

25. Die Werbebroschüre.

Der Weltkrieg hatte ihr gründlich den Garaus gemacht. Aus den Hotels war sie beinahe ganz verschwunden, in den Bädern und Kurorten behalf man sich, auch noch lange Zeit nach Kriegsende, mit oft recht kümmerlichen Surrogaten. Jetzt ist die Werbebroschüre wieder in aller Herrlichkeit erstanden. Das heißt, in aller Herrlichkeit will ich doch lieber nicht sagen. Da die Erfahrungen der Vorkriegszeit vielfach in Vergessenheit geraten sind, so haften der Werbebroschüre zuweilen kleine Mängel an, deren Beseitigung im Interesse ihres guten Zweckes liegt.

Die Werbebroschüre ist, wie gesagt, die große Schwester des Faltprospektes. Daraus geht schon hervor, daß sie in vielen Dingen mit ihm Ähnlichkeit hat. So trifft zum Beispiel für die Broschüre alles das zu, was ich über die Wahl des Illustrationsmaterials gesagt habe. Ich brauche es deshalb nicht zu wiederholen. Doch sei nachdrücklich darauf hingewiesen, daß die Ausgestaltungs- und Verwendungs-Möglichkeit bei der Werbebroschüre sehr viel größer ist als beim Faltprospekt. Zunächst will ich mich mit der Hotel-Broschüre beschäftigen.

In ihr soll alles das enthalten sein, was des knappen Raumes wegen vom Faltprospekt fern gehalten werden muß. Wenn man auch nicht, wie jener gefürchtete Dauerfestredner es tat, bei der Erschaffung der Welt zu beginnen braucht, so kann man doch einige historische Daten aus der Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte des Hotels einflechten. Auf einem Rundgange durchs Hotel, und zwar durch sämtliche für den Fremden interessanten Räume, kann man dann den künftigen Gast mit allem bekannt machen, was geeignet erscheint, um ihn als dauernden Freund des Hauses zu gewinnen. Man lese die beiden Kapitel „Feuilletonistische Propaganda für ein Großstadt-Hotel“ und „für ein Kurort-Hotel“ nach; ich glaube, daß darin manche Anregung für die textliche Ausgestaltung der Werbebroschüre zu finden ist.

Die Werbebroschüre braucht und soll sich nicht nur auf Angaben über das Hotel beschränken. Sie kann den Gast mit Urteilen anderer Gäste bekannt machen, indem Ausschnitte aus Dank- und Anerkennungsbriefen veröffentlicht werden. Dieser Seite der Reklamemöglichkeiten hat man in der Hotelwelt bisher viel zu wenig Beachtung geschenkt. Ich sehe aber nicht ein, warum man ein freiwillig gespendetes Lob des Hauses