

## Das Stiefkind im modernen Hotelbetrieb.

Von Linna Eisenmann, Frankfurt a. M.

**U**m es kurz zu sagen: das Stiefkind des Hotelbetriebs ist die Hoteldrucksache. — Da werden Paläste gebaut in allen Teilen der Welt, es werden keine Mittel gescheut, um diese Hotelpaläste mit allen Errungenschaften der modernen Hoteltechnik auszustatten. Aber was nun die Propaganda, die Ankündigung nach Aussen betrifft, die doch einen wesentlichen Teil des Betriebes ausmacht, und, man vergesse nicht, dazu dienen soll, das Haus dem Publikum, an das es sich wendet, in das vorteilhafteste Licht zu rücken, so sieht sie böse aus. Unsere grossen Hotel-

betriebe im Reiche und im Ausland geben viele Tausende für Reklame aus. Wir brauchen nur eine Zeitung aufzuschlagen und haben den Beweis. Prospekte, Menüs, Koffierzettel, Plakate, Reklamemarken. Geschäftspapiere und Geschäftskarten werden gedruckt. Das Drucksachenmaterial ist überwältigend. Der Bedarf ist enorm. An Quantität fehlt es also nicht. Aber was ist über die Qualität, über die den modernen Anforderungen entsprechende Qualität der Hoteldrucksachen zu vermelden? Da können wir uns scheu verkriechen, denn was darin geboten wird, ist schlimm, ist um Jahrzehnte zurück, stimmt nicht über-



Abb. 1  
Alte Form des Hotelkoffierzettel



Linna Eisenmann

Abb. 2

Neuer Hotelkoffierzettel