Gesundheit das höchste Gut des Menschen darstelle, seien auch die natürlichen Heilfaktoren und die Kurorte, in denen sie geboten werden, von hohem Werte. Die pflegliche Erhaltung und Förderung dieses Besitzes bedeute daher einen großen Dienst an Volk und Staat.“¹²⁾ Dies gilt noch mehr, seit durch sozialpolitische Maßnahmen die Kurorte nun auch dem Mittelstande, besonders den Sozialversicher-

¹⁰⁾ Adolf Weber a. a. O. S. 62: „Die Differenzierung und Verfeinerung der Bedürfnisse kann für die Entfaltung der wirtschaftlichen Kräfte anspornend wirken.“ Ludwig Mises, Liberalismus, Jena 1927, S. 29.

¹¹⁾ Weigl, Hygiene und Fremdenverkehr, Druckschrift.

¹²⁾ G. g. Nave, Die schlesischen Bäder in ihrer volkswirtschaftlichen Bedeutung (Verkehr und Bäder Nr. 5 vom 1. 2. 1928).

ten und Kriegsbeschädigten zugänglich gemacht wurden ¹³⁾. In der starken Inanspruchnahme der verbilligten Heilverfahren in deutschen Bädern und Kurorten ist ein Aktivposten zur Hebung der Arbeitsleistung zu erblicken, da hierdurch Kräfte für die produktive Arbeit wiedergewonnen werden, die sonst behindert oder lahmgelegt blieben. Der potentielle Reichtum Deutschlands erfährt also mittelbar auf diese Weise durch den Fremdenverkehr in der Förderung der Gesundheit und Arbeitsfreude nicht geringe Bereicherung.

¹³⁾ G g. S c h m i d t, Die Deutschen Bäder als Aktivposten in der deutschen Handelsbilanz (Industrie- und Handelszeitung Nr. 70 vom 22. 3. 1928).

4. Kapitel.

Der Fremdenverkehr in seinen Beziehungen zur Volkswirtschaft im besonderen.

1. Fremdenverkehr und Gesamtstaat (Deutschland).

(Bedeutung des transfrontialen Fremdenverkehrs.)

Die Frage, welche Bedeutung der Fremdenverkehr für den Staat habe, könnte man auch so formulieren, wie weit er zur Steigerung des Volkswohlstandes beitrage. Sombart gibt darauf die Antwort, wenn er sagt, daß der Fremdenverkehr so weit wohlförderungswirke, als er irgendwelche produktiven Kräfte belebe, die ohne ihn geschlummert hätten¹⁾. Diese Funktion tritt beim Ausländerverkehr infolge des Zuflusses von fremdem Volkvermögen und der damit verbundenen günstigen Beeinflussung der Zahlungsbilanz unmittelbar und am klarsten zutage.

Das Problem der Aktivierung der Zahlungsbilanz beruht nicht allein darin, daß ein Ausgleich notwendig geschaffen werden muß, sondern es handelt sich auch darum, wie er mit den geringsten Opfern für die allgemeine Volkswohlfahrt erreicht werden kann.

Der Ausländer erhält zwar für seine Zahlungsmittel auch Werte, aber sie beruhen meist in Diensten und heimischen Produkten. Die erwachsenden Unkosten werden dabei um so eher aufgewogen, je mehr die Neigung besteht, die Rente im Preise mitzuentgelten, welche Kur- und Badeorte aus der Schönheit ihrer Natur oder der Heilkraft ihrer Quellen oder die Städte aus ihren besonderen Vorzügen als Kultur- und Wirtschaftszentren zu ziehen wissen²⁾. Soweit die durch den Ausländerverkehr gesteigerte Nachfrage nicht erhöhte Einfuhr nach sich zieht, wodurch der nationale Gewinn geschmälert würde, bleibt das hereingeflossene Geld die ganze Wirtschaft befruchtend im Lande. Das Bild vom

¹⁾ W. Sombart, Bäderproblem, a. a. O. S. 1.

²⁾ Max Kraus, Grundlagen des Fremdenverkehrs, a. a. O. S. 50. Er spricht von einer Gelegenheit zu kompensationslosem Verdienste.

Gebirgstale wiederholt sich hier in größerem Rahmen. Der Kreis der Nachfragenden erweitert sich, der Absatz wird erleichtert für Güter, für die sonst unter Umständen der schwierige Weg des Exports gesucht werden müßte.

Der Absatzmarkt wird aber auch ausgedehnt auf an sich nicht exportierbare Werte, auf Natur- und Kulturschätze, die erst dann für die allgemeine Volkswohlfahrt nutzbar gemacht werden, wenn sie von weiteren Kreisen, besonders auch aus dem Ausland, an Ort und Stelle genossen werden. Der durch den Ausländerverkehr erhöhte Zuspruch hilft mit die in den Besuchsgebieten vorhandenen Kapitalsanlagen rentabler zu gestalten und der Arbeitslosigkeit wenigstens über die Saisonzeit zu steuern.

Da der Ausländer ferner mit den dem Besuchslande eigenartigen Produkten bekannt und vertraut gemacht wird, sie unter Umständen noch später begehrt und in seinem Lande weiterempfiehlt, wirkt er exportanregend, was in der Zeit der heutigen Absatznot hoch zu schätzen ist. Wenn Mataja von der Reklame sagt³⁾: „Wertvoll für die Gestaltung der Ausfuhr ist es, einem fremden Lande zu bieten, was den dortigen Gewohnheiten entspricht. Höher aber ist es zu veranschlagen, wenn es gelingt, den eigenen Besonderheiten Eingang zu verschaffen, Sinn und Wertschätzung für die eigenartigen, auswärts vielleicht nicht genügend gewürdigten Erzeugnisse des heimischen Gewerbefleißes und Bodens zu wecken, weil dieses dann höchstmögliche Geltendmachung der vorhandenen Anlagen und Kräfte gestattet“, dann ist der Fremdenverkehr in dieser Beziehung wohl als bestes Werbemittel anzusprechen. Da bei den hier in Betracht kommenden Gütern meist die Eigenart der Ausführung und die besondere Qualität für die Entfaltung effektiver Nachfrage entscheidend wirken, sind oft höhere Gewinne möglich.

Wer in volkswirtschaftliche Gedankengänge einzugehen vermag, wird schnell erkennen, daß der Ausländerverkehr im Grunde die gleiche Endwirkung für eine Volkswirtschaft zeitigt wie der Export. Er verschafft ihr Devisen als Mittel zur Ablösung bestehender Schulden oder als Anweisungen auf fremde Waren. In vieler Beziehung verdient er sogar den Vorzug, denn da der Fremde selbst hereinkommt, Nachfrage und Verbrauch an Ort und Stelle statt-

³⁾ Viktor Mataja, Die Reklame 4. Aufl., München 1926, S. 70. Man denke nur an die Erzeugnisse der Kunstgewerbe: Schnitzerei, Töpferei, Geigenmacherei usw. im bayrischen Hochland, an die Uhrenindustrie im Schwarzwald und in der Schweiz, an die landwirtschaftlichen Produkte des Allgäus usw.

finden, kommen manche Unkosten wie Fracht, Versicherung in Wegfall, die sonst meist der Exporteur auf sich nehmen muß, um konkurrenzfähig zu bleiben ⁴⁾). Das Rohstoffproblem entfällt zum größten Teil und andere Schwierigkeiten des Exports bleiben erspart, wie sie liegen im Studium der ausländischen Märkte und in der Herstellung der Verbindung mit ihnen, in der Anpassung der Waren an den fremden Geschmack. Da sich außerdem im Fremdenverkehr die Geschäfte fast durchwegs gegen Barzahlung abwickeln, entfallen auch die Sorgen um die Kreditfähigkeit der Kunden ⁵⁾).

So propagiert der Fremdenverkehr aus dem Ausland nicht nur den für die Förderung des Volkswohlstandes nötigen Export, sondern er wirkt in ähnlicher Weise selbst wie dieser, ja ersetzt ihn auch dann, wenn Ausfuhr gar nicht möglich wäre.

Die Meinung, daß der Ausländerbesuch für die Zahlungsbilanz deswegen keine besondere Bedeutung habe, da ja dem aktiven Verkehr in Deutschland ein noch stärkerer passiver Verkehr gegenüberstehe, geht irre. Es kommt vor allem auf die Größe des Unterschieds an. Dieser würde weit mehr zu Deutschlands Ungunsten ausfallen, wenn der Ausländerstrom ausbliebe und nicht in Deutschland Grundlagen genug für gedeihlichen Fremdenverkehr vorhanden wären, die den Ausländer hereinzulocken und gleichzeitig die Neigung des eigenen Volkes zu Auslandsreisen einzudämmen vermögen. Schwer läßt sich abschätzen, welcher Saldo aus der Reiseverkehrsbilanz zu ziehen ist. Das zeigen schon die verschiedenen Ergebnisse der Schätzungsversuche, mit denen man sich begnügen muß, da eine amtliche statistische Aufnahme hierüber noch nicht stattfand ⁶⁾). Eine Schätzung über das jeweilige Ausmaß der Ausgaben, das selbst wieder von Person zu Person verschieden ist, muß erst recht auf schwachen Füßen stehen, solange nicht einmal die für weitere Berechnungen notwendige Grundzahl der Ein- und Ausreisenden selbst feststeht ⁷⁾).

⁴⁾ Friedrich Zahn, Fremdenverkehr und Zahlungsbilanz (Allg. stat. Archiv Bd. 16, Jena 1927, S. 434).

⁵⁾ Schwinck, Die Voraussetzungen des Fremdenverkehrs und seine Organisation (München-Augsburger Abendzeitung Nr. 87 vom 31. 3. 1926).

⁶⁾ Einen Anhaltspunkt bietet lediglich die Aufenthaltsdauer und der durchschnittliche Tageskonsum.

⁷⁾ Siehe Wirtschaft und Statistik 8. Jahrg. Nr. 5 S. 158, Die deutsche Zahlungsbilanz 1927. Wie wenig Beachtung bisher die deutsche Reichsstatistik dem Fremdenverkehr zollte, ersieht man daraus, daß er in dieser Zusammenstellung gar nicht eigens erwähnt wird und nicht ersichtlich ist, ob er im Posten „Kapitalübertragungen im Wanderverkehr“ mitberücksichtigt

In einer Beziehung gehen die Schätzungen meist einig, indem fast alle zu einem negativen Saldo gelangen. So errechnet das Institut für Konjunkturforschung, gestützt auf Angaben, die ihm von Reichsbahn, Reisebüros und aus Reederkreisen zur Verfügung gestellt sind, für die Jahre 1924 und 1925 eine Belastung der Zahlungsbilanz aus dem Reiseverkehr in der Höhe von 40 Millionen Mk.⁸⁾

Auch Zahn glaubt an einen Passivsaldo für Deutschland in der Höhe von 50 Millionen Mk. Daß er passiv sein müsse, erhelle schon aus einem Streifzug durch die Statistiken der drei Länder: Schweiz, Österreich und Italien von 1925, denen zufolge etwa 700 000 Deutsche sich in jenem Jahre dort aufgehalten haben⁹⁾.

Zu ungleich günstigeren Ergebnissen gelangt Arthur Heichen¹⁰⁾, der z. B. für 1927 einen Aktivsaldo von 135 Millionen errechnet. Die Verschiedenheit der Schätzungsergebnisse birgt indes

wurde. Schon die Tatsache, daß dieser Posten in den Jahren 1924 bis 1927 mit der gleichen Summe von 45 Millionen wiederkehrt, läßt einen Rückschluß zu, daß es sich nur um grobe Schätzungen handelt. Wenn es daher am Schlusse heißt, die Deckung des Passivsaldo von rund 2,7 Milliarden sei im einzelnen nicht festzustellen, sie könne erfolgt sein durch kurzfristige Kapital- und Vermögensübertragungen, so ist es leicht möglich, daß auch der aktive Fremdenverkehr einen größeren Anteil daran hat, als ihm zuerkannt wird.

⁸⁾ Vierteljahrshefte für Konjunkturforschung 1. Jahrg., Berlin 1926, Ergänzungsheft 2 S. 8. Bemerkenswert ist hierbei die Methode der Schätzung. Es wird für die ausländischen Geschäftsreisenden eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 3 Tagen und ein Tagesverbrauch von 15 Mk. angenommen, für die Vergnügungsreisenden eine Aufenthaltsdauer von 14 Tagen und ein täglicher Verbrauch von 20 Mk. Zu den so ermittelten Zahlen werden 33 $\frac{1}{3}$ % zugeschlagen für Einkäufe, die nicht in der Handelsstatistik erscheinen, weil sie im Reiseverkehr über die Grenzen gegangen sind. Ähnliche Behelfsmittel mußten dienen, um die Ausgaben der Reichsangehörigen im Ausland schätzen zu können.

⁹⁾ Fremdenverkehr und Zahlungsbilanz (Verkehr und Bäder Jahrg. 1926 Nr. 38 vom 22. 9. 1926). Natürlich kommt es nicht bloß auf die Zahl der Fremden, sondern auch auf die der Übernachtungen an, um ein klares Bild zu gewinnen. Sie bilden eine bessere Grundlage für weitere Berechnungen. Es geht auch nicht an, den aktiven und passiven Fremdenverkehr im Hinblick auf die volkswirtschaftliche Relevanz auf die gleiche Stufe zu stellen. So dürfte pro Person der Tagesaufwand, den Reichsdeutsche im österreichischen Nachbarland entfalten, wesentlich niedriger einzuschätzen sein als die täglichen Ausgaben, die z. B. das kaufkräftige amerikanische Publikum in Deutschland macht. — Wirtschaft und Statistik 7. Jahrg. 1927 S. 799. Von den 5,3 Millionen Ausländerübernachtungen, welche die österreichische Statistik für das Jahr 1926 aufweist, entfallen auf Deutschland 2,4 Millionen. Etwa 30 Millionen flossen so bei Annahme von etwa 12 Mk. Tagesaufwand allein nach Österreich.

¹⁰⁾ Arthur Heichen, Fremdenverkehr und Zahlungsbilanz (Verkehr und Bäder Jahrg. 1928 Nr. 49).

einen Beweis für die Mangelhaftigkeit der gehandhabten Methoden in sich.

Durch geschickte Förderung des Fremdenverkehrs dürfte es möglich sein, die Reisebilanz wesentlich zugunsten Deutschlands zu bessern. Das erhellt schon aus einer vergleichenden Untersuchung, die das amerikanische Handelsministerium für das Jahr 1926 angestellt hat ¹¹⁾, wonach der große Warenausfuhrüberschuß der Vereinigten Staaten (548 Millionen Dollars) völlig ausgeglichen wurde durch den Passivsaldo des Reiseverkehrs (617 Millionen Dollars). Wenn man ferner sieht, welche Summen die Schweiz, Italien und Frankreich aus dem Auslandsverkehr zu ziehen vermögen ¹²⁾, erkennt man die Notwendigkeit zielbewußter Förderung gerade für die schwer belastete deutsche Volkswirtschaft.

2. Fremdenverkehr und Einzelgebiet (Bayern und sein Hochland).

(Bedeutung des binnenländischen Fremdenverkehrs.)

Tritt bei der Betrachtung des Fremdenverkehrs gegenüber dem Staatsganzen die Bedeutung des Ausländerverkehrs in den Vordergrund, weil er unmittelbar fremdes Volksvermögen hereinbringt, während der binnenländische Verkehr mehr als bloße Verschiebung erscheint, so erfährt dieser hinsichtlich der wirtschaftlichen Auswirkung im Inland und in den besonders bevorzugten Gebieten erhöhte Würdigung. Seine größere Bedeutung beruht vor allem in der zahlenmäßigen Überlegenheit — der Ausländerverkehr macht in Deutschland nur 5—6% des Gesamtverkehrs aus — und in der darin liegenden gesteigerten Fähigkeit produktionsanregend, markterweiternd und ausgleichend auf die regionale und personale Verteilung zu wirken ¹³⁾.

¹¹⁾ Max Sering, Deutschland unter dem Dawesplan, München 1926, S. 212; E. Marcus, Der Fremdenverkehr, unsere unsichtbare Ausfuhr (Industrie- und Handelszeitung Nr. 50 vom 28. 2. 1928).

¹²⁾ Erich Gebert, Fremdenverkehr und Zahlungsbilanz, Salzburg 1928, S. 10. Er gibt den Aktivsaldo der Schweiz mit 200 Millionen Fr. für 1927 an, wodurch 40% des Handelsbilanzpassivums gedeckt werden. Für Frankreich werden die Einnahmen für 1927 auf 1400 Mill. Mk. und für Italien auf 600 Mill. Mk. geschätzt (Industrie- und Handelszeitung Nr. 25 vom 1. 2. 1927). Nach einer Finanzrede des Grafen Volpi wurde in Italien 1926 der Einfuhrüberschuß von 3,4 Milliarden zu $\frac{1}{3}$ aus dem Fremdenverkehr gedeckt. 1925 sollen diese sogar 3 Milliarden betragen haben.

¹³⁾ Da sich in dieser Hinsicht die Wirkung des Ausländerverkehrs von der des Inländerverkehrs artgemäß nicht unterscheidet, kann sie in gleichem Zuge mit jener betrachtet werden. Die zahlenmäßige Minderheit der Ausländer wird durch deren stärkere Kaufkraft etwas ausgeglichen (siehe Tabelle 9).

Wie gerade in letzter Hinsicht in Deutschland der Fremdenverkehr eine wichtige Funktion zu erfüllen hat, zeigt ein Blick auf die ungleiche Verteilung wirtschaftlicher Produktionsvorteile. Deutschland hat ausgesprochene Industriezentren, wo sich bei vorhandenen Naturschätzen Kapitalreichtum und Arbeitskräfte zusammenballen, es hat weniger begünstigte Agrargebiete und am schlechtesten wäre es wohl in den Gegenden um die wirtschaftlichen Verhältnisse bestellt, die zwar reich an Naturschönheiten sind, aber in der Regel zu wenig Produktionsgrundlagen besitzen, wenn nicht hier durch den Fremdenverkehr ein Ausgleich geschaffen worden wäre.

Wie stünde es z. B. um das bayrische Alpenland, wenn ihm der wirtschaftliche Segen des Fremdenverkehrs fehlte und dadurch nicht jene Kräfte wirksam würden, die aus den Industriezentren, den Großstädten Geld dorthin bringen und wirtschaftliches Leben entfachen, wo sonst bedürftige Bevölkerung gezwungen wäre, Menschen zu exportieren oder Waren — verfertigt vielleicht bei mühevoller Heimarbeit — weil der Boden sich nicht zur Genüge das abringen läßt, was zum Leben für alle notwendig ist? Wie ein Schutzzoll schlummernde Produktivkräfte ins Leben zu rufen vermag, so hat der Fremdenverkehr hier wirtschaftsbelebend gewirkt, neue Gewerbe erstehen lassen, andere unmittelbar und mittelbar gefördert.

Mit Recht wird daher behauptet, daß zwar auch in Bayern der industrielle Aufschwung seit der Reichsgründung sich bemerkbar gemacht habe, daß aber seine Entwicklung infolge der Entfernung vom Meere, der ungünstigen Lage zu der Kohlenbasis, zu den Standorten des Bergbaus und der Schwerindustrie, infolge des Mangels bedeutender Wasserstraßen, des Fehlens eines größeren Hinterlandes nicht habe Schritt halten können mit den übrigen Teilen des Reiches ¹⁴⁾. Jedoch sei von altersher ein gewisser Ausgleich für die anderswo mächtig vordrängenden industriellen Impulse geschaffen worden in der Pflege von Kultur, Kunst und Wissenschaft, vor allem aber durch die Anziehungskraft der Naturschönheiten des bayrischen Hochlandes ¹⁵⁾. Die Alpen, früher nur ein Hemmnis für die Entwicklung von Handel und Verkehr, wurden durch den Fremdenstrom, den sie alljährlich nach Bayern locken, eine Quelle des Wohlstandes für das ganze Land.

¹⁴⁾ Das Stat. Reichsamt liefert beweiskräftiges Material für das wirtschaftliche Zurückbleiben Bayerns. Siehe Anhang Tabelle 1.

¹⁵⁾ Vgl. Sonderbeilage zur Zeitschrift Der deutsche Süden, München 1927, Heft 11 S. 4.

Der bayrische Staat selbst bezieht unmittelbare und mittelbare Einnahmen durch den Fremdenverkehr. Waren es früher vor allem die durch den gesteigerten Verkehr erhöhten Einnahmen aus der Eisenbahn und Post, die nun dem Reiche zugute kommen, so sind es heute noch die direkten Einkünfte aus der staatlich betriebenen Seenschifffahrt, den vier staatlichen Bädern und aus dem Besuch der Schlösser und sonstigen Sehenswürdigkeiten ¹⁶⁾).

Besonders hoch aber sind die mittelbaren Einnahmen zu veranschlagen, die dem Staat in Form höherer Steuern zufließen. Etwa 300 Millionen Mk. Bruttoumsatz und 500 Millionen Mk. in der Fremdenverkehrsindustrie investiertes Kapital sind für Bayern keine verachtenswerten Steuergrundlagen ¹⁷⁾. Zwar deutlich erkennbar, doch zahlenmäßig schwer festzustellen ist der Nutzen, welcher der bayrischen Volkswirtschaft durch die wirtschaftsbelebende Kraft des Fremdenverkehrs erwächst. Ein ungefähres Bild davon ergeben die statistisch ermittelten Zahlen der Fremden und ihrer Übernachtungen ¹⁸⁾).

Der Wichtigkeit und Stoßkraft des Fremdenverkehrs speziell für die bayrische Wirtschaft wird man aber erst gerecht, wenn man bedenkt, daß der größte Anteil der Fremden Bayerns aus dem übrigen Deutschland stammt. Wie der Ausländerverkehr für den Gesamtstaat von einer besonderen Bedeutung ist, erhält dieser Fremdenstrom für die bayrische Wirtschaft eine besondere Note gegenüber dem bloßen innerbayrischen Verkehr ¹⁹⁾).

Wenn Ziel aller Volkswirtschaftspolitik Steigerung der Produktionsfähigkeit zwecks Hebung der gesamten Volkswohlfahrt ist, so trägt der Fremdenverkehr nicht unwesentlich hierzu bei, indem er erweiterte Basis für wirtschaftliche Betätigung gerade in den Gegenden schafft, die sonst mehr oder weniger wirtschaftlich darniederliegen würden. Dazu gehört vor allem das zu den statistischen Beispielen herangezogene bayrische Hochland.

¹⁶⁾ Adolf Moser, Die wirtschaftliche und finanzielle Bedeutung des Fremdenverkehrs für Land und Gemeinden, 1927, S. 23. Der Voranschlag für die Reineinnahmen aus den 4 staatlichen Bädern erreichte im bayrischen Haushaltplan für 1925/26 die Höhe von 332 000 Mk., ein Gewinn, der den aus den Berg-, Hütten- und Salzbergwerken und den aus der Münzanstalt weit übertrifft.

¹⁷⁾ Sch w i n k, Fremdenverkehr und Staat, Denkschrift, München 1926.

¹⁸⁾ Der Fremdenverkehr 1926, Zeitschrift des Stat. Landesamts, 59. Jg. 1927, S. 191. Siehe auch Anhang Tabelle 8, 11.

¹⁹⁾ v. Schullern a. a. O. S. 440. Je enger weiterhin der Kreis der Betrachtung gezogen wird, um so mehr treten die mehr volkswirtschaftlichen gegenüber den rein privatwirtschaftlichen Gesichtspunkten zurück.

Wer je diese Gegend durchstreift, der merkt es allenthalben in den vom Fremdenverkehr bevorzugten Plätzen an der Wohlhabenheit, die ihm entgegentritt, daß hier eine besondere Kraft wirksam sein muß, die vielen, wenn nicht gerade eine Existenzgrundlage, so doch erwünschte Einkommensmehrung bietet und verhindert, was sonst zur Notwendigkeit würde, daß Menschen auswandern, mehr Waren unter ungünstigeren Bedingungen ausgeführt werden und sich die Bewohner mit bescheidenster Lebenshaltung begnügen müßten ²⁰⁾.

3. Fremdenverkehr und Gemeinden.

Wenn sich die Gemeinden früher als der Staat um den Fremdenverkehr gekümmert haben, ist das der natürliche Gang der Entwicklung; denn die Auswirkungen einer bewegenden, belebenden Kraft werden immer zuerst im engeren Kreis empfunden, ehe sie für den weiteren Verband fühlbar werden ²¹⁾.

Die Einnahmen der Gemeinden gliedern sich analog denen des Staates in unmittelbare und mittelbare. Von den direkten Abgaben wird zwar aus Konkurrenzrücksichten möglichst Abstand genommen, da sie bei den Fremden schnell das Gefühl erwecken Ausbeutungsobjekt zu sein, und ihn leichter geneigt machen, die örtlichen Einrichtungen nachteilig zu kritisieren. Zudem ist die Erhebung umständlich, führt zu Nichtanmeldung und damit zu mangelhafter Statistik ²²⁾. Aber ganz können die Kurorte bei der Fülle der Mehraufgaben, die ihnen gegenüber anderen Gemeinden erwachsen, der unmittelbaren Abgaben doch nicht entraten.

Die Mehrbelastung besteht darin, daß die Verwaltung mit Rücksicht auf Schaffung, Sicherung und Förderung der notwendigen Grundlagen eines gedeihlichen Fremdenverkehrs ausgeübt werden muß. Es gilt für günstige Verkehrsverhältnisse, für Ruhe und Sicherheit, Sauberkeit und gute hygienische Verhältnisse zu sorgen, sowie die Anziehungspunkte des Ortes und seiner Umgebung zu erhalten und zur besten Geltung zu bringen. Selbst kleinere Orte müssen zuweilen Einrichtungen schaffen, an die sie sonst nicht denken könnten, wie Kanalisation, asphaltierte Straßen usw.

Diesen Mehraufgaben entspricht natürlich ein Mehr an erforderlichem Aufwand. Der Staat hat der besonderen Lage der

²⁰⁾ Siehe oben Teil I Kap. 3 S. 13, ferner Tabelle 2.

²¹⁾ Adolf Moser a. a. O. S. 23.

²²⁾ H. Schneider, Hebung des Fremdenverkehrs (Zeitschrift für Kommunalwissenschaft Jahrg. 1925 Nr. 4 S. 154).

Kurorte Rechnung getragen durch die gesetzliche Berechtigung, „Kurtaxen“ oder „Kurabgaben“ zu erheben²³). Diese Abgaben bedeuten ja infolge ihrer Zweckbestimmung²⁴) keine unmittelbaren Vorteile der Gemeindekasse, also auch keine Sonderbegünstigung gewisser Gemeinden, zumal in der Regel nicht einmal alle dem Kurverkehr zugute kommenden Ausgaben daraus bestritten werden können²⁵). Ferner kann die Kurtaxe nicht beliebig hoch gesetzt werden, da auch hier das Gesetz der Konkurrenz waltet, wonach sich der Käufer nach den geringsten Kosten orientiert. Zu hohe Abgaben lenken nach anderen Orten ab. Endlich ist die Erhebung nicht gleichmäßig durchführbar, da viele Ermäßigung oder Befreiung genießen, andere sich durch Unterlassung der Anmeldung der Abgabepflicht entziehen²⁶).

Die Kurtaxe trägt also in gewissem Maße die Mängel unmittelbarer Abgaben an sich. Doch hat sie durch die staatliche Sanktionierung und die fast allseitige Einführung in größeren Kurorten den Charakter eines Ausbeutungsmittels verloren. Die Fremden sehen die Berechtigung einer Kurtaxe um so eher ein, als ihnen tatsächlich dafür etwas geboten wird.

Daneben erheben manche Orte noch die Kurförderungsabgabe von den Nutznießern des Fremdenverkehrs. Jede Gemeinde wird, wenn anders sie nicht kurzsichtige Politik betreiben will, sie wieder für Fremdenverkehrszwecke, insbesondere für die Werbung verwenden. Sie ist daher ebensowenig wie die Kurtaxe als unmittelbarer finanzieller Vorteil anzusehen²⁷). Obwohl beide Abgaben oft wesentliche Beträge erbringen²⁸), so müssen die Gemeinden doch häufig beträchtliche Mehrausgaben zugunsten des Fremdenverkehrs aus eigener Kasse bestreiten. Sie tun es dann in der kaufmännischen Erwägung, daß der Fremdenverkehr ein Geschäft darstellt, in das vorher Kapital investiert werden muß, um später um so größeren Nutzen direkt oder indirekt in Form erhöhter Steuereingänge und von Mehreinnahmen der gemeindlichen Erwerbsanstalten ziehen zu können.

²³) Max Mathias, Artikel „Kurtaxe“ (Handwörterbuch der Kommunalwissenschaften Bd. 3, Jena 1924, S. 208); Kurtaxen sind Geldleistungen, die in Kurorten gefordert werden, um die Ausgaben der für Kurzwecke getroffenen Einrichtungen zu decken.

