



Budapestre vonatkozó újságcikkek

Szerző: *Köves Tibor*

Cím: *Párisban - Budapestért!...*

Forrás: *Újság*

3m
(Hely)

1927. 10. 14.
(Idő)

(Köt. v. füz.) (

Osztályozás

Tárgy

910.2

Hely

Idő

"1927"

Személy

Párisban – Budapestért!...

Az idegentorgalom eredményrevezető propagálása – Hogyan irányíthatjuk az idegenek tömegeit a magyar fővárosba? – Komoly munkával nagy sikert tudnánk elérni

Ha valaki idegenforgalmi propagandát akar csinálni, annak először is három általános kérdést kell tisztáznia:

- I. Melyik az a közönség, amelyikhez szólni akar?
- II. Hol kívánja vagy tudja elérni ezt a közönséget?
- III. Milyen eszközökkel tud legerősebben hatni rá?

I.

Budapest székesfővárosnak idegenforgalmi propaganda szempontjából a legfontosabb terület Newyork mellett kétségkívül Páris. Ez ma a világ középpontja, az országok keresztútja, ahová először látogat el minden utazó. Különösen az angol-szász világ vágyainak a netovábbja egy párisi utazás. Itt megállapodnak egy ideig és itt határoznak további utiterveik felől. Annak tehát, aki Párisból fogja irányítani a magyar idegenforgalmat, elsősorban az amerikai és az angol közönséget kell majd meghódítania. Azután jön csak a francia, spanyol, belga, holland és skandináv utasokkal való foglalkozás.

II.

Ezt az állandóan uton lévő közönséget természetesen lehetetlen saját otthonában megtalálni, ezért a következő helyeken kell elérni: 1. közlekedési eszközökön (hajó, vonat,

repülőgépen), 2. szállóknál és penzióknál, 3. ott, ahol megtalálható minden angol-szász utazás közben: a bankjában, 4. az utazási irodákban, 5. a szórakozóhelyeken, 6. az utcán.

Ennélfogva az akciót Newyorkban kell kezdeni és Calaisban kell folytatni. A hajóról leszálló elsőosztályú utasokat névre szóló meghívó várja Budapest székesfőváros részéről. A Calais–Páris vonaton kis plakátok és nagyszámu brosurák hívják fel a közönség érdeklődését. A nagyszállók halljaiban, az asztalokon és a falakon nyomtatványok és plakátok emlékeztetnek ismét arra, hogy lehetetlen Európát elhagyni anélkül, hogy az ember Budapestet látta volna. Majd bankjában a Várat és a Margitszigetet ábrázoló művészi plakát kelte fel a kíváncsi utas elragadtatását. Legfontosabb e tekintetben a Banker's Trust Co., Amerika egyik legnagyobb és Párisban legforgalmasabb bankja. El kell érni, hogy megengedjék, helyiségeiben plakátokat fügesszünk ki és röpcédulákat helyezzünk el. Bankjából az utazó ellátogat az American Express Co.-hoz, vagy a Th. Cook céghez és megbeszéli európai utjának részleteit. Most azután ugy kell megszervezni a dolgot, hogy a hivatalnokok feltétlenül ajánlják a budapesti utat.

E célból érintkezésbe kell lépni egyrészt az irodák igazgatóságával. Biztosítani kell nekik a magyar közönséget, esetleg kizárólagosan az egyiknek együttműködést felajánlani

Közép-Európában, az esetre, ha ők élénken dolgozni fognak a mi érdekünkben. Ugyanakkor azonban hivatalnokaikat is egyenkint és személyesen kell serkenteni, az eladott jegyek után járó prémium segítségével. Szórakozóhelyeken a fény-reklám eléggé hatásos eszköz, különösen például egy olyan tipikusan amerikai helyen, mint a Madeline-Cinéma, ahol a feliratok is angol nyelven jelennek meg a vásznon. Végül az utcán is újra meg újra számon kérhetjük azt, a kötelességet, hogy Budapestre el kell jönni, hatalmas plakátok, esetleg transzparenszek segítségével: mindezt természetesen az anyagi lehetőségek döntik el.

