

# „Die Mode vom Tage“

## Ausverkauf von der anderen Seite! (Nachdruck sämtlicher Artikel und Illustrationen verboten.)



1945 1946 1947 1948 1949 1950

Ausverkauf ist keine Spekulation auf die Kaufkraft der Frau — er ist wirtschaftliche Notwendigkeit: Platz und Geld für neue Ware müssen durch ihn gesichert werden. Jede Beteiligung am Ausverkauf wird bei der allgemeinen Geschäfts- und Wirtschaftslage soziale Pflicht. Qualitätsverständnis und modisches Feingefühl schützen die Frauen davor, daß man ihnen zwecklose oder schlechte Waren anbietet. Die langsame, stetige Entwicklung der Mode macht den Ausverkauf diesmal besonders vorteilhaft: häufig unterscheiden nur unauffällige, leicht abzuändernde Einzelheiten die geltende von der kommenden Mode. Kinderkleidung, Material zum Selbstschneidern und die vielen Kleinigkeiten, die den Anzug ergänzen, unterliegen auch dieser Rücksicht nicht.

Etwa 30 Prozent des deutschen Volkseinkommens werden von den Frauen verwaltet. Aus der Sprache der Statistik in dem überaus reichhaltigen Deutsch übertragen, bedeutet das: was in Deutschland durch Arbeit verdient, aus Kapital, Renten und Pensionen eingenommen wird, wird zu sieben Zehnteln durch die Hände der Hausfrauen für die vielseitigen Bedürfnisse des Lebens ausgegeben. Nichts könnte schlagkräftiger die schwere Lage aller Bevölkerungsteile beleuchten — man bedenke: nur für Kleidung, Nahrung, Licht, Heizung, also die dringlichsten Notwendigkeiten wird der größte Teil des Volkseinkommens verbraucht; was bleibt dann für Bildung, Reisen, Erholung, notwendige Ausspannung, für Müdigkeit und Entspannung eigentlich übrig? Nichts aber kann auch mit der veralteten Anschauung so gründlich aufräumen, Frauen befähigen keine volkswirtschaftlichen Talente, bedürften in Geldfragen der Beaufsichtigung durch den Mann! Die Frau, die sich unablässig allerlei Dinge zu Putz und Schmuck kauft, die der berühmten „billigen Gelegenheit“ einfach nicht widerstehen kann und wahllos kauft, nur um zu kaufen — diese Frau erfüllt wirklich nur noch in Wohlgefallen wie der kluge Dadel und die böse Schwiegermutter und der gerechte Professor. Man kann tausend zu eins wetten, daß demnächst wieder eine Hochflut solcher selbst durch das Alter nicht berechtigten Waise ausbrechen wird, weil wieder einmal — Ausverkauf ist. Es wäre zu wünschen, daß bei dieser Gelegenheit auch diese alten Leidenhüter des Humors mit ausverkauft würden, die unbedenkt immer noch bei einer ganzen Anzahl von Männern die Idee erwecken, Ausverkauf sei eine Spekulation auf die Kaufkraft der Frauen!

Gerechterweise sei zugegeben, daß die Zahl solcher Männer ständig abnimmt. Es muß sogar unbedingt anerkannt werden, daß immer mehr Männer ganz planmäßig kleine Reserven des lang bemessenen Etats schaffen, damit ihre Frauen den Ausverkauf vorteilhaft ausnutzen können. Die meisten denken dabei — und das ist ja auch natürlich — daß Ausverkäufe Anschaffungen zu Preisen ermöglichen, die wesentlich unter dem normalen Niveau liegen, daß sie also billiger zu Waren kommen können, deren Erwerb ihnen ohne den Ausverkauf vielleicht gar nicht möglich wäre. Daß Beteiligung am Ausverkauf aber von eminent wirtschaftspolitischer Bedeutung ist, daß sie damit den Rang einer sozialen Pflichterfüllung gewinnt — daran denken die Herren der Schöpfung (soweit sie nicht Kaufleute oder nationalökonomisch geschult sind) genau so wenig wie die Frauen. Man muß sich da erst einmal mit den sozusagen höheren Zielen dieser segensreichen Einrichtung vertraut machen! Wer heute irgend etwas produziert und verkauft, das von Zeit und Mode abhängig ist, müßte ohne die Möglichkeit des Ausverkaufs sehr bald seinen Betrieb