²⁴) K. Kühne, Das Recht der Kurtaxe, Breslau 1912, S. 66 f.

²⁵) Adolf Moser a. a. O. S. 13.

²⁶) Josef Rompel a. a. O. S. 210.

²⁷) Adolf Moser a. a. O. S. 13.

²⁸) Siehe Anhang Tabelle 6.

Die Entwicklung hat gezeigt, daß sich die Gemeinden in der Hoffnung auf reichere Erträgnisse durch den Fremdenverkehr nicht getäuscht sahen. Darüber geben besonders Vergleiche mit den Steuereingängen gleich großer Gemeinden ohne Fremdenverkehr lehrreiche Aufschlüsse²⁹⁾. Der Aufenthalt einer beträchtlichen Anzahl von Kurgästen als Nurverbraucher wirkt sich nicht unbedeutend in einer Umsatzbelebung aus³⁰⁾. Ob nun die Ortsbewohner die gebotenen Verdienstmöglichkeiten als Existenzgrundlage (Gastwirtschafts- und Beherbergungsgewerbe, Bergführer usw.) oder als willkommenen Nebenerwerb (Zimmervermietung) genießen, immer werden auch die übrigen Gewerbe davon Nutzen ziehen, denn die Ausgaben der Fremden laufen von Hand zu Hand, befruchten das Wirtschaftsleben des Ortes, der ganzen Gegend, und letzten Endes findet die erhöhte Verwertung der Produktionsfaktoren Natur, Arbeit und Kapital ihren Ausdruck in allgemein gesteigertem Wohlstand und höheren Steuereingängen³¹⁾.

Kann auch nicht im einzelnen gesagt werden, wieweit diese erhöhten Steueraufkommen gerade dem Fremdenverkehr oder etwa anderen Umständen zu verdanken sind, so läßt das durchwegs starke Hervortreten der Gemeinden mit größerem Fremdenverkehr keinen Zweifel über dessen überragende Bedeutung zu.

Ein Versuch, die Distriktsfinanzen Südbayerns von diesem Standpunkt aus zu beleuchten, hat Karl Schweninger zu dem Ergebnis geführt, daß die Distrikte im Fremdenverkehrsgebiete den weitaus größten Anteil an dem Zuwachs des Steuersolls haben. Er stellt fest, daß dieser in den 37 Distrikten Oberbayerns für die Jahre 1895—1909 zu mehr als 95% auf diejenigen Distrikte entfällt, die nennenswerten Fremdenverkehr haben und auch im Kreise Schwaben treffen 80% des Steuersollzuwachses der 33 Distrikte

²⁹⁾ Siehe Anhang Tabelle 5.

³⁰⁾ Siehe Anhang Tabelle 3 u. 4.

³¹⁾ Durch den Fremdenverkehr verringern sich ferner wenigstens für die Saisonzeit die Beiträge für die Arbeitslosenfürsorge, welche die Gemeindekassen heute so schwer belasten, hängen doch gerade die Erwerbszweige, welche sehr hohe Ziffern an Erwerbslosen aufzuweisen pflegen (Angestellte des Gast-, Nahrungsmittel-, des Baugewerbes und des Handels) eng mit dem Gedeihen des Fremdenverkehrs zusammen. Man könnte zwar dem entgegenhalten, daß gerade der Saisoncharakter des Fremdenverkehrs diesen Zustand mitverschuldet habe, doch erfolgt die Einstellung in der Regel nur für die Saisonzeit, wodurch die Arbeitsmärkte anderer Gemeinden entlastet werden. In Berchtesgaden allein wird alljährlich saisonmäßige Einstellung von 600 bis 700 Personen erforderlich (Bacherer a. a. O. S. 78).

auf die wenigen ($\frac{1}{3}$) Distrikte, die einen starken Fremdenverkehr haben ³²⁾.

Außer den größeren Einkommensteueranteilen der Kurorte fallen besonders die höheren Eingänge der Vergnügungs- und Getränkesteuer ins Gewicht. Unterschiede von 5 bis 10 000 Mk. und mehr in einem Jahr bedeuten für die verhältnismäßig kleinen Gemeinden einen wichtigen Posten im Haushalte ³³⁾.

Von den anderen Vorteilen, welche die Gemeindekassen aus dem Fremdenverkehr ziehen, sei hervorgehoben der erhöhte Umsatz der gemeindlichen Werke. In der Hochsaison macht der Mehrverbrauch an Strom und Gas nicht selten über 50% aus. Endlich wären noch die Mehreinnahmen aus Schlachthausgebühren, Wasserzinsen, städtischen Badeanstalten, sowie die gesteigerte Inanspruchnahme der mit Gebühren belasteten Verwaltungstätigkeiten: Grenzschein- und Paßausstellung usw. ³⁴⁾ zu nennen.

Ein besonderer Vorzug dieser Mehreinnahmen der Gemeinden beruht darin, daß sie nicht durch ebensoviel größere Ausgaben für die Verwaltung aufgewogen werden, das Plus somit der Gesamtheit zugute kommt, den Wohlstand im allgemeinen hebt und so auf indirekte Weise auch den nicht unmittelbar am Fremdenverkehr Interessierten ein Vorteil erwächst. Endlich haben an der Verschönerung eines Ortes, die zur Hebung des Verkehrs geschieht, die Einwohner selbst Freude und Genuß.

Den nachhaltigsten Nutzen ziehen die Kurorte, wenn es ihnen gelingt Fremde zur dauernden Ansiedlung zu bewegen. Sie gewinnen dadurch steuerkräftige und zahlungsfähige Gemeindeangehörige.

Die Bevölkerungszunahme, die gerade in Fremdenverkehrsgemeinden nachweisbar ist ³⁵⁾, während andere Gegenden agrarischen Charakters ohne Fremdenverkehr sogar Bevölkerungsabnahme aufweisen, hat ihren Grund teils in solchen Übersiedlungen, teils aber ist sie der Ausdruck dafür, daß durch den Fremdenverkehr erhöhte Verdienstmöglichkeit gegeben ist, eine Abwanderung nach auswärts nicht zur Notwendigkeit wird, ja Zuwandernde noch Broterwerb finden können.

³²⁾ Karl Schweninger, Das Steuersoll in unserem Fremdenverkehrsgebiet (Mitteilungen des Vereins zur Förderung des Fremdenverkehrs in München und im bayrischen Hochland Nr. I Jahrg. 1912).

³³⁾ Adolf Moser a. a. O. S. 16.

³⁴⁾ Ebenda a. a. O. S. 17.

³⁵⁾ Siehe Anhang Tabelle 2.

Aus der Erkenntnis aller dieser vorteilhaften Wirkungen des Fremdenverkehrs ergibt sich für die Verwaltung der Gemeinden, in denen die Vorbedingungen für seine gedeihliche Fortentwicklung gegeben sind, nicht nur das Recht, sondern auch die Pflicht, ihn zum Besten der Gemeindeangehörigen nach Kräften zu fördern.

4. Fremdenverkehr und Gewerbe (insbesondere Hotel- und Gastwirtsgewerbe).

Die Hauptgrundlage eines gedeihlichen Fremdenverkehrs ist ein leistungsfähiges Hotel- und Gastwirtsgewerbe, denn guter Unterkunft und Verpflegung gelten auf Reisen die ersten Sorgen. Selbst in Gegenden, die eine reiche Fülle von Natur- und Kulturschätzen bergen, vermag sich ohne geeignete Unterkunfts- und Verpflegungsstätten kaum ein größerer Fremdenverkehr zu entfalten. Ihr Entstehen tritt mit dessen Entwicklung in engsten wechselseitigen Zusammenhang.

Besonders für den internationalen Verkehr ist das Vorhandensein von Hotels, die den Luxusbedürfnissen eines verwöhnteren Publikums gerecht werden, Voraussetzung³⁶⁾. Die Auslandsgäste wollen gewohnte Verhältnisse antreffen, und die Befriedigung ihrer Ansprüche gestaltet sich um so schwerer, je höher diese gestellt sind und je größer der Unterschied gegenüber den gehegten Erwartungen ist. Gerade der Umstand, daß die Hotels die persönlichsten Bedürfnisse der Reisenden zu befriedigen haben, sie oft den ersten und entscheidenden Eindruck beim Besucher zurücklassen und die Kritik über Unterkunft und Verpflegung nicht selten für die weitere Beurteilung des ganzen Landes maßgebend ist, macht die Hotels berufen, als Bahnbrecher der Kultur und des Verkehrs zu wirken³⁷⁾.

Wie überall im Wirtschaftsleben der gewaltige Aufschwung der letzten Jahrzehnte sich in einer starken — den Bedarf oft sogar überholenden — Zunahme von Unternehmungen aller Art äußerte, so konnte vielen auch die Gewinnchance nicht verborgen bleiben, welche mit der Erstellung und dem Betrieb von Unterkunfts- und Verpflegungsstätten an den vom Verkehr bevorzugten Plätzen verbunden schien. Hotels, Gasthöfe und Pensionen erstan-

³⁶⁾ K. Knappmann, Artikel „Hotelwesen“ (Handbuch des deutschen Fremdenverkehrs, Berlin 1927, S. 36); W. v. Deventer, Hotelgewerbe und Fremdenverkehr (Verkehr und Bäder Nr. 38 vom 16. 9. 1925).

³⁷⁾ Paul Damm, Das Hotelwesen (Natur und Geisteswelt Bd. 331, Leipzig 1910, S. 4).

den in großer Zahl, und je mehr der Sinn für Naturschönheiten erwachte, der Drang nach Erholung und Ruhe sich regte, um so weniger wurde das Risiko gescheut, allen Bauschwierigkeiten zum Trotz als Standort die hintersten Winkel der Gebirgstäler und schöne Aussichtspunkte zu wählen. Auf diese Weise waren viele Unternehmungen nicht immer erst die Folge, sondern im Gegenteil die Ursache des Verkehrs und damit der wirtschaftlichen Hebung einzelner Gegenden³⁸⁾.

Das Erstehen neuer Betriebe brachte aber auch für die reisende Welt selbst Vorteile, da sie neue Stätten gewann, welche für die Erholung und Stärkung der Volkskraft dienstbar wurden. Der zunehmenden Nachfrage stellte sich somit ein stärkeres Angebot gegenüber, was Preissteigerungen entgegenwirkte, bisherige Monopolbetriebe aus ihrer Sorglosigkeit herausriß und sie zu besseren Leistungen anspornte. Dieser Zwang der Konkurrenz, sowie die steigenden Bedürfnisse des modernen Reiseverkehrs haben in hohem Maße mitgewirkt, die Kurorte und die Hotels zu immer weiterer Vervollkommnung ihrer Einrichtungen anzuregen. Gerade die Vergnügungs- und Erholungsreisenden sind in der Regel sehr anspruchsvoll, dazu haben sie bei der scharfen Konkurrenz auch ein gewisses Recht, und je mehr besonders das Ausland sich bemüht, sie an sich zu ziehen, um so mehr ist das Schritthalten mit den Neuerungen der Zeit und Kultur gerade im Hotelgewerbe ein Gebot der wirtschaftlichen Entwicklung.

Ein schwer lösbares Problem ist es zuweilen, diesem inneren Zwange zu folgen und dabei doch die Gefahr einer falschen Kapitalinvestierung zu vermeiden. Selten steht nämlich sicher, ob sich der Mehraufwand in einem erhöhten Zuspruch der Fremden, bzw. in der Geneigtheit, höhere Preise zu bezahlen, auswirken wird. Das ist von besonderer Wichtigkeit vom privatwirtschaftlichen Standpunkt aus. Vom volkswirtschaftlichen aus ist bei einer Fehlinvestition immerhin noch der Vorteil einer umsatzfördernden Wirkung zu buchen, wenngleich jede verfehlte Kapitalsanlage auch volkswirtschaftlich Verlust bedeutet.

Aber auch ohne den durch die Konkurrenz verschärften Modernisierungszwang hat das Hotelgewerbe mit zahlreichen Gefahrenmomenten zu rechnen, die trotz persönlicher Tüchtigkeit der Unternehmer und Erfüllung aller sonstigen Vorbedingungen die Rentabilität eines Betriebes in Frage stellen können. Dazu gehört die Abhängigkeit von der Witterung. Ein verregneter Sommer, ein

³⁸⁾ H. Bieger, Interessengemeinschaft der Verkehrsvereine und des Hotelgewerbes („Deutschland“, Köln, Jahrg. 1916 Nr. 1 S. 21).

schlechter Winter erhöhen die Unkosten und ersticken die Möglichkeit eines Reingewinnes im Keime. Auch die Mode und Laune der Besucher³⁹⁾, wie die allgemeine Wirtschaftslage spielen eine nicht geringe Rolle. Dazu kommt als erschwerender Umstand, daß der Fremdenverkehr sich in der Regel saisonmäßig abwickelt und daher innerhalb weniger Monate Kapitalverzinsung, Amortisationsquote und die übrigen Unkosten erwirtschaftet werden müssen. Endlich drücken die Steuerlasten, die überhandnehmenden gemeinwirtschaftlichen Betriebe, sowie die trotz allem neu erstehenden Konkurrenzbauten die Rendite noch weiter herab⁴⁰⁾.

Man will sich jedoch im Hotelgewerbe nicht immer mit dieser Tatsache abfinden. Der spekulative Unternehmer glaubt sich jeweils mit seinem Projekt am besten Platze, hofft kraft seiner Regie jede Konkurrenz ausstechen zu können, und nur zu oft, aber dann zu spät, stellt sich der Rechenfehler heraus, wenn der Neu- oder Umbau fertig ist und alle Risiken und Belastungen zum Vorschein kommen. Dadurch wird auch der Kapitalswert der bereits bestehenden Bauten herabgedrückt, besonders wenn die erwartete Steigerung der Frequenz ausbleibt⁴¹⁾. In der Zurückhaltung in Bankkrediten liegt vielleicht noch der wirksamste Schutz gegenüber solchen Fehlinvestitionen.

Auf der anderen Seite aber ist gerade dieses Konkurrenzkampfes wegen und angesichts der steigenden Bedürfnisse eines verwöhnten Reisepublikums ein gewisser Grad Modernisierung zur günstigen Fortentwicklung des Fremdenverkehrs unerlässlich. Da durch ihn Ausländer nach Deutschland kommen und Reichsangehörige zum Bleiben im Inland veranlaßt werden, auf diese Weise also Volksvermögen vermehrt und erhalten wird, sollte der Staat hohes Interesse an dem Gedeihen der wichtigsten Grundlage, an einem blühenden Hotelgewerbe, haben.

³⁹⁾ Andere Gegenden und Plätze können plötzlich bevorzugt werden, wie z. B. Orte mit Badegelegenheit. Siehe unten S. 42, 77.

⁴⁰⁾ Hotelbaueinschränkung in der Schweiz. Neue Züricher Zeitung v. 6. 9. 1928. So kommt es, daß selbst im klassischen Lande des Reiseverkehrs, in der Schweiz, die Rentabilität im Hotelgewerbe vor dem Kriege nur $5\frac{1}{2}\%$ betrug.

⁴¹⁾ Robert Glücksmann, Das Gaststättenwesen, Stuttgart 1927, S. 145. Allein das Aufeinanderfolgen von zwei günstigen Jahren kann zu Neuinvestitionen verleiten, und in folgenden Fehljahren rächt sich dann die Verschuldung.

In der Schweiz hat man in Erkenntnis dieser Gefahren 1924 ein Bundesgesetz betr. Hotelbaueinschränkung erlassen, das sich so bewährt hat, daß der Fortbestand über die ursprünglich vorgesehene Dauer von 6 Jahren erwogen wurde (Neue Züricher Zeitung vom 6. 9. 1928).

Er darf vor allem nicht durch zu hohe Steuern die Rentabilität zahlreicher Betriebe gefährden und sich dadurch selbst eine ergebige Steuerquelle auf die Dauer abgraben ⁴²⁾, denn stets hat sich noch die Fortführung einer Überbelastung in einer Herabdrückung des Steuerleistungsniveaus ausgewirkt ⁴³⁾. Besonders werden die Steuern, die sich nicht nach dem Reinertrag richten und dem besonderen Charakter des Hotelgewerbes keine Rechnung tragen, drückend empfunden. Dazu gehört vor allem die Hauszinssteuer, die weder auf die kurze Betriebszeit, noch auf bereits eingetretene Verschuldung Rücksicht nimmt. Nicht an den Wirtschaftserfolg, sondern nur an äußere Merkmale knüpfen ferner Vermögenssteuer, Grundsteuer usw. an ⁴⁴⁾. Sie können ohne Rücksicht auf einen Erfolg, der gerade beim Hotelgewerbe wegen der Abhängigkeit von außerwirtschaftlichen Umständen sehr schwankend ist, zu entrichten sein, was dann zu höchst nachteiligen Folgen für den gesamten Fremdenverkehr führt. Sie verhindern selbst die notwendige Instandhaltung, da sich infolge der starken Anspannung aller Konkurrenzverhältnisse die Steigerung der Unkosten nur sehr schwer durch höhere Preisgestaltung abwälzen und ausgleichen läßt. Überschuldung der Unternehmungen und allmählicher Ruin, Übergang in die öffentliche Hand ⁴⁵⁾ oder Verwendung für andere Zwecke sind das Endresultat.

Dadurch schwindet aber auch gleichzeitig die Möglichkeit, mit der leichter vorwärtsschreitenden, da weniger belasteten Auslandskonkurrenz auf gleicher Stufe zu bleiben. Gerade die hierin beruhende Gefahr des Abströmens der Inländer in das leistungsfähigere Ausland und des Ausbleibens der Ausländer fordert daher auch vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus eine Revision der steuerlichen Belastung der Hotel- und ähnlicher Betriebe; denn ohne Rentabilität kann eine Bereitwilligkeit, die Unternehmungen lediglich im Interesse der nachfolgend abhängigen Schichten auf der Höhe zu halten, nicht erwartet werden.

Das Hotelgewerbe steht im Vordergrund aller Fremdenverkehrsgewerbe nicht so sehr des Gewinnes wegen, sondern vor

⁴²⁾ Hugo Bochum, Die Notlage des Deutschen Hotelgewerbes (München-Augsburger Abendzeitung Nr. 342 Jahrg. 1925).

⁴³⁾ Erich Gebert, Wirtschaftspolitik und Fremdenverkehr, Salzburg 1926, S. 24 (siehe unten Teil 2 Kap. 2 S. 77).

⁴⁴⁾ Besteuerung und Rentabilität der gewerblichen Unternehmungen (bearb. vom Stat. Reichsamte, Berlin 1928) S. 28 f.

⁴⁵⁾ Steuerbelastung und Saisonbetriebe (Verkehr und Bäder Nr. 49 vom 6. 12. 1926). Die steuerliche Erdrosselung führt zur Sozialisierung zahlreicher Betriebe.

allem wegen der großen Kapitalien, die hier festgelegt sind ⁴⁶⁾ und fortwährend investiert werden, wegen der großen Zahl der Beschäftigten, ferner wegen der allgemeinen Umsatzbelebung, da gerade die Einnahmen dieses Gewerbes in besonderem Maße anschließend weiteren Wirtschaftszweigen zugute kommen ⁴⁷⁾. Ein Niedergang des Hotelgewerbes wäre darum um so mehr zu beklagen, als er sich auch in den übrigen am Fremdenverkehr interessierten Gewerbebezügen stark auswirken würde und mit dem allmählichen Schwinden der wichtigsten Grundlage der ganze Fremdenverkehr eine empfindliche Einbuße erleiden würde ⁴⁸⁾. Eine breitere Darlegung der Lage des Schlüsselgewerbes erschien von diesem Gesichtspunkte aus am Platze.

Der Hotelier nimmt ein und in hundert Kanälen verteilt sich das Geld. Besonders findet die Landwirtschaft einen guten Abnehmer, wobei sich vielfach noch der Güterabsatz ohne kostspieligen Zwischenhandel vollzieht.

Durch die alljährlich notwendigen Reparaturen, sowie durch die Erweiterungs-, Neu- und Umbauten erfährt ferner das Bauwesen rege Belebung.

Direkte Einnahmen von den Kurgästen beziehen außer dem Unterkunfts- und Verpflegungsgewerbe noch eine Reihe anderer Berufe, vor allem Ärzte, Apotheker und Drogisten, Händler, Friseur, Photographen, Waschanstalten, Fahr- und Fuhrunternehmer usw. ⁴⁹⁾. Der Umsatz im Einzelhandel wird besonders durch den Bedarf an speziellen Reiseartikeln, Reiseproviant usw. gefördert. Nicht zu vergessen sind alle Arten Kunstgewerbe, für welche die Kurorte Märkte mit kaufkräftigem Publikum darstellen. Presse und Graphik ziehen außerdem Nutzen aus der Werbetätigkeit.

Für alle Gewerbe bedeutet der Fremdenverkehr Erweiterung des Marktes. Der Absatz und die Bekanntmachung mit den der Gegend eigenartigen Erzeugnissen wird erleichtert und Nachfrage auch für spätere Zeiten angeregt. Soweit die vom Fremden verbrauchten Güter nicht aus örtlicher Produktion stammen, läßt die Fremdenverkehrsindustrie die gesamte Wirtschaft des Landes am Gewinne teilnehmen, je mehr der Bezug der Güter im eigenen Lande gewährleistet ist.

⁴⁶⁾ Paul Weigl, Zur Fremdenverkehrsstatistik, Deutsches stat. Zentralblatt Nr. 3 Jahrg. 1913 S. 67. Die deutschen Hotelbetriebe repräsentierten im Jahre 1912 bereits ein Anlagekapital von 2 bis 3 Milliarden Mark.

⁴⁷⁾ M. Bacherer, Die Kurorte in den Finanzen der öffentlichen Körperschaften und ihre Bedeutung für die Volkswirtschaft, Berlin 1926, S. 76.

⁴⁸⁾ Mielenz, Steuerpolitik u. Saisonbetriebe (München-Augsburger Abendzeitung vom 9. 1. 1925).

⁴⁹⁾ A. Moser a. a. O. S. 19; W. Morgenroth a. a. O. S. 400 f.

5. Fremdenverkehr und Verkehrseinrichtungen.

Soll der Fremdenverkehr die wirtschaftsbelebende und markterweiternde Funktion erfüllen können, so bedarf er dazu einer weiteren Voraussetzung, ohne die er sich trotz Vorhandensein aller übrigen Grundlagen nur spärlich entwickeln würde, die er andererseits aufs kräftigste in ihrem Entstehen anregt und in ihrem Fortkommen fördert; es ist die eines gut organisierten Verkehrswesens.

Wo Verkehrsmittel fehlen oder unzulänglich sind, da bleiben Produktion und Absatz im wesentlichen auf den Markt der Umgebung beschränkt. Jeder Ausbau und jede Vervollkommnung bedeutet Vergrößerung des Raumes, über den hinweg dann die wirtschaftlichen Beziehungen um so reger werden, je mehr die vorhandenen Verkehrsgelegenheiten benützt werden.

Durch den Fremdenverkehr erfolgt eine starke Mehrbeanspruchung der Verkehrsmittel. Dadurch hilft er mit die Unkostenquote gegenüber dem Gesamtertrag herabzudrücken; Erweiterungen und Verbesserungen werden leichter möglich und Verbilligungen können eher Platz greifen, womit ein Ansporn gegeben wird für weitere Mehrbenützung.

So trägt der reisende Mensch einen Teil bei zur Vervollkommnung der Verkehrsmittel, an der er selbst großes Interesse hat. Das trifft nicht nur für den Personenverkehr, sondern auch in gewissem Maße für den Güterverkehr zu, denn abgesehen von der notwendigen, parallel laufenden Güterbeförderung bildet nicht allein der Geschäftsreisende, sondern oft auch der Vergnügungsreisende eine bewegende Kraft für späteren Gütertausch⁵⁰⁾.

Infolge der erhöhten Benützung der Verkehrsmittel durch den Fremdenverkehr ist der Zusammenhang zwischen Stadt und Land immer enger geworden, abgelegene Gegenden und Orte sind dem Verkehr erschlossen und dadurch erst richtig mit der übrigen Volkswirtschaft verflochten worden. Sombart weist auf einen weiteren daraus erwachsenden Vorteil hin, indem er ausführt⁵¹⁾: Man sei durch die Verkehrserleichterung freier in der Wahl des Zieles geworden, und durch die Erschließung entfernt gelegener Orte sei der Wettbewerb außerordentlich verschärft und die Monopolstellung bestimmter Plätze beseitigt worden. Auf höchste Leistungen werde sich das Streben aller Kurorte richten müssen, und das nicht zum Schaden der Fremden selbst.

⁵⁰⁾ Seyfert, Der Durchgangsverkehr („Deutschland“, Köln, Jahrg. 1910 Nr. 1 S. 20).

⁵¹⁾ Werner Sombart a. a. O., Bäderproblem.

Die engste Wechselbeziehung zum Fremdenverkehr besteht bei dem am meisten benützten Verkehrsmittel, der Eisenbahn. Wenn auch Verbindungsstrecken von größerer Bedeutung ihren Grund meist in tiefer liegenden Bedürfnissen der Wirtschaft haben, so finden doch spätere Ergänzungen des Verkehrsnetzes vielfach gerade unter dem Einflusse des Fremdenverkehrs statt⁵²⁾. Augenscheinlich verdanken ihm die typischen Fremdenbahnen, wie die Bergbahnen, ihre Entstehung, aber auch sonst läßt die voraussichtliche starke Benützung einer Verkehrseinrichtung durch die Fremden nicht selten schneller zu dem Entschluß gelangen, die erforderlichen Anlagen zu bauen.

Vervollkommnungen im Betriebe, sowie Besserung der Fahrpläne, Einschaltung von Ferien- und Sonderzügen, bestimmte Tarifgestaltungen, Ermäßigung für Gesellschaftsfahrten, Einführung der Sonntagskarten und Rundreisekarten, komfortablere Ausstattung des Wagenmaterials, sowie Einschaltung eigener Luxuszüge, sind Maßnahmen, die durchgeführt wurden um den Fremdenverkehr anzuregen. Alles, was weiterhin geschieht um Schnelligkeit, Bequemlichkeit, Sicherheit und Billigkeit zu heben, kann die Reiselust nur anregen; Reisedrang und Reisemöglichkeit stehen somit in reger Wechselwirkung.

Wie eng der Zusammenhang ist, zeigt nicht nur das Anschwellen der Einnahmen aus dem Personenverkehr in den Hauptreisemonaten Mai bis August, die dann rapide sinken, während die Einnahmen aus dem Güterverkehr stabiler bleiben⁵³⁾, sondern auch die Tatsache, daß die Bahneinnahmen der Fremdenverkehrsorte jene der übrigen mit gleicher Größe um ein beträchtliches übertreffen.

Ja, es läßt sich selbst eine Parallelität zwischen der Stärke des Fremdenverkehrs und der Höhe der Einnahmen aus dem Personenverkehr insofern feststellen, als sich z. B. die Abnahme des Fremdenverkehrs 1926 gegenüber 1925 in geringeren Einnahmen der Eisenbahnstationen größerer Kurorte ausdrückte⁵⁴⁾. Bei auffällig gleichmäßigen Schwankungen gegenüber den übrigen Orten ohne Fremdenverkehr sind diese Rückschlüsse berechtigt, während sonst zu beachten wäre, daß auch Ursachen allgemeiner wirtschaftlicher Art zugrunde liegen können, da ja die Fremdenverkehrsbewegung als solche in den Zahlen der Eisenbahnstatistik nicht gesondert hervortritt. Dieses ist nur bei einigen Einrich-

⁵²⁾ v. Schullern a. a. O. S. 455.

⁵³⁾ Zollinger, Bilanz der internationalen Wertübertragungen (Probleme der Weltwirtschaft, Jena 1917, Nr. 18 S. 71).

⁵⁴⁾ A. Moser a. a. O. S. 24 (siehe Anh. Tabelle 7).

tungen der Fall, wie bei Ferien- und Bädersonderzügen, Wintersportzügen, Bergbahnen usw. Auch die Benützung typischer Fremdenverkehrslinien läßt Rückschlüsse zu ⁵⁵⁾.

In ähnlicher, nur nicht so stark ausgeprägter Wechselwirkung steht der Schiffverkehr zum Fremdenverkehr. Auch hier verdanken ihm gewisse Einrichtungen ihr Entstehen, man denke nur an den Vergnügungsverkehr auf Flüssen und Binnenseen in Deutschland (Rhein und Donau, Bodensee, Starnberger und Königssee usw.). Der Ost- und Nordsee- sowie der transozeanische Verkehr erfahren insbesondere durch den Verkehr von und nach dem Ausland Belebung. Fördernd hat sich hier vor allem die Einführung der 3. Klasse ausgewirkt, sowie die Erstellung neuer Riesenbauten durch die deutschen Schifffahrtsgesellschaften, denn gerade für die Hebung des Ausländerverkehrs nach Deutschland ist es wichtig, daß die Fahrten mit auf der Höhe der Technik stehenden deutschen Dampfern unternommen werden können. Auf ihnen kann außerdem wirksamste Werbung für Deutschlandfahrten unternommen werden, schon weil sie selbst ein wertvolles Werbemittel darstellen.

Wo eine Eisenbahnanlage zunächst nicht möglich ist, sei es aus technischen oder finanziellen Gründen, aber ein regelmäßiges Verkehrsbedürfnis besteht, dient vielfach der Motoromnibusverkehr als Hilfsmittel. Eine Reihe von Orten wurde durch diese neue organisierte Verkehrsgelegenheit im Anschluß an das Eisenbahnnetz besser zugänglich gemacht und konnte so der Vorteile eines wachsenden Verkehrs teilhaftig werden. Manchmal mag die besonders starke Beanspruchung durch die Fremden ausschlaggebend werden bei Erwägungen, ob eine Bahnanlage durchzuführen sei, weil die Rentabilität gesicherter erscheint. Es ist kein Zufall, daß sich von den Motorpostlinien Bayerns gerade die im bayrischen Hochland am besten rentieren ⁵⁶⁾. Sie haben den Fremdenverkehr aufs lebhafteste angeregt und in die abgelegensten Gegenden geleitet.

Auch der übrige Autoverkehr belebt den Fremdenverkehr, denn die Möglichkeit freizügiger Fahrten bildet jederzeit Anreiz zum Besuch der nahen und fernerer Umgebung. Beliebte Ausflugsgebiete werden besonders über den Sonntag hin das Ziel vieler Städte, und die vor allem durch den Autoverkehr ins Leben gerufene Wochenendbewegung schafft auch außerhalb der eigent-

⁵⁵⁾ Ernst Schaller, Beitrag zur ökonomischen Eigenart der Fremdenverkehrslinien, Berner Diss. 1921 S. 23, passim. Ihre Rentabilität ist vollständig abhängig vom Fremdenverkehr.

⁵⁶⁾ Max Krauß a. a. O. (Grundlagen) S. 49.

lichen Saisonzeit für die bevorzugten Ausflugsziele Ertragsmöglichkeiten. Unabhängig von Fahrplan und Station flutet der Verkehr von Ort zu Ort, macht bald da, bald dort halt und läßt dem Lande von dem Einkommensstrom der Städte einen Teil zukommen. Allerdings hat gerade die überhandnehmende Motorisierung des Verkehrs auf anderer Seite die Struktur des Fremdenverkehrs in nachteiliger Weise beeinflußt. Sie bringt vielfach eine Verkürzung der Aufenthaltsdauer mit sich und damit eine empfindliche Einnahmekürzung der bisher auf längeren Aufenthalt der Fremden eingestellten Orte, die nunmehr zu Durchgangspunkten herabsinken⁵⁷⁾.

Daß sich infolge des zunehmenden Autoverkehrs die übrigen Verkehrsmittel einer gefährlichen Konkurrenz entgegenstemmen mußten, wirkte sich zugunsten der Fremden in einer Darbietung größerer Reisebequemlichkeiten von dieser Seite her aus.

Das idealste Verkehrsmittel stellt endlich, was Schnelligkeit und Bewegungsfreiheit anbelangt, das Flugzeug dar. Die Zeiteinsparung gestattet dem Reisenden längeres Verweilen am Ziele oder die Aufnahme mehrerer Orte in den Reiseplan. Eine größere Bedeutung wird der Luftverkehr aus diesem Grunde allerdings nur für die aus beruflichen und geschäftlichen Gründen Reisenden erlangen, da diese mehr Wert auf Beschleunigung legen. Der Vergnügungsreisende hat ja Zeit, für ihn ist es zunächst noch der Reiz der Neuheit, der ihn anspricht, eine Luftreise zu machen. Man kann sich die Weiterentwicklung etwa so denken, daß ein großer Teil der weiten Reisen mittels des schnelleren und bequemeren Luftdienstes geschehen wird⁵⁸⁾. Sicher steht zu erwarten, daß durch den Luftverkehr der internationale Verkehr starke Impulse erhält, und je mehr es gelingen wird, die Länder und Erdteile durch schnellste Raumüberwindung zusammenzufassen, um so reger wird auch der Austausch von Gästen zwischen ihnen sein⁵⁹⁾. Brücken werden geschlagen von Land zu Land und die Nationen einander näher gebracht.

Hauptaufgabe des Flugdienstes wird es noch sein, Rauminhalt und Tragfähigkeit den Bedürfnissen eines stärkeren Verkehrs anzupassen, vor allem aber das Gefahrenrisiko zu mindern und einer Verbilligung zuzustreben. Diese ist nur möglich bei starker Inan-

⁵⁷⁾ Die Fremdensaison 1928 und ihre Lehren, Industrie- u. Handelszeitung Nr. 279 vom 29. 9. 1928.

⁵⁸⁾ Reiseverkehr der Zukunft („Der Fremdenverkehr“, München, Jahrg. 1924, Nr. 19/20 S. 281).

⁵⁹⁾ Dr. Hellmann, Bayern und die deutsche Luftfahrt (Jahrbuch für Luftverkehr 1926/27, München, S. 117).

spruchnahme des Verkehrsmittels, wozu wiederum der Fremdenverkehr beiträgt. Er hilft dadurch mit die Anfangsschwierigkeiten des Luftverkehrs zu überwinden.

Er genießt aber auch selbst große Vorteile durch die neue Reisemöglichkeit. Da sie Neuartiges und Bequemlichkeiten bietet, wird die Lust zum Reisen gesteigert. Die Tatsache, daß die Bäderstrecken schon 1926 fast immer ausverkauft waren ⁶⁰⁾, spricht dafür, daß ihre Einführung einem dringenden Verkehrsbedürfnis entgegenkam. Auch können bestehende Flugmöglichkeiten, wie z. B. die Durchführung der Alpenrundflüge, einen Anreiz zum Besuch der mit einem Flughafen ausgestatteten Orte ausüben. Zwischen Flugdienst und Fremdenverkehr besteht also ebenfalls die Wechselbeziehung der gegenseitigen Förderung.

Zu den notwendigsten Einrichtungen des öffentlichen Verkehrs, und darum auch für den Fremdenverkehr unerläßlich, zählt endlich die Post. Sie betreibt zwar durch Postautos auch die Beförderung von Personen, ihr Hauptgeschäftskreis aber ist die Vermittlung von Nachrichten, Zeitungen, Geld und Gütern. Sie überwacht und organisiert das Telegraphen-, Fernsprecher- und Funkwesen ⁶¹⁾. Ihre Dienstleistungen ermöglichen dem Reisenden vom jeweiligen Aufenthaltsort aus die Verbindung nach allen Richtungen und die ständige Fühlungnahme mit dem Ausgangspunkte und der Heimat. Ohne diese wäre ein Fremdenverkehr in größerem Umfange kaum möglich und für das viele Reisen mit zu hohen Risiken verbunden.

Auch die Post hat eine Reihe von Anstalten im Interesse der Förderung des Fremdenverkehrs getroffen, so die Einführung der Postkreditbriefe ⁶²⁾, die unentgeltliche Nachsendung eingelaufener Post, Telegramme und Zeitungen usw. Durch zusätzliche Postanstalten und Postschalter für die Saisonzeit an Fremdenplätzen, durch Erweiterung der Dienststunden usw. sucht sie, nicht zuletzt in eigenem Interesse, den Bedürfnissen des Fremdenverkehrs gerecht zu werden.

⁶⁰⁾ P. Sommer, Fördert den Luftverkehr (Handbuch des deutschen Fremdenverkehrs, Berlin 1927, S. 17 f.).

⁶¹⁾ Das Funkwesen hat insbesondere den internationalen Nachrichtenverkehr gefördert, die Sicherheit von See- und Luftschiffahrt erhöht, und durch den Rundfunk wurde es ermöglicht, für den Fremdenverkehr wichtige Nachrichten, wie Wetter- und Schneeberichte, schnellstens den Interessenten unmittelbar zu Gehör zu bringen. Der Werbung für den Verkehr wurden ferner neue Möglichkeiten eröffnet.

⁶²⁾ Die Postkreditbriefe ermöglichen es dem Reisenden, innerhalb des am Postscheckamt eingezahlten Betrages bei jeder Postanstalt auf bequeme Weise Geld abzuheben.

5. Kapitel.

Der Fremdenverkehr in seiner Wechselbeziehung zur jeweiligen Wirtschaftslage.

1. Der Zusammenhang von Fremdenverkehr und Konjunktur im allgemeinen.

Bisher wurde der Fremdenverkehr mehr in seiner aktiven Beziehung zur Volkswirtschaft, in seiner Funktion als wirtschaftsbelebender Faktor für die Besuchsgebiete betrachtet. Nun gilt es die wechselseitigen Zusammenhänge, vor allem den Einfluß der jeweiligen Gesamtwirtschaftslage auf die Entwicklung des Fremdenverkehrs, zunächst im allgemeinen und dann für die einzelnen Arten, zu untersuchen.

Bei der Betrachtung des Fremdenverkehrs vom Konjunkturstandpunkte aus muß das Augenmerk mehr auf die passive Seite, die Abhängigkeit des Fremdenverkehrs von der gesamten Wirtschaftslage fallen. Dafür spricht schon der Umstand, daß die Höhe der Mittel, die für Reisezwecke zur Verfügung gestellt werden können, vor allem von den wirtschaftlichen Verhältnissen in jenen Gebieten und Berufskreisen, aus denen die Besucher erwartet werden, mitbestimmt wird. Auch sind nach der modernen Theorie für den Konjunkturverlauf mehr die Vorgänge in der Sphäre des reproduktiven Konsums, das Steigen und Sinken der Nachfrage nach Gütern, die zur Produktion von Ertrags- und Konsumgütern notwendig sind, maßgebend für die weitere Gestaltung der Wirtschaftslage¹⁾.

Eine eingehende Forschung über die Zusammenhänge von Fremdenverkehr und Konjunktur liegt noch nicht vor²⁾. Die Ursache mag vor allem darin liegen, daß eine einheitliche deutsche Fremdenverkehrsstatistik nicht besteht, also die notwendig-

¹⁾ Arthur Spiethoff, Artikel „Krisen“, Handwörterbuch der Staatswiss. 4. Aufl. Bd. 6, Jena 1925, S. 13, 35, 68; Gustav Cassel, Theoretische Sozialökonomie 4. Aufl., Leipzig 1927, S. 516 ff., 566.

²⁾ Hellmuth Wolff, Struktur und Konjunktur (Allg. stat. Arch. Bd. 17, Jena 1928, S. 203).

sten Grundlagen fehlen. Auch sonst stehen einer solchen Untersuchung, wenn sie zu praktisch verwendbaren Schlußfolgerungen führen soll, Schwierigkeiten mancher Art entgegen:

1. Ist der Fremdenverkehr stark von außerwirtschaftlichen Umständen abhängig. Witterungsverhältnisse, politische Wirrnisse, selbst tendenziöse Nachrichten vermögen ihn nachhaltig zu beeinflussen ³⁾.

2. Ferner ist er vor allem in der Wahl der Ziele der Mode und der Laune des Publikums unterworfen, wie sie mehr oder weniger bei allen Bedürfnissen, die nicht zum notwendigen Existenzbedarf gehören, eine Rolle spielen ⁴⁾. Je verschiedenartiger und vielfältiger aber die Umstände sind ⁵⁾, die Schwankungen hervorrufen können, um so schwerer ist es festzustellen, wieweit diese der jeweiligen Wirtschaftslage zuzuschreiben sind.

Das eine läßt sich mit Sicherheit annehmen, daß schlechte Zeiten, die sich in verringertem Einkommen und einer Zunahme der Steuerlasten ausdrücken, keinen günstigen Einfluß auf die Entwicklung des Fremdenverkehrs ausüben, umgekehrt gute Wirtschaftsperioden durch erhöhte Einnahmen für eine größere Anzahl von Personen Mittel frei machen zur Befriedigung auch nicht notwendigster Bedürfnisse. Der wirtschaftlich denkende Mensch deckt nach dem Grenznutzenprinzip zuerst die dringlichsten Bedürfnisse und schreitet dann zur Befriedigung minder wichtiger Begehungen. Zuerst kommen also die Existenzbedürfnisse, erst später die Kultur- und an letzter Stelle die Luxusbedürfnisse. Wozu man den Reiseverkehr auch zählen mag, immer wird die Höhe des Fonds, der für seine Zwecke bereitgestellt werden kann und die Zahl der Wirtschaftssubjekte, denen ein solcher zur Verfügung steht, abhängig sein von der jeweiligen Wirtschaftslage. Der Bedarf an Verbrauchsgütern — so stabil er für den notwendigen Lebensunterhalt sein mag — schwankt beim Kultur- und natürlich

³⁾ Wirtschaft und Statistik 8. Jahrg. 1928 Nr. 17 S. 634. In den Orten des besetzten Gebietes blieb die Frequenz noch lange weit unter der Friedensstärke (vgl. M. Bacherer a. a. O. S. 112).

Beispiel der Wirkung der Besetzung:

	Fremde	1913	1924
Wiesbaden	65	331	22 548 mit Besetzung
Baden-Baden	76	493	69 421 ohne „

⁴⁾ H. Wolff a. a. O. S. 208, 214.

⁵⁾ Albrecht Sommer, Die Konjunkturprognose, Allge. stat. Archiv Bd. 18 Heft 2 S. 265. Die Verwendbarkeit psychologischer Ursachen ist darum für die Voraussage nicht wegen der Bedeutungslosigkeit, sondern wegen der Unzulänglichkeit der Erfassung, zu verneinen.

beim Luxusbedarf besonders stark⁶⁾. Steht also der Aufwand für Nahrungsmittel, Wohnung und dgl. in breitem Ausmaße fest, so sind dagegen die Ausgaben für nicht lebensnotwendige Bedürfnisse größeren Schwankungen unterworfen⁷⁾.

Darum ist auch der Fremdenverkehr konjunkturrempfindlich, und für seinen Umfang wird aus gleichen Gründen vor allem jene Schicht der Bevölkerung maßgebend sein, die eine gewisse Einkommenshöhe erreicht, da bei den breiten Massen auch in guten Zeiten die Befriedigung anderer Bedürfnisse für dringlicher erachtet wird. Das Ausmaß der Verschiebungen der Einkommenshöhen nach oben oder unten, hervorgerufen durch Änderungen der wirtschaftlichen Verhältnisse, beeinflusst also den Umfang des Fremdenverkehrs in entscheidendem Maße.

Sofern nicht außerwirtschaftliche Umstände zu stark mitspielen, könnte also eine Betrachtung des Fremdenverkehrs vom Konjunkturstandpunkte aus gemeinsame Beziehungen feststellen zwischen seiner Stärke und der Prosperität der jeweiligen Wirtschaftsperiode.

Entsprechend dem allgemeinen Drange nach erhöhter Bedürfnisbefriedigung — auch das Geltungsstreben spielt eine gewisse Rolle — müßte sich der Fremdenverkehr auf stets steigender Linie bewegen. Es wäre dies zugleich ein erfreuliches Zeichen guter Einkommensverhältnisse und einer aufblühenden Volkswirtschaft. Der geradlinige Verlauf wird aber zuweilen auch gehemmt aus nicht innerwirtschaftlichen Ursachen, wie durch nachteilige machtpolitische Einflüsse von außen her, die sich dann auf dem Umwege über eine drückende, unsichere Wirtschaftslage dem Fremdenverkehr gegenüber geltend machen. So muß sich die Belastung der deutschen Wirtschaft durch die Diktate des Feindbundes besonders nachteilig auswirken. Einmal stehen Mittel, die sonst zur Befriedigung des Reisedranges dienen könnten, wegen schlechter Einkommensverhältnisse überhaupt nicht mehr zur Verfügung oder sie werden für andere Zwecke benötigt (Bezahlung höherer Steuerlasten). Durch den allgemeinen Druck auf die Lebenshaltung⁸⁾

⁶⁾ H. Wolff, Lehrbuch der Konjunkturforschung, Berlin 1928, S. 118.

⁷⁾ Vgl. dazu: Ernst Wagemann, Kreislauf und Konjunktur der Wirtschaft, Heft 11 der Schriftenreihe der weltwirtschaftlichen Gesellschaft zu Münster, Leipzig 1924, S. 15 f.; A. Spiethoff, Artikel „Krisen“, a. a. O. S. 23.

⁸⁾ Leonhard Achner, Entbehrungsfaktor und Beamtengehälter (Allg. stat. Archiv Bd. 16, Jena 1927, S. 205). Er nennt diesen Druck Entbehrungsfaktor und meint damit das Ausmaß, in welchem das gegenwärtige Einkommen nicht ausreicht, die Kosten einer ungeschmälernten Vorkriegslebenshaltung zu decken.

wird der Fremdenverkehr um so mehr in Mitleidenschaft gezogen, als eine Erholungsreise nicht zum Existenzbedarf gerechnet wird. Andererseits verursacht die drückende Steuerbelastung eine solche Erhöhung der Unkosten, daß eine Preissenkung, wie sie in Depressionszeiten, aus rein innerwirtschaftlichen Gründen heraus, Nachfrage anregend einzutreten pflegt, nur in geringem Maße stattfinden kann⁹⁾.

Die Meldungen von wachsendem Fremdenverkehr in den letzten Jahren scheinen dem allerdings zu widersprechen, aber für eine volkswirtschaftliche Betrachtung des Fremdenverkehrs können nicht die Ergebnisse einzelner Orte maßgebend sein, da hier für die Entwicklung unter Umständen individuelle Ursachen, wie gute Reklame, wirksam sind. Es muß zum mindesten ein größeres Gebiet oder am besten die Bewegung des Wirtschaftsfaktors im ganzen Lande herangezogen werden. Aber auch diese Einzelberichte stellen sich in anderem Lichte dar, wenn man beachtet, daß die Zunahme der Frequenz sich nur auf die Zahl der Personen, nicht auch auf die der Übernachtungen bezieht und vielfach über starke Einschränkung der Fremden in der Verbrauchsentfaltung geklagt wird, so daß meist trotz höherer Frequenzzahl das wirtschaftliche Ergebnis nicht besser ausfällt¹⁰⁾.

Diese Tatsache bringt zum Ausdruck, daß zwar eine Erholungs- oder Vergnügungsreise immer mehr in den Kreis der zu befriedigenden Bedürfnisse gezogen wird, daß aber andererseits die Knappheit der zur Verfügung stehenden Mittel Beschränkungen auferlegt.

Konjunktursymptom in dem Sinne, daß von einer Zunahme der Frequenz ein Rückschluß auf eine günstigere Wirtschaftsentwicklung in der Zukunft gezogen werden könnte, ist der Fremdenverkehr wohl nur für die besonders bevorzugten Gebiete. Für die deutsche Volkswirtschaft als Ganzes gesehen spielen zu viele andere Wirtschaftsfaktoren eine maßgebende Rolle mit, als daß die wirtschaftsbelebende Funktion des Fremdenverkehrs als solche deutlich hervortreten könnte.

⁹⁾ Es dürfen darum die nachfolgenden Betrachtungen über die Zusammenhänge zwischen Fremdenverkehr und Konjunktur mehr theoretischer Art, wegen der Abstraktion von solchen Einflüssen, nicht unbedingt auf die gegenwärtigen Verhältnisse in Deutschland bezogen werden.

¹⁰⁾ Jahresberichte des Fremdenverkehrsverbandes München und der bayrischen Alpen 1926/27; Fremdensaison 1928 und ihre Lehren, Industrie- u. Handelszeitung Nr. 279 vom 29. 9. 1928.

Eine gute Saison belebt den Geschäftsgang an den stark frequentierten Plätzen nicht nur für kurze Zeit, sondern das hereingeströmte Geld wirkt weiter und weiter, tritt Nachfrage entfaltend am Markte der Güter und Dienste auf, und letzten Endes spüren auch die übrigen Wirtschaftszweige und Gebiete etwas von der Belebung, die von den bevorzugten Fremdenverkehrsplätzen ausgeht¹¹⁾. Nur ist dort die Ursache der belebenden Kraft weniger erkennbar als in den Verkehrsgebieten und Fremdenindustrien selbst.

Je mehr also eine Volkswirtschaft wie etwa die schweizerische in ihrer Gesamtheit auf den Fremdenverkehr, insbesondere auf den Zustrom aus dem Ausland eingestellt ist, um so mehr müssen sich dessen Schwankungen in der übrigen Volkswirtschaft geltend machen, um so größer ist seine Bedeutung als wirtschaftsbelebender Faktor für die Gesamtheit. Der Krieg hat es der Schweiz deutlich genug gezeigt, wie sehr sie auf den Fremdenverkehr angewiesen ist; sein Rückgang wirkte lähmend auf ihre ganze Wirtschaft.

Eine ähnliche Rolle wie in der Schweiz spielt der Fremdenverkehr innerhalb der deutschen Volkswirtschaft nur für die bevorzugten Gebiete. So hat sich vor allem auch das bayrische Hochland auf die alljährliche Wiederkehr eines starken Fremdenstromes eingestellt. Hotels nicht nur, sondern auch übrige Gewerbe und Private haben in irgendeiner Weise Kapital festgelegt¹²⁾ in der Erwartung, daß es sich wenigstens zum normalen Satze verzinsen werde¹³⁾.

Erschwerend wirkt dabei der Umstand, daß der Hauptreiseverkehr sich saisonmäßig abwickelt. Infolgedessen müssen Unkosten, normale Verzinsung und angemessener Gewinn in kurzer Zeit herausgewirtschaftet werden. Gelingt dieses nicht, weil die Saison schlecht war, sei es aus außerwirtschaftlichen Gründen (wegen schlechter Witterung, politischen Wirrnissen) oder weil die allgemeine Wirtschaftslage zu wenig Mittel frestellte oder das Ausland sich aus irgendwelchen Gründen (geringere Belastung) sich als konkurrenzfähiger erwies, dann werden die Folgen im Fremdenverkehrsgebiete besonders hart empfunden. Investierte Kosten

¹¹⁾ Siehe oben Teil 1 Kapitel 4 S. 35.

¹²⁾ Schwinck schätzt allein die im bayrischen Vermietungsgewerbe investierte Summe von 500 Millionen Mk. Siehe oben S. 26 und Tabelle 11. Sie zeigt den starken Anteil Südbayerns an den Fremdenverkehrseinrichtungen.

¹³⁾ Allerwärts deckt man sich auch hinsichtlich der Konsumgüter auf einen bestimmten Bedarf ein. Doch ist hier die Gefahr eines empfindlichen Verlustes wegen der geringeren Beträge, um die es sich handelt, und wegen der Möglichkeit sukzessiver Nachbeschaffung nicht so groß.

machen sich nicht bezahlt, und der Ausfall der erwarteten Einnahmen wirkt besonders in den Kurorten lange nach. Die Abhängigkeit vom Fremdenverkehr tritt hier kraß hervor, während die fehlende Nachfrage sich draußen in der übrigen Volkswirtschaft weniger stark geltend macht. Es ist wie bei schlechter Konjunktur in irgendeiner Branche der Industrie, sie wirkt am stärksten auf die Sondergruppen ein, von denen aus dann eine mehr oder minder starke Rückwirkung auf die Nachbargebiete erfolgt ¹⁴⁾.

Die Wechselwirkung zwischen Wirtschaft und Fremdenverkehr ist also folgende. Auf der einen Seite ist der Fremdenverkehr in seiner Entfaltungsmöglichkeit von der Prosperität der gesamten Wirtschaftslage abhängig, auf der anderen Seite übt er die wichtige Funktion der Wirtschaftsbelebung um so stärker aus, je mehr das einzelne Gebiet auf ihn eingestellt ist. Wenn daher die Reichsstatistik der Konjunkturbeobachtung Material über die gesamte Fremdenverkehrsbewegung liefern wird, so ist bei Vergleichen und Schlußfolgerungen zu beachten, daß sich für die typischen Fremdenverkehrsorte und -gebiete ein anderes Bild der gegenseitigen Wechselwirkung ergibt als für die gesamte Volkswirtschaft ¹⁵⁾.

Bevor auf die verschiedenen Arten des Fremdenverkehrs einzeln eingegangen wird, sei erwähnt, daß die Betrachtung eines Wirtschaftsfaktors vom Konjunkturstandpunkt aus die Kenntnis eines Normalzustandes voraussetzt. Als Normaljahr, an dem Veränderungen gemessen werden können, darf nicht etwa gleich das erste Jahr der Gesamterfassung durch die Reichsstatistik festgelegt werden, sondern Dr. Titzhoff hat recht ¹⁵⁾, wenn er sagt, daß die Entwicklung durch mehrere Jahre hindurch bekannt sein müsse, bis die Methoden der Konjunkturforschung mit Erfolg auf die Ergebnisse der statistischen Zählungen angewandt werden können. Eine Bereinigung von Saisonschwankungen, wie sie bei Betrachtung anderer Wirtschaftsfaktoren üblich ist, hat beim Fremdenverkehr, da er selbst Saisoncharakter trägt, keinen Sinn. Um den Vergnügungsverkehr als solchen zu erfassen, wäre es im Gegenteil notwendig, von dem das ganze Jahr hindurch sich auf mehr gleichmäßiger Höhe haltenden Geschäfts- und Berufsreiseverkehr abzusehen ¹⁶⁾.

¹⁴⁾ H. Wolff a. a. O. (Archiv) S. 209.

¹⁵⁾ Titzhoff, Konjunktur und Fremdenverkehr (Industrie- und Handelszeitung 9. Jahrg. Nr. 70 vom 22. 3. 1928).

¹⁶⁾ Bei Orten mit starkem Wintersportverkehr oder bei Badeplätzen, in denen sich der Besuch mehr auf das ganze Jahr verteilt, wäre es jedoch verfehlt, nur die Sommersaison in Betracht zu ziehen.

2. Der Zusammenhang von Konjunktur und Fremdenverkehr im besonderen.

a) Der binnenländische Fremdenverkehr.

Der Inlandsfremdenverkehr wird sich den Bewegungen der Konjunkturkurve am engsten anpassen, da hier Quellen und Ziele des Fremdenstromes im gleichen Wirtschaftsgebiete liegen. Bei hochgehender Konjunktur, die steigendes Einkommen bedeutet, wird sich wie in den anderen Wirtschaftszweigen auch der Umsatz im Fremdenverkehrsgewerbe heben. Wenn auch die Preise im allgemeinen eine steigende Tendenz aufweisen, so wird diese doch nicht den Charakter einer Teuerung haben, denn sie geht eben Hand in Hand mit einem allgemeinen Aufblühen des gesamten Wirtschaftslebens, was in stärkerem Konsum und einer Besserung der Lebenshaltung zum Ausdruck kommt. Die Preissteigerung wird darum in diesem Falle für den inneren Fremdenverkehr ebensowenig ein Hemmnis bedeuten wie für die übrigen Wirtschaftszweige. Aber eine gewisse Umschichtung wird sie insofern hervorrufen, als sie diejenigen, welche nicht mit dem Wandel der Zeit Schritt halten können, sich nicht auf Erhaltung der Realwerte einzustellen wissen, zu einer Einschränkung der Lebenshaltung zwingt. Sie müssen unter Umständen auf den gewöhnten Genuß einer Reise verzichten, während andere sich diesen leisten können. Der Umfang des Fremdenstromes an sich braucht also keine nachteilige Einwirkung zu erfahren.

Wohl aber wäre dieses der Fall, wenn die Preissteigerung lediglich in einer Knappheit an Gütern und nicht in einer allgemeinen Vorwärtsbewegung der Wirtschaft ihren Grund hätte; dann läge, als Ganzes gesehen, eine absolute Minderung des Volkseinkommens vor mit ihrem ungünstigen Einfluß auf die Entwicklung des Fremdenverkehrs¹⁷⁾. Depressionszeiten, die für eine große Zahl von Personen ein geringeres Einkommen mit sich bringen, müssen also naturgemäß eine rückgängige Tendenz in der Fremdenverkehrsbewegung auslösen¹⁸⁾. Doch sind einige Gegenkräfte

¹⁷⁾ Siehe oben S. 43.

¹⁸⁾ Siehe Anhang Tabelle 8. Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung 1. Jahrg. 1926 Heft 1 S. 47. Es herrschte im Sommer 1925 Hochspannung, bis Januar 1926 Krise, dann Tiefstand seit Februar 1926 bis 1927. Vgl. dazu Wirtschaft und Statistik (8. Jahrg. 1928 Nr. 17 S. 637). Die dort seit mehreren Jahren vom Stat. Reichsamt veröffentlichte Statistik einiger Fremdenorte (Berlin, Hamburg, Frankfurt, Köln, Leipzig, München, Wiesbaden, Baden-Baden, Nauheim und Homburg) kann nur symptomatisch die Entwicklungs-

gegen allzu starke Schwankungen wirksam. Einmal sucht das Angebot im Fremdenverkehrsgewerbe durch niedrigere Preisstellung einem zu starken Sinken der Nachfrage zuvorzukommen¹⁹⁾. Zudem haben sich Gewinne aus der günstigen Zeit herübergerettet, die nun die billigen Preise ausnützen können, und endlich pflegen sich die Einkommen aus festen Lohn- und Gehaltsverhältnissen erst allmählich der neuen Wirtschaftslage anzupassen. Darum braucht der rückläufigen Bewegung der Wirtschaft nicht unmittelbar ein starkes Sinken des Fremdenverkehrs zu folgen. Diese Ansicht vertritt auch Dr. Titzhoff, wenn er ausführt²⁰⁾: da der Inlandsfremdenverkehr seine Impulse von der allgemeinen Wirtschaftslage her erhalte, könne seine Fortentwicklung zeitlich gegenüber der allgemeinen Wirtschaftskurve etwas verschoben sein, und zwar werde sie sowohl bei steigender als auch bei fallender Kurve ihre Bewegungen etwas später ausführen, da insbesondere die Einkommen der Gehaltsempfänger sich ihrem Charakter nach (Kündigungsfristen!) der Wirtschaftslage nicht sofort und oft nur nach hartnäckigen Wirtschaftskämpfen anpaßten.

Es wäre nun interessant, wenn die Reichsstatistik auch Einblick in die beruflichen Verhältnisse der Reisenden böte, wenigstens ob es sich etwa um Gehaltsempfänger und deren Angehörige (Beamten, Angestellte) oder um selbständige Wirtschaftssubjekte (Kaufleute, Fabrikanten usw.) oder um Geschäftsreisende handelt, um sowohl das gegenseitige Verhältnis zueinander als auch den

tendenz des Fremdenverkehrs zum Ausdruck bringen, zumal es sich zur Hälfte um Großstädte mit stark ausgeprägtem Geschäftsverkehr handelt.

Jahr	Fremde in 1000	Davon: Inländer	Ausländer	%
1913	4246,7	3507,5	739,2	19,7
1925	4441,9	3976,4	465,5	10,5
1926	4312,9	3821,5	491,4	11,4
1927	4904,4	4246,9	657,5	13,4

Die Gesamtzahl der Fremden, die im Jahre 1926 eine Abnahme erfahren hatte, ist im Jahre 1927 erheblich gestiegen. Die Bewegung verlief hinsichtlich der in- und ausländischen Fremden nicht gleichmäßig. An dem Rückgang 1926 waren lediglich die deutschen Fremden beteiligt, woran die damalige wirtschaftliche Depression wesentlich mitschuldig war. Die Zahl der Ausländer wies dagegen eine Zunahme auf. An der Zunahme im Jahre 1927, dem Jahr des wirtschaftlichen Erfolges, sind sowohl die in- wie die ausländischen Fremden beteiligt.

¹⁹⁾ Diese ausgleichende Wirkung kann jedoch nicht eintreten, wenn hohe steuerliche Belastung einer Preissenkung entgegenwirkt (siehe oben S. 44).

²⁰⁾ Titzhoff, Konjunktur und Fremdenverkehr, a. a. O. (Industrie- und Handelszeitung).

Einfluß der Wirtschaftsschwankungen auf die einzelnen Gruppen feststellen zu können. Die Vermutung dürfte dahin gehen, daß die Zahl derer, die festes Einkommen beziehen, wesentlich stabiler ist als die Zahl der übrigen, deren Einkommen mehr von der jeweiligen Wirtschaftslage abhängig ist, und daß sie wiederum am meisten schwankt bei den Berufsgruppen, deren Einkommen auf einer gewissen Höhe angelangt ist ²¹⁾.

Die Berufsangabe würde der Reichsstatistik wohl zu große Schwierigkeiten bereiten, und man wird froh sein müssen, wenn es ihr gelingt, die notwendigsten Angaben über Kopffzahl, Übernachtungen usw. in dem Maße festzustellen, wie das bayr. stat. Landesamt vorbildlich voranging ²²⁾. Der Konjunkturforschung wäre auch dadurch schon ein genügendes Betätigungsfeld für vergleichende Betrachtungen gegeben.

b) Der transfrontiale Fremdenverkehr

Anders als beim Inlandsfremdenverkehr sind in mancherlei Hinsicht die Beziehungen zur Wirtschaftslage beim Verkehr vom Ausland nach dem Inland. Die Ursache liegt vor allem darin, daß die Quellen und Motive dieses Fremdenstromes hier zum großen Teil außerhalb der Entwicklung der eigenen Volkswirtschaft liegen. Der Ausländerverkehr wirkt von außen herein. Dadurch tritt seine dynamische Funktion der Wirtschaftsbelebung besonders deutlich hervor.

Er ist nicht gleichförmig, sonst erwüchse ja einer Konjunkturbeobachtung keine Aufgabe. Die wechselnde Höhe kann ihre Ursache bald mehr im Ausgangslande, bald auch im Besuchslande haben. Wenn man darum für den Verlauf mehrerer Jahre eine Entwicklungslinie feststellen will, darf man den jeweiligen Wirtschaftszustand beider Länder nicht außer acht lassen ²³⁾.

Der z. B. alljährlich von den Vereinigten Staaten nach Europa einsetzende Reisestrom hat seine Ursache nicht zum wenigsten in den dort vorwaltenden günstigen Wirtschaftsverhältnissen ²⁴⁾. Eine Depression würde einen merklichen Rückgang auslösen, zumal eine Europareise nicht unerheblichen Aufwand von Zeit und Geld erfordert. Das ist um so mehr anzunehmen, als sich das Haupt-

²¹⁾ Gehaltserhöhungen, wie die 1927 erfolgte, wirken sicher günstig auf den Fremdenverkehr bestimmter Berufsgruppen ein.

²²⁾ Siehe Anhang Tabellen 8—11.

²³⁾ Titzhoff a. a. O. (Industrie- und Handelszeitung).

²⁴⁾ Erich Marcus, Der Fremdenverkehr, unsere unsichtbare Ausfuhr (Industrie- und Handelszeitung Nr. 50 vom 28. 2. 1928).

kontingent der nach Europa reisenden Amerikaner aus den freien Berufen zusammensetzt, die stärker von der jeweiligen Wirtschaftslage abhängig sind, während die Festangestellten in der Regel nicht die erforderlichen Mittel und auch nicht die nötige Zeit zur Verfügung haben. Das gleiche gilt auch für jeden anderen Fremdenstrom aus dem Auslande, nur in verschiedenem Maße je nach der Entfernung und nach den herrschenden Währungsverhältnissen.

Mit dem Konjunkturwechsel geht nämlich in der Regel eine Verschiebung der Kaufkraftparitäten vor sich, welche die jeweilige Tendenz der Fremdenverkehrsbewegung verschärft. In der Aufschwungszeit steigen die Preise hoch, im Besuchslande kann dann möglicherweise, bis der allmähliche Ausgleich erfolgt ist, für das gleiche Geld mehr gekauft, d. h. billiger gelebt werden. Umgekehrt ist in Depressionszeiten die Kaufkraft des eigenen Geldes im Inlande höher als im Auslande, was zum Bleiben im eigenen Lande veranlaßt. Wenn es sich nun trifft, daß in der Union z. B. gute Konjunktur herrscht, und diese mit einer ausgeprägten Depression im Auslande zusammenfällt, dann wird der Fremdenstrom von den Vereinigten Staaten nach Deutschland besonders starke Impulse erfahren, denn bei einer Depression tritt mit dem allgemeinen Geldmangel eine Senkung der Preise und damit der Aufenthaltskosten ein²⁵⁾. Da gleichzeitig infolge der gesunkenen Kaufkraft die Inländerfrequenz nachläßt, sucht man dem Reisepublikum in der Preisgestaltung entgegenzukommen. Der Ausländer genießt dann zum Vorteil der besseren Valuta noch den der erzwungenen Preissenkung mit. Gerade in diesen Zeiten der Depression kann stärkerer Ausländerverkehr eine ausgleichende Wirkung ausüben, denn durch den erhöhten Zustrom von Devisen wird die Zahlungsbilanz günstig beeinflußt, die Wiederangleichung an die weltwirtschaftlichen Verhältnisse erleichtert und so ein Teil beigetragen werden zur schnelleren Behebung der Depression.

Aber auch in Aufschwungszeiten zeitigt der Ausländerverkehr nützliche Wirkungen, denn er begünstigt die Vorwärtsbewegung der Wirtschaft. Aus ihr erwachsen ihm allerdings Gegenkräfte, die seinen Umfang verringern oder ihn anderen Ländern zulenken. Mit dem Aufschwung steigen nämlich die Kosten der Lebenshaltung, speziell im Fremdenverkehrsgewerbe wird ein Anziehen der Preise zu verzeichnen sein, schon weil der Inländerverkehr im Maße der allgemeinen Wirtschaftsbelebung ebenfalls zunimmt.

²⁵⁾ Siehe oben S. 48.

Nochmals zusammengefaßt wird eine Hochkonjunktur im Ursprungslande den Fremdenstrom bestärken, eine Depression ihn schwächen, während die gleichen wirtschaftlichen Erscheinungen im Besuchslande gegenteilige Tendenzen auslösen.

Die Währungsverhältnisse, die Kaufkraftdisparitäten, spielen eine wesentliche Rolle für die Stärke der Bewegungen im transfrontialen Fremdenverkehr. In der Nachkriegszeit machte sich der valutarische Einfluß in Deutschland so stark bemerkbar, daß der Ausländerzuström verhältnismäßig nachließ, sobald der Großhandelsindex den Goldmarkkurs überstieg, was besonders seit September 1923 kraß hervortrat²⁶⁾. Hingegen erreichten die Ausländerzahlen einen auffallend hohen Stand, solange der Großhandelsindex unter dem Goldmarkkurs blieb. Es besteht somit ein unverkennbarer Zusammenhang zwischen diesem Verhältnis und der Größe des Ausländerverkehrs²⁷⁾. Der Anreiz, der von der Möglichkeit, Valutaunterschiede auszunützen, ausgeht, vermag zuweilen stärkeren Einfluß auszuüben als die Natur- und Kulturschätze eines Landes. Erst bei geordneten Währungsverhältnissen kommt deren Anziehungskraft wieder mehr zur Geltung. Die aufeinanderfolgenden Inflationen der Nachkriegszeit in Österreich, Deutschland, Italien, Frankreich und Belgien mit ihren Massenzuwanderungen von Ausländern und deren plötzlicher Rückgang haben es deutlich genug gezeigt, welche Rolle Valutaunterschiede spielen können. Viele kamen da, nicht zur Erholung, nicht zu sehen und verstehen zu lernen, was der tiefere Sinn des Auslandsverkehrs wäre, sondern um die hohe Kaufkraft ihres Geldes weidlich auszunützen.

So wichtig der Ausländerbesuch in normalen Zeiten ist, oder solange der Valutaunterschied nur gering ist²⁸⁾, so wenig erwünscht kann er sein in Zeiten zerrütteter Währungsverhältnisse,

²⁶⁾ Friedrich Barfels, Stat. Zentralbl. Nr. 3—7, 1924, S. 47. Der Anteil der Ausländer in Gaststätten erreichte z. B. in München im September 1922 die hohe Zahl von 36,3% gegenüber 6,8% im September 1920. Wilhelm Hecke, Fremdenverkehr-Statistik (Deutsches statistisches Zentralblatt 16. Jahrg., Berlin 1924, Nr. 3/4 S. 42).

²⁷⁾ Barfels a. a. O. S. 48. Die Erscheinung trat in der Inflationszeit so kraß zutage, daß zu ihrer Bekämpfung nicht erst ein statistischer Nachweis notwendig war. Der Kampf gegen die Valutaausnützung setzte dagegen erst ein, als seine Auswirkung wieder schädlich wirken mußte.

Siehe oben Teil 1 Kap. 2 S. 10.

Siehe Anhang Tabelle 9, 10.

²⁸⁾ Der Devisenzufluß durch den Ausländerverkehr vermag bei geringem Valutaunterschied ausgleichend zu wirken, eine Funktion, die in der Regel vermehrter Export ausüben muß. Siehe auch Adolf Weber a. a. O. S. 38 ff.

wenn die Inlandskaufkraft tief unter der des Auslandes steht. Dann vermag auch der durch ihn bewirkte Devisenzufluß den Ausgleich nicht herbeizuführen, dann vermehrt der Ausländerverkehr nicht, sondern mindert das Vermögen des Besuchslandes, weil der in den hereingeflossenen Devisen verkörperte Gegenanspruch auf ausländische Werte dann keineswegs äquivalent ist den Gütern und Diensten, welche die Ausländer erhalten²⁹⁾.

Zu solchen Zeiten ist Auslandspropaganda überflüssig. Wie der Handel sich schnell nach günstigen Einkaufs- und Absatzmöglichkeiten zu orientieren versteht, so weiß das reiselustige Publikum bald, in welchem Land sein Geld die größte Kaufkraft besitzt. Hat jenes Land dazu auf landschaftlichem oder auf kulturellem Gebietes Wesentliches zu bieten, so braucht es für stärkeren Zustrom aus dem Auslande erst recht nicht zu sorgen, und die Frage der Werbung um Ausländer gewinnt erst wieder an Bedeutung, wenn mit Wiederherstellung der alten Kaufkraftparität diese auszubleiben drohen.

Dann wird es für die Propaganda von Wichtigkeit, auch die Wirtschaftsentwicklung des Auslandes zu beachten, damit ihr eine zweckmäßige Richtung gegeben und auch ihr Ergebnis richtig beurteilt werden kann. Wenn es auch kaum möglich sein wird, die Richtung einer Frequenzkurve grundsätzlich zu ändern, so wird es richtig gehandhabter Werbung immerhin gelingen, eine vorhandene positive Tendenz zu verstärken, eine negative abzuschwächen. Für die Organe, welche Verkehrswerbung betreiben, ist es gleichzeitig wertvoll, einen Anhaltspunkt zu haben, wieweit die Entwicklung des Fremdenstromes auf ihr Konto zu setzen ist und welcher Einfluß der jeweiligen wirtschaftlichen Konstellation zuzuschreiben ist³⁰⁾.

Anders als der Ausländerverkehr ist vom Standpunkte der eigenen Volkswirtschaft der Fremdenverkehr nach dem Auslande zu beurteilen. Dem unsichtbaren Export, wie er durch den Verkehr

²⁹⁾ Wilh. Morgenroth a. a. O. S. 400: „Schlechte Währungsverhältnisse fördern einen wenig gewinnreichen, teilweise sogar verlustbringenden Fremdenverkehr.“

³⁰⁾ Die Betrachtung der Fremdenverkehrsbewegung vom Konjunkturstandpunkte aus hat also auch praktische Bedeutung für die Werbung, und wenn erwähnt wurde, daß die besonders günstigen Wirtschaftsverhältnisse in den Vereinigten Staaten anregend auf den Reisedrang nach Europa wirken, dann hat es einen guten Sinn, wenn die deutsche Zentrale für Verkehrswerbung sich vornehmlich dort zu betätigen sucht und sich bemüht, den Strom kaufkräftiger Amerikaner zur Befruchtung der Volkswirtschaft auf deutsches Gebiet zu lenken.

ins Inland betätigt wird, steht hier in der Gegenbewegung ein „unsichtbarer Import“ gegenüber³¹⁾ mit seinen ungünstigen Auswirkungen auf die Zahlungsbilanz.

Die jeweiligen Wirtschaftslagen der eigenen und der in Betracht kommenden fremden Volkswirtschaften können hier genau wie bei der eben geschilderten Fremdenverkehrsbewegung Ausland—Inland verstärkend oder abschwächend wirken. Nur der Ausgangspunkt ist bei dieser Betrachtung verschoben und schließlich auch das Interesse anders gerichtet. Bestimmend für den Umfang, in welchem der Neigung zu Auslandsreisen entsprochen wird, ist vor allem, soweit rein wirtschaftliche Verhältnisse ins Gewicht fallen, die Lage der eigenen Wirtschaft. Eine Depression, welche den Ausländer anzieht, verhindert Auslandsreisen, Hochgang der Wirtschaft, höheres Einkommen und stärkere Kaufkraft der eigenen Valuta im fremden Lande spornen dazu an, während der Ausländer dadurch abgehalten wird. So weichen beide Bewegungen gleichsam voreinander zurück³²⁾.

Es sei nun noch der Vollständigkeit halber ein kurzer Blick auf den von werbemäßigen Einflüssen, von Förderung und Hemmung weniger abhängigen Geschäftsreiseverkehr geworfen.

c) Der Geschäftsreiseverkehr.

Nach anderen Regeln reagiert der Geschäftsreiseverkehr auf die Wellenbewegungen des Wirtschaftslebens. Gerade in Depressionszeiten, wenn die Absatznot groß ist, kann er besonders rege werden³³⁾, während er in Aufschwungsperioden, wenn der Verkäufer die starke Seite darstellt, zurückzugehen pflegt. Jahreszeit und Witterung spielen bei ihm keine besondere Rolle, und auch politische Widerstände vermag er leichter zu überwinden, er weist also wesentlich stabilere Tendenz auf. Dieser Umstand zeichnet ihn vor dem übrigen Fremdenverkehr aus, dessen Saisoncharakter und Abhängigkeit von außerwirtschaftlichen Umständen ein unsicheres Moment in die Fremdenverkehrsindustrie hineinragen.

Frägt man nun nach dem Sinn einer Betrachtung des Fremdenverkehrs im Zusammenhang mit der Wirtschaftslage, so ist es zweifellos nicht allein die Feststellung, daß der Fremdenverkehr auf die Wellenbewegungen des Wirtschaftslebens in bestimmtem

³¹⁾ Josef Stradner a. a. O. S. 20.

³²⁾ Titzhoff, Konjunktur und Fremdenverkehr, a. a. O.

³³⁾ Wilhelm Morgenroth a. a. O. S. 400.

Sinne reagiert. Der tiefere Einblick in die wechselseitigen Zusammenhänge sollte auch, besonders wenn einmal die zahlenmäßigen Angaben der Reichsstatistik helfend zur Seite stehen und die gesamte Entwicklungslinie des Fremdenverkehrs einige Jahre hindurch zeigen, einen Rückschluß auf seine fernere Gestaltung zu lassen ³⁴⁾ und einen Fingerzeig geben für einzuschlagende zweckmäßige Fremdenverkehrspolitik. Denn Sinn aller Konjunkturpolitik liegt ja darin, der Wirtschaft Mittel und Wege zu weisen, wie unter möglichster Vermeidung von Fehlbewegungen ³⁵⁾ am ehesten das erstrebte Ziel, die Hebung der gesamten Volkswohlfahrt, zu erreichen ist.

³⁴⁾ H. Wolff a. a. O. (Lehrbuch) S. 102: Verbrauchsbeobachtung korrigiert Bedarfsvermutung, a. a. O. (Archiv) S. 327: Die Konjunkturbetrachtung bedeutet eine sinngemäße Erweiterung der Benützung des statistischen Beobachtungsmaterials über die Wirtschaftsvorgänge.

³⁵⁾ Adolf Weber a. a. O. S. 471.

6. Kapitel.

Der Fremdenverkehr Deutschlands in seiner Beziehung zur gegenwärtigen Wirtschaftslage und Tributlast.

Wenn es eingangs hieß ¹⁾, daß nach der Darstellung der volkswirtschaftlichen Zusammenhänge eines Wirtschaftsfaktors jeweils die Wichtigkeit der auf seine Fortbildung gerichteten Interessen in Hinblick auf die Gesamtheit zu prüfen sei, so dürfte gerade eine Betrachtung, welche den Fremdenverkehr zur gegenwärtigen Wirtschaftslage und zur Tributlast in Beziehung setzt, am Platze sein ¹⁾. Es wird daraus klar werden, daß er im Spiel der Kräfte heute mehr in die Wagschale zu legen hat und darum auch erhöhter Förderung bedarf.

Ein wirtschaftlicher Kampf durchtobt heute Europa, schärfer wie je zuvor. Mit den Erzeugnissen ihrer nationalen Produktion suchen die einzelnen Staaten das Feld des Absatzes zu behaupten, das allenthalben stark geschwächt ist. Die Produktionsstätten können nicht voll ausgenützt werden und um jede Ware, die über die Grenzen des eigenen Landes hinaus soll, wird ein erbitterter Kampf geführt, der in zoll-, handels-, lohn- und preispolitischen Forderungen und Zugeständnissen seine Auswirkungen zeitigt ²⁾. Sie pflegen am nachteiligsten für die Länder auszufallen, die am dringlichsten auf die Erweiterung ihres Absatzes angewiesen sind und deren Unterhändler den Bedingungen der politischen und wirtschaftlichen Großmächte gegenüber einen genügenden Gegenpol nicht zu bieten vermögen.

Besonders hart muß sich der Kampf um die Erhaltung der Konkurrenzfähigkeit für Deutschland gestalten, das infolge der Sonderbelastungen aus dem Versailler Diktat unter Konkurrenzbedingungen zu leiden hat, wie sie sonst keinem der Wettbewerbsländer aufgebürdet sind. Dazu zählen vor allem die Wegnahme eines großen Teiles wichtigster Wirtschaftsgebiete und die Auferlegung einer jährlichen ungeheuren Tributleistung an die Sieger-

¹⁾ Siehe oben Teil 1 Kap. 1 S. 3, 5. Otto Most, Fremdenverkehr als nationalpolitische Aufgabe (Kölnische Zeitung vom 21. 7. 1919).

²⁾ Erich Gebert, Wirtschaftspolitik und Fremdenverkehr, Salzburg 1926, S. 4.

staaten. Ihre Durchführung kann, wenn überhaupt je, so sicherlich nie allein durch Steigerung der Ausfuhr verwirklicht werden, dazu sind die gewollten und ungewollten Hemmnisse bei den Völkern, die ausländische Ware abnehmen sollen, zu groß. Andere Möglichkeiten aber, mittels deren Deutschland vor dem Kriege die Passivität der Handelsbilanz ausgleichen und zu einer günstigen Zahlungsbilanz gelangen konnte, wie Kapitalsanlagen im Ausland, Leistungen der Seeflotte usw., hat der Kriegsausgang zum Teil vernichtet, zum Teil erheblich geschwächt. Das Problem, wie in Zukunft ein Ausgleich der Zahlungsbilanz erreicht werden soll, gestaltet sich darum doppelt schwierig.

Mit dem Golde der Reichsbank kann der Tribut nicht bezahlt werden, da der Goldbestand gegenüber der Höhe der geforderten Leistungen zu gering ist und durch seinen Abfluß die Währung ihrer Vertrauensgrundlage beraubt würde. Die Reichsbank müßte dann, wollte sie den gesetzlichen Vorschriften betreffs Aufrechterhaltung der Währungsstabilität Genüge leisten, einen Deflationsdruck ausüben³⁾, bis durch die so erzwungene Geldknappheit und die damit parallel laufende Preissenkung⁴⁾ der erforderliche Ausfuhrüberschuß zur Dauererscheinung würde.

Das wäre dann der Zustand, von dem es heißt: Wenn man es Deutschland selbst überlassen hat, die Schwierigkeiten der Transferierung zu überwinden, dann bedeutet das nichts anderes, als daß sich die unausbleiblichen Wirkungen (Lohnsenkung, Verbrauchseinschränkung trotz vermehrter Arbeit) auf dem Rücken des eigenen Volkes auswirken müssen⁵⁾. Der Transferschutz soll zwar eine Gefährdung der Währung verhüten, er bedeutet aber keinen Krisenschutz, denn ein Höchstmaß von Übertragung soll immer gewährleistet sein⁶⁾.

Immer wird sich der durch die Tributleistungen auferlegte Zwang auf das schärfste innerhalb der deutschen Volkswirtschaft auswirken, denn endgültig werden die erforderten Gratislieferungen nur durch erhöhte Arbeitsleistungen bei verkürztem Realeinkommen und weitgehender Verbrauchseinschränkung aufzubringen sein.

Man fragt sich darum, wie der Druck zu lindern sei. Von Revisionen des Tributplanes ist nicht viel zu erhoffen, sie werden

³⁾ Max Sering, Deutschland unter dem Dawesplan, Berlin 1928, S. 214.

⁴⁾ Ihr wirkt jedoch in der Tat die durch Mehrbelastung verursachte Kostensteigerung entgegen.

⁵⁾ Adolf Weber a. a. O. S. 392.

⁶⁾ Max Sering a. a. O. S. 220 f.

bestenfalls auf nichts anderes als auf die Ermittlung der äußersten Leistungsfähigkeit hinauslaufen.

Bisher hat man versucht, durch Anleiheaufnahmen im Ausland die Folgen des Tributplanes zu lindern. Dies ist jedoch nur soweit möglich, als es gelingt, durch die zugeflossenen Kapitalien die Gesamtproduktivität zu erhöhen, andernfalls muß sich die Schuldaufnahme in verstärktem Druck in der Zukunft rächen. Der Zwang zum Export von Waren unter schwierigsten Bedingungen und zur Verbrauchseinschränkung wird später durch die erforderlichen Zinszahlungen nur verschärft. Die Anleihen verschleiern also die wirkliche Lage und ermöglichen, wie Weber sagt, nur eine geborgt ausgeglichene Zahlungsbilanz⁷⁾.

Letzten Endes läßt sich der Druck nur mildern, soweit es gelingt in der Zahlungsbilanz aktive Posten zu schaffen, durch die eine definitive Ausgleichung erreicht wird. Da diese Möglichkeiten aber teils genommen, teils geschwächt sind, gilt es um so mehr, die noch verbliebenen auszunützen. Dazu gehören die unter der Gruppe „Dienstleistungen“ in der Zahlungsbilanz erscheinenden Posten: wie Schifffahrt, Durchfuhrverkehr und nicht zuletzt der Reiseverkehr⁸⁾. Wenn auch dieser Posten im ganzen für Deutschland mit einem Passivsaldo abschließt, so wird doch die Bedeutung des aktiven Verkehrs für die Volkswirtschaft dadurch nicht beeinträchtigt. Durch den Ausländerverkehr fließen Devisen nach Deutschland, ohne daß Export betätigt werden muß, der in der heutigen Zeit schärfster Konkurrenz und gegenseitiger Abschließung mit großen Schwierigkeiten und Zugeständnissen verbunden wäre.

Der Kampf um die Exporterweiterung ist nichts anderes als das Streben nach besserer Ausnützung der vorhandenen Produktionsgrundlagen zur Erhaltung des Volkswohlstandes. Da der Konsum der Ausländer die gleiche Endwirkung zeitigt wie der Export, trägt er in gleicher Weise dazu bei, die heimischen Produktionsgrundlagen zur besseren Entfaltung zu bringen. Ja, da durch den Ausländerverkehr gewisse Natur- und Kulturschätze überhaupt erst nutzbar gemacht werden — denn sie bilden eine Volkswohl-

⁷⁾ A. Weber a. a. O. S. 393.

⁸⁾ Stresemann wies gelegentlich auf die besondere Bedeutung des Ausländerverkehrs hin, indem er ausführte: Deutschland ist heute in weit stärkerem Maße als vor dem Kriege auf die unsichtbare Ausfuhr des Fremdenverkehrs angewiesen, gilt es doch die Passivität der Handelsbilanz durch Aktiva auf den Gebieten des sonstigen internationalen Wirtschaftsverkehrs so weit als möglich auszugleichen. Erich Marcus, Der Fremdenverkehr, unsere unsichtbare Ausfuhr, Industrie- u. Handelszeitung Nr. 50 v. 28. 2. 1928.

standsquelle nur dann, wenn sie genossen werden —, und an sich nicht exportierbare Güter dennoch faktisch im Auslande verwertet werden, ist er besonders hoch zu werten ⁹⁾).

Durch den Ausländerverkehr wird es auf die einfachste Weise, d. h. mit den geringsten Opfern für die allgemeine Volkswohlfahrt ermöglicht, wenigstens einen Teil der zum Ausgleich der Zahlungsbilanz erforderlichen Devisen zu verschaffen, welcher sonst nur mit ungleich größerem Gegenaufwand zu erreichen wäre. Der Zwang zum Mehr- und Gratisexport für die geforderten Tributleistungen, durch den der Fehlsaldo ausgeglichen werden muß, kann auf diese Weise gemildert werden.

Eine wirklich erkennbare Erleichterung in dieser Hinsicht wird allerdings erst dann zutage treten, wenn das Aufhören der Auslandsanleihen die wirkliche Lage erscheinen läßt und die Tributlast endlich auf ein tragbares Maß beschränkt sein wird. Denn einer unerfüllbaren Leistung gegenüber kann eine Erschließung neuer Mittel und Wege so lange nicht mildernd wirken, als die Erfüllung der Gesamtforderung dennoch trotz aller Anstrengungen unmöglich bleibt.

