Zeitschrift: Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 20 (1913)

Heft: 24

Rubrik: Bibliothek

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: 10.12.2025

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

nicht etwa an der Führungsröhre 2 oder sonst einem Teile der Maschine befestigt ist.

Bei dieser Einrichtung des Aufnehmers wird das auf der Maschine sich bildende Flechtwerk durch den Fadensammlerring 9 dem Flechtdorn 1 unmittelbar zugeführt. Es wird also auf diesem das Geflecht gearbeitet und durch den Einfluß der durch die Führungsröhre 2 in der Richtung nach oben hindurchlaufenden Förderbänder 3 und 4 allmählich auf dem Dorne 1 weitergeschoben, wobei es also innerhalb der Bänder liegt und durch die Spannkraft des Dornes gegen Verzerrung gesichert ist.

„Monosulfonappretur", ein neues Glyzerin-Ersatzpräparat.

Glyzerin ist bekanntlich ein Mittel, dessen Eigenschaften für Zwecke jedes beliebig abstufbaren Nuancierens des Feuchtigkeitsgehaltes von Garnen und Geweben mit Appret so ziemlich einzig dastehen, dessen Anwendungsgebiet sich aber noch bedeutend erweitern würde, wenn nicht der hohe Kostenpreis oft im Wege stünde. Glyzerin vereinigt in sich einen hohen Grad an Unveränderlichkeit in der Luft, gegenüber manchen Oelen rasche, vollständige Löslichkeit unter allen Mischungsverhältnissen und ausgesprochene fäulniswidrige oder antiseptische Wirkungen, auf welch letzterem Umstande nicht zuletzt auch seine außerordentliche Verwendung in der Hygiene und Konservierungspraxis beruht. Stärkeansätze für das Appretieren der Gewebe und für das Schlichten von Garnen werden durch Beigabe von Glyzerin haltbarer, säuern nicht so schnell, hauptsächlich nehmen sie aber das Glyzerin unverändert mit in das Lager oder in den Verarbeitungsprozeß als Kettengarne hinüber, wodurch das Stauben und Abfallen der Schlichte, das übermäßige Verhärten der Fäden sowie das Springen oder Reißen derselben beträchtlich herabgemindert wird. Aber gerade für diesen Verbrauch, der sich auf große Quantitäten erstrecken würde, ist die Preisfrage der entscheidende Faktor und man sucht darum mit anderen Mitteln, fertig bezogenen Zusätzen, Seifen, Oelen und Fetten sein Auslangen zu finden. Das neue Präparat «Monosulfonappretur» der Chemischen Fabrik von Kosek und Dr. Becker in Wysocan bei Prag soll Glyzerin ersetzen, und stellt sich dem Glyzerindetailpreise gegenüber um zirka 70 Prozent billiger. Es ist in drei Farbtönen, von wasserhell angefangen bis zum gelben Stich zu haben, deckt sich in seinen Eigenschaften mit dem Glyzerin, wird genau wie dieses benützt, fördert hervorragend das Entschlichten der Ware, die gebleicht oder gefärbt werden soll, bindet die Schlichte gegen Stauben, Streuen und Herausfallen und behält den Faden feucht und geschmeidig.

Kaufmännische Agenten

Agentenvorrecht im Konkurs.

