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

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 20 (1913)

Heft: 2

Rubrik: Kaufmännische Agenten

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

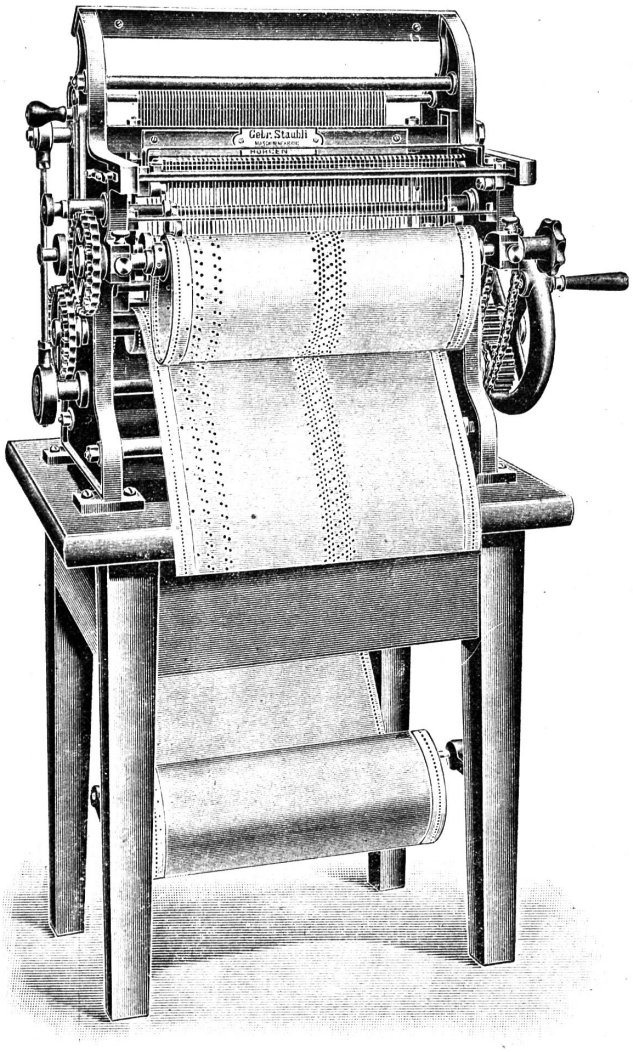
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media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

Download PDF: 09.12.2025

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

Falls im Gewebe durchgehende Längsstreifen vorkommen, kann der Holzzylinder auch mit einem oder beiden Papierzylindern zusammen arbeiten. Hat das Gewebe nur einfache Bindungen, ohne Dessinwechsel, dagegen lange Farbenrapporte, so kann der Holzzylinder die Schäfte dirigieren, während ein oder beide Papierzylinder nur den Schützenwechsel besorgen.

Ein großer Vorteil bei unserm System beruht noch darauf, daß die Bewegungen der Vornadeln und zugehörigen Teile nur alle zwei Schuß erfolgen, wodurch die Bewegungen



Schlag- und Kopiermaschine von Gebr. Stäubli in Horgen.

äusserst ruhig sind, und ein sicheres Arbeiten der Maschine auch bei großen Tourenzahlen garantiert ist.

Es können für linke und rechte Stühle die gleichen Dessins gebraucht werden.

Zu dieser neuen Schaftmaschine erstellt die Firma Gebr. Stäubli auch eine neue

Schlag- und Kopiermaschine,

welche für Webereien, die mehrere Schaftmaschinen mit Papierdessin besitzen, sehr vorteilhaft ist.

Mit dieser geht das Lochen der Papierkarten viel schneller von statten, als mit der Handschlagplatte.

Es sind hier Tasten vorhanden wie bei einer Schreibmaschine. (Die Tasten befinden sich auf der Vorderseite der Maschine und sind auf der Figur nicht ersichtlich. Diese zeigt die Maschine von der Rückseite, mit dem Kopierzylinder und einem kopierten Dessin.)

Die schwarz numerierten Tasten entsprechen den ungeraden Schüssen, die roten den geraden. Es werden jeweils beide Schüsse eingelesen, nachher bewirkt eine einmalige Umdrehung am Handrad das Lochen und zugleich das Vorwärtsschalten der Papierkarte um zwei Schüsse, resp. ein Eichelloch.