Daß aber bei gemäßigten Bedingungen eine merkliche Erleichterung des Bilanzausgleichs mittels der Einnahmen aus dem Ausländerverkehr zu erreichen wäre, zeigt folgende Aufstellung aus der Zahlungsbilanz der sogenannten Schonjahre 1925/26 ¹⁰⁾.

	1925			1926		
	Passiva	Aktiva	Saldo	Passiva	Aktiva	Saldo
Reiseverkehr . .	213	134	70	220	150	70
Sachleistungen . .	—	433	433	—	574	574
Andere Reparationsleistungen . .	781	—	781	1031	—	1031

Die Einnahmen aus dem aktiven Fremdenverkehr betragen demnach in beiden Jahren 25—30% der in Reparationsverfahren vollzogenen Sachleistungen.

Dabei ist zu bedenken, daß nicht der gegenwärtige tatsächliche, sondern der in Zukunft mögliche Devisenzufluß in Betracht gezogen werden muß. Ihn zu steigern ist nicht nur eine fremdenverkehrspolitische, sondern in Anbetracht der geschilderten Zusammenhänge eine gesamtwirtschaftspolitische Forderung der Gegenwartslage.

⁹⁾ Siehe oben Teil 1 Kap. 4 S. 21 f.

¹⁰⁾ Die deutsche Zahlungsbilanz im Jahre 1926.

Wirtschaft und Statistik, Berlin 1927, 7. Jahrg. S. 423.

2. Teil.

Der Fremdenverkehr als Gegenstand der Förderung.

1. Kapitel.

Die Organisation im Fremdenverkehrswesen.

1. Staat und Interessentenorganisationen als Träger der Fremdenverkehrspolitik.

Je klarer der gemeinsame Nutzen eines Wirtschaftsfaktors für die gesamte Volkswirtschaft zutage tritt, desto entschiedener muß das Bestreben sein, ihn mit allen Mitteln auch seitens der öffentlichen Körperschaften zu stützen und die Förderung nicht lediglich den Bemühungen privater Interessentenkreise zu überlassen¹⁾. Umgekehrt ist der Staat, wenn auch der wichtigste, so doch nicht der einzige Träger der Volkswirtschaftspolitik. Seine Eingriffe zur Förderung eines Wirtschaftszweiges können sich daher nur dann als erfolgreich erweisen, wenn die Initiative der daran Interessierten als wirksame Kraft helfend zur Seite steht. Ihre Aufgabe ist es zunächst, dem Staat den Nachweis der getätigten möglichen Selbsthilfe zu erbringen und mit eindrucksvollen Mitteln zu zeigen, wie weit im gegenwärtigen Zustand staatliche Unterstützung not tut.

Ein Zusammenarbeiten von Staat und Interessenten erweist sich bei der Förderung des Fremdenverkehrs um so mehr als gerechtfertigt, als hierbei kaum die Belange eines anderen Wirtschaftszweiges benachteiligt werden, sondern fast alle in irgendeiner Weise mitprofitieren²⁾ und letzten Endes der Staat selbst in hohem Maße Nutzen aus der Wirtschaftsbelebung zieht.

Die Initiative aber hat von den unmittelbar am Fremdenverkehr Interessierten auszugehen. Sie müssen die Grundlagen schaffen, welche ein gegenseitiges Zusammenarbeiten erleichtern,

¹⁾ E. v. Philippovich a. a. O. Bd. II Teil 1 S. 1.

²⁾ Siehe oben Teil 1 Kap. 1 S. 5.

Z. B. werden bei staatlicher Förderung der Landwirtschaft durch Schutzzölle die Industrieinteressen benachteiligt und umgekehrt.

eine Kräftezersplitterung bei der Verfolgung gemeinsamer Ziele verhüten und eine wirksame Vertretung der Interessen nach außen und dem Staate gegenüber ermöglichen. An diesem liegt es dann den Wünschen und berechtigten Anforderungen weitmöglichst gerecht zu werden.

2. Entwicklung, Aufbau und Aufgaben der Fremdenverkehrsorganisationen.

Die wichtigste Grundlage für jede Interessenvertretung ist eine durchgreifende Organisation. Viel ist in dieser Hinsicht gerade auf dem Gebiete des Fremdenverkehrs schon geschehen, nicht allein aus rein wirtschaftlichen Erwägungen, sondern auch aus anderen Motiven heraus, wie Heimatliebe, Lokalpatriotismus, die oft so stark vorherrschten, daß sie einer Entwicklung im Interesse des größeren Ganzen entgegenwirkten³⁾. Ein Blick in die Entstehung, den Aufbau und Aufgabenkreis der Fremdenverkehrsorganisation zeigt, welche Fehler gemacht wurden und welche Aufgaben noch ihrer Lösung harren.

Naturgemäß beginnt die Betrachtung am besten mit der Würdigung der Basis, auf der sich die Organisation aufbaut, bei den Verkehrsvereinen.

Soweit sie nicht originär erstanden sind, gingen sie hervor aus den ursprünglichen Verschönerungsvereinen, deren Charakter weniger wirtschaftlicher als mehr gemeinnütziger Natur war⁴⁾. Verlegten sich die Verschönerungsvereine hauptsächlich auf Schaffung von Einrichtungen der Bequemlichkeit (Ruhebänke usw.), auf das Zugänglichmachen der Sehenswürdigkeiten des Ortes und seiner Umgebung, so erweiterten die Verkehrsvereine den Bereich ihrer Tätigkeit auf Werbung, Besserung der Verkehrsverhältnisse, Vermittlung von Wohnungen usw.⁵⁾.

Ihre finanzielle Stütze hatten die Verkehrsvereine von Anfang an in den Beiträgen der freiwilligen Mitglieder. Je mehr sie zielbewußte Förderung des Fremdenverkehrs nicht mehr aus rein idealen, sondern vor allem aus wirtschaftlichen Rücksichten heraus anstrebten, um so mehr erwuchs daraus das Recht, finanzielle Bei-

³⁾ M. Krauß, Aufbau und Aufbau der deutschen Fremdenverkehrsorganisation, Berlin 1922, S. 8.

⁴⁾ D. Born, Die Organisation der deutschen Verkehrsvereine (Handbuch des deutschen Fremdenverkehrs S. 25). 1845 wurde in Bonn der erste Verkehrsverein gegründet.

⁵⁾ Paul Weigel, Zusammenarbeit der Verkehrsverbände und Verkehrsvereine S. 3. Siehe auch Verkehr und Bäder Nr. 5 vom 1. 2. 1928.

hilfe der am Fremdenverkehr mittelbar und unmittelbar Interessierten zu beanspruchen.

Die Einführung der Kurtaxe und Kurförderungsabgabe ermöglichte eine weitgehende Ausdehnung des Aufgabenbereichs. Die Einziehung erfolgt zwar durch die Kommunen, doch werden die Mittel fast ausschließlich zur Förderung des Fremdenverkehrs verwendet⁶⁾. Soweit sie für die gestellten Aufgaben nicht genügen, pflegen die Gemeinden oft Zuschuß zu gewähren, denn sie genießen ja selbst große Vorteile aus dem gesteigerten Verkehr⁷⁾. So ergänzen sich Verkehrsvereine und Kommunen in gemeinnütziger Zusammenarbeit.

Wo sich die Aufgaben der Verkehrsvereine in besonders starkem Maße häuften, wurden sogenannte Verkehrsämter errichtet, die entweder kommunale behördliche Einrichtungen darstellen oder durch Verkehrsvereine erhalten werden. An ihrer Spitze stehen in der Regel nicht mehr ehrenamtliche Leiter, wie heute noch vielfach bei den kleineren Verkehrsvereinen, sondern besoldete Kräfte, Geschäftsführer, Verkehrs- oder Kurdirektoren. Hauptaufgabe dieser Ämter ist ebenfalls die Förderung des Verkehrs mit allen möglichen Mitteln⁸⁾. In enger Beziehung zu den Reisebüros stehend, deren Vertretung sie häufig übernehmen, suchen sie die Fremden durch Propagandamaßnahmen in ihren Bezirk zu locken, ihnen aber auch nach der Ankunft weitmöglichst behilflich zu sein durch Vermittlung aller wichtigen Kenntnisse über Wohnung, Führungen, Sehenswürdigkeiten des Ortes und der Umgebung, Sorge für Unterhaltung und Gesellschaft usw. Sie nehmen auch Beschwerden und Wünsche entgegen und stehen dem Reisenden endlich zur Auskunft über Ausflugs- und Abreisemöglichkeiten usw. zu Diensten. Soweit in den Kurorten und Fremdenstädten noch keine Verkehrsämter entstanden sind, bleiben diese Aufgaben den Verkehrsvereinen überlassen⁹⁾.

Die wichtige Funktion der örtlichen Förderung des Fremdenverkehrs wird damit von den Verkehrsvereinen und Verkehrsämtern erfüllt. Der privaten Initiative, aus der sie hervorgingen, und der rührigen Weiterarbeit, die sie selbst entfalteten, ist es zum großen Teil zu danken, daß der Fremdenverkehr sich in den letzten

⁶⁾ Max Matthias a. a. O. S. 212.

⁷⁾ A. Moser a. a. O. S. 14f. Siehe oben Teil 1 Kap. 4 S. 28 f.

⁸⁾ C. E. Schmidt, Fremdenverkehrsprobleme, Berlin 1924, S. 8.

⁹⁾ Carl Miller, Die deutschen Verkehrsvereine (Handbuch des Fremdenverkehrs S. 13).

Jahrzehnten so stark entwickeln konnte. Wertvolle Pionierarbeit wurde durch sie geleistet und mancher Ort und manches Gebiet dem Verkehr erst erschlossen, Unternehmungslust und fortschrittliche Gesinnung im Besuchsgebiete selbst angeregt. Man drang auf Verbesserungen bezüglich Unterkunft und Verpflegung, regte die notwendigen hygienischen und sanitären Anlagen an und trug so bei zur Schaffung der wichtigsten Grundlagen für einen gedeihlichen Fremdenverkehr.

Eine mißliche Nebenerscheinung hatte sich allerdings im Laufe der Entwicklung bemerkbar gemacht. Aus übermäßigem Lokalpatriotismus entstand nämlich ein Wettbewerb der einzelnen nachbarlichen Vereine um möglichst großen Verkehr ¹⁰⁾. Mit nicht selten übertriebener Propaganda suchte jeder Verein für sich die Fremden auf das eng begrenzte, im allgemeinen weniger bekannte Gebiet zu lenken, was dazu führte, daß bei der Vielheit der gepriesenen Plätze der Reiselustige oft die Übersicht verlor, nur schwer die richtige Wahl treffen konnte und schließlich bei der Ankunft die gehegten Erwartungen nicht erfüllt sah.

Erst im Laufe der Zeit drang, veranlaßt durch die Gleichartigkeit vieler Arbeiten und das Anschwellen des Aufgabenbereichs, die Erkenntnis durch, daß die Tätigkeit eines Vereins sich nicht in der Vertretung der örtlichen Interessen erschöpfe, die gegenseitige Abschließung Nachteile für alle mit sich bringen müsse und zur Erreichung der gemeinsamen Ziele der Zusammenschluß mehrerer Vereine in einem übergeordneten Verbände notwendig sei. Besonders mußte das Auftauchen von Problemen, mit deren Lösung sich die einzelnen Vereine für sich nicht befassen konnten, und die Einsicht, daß gewisse Erfolge, z. B. Verkehrsverbesserungen, mit vereinter Kraft leichter zu erreichen seien, daß ferner auf dem Gebiete der Werbung eine Zersplitterung der Mittel eher verhütet werde, zur Verbandsbildung führen. Eine regionale Zentralstelle kann besser für Sammlung, Bearbeitung und Vertretung der gemeinsamen Verkehrswünsche sorgen und somit viel nutzlose, einzelne Kleinarbeit verhüten, sie kann zweckmäßigere, billigere, dem ganzen Gebiete nützende Kollektivwerbung betreiben ¹¹⁾, sie behält endlich bessere Fühlungnahme mit der Presse, den Spitzenstellen der Fremdenverkehrsorganisation und den staatlichen Verwaltungsorganen, die den einzelnen Vereinen weniger zugänglich sind.

Ihrerseits schlossen sich die Verbände wieder in Provinzial- und weiter in Landesverbänden zusammen, welche die Interessen

¹⁰⁾ M. K r a u ß a. a. O. S. 4.

¹¹⁾ Siehe unten Teil 2 Kap. 2 S. 73 f.

des Fremdenverkehrs den einzelnen Landesregierungen gegenüber zu vertreten haben ¹²⁾).

Im Reiche erhielten sie eine Spitzenorganisation im Bunde deutscher Verkehrsvereine. Er wurde 1902 zu Frankfurt gegründet und sollte die gegebene Stelle zur Vertretung und Förderung der allgemeinen deutschen Verkehrsinteressen auf gemeinsamer Basis bilden ¹³⁾. Besonders hatte sich der Bund die Werbung im Ausland, die Zusammenarbeit mit den Verkehrseinrichtungen durch einen Ausschuß zur Förderung des Reiseverkehrs und die Vertretung der Fremdenverkehrsinteressen gegenüber den staatlichen Behörden zur Aufgabe gemacht ¹⁴⁾. Der Sitz wurde nach Magdeburg, der zentral gelegenen Stadt verlegt.

Die mangelhafte Struktur des Bundes jedoch — er zählte neben größeren Verbänden auch lokale Verkehrsvereine, selbst Einzelinteressenten zu seinen Mitglieder — war wohl der Grund, daß er den gestellten Aufgaben nicht recht gewachsen war. Die Verschiedenartigkeit der Wünsche der Mitglieder mußte alle Verhandlungen des Bundes erschweren und seine Bestrebungen konnten daher nie die gewünschte Resonanz finden. Dieser Mangel an Einfluß und Erfolg trug natürlich auch nicht dazu bei das Interesse der Beteiligten an der Organisation lebendiger und unterstützungswilliger zu gestalten ¹⁵⁾.

Zur systematischeren Bindung der Kräfte gab man daher dem Bunde auf der Hauptversammlung zu Erfurt 1921 eine andere Form ¹⁶⁾. Er sollte nur mehr auf dem Umwege über die großen Landesverkehrsorganisationen als unmittelbare Mitglieder die einzelnen Verkehrsverbände und Vereine erfassen. Zur fachgemäßen Erledigung der Verkehrsfragen wurden eigene Ausschüsse eingerichtet und die Aufgabe der Werbung im Ausland einer eigens geschaffenen Reichszentrale für deutsche Verkehrswerbung übertragen ¹⁷⁾.

Durch die Vereinigung der kleinen Verbände in einer nächst höheren Stufe der Organisation und die endliche Zusammenfassung der Hauptverbände in der Spitze, dem Bunde, schien somit das gewünschte System erreicht.

¹²⁾ A. Morgenroth a. a. O. S. 406.

¹³⁾ D. Born a. a. O. S. 28.

¹⁴⁾ Rundschreiben des Bundes deutscher Verkehrsvereine 1927 anlässlich des 25 jährigen Bestehens.

¹⁵⁾ Krauß, Krisis im Fremdenverkehr S. 12.

¹⁶⁾ D. Born a. a. O. S. 25 f.; C. E. Schmidt S. 9.

¹⁷⁾ Handbuch wirtschaftlicher Verbände und Vereine d. Deutschen Reichs, Berlin 1928, 3. Aufl. S. 381, herausg. v. Industrieverlag Spaeth & Linde, Berlin.

Dem Bund oblag vor allem die Aufgabe, die allgemeinen Fremdenverkehrsinteressen von ganz Deutschland zu vertreten, während die Landesverkehrsorganisationen die Einzelbestrebungen der Länder zur Geltung bringen sollten¹⁸⁾. Die in ihnen vereinigten größeren und kleineren Unterverbände sollten dabei ihre Selbständigkeit nicht verlieren, sondern nur ihre Tätigkeit auf bestimmten Gebieten zur Vermeidung von Doppelarbeiten und unnötigen Unkosten die notwendige Begrenzung erfahren. Für die übergeordneten Verbände bildeten sie ihrerseits den zur Erreichung der erstrebten Ziele förderlichen Rückhalt.

Während sich die Vereine und regionalen Verbände meist günstig entwickelten, vermochte der Bund sich auch im neuen Gewande nicht genügend durchzusetzen. Daran mag vor allem die mangelnde Finanzbasis, die Interesselosigkeit des Staates an einer durchgreifenden Unterstützung und nicht zuletzt die Übernahme der Werbetätigkeit im Ausland durch die Reichszentrale für Verkehrswerbung schuld gewesen sein, denn dadurch wurde das Interesse der Mitglieder am Bunde naturgemäß geschwächt¹⁹⁾.

Unzufriedenheiten mit den Erfolgen der Reichsspitzenorganisationen, auch mit der Reichszentrale für Verkehrswerbung führten zu weiteren Änderungsbestrebungen und schließlich zur Schaffung neuer Organisationen, der Reichsarbeitsgemeinschaft für deutsche Verkehrsförderung und dem Reichsausschuß für Fremdenverkehr²⁰⁾. Da hinsichtlich ihrer Ausgestaltung heute noch manches in Gärung und im Flusse ist, kann im folgenden kein vollendetes Endergebnis, sondern nur mehr ein Einblick in die Meinungsverschiedenheiten, wie sie besonders auf dem Gebiete der Auslandwerbung bestehen, und in die einstweilige Konstitution geboten werden.

3. Heutiger Stand der Fremdenverkehrsorganisationen.

Kraft durchgreifender Organisation ist Deutschland heute von einem ausgebreiteten Netze regionaler Verbände überzogen, die meist auf geographischer Grundlage zu Kreis-, Provinzial- und Landesverbänden höherer Ordnung zusammengeschlossen sind²¹⁾.

¹⁸⁾ Otto Kamp, Der Reiseverkehr im In- und Ausland S. 15.

¹⁹⁾ M. Krauß a. a. O. S. 6. Krisis.

²⁰⁾ Der Aufbau der deutschen Fremdenverkehrsorganisationen (Industrie- u. Handelszeitung 9. Jahrg. Nr. 160 vom 12. VII. 1928).

²¹⁾ A. Morgenroth a. a. O. S. 406.

Es sind da zu nennen die Landesverbände für Preußen, Württemberg und Baden, der Rheinische Verkehrsverband usw.

In Bayern, wo der Fremdenverkehr eine besonders große Rolle spielt, bestehen 3 Hauptverbände ²²⁾:

1. Der Fremdenverkehrsverband München und Südbayern, (Bayrische und Allgäuer Alpen), München,
2. der Nordbayrische Verkehrsverein, Nürnberg,
3. der Pfälzische Verkehrsverein, Ludwigshafen.

Zur Beratung in Fremdenverkehrsangelegenheiten wurde hier dem nunmehrigen Staatsministerium des Äußeren ein Landesfremdenverkehrsrat beigegeben. Außer den Vertretern der Regierung, der Gruppenverwaltung der deutschen Reichsbahngesellschaft und der bayrischen Presse gehören ihm Abgeordnete der 3 Hauptverbände an.

In diesen Hauptverbänden ist eine große Reihe von Unterverbänden zusammengefaßt. Zahn zählt ihrer 32 auf ²³⁾, wovon die meisten auf den südbayrischen Verband entfallen. Fast alle Orte mit stärkerem Verkehr haben heute in Bayern ihre Verkehrsvereine, und etwa 970 Gemeinden beteiligen sich mit deren Beihilfe an der Fremdenverkehrsstatistik, ein deutlicher Beweis, wie weit hier das Bewußtsein von der Notwendigkeit einer zweckmäßigen Organisation und zielbewußter Förderung durchgedrungen ist.

Andere Organisationen ²⁴⁾, welche für die Vertretung der Fremdenverkehrsinteressen von Bedeutung sind, bestehen im Allgemeinen Deutschen Bäderverband, Berlin, im Reichsverband der deutschen Hotels, Düsseldorf, der Vereinigung der deutschen Reisebüros usw. ²⁵⁾.

Sie haben sich, da sie weder den Bund deutscher Verkehrsvereine, noch die Reichszentrale für Verkehrswerbung für die genügende Wahrnehmung ihrer Interessen für geeignet hielten. und der Wunsch nach Schaffung eines objektiven Reichsverkehrsamtes nicht durchgedrungen war, 1928 in einer neugeschaffenen Organisation, der Reichsarbeitsgemeinschaft für Deutsche Verkehrsförderung, zusammengetan ²⁶⁾.

²²⁾ Zeitschrift des Statistischen Landesamts 60. Jahrg. 1928 S. 82.

²³⁾ Ebenda S. 69.

²⁴⁾ A. Morgenroth a. a. O. S. 406 f.

²⁵⁾ In Bayern hat sich besonders auch der Deutsch-Österreichische Alpenverein sehr um die Förderung des Fremdenverkehrs verdient gemacht.

²⁶⁾ D. Born a. a. O. S. 29. Mitglieder sind außerdem: Die Bäder- und Verkehrs-A.-G., der Bund deutscher Verkehrsvereine, der Reichsstädtebund, sowie Hapag, Norddeutscher Lloyd, die Lufthansa und das Leipziger Meßamt.

Diese macht sich die Zusammenfassung aller am Verkehr interessierten Kreise zur Vertretung der gemeinsamen Belange im In- und Ausland zur Aufgabe. Neben dem Austausch von Erfahrungen und Anregungen sollte vor allem ein geschlossenes Auftreten bei den Forderungen um finanzielle und verwaltungsmäßige Unterstützung der Fremdenverkehrsbelange gegenüber den Reichsbehörden erreicht und eine Zersplitterung der Kräfte und Mittel bei den Werbemaßnahmen im In- und Ausland verhindert werden ²⁷⁾.

Durch Übernahme dieser Funktionen verlor vor allem der Bund deutscher Verkehrsvereine seine Bedeutung, was schon rein äußerlich in seiner Zugehörigkeit als Mitglied zur Reichsarbeitsgemeinschaft zum Ausdruck kommt. Da die Reichsarbeitsgemeinschaft auch Verkehrswerbung im Ausland betreiben wollte, mußte sie in einen Gegensatz zur bisherigen Reichszentrale für Verkehrswerbung treten, welche diese Aufgabe seither allein und nicht ohne anerkannten Erfolg erledigt hatte. Das kam auch auf einer Heidelberger Tagung zum Ausdruck ²⁸⁾, in der sich die süddeutschen Verbände gegen die Gründung der Reichsarbeitsgemeinschaft aussprachen. Wozu eine zweite Organisation, hieß es, wenn die bereits bestehende auf dem besten Wege ist, ihre Aufgabe zu erfüllen? Ferner wurden Bedenken gehegt, daß die neue Organisation nicht in gleichem Maße in der Lage sei, die Werbung im Hinblick auf die Wichtigkeit des Ausländerverkehrs für die gesamte Volkswirtschaft planmäßig nach ganz bestimmten Richtlinien zu betreiben. Da sie aus Interessentenorganisationen bestehe, von denen jede ihre eigene Auffassung über die Zweckmäßigkeit der einzelnen Werbemaßnahmen habe und jede nur natürlich in erster Linie ihre Interessen gefördert wissen wolle, bestehe Gefahr für die einheitliche Wahrung der Gesamtinteressen ²⁹⁾.

Dazu führt die Gegenseite an, daß dies nunmehr auch von der Auslandwerbung durch die Reichszentrale behauptbar sei, da ihr Träger, die Reichsbahn, durch die Umbildung in die Reichsbahngesellschaft mehr privatwirtschaftlichen Charakter angenommen habe und daher ihre Funktion nicht mehr vor allem vom volkswirtschaftlichen Gesichtspunkt aus zu erfüllen brauche ³⁰⁾.

²⁷⁾ Krohne, Zweck und Ziele der Reichsarbeitsgemeinschaft für deutsche Verkehrsförderung (Verkehr und Bäder Nr. 27 vom 4. 7. 1928), ferner Industrie- und Handelszeitung Nr. 160 vom 12. 7. 1928).

²⁸⁾ Achtung! Fremdenverkehr! (Frankfurter Zeitung vom 15. 7. 1928).

²⁹⁾ Ebenda.

³⁰⁾ Tatsächlich hat z. B. die Reichsbahn größere Vorteile von Reisen, die über Deutschlands Grenzen hinausführen, wegen der Länge des Weges.

Durch die Mitgliedschaft wichtigster Verkehrsunternehmungen: der Hamburg-Amerika-Linie, des Norddeutschen Lloyd, der Lufthansa, sowie der Reichspost, die innerhalb ihrer Betriebe und Verkehrsmittel Gelegenheiten zu großzügiger, wirksamer Werbung und nützlicher gegenseitiger Zusammenarbeit bieten, hätte die Reichsarbeitsgemeinschaft als Organisation für Auslandwerbung gewiß manche Vorteile geboten ³¹⁾. Da ihr aber die süddeutschen Verbände aus erwähnten Gründen, besonders jedoch deshalb die Gefolgschaft versagten, weil sie ihre Interessen durch eine Reichsorganisation nicht genügend gewahrt glaubten, die Reichszentrale für Verkehrswerbung ferner (nunmehr in Reichsbahnzentrale umgetauft) auf ihrem Standpunkt beharrte, blieb nur eine Kompromißlösung übrig, die zur Schaffung einer neuen Organisation, des Reichsausschusses für Fremdenverkehr, führte.

Er stellt sich zur Aufgabe, die deutschen verkehrswirtschaftlichen und verkehrspolitischen Interessen, soweit sie den Fremdenverkehr und seine Pflege betreffen, zusammenfassen und zu vertreten, ohne dabei die Sonderbelange örtlicher, bezirklicher und anderer Art berühren zu wollen. Insbesondere aber hat er die Verkehrswerbung im Ausland zu fördern und richtunggebend zu beeinflussen, sowie auch eine Einheitlichkeit der Sondermaßnahmen bei der Inlandswerbung herbeizuführen.

Der Ausschuß setzt sich zusammen aus Vertretern

1. des Reichsverkehrs-, Reichswirtschafts-, Reichspostministeriums und des Auswärtigen Amts,
2. der Reichsbahngesellschaft und des Industrie- und Handelstags,
3. der Reichsarbeitsgemeinschaft für deutsche Verkehrsförderung und der Arbeitsgemeinschaft süddeutscher Verkehrsvereine,
4. des Deutschen Städtetags und des Reichsstädtebundes ³²⁾.

Diese Zusammenführung maßgebender Interessentenkreise in einer Organisation läßt eine zielbewußte, finanzkräftige Förderung des Fremdenverkehrs erwarten, bei der die Vorzüge organischer Zusammenarbeit und gegenseitiger Unterstützung bei Werbemaßnahmen wirksam werden können.

Die Reichszentrale für Verkehrswerbung hat mit den Reisebüros die Wege für nützliche Auslandswerbung gebahnt, die An-

³¹⁾ K r o h n e a. a. O. (Verkehr und Bäder Nr. 27 vom 4. 7. 1928).

³²⁾ Die bisher lose Vereinigung süddeutscher Verkehrsverbände hatte sich durch ihre Kampfstellung straffer organisiert.

^{32a)} Gründungsakte des Reichsausschusses für Fremdenverkehr.

fangsschwierigkeiten, wie sie besonders durch den Krieg verursacht worden waren, erfolgreich überwunden. Möge sich das Entstehen der neuen Organisation nicht als Überorganisation mit den nachteiligen Folgen, sondern als Fortschritt im Interesse des deutschen Fremdenverkehrs und damit der gesamten deutschen Volkswirtschaft erweisen!

4. Die Reisebüros als Einrichtung im Dienste des Fremdenverkehrs.

Unabhängig von den eigentlichen Fremdenverkehrsorganisationen, aber in engem Zusammenhang mit ihnen stehend, entwickelte sich in Deutschland verhältnismäßig spät die Einrichtung der Reisebüros. Mit der Zunahme der Verkehrsmittel und der Vielseitigkeit der Verkehrswege hatte sich eine solche Institution mehr beratender und vermittelnder Art als notwendig erwiesen.

England besaß sie schon lange vorher in den vorbildlich vorangehenden privaten Reisebüros der Firma Thos. Cook & Son. Zwar war auch in Deutschland seit 1844 durch die Eisenbahnverwaltung ein Fahrscheinsystem für Rundreiseverkehr eingeführt³³⁾, aber weitere Reisebequemlichkeiten, insbesondere für den internationalen Verkehr, wurden nur wenig geboten.

