

MAGYAR IDEGENFORGALMI IRODÁK KÜLFÖLDÖN

NEW-YORKBAN tavaly nyílt meg, a télen, Párizsban két éve működik, Londonban 1932 óta nincs. Rómában megszűnt, majd újra megnyílt. Berlinben és Münchenben is van. Montreuxban volt. Mik ezek az intézmények, mi a céljuk, mi a rendeltetésük? A közönség csak nagyjában sejtí, hogy valami fontosabb szerepet töltenek be a magyar idegenforgalmi propaganda szervezetében, de hogy pontosan mit, azt kevesen tudják.

Ha valaki Ausztriában akar nyaralni, vagy Ausztriának némely ismeretlenebb vidékét akarja bejárni, először is a menetjegyirodába megy. Ott rendszerint megkap minden felvilágosítást, amire szüksége van. Ha azonban valami speciális dolgot keresünk, amit a menetjegyiroda sem tud? Akkor az osztrák idegenforgalmi irodához fordulunk. Ennek az a hivatása, hogy minden felvilágosítással rendelkezésére álljon a közönségnek.

Ennek a szolgáltatnak értékét mi talán nem is tudjuk annyira megbecsülni, mint amennyire megérdemelné. Ausztria közel van, számos nexus áll a legtöbb ember rendelkezésére, amelyen keresztül több-kevesebb idővesztéssel, de megszerezheti maga is a szükséges felvilágosításokat. Ha meg történetesen nem Ausztriáról, hanem valami távolabb fekvő egzotikusabb vidékről van szó, természetesnek tartjuk, hogy csak fáradságosabb kutatás és hosszú levelezés után készíthetjük el úttervünket.

A magyar utasközönség ezen a téren nincsen elkényeztetve. Az eléje tornyosuló nehézségek leküzdését sportszerű teljesítménynek érzi. Ez valószínűleg azért van, mert szegényebb ország lévén, az ismeretlen vidékekre való utazás még luxuscikk, melynek még a nehézségei is kedvesek és imponálóak. Úgy van ez, mint volt az automobilizmus első éveiből, amikor nem is számított vérbeli autósna, aki nem a nyitott kipuffogó fülsiketítő lármájával száguldott végig túlságosan is nyitott motorszömyetegével a göröngyös utakon, amíg csak testét-lelkét összerázva eleget nem nyelt az út porából. Azóta már a kényelmesen rúgózott, csöndes, csukott túrakocsi lett az autósok álma. Ugyanígy az a közönség, amelynél az utazás nem luxus, hanem normális életigény, szintén szakítani igyekszik a „sportszerű“ kényelmetlenségekkel és olyan intézményeket követel meg, mint például az információs irodák, hogy utazását minél kevesebb fáradsággal készíthesse elő.

A nagyobb igényű utasközönség körében — és a nagy utas-nemzetek közönsége rendszerint a nagyigényű — az információs szolgálat az idegenforgalmi szolgáltatás egyik fontos, szerves részét képezi. A közönség szempontjából az információs irodákat szinte már nem is sorozhatjuk a propaganda-eszközök sorába. Ezek az intézmények legalább is az idegenforgalmi szolgáltatás és a propaganda-eszköz határmegyéjén fekszenek. Mint szolgáltatást a kényesebb közönség éppen úgy megköveteli őket, mint akár a tiszta vonatokat vagy a modern szállodákat. A különbség csak az, hogy ez utóbbiakat csak magán a kérdéses idegenforgalmi területen keresik, az információs szolgálatot azonban saját otthonában, szinte a felkeresendő országban található szolgáltatások mutatószámaként.

A nyugati utasközönség egyes országok idegenforgalmi irodáinak nivójából alkot véleményt az illető országok idegenforgalmi kultúrájára vonatkozólag. Ha az iroda csinos, rendes és pontos, ha udvarias és gyors kiszolgálást nyújt, a közönség már eleve jó benyomást szerez az országról. Ha azonban az iroda rendetlen, rosszulvezetett, különben elhanyagolt — akkor is az illető ország reprezentánsát látja benne. És ha egyáltalán nincsen az illető országnak idegenforgalmi irodája valamelyik fontosabb centrumban? Akkor szintén következtetést von le arra az igyekezetre vonatkozólag, amellyel a kérdéses ország a negligált centrum utasközönségével szemben viseltetik.

A nyugati országok elkényeztetett utasközönsége szereti érezni, hogy törődnek vele. Nem mint utasközönsséggel, hanem az egyes utassal, egyénileg. Szereti utazásának legszemélyesebb részleteit megbeszélni valakivel, akiről feltételezi, hogy tanácsokkal, felvilágosításokkal, sőt esetleg kisebb pozitív szolgálatokkal is segítségére is tud és akar lenni. Ma már hozzászólt, hogy mindezt megkaphatja az információs irodáktól.

Sőt azt is megszokta, hogy ezek az információs irodák nem magukban álló intézmények, hanem egy nagy, az utas kényelmére felállított idegenforgalmi organizációnak a saját lakóhelyéig előretolt állásai. Elvárja, hogy mindazokban az ügyes-bajos dolgaiban, melyekkel tájékozódásképpen az információs irodához fordul, in concreto majd megérkezése színhelyén is megkap minden támogatást az organizáció központjától. Nem szeret elhagyottan, a maga lábán megállni, de szereti, hogyha a szükséghez képest utazása folyamán mintegy kézzől kézre adják.

Mint mondtuk, az idegenforgalmi iroda működéséből a közönség következtetni szokott az illető ország idegenforgalmi kultúrájára. Közvetve tehát ez a szolgálat a propagandának is része. A szolgálat ellátására szükséges berendezés azonban közvetlenül is felhasználható a hatékonyabb propagandára. Nem lehet közömbös valamely utasközönség reklámmal való megoldozása tekintetében, hogy a propagandát a helyszínen vagy több száz, esetleg több ezer kilométer távolságból fejtjük-e ki. Az információs szolgálat kedvéért a helyszínén létesített iroda tehát egyúttal kezébe veheti a közvetlen propaganda intézését. Az tudhatja a legjobban, hogy milyen sajtóorgánomokban és mennyit érdemes hirdetni, hol és hány plakátot

érdemes kiragasztatni, hol és milyen mennyiségű prospektusanyagot lehet a legjobban elhelyezni. A hirdetésen kívüli sajtópropagandát is egyszerűbb feladat a helyszínen intézni, mint messziről. Ezért van, hogy a külföldi idegenforgalmi irodák szerepe annyira fontos a szűkebben értelmezett propagandaszervezetben is.

A közönségnek közvetlenül nyújtott szolgáltatáson és a propagandatevékenységen felül még egy harmadik fontos szerepkörük is van ezeknek az irodáknak. Ez a harmadik szerepkör a működésük helyén fennálló utazási irodákkal való összeköttetések ápolása. A fentebb előadottak nyomán azt mondhatnák, hogy az idegenforgalmi kirendeltség legelső vezérével: „Mindent az utasközönség érdekében/. Itt azonban meg kell állapítanunk, hogy még ezt az irányelvet is megelőzi fontosságban egy másik: „Mindent az utazási irodák érdekében/.

Hogy a két jelszó közül melyik a fontosabb, ez hosszú éveken keresztül egyike volt ez intézmények legvitatottabb kérdéseinek. Ez tudniillik a lényege annak a kérdésnek is, hogy vajjon lehet-e egy ország idegenforgalmi információs irodája egyúttal utazási iroda is?

ELSŐBBEN IS TISZTÁZZUK az alapfogalmakat. Az utazási irodák intézménye mintegy százesztendő. Thos. Cook & Son és az American Express Co. voltak az elsők és nyomukban százával keletkeztek a többiek. Üzleti vállalkozások, melyek közlekedési vállalatok jegyeit árusítják, szállodai és mindenféle egyéb utazási szükségletek ellátását közvetítik, mindezt az eladóktól beszedett jutalék ellenében. Egyéni és társasutazásokat szerveznek meg, melyeket fix áron számolnak el az utassal és ilyenkor a közvetített szolgáltatások jutalékán felül még külön belekalkulált szervezői, vállalkozói nyereségre is tesznek szert. Az idegenforgalmi vagy információs irodák ezzel szemben az egyes országok idegenforgalomfejlesztő hivatalos organizációinak előretolt állásai, melyeknek célja nem az üzleti haszonszerzés, hanem kizárólag az illető országok idegenforgalmának emelése.

Egyes országok, elsősorban a középeurópaiak, idegenforgalmuk emelésére úgynevezett nemzeti utazási irodákat állítottak fel, melyek rendszerint a közösség tulajdonát képezik. Ilyen Németországban a Mitteleuropäisches Reisebüro, a MER. Ilyen a lengyel ORBIS, a cseh CEDOK, a jugoszláv PUTNIK, az olasz ENIT (a későbbi CIT). És ilyen Magyarországon az IBUSz., a MÁV hivatalos menetjegyirodája és utazási irodája. Ezeknek az irodáknak a főállításában az volt az idegenforgalmi cél, hogy az ország területén legyen egy tökéletesen megbízhatóan működő nagyarányú utazási irodai szervezet, mellyel a külföld összes utazási irodái szívesen és eredményesen léphessenek összeköttetésbe. Ezzel akarták ugyanis biztosítani, hogy a külföldi utazási irodák az ország területére irányuló utazások megszervezésében fennakadást ne szenvedjenek az itt található szervezet elégtelensége folytán. Az utasközönség igényeinek növekedtével hasznosnak látszott a legfontosabb utasnemzetek forgalmi centrumaiban olyan intézmények létesítése, melyek a közönségnek már elutazása előtt is szolgálatára lehettek az érdekelt országokba való utazá-

sának előkészítésében. A svájciak ebből a célból több helyen, így például Londonban is nemzeti utazási irodájuknak egy fiókirodáját állították fel. Ez látja el itt az információs szolgálatot és a helyszíni propagandatevékenységet is. Ezenkívül természetesen, mint utazási iroda, ügynöki minőségben vasúti jegyeket árusít, szállodaközvetítéssel foglalkozik és utazásokat szervez Londonból Svájcba.

Ugyanezt a módszert próbálták követni az olaszok is, külföldi ENIT-irodák felállításával. Ekkor azonban a világ összes kisebb és nagyobb utazási irodái rájöttek arra a veszedelemre, amelyet ennek a rendszernek kifejlődése a már meglévő tisztán üzleti alapokon felépült utazási vállalatokra jelentett volna. Ha ugyanis minden idegenforgalomra törekvő ország minden fontosabb centrumban fiókirodát állított volna saját nemzeti utazási irodájának, ez az illető centrumokban az utazási irodáknak jelentékeny megszorodását jelentette volna. A régi utazási vállalatok tehát ebben a mozgalomban veszedelmes konkurrencia kifejlődését látták és méltán tiltakoztak ellene. A régi, megalapozott utazási irodák féltékenységét felkelteni és ezáltal szinte bojkottjukat kiprovokálni nem lehetett érdeke egyetlen ország idegenforgalmi politikájának sem. Ezt az olaszok is csakhamar belátták és minthogy nemzeti utazási irodájuk, az ENIT, mint az idegenforgalmi politika szerve ekkor már jól bevezetődött, úgy oldották meg a kérdést, hogy az utazási irodát különválasztották az idegenforgalmi szolgálattól. Az ENIT mint utazási iroda megszűnt és szerepét a CIT vette át. A CIT külföldi képviselőivel helybeli, régi utazási irodákat bíztak meg, az ENIT pedig az utazási üzlettől teljesen távol tartva magát kizárólag információs és propaganda-irodákat tart fenn a külföldön.

Ugyanezeketől a megfontolásoktól vezetve a németek már meg sem kísérelték, hogy információs és propagandaszolgálatukat a MER útján lássák el. E helyett a Reichszentrale, majd később a Reichsbahnzentrale állított fel a fontosabb centrumokban expozitúrákat. Hasonlóan jártak el a franciák, a belgák, a norvégok, osztrákok, stb.

Érthető, hogy különösen a szegényebb országok számára nagy volt a kísértés, hogy a költséges információs irodai szolgálatot nemzeti utazási irodájuk fiókjainak felállításával oldják meg. Az információs irodai szolgálat költséges szolgáltatás és közvetlenül nem jövedelmező. A külföldi idegenforgalmi irodák számlái nemcsak hogy passzív számlák, de csakis kiadási tételeket tartalmaznak minden bevétel nélkül. A nemzeti utazási irodák külföldi fiókjai ezzel szemben üzleti vállalkozások. Bár ennek a megoldásnak hívei is tisztában vannak azzal, hogy az ilyen nemzeti utazási fiókirodának elsősorban a közönségnek nyújtandó szolgálat a célja, mégis mindig él bennük a remény, hogy azok idővel képesek lesznek Önmagukat eltartani. Ha pedig még ezt nem is sikerül elérni, legalább részben megtérítik ennek a különben igen drága szolgáltatásnak a költségeit.

Az utazási iroda megoldás hívei egy elvi indokot is szoktak felhozni, mely mellettük szól. Szerintük ugyanis fontosabb, hogy az érdeklődő közönség számára egyszerűbbé és kényelmesebbé tegyék utazásuk megszervezését, mint az, hogy az érdekelt utazási irodák-

nak kedvében járjunk. Már pedig úgy gondolják, hogy jobban szolgál a közönség kényelmére, ha ugyanazon a helyen, ahol a szükséges információkat beszerezte, egyúttal jegyét is megválthatja és szállodáját is megrendelheti. Ebben van ugyan némi igazság, de azt is tekintetbe kell vennünk, hogy éppen a nagy utasnemzeteknél az a szokás, hogy mindenkinek megvan a maga megszokott utazási irodája. Egy-egy család néha már generációkon keresztül ugyanahhoz az utazási ügynökséghez szokott, másokhoz rokoni vagy baráti kapcsolatok fűzik az illetőket. Aránylag kevés olyan utas akadna, akinek számottevő kényelmet jelentene, hogy ugyanazon a helyen válthatja meg a jegyét, ahol speciálisan egy országra vonatkozó információit beszerezte. Ezzel szemben az ilyen nemzeti utazási iroda-fiók fölkelti féltékenységét, sőt esetleg ellenszenvét az olyan utazási ügynökségeknek, melyekhez az utasokat az előbb említett okoknál fogva szorosabb szálak fűzik és melyeknek ennél fogva jobban hatása alatt állanak, mint az érdekelt országok propagandájának.

Ezeknek a szempontoknak figyelembevételével tehát azt hisszük, hogy helyes az a megállapításunk, hogy még az utasközönség esetleges kényelmének szemmeltartását is (bármennyire erre szolgál is végeredményben az egész intézmény) meg kell előznie az utazási irodák érdekeivel való együttműködésnek. Ennek pedig első előfeltétele, hogy az utazási irodák expozitúráinkban ne konkurrenciát, hanem olyan intézményt lássanak, mely az ő alkalmi nehézségeiken segíteni hivatott.

LONDON egyike azoknak a városoknak, melyben csaknem minden országnak, mely idegenforgalmát intenzíven fejleszteni akarja, van idegenforgalmi irodája. Benne közel 120 utazási ügynökség működik. Ha ezeknek egyikébe bejön egy kliens, aki például Németországba akar utazni és kérdéseket intéz az őt feadó tisztviselőhöz, hála a német idegenforgalmi iroda pontos szervezetének és alapos munkájának, csaknem minden kérdésére kimerítő választ kap. Mégis megtörténhetik, hogy valamelyik utas olyan kérdéssel áll elő, melyre a tisztviselő nem tud azonnal válaszolni.

— Csak egy pillanatra — mondja ilyenkor bocsánatkérően a tisztviselő és előveszi azoknak az ügyesen összeállított kis füzeteknek vagy kézikönyveknek egyikét, melyekkel a német idegenforgalmi iroda kellőképpen ellátta. Felüti a kérdéses oldalt, de mi történik, ha ott sem találja meg a választ?

— Csak még egy percnyi türelmet kérek — szól ilyenkor az udvarias „clerk“ és visszavonul az iroda mélyére. Ott azután egy telefonhoz lép, fölhívja a német információs irodát, megkapja a választ és egy perc múlva már újból ott van az utasnál és teljes jólétesültséggel adja meg az összes szükséges felvilágosításokat.

Az utas azonban nem elégszik meg ennyivel. Tegyük fel, hogy egy egészen a szokásostól eltérő különc túrát szeretne végigcsinálni, mondjuk a Fekete-erdő apró falvait szeretné bejárni. A tisztviselő érzi, hogy előbb-utóbb biztosan kátyúba jut. Gyorsan így szól tehát a klienshez:

— X városig ezen és ezen az úton juthat el a legjobban. Azon túl lehetőleg úgy rendezze el útitervét, hogy ekkor és ekkor Y városba érkezék, mert azon túl ismét így és így fog alakulni az utazása. A közbeeső útvonalra vonatkozólag sajnos egészen részletes felvilágosítással nem szolgálhatok, a legjobb volna, ha fölkeresné a German Railways Information Bureau-t, ott mindent megmondanak. — Majd ügyesen hozzát teszi: — Alikor szándékozik odamenni? Mindenesetre odatelefonálok, hogy egy kliensünk érdeklődni fog ez iránt a dolog iránt és megkérem őket, hogy fogadják Önt szívesen.

A dolog tehát közmegelegedésre megoldódott. Németország megkapja az utast, az utas megkapja a legpontosabb felvilágosítást és a legudvariasabb kiszolgálást, az utazási ügynökség pedig megkapja az üzletet. De hogyan alakult volna mindez, ha az utas történetesen nem Németországra, hanem Csehszlovákiára vonatkozólag tett volna föl hasonló kérdéseket? Csehszlovákia a londoni közönségnek nyújtandó információs szolgálatot a CEDOK cseh nemzeti utazási iroda londoni fiókjának útján bonyolítja le. Ha az utas azzal állít be utazási ügynökségéhez, hogy Karlsbadba, Marienbadba vagy Prágába akar utazni, baj nélkül megkapja a fölvilágosításokat és jegyeket. Megemlítheti azonban esetleg, hogy a Tátrát is be szeretné járni. Erre vonatkozólag kér útitervet. A tisztviselő kissé zavarban van. Erre vonatkozólag nem sokat tud, hiszen a konkurrens Cedok Travel Bureauval nem igen szokott érintkezni. Kissé kedvetlenül bár, de ismét keresgélgni kezd a tátrai prospektusok és kézikönyvek között és csakhamar bement azokat az adatokat, melyeket ott hamarjában megtalál. Ha a kliens nem elégszik meg ennyivel, már némi halvány célzást is megkockáztat arra vonatkozólag, hogy talán érdekesebb volna a Tátra helyett Ausztriát járni be.

De az utas, sajnos, ragaszkodik a Tátrához.

— Csak egy percnyi türelmet — hangzik ilyenkor ismét. Vonakodva és kedvetlenül bár, de föl hívja a cseh irodát, barátságatlanul, felületesen kérdez, figyelmetlenül hallgatja a választ. Visszamegy az utashoz és néhány adattal többet tud neki mondani. Ha azonban ez alkalommal úgy érzi, hogy az utas további kérdéseire nem fog tudni megfelelni, semmiesetre sem fogja a cseh irodához küldeni kliensét. Sőt óvakodik attól, hogy a cseh irodának még a létezését is megemlítsé, hiszen ez arra vezethet, hogy kliense odamegy és ott váltja meg a jegyét. Az üzletfelet semmiesetre sem akarja elveszíteni. Ilyenkor csak egy maradhat hátra. Legszebb ékesszólásával igyekszik az utast eredeti tervéről lebeszélni és olyan útvonalra beszélni rá, amelyre konkurrenciától mentesen, maga is el tudja látni kliensét az összes szükséges információkkal, jegyekkel és szállodákkal.

Hogy azokkal az országokkal, melyeknek egyáltalán nincsen idegenforgalmi irodájuk Londonban, mi történhetik ezen a téren, arra vonatkozólag szinte kuriózumképpen egy személyes tapasztalatomról számolhatok be. 1929-ben, mikor még Magyarországnak sohasem is volt Londonban idegenforgalmi irodája, egy nagy utazási irodába mentem be a Piccadillyn. Próbaképpen föl tettem a kérdést, hogy közép-európai túráim alkalmával érdemes volna-e Magyarországra is ellátogatni.

— Hogyne, — hangzott a felelet — ha Bécsben van, látogasson el egy napra Budapestre. Nagyon érdekes lesz.

— De Budapesten kívül — kérdeztem tovább — tudnának talán még valami érdekes helyet Magyarországon?

Rövid, zavart hallgatás után kaptam csak választ.

— Igen, hogyne, Salzburgot.

Azt hiszem, ez éppen elég arra, hogy megítélhessük, hogy milyen mérhetetlenül fontos szerep vár az idegenforgalmi irodákra a külföldi utazási ügynökségekkel kapcsolatban. Segítségükre kell lenniök elsősorban is a személyzet kiképzésében. Minden utazási vállalat vezetősége hálával fogadja, ha egy-egy ország idegenforgalmi megbízottai akár előadások keretében, akár gyakori személyes érintkezés révén tanítják az alkalmazottaikat. Minél több országról és minél többet tudnak a közönséggel érintkező tisztviselők, annál jobb lesz az illető iroda hírneve. De könnyebbé is válik egy-egy utazásszervezés, sőt az egyes üzletfél útjának lekötése is, ha a tisztviselők többet tudnak az illető országokról, közlekedési viszonyaikról, az odairányuló üzletkötés módozatairól.

Fontos szerep vár továbbá az idegenforgalmi kirendeltségekre főleg az újabb keletű és a kisebb utazási vállalatok üzleti összeköttetések megteremtésében is. Nemcsak a közönségnek van szüksége az országra vonatkozó információkra, hanem sokszor az utazási vállalatoknak is a saját céljaikra Végül, minden utazási irodának és minden utazási irodai tisztviselőnek nagy könnyebbségére szolgál, ha tudatába vésik, hogy nem lehet olyan kérdés, melyet bármelyik kliense az illető országra vonatkozólag feltesz, amelyre rövid úton, telefonon meg ne kaphatná a választ.

HOGYAN JUTOTT EL a magyar idegenforgalmi szervezet az idegenforgalmi információs irodák szervezetéhez? Az előbb felsorolt elvek szemmeltartásával először csupán az 1929-ben alakult római és az 1930-ban felállított londoni iroda működött. A berlini és müncheni irodák jóformán csakis utazások szervezésével és azok propagandájával foglalkoztak, ami ugyan önmagában igen hasznos tevékenység, de meglehetősen eltávolodik az idegenforgalmi irodák tulajdonképpeni céljától: az utazási irodáknak és az utasközönségnek nyújtandó szolgálatról. A Montreux-ben alakult, majd ismét megszüntetett expozitúra már inkább szem előtt tartotta az eredeti hivatást, de azt erősen összekapcsolta az utazások rendezésével. Ez a három iroda tehát, ha szervezetileg nem is, de hatásában hasonló volt az információs szolgálatnak a nemzeti utazási iroda külföldi fiókjai által való lebonyolításához. Párizsban a két módszert párhuzamosan próbáltuk követni. A propaganda lebonyolítására és az utazási irodák segítségére idegenforgalmi levelezőt küldött ki az Országos Magyar Idegenforgalmi Tanács, ugyanekkor a Centropa utazási irodában, mely a középeurópai nemzeti utazási irodák együttes vállalkozása, az IBUSz érdekeltséget vállalt. Az idegenforgalmi levelezőt később visszavonták és Magyarország idegenforgalmi képviselte teljesen a Centropára maradt. Eltekintve attól, hogy Párizsban az utazási irodával kapcsolatos megoldás külö-

nösen alkalmatlan, az aránylag csekély érdekelttség következtében a magyar érdek még a Centropában is csak gyenge képviseletre talál. 1934 nyarán végre itt már rátértünk az egyedüli helyes megoldásra: külön független magyar információs iroda alakult. Rövidesen hasonló szellemben nyert megoldást idegenforgalmi képviseletünk New-Yorkban is. A szükséges anyagi eszközök hiánya az idegenforgalmi kiküldöttet itt is az utazási irodai megoldás felé sodorta, különösebb sikert azonban valószínűleg éppen ezért itt nem könyvelhetünk el.

Az idegenforgalmi információs irodák felállításának rendszerében jelenleg még kezdők vagyunk. A szervezet tekintetében elsősorban a németektől tanulhatunk. Berlinben a Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr a külföldi német információs irodák központi szerve. Ez gondoskodik arról, hogy mindazokban a centrumokban, ahol erre szükség van, fölállítsa a fiókirodáit. A központi idegenforgalmi szervnek külön szervezete foglalkozik a külföldi kirendeltségekkel. Ez gondoskodik arról, hogy az irodák az elvégzendő feladathoz szükséges személyzettel, információs és propagandaanyaggal és az összes anyagiakkal rendelkezzenek. Az egyes kirendeltségeknek nem lehet az a feladatuk, hogy a távolból szerezzék be mindazokat az információkat, amelyekre klientélájuknak szüksége lehet. A Reichsbahnzentrale otthon a helyszínen mindezeket beszerzi és egyöntetűen az összes irodáknak megküldi. Figyeli a Németországban történő és készülő összes idegenforgalmi eseményeket és mindenről pontos és bő értesítést küld az irodáknak. Ha valamilyen dologra vonatkozólag mégis hiányoznék a szükséges adat és a kirendeltségnek azt külön kell megkérnie Németországból, akkor sem kell a távolból lépést tartania az esetleges otthoni szervezetroválasztásokkal, hogy tudhassa, hogy honnan kell azt bekérnie. Egyszerűen a Reichsbahnzentrale információs centrumához fordul, mely mindent rövid úton beszerzi a számára. A német idegenforgalmi kirendeltségek állandóan megfigyelik a közönség és az utazási irodák igényeit. Ha valamilyen speciális propaganda anyagra vagy különlegesen elrendezett információkat tartalmazó füzetre vagy kézikönyvre van szükség, ezt nyomban jelentik a központnak, mely annak előállításáról gondoskodik. Az illetékesekhez való eljuttatás, a terjesztés már a kirendeltségek feladatát képezi.

