

12. Zweckmäßige Reklame für ein ungenügend besuchtes Hotel.

In den folgenden Zeilen gebe ich alle zeitgemäßen Werbemöglichkeiten an, um durch zweckmäßige Reklame den nicht befriedigenden Geschäftsgang eines Hotels in einem Kurort zu heben. Zwar sind die einzelnen Vorschläge in Spezialkapiteln ausführlich behandelt, es erschien mir aber zweckmäßig und im Interesse vielbeschäftigter, nicht reklamekundiger Hoteliers zu liegen, in dieser konzentrierten Form alles das zusammenzufassen, was für ein schlecht oder nicht befriedigend gehendes Hotel getan werden könnte. Angenommen wurde ein Hotel mittlerer Größe, mit 100 Zimmern, 130 Betten, in einem Luftkurort. Obwohl landschaftlich schön gelegen, von prachtvollen Waldungen umgeben, läßt der Besuch des Hauses zu wünschen übrig. Es liegt hauptsächlich daran, daß der Ort in den Kreisen des reisenden und Erholung suchenden Publikums zu wenig bekannt ist. Weil die Gemeinde in zwei Parteien gespalten ist: Landwirte und Kurinteressenten, wurde seither mit Bereitstellung von Mitteln für eine zweckmäßige Reklame allzusehr geknausert. Das Haus ist modern eingerichtet, mit Zentralheizung, fließendem kalten und heißen Wasser, Bädern in jeder Etage (auch Zimmer mit Privatbad), Telephon, Rundfunk und behaglichen Gesellschaftsräumen. Da die Möglichkeit zu jeder Art Wintersport: Skilaufen, Bobfahren, Rodeln, Eislaufen usw. ebenfalls gegeben ist, könnte das Haus auch im Winter geöffnet bleiben, wenn ausreichender Gästebesuch den Jahresbetrieb genügend rentabel machen würde. Das soll nun die Reklame bewirken. In diesem Sinne sind die Vorschläge behandelt. Sie treffen also für sehr viele Hotels zu, denn die gleichen Klagen können heute zahlreiche Hoteliers in verschiedenen Ländern anstimmen.

Da die Gemeindeverwaltung die propagandistische Werbung für den Ort selbst — worin eine indirekte Werbung für alle örtlichen Fremdenverkehrs-Interessenten schon ohne weiteres eingeschlossen sein würde — bisher vernachlässigt hatte, muß bei der Reklame von etwas anderen Gesichtspunkten ausgegangen werden, als es sonst bei der Hotelreklame üblich ist. Es darf also nicht nur für das Hotel, sondern es muß auch für den Ort selbst geworben werden. In allen Reklamen ist deshalb nachdrücklich hervorzuheben: