

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Zeitschrift:</b> | Neujahrsblatt / Historischer Verein des Kantons St. Gallen                              |
| <b>Herausgeber:</b> | Historischer Verein des Kantons St. Gallen  |
| <b>Band:</b>        | 155 (2015)  |
| <br>                |   |
| <b>Artikel:</b>     | Swiss Embroidery : Erfolg und Krise der Schweizer Stickerei-Industrie 1865-1929         |
| <b>Autor:</b>       | Häusler, Eric / Meili, Caspar   |
| <b>Kapitel:</b>     | 8: Werbung  |
| <b>DOI:</b>         | <a href="https://doi.org/10.5169/seals-946205">https://doi.org/10.5169/seals-946205</a> |

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 08.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## 8. WERBUNG

Eine wirkungsvolle Möglichkeit, die Präferenzen potentieller Konsumentinnen und Konsumenten zu beeinflussen, stellen koordinierte Werbeanstrengungen dar. Die im 19. Jahrhundert wichtigste Form war die Teilnahme an internationalen Ausstellungen, wozu die zeitgenössisch als Weltausstellungen anerkannten Veranstaltungen in London (1851, 1862), Paris (1855, 1867, 1878, 1889, 1900), Wien (1873), Philadelphia (1876) und Chicago (1893), aber auch viele andere gehörten.<sup>608</sup> In nationalen Kollektiven kämpften die Aussteller um die Aufmerksamkeit des Fach- und Laienpublikums, individuell ausserdem um Auszeichnungen, die sich als Distinktionsmerkmale im Wettbewerb eigneten. Obwohl Verkäufe möglich waren, handelte es sich bei diesen Ausstellungen nicht um Messen, an deren Ende der Ertrag aus den Investitionen ersichtlich ist. Die zur Teilnahme an solchen Veranstaltungen erforderlichen finanziellen Mittel waren beträchtlich, wobei die Aussteller in der Regel Beiträge vom Staat und Organisationen wie dem Kaufmännischen Direktorium erhielten oder aber im Rahmen einer Kollektivausstellung zu niedrigeren Kosten ausstellen konnten. Im Folgenden soll vor allem nach der Ausstellungstätigkeit der Schweizer Stickerei-Industrie gefragt werden, ergänzend schliesslich nach weiteren Formen kollektiver Werbung.

Auf der ersten Weltausstellung im Jahr 1851 war die Schweizer Stickerei-Industrie sehr gut vertreten. Die damals noch ausschliesslich Handstickereien ausstellenden Teilnehmer stellten ungefähr zehn Prozent des Wertes aller Schweizer Ausstellungsobjekte und ernteten für ihre qualitativ unerreichten Weissstickereien allgemeine Bewunderung.<sup>609</sup> Bereits die zweite Veranstaltung vier Jahre später wurde von den Akteuren der Schweizer Stickerei-Industrie jedoch schwach und mit für ihre Produktpalette nicht repräsentativen Ausstellungsobjekten beschickt. Dasselbe galt für die zweite Ausstellung in London im Jahr 1862, an der eine Kollektion gezeigt wurde, die quan-

titativ, aber auch qualitativ schlechter war als die beiden zuvor, jedoch erstmals Maschinenstickereien enthielt.<sup>610</sup> Deutlich besser vertreten war die Schweizer Stickerei-Industrie wieder im Jahr 1867 in Form einer Kollektivausstellung und insgesamt zwanzig einzelnen Ausstellern. Acht davon zeigten Maschinenstickereien, und alle kehrten sie mit Auszeichnungen für ihre damals noch neuartigen Produkte zurück. Überdies wurde die Kollektivausstellung mit der einzigen für Stickereien verliehenen Goldmedaille prämiert.<sup>611</sup> Noch etwas besser war die Maschinenstickerei an der Weltausstellung in Wien im Jahr 1873 vertreten, wo sich 21 Fabrikanten einfanden und nach Darstellung von Wilhelm Meile «mit den höchsten Auszeichnungen» bedacht wurden.<sup>612</sup> Zu einer Präsenz ähnlicher Grössenordnung kam es auch drei Jahre später

*Miss Z. Andess*  
*Miss Z. ANDESS, should she confess the secret of her great success,  
 Would blithely say: "At functions gay, "Tis my EMBROIDERIES win the day."*



**EMBROIDERIES**  
**ZÄHNER & SCHIESS & CO.**  
 315-321 Fourth Avenue, New York  
 Factories: Bruggen, Herisau and St. Gall, Switzerland

Abb. (32): Die Firma Zähner & Schiess & Co. warb auch mit Zeitungsinseraten für ihre Produkte. Quelle: LE 1912, 6, 35.

608 Vgl. Meile (1914), 2. Vgl. Wanner-JeanRichard/Meyer (2003a), 143 zum Potenzial von Weltausstellungen als Werbeplattform für die Stickerei-Industrie.

609 Meile (1914), 84f.

610 Ebd., 86f.

611 Delabar (1869), 110f. und Meile (1914) 88.

612 Meile (1914), 90.

in Philadelphia, wo jedoch ‹manche unserer grössten und leistungsfähigsten Firmen› fehlten, was dem Fabrikanten und Schweizer Berichterstatter Arnold Göldy wegen der Bedeutung der USA als Absatzmarkt ‹unerklärlich› war.<sup>613</sup> Insgesamt wurden in Philadelphia 13 Aussteller von Schweizer Stickereien prämiert, darunter acht für ihre Kollektionen an Maschinenstickereien.<sup>614</sup> Mehr Preise erhielten die teilnehmenden Akteure zwei Jahre später in Paris, wo die Schweizer Stickerei-Industrie mit bis zu 30 Ausstellern vertreten war.<sup>615</sup> Die Teilnehmer an der Weltausstellung im Jahr 1878 brachten zwei goldene, 13 silberne und acht bronzen Medaillen nach Hause. Ausserdem wurde das Kaufmännische Direktorium für seine Bemühungen zur Förderung von Handel und Industrie in der Ostschweiz mit einem der wenigen an die Schweiz verliehenen Grands Prix ausgezeichnet.<sup>616</sup>

Angesichts der Tatsache, dass die Schweizer Stickerei-Industrie zumindest an jeder Weltausstellung bis 1878 vertreten war, erstaunt es, wenn die *Schiffstickerei* im Jahr 1926 von einer ‹angeborenen Ausstellungsfeindlichkeit unserer ostschaizerischen Landesindustrie› schrieb.<sup>617</sup> Dieses Urteil wird jedoch verständlich, wenn man sich die Entwicklungen nach 1878 vor Augen führt. Zwar erhielt die für die Weltausstellung von 1889 organisierte Kollektivausstellung mit dem Grand Prix die höchste Auszeichnung, doch kam sie nach Darstellung von Alder nur dank der ‹aufopfernden Tätigkeit› des Kaufmännischen Direktoriums zustande.<sup>618</sup> Das Kaufmännische Direktorium schrieb zur Ausstellung in seinem jährlichen Verwaltungsbericht, dass zwar nicht von einem ‹vollständigen und reichen Bild›, aber immerhin von einem ‹einheitlichen und anziehenden› gesprochen werden könne und wegen der schwachen Teilnahme der Konkurrenz ‹der Schweiz durch unsere Collectivausstellung unbestreitbar der Ruf des eigentlichen Stickereilandes gerettet› worden sei.<sup>619</sup> Alder kritisierte indes die Auswahl der Objekte. Die Vitrinen in Paris enthielten vor allem kunstvolle Phantasiestickereien. ‹Der Millionen-Artikel aber, der St. Gallen gross gemacht hat›, schrieb er zur Präsenz von Weissstickereien, ‹ist repräsentiert durch wenige bescheidene Fenster.›<sup>620</sup>

Nicht vertreten war die Schweizer Stickerei-Industrie an der zweiten Weltausstellung auf amerikanischem Boden im Jahr 1893. Gar einer ‹völlig abwesenden Haltung› soll die internationale Ausstellung in Antwerpen ein Jahr später begegnet sein.<sup>621</sup> Ähnlich verhielten sich die meisten Fabrikanten und Exporteure auch gegenüber einer Teilnahme an der Weltausstellung von 1900 in Paris.<sup>622</sup> Das Kaufmännische Direktorium verzeichnete eine entmutigende Ablehnung, als von 71 für eine Versammlung zur Besprechung einer Teilnahme Eingeladenen nicht mehr als acht erschienen.<sup>623</sup> Angesichts dieses eklatanten Desinteresses erscheint es fast als Untertreibung, wenn in der

*Stickerei-Industrie* zu lesen war, dass das ‹Ausstellungsfeuer stark in Abnahme begriffen› sei.<sup>624</sup> An eine offizielle und eindrucksvolle Teilnahme war unter diesen Umständen nicht zu denken, wovon sich einige Firmen, wozu mit *Reichenbach & Co.* auch eine der bekanntesten zählte, allerding nicht beirren liessen und trotzdem ausstellten.<sup>625</sup> Die Schweizer Berichterstatter Leopold Iklé und Charles Wetter-Rüsch sahen die Schweizer Stickerei-Industrie schliesslich ‹in recht hübscher Anordnung› vertreten und ‹auf der Höhe der Technik.›<sup>626</sup> Weniger positiv äusserte sich ein anonymer Kommentator, der an der Weltausstellung im Jahr 1889 eine Goldmedaille gewonnen hatte. ‹Unsere Ausstellung›, schrieb er unmissverständlich, ‹macht [...] gegenüber derjenigen Deutschlands resp. Sachsens einen armseligen Eindruck.›<sup>627</sup> Kaum war die Veranstaltung in Paris beendet, musste über eine Teilnahme an einer weiteren in St. Louis im Jahr 1904 entschieden werden. ‹Eine Zeit lang›, berichtete das Kaufmännische Direktorium, ‹schien es, als ob bei einer ziemlichen Anzahl nicht übel Lust vorhanden wäre, sich für den neuen ‹Worlds fair› ins Zeug zu lassen.›<sup>628</sup> Bei einer definitiven Anfrage konnten sich jedoch nur zwölf zu einer Zusage durchringen, während 44 absagten und 14 nicht einmal antworteten.<sup>629</sup> Die Ausstellungsfeindlichkeit wurde mehr und mehr zum Prinzip der Schweizer Stickerei-Industrie. Selbst das Kaufmännische Direktorium verzichtete immer häufiger darauf, sich für eine Beteiligung an grossen Ausstellungen wie in Brüssel im Jahr 1910 oder in Turin im Jahr 1911 einzusetzen.<sup>630</sup>

Die Gründe für die gravierende ‹Ausstellungsmüdigkeit› waren vielfältig.<sup>631</sup> Alder verteidigte in seinem Bericht zur Weltausstellung von 1889 die nicht teilnehmenden Fir-

613 Göldy (1877), 5.

614 Ebd., 5f.

615 Meile (1914), 92 erwähnte 30, während die detaillierte Zusammenstellung in StASG KA R.175, 6: 2b, A, 24 nannte.

616 StASG KA R.175, 6: 2b, B, 21f. Vgl. KDV 1878/79, 13f. Von den im Text erwähnten Preisen dürften mindestens eine goldene und zwei silberne für Aussteller von Handstickereien verteilt worden sein.

617 SS 03.07.1926, 213.

618 Alder (1890), 22.

619 KDV 1888/89, 23.

620 Alder (1890), 18.

621 KDV 1892/93, 18.

622 KDV 1896/97, 23.

623 KDV 1897/98, 23.

624 SI 05.11.1898, 3.

625 SI 30.06.1900, 2.

626 Iklé/Wetter-Rüsch (1901), 18f.

627 SI 06.10.1900, 2.

628 KDV 1902/03, 16.

629 KDV 1902/03, 16.

630 Vgl. KDV 1907/08, 20 und KDV 1908/09, 18.

631 Vgl. Meile (1914), 163–166.

men. Er schrieb, dass «Ausstellungen viel Aufwand, nicht nur an Geld, sondern speziell auch an Zeit und Mühe kosten, dagegen aber kein oder äussert wenig greifbares Resultat ergeben».632 Er relativierte die Relevanz von Ausstellungen als Werbeplattform auch dadurch, dass er die Bedeutung von Werbung für die Schweizer Stickerei-Industrie grundsätzlich in Frage stellte:

*«Glücklicherweise ist St. Gallen weltbekannt. Alles, was Stickereien führt, kennt St. Gallen als altbekannten Produktionsort. Wer den Artikel en gros kauft, der besucht den Platz ein oder mehrere Male per Jahr und weiss dann dort, sei es direkt, oder durch Kommissionäre, die leistungsfähigsten Fabrikanten schon herauszufinden.»*<sup>633</sup>

