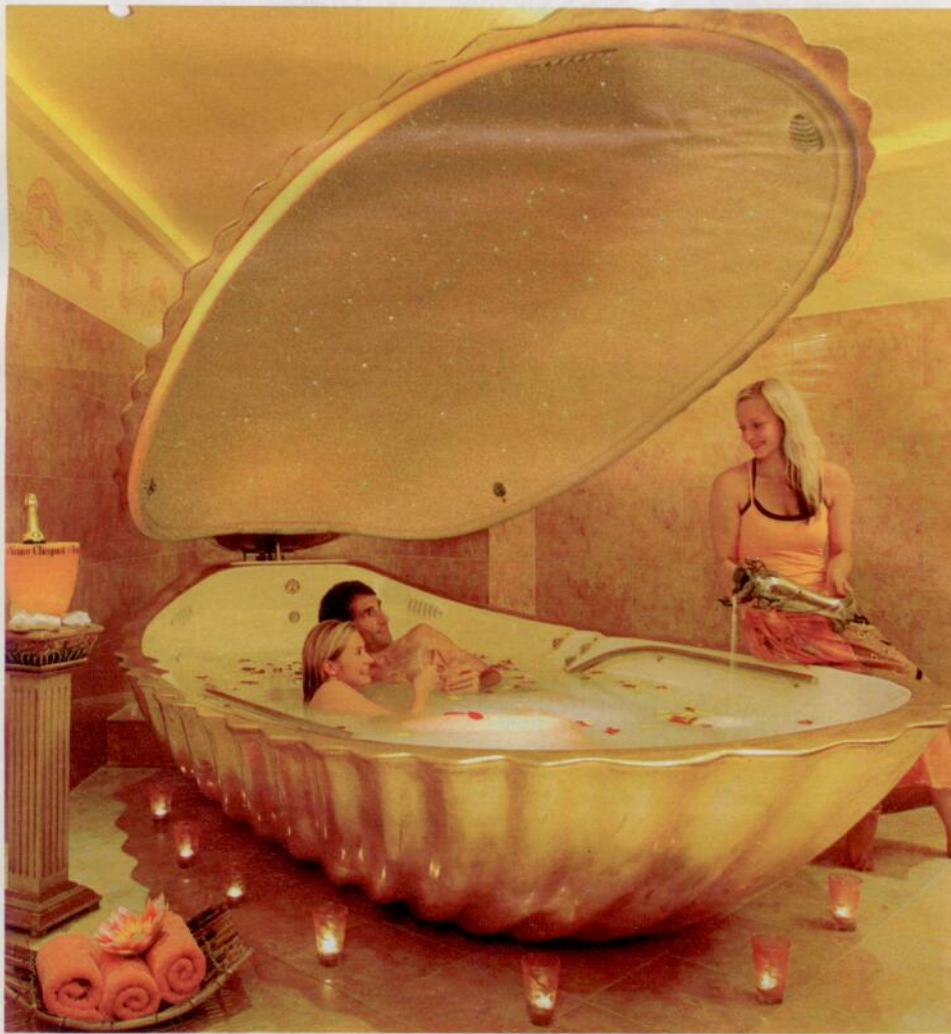


Bitte nicht stören

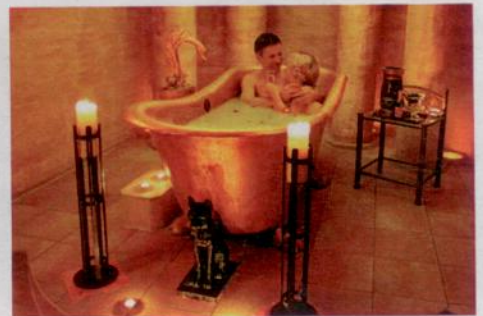
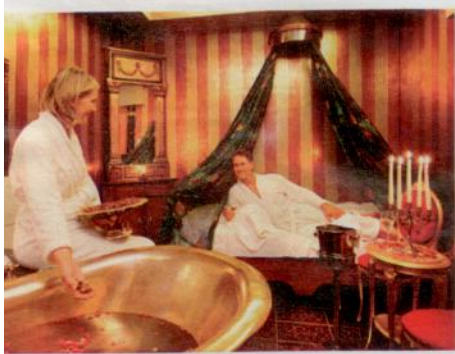
In Reisekatalogen geht es ganz schön zur Sache: Warum werben Hotelbetreiber so gern mit Paaren, die offenbar kurz davor sind, übereinander herzufallen?



Kuscheln in Muscheln Mit diesen Fotos wollen Hotelbesitzer Lust auf Urlaub machen – das mit der Lust nehmen sie nur zu wörtlich.



Fotos Royal Spa Berlin, Dolomiten Wellness Residenz Mirabell, Concordia Wellness & SPA Hotel Oberstaufen, Vital- & Wellnesshotel Zum Kurfürsten, TRIHOTEL am



Unsere ehemalige Kollegin ging immer gern in ein Wellness-Hotel nahe Garmisch-Partenkirchen. So lang, bis ihr in der Werbebroschüre des Hauses eine junge Frau im Pool auffiel, die bei genauerem Hinsehen – sie selbst war. Ein Fotograf hatte sie beim Schwimmen aufgenommen und das Bild ungefragt für die Hotelwerbung benutzt. *Junge Frauen machen sich gut in Prospekten, schon klar, aber einige Hoteliers übertreiben*: Blättert man sich durch deutschsprachige

Reisekataloge, fühlt man sich mitunter wie eine Reinigungskraft, die das »Bitte nicht stören!«-Schild übersehen hat und ins Vorspiel platzt. Da blickt er ihr ungeniert ins Dekolleté, es wird eng umschlungen in der XXL-Badewanne herumge... äh ...legen, dazu gibt es Brachialromantik wie Rosenblätter, Kerzenschein und Sektglas. Wären das keine Fotos, sondern Videoclips, würde man als Zuschauer schnell umschalten, bevor das Wasser in Bewegung gerät oder die Bademäntel zu

Boden fallen. Aber warum werden die Zimmerfotos in an sich schönen Hotels so unangenehm zweideutig inszeniert? Das Gute an Hotelbetten ist doch, dass sie frisch überzogen sind und ich nicht weiß, wer gestern Nacht mein Kissen hatte – oder zuletzt in der Muschelbadewanne saß. Liebe Hoteliers, vertrauen Sie unserer Fantasie: *Leere Hotelzimmer reichen zur Bebilderung. Dass man nach dem Dessert nicht sofort einschlafen muss, wussten wir schon.* **MARC BAUMANN**