



Iktatószám

Budapestre vonatkozó újságcikkek

Osztályozás

Tárgy

910.2

Hely

Idő

"1913"

Személy

Szerző

Abrahám Emml

Cím

Reklám és idegenforgalom

Forrás:

Világ

Bp.

(Helv)

1913

XI/18

(Idő)

(Köt. v.)

Reklám és idegenforgalom

A reklámról, annak hatásáról és szükségességéről különböző országok praktikusai százakra menő köteteket irtak, nem fogok tehát új momentumokat felhozni a reklám jelentőségének bizonyítására, csupán néhány szóval rávilágítani óhajtok az idegenforgalomnak a reklám által elősegített létrehozására, illetőleg fejlesztésére.

Vajjon mi lehetett a reklám őse, azt nehéz volna eldönteni, tény az, hogy az idők folyamán, a közlekedési eszközök fejlődésével, a technika száguldó haladásával kapcsolatban a reklám is eljutott egy oly fejlődési fokhoz, mely világherendezkedésünk ugyszólván minden tényezőjének nélkülözhetetlen részévé teszi azt. A reklámnak ma már a legkülönbözőbb válfaját ismerjük, kezdve a legyszerűbb vásári felirástól, a legraffináltabb irodalmi reklámgig. A közönség, legyen az materiális, vagy szellemi táplálék, annyira a reklám után indul, hogy eltekintve a reklámnak a kereskedelmi cikkek ismertetése körüli szerepéről, alig képzelhetünk el irodalmi terméket is, melynek nem a saját kedvező beharangozása egyengetné a siker útját. A reklám tehát, hogy szabatosan fejezzem ki magam, nemcsak elengedhetetlen kelléke, hanem egyszersmind szülő anyja is a sikernek.

És most rátérek cikkem tulajdonképpeni tárgyára, az idegenforgalom reklámjára. Ha azt kérdezzük magunktól, hogy Londont vagy Páris, Rómát, vagy Berlint miért keresi fel évente sok száz ezer és millió ember, azt kell válaszolnunk, hogy mindezek a helyek sok évszázados, sőt évezredek kulturájukkal, műkincseikkel, nagy történelmi jelentőségükkel, világvárosi intézményeikkel és szórakozásaikkal magukhoz vonzzák a tudásra éhes, vagy

élvezetet kereső embereket. Igaz az is, hogy mindezeknek a városoknak ma már nincs reklámra szükségük, hogy az a délamerikai spanyol, vagy akár a Honolulu-szigetek lakosa, ha Európába jön, minden Baedeker nélkül is tudni fogja, hogy ezeket a városokat fel kell keresnie. El fog látogatni Bécsbe is, de már az európai kultúra ezen határvonalát aligha fogja túllépni, nagyon ritkán lesz csak szerencsénk ahhoz, hogy az az afrikai, vagy ázsiai jövevény bennünket is megtiszteljen látogatásával. Nem tagadhatjuk azt, hogy a Honolulu-szigetek iskolakönyvei — hogy a művelt nyugatot ne is említsem — csak Párisról és Londonról, meg a többi nagyhatalmi fővárosról tanítanak és Budapestről vajmi kevés fogalmat alkothat magának a tudni vágyó ifjuság, be kell ismernünk azt is, hogy mindezek a helyek már történelmi multjuknál, nagy arányaiknál fogva is jogot formálhatnak az egész világ érdeklődésére, de vajjon mindezen körülmények dacára eljutottak volna-e a fejlődésnek erre az óriási fokára, vajjon a világ érdeklődésének közepontjává váltak volna-e akkor is, ha történelmi jelentőségükhöz nem csatlakozik a reklám, ha műemlékeikhez társul nem szegődik az emberi ész, mely értett ahhoz, hogy mindezeknek a műkincseknek, mindezeknek a világvárosi intézményeknek a híret szellemi termékeivel szétröpítse a világ minden zugába. De tekintsünk el a fővárosoktól, vegyük példának bármely nyugati állam természeti szépségeit, gyógy- és fürdőhelyeit, ipartelepeit, vagy művészeti központjait és aztán vezessük végig gondolatainkat azon az úton, mely azoknak mai hirnevéhez és óriási látogatottságához vezetett és látni fogjuk, hogy a reklámnak mindebben rendkívül fontos szerep jutott. A reklámnak nemcsak abban az értelemben, mely a magánvállalkozás üzleti plakátjaiban, újság-

