

„Vielleicht haben Sie recht, ich will es mir doch noch einmal in Ruhe überlegen.“

„Falls Sie sich zu der wasserdichten Uhr entschließen sollten, bin ich gern bereit, die eben gekaufte zurückzunehmen, vorausgesetzt, daß Sie sich in den nächsten Tagen entscheiden könnten.“

„Ja, danke schön.“

Der Kunde geht,

Am Tage darauf betritt der Kunde in Begleitung seiner Gattin den Laden.

„Kann ich den Herrn sprechen, der mich gestern bediente?“

Er zeigt den Kassenschein.

„Heil Hitler! Ich habe mir den Fall noch mal überlegt. Zeigen Sie doch bitte meiner Frau die Uhr, die Sie selber tragen.“

„Ja, Karl, die Uhr gefällt mir, wenn sie wirklich alle

genannten Vorzüge hat, nimm sie schon. — Ist die Uhr auch staubdicht?“

„Gewiß, gnädige Frau! Eine »wasserdichte« Uhr muß schon so dicht schließen, daß weder Wasser noch Staub in das Gehäuse eindringen kann.“

„Ja, natürlich, daran habe ich jetzt gar nicht gedacht.“

„Also; hier haben Sie die billige Uhr zurück, die andere werde ich gleich um den Arm nehmen. Herzlichen Dank für Ihr Entgegenkommen.“

„Keine Ursache; uns ist es so lieber, weil wir dann wissen, daß Sie zufrieden sein werden.“

Der Verkäufer hat die teurere Uhr mit Absicht erst nach dem Verkauf der billigen empfohlen, weil sonst die Gefahr bestehen könnte, daß der Kunde überhaupt nicht kauft; sei es, daß er sich den Fall überlegen will oder aber gegenwärtig nicht über das nötige Bargeld verfügte. Schließlich ist ein billiger Verkauf immer noch besser als gar keiner. (I/872)



Zwei Weihnachtswerbebriefe

Von Wilhelm Böttcher

Ein Werbebrief soll kurz sein. (Steht in jedem Reklamelehrbuch!) Die meisten Werbebriefe sind auch kurz. Aber werden sie deshalb mehr gelesen?

Denken wir hier nicht an den Geschäftsmann, der es gern sieht, wenn ein unverlangtes Angebot ihm kurz und bündig sagt: Von Artikel 18a, der in deine neue Kollektion paßt, kannst du soundso viel Stück für soundso viel Mark von uns beziehen!

Unsere Weihnachtswerbebriefe sollen den Empfänger dann erreichen, wenn er vom Dienst oder vom Geschäft nach Hause kommt und für alles dankbar ist, was ihn für kurze Zeit vom Beruflichen ablenkt. Ich kenne mandien, der liest aus eben diesem Grunde regelmäßig seine Zeitung und wendet sich dann erst der Familie zu.

Das ist der günstige Augenblick für unseren Werbebrief. Und wir haben schon halb gewonnen, wenn die Hausfrau abends zu dem Gatten sagt: „Schau mal her, hier ist ein Brief für dich, der ist wirklich interessant!“

Der Hausherr liest. Und da der Brief ihn wirklich fesselt, mehr als der heutige Leitartikel im Generalanzeiger, ist er durchaus nicht ungehalten, daß er beträchtlich länger ist als die üblichen Offerbriefe mit den hergebrachten Redensarten, die ihm tagtäglich auf den Schreibtisch flattern.

Anfangs weiß er nicht einmal recht, worauf der Brief hinaus will, und das steigert seine Neugier. Denn was er in Händen hält, ist nichts als ein Bogen griffigen Papiers, das durch seinen elfenbeinfarbenen Ton viel schöner wirkt als die grellweißen Geschäftsbogen. Und daß der Brief keinen Firmenkopf trägt, begrüßt er mit einem Seufzer der Erleichterung. Denn Firmenköpfe hat er heute schon genug gesehen, man verschone ihn wenigstens abends mit diesen meist geschmacklosen, schlecht gesezten Zusammenstellungen abgequetschter Klischees und allbackener Wortwendungen aus einem Gemisch von Antiqua und Fraktur, das einem schon von weitem entgegenschreit: Wir sind das gemeinschaftliche Produkt eines Geschäftsmannes, der von Werbung nichts versteht, und einer Druckerei, die mit schäbigem Satzmaterial und schlecht bezahltem Personal für „kleine Preise“ arbeitet . . .

Statt eines solchen Firmenkopfes, der auch den

besten Werbebrief erschlägt, trägt der Brief links oben ein Symbol der deutschen Weihnacht¹⁾. Und so beginnt er:

Bitte, widmen Sie drei Minuten diesem Brief:

Es gibt Menschen, die gehen am Leben und allen seinen Freuden hart vorbei. Sie steigen pflichtbesessen in die Weihnachtstage und machen, anstatt auszuspannen, den Voranschlag fürs nächste Jahr. Am Heiligabend erinnern sie sich plötzlich, daß da Menschen leben, die ihnen nahestehen und auf Geschenke rechnen. Mit Ungeduld und leisem Groll stürzen sie ins nächste Warenhaus und kaufen „praktisch“ ein . . .

Da kenn ich einen, der „alle Jahre wieder“ zu mir in den Laden kommt. Der Mann ist weder reich noch arm — er verdient gerade so viel, daß er mit den Seinen ein schlichtes Leben führen und sich die kleinen Annehmlichkeiten des Daseins gönnen kann.

Diesen Mann habe ich neulich gefragt, wie er über das „praktische Schenken“ denkt. Er lächelte: „Ein Geschenk, lieber Meister, soll nicht bloß Dankbarkeit auslösen — es soll Freude bringen, die aus beglücktem Herzen quillt und mit dem Stolz des Tragens sich vermählt. Erinnern Sie sich, daß ich vor Jahren die schmale, feine Armbanduhr bei Ihnen kaufte? Sie ist nun schon so alt wie meine Tochter, die Ostern in die Schule kam, und meine Frau trägt sie doch jeden Tag, aber ein liebes Geschenk bedeutet ihr dies Uhrchen heute noch, so leis und ruhig ist sein Gang und so edel liegt es auf dem Handgelenk. Immer wieder wird meine Frau gefragt: Sie haben da eine entzückende Uhr! Wohl das neueste Geschenk von Ihrem Gatten?“

Hier unterbrach ich ihn: „Darin haben Sie gewiß recht. Das neue Steinkollier mit dem hellen Amethyst, das Ihr Töchterchen sich wünscht, ist ja auch ein Schmuck, den Sie als Braut und junge Frau noch tragen wird. Aber haben Sie nicht selber »praktisch« geschenkt, als Sie letzte Weihnachten die Bestecke mit der doppelseitigen Silberauflage für Ihre Gattin wählten?“

„So könnte man es nennen, weil wir sie Tag um Tag benutzen. Doch sagen Sie selbst, Meister: bringt ein Schmuckstück weniger Freude, weil es auch zum Hausrat zählt? Sie müßten dabei sein, wenn wir Gäste haben! So einfach unsere Hausmannskost ist und so schlicht daß weiße Porzellan, zusammen mit ein wenig Grün, wirkt das matte Silber der Be-

1) Jedenfalls keins der kitschigen Weihnachtsklischees, die schon seit Jahrzehnten in den Segkästen vieler Kleinstadt-druckereien umhergeistern. Und erst recht vermeide man den Davidstern mit den beiden übereinander gestellten Dreiecken, wenn man nicht berechtigten Unwillen hervorrufen will. Am besten wirkt ein schlichter Tannenzweig.