Most kicpülő információs irodai hálózatunkkal kapcsolatban egy központ megszervezése esetén Magyarország ezen a téren még a németeken is túltehetne. A magyar határállomásokon a MÁV információstiszti szolgálatot tart fenn. Ezeket az információs tiszteket szintén be lehetne szervezni egy a némethez hasonló szervezet kereteibe. Az utas, aki a magyar idegenforgalmi információs irodát fölkereste és esetleg a határátlépéssel járó formalitások tekintetében látszik bizonytalannak, nagyon is méltányolni fogja, ha már a határon érzi, hogy az ő érkezéséről a magyar idegenforgalmi szervezet már értesült, ha az információs tiszt őt külön felkeresi és segítségére van a rettegett formalitásokban. Mindennek az elérésére csupán arra volna szükség, hogy az új, modern szellemben felállított külföldi

idegenforgalmi irodáink megalapításával egyidőben a németek centralizált információs irodai szolgálatát is lemásoljuk.

Az információs anyag rendezésének és praktikus formában az információs és az utazási irodák rendelkezésére bocsátásának kérdésében a francia példa az, amely mintaképül szolgálhat. Franciaországban az általános részletes információs anyag összeállításáról és időszerű pótlásáról a Syndicat d'Initiative gondoskodik. Ez a társadalmi szerv kataszterszerűen fölveszi az egész Franciaország területén található idegenforgalmi helyeket, mindegyiknek egy-egy ívet fektet fel, amelyen a helységekre vonatkozó összes tudnivalókat egyazon rendszer szerint feltünteti. Megtalálható az ilyen íven minden közlekedésre vonatkozó adat, a szállodai és étkezési árak, az összes ajánlható penziók és magánlakások, az összes szórakozási lehetőségek, látnivalók, éghajlati adatok stb. Az aktuális eseményekről és az időközben előforduló változásokról időnként pótlókat adnak ki. Ezeket az íveket kinyomtatják és könyvbe fűzik össze, de olyan módon, hogy időnként az egyes lapok kivehetők, pótolhatók vagy cserélhetők legyenek. Az ívek természetesen számozottak és a könyv végén index következik, melynek segítségével nemcsak az egyes helyiségekre, de bizonyos klimatikus sajátságokra, gyógytényezőkre, szórakozási lehetőségekre vonatkozólag is egy-kettőre megtalálhatunk minden felvilágosítást. Ezt a könyvet megküldik az összes külföldi francia információs irodáknak és a fontosabb utazási vállalatoknak is. Különös gondot fordítanak arra, hogy a legcsekélyebb változásokról is legalább az információs irodákat azonnal értesítsék.

A nálunk felállítandó információs centrum feladatát képezhetné a későbbiek folyamán egy ilyen információs tárnak állandóan megőrizni az aktualitását, hogy ennek alapján az információadásban külföldi kirendeltségeink soha fennakadást ne szenvedjenek.

A helyszínén kifejtendő propagandatevékenység az a terrénum, amelyen a magyar szervezetnek sohasem lesz szüksége külföldi példára. Ezen a téren a magyar ötletesség már eddig is bebizonyította, hogy mire képes. Olyan kevés költséggel olyan hatásos propagandát elérni, mint a magyarok, még egyetlen más nemzet sem tudott. Itt legfőleg csak arról lehet szó, hogy a mégjobb határfok elérése céljából a külföldi kirendeltségek vezetőinek valamivel számottevőbb propaganda budgetet és szabadabb hatáskört kellene engedni.

A magyar idegenforgalmi politika aktuális programjába tartozik a külföldi magyar idegenforgalmi irodák szervezetének kifejlesztése. Ha ez a munka az itt felsorolt szempontok figyelembevételével történik meg, biztosra remélhetjük, hogy ez a szervezetünk egyszeriben a legelsővé válik. Az idegenforgalmi politikában pedig nem elegendő jól nyújtani a közönségnek, hanem mindig a legjobb kell. Most hogy megtaláltuk a helyes utat, már nem sok hiányzik ahhoz, hogy olyan idegenforgalmi szolgálatot nyújthassunk a külföldi utasközönségnek, mely méltán vívhatja ki annak teljes elismerését Magyarország idegenforgalmi kultúrájával szemben.

CZENNER JENŐ