

Pfingsten, das Fest der neuen Kleider Und wir?

Von A. Scholze

Im Vorjahre haben wir kurz nach Pfingsten in einer „Pfingstbetrachtung“ festgestellt, in welcher geschickter Weise die Kaufleute der verschiedensten Handelszweige versucht hatten, das Publikum zu Einkäufen aus Anlaß des Pfingstfestes oder der an diesen Tagen üblichen Ausflüge zu veranlassen. Es ist sehr wichtig, sich in diesem Jahre schon vor Pfingsten über die voraussichtliche Lage ein Bild zu machen und über die zu ergreifenden Gegenmaßnahmen nachzudenken.

Voriges Jahr fand man in den Zeitungen nicht nur die verlockendsten „Pfingst-Sonderangebote“ der Konfektion, sondern vor allen Dingen auch große Inserate der Hut-, Schuh- und Stumpfgeschäfte. „Pfingsten etwa ohne neue Schuhe?“ inserierte eine besonders geschickte Schuhfirma. Damit aber nicht genug. Auf das Geld, das die Vereinigkeit: Kleid-Hut-Strumpf-Schuh gütigst beim Publikum übrig ließ, reflektierten noch eine ganze Anzahl rühriger Gewerbe. Zunächst die Gastwirte namentlich der Ausflugsorte und die Verkehrsgesellschaften. Die Photoindustrie empfahl, Apparate und Platten zu kaufen, um die Freuden des Pfingstausfluges im Bilde festzuhalten, die Schokoladenhändler priesen ihre Erzeugnisse als Reiseproviant, der Schirmhandel mahnte, einen neuen Schirm zu kaufen für den Fall, daß der Pfingstausflug verregne und – einen Stock, falls die Bergpartie zustande käme. „Vergeßt den Likör nicht für den Ausflug“, war eine Mahnung, die vielen gar nicht so unangelegentlich kam.

Für dieses Jahr sind die gleichen Angebote zu erwarten. Soll der Uhren- und Schmuckwarenhandel wieder dabei fehlen, soll er wieder bescheiden zusehen, wie die anderen Gewerbe die große Attacke auf das Geld des Publikums unternehmen?

Was soll ich aber als Pfingstartikel anbieten, wird nun mancher Kollege fragen. Gerade darüber zum Nachdenken anzuregen, ist der Zweck dieser Zeilen. Je nach der Art des Geschäftes wird die Pfingstpropaganda verschieden sein müssen. Zunächst sollten auf alle Fälle **Reiseuhren und Taschenwecker** angeboten werden. Pfingsten werden so viele Reisen und Ausflüge unternommen, daß das Angebot von Reiseweckern sicher auf günstigen Boden fällt. (Texte für Reiseuhrinserate finden sich in der Nr. 19 der UHRMACHERKUNST des vorigen Jahrganges und in meinem Buche über die Zeitungsanzeigen des Uhren- und Schmuckwarenhändlers.) Auch für gewöhnliche Wecker dürfte zu Himmelfahrt und Pfingsten Interesse bestehen. Diese Tage mit ihren obligaten Frühpartien bilden für viele Leute die einzige Veranlassung im Jahre, einen Wecker zu benutzen. Man sollte in den Anzeigen auf diesen Umstand besonders hinweisen, also etwa inserieren: „Pünktlich zur Frühpartie am Pfingsttage weckt Sie ein zuverlässiger Wecker von“ Es ist vielleicht auch gar nicht so übel, für eine solche Anzeige einmal die Form der Rede und Gegenrede zu nehmen, z. B.:

„Also am ersten Feiertag pünktlich früh um 5 Uhr auf dem Hauptbahnhof!“

„„Aber verschlafen Sie es nicht!““

„Ausgeschlossen, ich habe einen zuverlässigen Wecker von Uhrmacher“

Aber auch für **Taschenuhren** lassen sich Pfingstangebote machen. Es ist heutzutage durchaus nicht mehr so aus dem Rahmen fallend, etwa zu inserieren:

„Zum neuen Anzug die neue Taschenuhr! Denken Sie daran, daß Sie schon lange eine jener eleganten flachen Taschenuhren kaufen wollten, wie sie Ihre Bekannten tragen. Pfingsten ist Gelegenheit dazu“

Oder:

„Alles neu zu Pfingsten! Elegant vom Scheitel bis zur Sohle! Da paßt aber die alte dicke Taschenuhr mit Klappdeckel nicht mehr. Auch hier hat sich die Mode geändert. Der elegante Mann trägt auch eine elegante flache Taschenuhr. Pfingsten ist Gelegenheit, eine anzuschaffen“

Diese Texte haben den Wert, daß sie auch ganz allgemein darauf hinweisen, daß zum eleganten Anzug eine elegante Taschenuhr gehört. Wer sich Pfingsten eine solche Uhr noch nicht anschafft, kommt vielleicht später darauf zurück, namentlich wenn er durch Inserate und dgl. wieder daran erinnert wird. Es nützt nichts, immer darüber zu schimpfen, daß das Publikum so wenig Wert auf elegante Uhren legt. Man muß es durch Inserate und im Gespräch entsprechend aufklären. Emsige Arbeit wird auch hier Erfolg bringen.

Schmuckangebote lassen sich verhältnismäßig leicht in Beziehung zum Pfingstfest bringen. „Zum neuen Kleid der neue Schmuck“ ist eine hierfür geeignete Schlagzeile. Auch **Uhrketten** und insbesondere die neuen Sportketten sollte man inserieren. Wer Necessaires, Reisebestecke und dgl. führt, sollte diese Artikel besonders anbieten und im Schaufenster ausstellen.

Auch zum Angebot von **Bestecken**, namentlich von **Alpakabestecken**, ist die Zeit gut geeignet. Die Familien, die Besuch erwarten oder in deren Hause Verlobung oder dgl. gefeiert wird, werden geneigt sein, neue Bestecke anzuschaffen oder den Vorrat zu ergänzen. Man weise also darauf hin: „Wenn Gäste kommen, muß der Tisch besonders reich gedeckt sein. Dazu gehört auch ein schönes Besteck“ Da die Zeit der Gartengesellschaften beginnt, wird manche Hausfrau einfache Alpakalöffel, auch Eisbecher, Limonadenlöffel usw. anschaffen, wenn sie daran erinnert wird.

Wer **optische Artikel** führt, der biete für Pfingsttoure Ferngläser und Sonnenschußbrillen an. Auch für den Wassersport sind jetzt Schußbrillen sehr beliebt. Im übrigen würde mancher Brillenträger sich gern für den Sommer eine besondere Brille mit leicht gefärbten Gläsern anschaffen, wenn er überhaupt wüßte, daß es solche gibt. Also auch hier ist noch ein großes Feld der Betätigung.

Wer sich nicht in Erinnerung bringt, wer nicht inseriert, wird vergessen. Die Wirtschaft ist da unerbittlich. Mögen diese Zeilen dazu beitragen, daß am diesjährigen Pfingstgeschäft das Uhren- und Schmuckwarengewerbe recht lebhaft beteiligt ist, daß es also diesmal nicht wieder vergessen wird. (I/41)



BRIEF-ADR. C. FILIUS-BERLIN C19 *TELEGRAMM-ADR. UHRENIAGER-BERLIN

Ob Taschenuhr . . . Ob Armbanduhr . . . Von Filius nur!