schließen. Denn seine Ware hat eben nur einen gewissen Zeitwert: der Konsumfabrikant muß möglichst schnell die — selbstverständlich ganz einwandfreien — Konserve der vorigen Ernte abstoßen, wenn die Erzeugnisse der neuen fertiggeliefert sind, die Putzmacherin, das Konfektionsgeschäft müssen schon in der zweiten Hälfte des Sommers ihre lustig reizvollen Kunstwerke an den Mann, oder vielmehr an die Frau, bringen, weil für sie die Saison bereits zu Ende ist und die kommende Herbst- bzw. Winterzeit allen verfügbaren Platz und alles verfügbare Kapital beansprucht. Raum und Geld! Das eben sind die unerbittlichen Faktoren in der Rechnung des Kaufmanns, denen er bei der ganzen Lage der Sache nur auf dem Wege des Ausverkaufs gerecht werden kann. Beide aber sind in dieser Zeit allgemeinen wirtschaftlichen Tiefstandes noch viel kostbarer als in Zeiten des allgemeinen Wohlstandes! Die Räume wachsen, es dehnt sich das Haus! Ach, leider dehnt es sich heute gar nicht mehr: im Gegenteil sucht jeder Geschäftsmann mit möglichst wenig Platz auszukommen, weil das Konto „Miete“ in seinen Büchern immer höher ist, höher sein muß, als er gern möchte. Jeder Quadratmeter hat seinen Preis, den er sich sozusagen verdienen soll. Noch viel, viel schlimmer aber ist es um den aevvvs rerum, das Kapital, bestellt. Vater Staat ist durch die Fälle der Steuern und Abgaben stiller Zeißhaber bei jedem Geschäft und verlangt seinen Anteil mit geradezu unerbittlicher Strenge. Die Kaufkraft der Masse aber ist erschreckend gesunken, Kredite sind teuer und schwer zu haben — woher soll also das Kapital kommen, das nun einmal zur Beschaffung neuer Waren nötig ist? Es ist dennoch da! Es bildet sich aus jenen Reserven, aus jenen Sperrigen und Großen, die unter der Rubrik „Für den Ausverkauf“ von vorsorglich denkenden Frauen am Wirtschaftsgeld abgepart, von einsichtsvollen Hausvätern der Gattin als Extrazugewand für diesen Zweck zur Verfügung gestellt werden. Daß diese vielen, kleinen Wäse zusammenströmen zu einem großen Fluß, daß ihre an sich schwache Kraft vereinigt der notleidenden Wirtschaft neues Leben und neuen Impuls gibt, die rüststrahlend der gesamten Volkswirtschaft zugute kommen — das ist die Aufgabe des Ausverkaufs, an der jeder mitwirken kann und soll, um so mehr als er ja nur Vorteile davon hat!

Nur Vorteile? Man hört bisweilen die Behauptung: „Im Ausverkauf gibt es ja doch immer nur minderwertige Ware und alte Ladenhüter!“ Das ist natürlich — man verzehle den harten Ausdruck — Unsinn! Ganz speziell auf modischem Gebiet sind unsere deutschen Frauen viel zu kritisch, viel zu qualitätsverträglich, als daß sie sich Unmodernes oder Zweifelhafte ankreiden ließen. Es würde jeden Geschäftsmann Vertrauen und Auf kosten, wollte er das wagen. Daß er