Alders Argumentation ist korrekt, wenn man von einem Monopol der Schweizer Stickerei-Industrie auf dem Weltmarkt ausgeht. Wie gezeigt wurde, nahm der Anteil der Schweizer Stickerei-Industrie an den weltweiten Produktionskapazitäten und damit auch die Marktmacht allerdings kontinuierlich ab. Vor dem Hintergrund der Industriestruktur erweist sich diese passive Haltung als überaus gefährlich. Die mittlere Firmengröße war so klein, dass an grosse individuelle Werbeausgaben nicht zu denken war. Kritiker glaubten, dass bei der Teilnahme an internationalen Ausstellungen «im besten Fall kein Nutzen und unter Umständen [...] nur eine Förderung der auswärtigen Concurrenz in Aussicht steht».634 Dass man aber die ausländische Konkurrenz auch fördert, indem man ihr gerade die von mehreren Millionen Menschen besuchten Weltausstellungen als Plattform zur Präsentation ihrer Produkte weitgehend überlässt, wurde zeitgenössisch kaum erkannt.

Wie die bisherigen Ausführungen gezeigt haben, wurden internationale Ausstellungen als Plattform für kollektive Werbung von den Akteuren der Schweizer Stickerei-Industrie nur anfänglich und nie intensiv genutzt. Nach 1878 wurde der Widerstand unter Fabrikanten und Exporteuren immer grösser. In «Kreisen der Industriellen», erklärte das St. Galler Komitee der Gruppe Stickerei der Schweizer Landesausstellung in Bern (1914) kurz, würden Ausstellungen als «für ihre Absatzförderung unwichtig und unbedeutsam angesehen».635 Dabei waren Stickereien

als Ausstellungsobjekte beim Publikum beliebt.<sup>636</sup> Neben der nach 1889 offiziell eingestellten Beteiligung an Ausstellungen hätte es weitere Möglichkeiten kollektiver Werbung gegeben. Ein Beispiel einer alternativen Strategie ist das Bandpropaganda-Comité, das von in Basel ansässigen Seidenbandfirmen im Jahr 1909 gegründet wurde. Diese Organisation sollte durch eine Kooperation mit Modezeitschriften und Schauspielerinnen die Nachfrage nach Schweizer Produkten erhöhen.<sup>637</sup>

Insbesondere in Zeiten zunehmender Konkurrenz und sich verändernder Präferenzen von Konsumentinnen und Konsumenten ist Werbung von hoher Bedeutung. Nicht nur für die Stickerei-Industrie, sondern für die ganze Schweizer Textilindustrie drängte sich nach Ansicht der *Schiffstickerei* die «vermehrte Notwendigkeit intensiver und rationeller Propagandaentfaltung» auf.<sup>638</sup> Die Frage einer erneuten Teilnahme an einer internationalen Veranstaltung stellte sich zunächst im Vorfeld der im Jahr 1915 in San Francisco durchgeführten Weltausstellung. Die Ablehnung durch Fabrikanten und Exporteure war jedoch mindestens so stark wie zuvor. «Es wäre geradezu industrieller Selbstmord», brachte die *Stickerei-Industrie* die Meinung vieler Akteure auf den Punkt, «wollten die Stickereifabrikanten die Leistungsfähigkeit ihrer Industrie in Bezug auf die Musterung und technische Vollkommenheit der jungen amerikanischen Industrie zur Schau stellen».639 Das Fehlen eines wirksamen amerikanischen Musterschutzes veranlasste noch vor dem Beginn des Ersten Weltkriegs auch die deutsche und französische Konkurrenz dazu, eine Teilnahme abzulehnen.<sup>640</sup> Interessanterweise ging aber auch von der Nichtbeteiligung eine gewisse Gefahr aus. Dass in San Francisco gefälschte Schweizer Stickereien minderwertiger Qualität gezeigt wurden, belehrte nach Ansicht des Kaufmännischen Direktoriums «in drastischer Weise über die Gefährde» einer Abwesenheit an internationalen Ausstellungen, «indem an Stelle Berufener sich Elemente beteiligen, deren Produkte dem Ansehen unserer Industrie nur schaden und beim Publikum falsche Vorstellungen erwecken können».<sup>641</sup>

Die nächste grosse Ausstellung fand erst zehn Jahre später statt und war die in Paris veranstaltete *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes*. Auch sie stiess in industriellen Kreisen auf völlige Ablehnung, was jedoch auch an der Art der Ausstellung lag, nur moderne und originelle Ausstellungsobjekte zuzulassen. Eine Subvention des Bundes in der Höhe von insgesamt 300 000 Franken an alle ausstellenden Industrien veranlasste das Kaufmännische Direktorium, die Angelegenheit neu zu prüfen. Man kam zum Schluss, dass «die Benützung einer solchen Propaganda-Gelegenheit für die Stickerei-Industrie unerlässlich sei, selbst wenn man sich nicht einen direkten geschäftlichen Erfolg versprechen könne».<sup>642</sup> Man entschied, dass eine dafür eingesetzte Jury alle einer Teil-

632 Alder (1890), 19.

633 Alder (1890), 19.

634 KDV 1908/09, 18.

635 StASG KA R.175, 6: 1b, A, 1f.

636 Ebd., 1.

637 Vgl. z.B. Amstutz/Strebel (2002), 90.

638 SS 23.02.1924, 66.

639 SI 26.07.1913, 2.

640 SI 29.06.1912, 2; Erhardt (1995), 132; VSE 1913, 11.

641 KDV 1915/16, 39.

642 KDV 1924/25, 50. Vgl. auch VSE 1925, 24.

nahme gegenüber nicht völlig abgeneigten Fabrikanten und Exporteure besuchen und selbst ausstellungswürdige Objekte auswählen sollte. Schliesslich gelang es, immerhin 20 Firmen für eine Beteiligung an der Ausstellung zu gewinnen.<sup>643</sup> Berücksichtigung fanden vor allem farbige Phantasiestickereien mit einfachen geometrischen Figuren, was von vielen Ausstellern beklagt wurde, weil die ihrer Meinung nach ausstellungswürdigsten Muster von der Jury nicht ausgewählt wurden.<sup>644</sup> Nicht nur der Jury, sondern auch dem Publikum gefiel die Kollektivausstellung der Schweizer Stickerei-Industrie. Nach Ansicht des Kaufmännischen Direktoriums fanden die «ausserordentlich grossen Anstrengungen» der Verfechter einer Teilnahme im Ergebnis «ihre volle Rechtfertigung».<sup>645</sup> Bedauert wurde jedoch, dass die durch das besondere Ausstellungsprogramm ausgehenden Innovationsanreize nicht ausgenutzt wurden:

*«Wenn unsere Stickerei-Industrie in Paris so ehrenvoll dastehen konnte, sozusagen ohne einen Finger zu rühren, nur mit ohnehin schon Existierendem, so ist anzunehmen, sie hätte geradezu Grossartiges zu leisten vermocht, wenn sie ernstlich versucht hätte, im Sinne des Programmes der Ausstellung Eigenartiges und dennoch Verkäufliches speziell zu schaffen.»*<sup>646</sup>

Die erfolgreiche Teilnahme an der viel beachteten internationalen Ausstellung in Paris war eine grosse Ausnahme. Ausserdem war sie nicht repräsentativ. Einerseits waren Weissstickereien «arg schwach vertreten», wobei gerade dieser Artikel unter den veränderten Präferenzen von Konsumentinnen und Konsumenten litt, andererseits zeigt die Enttäuschung vieler Zeichner und Exporteure über den Erfolg in Paris, dass viele Akteure modernes Design, wie es die Ausstellung aber auch der Markt verlangten, ablehnten.<sup>647</sup>

Den Ausnahmearakter der *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes* unterstreicht die Nichtteilnahme an den Weltausstellungen in Philadelphia und Barcelona in den Jahren 1926 und 1929.<sup>648</sup> Verworfen wurde in der Ostschweiz auch die Idee einer Schweizer «Propaganda-Ausstellung» in New York. Das Kaufmännische Direktorium schrieb im Jahr 1920, dass angesichts der «ausgedehnten Absatzorganisation» und des mangelhaften amerikanischen Musterschutzes kaum mit einer grossen Beteiligung der Stickerei-Industrie zu rechnen wäre.<sup>649</sup> Vertreten war die Schweizer Stickerei-Industrie an der Schweizer Landesausstellung in Bern im Jahr 1914, allerdings nur, weil sich der Kanton St. Gallen, die Stadt St. Gallen und das Kaufmännische Direktorium mit grossen finanziellen Beiträgen an den Kosten beteiligten.<sup>650</sup> Wie in Paris elf Jahre später gefiel die mit Produkten von 19 Firmen zusammengestellte Kollektivausstellung.<sup>651</sup> Das Kaufmännische Direktorium berichtete, dass sie «sowohl in den Kreisen der Besucher als in der Presse ungeteilte Anerkennung fand».<sup>652</sup>

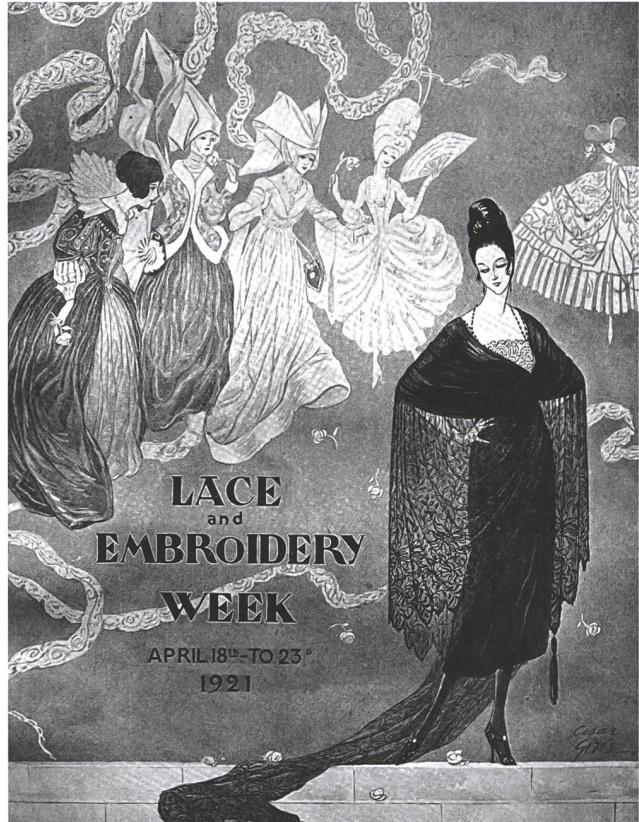


Abb. (33): Dieses Zeitungsinserat für die 1921 stattfindende Lace & Embroidery Week zeigt, dass die Ausstellungsmüdigkeit nicht überall gleich gross war. Quelle: LE 1921, 4, 49.

Die Schweizer Landesausstellung in Bern fiel in eine Zeit, in der sich Mustermessen immer grösserer Beliebtheit erfreuten. Nach dem Vorbild der Leipziger Frühjahrs- und Herbstmessen fand in Basel im Jahr 1917 die erste Schweizer Mustermesse statt.<sup>653</sup> Die seither einmal jährlich stattfindende Veranstaltung ermöglicht den Ausstellern, bestehende Kundenkontakte zu pflegen und neue zu knüpfen. Wohl aufgrund der erwarteten Inlandorientierung attestierte sogar das Kaufmännische Direktorium der Schweizer Mustermesse zunächst «keine grosse praktische Bedeutung».<sup>654</sup> Die Präsenz der Stickerei-Industrie war im ersten Jahr entsprechend schwach und blieb es

643 KDV 1924/25, 51.

644 SS 30.01.1926, 37; SI 06.02.1926, 3.

645 Ebd.

646 Ebd., 53.

647 KDV 1924/25, 52.

648 Vgl. KDV 1924/25, 31.

649 Vgl. KDV 1919/20, 50.

650 StASG KA R.175, 6: 1b, A, 2.

651 Steiger-Züst (1915), 9.

652 KDV 1913/14, 30.

653 Vgl. z.B. KDV 1916/17, 64.

654 KDV 1916/17, 64.

auch danach.<sup>655</sup> Der Erfolg in Paris motivierte Fabrikanten und Exporteure nicht zu vermehrter Teilnahme. Insbesondere in der zweiten Hälfte der 1920er Jahre war die Beteiligung sehr schwach. Die *Schiffstickerei* sah die Stickerei-Industrie 1926 «von allen unsrern grossen Exportindustrien am bedenklichsten», ein Jahr später «wieder einmal ganz schlecht» und 1928 schliesslich gar nicht mehr vertreten.<sup>656</sup> Vor diesem Hintergrund scheint es gerechtfertigt, wenn zehn Jahre zuvor von einer «verhältnismässig stattlichen Beschickung» die Rede war, als auf Initiative des Industrievereins St. Gallen immerhin ungefähr ein Dutzend Firmen in Basel ausstellten.<sup>657</sup> Angesichts der Tatsache, dass es zu dieser Zeit mehr als 300 Exportfirmen gab, war selbst die beste Präsenz der Schweizer Stickerei-Industrie zwischen 1917 und 1929 alles andere als gut. Neben der bereits diskutierten grundsätzlichen Ausstellungseinföldlichkeit dürfte auch eine Fehleinschätzung der Mustermesse dafür verantwortlich sein. Viele Fabrikanten und Exporteure scheinen diese für einen «nationalen Jahrmarkt mit Verkaufsständen» gehalten zu haben und realisierten oder glaubten nicht, dass sie durch die Anwesenheit vieler ausländischer Importeure eine eigentliche Exportmesse war.<sup>658</sup> So blieb das nach Ansicht der *Schiffstickerei* «wertvollste Propagandamittel» weitgehend ungenutzt.<sup>659</sup>

«Wir sind grundsätzlich gegen jede Stickerei-Ausstellung, sind auch Gegner aller andern Ausstellungen», brachte eine grössere Firma aus St. Gallen im Jahr 1926 die Ansicht vieler Schweizer Akteure auf den Punkt.<sup>660</sup> Die wichtigste Schweizer Fachzeitung kritisierte sie scharf, wenn sie von «überlebten, konservativen Ideen» schrieb und die ausländische Konkurrenz, deren Verbände, wie zum Beispiel die Vogtländische Fabrikantenschutzgemeinschaft, systematisch Werbung betrieben, im Dezember 1926 sogar als «Lehrmeister» bezeichnete.<sup>661</sup> Im Zentrum der Kritik stand insbesondere die geringe Neigung zu kollektiven Werbemassnahmen:

*Aus kleinlichen Sonderinteressen und aus Furcht, seine Karten vor der Konkurrenz aufzudecken, sind bis jetzt die meisten Geschäftsleute der Schweiz vor diesem Schritt zurückge-*

*schreckt, während die Ausländer – die Amerikaner an der Spitze – sich des Mittels der Kollektivreklame schon seit längerer Zeit mit wachsendem Erfolg bedienen.*<sup>662</sup>

Die Redaktion der *Schiffstickerei* war mit ihrer Kritik bei Weitem nicht alleine. «Macht Ausstellungen, macht Reklamen, macht Vorführungen», lautete ein zuerst im *St. Galler Tagblatt* veröffentlichter Appell, «zeigt den Frauen und nicht den Grossisten, was ihr könnt, macht es einzeln, macht es in der Gesamtheit und ihr werdet sehen, wie der Grossist euch nachlaufen wird.»<sup>663</sup> Die Ermahnung, insbesondere kollektiv mehr für die eigenen Produkte zu werben, verhallte ungehört. Dies änderte sich erst nach der Weltwirtschaftskrise, als das Kaufmännische Direktorium kollektive Werbemassnahmen als zentrales Instrument zur Förderung der inzwischen fast völlig zusammengebrochenen Stickerei-Industrie entdeckte. Die erfolgreiche Kollektivausstellung an der Weltausstellung in Paris im Jahr 1937 veränderte die Ausstellungsneigung nachhaltig und motivierte zu einer starken Vertretung an der Schweizer Landesausstellung in Zürich im Jahr 1939 und an der Weltausstellung in New York in den Jahren 1939 und 1940, die sich nach Ansicht von Alphons Graemiger als «ausgezeichnete Propagandamittel, um für die Stickereien vermehrten Absatz zu schaffen», erwiesen.<sup>664</sup> Von einem Jahr auf das andere war die Schweizer Stickerei-Industrie an den Mustermessen in Leipzig, Lyon, Mailand, Utrecht, Brüssel, Wien und Basel vertreten. «Die Beschickung dieser verschiedenen Anlässe», so Graemiger, «hat sich als lohnend erwiesen, indem dadurch auch die Nachfrage offenkundig anstieg.»<sup>665</sup>

655 SI 28.04.1917, 2. Vgl. zur Beteiligung der Stickerei-Industrie in der ersten Hälfte der 1920er Jahre z.B. SS 29.04.1922, 149 und SS 21.04.1923, 137.

656 SS 24.04.1926, 136; SS 23.04.1927, 130; SS 21.04.1928, 121f.

657 SS 18.05.1918, 180.

658 SI 28.04.1917, 2. Vgl. SS 23.02.1924, 67.

659 SS 23.02.1924, 67. Vgl. SS 11.02.1922, 52.

660 SS 17.07.1926, 229.

661 Ebd.; SS 24.12.1926, 417.

662 SS 10.01.1925, 17.

663 SS 12.01.1929, 10.

664 Graemiger (1943), 136.

665 Ebd., 98.