Durch Verschieben eines Exzenters mit Kopfstiften wird die Maschine zum Kopieren eingestellt. Das von Hand geschlagene Dessin oder einzelne Rapporte werden auf den Kopierzylinder gebracht und können beliebig auf die unter die Stempel eingeschobene Papierkarte kopiert werden.

Zum Dessinschlagen von Hand empfiehlt sich ebenfalls die Anwendung des von der Firma beziehbaren speziellen Patronenpapiers.

Die Anschaffung einer solchen Maschine macht sich durch große Leistungsfähigkeit in kurzer Zeit bezahlt und ist sie bestens zu empfehlen.

Kaufmännische Agenten

Im „Bulletin mensuel de la Chambre de Commerce française de Genève“ ist in Nr. 7-8, Juli/August, ein Artikel erschienen, betitelt „Deux mots aux voyageurs“, von dem auch ein kurzer Auszug in der „Neuen Zürcher Ztg.“ enthalten war. In diesem Artikel wurde ein Vergleich gezogen, wie sich die Schweiz als Absatzgebiet zu Deutschland und Frankreich stellt und konstatiert, daß Deutschland gegenüber Frankreich bedeutend im Vorsprung ist; als Grund hiefür wurde die bedeutend größere Zahl Geschäftsreisender angeführt, die aus ersterm Land gegenüber letzterm alljährlich in die Schweiz kommen. Hiefür wurde folgende Statistik angeführt: Im Jahre 1909 schickte Deutschland 4,772 Reisende in die Schweiz. Seine Einfuhr an fabrizierten Produkten belief sich auf rund 295 Millionen. Das gleiche Jahr schickte Frankreich 1,488 Reisende in die Schweiz. Seine Einfuhren betrugen nur 80 Millionen.

Im Jahre 1910 befanden sich in der Schweiz 4,797 deutsche und 1,395 französische Reisende. Die deutschen Einfuhren erreichten eine Höhe von 320 Millionen, die französischen jedoch nur 86 Millionen. Die Ergebnisse des Jahres 1911 sind noch nicht bestätigt, aber wir wissen, daß im letzten Jahre die deutschen Reisenden 4,791 betrugen, die französischen aber nur 1,313.

Der Verfasser dieses Artikels entnimmt hieraus, daß die Entwicklung der Einfuhr proportionell zur Zahl der Geschäftsreisenden stehe. Er rät daher den französischen Firmen, anstatt sich in der Schweiz durch Handelsagenten vertreten zu lassen, eine größere Zahl Reisende in das Land zu schicken, die aber nicht nur die französische, sondern auch die deutsche Schweiz bereisen; der geschäftliche Erfolg würde so viel größer sein.

Da diese jedenfalls wohlgemeinten Ratschläge die Tätigkeit der Handelsagenten nicht gerade günstig beleuchten, so sah sich der Vorstand des „Verbandes kaufmännischer Agenten der Schweiz“ veranlaßt, in obgenannter Monatsschrift hierauf eine Erwiderung zu bringen, die in Nr. 12 vom Dezember erschienen und von der Redaktion mit einigen einleitenden Worten begleitet worden ist.

Da diese Ausführuugen nicht nur für Handelsagenten, sondern für die Geschäftswelt überhaupt von Interesse sein dürften, so lassen wir sie hiemit im Original folgen:

A propos de voyageurs et représentants.

Nous recevons la lettre suivante que nous publions avec plaisir. Nos honorables correspondants établissent un parallèle entre le bon voyageur et le représentant ayant les qualités de son métier; ils veulent bien reconnaître avec nous que le commerce français pourrait progresser en Suisse par l'envoi de plus de voyageurs, mais ils prétendent qu'il serait plus

court et plus efficace de tâcher de trouver des représentants possédant les aptitudes voulues. Si notre expérience nous permettait de croire qu'il est facile ou même simplement possible à une maison ne connaissant rien du marché suisse, ne possédant par conséquent aucun client dans ce pays, d'y trouver un bon représentant, nous nous empresserions de le reconnaître.

Malheureusement, nous sommes obligés de constater les énormes difficultés qu'ont ces maisons pour mettre la main sur ce bon représentant, et c'est pourquoi nous leur conseillons d'envoyer d'abord un voyageur qui, après s'être créé un noyau de clients, trouve, si ses articles l'exigent, beaucoup plus facilement l'agent local dont il a besoin.

