Schutz schweizerischer Arbeit vor fremder Konkurrenz

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Illustrierte schweizerische Handwerker-Zeitung : unabhängiges Geschäftsblatt der gesamten Meisterschaft aller Handwerke und Gewerbe**

Band (Jahr): **1 (1885)**

Heft 1

PDF erstellt am: **08.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-577642

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

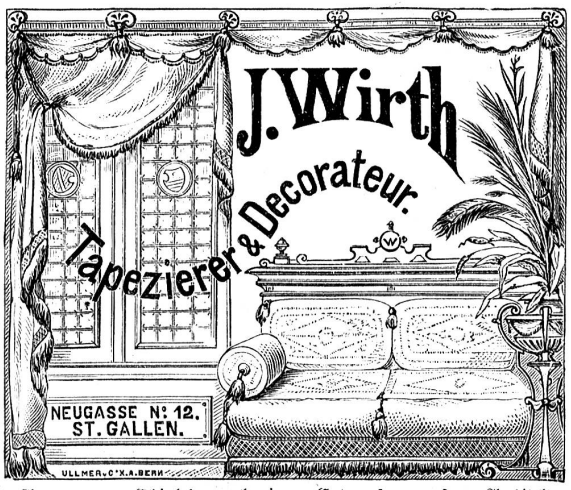
Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

haben wir bereits in unserem Artikel über den „Schutz schweizerischer Arbeit vor fremder Konkurrenz“ in heutiger Nummer nachgewiesen. Wir beschränken uns deßhalb hier auf die kurze Bemerkung, daß ein gutes, geschmackvoll ausgeführtes Cliché, welches die zu empfehlenden Produkte sammt der Firma in gefälliger Gruppirung im Bilde vorführt, das weitaus zweckmäßigste Annoncirungsmittel ist; denn unwillkürlich wird das Auge jedes Zeitungslesers auf ein solches Bild hingelenkt und prägt dasselbe sammt der Firma für die Dauer in das Gedächtniß ein. Damit das Auge aber mit Wohlgefallen auf einem solchen Holzschnitte verweile, ist nöthig, daß derselbe den künstlerischen Anforderungen entspreche, die man an eine solche Arbeit zu stellen berechtigt ist: korrekte, stylvolle, einfache Zeichnung, scharfmarkirter Schnitt und reiner, guter Druck. Wir geben in Nachfolgendem ein solches Mustercliché



Annoncen-Cliché, nach einem Entwurfe von Hrn. Architekt L. Meyer, Adj. des Industrie- u. Gewerbemuseums in St. Gallen, in Holz geschnitten und galv. von A. E. Ullmer & Co. in Bern.

und weisen besonders auf die dabei vorgemerkten Ersteller (Zeichner und Xylographen) hin. Noch fügen wir bei, daß ein solches Cliché nicht nur für Zeitungsannoncen Verwendung finden soll, sondern auch, mit etwelcher typographischer Umrandung versehen, zu Brief- und Rechnungsköpfen, Adreßkarten, zum Abdruck auf der Rückseite der Briefcouverts ꝛc. vortreffliche Dienste leisten wird. Der umsichtige Geschäftsmann muß eben in unserer konkurrenzschweren Zeit auf jedes Mittel Bedacht nehmen, die allgemeine Aufmerksamkeit durch eine feine, angenehme Manier auf seine Produkte zu lenken.

Schutz schweizerischer Arbeit vor fremder Konkurrenz.

