

1756

27. 10. 1920 H.v.

A

Reklame auf ramponierten
Geldscheinen

Abreißkalender.

Gute Film-Ideen werden mit schwerem Gelde bezahlt. Ich weiß nicht, ob es sich mit guten Reklame-Ideen ebenso verhält, aber ich hätte eine abzugeben. Sie gehört nicht ganz mir, darum würde ich mir Gewissensbisse daraus machen, Geld dafür zu nehmen. Also schide ich sie gratis in die Welt.

Welches sind die Vorbedingungen für die günstige Wirkung einer Reklame? Daß sie gerade da einsetzt, wo die Leute einerseits Geld und andererseits Verwendung für den angepriesenen Artikel haben. In den Hundstagen stellt man keine Pelzmäntel ins Schaufenster und am Winternittwoch geht man nicht mit Karten zu einem Wohltätigkeitskonzert haufieren.

Meine Idee entspricht den beiden genannten Vorbedingungen, jedenfalls der einen davon.

Hier mein Vorschlag: Sie lassen den Text Ihrer Reklame auf kleine Zettel, im Format der sogenannten Karamellenzettel drucken. Am besten auf durchscheinendes, auf der Rückseite gummiertes Papier. Sodann gehen Sie zur Post, oder zu irgend einer Staatskasse und bitten sich alle ramponierten Geldscheine aus. Diese kleben Sie mit Ihren Reklamezetteln. Je nach der Ausdehnung Ihres Betriebes werden Sie Hilfskräfte einstellen müssen. Ich sehe im Geist schon große Büroräume, in denen an langen Tischen hübsche junge Mädchen in vaporösen Blusen sitzen, mit zarten, graziösen Fingern die Papierscheine sehen aneinander passen, mit der gummierten Seite des Reklamezettels über ein nasses Schwämmchen streichen und den Streifen sorgfältig auf den Riß kleben, wie eine Diakonistin ein Stück englisch Pflaster auf eine Wunde, picht. Hunderte von hübschen jungen Mädchen werden mir auf diese Weise einen Lebensinhalt verdanken, denn das Arbeitsfeld ist unüberschbar und Ihre Reklame würde unablässig im ganzen Lande um und um getrieben.

Sie sehen: Die eine Vorbedingung, daß nämlich die Leute Geld haben im Augenblick, wo sie von der Reklame berührt werden, ist ohne weiteres erfüllt. Sehr oft auch die andere, daß sie Bedarf haben. Geseht z. B., die Gebrüder Lever, die weltberühmten Fabrikanten der Sunlight Soap, hörten von meiner Idee und gründeten hier ein solches Pichkontor. Tags drauf wäre auf jedem schmutzigen Geldschein zu lesen: Sunlight Seife ist die beste und billigste, entfernt restlos jeden Schmutz und alle Bazillen, auch die von luxemburger Papierscheinen herrührenden! Da hätten Sie doch als sauberkeitsbedürftiger Kulturmensch nichts Eiligeres zu tun, als sich sofort einen Vorrat Sunlight-Seife hinzulegen.

Oder Sie sind in Verlegenheit, womit Sie Ihren Durst im Augenblick löschen sollen und lesen auf einem Zweifranc-Schein: „Gut der Durscht, da kauft ich se'x — Be'er Humpen onses Be'er“ — mit dem Namen der Firma. (Ich weiß nicht, ob der Preis für 4 Humpen stimmt, vorläufig ist mir das Vermaß die Hauptsache.)

Oder: „Sie stoßen Ihr Glück mit Füßen, wenn Sie sich für dieses Zweifrancstück nicht sofort unsere neue Zigarettenmarke „Unio“ kaufen!“

Sehen Sie das Geld, die Prarie, den Weltteil unbegrenzter Möglichkeiten offen liegen!

Aber — werden Sie sagen — wie ist es denn mit der Steuer? Wird Ihnen der Fiskus an Reklametagen nicht viel mehr abnehmen, als Ihnen die Kleberei einbringt?

Das fehlte grade noch, daß dieser Friedensstörer, dieser Fiskus „Herr!“ würde ich sagen: „Was fällt Ihnen ein! Ich bin so gütig, die Blüten Ihres buchstäblich in Lumpen gefüllten Staatskredits als barmherziger Samaritaner zu verhüllen, und statt Ihren Dank zu stammeln, spucken Sie mir in die Hand, ja, noch schlimmer, Sie greifen mir nach dem Portemonnaie! Schämen Sie sich und seien Sie froh, daß sich jemand dazu hergibt, Ihre unsäglich verschmutzten Nationalkredithefen wieder einigermaßen zirkulationsfähig zu machen und lassen Sie mich mit Ihrer Reklametaxe gefälligst ungeschoren!“

So ungefähr würde ich sagen, und der Fiskus würde beschämt im Hintergrund verschwinden. Womacht, so wüßte ich schon, was ich anstelle der Reklame auf die Filastreifen drucken ließe. Metten, daß nach acht Tagen alle gestickten Scheine eingezogen wären.

Mercredi 27. 10. 1920