Die Handelsagenten streben, wie in den verschiedenen Versammlungen schon öfters behandelt wurde, für ihre Provisionsforderungen ein Vorrecht vor den übrigen Konkursgläubigern an. Auch die Aeltesten der Kaufmannschaft von Berlin haben sich mit der Angelegenheit wiederum beschäftigt. Es wurde dabei hervorgehoben, daß man zwei Fälle unterscheiden müsse; einmal den Fall, daß die Zahlungen, von denen der Agent Provisionen beanspruche, noch vor der Konkurseröffnung an den Geschäftsherrn und dann den Fall, daß die Zahlungen erst an den Konkursverwalter zur Konkursmasse geleistet werden. Für den ersteren Fall wurde geltend gemacht, daß jeder Erweiterung der bestehenden Vorrechte im Konkurse, da sie eine Schmälerung der übrigen Konkursgläubiger zur Folge habe, grundsätzlich Bedenken entgegenstünden Aus dieser Erwägung heraus sei schon bei Abfassung der geltenden Konkursordnung mit den vielen Vorrechten der früheren Gesetzgebungen aufgeräumt worden. In der gegenwärtigen Zeit seien die Bedenken nicht geringer geworden, da durch Sicherungsübereignungen, Diskontierung von Buchforderungen u. a. schon ohnehin Gegenstände der Konkursmasse den Gläubigern entzogen würden. Immerhin schien es den Aeltesten der Kaufmannschaft von Berlin angezeigt, zunächst einmal in eine Prüfung der Frage einzutreten, welche Beträge, die den Agenten verloren gingen, in Betracht kämen und welche Folge die Gewährung des Vorrechts für die übrigen Gläubiger hätte. Anders würden die Provisionsansprüche der Agenten für diejenigen Zahlungen beurteilt, die an die Konkursmasse geleistet würden. Die Handelsvertretungen haben von jeher den Standpunkt eingenommen, daß der Agent eine Provision nur dann zu erhalten habe, wenn der Geschäftsherr für seine Forderungen voll befriedigt würde. Die Provision könne nur gefordert werden, wenn der Geschäftsherr keinen Verlust erleide. Von diesem Gesichtspunkte aus mußte es unbillig erscheinen, wenn die Masse den Gewinn aus dem vom Agenten vermittelten Geschäft realisiert, der Agent selbst aber leer ausginge. Für solche Provisionen unterstütze daher das Aeltesten-Kollegium die Wünsche der Agenten.

Fachliteratur

Wer sich über alles, was Baumwolle betrifft, über Geschichtliches der Baumwollindustrie, über Kultur, Beschaffenheit, Ernte und Versand der Baumwolle, deren Handelssorten, Verspinnen, Zwirnen, Weberei, Eigenschaften der Gespinste, Numerierung und Bezeichnungen der Baumwoll-Garne und Gewebe, Statistisches, Vergleichs- und Gewichtstabellen für Garne, Gewebekalkulationen usw. anregend und zuverlässig unterrichten will, der muß das **„Illustrierte Jahrbuch mit Kalender für die gesamte Baumwollindustrie"** zur Hand nehmen. Alljährlich vollkommen neu bearbeitet — innerhalb der letzten Monate erscheinend — liegt jetzt der neueste 35. Jahrgang für 1914 mit ca. 600 Seiten Text und 250 Abbildungen (in Leinenband Mk. 3.—, in Brieftaschenlederband Mk. 5.—) vor uns, mit manchen Veränderungen, Ergänzungen und Verbesserungen. Verlag H. A. Ludwig Degener, Leipzig. So sind neben einer durchgreifenden Erneuerung von Abbildungen eine größere Reihe sehr interessanter Neukonstruktionen im Spinnerei- und Weberei-Maschinenbau behandelt. Um das Taschenbuch nicht allzu umfangreich und demnach unhandlich werden zu lassen, mußten ältere Aufführungsarten wegfallen. Was aber dem Techniker bei der Fabrikation, dem Spinn- und Webmeister im Betrieb, dem Kaufmann beim Ein- und Verkauf jederzeit zur sorgfältigsten Information stets schnell zur Hand sein muß, ist geblieben und natürlich ebenfalls auf die Höhe der Zeit gebracht worden.

So können wir dieses preiswerte Jahrbuch jedem Interessenten, der irgendwie mit „Baumwolle" zu tun hat, als einen guten Ratgeber nur empfehlen.

Bibliothek.

Verein ehemaliger Seidenwebschüler Zürich.

Seit letzter Publikation ist der Bestand der Vereinsbibliothek um folgende Bände vermehrt worden:

1087. Chittick, James. Silk Manufacturing and its Problems. Geschenk unseres Mitgliedes W. Bühlmann.
1295. Kinzer, Heinrich. Fabrikationskunde für die Weberei-Industrie.
1553. Spreng, A. Postcheck- und Giroverkehr.

Gleichzeitig ersuchen wir unsere Mitglieder, die Bibliothek rege zu benützen und bitten alle Mitglieder, dieselbe durch geschenkweise Ueberlassung neuerer oder älterer Bücher, die Weberei betreffend, zu bereichern.

Der Bibliothekar.