Gezwungen durch die unser einheimisches Handwerk immer härter bedrängende ausländische Konkurrenz und die tadelnswerthe unpatriotische Manie sehr vieler Schweizer, befangen von einem falschen Vorurtheile, das fremde Produkt dem nationalen vorzuziehen, macht sich gegenwärtig in allen rührigen schweiz. Kreisen eine Bewegung zum Schutze der einheimischen Arbeit geltend, die hoffentlich nicht eher aufhört, bis sie einen durchschlagenden Erfolg zu verzeichnen haben wird. In Lausanne hat z. B. Nationalrath Ruffy den Anstoß zu einem bereits das ganze Waadtland umfassenden „Bunde zum Schutze der Nationalinteressen“ gegeben, der bezweckt, der immer stärker zunehmenden Einfuhr von Konfektionsartikeln und Möbeln entgegenzutreten, d. h. einen moralischen Druck auf alle Waadtländer auszuüben, daß sie keinerlei Handwerks- und Industrieprodukte, die in der Schweiz ebenso billig und gut hergestellt werden können, mehr von auswärts her beziehen, sondern ihre Bestellungen dem eigenen Gewerbestande zuhalten. Es liegt im höchsten Interesse unserer nationalen Wohlfahrt, daß sich in jedem Kanton von oben herab eine gleiche Bewegung geltend mache; denn eine solche durchgreifende Maßregel wird unserem Lande und Arbeitsvolke für alle Zukunft jährlich über 50 Millionen baares Geld erhalten, das bisher ins Ausland wanderte und zwar speziell in diejenigen Staaten, welche unsern Industrie- und Handwerksprodukten durch enorme Zölle jeden Eingang verwehren. Die Durchführung eines solchen wohlberechtigten Aktes der Selbsthülfe, wie er sich bei unsern wälschen Bundesgenossen abspinnt, ist nicht gar schwierig; denn es handelt sich für die leitenden Organe vornehmlich um eine gute Organisation der „Liga“ in allen Bezirken, sodann um fleißige Benutzung der Presse für ihre gemeinnützigen Zwecke, und schließlich darum, solche Landeskinder, welche trotz der Thätigkeit der „Liga“ ihre Bezüge immer noch vom Auslande her machen, durch direktes Anerbieten zu überzeugen, daß die Benutzung schweizerischer Bezugsquellen für sie ebenso vortheilhaft sei, als der Import fremder Waare, wozu überdies die Erregung des Pflichtgefühls der Solidarität des Schweizervolkes ausschlaggebend wirken dürfte.

Wir können hier nicht unerwähnt lassen, daß unsere schweizerischen Produzenten speziell der Handwerksbranchen in kaufmännisch-geschäftlicher Rührigkeit weit hinter ihren ausländischen Konkurrenten zurück stehen. Wie geschickt, packend und unausgesetzt fleißig wissen Letztere das Publikum vermittelst Zeitungsannoncen und Zirkularen, illustrirten Prospekten und Preislisten für ihre Artikel zu interessiren! Wie trefflich verstehen sie jeweilen den richtigen Moment auszunutzen! Kaum hat der neugebackene schweizerische Lieutenant sein Brevet in der Tasche, so klopft der Vertreter einer renommirten Berliner Uniformenfabrik an seiner Thüre und weiß die Lieferung des „schweizerischen Ehrenkleides“ zu bekommen. Kaum hat in „höhern Kreisen“ eine Verlobung stattgefunden, so macht der Reisende einer berühmten ausländischen Möbel- oder Lingeriefabrik den Eltern der Braut und dem Bräutigam die Aufwartung; denn er ist sicher, eine flotte Bestellung zu erhalten. — „Wer den Augenblick ergreift, der ist der rechte Mann!“ — Wie kommen sie dutzendweise in jedes Schweizerhaus geflogen um Weihnachten und Ostern, die illustrirten Preiscourante aus Paris, Berlin, Leipzig und sogar aus Schlesien! Und die Versender derselben machen die richtige Rechnung, daß „nit nahla gwinnt“; denn sind die schön illustrirten Büchlein zum ersten und zweiten Male auch nur Malvorlagen für die Kleinen, so wird doch die Hausfrau durch den wiederholten Anblick der Zeichnungen an die Existenz des betreffenden Geschäfts erinnert und macht nach der dritten oder vierten Zusendung des Preiscourants sicherlich eine Bezugsprobe, welcher gewöhnlich in Folge der prompten Bedienung weitere Bestellungen folgen.

Der Schweizer muß daher in der Bekanntmachung und Empfehlung seiner Artikel auch bedeutend mehr thun als bisher. An nachahmenswerthen Vorbildern fehlt es ihm wahrlich nicht! S.

Metall-Löthung.

Die in Chemnitz erscheinende „Deutsche Industrie-Zeitung“ (Organ der Handelskammern von Chemnitz, Dresden, Plauen und Zittau) berichtet von einer vom Lack- und Farbenfabrikanten F. Richter in Pilsen erfundenen und in den Handel gebrachten Metalllöthung, welche alle jene Eigen-