Der kaufmännischen Bewegungsfreiheit des 1917 gegründeten „Mittleuropäischen Reisebüros“, kurz „Mer“ genannt³⁴⁾, war es vorbehalten, in einem eigenen neuen Fahrscheinsystem Ersatz für das alte zu schaffen und unter Nutzbarmachung der Einrichtungen und Erfahrungen der vorbildlichen englischen und französischen Reisebüros die Verkehrsbeziehungen zu Mitteleuropa, die durch den Krieg unterbrochen waren, wieder zu knüpfen³⁵⁾, was auch der § 2 des Gründungsvertrags als Hauptzweck bezeichnet³⁶⁾. Durch die Errichtung von Agenturen in allen wichtigen Reiseländern, die Fühlungnahme mit den übrigen ausländischen Reisebüros, die Besorgung aller Reiseangelegenheiten von der kostenlosen Auskunft bis zur Fürsorge für entsprechende Unterkunft, wird eine glattere Abwicklung des Reiseverkehrs ermöglicht, was einer Einsparung an Zeit und Geld gleichkommt, da die einzelnen bei der Fülle der

³³⁾ W. Menzel, Organisationen im Reiseverkehr (Zeitschrift für Verkehrswissenschaft Jahrg. 1926 Heft 5 S. 189 f.).

³⁴⁾ Der Anschluß Österreich-Ungarns 1918 an die ursprünglich rein deutsche Einrichtung führte zu dieser Benennung.

³⁵⁾ K o l a n o w s k i, Die Bedeutung des Reisebüros für die Verkehrswerbung, Handbuch des Fremdenverkehrs S. 19.

³⁶⁾ W. Menzel a. a. O. S. 207.

Reisemöglichkeiten nun eher auf die günstige Verkehrsgelegenheit aufmerksam gemacht und auch sonst vor Schaden durch mangelnde Erfahrung bewahrt werden.

Durch das gegenseitige Zusammenarbeiten der Reisebüros, insbesondere des Mer mit allen übrigen Werbestellen, wie sie die Schifffahrtsgesellschaften Hapag und Lloyd, sowie die internationale Schlafwagengesellschaft und die Mitropa, ferner alle wichtigen Reiseländer für den Weltverkehr unterhalten, besteht eine so enge gegenseitige Verflochtenheit, daß die Reisebüros heute als unentbehrliche Mittler des modernen internationalen Reiseverkehrs anzusehen sind.

Das Mer verdankt dabei in Deutschland seine überragende Stellung der Monopolausstattung seitens der Reichsbahn, der Gewährung des ausschließlichen Rechts zum Verkauf von Fahrkarten außerhalb der Bahnhöfe bei Bezug einer Provision von 10%. Dafür wird ihm die kostenlose Auskunft zur Pflicht gemacht³⁷⁾. Das amtliche bayrische Reisebüro ist für Bayern Vertreter des Mer und gleichzeitig zahlreicher anderer Institutionen, so allein für 17 Schifffahrtsgesellschaften. An allen wichtigen Fremdenverkehrsplätzen Bayerns unterhält es Zweigniederlassungen³⁸⁾.

Wollen nämlich die übrigen Reisebüros ebenfalls amtliche Fahrtausweise verkaufen, so müssen sie als Vertreter des Mer fungieren, wofür sie von diesem einen Teil der Provision erhalten (ebenfalls unter der Verpflichtung kostenloser Auskunfterteilung). Um den ausländischen Reisebüros einen stärkeren Anreiz zur Empfehlung deutscher Reiseziele zu geben, vergütet ihnen das Mer höhere Sätze für den Verkauf deutscher Fahrscheine im Ausland, wie es ja hierfür auch selbst höhere Provisionen seitens der Reichsbahn bezieht³⁹⁾.

Diese Provisionen stellen indes nur einen Teil der Einnahmen der Reisebüros dar. Weitere Einkünfte ergeben sich aus der Besorgung der Karten für Dampfschiff- und Flugfahrten, der Platz- und Schlafwagenkarten, der Beförderung, Aufbewahrung und Versicherung des Gepäcks, aus Geldwechsel, Ausstellung von Reiseschecks und Kreditbriefen, Paß- und Visenbesorgung, Organisation von Gesellschafts- und Pauschalreisen, sowie aus der Durchführung von Besichtigungs- und Vergnügungsfahrten. Damit ist der

³⁷⁾ Prospekte des Mer.

³⁸⁾ Prospekte des Amtl. Bayr. Reisebüros.

³⁹⁾ Umgekehrt erhalten die deutschen Reisebüros höhere Vergütung durch die ausländischen Reisebüros für die Vermittlung des Verkehrs nach dem Ausland.

größte Teil des Wirkungskreises der Reisebüros gekennzeichnet. Sie übernehmen außerdem die Stellung von Autos und Reiseführern, die Besorgung von Theaterbilletts, die Behandlung der Post und Telegramme, die Reservierung von Hotelzimmern, kurz allem, was für den Reisenden wichtig ist. Dazu kommt, daß die Reisebüros, vielfach ausgestattet mit bereistem sprachenkundigen Personal, mit einer Fülle von Prospekten und Informationsmaterial über die ganze Welt, für Reiseauskünfte besonders befähigt sind, die von ihnen ausgegebenen Fahrscheine besondere Vorzüge aufweisen und endlich die Gutscheine, die dem Reisenden gegen die Entrichtung der Pauschalsumme ausgestellt werden, eine Empfehlung darstellen an alle angewiesenen Stellen, die in ihrem eigenen Interesse mit den Reisebüros zusammenarbeiten. Durch diese gebotenen Vorteile wird nicht nur ein Anreiz zur Inanspruchnahme der Reisebüros, sondern gleichzeitig zum Reisen selbst ausgeübt.

Welche wichtige Funktion die Reisebüros ferner durch ihre engste Fühlungnahme mit dem reiselustigen Publikum besonders bezüglich der Auslandswerbung auszuüben vermögen, bedarf bei der Darstellung der Förderung des Fremdenverkehrs durch die Werbung nochmaliger Betonung.

2. Kapitel.

Förderung des Fremdenverkehrs durch Werbung.

1. Die Fremdenverkehrsorganisationen als Träger der Werbung.

Wo die Vorbedingungen für einen entwicklungsfähigen Fremdenverkehr gegeben sind, bedeuten alle Förderungsmaßnahmen einen Schritt zur besseren Ausnützung vorhandener Produktionsgrundlagen und Erhöhung ihrer Rentabilität. Da besonders von einer erfolgreichen Werbetätigkeit der Grad ihrer Auswertung abhängt, hat das Kapitel „Werbung“ immer einen vordringlichen Platz unter der Reihe der Fremdenverkehrsprobleme.

Für die Durchführung einer rationellen Werbung erweist sich das Bestehen einer systematischen Organisation natürlich als beste Grundlage. Während die von einzelnen Interessenten ausgehenden Werbeakte nur selten ansehnlich ausfallen können und ihnen daher nur zu häufig der gewünschte Erfolg versagt bleibt, gestattet die Kollektivpropaganda durch Verbände und Spitzenorganisationen eher den Gebrauch eindrucksvoller Mittel zur Werbung.

Mag zu Beginn der Fremdenverkehrsbewegung, da der Konkurrenzkampf noch nicht in dieser Schärfe tobte, eine mehr oder weniger geschickte Einzelpropaganda der Interessenten genügt haben, heute, da alle werben und so viele Länder sich um möglichst starken Fremdenzustrom aus dem Ausland bemühen, hat nur noch eine mit größeren Mitteln planmäßig durchgeführte Kollektivwerbung Aussicht auf durchschlagenden Erfolg¹⁾. Sie ermöglicht den Austausch von Erfahrungen und Kenntnissen, gewährleistet fachkundigere Durchführung, verhütet eine Zersplitterung der Mittel und verbürgt am ehesten die Befolgung des Grundsatzes, die gerade auf dem Gebiete der Werbung schwer ist: Erreichung des größtmöglichen Erfolges mit den knapp vorhandenen Mitteln.

Darum war zur Durchführung einer rationellen Auslandwerbung die Schaffung einer Stelle erforderlich, die unter fach-

¹⁾ Max Krauß, Die zukünftigen Aufgaben der deutschen Verkehrswerbung im In- und Ausland, Berlin 1921, S. 12.

kundiger Leitung, nach einheitlichen Gesichtspunkten vorgehen sollte. Sie entstand in der Reichszentrale für Verkehrswerbung, gegründet laut Beschluß der Regierungskonferenz vom 20. 2. 1920 durch das Reichsverkehrsministerium²⁾). Auf der Tagung des Bundes deutscher Verkehrsvereine zu Erfurt 1921 wurde ihr, wie bereits erwähnt³⁾, die Auslandswerbung ausschließlich übertragen. Träger und wichtigste finanzielle Stütze war die am Verkehr hauptsächlich interessierte Reichsbahn.

Durch Schaffung und Verbreitung von auf das Ausland abgestimmten Schriften, Plakaten und Verkehrsbüchern, durch Errichtung eigener Werbestellen in wichtigen Reiseländern, gelang es der Reichszentrale unter Benützung aller modernen Werbemittel anerkannte Erfolge zu erzielen⁴⁾). So wurden allein 11 eigene Auslandsstellen errichtet⁵⁾, darunter Büros in der besten Lage Londons und New Yorks. Sie mußten erst mit einem Werbematerial ausgerüstet werden, das in Form, Inhalt und Sprache auf das Ausland zugeschnitten war. Die Formen der Inlandswerbung können eben nicht einfach auf das Ausland übertragen werden, schon weil der Ausländer infolge der Verschiedenheit der Charakteranlagen und Bedürfnisse auf viele Dinge anders reagiert, auch anders denkt und spricht. Wenn man ferner bedenkt, welche Schwierigkeiten gerade in jener Zeit zu überwinden waren, um die durch Kriegshetze vorgefaßten Meinungen zu bekämpfen, gelangt man erst zur gebührenden Würdigung der gezeitigten Erfolge und zur Erkenntnis der Notwendigkeit eines planmäßigen Vorgehens von einer Zentralstelle aus⁶⁾).

Auslandswerbung soll nicht den Utilitätsstempel einzelner Interessenten tragen und muß in Hinblick auf die Wichtigkeit des Ausländerverkehrs für die gesamte Volkswirtschaft ihre Ziele weiter stecken. Eine Zusammenfassung ist um so notwendiger, je weniger Mittel einerseits zur Verfügung stehen und je mehr Kräfte

²⁾ C. E. Schmidt a. a. O. S. 9.

³⁾ Siehe oben Teil 2 Kap. 1 S. 63.

⁴⁾ Bilanz der deutschen Verkehrswerbung (Verkehr und Bäder vom 14. 1. 1928).

⁵⁾ Mit ihrer Hilfe wurden allein 1927 1,4 Millionen Verkehrsbücher in den wichtigsten Sprachen in fast allen Ländern verbreitet. Dazu kommen fast ebensoviele Schriften deutscher Städte, Kurorte und Verbände, die sich der Vertriebsorganisation der Reichszentrale anschlossen. Eine Unmenge Plakate, Photos, zahlreiche Filme, zwei deutsche und fünf fremdsprachige Presse-dienste stehen außerdem der Auslandswerbung zur Verfügung.

⁶⁾ Jahresbericht für 1925 der Reichszentrale, ferner „Verkehr und Bäder“ Nr. 26 vom 30. 6. 1926.

andererseits das gleiche Ziel anstreben, je mehr aber auch das umgebende Ausland unter finanziell günstigeren Bedingungen sich um möglichst großen Ausländerverkehr ⁷⁾ bemüht.

Nachdem nun der Reichsausschuß für Fremdenverkehr neben der jetzigen Reichsbahnzentrale für Verkehrswerbung im Ausland werben will, liegt es an ihm, diese Funktion ebenso nach den bisher bewährten Grundsätzen zu betreiben. Der Erfolg wird auch hier von der tatkräftigen Zusammenarbeit und weitgehenden finanziellen Unterstützung seitens der zusammengeschlossenen Interessenten, sowie seitens des Staates abhängig sein.

Sollen die Werbemaßnahmen der Zentralstelle vor allem zum Reisen nach Deutschland anregen, so hat die übrige Propaganda den Strom der Fremden in die verschiedenen gewünschten Kanäle zu lenken. Zur zentralen Werbung nach außen muß sich die dezentralisierte nach innen gesellen. Entsprechend dem organisatorischen Aufbau liegt der Schwerpunkt aller regionalen Werbetätigkeit zunächst bei den Landesverbänden. Sie haben einerseits die Gesamtpropaganda der Reichsorganisation zu stützen und zu ergänzen, andererseits im Interesse ihrer Unterverbände dafür zu sorgen, daß ein möglichst großer Teil der Fremden ihr Land besuche ⁸⁾.

In diesem Sinne werben z. B. die drei bereits genannten Hauptverbände Bayerns im außerbayrischen Gebiete. Wenn alle Orte oder Verbände für sich diese Werbearbeit leisten wollten, bestünde die Gefahr, daß die Kräfte zu sehr zersplittert und mehr Aufwände gemacht würden, als der Erfolg rechtfertigte ⁹⁾.

Also auch die Innenpropaganda bedarf der Kollektivleistungen, besonders um brauchbares Propagandawerkzeug zu schaffen. Tatsächlich ist durch den Zusammenschluß der Einzelinteressenten in Vereinen und der Vereine in Verbänden eine Vereinheitlichung der Werbetätigkeit erreicht worden. Dem vielen Neben- und Durcheinander wurde ein Ende gemacht, und bei Wahrung der Individualität der einzelnen Mitgliedervereine konnten erfreuliche Fortschritte erzielt werden ¹⁰⁾. Schon die rein äußerliche Form der Werbemittel gewann.

So hatten, um nur einiges zu erwähnen, die Prospekte der früheren Jahre die verschiedensten Formate, von den gangbarsten

⁷⁾ Siehe unten S. 76.

⁸⁾ Max Krauß, Aufbau der Organisation S. 4; Wiederaufrichtung des Fremdenverkehrs nach dem Kriege, München 1918, S. 19.

⁹⁾ Schwink, Fremdenverkehr und Staat, Denkschrift.

¹⁰⁾ P. Weigel, Zusammenarbeit von Verkehrsverband und Verkehrsverein.

bis zu den unmöglichsten, auch waren Bilder und Texte nicht immer vorteilhaft. Die Verbände haben es nun erreicht, daß die Prospekte einheitliches Format erhielten, fast allgemein ein höheres Niveau erreichten und so wirksame Werbemittel in moderner Form wurden. Daneben entstanden Sammelprospekte, die mehrere Orte zusammenfassen und dem Fremden ein Charakterbild von dem ganzen Gebiete entwerfen. Bezüglich der Werbung durch Inserate ermöglichte der Verkehrsverband die viel wirkungsvollere Kollektivanzeige, wobei besonders das Format bevorzugt ist, das in einem beherrschenden Kopfinserat zum Besuche des betreffenden Gebietes einlädt und in Anschlußinseraten die einzelnen Orte und Unternehmen zu Wort kommen läßt. Übersichtlichkeit wird dadurch mit Sparsamkeit gepaart. Dazu ermöglicht die Sammelreklame bei größeren Abschüssen Rabattsätze, infolge besserer Fachkenntnisse ist eher richtige Auswahl der passenden Inserationsorgane und der günstigsten Zeit verbürgt. Das gilt natürlich am meisten von den Spitzenorganisationen. Sie können am ehesten die Werbestellen im Ausland, die Reisebüros, mit passendem Material ausstatten, das von dort aus infolge der engen Fühlungnahme mit dem reiselustigen Publikum rationellste Verwendung findet.

Durch die Aufgabe der Werbung werden die Organisationen selbst gekräftigt, als Einrichtungen mit zielbewußten, gemeinnützigen Zwecken deutlicher erkennbar und damit stoßkräftiger, da vor allem die finanzielle Unterstützung der Mitglieder sich in Hinblick auf den gemeinsam erstrebten Erfolg bereitwilliger gestaltet.

2. Allgemeine Grundsätze und Nutzen der Fremdenverkehrspropaganda.

Mit der durchgreifenden Organisation im Fremdenverkehrswesen ist zwar eine wichtigste Grundlage, aber noch nicht die Garantie für eine erfolgreiche Werbung gegeben. Je knapper die zur Verfügung stehenden Mittel sind, um so mehr kommt es auf eine rationelle und fachgemäße Durchführung an. Durch die Kollektivpropaganda wird die Erreichung dieses Zieles am ehesten verbürgt, besonders verspricht die planmäßige Auslandswerbung von einer Zentralstelle aus durchschlagenderen Erfolg, als er etwa bei Individualwerbung zu erwarten stünde.

Immer werden Geschicklichkeit und Sachkunde mit wenigem verhältnismäßig viel, dagegen Ungeschick und Unkenntnis mit

vielm wenig erreichen. Notwendigste Vorbedingung ist vor allem das Vorhandensein eines reklamewerten Gegenstandes. Ohne die nötigen Grundlagen für Fremdenverkehr ist auch von guter Reklame keine dauernde Verkehrsbelebung zu erwarten¹¹⁾.

Ist für die einzelwirtschaftliche Betrachtung von besonderer Bedeutung, in welchem Verhältnis der Werbeaufwand zur Vergrößerung des Umsatzes steht, d. h. ist hier Erfolgskontrolle besonders nötig, so kommen vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus noch andere Gesichtspunkte in Betracht.

Die Reklame schafft den Zustand eines vergrößerten Marktes. Sie bewirkt dadurch für den einzelnen eine höhere Chance für die Auffindung des richtigen Objektes, als wenn er auf den bloßen Zufall angewiesen wäre. Sie stellt sich also nicht als Kundenfang, sondern als Dienst am Kunden dar. Sie weckt außerdem oft erst den bei vielen etwas schwerfälligen Sinn für gesteigerte Lebensbedürfnisse. Der erzieherische Einfluß der Reklame hat gerade in dieser Hinsicht durch die Bekanntmachung von Gegenden zum Aufschwung des Reiseverkehrs erheblich beigetragen¹²⁾. Die erhöhte Frequenz wirkt auf eine Senkung der Unkosten und eine Hebung der Rentabilität der betreffenden Fremdenverkehrsbetriebe hin, nicht zuletzt zum Vorteile der Fremden selbst. Da diese auch die Produkte des Besuchsgebietes kennen lernen, kann Verkehrswerbung zugleich zum Träger mittelbarer Kundenwerbung und Absatzförderung für die übrigen Gewerbe werden.

Die Werbung dient indes nicht nur der Anregung der Verbraucher, sondern läßt auch den Anbietenden Lehren schöpfen. Er kann daraus sehen, was er leisten muß, um gleichzustehen. Reklame stellt die Mitbewerber unter die Aufsicht der Öffentlichkeit. Die Stellung dessen, der Wertvolles bietet, erscheint verstärkt, während der andere zurücktreten muß. Das gilt besonders im Fremdenverkehrsgewerbe, welches persönlichste Bedürfnisse zu befriedigen hat. Der Fremde hat in der Zeit der scharfen Konkurrenz ein gewisses Recht darauf anspruchsvoll zu sein, und wer die Prüfung bestehen will, nicht die der ewigen Nörgler, sondern die der großen Kreise, muß sich danach richten und den Zeitansprüchen Rechnung tragen. Der durch die Reklame verschärfte Konkurrenzkampf drängt zur Angleichung an normale Preisverhältnisse, zu qualitativ besseren Leistungen und zur Durchführung der unerläßlichen Modernisierungen. So bahnt Reklame eine Ausnutzung der neuen Errungenschaften an, sie wird zur schaffenden

¹¹⁾ v. Schullern zu Schrattenhofen a. a. O. S. 474.

¹²⁾ V. Mataja a. a. O. S. 62.

Kraft, indem sie Bedürfnisse wachruft, Belehrungen verbreitet und zu neuer Produktion antreibt.

Auch im Fremdenverkehrsgewerbe ist die allgemeine Geschäftsauffassung maßgebend, daß es gilt, zur Reklame die reklamewerten Grundlagen zu schaffen. Gegenüber der industriellen Werbung liegt hier die Schwierigkeit vor allem darin, daß die fortwährende Erfassung neuer Schichten Hauptaufgabe bleibt.

Das beste wird es immer sein, wenn man sich mehr auf ein Überbieten in der Leistung als in der Reklame verlegt, wenn das Angebotene selbst wirbt und wenn von allen, vom Staate bis herunter zu den einzelnen, die mit den Fremden in Berührung kommen, alles geschieht, was den Aufenthalt angenehmer macht und den Entschluß zur Wiederkehr reifen läßt.

3. Unterstützung der organisierten Werbung seitens der am Fremdenverkehr Interessierten.

Wieweit dem Reich, den Ländern und Gemeinden für die Förderung des Fremdenverkehrs in Zusammenarbeit mit den Organisationen Aufgaben erwachsen, wurde verschiedentlich bereits erwähnt und sei daher hier nur kurz nochmals im Hauptsächlichsten dargetan.

Vor allem erscheint der Ruf der Spitzenorganisationen nach einem nennenswerten staatlichen Zuschuß zum Zwecke großzügiger Auslandswerbung um so berechtigter, je weniger diese aus eigener Kraft dazu in der Lage sind und je mehr das Ausland, in Würdigung der wertvollen Wirkungen des Fremdenverkehrs, sich unter namhafter staatlicher Beihilfe um einen möglichst starken Fremdenzustrom bemüht¹³⁾.

Es wäre verfehlt, wollte man eine Aktivierung des Saldos der Reisebilanz einseitig durch eine Eindämmung der Auslandsreisen mittels gesetzlicher Vorschrift erreichen, denn diese pflegen meist Gegenmaßnahmen hervorzurufen und sind auch sonst nicht geeignet, die Lust zu Deutschlandreisen zu vergrößern, was man doch gleichzeitig anstrebt.

Überdies streift die Würdigung des internationalen Fremdenverkehrs an zahlreiche außerwirtschaftliche Probleme, an die Fragen der Kulturverbreitung, Völkerverständigung usw., die hier

¹³⁾ Erich Marcus, Industrie- und Handelszeitung Nr. 50, 1928. Die nationale Organisation zur Förderung des Fremdenverkehrs in Nordamerika fordert einen Fonds von 5 Mill. Dollars. In Frankreich stehen für die Auslandswerbung 6 Mill. Frs. staatlicherseits zur Verfügung.

nicht zur Erörterung stehen. Wie weit in dieser Hinsicht die Auswirkungen bedeutsamer sein können, hängt vom jeweiligen Zweck der Auslandsreisen und den persönlichen Qualitäten der sie betätigenden Personen ab.

Einer Förderung des Ausländerverkehrs wirken ferner engherzige polizeiliche Maßnahmen, wie übertriebene Anmelde-, Paß- und Visumvorschriften um so mehr entgegen, je weniger sie auch anderwärts gehandhabt werden. Soweit die Behörden in Erfüllung unerläßlicher Aufgaben dennoch Störungen verursachen müssen, sollten sie diese durch freundliches Entgegenkommen (Rat, Auskunft usw.) möglichst erträglich zu gestalten suchen.

Vor allem aber gilt es die tiefer begründeten Ursachen eines fehlenden Ausgleichs und der Abwanderung zu beseitigen, d. h. für die Schaffung und Erhaltung der notwendigsten Grundlagen eines gedeihlichen Fremdenverkehrs Sorge zu tragen.

In dieser Hinsicht dürfen die öffentlichen Körperschaften die Fremdenverkehrsbetriebe nicht durch steuerliche Überbelastung in ihrer Konkurrenzfähigkeit hindern und ihre Existenz gefährden. Sie müssen ihnen in Wahrung allgemein wirtschaftlicher Grundsätze das Recht zubilligen, außer dem Ersatz der Unkosten, Amortisationsquote und der Zinsen einen der Leistung und dem Risiko einigermaßen entsprechenden Gewinn zu erzielen, der in der Regel doch wieder für notwendige Modernisierungen verwendet werden muß¹⁴⁾.

Die Abwanderung ins Ausland wird verstärkt, sobald dort infolge der geringeren Belastung die Leistungen besser und billiger sein können und die Kosten einer weiteren Reise durch Ersparnisse hieraus aufgewogen oder gar überkompensiert werden¹⁵⁾. Dazu kommt, daß auch für Propagandazwecke weniger Mittel aufgebracht werden können und das Abströmen ins leistungsfähigere Ausland auch von dieser Seite her gefördert wird, je weniger die deutsche Werbung in Aufmachung und Darbietungen einen genügenden Gegenpol zu bieten vermag.

Endlich rückt die Fürsorge für ein gut organisiertes Verkehrswesen, die umsichtige Pflege aller Anziehungspunkte, der Natur,

¹⁴⁾ Siehe oben Teil 1 Kap. 4 S. 33 f.

¹⁵⁾ Der zunehmende Verkehr der Reichsdeutschen nach Österreich findet seine Erklärung darin, daß sich dort infolge der niedrigeren Gehälter und Löhne das Preisniveau auf einer geringeren Höhe stabilisieren konnte. Die allseitig laut werdende Klage über die Abwanderung in die billigeren Quartiere im Inlande findet ihre Erklärung ebenso in der gesunkenen Kaufkraft.

Kunst- und Kulturwerte in die vorderste Reihe der Aufgaben des Staates, die hier im Hinblick auf die Förderung des Fremdenverkehrs aufgezählt wurden und die auch für die einzelnen Länder gelten, je mehr sie auf diesen Wirtschaftsfaktor angewiesen sind.

Die grundlegendsten Aufgaben bleiben jedoch den speziell bevorzugten Fremdenverkehrsgebieten und Gemeinden und den ihnen zugeordneten Verbänden und Vereinen vorbehalten. Alles, was hier im engeren Kreise geschieht, um die Anziehungspunkte der Gegend zur besseren Geltung zu bringen und sie durch geeignete Mittel der Werbung in der Welt bekanntzumachen, trägt letzten Endes dazu bei, die Rentabilität der vorhandenen Kapitalanlagen zu erhöhen und damit den Wohlstand zu fördern.

Die Anziehungskraft kann zuweilen durch besondere Veranstaltungen, wie Ausstellungen, Festspiele, Volks- und Sportfeste usw. gesteigert werden, doch kommt es hierbei sehr auf das Vorhandensein der notwendigen Vorbedingungen und auf eine geschickte Durchführung an. Wenn sie zwar für eine bestimmte Zeit viele Besucher anlocken, aber für die Folge erhöhte Lasten nach sich ziehen, sich also nicht selbst finanzieren, sind sie für alle Fälle als unwirtschaftlich anzusehen ¹⁶⁾. In der Regel erweisen sich nur die periodisch wiederkehrenden Sonderveranstaltungen, die mit einem erfahrungsgemäßen Besucherstamm rechnen können, als vorteilhaft (Oberammergauer Passionsspiel, Heidelberger und Münchener Festspiele, Oktoberfest, usw.).

Von der Darbietung gewisser gesellschaftlicher Unterhaltungsmöglichkeiten und der Schaffung von Gelegenheit zu sportlicher Betätigung wird heute kein Fremdenplatz mehr absehen können, schon um die Besucher auch über die schlechtere Witterung hin zu längerem Aufenthalt zu veranlassen.

Es kann hier nicht Aufgabe sein, alle Möglichkeiten örtlicher Fremdenverkehrspolitik aufzuzeigen, sie sind von Ort zu Ort je nach den vorhandenen Grundlagen, nach der Tendenz der bisherigen Frequenzkurve, nach der allgemeinen und speziellen Wirtschafts- und Finanzlage, sowie nach etwa bestehenden besonderen Zukunftsaussichten verschieden.

Das wichtigste wird es immer bleiben, daß der Fremde die gewünschten Unterkunfts- und Verpflegungsverhältnisse, sowie die notwendigsten hygienischen und sanitären Einrichtungen vorfindet und auch sonst sich gegenüber gemachten Anpreisungen

¹⁶⁾ Man denke an die finanziellen Mißerfolge der Ausstellungen in Düsseldorf, Köln, Königsberg.

nicht getäuscht sieht. Die Gemeindeverwaltungen vermögen hier im Interesse der Gesamtheit und in Zusammenarbeit mit den Verkehrsvereinen erzieherisch zu wirken, indem sie Auswüchse bekämpfen und Beschwerden verständnisvoll nachprüfen. Vorbeugend muß es darum auch Grundsatz des Quartiernachweises sein, unparteiisch vor allem die Stätten zu empfehlen, die anerkannt beste Leistungen aufweisen, während die Wünsche der Vermieter-schaft und soziale Rücksichten erst in zweiter Linie in Betracht kommen. Der Fremde, der in der Regel zugleich an mehreren Orten Erkundigungen einholt, will bei der Beantwortung fühlen, daß man auf seine Wünsche genauestens eingeht.

Naturgemäß läßt sich die Frequenz auf die Dauer am günstigsten durch gute Leistungen zu angemessenen Preisen beeinflussen. Dazu können Werbemittel treten, die keine oder nur geringe Kosten verursachen. Sie bestehen in einem gewissen Verständnis für Fremdenkultur, das sich in behaglicher Gestaltung der Räumlichkeiten, in Höflichkeit und Gefälligkeiten bei kluger Vermeidung aller Aufdringlichkeit erweist. Gerade im Fremdenverkehrsgewerbe spielt die persönlichere Behandlung, das Geschick, bei der Vielheit der Besucher im einzelnen das Gefühl zu erwecken, daß er als Gast und nicht als bloße Nummer gelte, eine große Rolle. Sie vermag bei vielen so wohltuend zu wirken, daß sie Mängel auf anderer Seite verschmerzen läßt und oft entscheidend wird für den Entschluß zur Wiederkehr und Weiterempfehlung. In der Werbung aber von Mund zu Mund liegt vielleicht das wirkungsvollste Mittel und zugleich die wertvollste Ergänzung der Propagandatätigkeit der Fremdenverkehrsorganisationen.