Sous cette précision, nous nous félicitons de l'intéressante intervention des signataires de cette lettre.

Zurich, 2 Décembre 1912.

Messieurs,

La Chambre de Commerce française de Genève, dans son bulletin mensuel n° 7-8, publia un article: « Deux mots aux voyageurs », signé J. Godefroy, dans lequel il est fait un exposé comparatif des avantages du voyageur sur le représentant. La tendance de cet article est encore renforcée dans votre entrefilet, publié dans le Bulletin n° 9-10 sur le même thème, sous le titre: « Correspondance. — Demande de représentants. »

Nous pensons que les conclusions auxquelles vous arrivez dans ces deux articles sont erronées. Dans l'intérêt de notre corporation, nous nous permettons de vous soumettre une manière de voir qui nous semble plus logique.

Avant d'aborder la question même, voyons quelle sorte de voyageurs nous voulons comparer à quelle sorte de représentants. Nous pensons que c'est l'activité du bon voyageur, sérieux, qu'il faudra comparer à celle du représentant présentant des qualités similaires! Nous croyons constater dans vos deux articles un petit parti-pris pour le voyageur que vous représentez comme ayant toujours toutes les bonnes qualités, alors qu'elles feraient tout aussi régulièrement défaut aux représentants. Ecartons donc de prime abord les éléments intérieurs qui, comme dans toutes les professions, se trouvent dans l'une ou l'autre des deux corporations.

Vous citez la statistique des voyageurs allemands et français et le chiffre d'affaires. Vous en tirez des conclusions qui nous semblent contestables! En effet, il ne suffirait pas de comparer seulement ces deux pays importateurs, il faudrait, à notre avis, étendre la comparaison à d'autres pays fournisseurs de la Suisse, l'Angleterre, par exemple, le pays ayant les plus anciennes expériences commerciales et qui fait presque tout son chiffre par des représentants. De plus, le nombre de voyageurs allemands, comme vous le dites, est de trois fois supérieur à celui des voyageurs français, mais qui vous dit que celui des agents de maisons allemandes n'est pas aussi de trois fois supérieurs et que peut-être plus que le nombre de voyageurs il influe le chiffre d'affaires. Ce nombre de voyageurs, incontestablement, contient un bon nombre d'unités qui, n'arrivant pas à couvrir leurs frais, ne reviennent même pas, pour faire place à d'autres, auxquels le même succès est réservé.

Les voyageurs français, comme vous le dites, ne visitent souvent que la Suisse française, en négligeant la Suisse allemande; mais, d'autre part, il est certain que beaucoup de voyageurs allemands font de même pour la Suisse française, dont beaucoup ne connaissent pas la langue et qu'ils ne visitent que très superficiellement ou même pas. De ce fait et du goût différent ne pourrait-on pas conclure qu'il y a une certaine relation entre la proposition du chiffre de l'Allemagne et de la France et de celui de la population de langue allemande et de langue française en Suisse? Sur le point du travail dans l'ensemble du pays, le représentant possède incontestablement une supériorité marquée, puisque forcément il visite le pays entier ou en tous cas à fond le rayon qui lui est attribué, dont il connaît les deux langues, les besoins, les habitudes.

Vous suggérez que le voyageur, le plus souvent plus jeune que le représentant, presque toujours moins connu, à ses débuts inconnu à la clientèle, ait plus d'indépendance et plus d'autorité que celui-ci. Ne faudrait-il pas, au contraire, croire à l'autorité supérieure de l'agent, qui a vu grandir en partie la clientèle, qui est connu du client depuis des années par son travail consciencieux et sérieux, qui lui a valu la confiance générale?

Vous imaginez le voyageur comme porteur des dernières nouveautés, à l'encontre du représentant qui, d'après vous, ne les posséderait pas! Admettez que le reproche de cette infériorité, quand elle existe, ne s'applique pas à l'agent, mais à la maison qui ne sait pas mettre entre ses mains les éléments nécessaires en temps utile. Et que fait le voyageur, qui visite le pays une ou deux fois par an, des nouveautés qu'il reçoit de suite après son passage, longtemps avant sa prochaine visite? Le représentant a toute l'année le client à sa portée et lui soumettra à toute époque les nouveautés pouvant présenter de l'intérêt. Quant à croire que le voyageur, venant une ou deux fois par an, serait un meilleur interprète des désirs de la clientèle que le représentant, au courant par son travail de toute l'année, de tous les besoins du pays, serait-ce admissible?

Vous représentez le passage rapide comme un avantage. D'abord, ce passage rapide peut tomber dans une période où les fluctuations de prix rendent les affaires presque impossibles. En outre, tous ceux qui connaissent ce pays seront d'accord que le passage rapide empêchera le voyageur de trouver chez eux une grande partie des clients, absents, soit un voyage, au service militaire ou pour d'autres motifs. Rarement le fait du passage rapide arrivera à forcer une affaire auprès de cette clientèle conservatrice, n'aimant pas à hâter les décisions. Toutes autres sont les chances de succès du représentant. Chez un client absent, il pourra retourner à une époque plus propice; si un article ne trouve pas de succès au premier abord, il pourra le soumettre à fois répétées, quand il en aura ailleurs constaté la bonne vente et le bon usage. Il sera à même de surveiller de très près les effets et les variations de la mode, de les signaler à sa maison dès le premier jour, de suivre ce que fait la concurrence! Le client lui donnera toutes les indications bien plus facilement qu'à un inconnu. Le représentant saura notamment mieux surveiller la situation financière de certains clients, il pourra jeter le cri d'alarme à un moment où le voyageur ne saurait ce qui se passe. En cas de litiges, la supériorité de l'agent est incontestable; avec un représentant sérieux, jamais certains cas que vous citez dans votre Bulletin n° 9-10, page 365, ne pourront se présenter.

Il est vrai que la plupart des représentants ont 3, 4, 10 maisons, pour employer vos chiffres, mais le voyageur n'a-t-il pas aussi 3, 4, 10 rayons différents à visiter qui partagent son activité tout autant? Toutes les maisons représentées par le même représentant n'ont pas la même saison de vente, et le représentant intelligent saura s'arranger pour donner à chacune la juste part de son travail. Pas plus le représentant consciencieux n'aura deux maisons concurrentes du même pays; à chaque maison nouvelle, du reste, de s'en informer. Vous reprochez au représentant de ne pas vendre un article qui serait plus cher que celui de la concurrence! Le voyageur saurait-il faire ce tour de force? Ce reproche ne se dirigerait-il pas plutôt contre la maison, qui ne serait pas à la hauteur? Jamais un représentant quelque peu sérieux ne gardera une carte uniquement pour s'éviter un concurrent. Il ne craindra pas une concurrence dont il a lui-même pu s'assurer qu'elle n'est pas de taille à lutter. La connaissance du métier et de l'article n'est pas un avantage spécial au voyageur, ces mêmes qualités se trouvent tout aussi souvent chez l'agent, le plus souvent accompagnées de plus d'expérience.

Le représentant pourra donc parfaitement et avec avantage remplacer le voyageur. Il serait faux, du reste, de croire qu'il suffirait de tripler le nombre de voyageurs pour arriver à établir l'équilibre entre le chiffre d'importation de la France et de l'Allemagne en Suisse. Nous avons déjà indiqué que la proportion de la population de langue allemande et de langue française joue un certain rôle. Il ne saurait, en outre, être contesté que l'Allemagne produit plutôt que la France certains genres de grande vente dans ce pays. Toutefois, il est certain que le chiffre des ventes françaises en Suisse pourrait être très sensiblement relevé. Le progrès pourrait se faire, en partie, par l'envoi de plus de voyageurs que jusqu'ici, mais les débuts surtout seront très durs, ils auront beaucoup de peine à se faire recevoir même dans ce pays où les premières maisons sont toutes très conservatrices. Plus court et plus efficace serait-il de tâcher de trouver les représentants ayant les qualités requises.

