

Schenken ist eine Kunstform,
die man nicht lernen kann und die
nur wenige beherrschen.
Foto: Miolanasvetlana/Fotolia.com

Schenken leichter gemacht



Die häufigste Frage der jetzigen Jahreszeit dürfte lauten: „Sag' mal, was wünschst du dir denn zu Weihnachten?“ Schenken ist eine Kunst, die leider nur die wenigsten beherrschen. Da wird der eigene eher barocke Geschmack auf Verwandte übertragen, die im Bauhaus-Stil eingerichtet sind. Da bekommt der pubertierende Neffe von der älteren Tante einen Frotteepyjama oder die Gattin ein Haushaltsgerät, das sie nicht braucht, nicht will – und überhaupt, was ist das für ein Geschenk!

Wenn es ums Schenken geht, werden Kreative zu phantasielosen Geschöpfen, Geizige zu Großkotzen, Reiche zu Krämerseelen. Eine Bekannte von mir kündigte an, sich umgehend von ihrem Freund (einem Fotografen) zu trennen, wenn er ihr wirklich – wie angekündigt – eine bequemere Klobrille schenken würde. Er tat es nicht, die Beziehung hat bis heute Bestand. Meine Mutter erhielt mehr als 40 Ehejahre jedes Jahr zu Weihnachten ein – in den Augen meines Vaters – glücklich machendes Trio bestehend aus Dessous,

Parfüm und Pralinen. Und ich erinnere mich an einen Freund zu Studienzeiten, der meine zugegebenermaßen vorhandene Leidenschaft für Brettspiele so interpretierte, dass man mich damit sowohl zu Geburtstagen als auch zu Weihnachten erfreuen könnte. Sechs wurden es – Sie können selbst ausrechnen, wie lang die Beziehung in etwa währte.

Einen besonders hilflosen Ruf bei der Geschenkeauswahl haben – berechtigt oder unberechtigt – Männer. Diese überforderte Spezies hat letztes Jahr der Online-Shop Stilpfauch für sich entdeckt. Unter www.was-schenke-ich-einer-frau.de liefert die Website gestressten Männern – nicht nur zu Weihnachten – in drei Schritten passende Geschenkideen. Herzstück ist der 'Gesucht-Gefunden-Filter'. Hier wird angegeben, für welche Frau (von Ehefrau über Mama bis Teenager) das Geschenk sein soll, für welchen Anlass und zu welchem Preis. Die Palette ist umfangreich, und beinhaltet Accessoires, Dessous, Deko-Objekte, Beautyprodukte, Schmuck und vieles mehr in unterschiedlichen Preisklas-

sen. Abgerundet wird das Angebot für hilflose Herren durch eine kostenlose Geschenkpäckung ohne verräterische Werbeaufkleber, so dass das Gesicht und das Geheimnis gewahrt bleiben. Doch damit nicht genug: Mit Grußkarte wird das Geschenk noch persönlicher, auf Wunsch unterstützen Einkaufsberaterinnen die suchenden Männer telefonisch, und der Erinnerungsservice ruft anstehende Geburtstage, Hochzeitstage u.ä. rechtzeitig ins Gedächtnis. Das nennt man dann wohl betreutes Schenken, oder?

Auch der stationäre Modehandel kann von der Ratlosigkeit mancher Menschen, wenn es ums Schenken geht, profitieren. Durch genaues Hinhören und den dann passenden Geschenkvoranschlag, der garantiert mit Erleichterung angenommen wird. Man könnte aber auch, nach dem Vorbild von Stilpfauch, kleine Tische mit Modeartikeln und Accessoires dekorieren – für die romantische, die klassische, die rockige, in jedem Fall aber die zufriedene Frau. Welcher Mann will die schließlich nicht? UAK

Impressum

Verlag und Redaktion

ITE Institut des Deutschen
Textileinzelhandels GmbH

Geschäftsführung: Jürgen Dax,
Prof. Dr. Siegfried Jacobs

Postfach 101865, 50458 Köln
Fax: 0221/921509-10

www.bte.de
www.bte-marketingberater.de
marketingberater@bte.de

Verlags- und Redaktionsleitung

Prof. Dr. Siegfried Jacobs (SJ)
Telefon: 0221/921509-40

Redaktion

Ulrike Ascheberg-Klever (UAK)
Telefon: 0221/2859645
DOB, Bodywear, Mode mit Funktion

Axel Augustin (AA)
Telefon: 0221/921509-32
Haus- und Heimtextilien

Stefanie Hütz (SH)
Telefon: 02333/605593
HAKA, Maßkonfektion,
Ökologie/Fair Trade, Storedesign


Ulrike Lach (UL)
Telefon: 0221/921509-55
Sportswear, KIKO, Accessoires,
Visual Merchandising, Werbung

Bruno Reiferscheid (BR)
Telefon: 0221/3109995
Handelstechnik, Logistik

Anzeigenverwaltung

Manuela Carlier (MC)
anzeigen@bte.de
Telefon: 0221/921509-71
Anzeigenpreisliste:
Nr. 38/Januar 2013

Druck

rewi druckhaus
Reiner Winters GmbH 
Wiesenstraße 11, 57537 Wissen/Sieg

Förderung nachhaltiger Waldbewirtschaftung
und Recycling: www.pefc.org
Dieses Produkt wurde auf PEFC-zertifizierten
Papieren produziert: PEFC/04-31-0829

Layout

Harry Bessler-Herrmann, artemission
artemission@zebra-werbeagentur.de
Telefon: 0221/912700-30

Abonnement

Erscheint monatlich
Inland 39,00 EUR (inkl. Versandkosten)
Ausland 43,00 EUR (inkl. Versandkosten)
Einzelverkaufspreis 4,50 EUR

Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern e.V. ange-
schlossen.

ISSN 0171-838X

Nachdruck nur
mit Genehmigung
des Verlags.

Layout

Harry Bessler-Herrmann, artemission
artemission@zebra-werbeagentur.de
Telefon: 0221/912700-30