Kaufmann, Reklamefachmann und Künstler.

Rechtsanwalt Dr. L. Pickardt, Berlin, der Syndikus des Vereins deutscher Reklamefachleute E. V. äussert sich über einen solchen Dreibund im Interesse eines guten Geschäftsganges in sehr richtiger Weise wie folgt:

«Der Wert der Reklame im Wirtschaftsleben ist bei uns bis vor nicht allzu langer Zeit schwer erkannt worden. Die fortschreitende Industrialisierung Deutschlands und der große Konkurrenzkampf in allen Wirtschaftszweigen hat jedoch den Kaufmann, vornehmlich den Fabrikanten, vor schwierige Aufgaben gestellt. Es galt, sein Fabrikat nicht nur in seiner engeren Heimat, sondern auch auf dem Weltmarkt in das richtige Licht zu rücken. Er konnte sich nicht allein mit einer gewissenhaften und preiswürdigen Fabrikation begnügen, er musste es auch verstehen, die Güte seiner Waren und ihren wirtschaftlichen Wert in richtiger Weise anzupreisen.

Hier hat ihm die moderne Entwickelung der Reklame neue Wege gewiesen. Andere Zeiten, andere Sitten. Dieses Sprichwort gilt auch für den Kaufmann. Man findet zuweilen noch bei unseren größten Industrieleitungen einen gewissen Abscheu gegen die Reklame vor, der sich aus gewissen Ausschreitungen dieser noch jungen Wirtschaftseröffnung erklären läßt.

Es hieße jedoch, das Kind mit dem Bade ausschütten, wollte man einen wichtigen Wirtschaftsfaktor deshalb eliminieren, weil er zuweilen Auswüchse zeitigt.

Das Wesen der Reklame erfordert natürlicherweise ein eingehendes und liebevolles Studium in Theorie und vornehmlich in der Praxis. Nicht der ist schon Reklamefachmann, der es versteht, Zeitungsinserate zu vergeben.

Um wirkungsvolle Reklame machen zu können, muß natürlich als Hauptbedingung ein vollwertiges Industrieerzeugnis, ein Fabrikat von Qualität vorhanden sein. Keine noch so gute Reklame würde auf die Dauer in der Lage sein, eine Stammkundschaft für ein mangelhaftes Fabrikat zu werden. Liegt jedoch eine wirkliche Qualitätsarbeit vor, so muß der Reklamefachmann sich zunächst in die Fabrikation vertiefen, sie in allen ihren Einzelheiten kennen lernen, um in der Lage zu sein, ihre Wesenheit und ihre Vorzüge vor anderen gleichartigen richtig anpreisen zu können. Der Reklamefachmann muß daher in erster Linie ein gutes Auffassungs- und Anpassungsvermögen besitzen, um sich in ihm unbekannten Begriffen leicht zurechtfinden zu können. Er muß ferner über einen guten Stil verfügen, Geschmack besitzen und die Fähigkeit haben, seinen Gedanken die nötige Prägnanz zu geben. Denn in der Kürze liegt die Würze. Der Konsument will nicht langatmige und deshalb meist langweilige Berichte über eine Ware lesen, er will möglichst in treffenden Schlagworten über ihren Wert aufgeklärt werden. Es genügen daher für Anzeigen allgemeinen Inhalts meist schon Name und Hersteller in Verbindung mit einem treffenden Schlagwort. Durch diesen prägnanten Charakter der Anzeige ist der Fabrikant allein imstande, seinen Artikel dem Konsumenten wieder und immer wieder in das Gedächtnis gleichsam einzuhämmern. Die Prägnanz der Anzeige bedingt aber auch eine möglichst ständige Gleichartigkeit. Es heißt, den Wert der Reklame beschneiden, wenn ständig Text und bildliche Wiedergabe des Artikels geändert wird. Dies gilt allerdings in erster Linie für Markenartikel, läßt sich aber heutzutage um so mehr verallgemeinern, als es der Zug der Zeit ist, daß jeder Fabrikant seine Ware möglichst als bestimmte Marke auf den Markt zu bringen sucht.