hirdetéseiben és körleveleiben jut kifejezésre, hanem abban a sokkal értékesebb megnyilvánulásban is, mely a saját haza természeti, vagy kulturális adományainak megbecsülésében és a nemzet minden polgárának abban az igyekezetében rejlik, hogy ezeket a természeti vagy szellemi kincseket adott alkalommal a külföld előtt ismertté és kedvelté tegye. Az érdeknélküli és tiszta hazaszeretetből fakadó propaganda tehát az, mely az idegenforgalom ügyének a legjobb szolgálatokat teljesíti és azt hiszem, helyes úton járok, ha azt állítom, hogy ha eb-

ben a tekintetben — mint annyi sok másban — mi is a külföld példáját követnők, az angol globetrotter, vagy a német turista lassan mégis csak megszokná, hogy uti programjából Magyarországot se felejtse ki.

Az idegenforgalom emelése, a lehetőség szerint való fokozása minden ország részére egy igen jelentős gazdasági és pénzügyi momentumot képez, mert a legegyszerűbb és legtermészetesebb módja annak, hogy idegen tőke kerüljön be az országba. Nézzük a kis Svájcot. Összes lakossága ugyszólván az idegenekből él; a svájci paraszt a nyári hónapokban annyit keres, hogy ebből nemcsak egész éven át nyugodtan megélhet, de szépen takaríthat is keresetéből és innen van, hogy ennek a hegyes országnak lakosai között a nyomor ismeretlen fogalom. Gyönyörű kilátás nyílik a Montblanc tetejéről, felejthetetlen panoráma tárul el a néző előtt a Jungfrau ormáról, de vajjon a mi szép és büszke Tátránk, a mi erdélyi havasaink nem nyújtanak-e változatos gyönyörűséget szemnek, tesznek, léleknek egyaránt? De azért, ha külföldre jövünk, ha a svájci, vagy tiroli hegyek kö-

zött, vagy az osztrák Salzkammergutban összetalálkozunk, mindnyájan el leszünk telve az előttünk feltáruló kép nagyszerűségétől, de egyikünk sem fog megemlékezni arról, hogy a természet benünket is megáldott szép és hatalmas alkotásokkal. A minap Debreczenben voltam és csodálattal néztem a nap sugarainak káprázatos játékát, elbűvült, engem a hortobágyi puszta tüneményének, a délibábnak játéka, melyet költők már annyiszor foglaltak versbe és ekkor elgondolkoztam, hogy hányan vannak köztünk, akik elmennek messze Skandináviába, hányan költenek ezreket csak azért, hogy az északi nap felkeltét láthassák és meg vagyok róla győződve, hogy ezeknek legnagyobb része csak éppen hogy hirből ismeri a délibábot, de ezt a gyönyörű természeti jelenséget, mely itt van a közelben, mellettünk, még nem látta. Pedig ebben a természeti tüneményben kincs rejlik, melyet okosan és céltudatosan ki kellene aknázni. A Délibáb az ő csodálatos szépségével világhirre tenne szert, ha a benne rejlő értéket jobban felismerni és megbecsülni tanulnók. Úgyes reklámmal ha felhívnök a külföld figyelmét erre a jelenségre, mely szépségében vetekedik az északi fénynyel, ezzel jelentős lépéssel hozzájárultunk volna az idegenforgalom emeléséhez.

De ez csak egy kiragadott példa a sok közül. Nagyon sok oly nevezetességünk van, melyet örökös homály takar el a külföld előtt, mert nincs, aki ezt a homályt felfedje és főként, mert mi magunk nem becsüljük meg kellőképpen hazánknak a természet- vagy históriaadta adományait. Mely tömegét a gyógyforrásoknak rejti e föld, melyek alig ismertek még előttünk is, melyekből pedig kellő hozzáértéssel, úgyes reklámmal Európa-hirű fürdőket lehetne fejleszteni. Mily szép volna például, ha a klérus elkövetné egyszer az üdvös és bizonyára istennek is tetsző cselekedetet, hogy hazánk valamelyik gyógyfürdőjéből egy magyar „Lourdes“-ot csinálna!

Ábrahám Emil.