Wird auf diese Weise durch finanzielle und verwaltungsmäßige Beihilfe der öffentlichen Körperschaften und durch den allseitigen Willen zu besten Leistungen und verständnisvoller Behandlung der Fremden andererseits, die Tätigkeit der Fremdenverkehrsorganisationen wirksam unterstützt, so kann der Zusammenarbeit aller der gemeinsam erstrebte Erfolg der Förderung des Inländer- und Ausländerverkehrs nicht versagt bleiben.

3. Kapitel.

Fremdenverkehr und Statistik.

1. Ausbau brauchbarer Fremdenverkehrsstatistik.

Wie bei allen bedeutsamen Erscheinungen der Volkswirtschaft eine statistische Erfassung erst die richtige Anschauung über deren Tragweite gibt, so kann man auch über den Fremdenverkehr erst ein wahres Bild gewinnen, wenn man ihn zahlenmäßig vor Augen hat. Erst wenn ein möglichst lückenloses Zahlenmaterial vorliegt, lassen sich nützliche Vergleiche anstellen. Statistik stellt sich somit als dienendes Glied zwischen volkswirtschaftliche Betrachtung und Volkswirtschaftspolitik; sie führt auch bezüglich des Fremdenverkehrs zur Erkenntnis zweckmäßiger Förderungsmaßnahmen ¹⁾.

Nun liegt aber im Hinblick auf die Ausgestaltung einer brauchbaren Fremdenverkehrsstatistik in Deutschland noch vieles im argen. Nur in Bayern wurde unter der Leitung des Präsidenten Dr. Zahn seit 1911 eine Landesfremdenverkehrsstatistik ausgebaut, die zu einer wertvollen Grundlage für die wirtschaftliche Beurteilung des Fremdenverkehrs in diesem Lande geworden ist und die geeignet ist, dem Verständnis für die Notwendigkeit einer Förderung in immer weiteren Kreisen den Weg zu bereiten ²⁾.

Wenn auch diese Statistik noch nicht vollkommen ist, da sie nur Mindestzahlen bringen kann, so läßt sie doch durch die Möglichkeit von Vergleichen über die Bewegung des Fremdenverkehrs von Jahr zu Jahr, durch ihre Berichte über die Einrichtungen, über Zahl, Aufenthaltsdauer und Herkunft der Fremden usw. wertvolle Rückschlüsse zu. Würde die Statistik im ganzen Reiche in dieser mustergültigen Weise nach einem einheitlichen Plane betrieben, so wäre damit eine der wichtigsten Grundlagen für zweckmäßige Fremdenverkehrsförderung geschaffen, zum Nutzen des ganzen

¹⁾ P. Weigel, Statistik des Fremdenverkehrs (Deutsches statistisches Zentralblatt Jahrg. 1924 Nr. 3 S. 69).

²⁾ Wilhelm Morgenroth, Fremdenverkehr, a. a. O. S. 407.

Staates bis herunter zum einzelnen am Fremdenverkehr interessierten Gebiete und Orte.

Der Staat gewänne Einblick in die Entwicklung des innerdeutschen Fremdenverkehrs, der in seinem Auf und Nieder sich als Spiegelbild der Wirtschaftslage dartut, er bekäme vor allem auch die Möglichkeit, eine Bilanz des Personenverkehrs über die Grenzen hinweg aufzustellen, die für ihn nicht viel weniger wichtig ist als die seit Jahren mit größter Genauigkeit gepflegte Aufstellung der Warenbilanz. Gleichzeitig würden bessere Grundlagen für die bisher mehr oder minder zuverlässigen Schätzungen³⁾ über die Geld- und Sachwertübertragungen durch den Personenverkehr von Land zu Land gewonnen.

Für die Erfassung des aktiven Auslandverkehrs, d. h. der Ausländer, die nach Deutschland kommen, sind wenigstens Grundlagen in der jeweiligen örtlichen Erhebung der Übernachtungen vorhanden. Um aber die Höhe besonders auch des passiven Verkehrs möglichst einwandfrei feststellen zu können, wäre die Durchführung einer internationalen Fremdenverkehrsstatistik nach einheitlichen Richtlinien in allen wichtigen Staaten vonnöten. Herkunft und Aufenthaltsdauer müßten überall erfaßt werden, und ein Staat würde damit gleichzeitig dem anderen Dienste erweisen. Während es bei anderen Gebieten internationaler Statistik mehr darauf ankommt, eine Vergleichbarkeit der Angaben zu erreichen, soll durch die internationale Fremdenverkehrsstatistik erreicht werden, daß jeder Staat nicht nur Vergleichsmöglichkeiten, sondern selbst Grundlagen für seine eigene Statistik gewinnt⁴⁾.

Auch für die einzelnen Länder Deutschlands ist es wichtig zu erkennen, welche Rolle der Fremdenverkehr innerhalb ihres Gebietes spielt, insbesondere wieviel Fremde aus dem übrigen Reichsgebiet kommen und wie weit die durch den aktiven Verkehr bewirkte Vermögensmehrung durch den Strom über die engere Landesgrenze hinweg wieder herabgemindert wird. Wie beim internationalen Verkehr läßt sich auch hier der passive Verkehr durch eigene Landesstatistik nicht gut feststellen, und so wäre die Zusammenfassung der Einzelergebnisse der Länder bei der Zentralstelle eine wertvolle Ergänzung, da erst hierdurch das Ziehen einer Verkehrsbilanz möglich wird.

Für die einzelnen Verbände und Vereine tritt naturgemäß die Bedeutung der Landesstatistik in den Vordergrund. Die bayr.

³⁾ Siehe oben Teil 1 Kap. 4 S. 23 f.

⁴⁾ Internationale Regelung der Statistik des Fremdenverkehrs (Deutsches statistisches Zentralblatt Nr. 1/2, Berlin 1927, S. 15).

Fremdenverkehrs-Gemeinden wissen auch den Nutzen, den sie ihrem vorbildlichen Landesinstitute verdanken, immer mehr zu schätzen. In der Zunahme der meldenden Gemeinden⁵⁾, in immer zuverlässigerer und vollständigerer Beantwortung der geforderten Angaben findet dies nicht zum wenigsten seinen Ausdruck. Wird doch, um nur eines vorweg zu erwähnen, durch die Statistik die Frage gelöst, ob und in welchen Gebieten die aufgewendete Propaganda erfolgreich war und wo intensiver zu werben ist.

Der Plan, die Fremdenverkehrsstatistik auf ein höheres Niveau zu bringen, geht also nicht etwa zurück auf ein Streben der statistischen Ämter, möglichst alle Zweige der Volkswirtschaft ihren Methoden zu unterwerfen, sondern er liegt vor allem im wohlverstandenen Interesse der weiten, heute am Fremdenverkehr unmittelbar und mittelbar beteiligten Wirtschaftskreise. Für sie hat eine fortlaufende Fremdenverkehrsstatistik ausgesprochen praktischen Wert. Ohne genaue Kenntnis der inneren und äußeren Struktur ist es weit schwerer die Maßnahmen herauszufinden, die mit dem geringsten Kostenaufwand den größten Erfolg erwarten lassen. Insbesondere ist Verkehrsbeobachtung unerläßliche Voraussetzung für rationelle Werbung.

2. Nutzanwendung der Statistik.

Welche wertvollen Lehren für eine rationelle Fremdenverkehrspolitik aus den statistischen Feststellungen zu gewinnen sind, erkennt man am besten, wenn man sich die Hauptpunkte einer solchen stat. Erfassung vergegenwärtigt.

Die Fragebögen, die vom bayerischen statistischen Landesamt herausgegeben werden⁶⁾, — 1926 waren es 944 beteiligte Gemeinden — verlangen hauptsächlich folgende Aufschlüsse:

1. Zahl der Fremden und ihrer Übernachtungen, geteilt auf Sommer- und Winterhalbjahr,
2. Herkunftsland der Fremden, gegliedert nach Bayern, übrige Reichsdeutsche, Ausländer, Kopf- und Übernachtungszahl,
3. Zahl der Gasthöfe, Pensionen und vermietenden Privathäuser und der darin zur Verfügung stehenden Zimmer und Betten.

⁵⁾ Siehe Anhang, Tabelle 8 und 11.

⁶⁾ Fragebogen des Statistischen Landesamtes. Statistik des bayrischen Fremdenverkehrs (Zeitschrift des bayrischen statistischen Landesamts 60. Jahrg. 1928 S. 69).

Dazu kommen noch allgemeinere Fragen, ob ortspolizeiliche Vorschriften über Verpflichtung zur An- und Abmeldung bestehen, ob Kurtaxe erhoben wird, ob besondere Veranstaltungen größeren Stils stattfanden und endlich, welche Organisationen sich mit der Förderung des Fremdenverkehrs befassen. Verschiedene Berechnungen an Hand des gewonnenen Materials nimmt das stat. Landesamt selbst vor und veröffentlicht sie, z. B. wieviel Fremdenbetten und Übernachtungen von Fremden auf 100 Einwohner des Besuchsortes entfallen, welches die durchschnittliche Belegzahl der Betten und Aufenthaltsdauer der Fremden ist. Es will damit besonders die Bedeutung des Fremdenverkehrs für einzelne Orte hervorheben⁷⁾. Durch diese breitere Darstellung der Ergebnisse wird der Grundsatz der Gegenseitigkeit gewahrt, dem Wunsche der Berichtenden auf Eingehen in wichtige Zusammenhänge und Feststellungen entsprochen⁸⁾.

Ob Zu- oder Abnahme der Zahl der Fremden und ihrer Übernachtungen den Grund in allgemeinen Verhältnissen, in Witterung, Wirtschaftslage usw. haben, zeigt ein Vergleich mit anderen Orten, Gebieten und Ländern. Einzeldastehende Abweichungen von der allgemeinen großen Entwicklungslinie, insbesondere Umkehrungen der Frequenzkurve, lassen auf besondere Ursachen schließen. Sie zeigen, ob zur Förderung des Fremdenverkehrs der richtige Weg eingeschlagen wurde oder nicht. Die fortlaufende Feststellung der Herkunft der Fremden ermöglicht zweckmäßigere Gestaltung der Propaganda. Die Berufsangabe würde dabei eine bessere Einstellung auf die Kaufkraft bezüglich Darbietung und Preisgestaltung sowie bei der Werbung ermöglichen. Die Ermittlung der vorhandenen Anlagen, Zahl der Fremdenzimmer und Fremdenbetten bietet Grundlagen für die Beurteilung der Ausnützung der vorhandenen Einrichtungen und der Verzinsung der investierten Kapitalien⁹⁾. Besonders die Errechnung der durchschnittlichen Bettenbelegung im Sommer- und Winterhalbjahr und ihr Vergleich mit anderen Orten gibt ein Bild, ob sich ein Ort mit Erfolg auf den Fremdenverkehr eingestellt hat, welche Hoffnungen für die weitere Ent-

⁷⁾ Statistik des bayr. Fremdenverkehrs, a. a. O. S. 70 ff. Siehe unten Tabelle 12.

⁸⁾ Wilhelm Hecke, Statistik des Fremdenverkehrs (Deutsches statist. Zentralblatt Nr. 10 Jahrg. 1928 S. 152). Zu bedauern ist nur, daß diese stat. Mitteilungen so wenig seitens der Verbände und Vereine zu vergleichenden Betrachtungen herangezogen werden.

⁹⁾ Wilh. Morgenroth, Statistik des Fremdenverkehrs (Verkehr und Bäder Nr. 38 vom 22. 9. 1926): „Sie zeigen auch an, ob Neuanlagen da und dort rentierlich sind.“

wicklung geschöpft werden können, ob dem Winterverkehr besondere Bedeutung zuzumessen ist und ob es sich lohnt, die Betriebe das ganze Jahr hindurch offenzuhalten oder nur bestimmte Monate. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Fremden an einem Orte zeigt, ob man sich besser auf den Erholungs- oder den Touristen- und Geschäftsreiseverkehr einstellt. Erholungskurorte, insbesondere Bäderorte, in denen die Fremden zwecks Heilbehandlung verweilen, genießen den Vorteil längerer Aufenthaltsdauer der Besucher¹⁰⁾, da diese sich hier auch durch schlechte Witterung nicht so schnell zur Unterbrechung einer Kur bewegen lassen. Solche Plätze haben darum in der Regel mehr Familienhotels, Pensionen und Privatwohnungen aufzuweisen als andere Orte, die sich mehr auf den Durchreise- und Touristenverkehr einstellen. Die Zahl der Unterkunftsmöglichkeiten in sogenannten Passantenhotels und Gasthöfen pflegt hier die der Privatquartiere zu übersteigen, da es sich für private Vermieter weniger verlohnt, dem ständig wechselnden, schwankenden Passantenverkehr Rechnung zu tragen¹¹⁾. Durch statistische Beobachtungen, auch bezüglich der Belegungsziffer der verschiedenen Hotelkategorien gegenüber den Privatquartieren könnten vielfach genauere Kalkulationen angeregt und manche Fehlinvestierung verhütet werden. Man vergißt im Fremdenverkehrsgewerbe immer zu sehr, daß nur ein Saisongeschäft vorliegt, dessen Ausfall nicht allein von günstiger Lage und tüchtiger Geschäftsführung, sondern auch von anderen unbeeinflußbaren Umständen abhängig ist¹²⁾.

Nun möchte jemand einwerfen, daß eine solche Statistik jedes Unternehmen, jeder Ort und jedes Gebiet für sich nach den Ergebnissen seines Bereiches ebenso aufstellen könnte. Abgesehen davon, daß dieses in den wenigsten Fällen geschehen würde, wenn nicht ein gewisser Zwang ausgeübt wird, wäre diese Einzelstatistik zu sehr von Zufälligkeiten abhängig¹³⁾. Sie würde wohl ein Bild partikulärer Entwicklung von Jahr zu Jahr bieten, aber keinen Vergleich mit anderen Konkurrenten ermöglichen. Sie würde keinen Aufschluß geben, welche allgemeine Bewegung den Fremdenver-

¹⁰⁾ Längere Aufenthaltsdauer ermöglicht sicherere Kalkulation und rationellere Betriebsführung hinsichtlich Einkauf, Personalverwendung usw. Siehe Anhang Tab. 12.

¹¹⁾ R. Glücksmann a. a. O. S. 285 f.

¹²⁾ Siehe oben Teil I, Kapitel 4 S. 33.

¹³⁾ Fr. Žižek, Ursachenbegriffe und Ursachenforschung in der Statistik (Allg. stat. Archiv Bd. 17 S. 389); je mehr Beobachtungen vereinigt werden, desto weniger läuft man Gefahr, ein bloßes Zufallsergebnis zu erhalten.

kehr beherrscht. Durch die Zusammenfassung einer Menge von Beobachtungen aber erhält man auch Einblick in die allgemein wirksamen Ursachen, während einzelne Fälle nicht nur von den allgemeinen, sondern auch von den individuell störenden Momenten beeinflußt werden. Erst der Vergleich mit dem Ortsdurchschnitt zeigt dem Einzelnen, der Vergleich mit dem Durchschnitt des größeren Gebietes dem Orte und Vereine, der Vergleich wiederum mit anderen Staaten, ob starke Schwankungen in der Besucherzahl ihren Grund in allgemeinen, tiefer begründeten Verhältnissen haben, die überall gleichmäßige Bewegung auszulösen pflegen, oder aber ob Rückgang und Aufstieg ihre Ursache mehr in individueller Fremdenverkehrspolitik, Werbung, Darbietung und Betriebsleitung haben. Endlich wird durch die Statistik das Aufstreben eines Ortes, eines Gebietes weiteren Kreisen bekannt, und die Konkurrenten werden zur Anwendung ähnlicher Methoden, die solchen Erfolg versprechen, angespornt.

Zum Schlusse ist zugunsten der Statistik zu buchen, daß durch sie dem ganzen Fremdenverkehrsgewerbe das Mittel in die Hand gegeben wird, auf Grund der zahlenmäßigen Belege den wirtschaftlichen Wert des Fremdenverkehrs entsprechend zu beleuchten. Die Möglichkeit, Verwaltungsmaßnahmen der Gemeinden, des Landes oder des Gesamtstaates entscheidend zu beeinflussen, ist damit leichter gegeben. So unterstützt, um einiges zu erwähnen, einleuchtende Statistik Wünsche um Verkehrserleichterungen¹⁴⁾, um Zuschüsse der öffentlichen Körperschaften für notwendige Einrichtungen, für bestimmte Veranstaltungen und für allgemeine Werbung.

3. Überwindung der Schwierigkeiten und Fehlerquellen.

Im Gegensatz zu der Notwendigkeit der Fremdenverkehrstatistik und dem Nutzen, der aus ihrer allseitigen Durchführung erwüchse, steht ihr heutiger unvollkommener Zustand. Das ideale Endziel kann nach allem nur eine nach einheitlichem Prinzip durchgeführte Reichsstatistik sein, etwa nach dem Muster, wie die bayr. Landesstatistik vorbildlich voranging. Diese verfügt bereits über jahrelange Erfahrungen und hat diesen entsprechend ihre Methoden öfters geändert, bis sie zu einem gewissen Grade von Vollkommenheit gelangte. Der gegebene Weg wäre also eine laufende

¹⁴⁾ D o m m e s, Die volkswirtschaftlichen Motive des Fremdenverkehrs („Deutschland“, Köln, Jahrg. 1910/11 Nr. 14 S. 40).

Erhebung durch das Stat. Reichsamt mittels einheitlicher Formulare unter Heranziehung und Mitarbeit der stat. Landesämter. Da die zu erfassenden Merkmale in den Anmeldungen der Fremden bei den Kur- oder Polizeiverwaltungen der Gemeinden im allgemeinen schon vorliegen, können die Arbeiten und Kosten kaum allzu große sein. Eine Verbesserung und Vereinheitlichung der polizeilichen Meldevorschriften und -formulare wäre darum im Interesse der Statistik sehr erwünscht ¹⁵⁾.

Durch zwei Klippen hat der Statistiker hindurchzukommen: Einerseits muß er vermeiden, zu einer reinen Polizeistatistik zu kommen, die nur die Zahl der Fremden erfaßt. Springt nur das heraus, so kommt man um die lehrreichen Schlüsse bezüglich mancher Dinge, die für den Fremdenverkehr von Wichtigkeit sind. Vor allem wird die für wirtschaftliche Betrachtungen wichtige Erfolgskontrolle außer acht gelassen ¹⁶⁾. Andererseits aber darf der Fremde als Objekt der statistischen Maßnahme bei der Vorlegung von Fragen nicht das Gefühl bekommen, man wolle ihn beobachten oder seinem Tun und Treiben in irgendeiner Beziehung nachspüren. Macht schon die Erhebung des Berufes Schwierigkeiten, so würden diese unüberwindlich, wollte man nach den Beweggründen oder gar nach den durch den Fremdenverkehr von einem Land zum andern übertragenen Werten fragen. Statistik muß sich daher auf die Erfassung weniger, aber wichtigster Daten beschränken, auf deren Grundlage gewisse Schätzungen über beigebrachtes Volkseinkommen und Betrachtungen über Fragen wirtschaftlichen und soziologischen Inhalts angestellt werden können. Sind speziellere Auskünfte (insbesondere bei einzelstat. Aufzeichnungen) erwünscht, so kommt es viel auf die Durchführung eines geeigneten Systems an; zum ersten muß eine verständnisvolle Darlegung des Zweckes erfolgen.

Schwierigkeiten erstehen für die Durchführung einer amtlichen Statistik ferner seitens der Nutznießer des Fremdenverkehrs selbst, die entweder jeder Befragung abgeneigt sind, da sie meist steuerliche Absichten dahinter vermuten, oder sie im Interesse ihrer Gäste vermeiden möchten (Umgehung der Kurtaxe), oder weil sie einer statistischen Aufnahme an sich keinen praktischen Wert beimessen.

Zu einwandfreiem Material kann darum auch die amtliche Statistik nicht gelangen. Dazu sind die Fehlerquellen zu reichlich. Schon der Begriff „Fremder“ bietet für die Erhebung große

¹⁵⁾ Wilh. Morgenroth a. a. O. (H.W.B.) S. 407.

¹⁶⁾ C. E. Schmidt a. a. O. S. 19.

Schwierigkeiten. Wer soll als Fremder betrachtet werden? Auch der Passant, Besuche usw.? Abgesehen davon sind die einzelnen Fremden je nach ihrer Herkunft, dem Umfang ihrer Bedürfnisse und ihrer Kaufkraftentfaltung von verschiedener „volkswirtschaftlicher Relevanz“¹⁷⁾. Eine gleichmäßige Einschätzung wäre auch vom kulturellen Standpunkt aus verfehlt. Die größte Fehlerquelle beruht darin, daß von der unvollständigen Erfassung abgesehen, auf anderer Seite Doppelzählungen schwer vermeidbar sind. Sie kommen besonders vor, wenn bei Ausflügen oder Rundreisen der Fremden diese immer wieder von neuem in die Kopfzahl einbezogen werden. Darum bietet die Zahl der Übernachtungen eine wesentlich bessere Grundlage für etwaige volkswirtschaftliche Schlußfolgerungen. Einwandfrei kann auch sie nicht sein, da zahlreiche Anmeldungen, besonders von Privatquartiergebern, nicht betätigt werden. Da viele Ausländer im Inland wohnen, ihr Reiseverkehr also dem binnenländischen gleichwertig zu erachten ist, muß sich ferner ein falsches Bild ergeben, wenn diese Ausländer lediglich nach der Nationalität gezählt werden.

Wenn nun auch eine amtliche Statistik (infolge dieser Vielseitigkeit der Fehlerquellen und der Abhängigkeit vom guten Willen des Publikums und der Fremdenverkehrsinteressenten selbst) zu einer Vollkommenheit nicht gelangen kann, so wäre es doch verfehlt, wollte man nicht angesichts der daraus erwachsenden Vorteile wenigstens das Erreichbare anstreben. Nicht nur technische und Zweckmäßigungsgründe sprechen für eine amtliche zentralisierte Bearbeitung; vor allem wird der Stempel der Glaubwürdigkeit und Objektivität den Ergebnissen einer Statistik nur dann aufgedrückt, wenn öffentliche Behörden in unvoreingenommener Weise das Material sammeln, es gründlich überprüfen, nach einwandfreien Methoden bearbeiten und bekanntmachen. Dadurch ist am ehesten Gewähr für Ausmerzungen gewollter und ungewollter Fehlerquellen gegeben. Außerdem erfaßt die private Statistik mehr das nur für ihre besonderen Zwecke Dienliche, während die Behörden die Aufbereitung nach viel weiteren, volkswirtschaftlichen Gesichtspunkten vornehmen können.

Verständnisvolle Zusammenarbeit wird ein für alle brauchbares Resultat zeitigen. Darum müssen sich vor allem die örtlichen Kurverwaltungen und Verkehrsvereine der Notwendigkeit einer genau geführten amtlichen Statistik erschließen und ohne Scheu vor den geringen Mehrkosten aus den Anmeldungen die danach möglichen Zusammenstellungen anfertigen.

¹⁷⁾ v. Schullern a. a. O. S. 68.

Erst die weitere Bearbeitung des statistischen Materials nach einheitlichem System, nach den von einer zentralen Organisation herausgegebenen Richtlinien, stellt die Vergleichbarkeit der Zahlen sicher. Vergleichbarkeit aber ist die Seele der Statistik, sie ist die Vorbedingung für das Erreichen des Endzieles, das Ziehen der Schlußfolgerungen.

4. Gründe der Heranziehung eines Einzelgebietes zu den statistischen Beispielen.

Wenn im Anhang zu der statistischen Erörterung nur ein begrenztes Gebiet, das bayrische Hochland, herangezogen wird, so hat dies seinen Grund vor allem darin, daß es bei der Fülle der deutschen Fremdenverkehrsgebiete nicht möglich gewesen wäre, alle zusammen einer näheren Betrachtung zu unterziehen. Schließlich verspüren alle Fremdenverkehrsgebiete die wirtschaftsbelebende Kraft des Fremdenverkehrs in der gleichen Richtung, nur je nach der Stärke der Frequenz in verschiedenem Maße. Ferner besitzt ja auch nur Bayern eine amtliche umfassende Fremdenverkehrsstatistik, während sie für das Reichsganze dem Ausbau entgegenharrt.

Den Tabellen liegen daher hauptsächlich die vom bayr. statistischen Landesamt erzielten Ergebnisse zugrunde. Weitere gewünschte Angaben über Kapitalsinvestierung, Steueraufkommen, Werbungsaufwand usw. scheiterten an den bereits angedeuteten Schwierigkeiten, denen auch eine amtliche Statistik nicht näher treten kann, mehr aber noch an dem Mangel an Material, da dieses meist nur so weit gesammelt wurde, als eben Angaben vom statistischen Landesamt erfordert wurden. Ein deutlicher Beweis für dessen praktische und erzieherische Bedeutung.

Schluß.

Deutschland als Reiseziel für In- und Ausländer.

Die Geschieke der Länder sind verschiedensten Schwankungen unterworfen. Staatsformen lösen sich ab, Wirtschaftsstrukturen ändern sich, und mit einer gewissen Zwangsläufigkeit vollzieht sich ein ewiger Wechsel von wirtschaftlichem Hochschwung und Niedergang.

Deutschlands gegenwärtiger Depressionszustand ist durch machtpolitische Hemmungen mitverschuldet. Ein Wiederaufschwung ist nur dann zu erwarten, wenn die wirtschaftlichen und politischen Maßnahmen vor allem unter dem Gesichtspunkt erwogen und durchgeführt werden, daß sie dem deutschen Volke und auf die Dauer auch seinen Gläubigerstaaten nur dann nützen können, wenn die Gesamtproduktivität der deutschen Volkswirtschaft dadurch zum wenigsten nicht beeinträchtigt wird.

Die Krise wird bestehen, solange nicht durch Schaffung von Exportmöglichkeiten und Stärkung des inneren Marktes die Produktionsanlagen und -kräfte zur besseren Entfaltung gebracht werden können¹⁾. Ein Weg zur Nutzbarmachung nationaler Wohlstandsquellen ist dabei, wie im Laufe dieser Abhandlung gezeigt wurde, auf dem Gebiete des Fremdenverkehrs gegeben.

Geblichen ist trotz aller Beraubung durch feindliche Diktate und aller politischen Fehlmaßnahmen der Reichtum der deutschen Lande an Schönheiten und geheimnisvollen Kräften der Natur, der Reichtum an Kunst- und Kulturschätzen, die alljährlich einen wirtschaftsbefruchtenden Fremdenstrom in Bewegung zu setzen vermögen.

Besitzt Deutschland auch kein Paris, keine so umfassende Bergwelt von gigantischer Pracht wie die Schweiz und Österreich und nicht den ewig blauen Himmel der südlichen Länder, so birgt es doch in seinem Gebiete von den Alpen bis zum Meeresstrand eine solche Fülle landschaftlicher Schönheiten und kultureller Werte,

¹⁾ Erich Gebert a. a. O. S. 4f.

daß es dem Geschmacke eines jeden etwas zu bieten hat. Deutschlands Vorzug als Reiseland beruht vor allem in der Vielgestaltigkeit seiner Landschaft und der Reichhaltigkeit seiner Kunst- und Kulturschätze. Es ist das Land der Romantik, der mittelalterlichen Städte, das Land der Industrie und Technik. Es ist eine Pflegestätte der schönen Künste und vor allem auch ein Gesundbrunnen der Menschheit; denn wie die Mannigfaltigkeit der Erdoberfläche die verschiedensten klimatischen Kurorte geschaffen hat, sind auch die Mineralwasser und Heilquellen, die dem Erdinnern entströmen, von vielseitigstem Gepräge, so daß fast durchwegs ein Ersatz für ausländische Quellen gegeben ist ²⁾). Peinliche Beobachtung hygienischer und sanitärer Anforderungen, beste Ausnützung der natürlichen Hilfsmittel werden besonders den deutschen Bädern nachgerühmt ³⁾).

