

Um Zweck und Gebrauch dieser Kartothek noch deutlicher zu veranschaulichen — denn sie ist wichtig, aber auch wertlos, wenn sie nicht richtig geführt und regelmäßig vom Besitzer des Hotels, vom Kurdirektor oder Verkehrskommissär kontrolliert wird — lasse ich noch eine *ausgefüllte* Karte folgen. Sie spricht wohl so deutlich, daß weiteres zu dieser Kartothekfrage sich erübrigt. Höchstens sei noch der Hinweis gestattet, daß man die Kartothek erst nach Rücksprache mit einer auf diesem Gebiete besonders erfahrenen Spezialfirma, zum Beispiel Henss & Sohn (Henssson) in Weimar, anlegt. Es gibt verschiedene Systeme: horizontal, vertikal, die jedes ihre Vorteile und Nachteile haben. Man entscheide sich dann für eine Form, die den eigenen Wünschen, vor allem aber dem Betrieb entspricht. Einschalten will ich noch, daß die *briefliche Gästewerbung*, bei der Werbematerialversendung ebenfalls in Frage kommt, ein besonderes Kapitel ist, und daß deshalb eine weitere Kartothek-Karte nötig wird, die nur für Gäste, beziehungsweise für Persönlichkeiten, die es werden sollen, bestimmt ist. Wer eine doppelte Kartothek nicht anzulegen wünscht, hat die Möglichkeit, in meinem Muster ein paar entsprechende Kolonnen einzuschalten oder kleine Änderungen vorzunehmen, so daß die Karte auch für die Gäste gebraucht werden kann.

In *Deutschland* gibt es noch zwei Möglichkeiten, Werbebriefe und Werbematerial zum Versand zu bringen. Es handelt sich um Einrichtungen der Deutschen Reichspost. Die eine davon, mit dem originellen Namen

WURFSENDUNGEN,

erscheint mir für die genannten Zwecke nicht besonders geeignet, weshalb ich mich nur kurz mit ihr beschäftige. Immerhin hielt ich es für angezeigt, davon Notiz zu nehmen. Diese Wurfsendungen, also die kuvertierten Werbebriefe, das kuvertierte Werbematerial, werden der Post *ohne Aufschrift* übergeben. Die Verteilung übernimmt die Post, und zwar liegt sie letzten Endes in den Händen der Briefträger. Der Absender hat nicht den geringsten Einfluß darauf, an wen und an welche Kreise die „Wurfsendungen“ gelangen. Es ist also wirklich ein glücklicher „Wurf“, wie dreimal sechs Augen beim Würfelspiel, wenn eine Sendung den richtigen Empfänger erreicht. Diese Angaben dürften wohl genügen, so daß jeder Hotelier, Kurort-