

KLEIDUNG IST SELBST REKLAME (EMPFEHLUNG)

Die Kleidung kostbar, wie's Dein Beutel kann,
Doch nicht in's Grillenhafte, reich, nicht bunt.
Denn es verkündet oft das Kleid den Mann.

Shakespeare in „Hamlet“

Kein Geringerer als Shakespeare ist Kronzeuge für den Gedanken, daß das Kleid Verkünder des Werts des Mannes ist. Die Beobachtung, daß Kleidung tatsächlich zur Empfehlung und Reklame eines Menschen beziehungsweise ganzer Menschenklassen dient, kann man auch sehr überzeugend aus der Geschichte der Kleidung schöpfen. Was sind z. B. Uniformen, Gala-kleidung (Hoftrachten), Ornate, ihrem Wesen nach anderes, als Mittel, der Empfehlung zu dienen, Personen im Äußeren herauszuheben, ihnen ein „Ansehen“ (d. h. ein Äußeres zu geben, das ansehenswert). Der in grotesker, furchterregender Kleidung (Maskierung) auftretende Medizinmann der Wilden ist ein Ausgangspunkt jener geistigen Einstellung der Menschheit, sich durch die Kleidung zu etwas Besonderem stempeln zu lassen. Der moderne Hochstapler ist ein bezeichnendes neuzeitliches Beispiel dafür, wie erfolgreich die Kleidung als Empfehlung der Persönlichkeit im Schauspiel des Lebens ausgenutzt werden kann.

Natürlich ist es für den Schneider sehr wertvoll, in seinen Reklamen die Tatsache, daß gute Kleider Empfehlungen, Referenzen (also quasi Auskünfte über Menschen), Stützpunkte für Werturteil für seine Persönlichkeiten sind, zu verwerten, denn von diesen für das Leben so wertvollen Eigenschaften guter Kleidung wird nicht nur das Urteil der selbstbewußten, geschmackvollen, eitlen Leute beeinflußt, sondern auch das der nur praktisch denkenden Menschen, die dann eben in der anständigen Kleidung das Mittel zum Vorwärtskommen im Leben sehen. Sehr drastisch ist das richtige Verständnis für diese Lage der Dinge in folgender Schneiderreklame, die wir in einem Kabarettprogramm fanden, zum Ausdruck gebracht:

„Solange Du einen gut geschnittenen Rock, ein Paar Lackstiefel, einen kleidsamen Hut und zwei bis drei einwandfreie Hemden hast, hoffe!

Jede Viertelstunde kann Deinen Fuß auf eine höhere Stufe der Leiter des Glücks stellen. Erst wenn die Requisiten des Gentleman verloren sind, wird Deine Lage verzweifelt; die besten Zufälle helfen Dir nichts, wenn Dein Äußeres unmöglich macht, sie auszunutzen. Also: Zögere nicht zu hungern, wenn es nötig ist, aber trage feste Manschetten!“. So: Oscar Schmitz, der große Lebenskünstler.

Du aber, mein Freund, lächle nicht, sondern lerne bedenken, daß ein tadelloses Äußere mehr wert ist in unserer nun einmal sinnfälligen Zeit, als ein großes Bankkonto. Drum sei vorsichtig in der Wahl Deines Schneiders! Nicht

immer ist das Teuerste auch das Beste, wenn Du aber zu Petersen, Dresden-A., Bismarckplatz 12, kommst, wirst Du das finden, was Du brauchst. Petersen kleidet Dich nach Deiner Eigenart, Petersen kleidet Dich modern, Petersen wählt für Deine Formen den richtigen Stoff, für Dein Gesicht die richtige Farbe. Petersen liefert Dir das Beste am billigsten. — Wenn Dich Petersen kleidet, wird man Dich nach Deinem Schneider fragen! — Freund, denke daran: Gute Kleidung ist das Symbol des glücklichen Gelingens!“
H. P.

Nicht eindringlich und oft genug kann der Kernsatz „Kleidung ist Empfehlung“ in der Reklame des Schneiders zur Anwendung kommen, denn damit wird nicht nur die Vorstellung von Qualitätswert der Kleidung gesteigert, sondern auch die Überzeugung befestigt, daß eine Erfüllung weitergehender Ansprüche in der Kleidung nur durch die Maßarbeit, nie durch Konfektion, möglich sein wird. „Kleidung ist Reklame.“ Vor allen Dingen darf der Schneider die Anwendung dieses Satzes an sich nicht vergessen. Seine Kleidung muß in ihrer Art vorbildlich sein. Nicht etwa, daß er in ihr mit einem Baron oder Gent verwechselt werden könnte, sondern daß seine Kleidung den Eindruck macht, sie steht mit der Mode, seiner Persönlichkeit, seinem Stande, der Gelegenheit, zu der sie getragen wird, in vollster Harmonie.

Diese Mahnung an die Kollegenschaft ist durchaus nicht überflüssig, denn man bemerkt bei ihr oft eine Mißachtung der modischen und geschmacklichen Gesetze im Beruf und in der Öffentlichkeit, die ganz unverständlich ist. Das ist sehr bedauerlich, denn wenn für jemanden der Satz „Kleidung ist Reklame“ Bedeutung hat, so ist es in erster Linie der Schneider selbst, denn für ihn bedeutet die korrekte und gute, persönliche Kleidung ganz unmittelbar Geschäftsempfehlung. Es geht nicht an, aus geschäftlichem Interesse die Beachtung der Regeln des guten Geschmacks predigen zu wollen und sie selbst zu ignorieren. Die Schneider müssen ihren „Kleiderknigge“ sehr gewissenhaft in die Wirklichkeit umsetzen und dürfen auch nicht mit Kleidern, die zu bestimmten Gelegenheiten als nicht passend bezeichnet werden müssen, erscheinen. Das ist ein schlechter Dienst, den sie ihrem auf Kleiderkultur eingestellten Beruf erweisen. Auf einer großstädtischen Sitzung, bei der es sich um Feststellung von Mode- und Geschmacksfragen der Herrenkleidung handelte, erschien von etwa 50 Schneidern einer korrekt gekleidet. Das war eine beschämende Feststellung, die gemacht wurde.

DER REKLAMEDIENST DER BESONDEREN VERANSTALTUNGEN IM SCHNEIDERGEWERBE

Geschickte Ausnützung von Werbeveranstaltungen

Wenn die Werbeveranstaltungen für die Maßschneiderei unter guter und verständiger Leitung stehen, ideenreich und geschickt aufgezogen werden, können sie am einzelnen Ort zu einer recht wirksamen Kundgebung zum Nutzen des Gewerbes werden.

Das Programm einer derartigen Veranstaltung läßt sich natürlich verschiedenartig aufstellen und muß

jedenfalls immer in Rücksicht auf die am betreffenden Ort vorliegenden besonderen Verhältnisse entstehen. Es würde zu weit führen, alle die Möglichkeiten geschickter Gemeinschaftswerbung hier aufzuführen, aber daß es möglich ist, sie auch im engen Rahmen zu einer recht gelungenen zu machen, soll durch den Bericht über eine solche erfolgreiche Veranstaltung als lehrreichem Beispielsfall bewiesen werden. Es handelt sich um eine Werbewochenausstellung der Schneiderinnung Gollnow in Pommern, einer Stadt von 10 000 Einwohnern. Der Bericht darüber lautet: