

39. Andenken.

In den ersten Jahren nach dem Weltkrieg haben die Hotels, Fremdenheime und Gaststätten seltsame Dinge erlebt. Die „Andenkenindustrie“ sah eine Blütezeit, die leicht zum Tode der Betroffenen hätte führen können. Die Gäste waren von einer wahren Sucht nach „Andenken“ beherrscht. Hotels, Fremdenheime und Gaststätten schienen zur Börse geworden zu sein. Messer, Gabeln, Löffel, Salz- und Pfefferbehälter, Aschenschalen, Mokkatassen, Sahnengießler, Zuckerschalen usw. waren begehrt; mit Leidenschaft sogar begehrt, wenn sie aus Silber oder Silberlegierung bestanden. Die Schuhe aller Art, die früher vor den Zimmertüren ein beschauliches und nachdenkliches Dasein geführt hatten, sahen plötzlich, namentlich wenn sie neu waren, sehr „mitgenommen“ aus. Die Gäste waren am Morgen aufs höchste erstaunt und entrüstet, wenn sie entdeckten, daß ihre Stiefel sich „verlaufen“ hatten, ohne daß sie an ihre Füße gekommen waren. Dann wendete der feurige Sammeleifer, die Andenkenleidenschaft, sich größeren Dingen zu. Kleinigkeiten genügten den ins Große gehenden Ansprüchen nicht mehr. Echte und unechte Teppiche, Tischdecken, Läufer, Portieren, Fenstergardinen, Bettdecken und ganze Federbetten, Bilder, Tintenfässer und Tischlampen schienen Held Siegfrieds Tarnkappe zu besitzen und konnten sich über Nacht unsichtbar machen. So unsichtbar, daß selbst die schärfste polizeiliche Spürnase nichts wieder von ihnen entdeckte.

Die Gäste kümmerten sich also mit erfolgreichem Eifer selbst um ihre Reiseandenken. War es da ein Wunder, daß der bekümmerte Hotelbesitzer sich um Beschaffung hübscher und neuer Andenken nicht mehr kümmerte, da den Gästen die Mitnahme der alten Sachen genügte? Dann hatte sich diese krankhafte Wut auf Andenken sozusagen totgelaufen, weil entweder schon alles Mitnehmenswerte mitgenommen war oder weil zu scharf aufgepaßt wurde. Es trat Ruhe ein. Die Hotelbesitzer atmeten auf und zählten die Häupter ihrer Lieben, die ihnen aus der Andenken Schlacht noch geblieben. Und siehe, es fehlte manch' teures Haupt.

Ein bekannter deutscher Kurort, der Weiße Hirsch bei Dresden, stellte in seiner Rückschau über die Saison 1924 fest, daß zwar die Quantität der Kurgäste abgenommen, ihre Qualität aber zugenommen und sich gegenüber den Vorjahren wesentlich gehoben habe. Eine erfreuliche Fest-