

NOCHMALS: QUALITÄTSPROPAGANDA TUT NOT

Wenn der Schneider System in seine Werbegedanken bringen will, dann wird er bald erkennen, daß er vor allen Dingen Mode-, Geschmacks- und Qualitätspropaganda betreiben muß, denn besonders in dieser Richtung liegen leicht erkennbar die Werte der Maßarbeit. Der Schneider steht mit seiner Erzeugung, die Qualitätsarbeit ist, der Quantitätsarbeit der Konfektion konkurrierend gegenüber und muß daher deren Vorzüge ins allergünstigste Licht stellen. Denn das ist nun einmal die Voraussetzung für jeden Werbeerfolg, daß man in irgendeiner Richtung mehr bieten muß, als andere und daß man dieses aber auch recht eindringlich sagt. Das „Mehr“, das der Schneider zu bieten hat, ist seine gediegene, geschmackvolle, modische, individuelle Arbeit. Die Hinweise auf den besonders modischen und geschmacklichen Wert dürften in vielen Fällen auch Beachtung finden, denn ein moderner und geschmackvoller Mann sein zu wollen, dieser Wunsch ist den meisten und speziell den jungen Herren eigen, bis hinab zu „Streubelkuchenkavalieren“, die ihre Bedürfnisse an Eleganz oft freilich an anderer Stelle zu befriedigen pflegen. Indessen, bis weit in den jugendlichen Arbeiterstand hinein ist — auch in Kleinstädten und auf dem Lande — Freude und Interesse an dem Besonderen der Maßarbeit zu erhalten und zu wecken, an einem Stück, das nicht alle anderen haben. Speziell auch im Handwerkerstand, wo man den Vorzugswert der Handarbeit aus eigener Berufsarbeit kennt, müßte eine größere geistige Beeinflussung für Wertschätzung der „Maßarbeit“ zu erreichen sein. Sicher ist, man kann durch belehrende Empfehlung den Sinn für modische Eleganz steigern und kultivieren. Rückblicke auf die Geschichte der Kleidung lehren uns, daß die Menschen, wenn sie unter suggestiver Beeinflussung eines Modegedankens stehen, auch zu den größten Opfern bereit sind. Schon die früheren, meist zwecklos erlassenen Gesetze gegen Kleiderluxus sind ein Beweis dafür. Im Dreißigjährigen Kriege haben trotz der Geldknappheit große Summen und förmlich ganze Stoff-

ballen in den Pluderhosen allgemeine Verwendung gefunden. Auch in neuester Zeit wirkt sich die Modesuggestion und die Freude am guten Äußeren in großem Maßstabe aus, denn sie hat zum Teil die einfachsten Arbeitsmädchen zu seidenbestrüpften und pelzverbrämten Prinzessinnen zu machen gewußt. Dabei ist die Anschaffung anständiger Herrenkleidung doch immer noch als ein verhältnismäßig billiger Luxus anzusehen gegenüber den Aufwendungen für Sport, Motorräder, Autos usw. Als aussichtslos kann unter solchen Umständen die Propaganda für moderne, repräsentable Maßkleidung durchaus nicht angesehen werden. Es liegt für jeden Schneider also aller Grund vor, sie zu betreiben. Der Satz, „daß Angebot die Nachfrage steigert“, hat unbedingt auch für ihn seine Bedeutung.

Neben den modischen sind die Qualitätswerte der Kleidung immer entsprechend hervorzuheben. Die Reklame muß hier direkt auf eine Steigerung des Werturteils hinarbeiten. Viele der von uns für Schneider herausgegebenen Reklamemuster werden dieser Forderung gerecht. Man wird auch die Einzelheiten und die verborgenen Werte des Maßanzugs dem Verständnis des Publikums mit Vorteil näherbringen. In Wort und Bild soll man diesem Ziele zustreben. Vergleiche zwischen der Bearbeitung der Fertigung und der Schneiderarbeit sind zu empfehlen, um zu beweisen, Maßarbeit ist doch etwas ganz anderes.

Viele Fachleute haben die Vorstellung, daß die Wertunterscheidung dem Publikum ganz ähnlich vertraut ist, wie ihnen selbst, die dauernd für die Mode arbeiten. Das ist aber ein großer Irrtum, den man beseitigen muß, indem man das Publikum gründlichst aufklärt. Dadurch entsteht nach und nach die geänderte, die bessere Meinung vom Qualitätswert schneiderischer Erzeugung und damit ist ein Ziel unserer propagandistischen Bemühungen erreicht.

**MAßANZUG IST KLASSE
KONFEKTION IST MASSE!**



FÜR ERSTKLASSIGE MAßARBEIT
HALT SICH EMPFOHLEN
HERRENSCHNEIDER BEGER
BREITESTRASSE 5



Ein Herr sagt's dem andern!

Lassen Sie bei
M. WICHMANN
schneidern
//
Modischer Schick
Qualität
Preiswürdigkeit

HOFMANN

**Ihr
Schneider!**

Warum?

Schickster Sitz
Neueste Moden
Niedriger Preis

HOFMANN

Leipziger Straße 125