Ennek a részletes, nagy munkának az előfeltétele és betetőzése is, talán ezen kellett volna kezdenünk, a központi iroda. Európa minden államának van ilyen irodája Párisban, a város szívében, csak Magyarországnak nincsen még. Ha talán a pénzügyi viszonyok egyidőre lehetetlenné teszik azt, hogy Budapest városa saját helyiséget nyisson, mondjuk az Avenue de l'Opérán, legalább azt feltétlenül el kell érni, hogy íróasztalt és helyet kapjunk a Cie des Wagons-Lits hatalmas helyiségeiben, éppen úgy, mint az osztrákok. Ők is így oldották meg ezt az igen fontos problémát.

III.

Ez különben szoros összefüggésben van azzal a kérdéssel is, milyen eszközökkel csinálhatunk eredményes propagandát? Válasz: szóval, írásban és plakátokkal. Az élő szó mindig a leghatásosabb. Az eleven szónak eleven ereje, meggyőző hatalma a legjobb fegyver. De csak akkor lehet közvetlenül érintkezni a világban bolyongó, mindig új érdekességet kereső angliussal vagy yankeével, ha fogadjuk őt irodánkban, mutathatunk neki képeket, statisztikát, szóval, ha van alkalmunk arra, hogy fantáziáját működésbe hoz-

zuk. Az alkalmat pedig rendszeresen kell erre való a központi iroda.

A brosurákat, a nyomtatványokat azután ott terjesztjük, ahol nem lehet mindenkivel személyesen beszélni: vonat, szálloda stb., mint azt már láttuk. A művészi plakátok

ugyanazt a célt szolgálják. Igen fontos azonban, mint azt már Magyar Miklós ur pompás és élesenlátó cikkében kifejtette, hogy a szöveget ügyesen fogalmazzuk meg, az amerikaiak hazulról magával hozott, speciális reakciónak teljes ismeretével. Személyes tapasztalatból tudom, hogy például ilyen egyszerű mondat, mint: «Hungary, the country of the music» igen nagy hatással van az eredeti, máshol nem található kereső pittsburgira vagy chicagóira. Ami a füzetes ismertetőket illeti, az Idegenforgalmi Hivatal által eddig kibocsátottak minden tekintetben kiválóak és mintaképpül szolgálhatnak.

A sajtó megmozgatása már nehezebb kérdés, mivel költséges mulatság. A jövő kampány előkészítéséhez azonban igen fontos volna szép, bő és gazdagon illusztrált cikkeket elhelyezni az Illustrationban. Állandó összeköttetést kell teremteni azonkívül a Newyork Herald kontinentális kiadásával. Ebben havonta kétszer jelenik meg csehszlovák oldal. Magyar oldalra is szükség volna legalább ennyi időközönként. Természetesen ebbe az akcióba szállodáinknak, balatoni fürdőinknek, Lillafürednek stb. is hathatósan be kell kapcsolódnunk.

Ime, ez röviden és körvonalaiban az első tervezet annak a számára, aki a főváros színeit Párisban képviselni fogja. Ez felelősségteljes munka, mivel nemcsak gazdasági érdekekről van szó. *Ahány idegen jön hozzánk, annyi új barátunk támad. Csodálatos dolog a magyar föld varázsereje, csodálatos tünelemény a magyar nép, a világ legliraibb népe.* Az idegen nehéz szívvél távozik el tőlünk, de amíg él, el nem felejt, hogy van egy magyar igazság, álmodozó, dalos, költői, de büszke és vitéz nép igazsága, amelynek beteljesedése minden nemes embernek közös ügye.

Köves Tibor,
a Sorbonne doktora