

58. DIE SCHLÜSSEL- BZW. ZIMMERKARTE ALS WERBER

Im vorhergehenden Kapitel habe ich mich dahin ausgesprochen, daß man sich überall da, wo gesetzliche Vorschriften es nicht ausdrücklich verbieten, unbedenklich der Schlüsselkarte — ich will der Kürze halber bei dieser Bezeichnung bleiben — als Medium für solche Mitteilungen an die Gäste bedienen sollte, die diesen gewissermaßen eine Anstandsverbindlichkeit auferlegen. Übrigens ist das auch schon in gar manchem Hotelbetrieb geschehen. So steht zum Beispiel auf der Rückseite der Schlüsselkarte des Hotels „Der Fürstenhof“ in Dortmund folgendes:

Das erste Frühstück ist obligatorisch, bei Nichteinnahme desselben 50 Pfennig Aufschlag pro Person.

Restaurant
Künstler-Musik
Konditorei / Kaffee

Fünf-Uhr-Tee
Säle für Sitzungen / Festlichkeiten.

Es wird gebeten, wenigstens die Hauptmahlzeiten im Hotel einzunehmen, da die Hotelleitung mit Rücksicht auf die notwendige stete Bereitschaft der Küche und die hohen Betriebskosten sonst genötigt ist, eine Erhöhung der Zimmerpreise eintreten zu lassen.