Waren mit Fehlern auch zu verkaufen sucht (diese Fehler sieht meistens nur der Fachmann!), daß er manches Stück erheblich im Preis heruntersetzen muß, weil es vielleicht durch Staub oder irgendeinen Fajal äußerlich nicht ganz präsentabel ist, das ist ebenso selbstverständlich wie die Tatsache, daß ein solider Geschäftsmann auf derartige Mängel hinweist und sie durch ganz besonders billigen Preis ausgleicht. Berechtigter erscheint schon die Frage, ob es denn auch vom Standpunkt der Käuferin wirtschaftlich richtig ist, jetzt noch Erzeugnisse der Sommermode zu kaufen: könnten sie nicht schon in ein paar Monaten unrettbar unmodern sein? Aber auch diese Beforgnis muß als unbegründet bezeichnet werden! Die Mode ist längst von der sprunghaften Regensfähigkeit zur langsam gleichmäßigen Entwicklung übergegangen. Sie verändert sich nicht mehr in den Grundlinien, sondern nur in den Einzelheiten, für die sie immer neue Ideen bringt. Daraus ergibt sich für die Käuferin etwa eines hübschen, eleganten Sommerkleides ohne weiteres die Möglichkeit, späterhin gegebenenfalls irgendein Detail dieses Kleides zu variieren, wenn die kommende Mode das wirklich erfordern sollte. (Soweit man sie jetzt schon überlegen kann, wird das noch nicht einmal immer der Fall sein!) Darüberhinaus aber gibt es eine ganze Anzahl modischer Dinge, die für das Laienauge überhaupt kaum Veränderungen von Saison zu Saison durchmachen: die sachlich stotten Kostüme, die Mäntel für den Tag, die im Sommer und Frühjahr getragen wurden, werden uns in kaum merklich anderer Form auch im Herbst auf der Straße begegnen.

Ganz überflüssig sind natürlich modische Ausverkaufsbedenken bei der Kinderkleidung, wo wirklich das Heute und Morgen sich gleichen wie ein Ei dem andern, bei der Wäse und bei allem Material, aus dem geschickte Frauenhände so wunderschöne Sachen arbeiten. Ganz zu schweigen vom Drum und Dran des Anzugs: den Blumen und Handschuhen, den Strümpfen und Krägeln, den Strümpfen und all den vielen Kleinigkeiten, die nun einmal nach dem ungeschriebenen Gesetz der Mode „dazugehören“. Auch hier ist zwar der Fachmann gezwungen, hellhörig alternen Modetendenzen für die kommende Saison zu folgen, seine Bestände danach zu ergänzen — aber die Frau ist deshalb nicht unmodern, weil sie von diesen Dingen im Ausverkauf das erste, was schon vor einigen Wochen am Lager war. Alles in allem genommen, hat sie eben doch den größeren Vorteil vom Ausverkauf — für den Geschäftsmann ist und bleibt er ein Opfer, das zu leisten ist, um noch größere Opfer oder gar völligen Untergang zu vermeiden!

Anna P. Webelins.

**Unsere Modelle:** 1645 (Gr. 44). Praktisches Zweiteil mit kurzem Cape, 1646 (Gr. 42). Elegantes Kleid aus geblühtem Georgette. Der Rock ist glodig geschneitten, ein kurzes Cape garniert die ärmellose Bluse. 1647 (für 2—4 Jahre). Aus hellblauem Leinen ist dieses

praktische Kleidchen gefertigt; der untere Rand ist gebogt, ein kurzes Cape umschließt den Halsanschnitt.

1648 (für 2—4 Jahre). Aus Wollmousseline ist das Hängergchen für kleine Mädchen gebogt; dem kurzen Bläschen wird das gereifte Ködchen angelegt.

1649 (Gr. 44). Praktisches Kostüm aus dunklem Woll-

stoff. Die Rockvorderbahn ist durch drei zwischengeschlehte Zeile erweitert. Die Jacke ist ziemlich lang, lose und knöpft einreihig.

1650 (Gr. 44). Kleid aus gemusterter Seide. Der Rock zeigt eine Hüftenpassé, die Rockvorderbahn zwei Faltengruppen; ein einfarbiger Stragen von einer dunklen Seidenblende umzogen, die Bluse.

Verlagschnittmuster nur für Abonnenten. Mäntel, Kostüme, Kleider 1.— M., Blusen, Röcke, Kindergarderobe, Wäse 80 Pf. Zu beziehen durch die Geschäftsstelle.