Die Zugkraft der Reklame liegt aber ferner in ihrer künstlerischen Ausgestaltung. Natürlich muss der Kaufmann und Reklamefachmann in erster Linie sein Augenmerk auf die praktische Ausgestaltung der Reklame richten. Denn nur er, nicht der Künstler kann wissen, welche Ankündigung zurzeit angebracht ist und inhaltlich dem Geschäft den größten Vorteil zu bringen vermag. Ist man sich aber über den Inhalt der Anzeige im klaren, hat der Fabrikant den anzuzeigenden Artikel, der Reklamefachmann Text und Form der Reklame festgelegt, dann soll sich zu ihnen als dritter im Bunde der Künstler gesellen. Es soll der Künstler mit dem Kaufmann gehen.

Es ist nicht nötig, daß der Kaufmann das, was er dem Publikum zu sagen hat, in eine möglichst geschmacklose Form kleidet, wie man dies auch heute leider noch oft beobachten kann. Neben der Güte der Ware spricht ihre Aufmachung, und hierzu gehört auch die Reklame, ein gewichtiges Wort für ihren Erfolg auf dem Markte. Eine häßliche Aufmachung schadet einer guten Ware und umgekehrt kann eine gute Aufmachung zuweilen über eine mindere Qualität hinweghelfen. Unser modernes konsumierendes Publikum ist aber durch den glücklicherweise recht häufigen Anblik guter Aufmachung und Reklame in allen Industriezweigen im Geschmack so verwöhnt, daß der Fabrikant, um Erfolg zu haben, geradezu gezwungen ist, seiner Reklame einen künstlerischen Charakter zu geben. Er wende sich nur an einen tüchtigen Reklamefachmann (Reklameanwalt) und berate mit ihm die richtige Verwendung seines Reklamebudgets, um eine praktisch und künstlerisch wertvolle Reklame zu erhalten.»

Fachschul-Nachrichten

Webschule Wattwil.

Anläßlich der letzten Webschul-Kommissionssitzung konnte Herr Präsident Lanz auch die sehr erfreuliche Mitteilung machen, daß ein ehemaliger Schüler, nun Obermeister in einer bedeutenden Seidenweberei des Gasterlandes, den ihm seinerzeit gewährten Freiplatz durch eine Zuwendung von Fr. 100.— ausgeglichen hat mit der Versicherung, dankbar bleiben zu wollen. Das ist gewiß ein schöner Zug, der alle Anerkennung verdient, umso mehr, als heutzutage die Dankbarkeit viel weniger geübt wird.

Durch das Entgegenkommen der Kommission wird es jetzt möglich, den ehemaligen Theoriesaal zu einem Bibliothek- und Lesezimmer einzurichten. Mit dem Einbau eines Bücherschrankes ist bereits begonnen worden und wenn einmal wieder ein Spender seine Webschulfreundlichkeit beweist, soll die Ausstattung dieses Raumes weiter vervollkommnet werden. Bekanntlich wird ja auch die Bibliothek der Vereinigung ehemaliger Webschüler von Wattwil hier untergebracht.

Das Lesezimmer steht an den Wochentagen abends und am Sonntag für einige Stunden zur Benützung offen, um sich in aller Stille mit fachlicher, eventuell auch unterhaltender Literatur zu beschäftigen, falls man nicht in Musterbüchern studieren will. Also wieder eine Gelegenheit mehr für Strebsame, ihren Drang nach Bereicherung des Wissens zu befriedigen.

Als Lehrer wurde aus 40 Bewerbern Herr Friedrich Kaul, z. Z. in München, gewählt. Er hat bereits eine mehr als 17 jährige Praxis hinter sich, ist Webereileiter gewesen und bearbeitet seit Monaten den webereitechnischen Teil eines großen, die gesamte Technik umfassenden Lexikons. Gute Allgemeinbildung und vielseitige praktische Tätigkeit neben dem Bekenntnis, größtes Interesse am Fachlehrerberuf zu haben, waren ausschlaggebend. Hoffentlich hat man einen guten Griff gemacht. Einesteils ist es nicht leicht, der Nachfolger des Herrn Geyer zu sein, weil er vom frühesten Morgen bis in die späteste Nacht hinein unablässig für Schule und Schüler gearbeitet hat. Da gab es fast keinen Sonntag und Feiertag, keine Ferien; immer hatte er etwas zu tun. Seine Exaktheit und Treue waren