Der unermüdlichen Initiative und Arbeit der Verkehrsvereine und aller übrigen Stellen, die sich um die Hebung des Fremdenverkehrs bemühen, ist es zu danken, daß dieser Reichtum an Natur und Kulturschätzen immer mehr erschlossen, erhalten und veredelt wurde. Soll das Ziel ihrer Bestrebungen erreicht werden, so bedarf es dazu außer der verständnisvollen Mitwirkung aller Fremdenverkehrsinteressenten auch der Mithilfe der Fremden selbst. Die Abwanderung in das Ausland hat ihren Grund nicht immer im Mangel an gleichwertigen Anziehungspunkten, in der Preisgestaltung und Art der Darbietung, sondern vielfach lediglich in der Unkenntnis des eigenen Landes und in einer bloßen Auslandssucht. Abgesehen davon, daß gerade in der Jetztzeit der Abfluß deutschen Volksvermögens besonders zu beklagen ist, trägt die Abwanderung gerade des zahlungskräftigsten Publikums in das Ausland noch dazu bei, die dortigen Unternehmungen statt die des eigenen Landes rentabel zu gestalten; um so mehr müssen die inländischen Unternehmen in der Konkurrenzfähigkeit zurückbleiben, weil zu geringer Umsatz das Schritthalten mit den Erfordernissen der Zeit nicht ermöglicht.

Nicht zum wenigsten bei den eigenen Landesangehörigen gilt es also die Unkenntnis der Schönheiten und Vielgestaltigkeit des deutschen Landes zu bekämpfen. Darum hat die Inlandswerbung mit dem Rufe: „Deutscher, lerne zuerst dein Vaterland kennen!“ tiefste Bedeutung. Dem Ausland gegenüber wurde die Werbung bisher von der Reichszentrale aus mit dem eindrucksvollen Schlagwort

²⁾ Gräffner, Ersatz der Kurorte des Auslandes („Deutschland“ Jahrg. 1917 Nr. 8 S. 187).

³⁾ Fr. L e n n e, Deutsche Bäder („Deutschland“ 1916 Nr. 4).

betrieben: „Germany wants to see you!“ Aber alle Werbung ist nur eines der Mittel zur Erreichung des Endzieles, den Massenstrom zu erbringen, der die Rentabilität steigert und die Konkurrenzfähigkeit hebt ⁴⁾. Wenn es Deutschland gelingt, zu den in reicher Fülle vorhandenen natürlichen Grundlagen die übrigen Vorbedingungen für einen gedeihlichen Fremdenverkehr zu schaffen, d. h. durch preiswerte und gute Leistungen genügenden Anreiz zu schaffen, für den Ausländer nach Deutschland zu kommen, für den Inländer in Deutschland zu bleiben, dann wird ihm der Fremdenverkehr ebenfalls zu jenem wichtigen Ausgleichsposten der Zahlungsbilanz, als welchen ihn die Schweiz, Italien und andere Länder schon länger systematisch zu nützen wußten und wie es für eine tributpflichtige, schwerbelastete Volkswirtschaft im Interesse des letzten Zieles aller Wirtschaft, der Hebung der allgemeinen Volkswohlfahrt, nur erwünscht sein kann.

Die Förderung des Fremdenverkehrs ist darum in Deutschland als eine national-politische Allgemeinangelegenheit anzusehen. Wenn durch vorliegende Arbeit ein Scherflein zu dieser Erkenntnis beigetragen wird, dann hat sie ihre Aufgabe erfüllt.

⁴⁾ Durch die Bevorzugung seitens der Reichsangehörigen werden die deutschen Fremdenverkehrsplätze schneller in die Lage versetzt, auch die Vorbedingungen für einen stärkeren Ausländerverkehr zu schaffen.

Anhang.

Statistische Beispiele.

1. Benachteiligte Wirtschaftslage Bayerns¹⁾.

Es betrug 1925:

	je Pflichtigen		je Kopf	
	das steuerbare Vermögen	Steuer-schuld	das steuerbare Vermögen	Steuer-schuld
im Reich	30 117	148,63	1219	5,80
in Bayern	21 717	93,89	1197	5,06

Unter dem Reichsdurchschnitt liegen ferner Württemberg, Baden, Hessen.

Die Verschiedenheit der Vermögenswerte ist für die Beurteilung der Wirtschaftskraft der süddeutschen Staaten von grundlegender Bedeutung.

2. Wanderungsverlust in Bayern (1910—1925)²⁾.

Bevölkerungszunahme	Geburtenüberschuß	Wanderungsverlust
497 357	521 570	24 213

Der Zugang von neuem Leben, der im Überschuß der Geburten über die Sterbefälle zum Ausdruck kommt, ist höher, als die Volkszählung aufweist, mit anderen Worten: Ein Teil der in Bayern geborenen Bevölkerung sieht sich veranlaßt außer Landes zu gehen.

Im allgemeinen ergibt sich in allen Kreisen die Tatsache, daß die ländliche Bevölkerung eine Einbuße erleidet. Nur einige Landbezirke haben Wanderungsgewinn aufzuweisen. Sie liegen entweder in der Nähe der Großstädte, wo industrielle Entwicklung maßgebend ist, oder in Gebieten mit starkem Fremdenverkehr. So

¹⁾ Sonderbeilage zur Zeitschrift „Der deutsche Süden“, München 1927, Heft 11. Vgl. Statistik des Deutschen Reiches Bd. 337, Berlin 1927, S. 49 ff.

²⁾ Bayerns Bevölkerung nach der Volkszählung vom 16. 6. 1925 (Zeitschrift des bayer. stat. Landesamts Jahrg. 1926 S. 2 ff.).

ist Bevölkerungszunahme zu verzeichnen in den Bezirken Aibling, Berchtesgaden, Garmisch, Rosenheim, Starnberg, Tölz, Traunstein, Weilheim, Wolfratshausen, die alle bedeutenden Fremdenverkehr haben. Im Kreis Schwaben zeigt sich das gleiche Bild. Hier weisen von allen Landesbezirken nur die Bezirksämter Füssen und Sonthofen mit größerem Fremdenverkehr eine Bevölkerungszunahme auf³⁾.

	1925	1910	Zunahme	Geburtenüberschuß	Wanderungsgewinn
Füssen	22 667	20 520	2147	1523	+ 624
Sonthofen	42 233	36 679	5554	2438	+ 3116

Im Vergleiche dazu Bezirke ohne Fremdenverkehr:

Dillingen	40 094	39 140	954	4096	- 3142
Donauwörth	32 772	32 249	523	3352	- 3229

In typischen Fremdenverkehrsgemeinden ist die Zunahme der Wohnbevölkerung besonders groß⁴⁾. Während der Staatsdurchschnitt der Bevölkerungszunahme 1910—1925 7,2% war, betrug die

Wohnbevölkerungszunahme in den Kurorten⁵⁾

Reichenhall	29,6 ‰
Garmisch	60,1 ‰
Oberstdorf	49,4 ‰

3. Überschuß der Ortsanwesenden über die ständige Wohnbevölkerung⁶⁾.

Er betrug am 16. Juni 1925 (also noch nicht Hochsaison):

in Berchtesgaden	66 ‰	in Oberstdorf	48,9 ‰
„ Reichenhall	40,4 ‰	„ Wörishofen	55,8 ‰
„ Garmisch	28 ‰		

Die Großstädte verzeichneten dagegen ein Minus:

München	- 11 414
Nürnberg	- 7 831

In diesen Zahlen zeigt sich der sommerliche Zug aufs Land und die Notwendigkeit der Einstellung auf Mehrbedarf in den Kurorten.

³⁾ Statistisches Jahrbuch für den Freistaat Bayern 17. Jahrg. 1926 S. 83.

⁴⁾ Es ist dies die ortsansässige Bevölkerung im Gegensatz zu der bei der Zählung gerade ortsanwesenden Bevölkerung.

⁵⁾ Bayerns Bevölkerung nach der Volkszählung vom 16. 2. 1925 a. a. O. S. 7.

⁶⁾ Ebenda S. 8.

4. Mehrkonsum in Kurorten⁷⁾.

Ihn zeigt am besten eine Gegenüberstellung des Fleischverbrauchs im Sommer und Winter.

	Schlachtung von Großvieh			Schlachtung von Kleinvieh		
	Juli 1925	1926	Dezbr. 1925	Juli 1925	1926	Dezbr. 1925
Berchtesgaden	133	101	52	925	650	238
Reichenhall	179	129	52	1112	839	377

Die Zahlen für 1926 zeigen den Einfluß einer schlechteren Saison an, wie sie 1926 war.

5. Einkommensteueranteile

(Gegenüberstellung von gleichgroßen Gemeinden mit und ohne Fremdenverkehr)⁸⁾:

	Einwohner	Einkommensteuer (Rechnungsanteil)
Reichenhall	8274	410 170
Neumarkt i. O.	7766	261 170
Garmisch	5275	393 017
Tirschenreuth	5326	222 560

Der Vergleich zeigt, wie die Kurorte infolge des regeren Wirtschaftslebens und der Zuwanderung zahlungskräftiger Leute höheres Steueraufkommen aufweisen.

6. Einnahmen einiger Kurorte aus Kurtaxe 1926⁹⁾.

Berchtesgaden	37 400
Garmisch	56 800
Oberstdorf	54 500

7. Eisenbahneinnahmen in Kurorten¹⁰⁾.

	1925	1926
Berchtesgaden	1 859 000	1 549 000
Garmisch-Partenkirchen	2 141 000	1 998 000

Der Rückgang im Jahre 1926 zeigt wieder den Einfluß einer schlechteren Saison.

⁷⁾ A. Moser a. a. O. S. 17.

⁸⁾ A. Moser a. a. O. S. 17.

⁹⁾ Berichte der Verkehrsvereine.

¹⁰⁾ A. Moser a. a. O. S. 24; vgl. auch ausführliche Eisenbahnstatistik bei Krauß a. a. O. S. 60 ff.

8. Umfang des Fremdenverkehrs in Bayern¹¹⁾.

Be- richts- jahr	Zahl der Berichts- gem.	Kopfzahl der Fremden		Übernachtungen der Fremden	
		im Winter	im Sommer	im Winter	im Sommer
1921	552				6 335 000
1922	563				7 382 000
1923	576				8 164 631
1924	605				7 255 544
1925	908	1 159 928	2 520 534	2 108 860	8 280 102
1926	929	1 142 984	2 364 639	2 032 247	7 503 970
1927	944	1 227 332	2 709 510	2 228 021	8 306 882

9. Von den Übernachtungen fallen¹²⁾

	auf Bayern	auf übrige Deutsche	auf Ausländer
	%	%	%
1922	29,0	49,2	21,8
1923	28,0	51,5	19,6
1924	36,4	58,5	4,8
1925	36,3	57,9	5,8
1926	37,5	56,1	6,4
1927	38,9	54,9	6,2

10. Ausreisen über die Grenzpolizeistellen Lindau, Kufstein, Salzburg¹³⁾:

1920	140 470
1921	377 764
1922	234 005
1923	234 805
1924	425 983
1925	504 741

Die plötzlich hohen Zahlen für die Jahre 1921 und 1924 haben ihre Ursache in Valutaverhältnissen. 1921 bot ein Besuch Österreichs besondere Valutavorteile, 1924 kam durch die Stabilisierung der alte deutsche Reisedrang nach dem Süden wieder allgemein zur Geltung. 1925 boten die Währungsverhältnisse Italiens und das heilige Jahr einen Anreiz zur Reise dorthin, und die Schweiz er-

¹¹⁾ Statistik des bayr. Fremdenverkehrs 1927, a. a. O. S. 70 ff. Etwa 500 000 Übernachtungen im Winter entfallen auf Wintersportplätze. Eine Vergleichbarkeit der Zahlen ergibt sich erst von 1925 an, da erstmals alle größeren Fremdenverkehrsorte erfaßt sind, während in den Vorjahren durch das Hinzutreten neuer Zählgemeinden das Bild verschleiert ist.

¹²⁾ Ebenda S. 74

¹³⁾ Statistik des bayr. Fremdenverkehrs 1926, 59. Jahrg. S. 92 f.

freute sich wieder ihres alten Zuspruches aus dem Deutschen Reiche.

Man beachte das gegenseitige Zurückweichen der Strömungen:

1922/23 starker Ausländerbesuch während der Inflation (Tabelle 9).
1924 mit Stabilisierung umgekehrte Tendenz.

11. Fremdenverkehrseinrichtungen im Jahre 1927 ¹⁴⁾:

Be- richts- gem.	Gasthöfe	Pensionen	Vermietende Privathäuser	Fremden- betten	Über- nachtungen
944	5522	1074	15 188	167 031	9 352 792
Davon Oberbayern					
271	1440	645	7 754	83 255	5 045 428
Schwaben					
131	922	129	3 386	26 606	1 451 580
Also Südbayern					
402 (42 %)	2362 (43 %)	774 (72 %)	11 140 (73 %)	109 861 (65 %)	6 497 008 (70 %)

Südbayern hat also mit etwa 70% der Fremdenverkehrseinrichtungen und 70% der Übernachtungen (das gleiche Verhältnis bestand auch in früheren Jahren) den Hauptanteil am bayrischen Fremdenverkehr. Da von den 6,5 Millionen Tagesaufenthalten im Sommerhalbjahr etwa 60% auf übrige Deutsche und Ausländer entfallen, kamen durch diesen Fremdenverkehr 1927 allein (bei Schätzung einer durchschnittlichen Tagesausgabe von nur 10 Mk.) etwa 40 Millionen nach Südbayern; im Winterhalbjahr (Verkehr $\frac{1}{4}$ des Sommerhalbjahres) etwa 10 Millionen ¹⁵⁾. Ganz Bayern befruchteten nach der gleichen Schätzungsgrundlage etwa 70 Millionen Einnahmen aus dem Fremdenstrom, der sich über seine Grenzen herein besonders nach dem südlichsten Teil ergoß.

¹⁴⁾ Statistik des bayrischen Fremdenverkehrs 1927, a. a. O. S. 81.

¹⁵⁾ In Wirklichkeit dürfte die Schätzung, besonders für Ausländer, zu niedrig gegriffen sein. Zahn schätzte schon 1904 den jährlichen Zufluß aus dem außerbayrischen Verkehr auf 60 Millionen.

Siehe Zahn, Zwei Nürnberger Vorträge, München 1904, S. 16.

12. Die Frequenz der wichtigsten Fremdenplätze Südbayerns im Sommerhalbjahr 1928 ¹⁶⁾

1. Zahl der Fremden		2. Zahl der Übernachtungen		3. Durchschn. Aufenthaltsdauer	4. Belegungsziffer	
					Sommer	Winter
1. München	587 092	1. München	1 225 000		2	91 43
2. Altötting	119 000	2. Bad Reichenhall	561 130		16	94 11
3. Lindau	95 701	3. Berchtesgaden Land	374 060		10	66 2
4. Berchtesgaden Ort	52 343	4. Oberstdorf	347 123		9	84 16
5. Augsburg	51 589	5. Bad Tölz	297 926		16	108 6
6. Garmisch	47 625	6. Bad Wörishofen	283 327		20	91 15
7. Passau	44 568	7. Berchtesgaden Ort	257 127		5	75 4
8. Partenkirchen	43 944	8. Partenkirchen	245 403	Fremzahl analog Sp. 1	5	79 26
9. Bad Reichenhall	37 270	9. Garmisch	222 930		5	64 22
10. Oberstdorf	37 106	10. Lindau	192 177	(8535)	2	102 12
11. Berchtesgaden Land	36 849	11. Bad Wiessee	175 335		21	97 0,2
12. Landshtut	34 990	12. Tegernsee	158 458		9	88 4
13. Mittenwald	27 317	13. Mittenwald	141 170		5	58 3
14. Füssen	26 378	14. Altötting	140 000		1	70 23
15. Bayrischzell	25 923	15. Füssen	124 290		5	61 6
16. Kempten	21 933*)	16. Rottach-Egern	115 599	(7882)	15	84 1
17. Bad Tölz	19 267	17. Hindelang	103 982	(7491)	14	57 7
18. Tegernsee	18 021	18. Schliersee	101 454		9	60 6
19. Prien	16 822	19. Traunstein	61 768		6	59 9
20. Rosenheim	16 208*)	20. Bayrischzell	59 598		2	62 27
21. Bad Wörishofen	14 406	21. Augsburg	51 589		1	79 59
22. Memmingen	13 859*)	22. Passau	48 946		1	46 16
23. Kochel	13 550*)	23. Oberammergau	44 132	(4389)	10	33 7
24. Ingolstadt	12 256*)	24. Fischen	43 812	(2835)	16	55 2
25. Straubing	11 858*)	25. Bad Aibling	43 003	(3572)	12	46 2
26. Schliersee	10 872	26. Schwangan	42 241	(6168)	7	59 1
27. Traunstein	10 158	27. Murnau	38 708	(5207)	7	44 2
		28. Prien	37 026		2	42 5
		29. Oberstaufen	36 726	(2834)	13	46 7
		30. Landshtut	36 182		1	79 58

*) Diese Orte fallen in Sp. 2 aus, während andere aufrücken.

¹⁶⁾ Statistik des bayr. Fremdenverkehrs 1928 a. a. O. S. 87 ff.

Die Bäder und die ausgeprägten Erholungskurorte weisen durchschnittlich höhere Übernachtungszahlen auf, weshalb sie in Kolonne 2 aufrücken, während andere ausfallen müssen. Das tritt bei einem Vergleich der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer besonders deutlich hervor. Doch ist die Belegungsziffer in den Orten mit stärkerem Durchgangs- und Geschäftsreiseverkehr (München, Lindau, Augsburg, Landshut in Kolonne 4) nicht ungünstiger und auch im Winter verhältnismäßig hoch, da sich einerseits der Geschäftsreiseverkehr gleichmäßiger abwickelt, andererseits hier weniger Privatquartiere zur Verfügung stehen. Neben einigen Bädern mit Jahresbetrieb (Reichenhall, Wörishofen) treten noch die typischen Wintersportplätze durch verhältnismäßig höhere Belegungsziffern hervor: Garmisch, Partenkirchen, Bayrischzell, Oberstdorf, Oberstaufen und Oberammergau. (Die auffallend geringe Belegungsziffer Oberammergaus im Sommer erklärt sich aus der notwendig stärkeren Einstellung bezüglich Unterkunftsstätten auf die Passionsspieljahre, welche also in der übrigen Zeit nicht genügend ausgenützt werden können.)

Literatur.

Darstellungen.

- Achs, Hugo, Reklame für die Fremdenverkehrsbetriebe, Kur- und Badeorte. Graz 1911.
- Ammon, Alfred, Grundzüge der Volkswohlstandslehre. Teil 1. Jena 1926.
- Bacherer, Manfred, Die Kurorte in den Finanzen der öffentlichen Körperschaften und ihre Bedeutung für die Volkswirtschaft. Berlin (Bäder- und Verkehrsverlag) 1926.
- Brauer, Theodor, Schriften der Gesellschaft für soziale Reform. Jahrg. 7. Heft 80. Jena 1924.
- Brenner, Kurt, Vom deutschen Hotelgewerbe und Fremdenverkehr. Berlin 1923.
- Byschl, Max, Landesfremdenverkehrsrat für Bayern. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs — ein Einzelbeispiel im Lichte der Statistik. 1911.
- Cassel, Gustav, Theoretische Sozialökonomie. 2. Aufl. Leipzig 1919.
- Damm, Paul, Hotelindustrie und Fremdenverkehr. Leipzig 1908.
- Das Hotelwesen. Leipzig 1910.
- Gebert, Erich, Die wirtschaftliche Auswirkung des Fremdenverkehrs für Salzburg. Salzburg 1923.
- Wirtschaftspolitik und Fremdenverkehr. Salzburg 1926.
- Fremdenverkehr und Zahlungsbilanz. Salzburg 1928.
- Glücksman, Das Gaststättenwesen. Stuttgart 1927.
- Guyer-Freuler, Beiträge zu einer Statistik des Fremdenverkehrs in der Schweiz. Zürich 1896.
- Kamp, Otto, Der Reise- und Fremdenverkehr im Inland und Ausland. Krefeld 1912.
- Kirschbaum, Wilhelm, Das bayr. Hotelwesen. Diss. Würzburg 1922.
- Knapmann, Stellung des Hotelgewerbes im deutschen Wirtschaftsleben. Diss. Würzburg 1921.
- Köhne, Karl, Kurortwesen und Kurtaxe in geschichtlicher Entwicklung. Berlin 1912.
- Das Recht der Kurtaxe. Breslau 1912.
- Külbl, Die Lage der Verkehrsvereine und ihr Verhältnis zur Gemeinde. 1925.
- Krauß, Maximilian, Die Grundlagen des Fremdenverkehrs in München und im bayerischen Hochland. München 1917.
- Krisis im Fremdenverkehr. Denkschrift 1923.
- Krieg und Fremdenverkehr. München 1915.
- Wiederaufrichtung des Fremdenverkehrs nach dem Kriege. München 1918.

- Die zukünftigen Aufgaben der deutschen Verkehrswerbung im In- und Ausland. Berlin 1921.
- Aufbau und Ausbau der deutschen Fremdenverkehrsorganisationen. Berlin 1922.
- L i n g g, Gregor, Die Volkswirtschaft des bayrischen Allgäus. Diss. Tübingen 1913.
- L u t z, Ernst, Die Einflüsse des Weltkrieges auf den Fremdenverkehr in Bayern. Diss. Erlangen 1926.
- M a t a j a, Viktor, Die Reklame. 4. Aufl. München und Leipzig 1926.
- M a t h i a s, Max, Artikel „Kurtaxe“ (Handwörterbuch der Kommunalwissenschaften Bd. 3, Jena 1924).
- M e n z e l, Wilh., Organisationen im Reiseverkehr (Zeitschrift für Verkehrswissenschaft Jahrg. 1926, Heft 5).
- M o r g e n r o t h, Wilhelm, Artikel „Fremdenverkehr“ (Handwörterbuch der Staatswissenschaften 4. Aufl., Bd. 4, Jena 1927).
- M o s e r, Adolf, Die wirtschaftliche und finanzielle Bedeutung des bayrischen Fremdenverkehrs für Land und Gemeinden. Herausgegeben vom Fremdenverkehrsverband München und bayr. Alpen 1927.
- M o s t, Otto, Wirtschaft und Gemeinde. Jena 1926.
- N e f f, Paul, Über den internationalen Reiseverkehr als Wirtschaftsproblem. Diss. Köln 1921/22.
- v. P h i l i p p o v i c h, Eugen, Grundriß der politischen Ökonomie Bd. 2 Teil 1, 14. Aufl. Tübingen 1922.
- Grundriß der politischen Ökonomie Bd. 2 Teil 2, 11. Aufl. Tübingen 1923.
- R h ä t u s, Die moderne Reisewelt, Saison und Handelswelt. Davos 1917.
- R o m p e l, Josef, Die wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung Wiesbadens als Fremdenstadt. Wiesbaden 1910.
- Artikel „Kurtaxe“ (Handbuch der Kommunalwissenschaften Bd. 3, Jena 1924).
- S c h a l l e r, Ernst, Beitrag zur ökonomischen Eigenart der Fremdenverkehrsbahnen. Diss. Bern 1922.
- S c h m i d t, Carl Emanuel, Fremdenverkehrsprobleme. Kritische Betrachtung. Berlin 1924.
- v. S c h u l l e r n z u S c h r a t t e n h o f e n, Fremdenverkehr und Volkswirtschaft (Jahrbuch f. Nationalök. u. Statistik. 3. Folge. Bd. 42. Jena 1911).
- S c h u m p e t e r, Josef, Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. München 1926.
- S e r i n g, Max, Deutschland unter dem Dawesplan. München 1926.
- S o m b a r t, Werner, Bäderproblem im Lichte der Nationalökonomie (Verkehr u. Bäder, Berlin, Jahrg. 1926 Nr. 38).
- S p i e t h o f f, Arthur, Artikel „Krisen“ (Handwörterbuch der Staatswissenschaften 4. Aufl., Bd. 6, Jena 1923).
- Statistisches Reichsamt, Besteuerung und Rentabilität der gewerblichen Unternehmungen. Berlin 1928.
- S t e r n e g g, Inama, Reiseverkehr und Zahlungsbilanz. Neue Probleme des modernen Kulturlebens. 1908.
- S t r a d n e r, Josef, Der Fremdenverkehr, Volkswirtschaftliche Studie. Graz 1905.
- S t r ö h m f e l d, Gustav, Aufgaben und Pflichten der Fremdenverkehrspflege. Stuttgart 1911.

- Wagemann, Ernst, Kreislauf und Konjunktur der Wirtschaft (Heft 11 der Schriftenreihe der weltwirtschaftl. Gesellschaft, Leipzig 1924).
- Warnecke, Der Fremdenverkehr. Diss. Halle 1921.
- Weber, Adolf, Allgemeine Volkswirtschaftslehre. Leipzig u. München 1928.
- Weber, Gregor, Der Fremdenverkehr, seine Vorbedingungen, seine Folgen und seine Pflege (unter besonderer Berücksichtigung des Ammer- und Würmseegebietes). Diss. München 1922.
- Weigel, Paul, Zur Fremdenverkehrsstatistik (Deutsches statist. Zentralblatt Jahrg. 1913).
- Weißgerber, Josef, Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs unter besonderer Berücksichtigung der bayer. Verhältnisse. Würzburger Diss. 1921.
- Wilbrandt, Robert, Sozialismus. Jena 1921.
- Wolff, Hellmuth, Lehrbuch der Konjunkturforschung. Berlin 1928.
- Woerl, Leo, Hebung des Fremdenverkehrs in Stadt und Land. 1901.
- Zahn, Friedrich, Die wirtschaftliche Bedeutung des nordbayr. Fremdenverkehrs. 2 Vorträge. Nürnberg 1904.
- Fremdenverkehr und Zahlungsbilanz (Allg. stat. Archiv Bd. 16. Jena 1927).
- Žižek, Franz, Grundriß und Statistik. 2. Aufl. München u. Leipzig 1923.
- Zollinger, Bilanz der internationalen Wertübertragungen in Problem der Weltwirtschaft. Jena 1917.

Statistische Quellen und Sammelwerke.

- Handbuch des deutschen Fremdenverkehrs, herausg. von Carl Miller. Berlin 1927.
- Handbuch wirtschaftlicher Verbände und Vereine des Deutschen Reiches, Berlin 1928, 3. Aufl., herausgeg. v. Industrieverlag Spaeth & Linde, Berlin.
- Jahrbuch der bayr. Wirtschaft Bd. 5, München 1926.
- Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich 1926/27.
- Statistisches Jahrbuch für den Freistaat Bayern. Herausg. vom bayr. Stat. Landesamt 1923—1926.
- Statistik des bayr. Fremdenverkehrs 1927 in Zeitschrift des bayr. Statist. Landesamts, Jahrg. 1920—1927.

Zeitungen, Zeitschriften.

- Allgemeines statistisches Archiv, herausg. von Friedrich Zahn. Bd. 16 u. 17. Januar 1927/28.
- Deutsche Allgemeine Zeitung 1924.
- Deutsches Bäderbuch. Leipzig 1907.
- Deutscher Bäderkalender. Berlin 1925.
- „Deutschland“, Zeitschrift für Heimatkunde 1910 bis 1918. Köln u. Magdeburg, herausg. vom Bund deutscher Verkehrsvereine.
- Deutsche Handelswarte Bd. 5. Nürnberg 1923.
- Der deutsche Süden. Zeitschrift 1927 Heft 11.
- Deutsches statistisches Zentralblatt 1924. 16. Jahrg. Berlin. Frankfurter Zeitung, Jahrg. 1927/28.
- Der Fremdenverkehr, illustrierte Reise- und Verkehrszeitung. München 1924. bis 1925.
- Illustrierte Zeitung, Leipzig, Jahrg. 1925.
- Industrie- und Handelszeitung, Leipzig 1927/28.

- Jahresbericht des Fremdenverkehrsverbandes München und bayr. Alpen 1925
bis 1927.
Jahresberichte des Verbandes Allgäuer Verkehrsvereine 1926/27.
Kölnische Zeitung, Jahrg. 1924 bis 1926.
München-Augsburger Abendzeitung 1923—1928.
Münchener Neueste Nachrichten 1923—1928.
Neue Züricher Zeitung 1926—1928.
Reise und Wanderung. Beilage der Voss. Zeitung 1926/27.
Rundschreiben des Bundes deutscher Verkehrsvereine 1927.
Schwink, Fremdenverkehr und Staat, Denkschrift, München 1926.
Sitzungsberichte der Arbeitsgemeinschaft süddeutscher Verkehrsverbände.
Verkehr und Bäder, herausgegeben von der Zentrale für deutsche Verkehrs-
werbung, Jahrg. 1925—1928.
Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung 1. Jahrg., Ergänzungsheft 2, Berlin
1926.
Wanderer, Das Organ für den gesamten Fremdenverkehr. Augsburg 1904.
Weigel, P., Zusammenarbeit von Verkehrsverbänden und Verkehrsver-
einen. (Druckschrift.) o. J.
— Hygiene und Fremdenverkehr (Druckschrift).
Wirtschaft und Statistik, Berlin, 7. u. 8. Jahrg., 1927/28.
Zeitschrift des bayr. stat. Landesamts, Jahrg. 1920—1927.
Zeitschrift für Verkehrswissenschaft, Köln, 4. Jahrg. 1926.
Zeitschrift für Kommunalwissenschaft. Berlin 1925.
-

A. 16474