Ce représentant serait à visiter de temps à autre par l'un des chefs lui-même qui arriverait ainsi à connaître personnellement les agents et leur manière de travailler. Sa présence flattera en outre beaucoup de clients et, grâce à l'introduction du représentant et à ses relations, il parviendra, sans perdre trop de temps, à se faire une image très exacte des besoins du pays. Éventuellement, il y aurait lieu de faire venir le représentant périodiquement à la fabrique, de repasser avec lui tous les articles de la fabrication, de se faire dire par lui pourquoi tel ou tel article ne marche pas dans son pays, ce qu'il faudrait y changer pour le faire vendre, quel nouvel article pourrait être créé, etc. C'est par des nouveautés que l'introduction se fait le plus facilement, des choses que d'autres n'ont pas encore ou pas à tel prix; le fabricant verra donc toujours à devancer sa concurrence et à fournir son agent le plus vite possible de toutes les nouveautés.

On apprécie beaucoup, en Suisse, les bonnes qualités de l'industrie française, mais on leur reproche surtout deux choses, soit: l'échantillonnage et l'empaquetage. Alors que les échantillons allemands sont toujours livrés à temps, préparés avec le soin le plus raffiné, avec élégance, le chic français fait très souvent défaut dans le montage des collections françaises, qui manque de soins. De même, en moyenne, le pliage, l'empaquetage ou le cartonnage des produits allemands sont toujours irréprochables, même pour les produits bas prix, alors que le fabricant français attribue trop peu d'importance à l'aspect extérieur de l'emballage. Sur ces deux points, de sérieux progrès seraient à réaliser, et nous recommandons donc aux fabricants français de les garder en vue.

Il va sans dire que le représentant devra pouvoir compter sur tout l'appui possible de sa maison. Il faudra, notamment, que ses services soient rétribués sans parcimonie, qu'on lui accorde une prime pour la période d'introduction, soit les deux ou trois premières années, sous forme d'une indemnité de voyage ou sous celle d'une provision supérieure. Bien des maisons qui feraient de très gros frais pour une période d'introduction par un voyageur seraient très surprises que le représentant en demande seulement la moitié. Ici encore, les bons comptes font les bons amis.

Nous avons l'espoir que l'exposé que nous venons de donner contribuera à dissiper l'avis — à notre idée erroné — exprimé dans vos articles, et qu'une partie de l'industrie française saura tirer profit des suggestions que nous avons cru bon de donner.

Agréez, Messieurs, l'assurance de notre parfaite considération.

Pour l'Association suisse des Agents-Représentants (Zurich):

Le Président, (Signé) E.-H. Schlatter.

Le Secrétaire, (Signé) Fritz Kaeser.

Verband kaufmännischer Agenten der Schweiz

Werter Herr Kollege!

Wir laden Sie hiemit höflich ein zu unserer

ordentlichen Generalversammlung

Sonntag den 26. Januar, nachm. 2 Uhr, im City-Hotel in Zürich.

Traktanden:

1. Verlesung des Protokolls.
2. Jahresbericht.
3. Kassabericht.
4. Statutenrevision (§§ 5, 8, 9, 10, 11, 12 und 14).
5. Wahlen des Vorstandes und der Rechnungsrevisoren.
6. Gemütlicher Teil.

Angesichts der Wichtigkeit der Traktanden hoffen wir auf möglichst vollzähligen Besuch seitens unserer Mitglieder.

Mit kollegialischem Gruß

Für den Vorstand:

Der Präsident: E. H. Schlatter.

Der Sekretär: Fritz Kaeser.

Vereins-Angelegenheiten

Vereinigung ehemaliger Webschüler von Wattwil.

Es hat sich ergeben, daß man die beabsichtigte Versammlung in Zürich in diesem Monat nicht mehr gut abhalten kann und hat man vorläufig den 9. Februar in Aussicht genommen.

Verein ehemaliger Seidenwebschüler Zürich.

Vorstandssitzung vom 8. Januar. Als Traktanden lagen vor: 1. Unterrichts-Kurse, 2. Jahresbericht, 3. Generalversammlung. Ueber die Unterrichtskurse wurde mitgeteilt, daß sie ihren gewohnten Gang gehen und bis zum Abschluß befriedigende Resultate erzielt werden dürften. Die Abfassung des Jahresberichtes über das verflossene Vereinsjahr und die Bereinigung des Mitgliederverzeichnisses wird in Arbeit genommen. Die Abhaltung der Generalversammlung soll wenn möglich auf Ende März festgesetzt werden. Ueber die von der Vereinigung ehemaliger Webschüler Wattwil in Aussicht genommene Versammlung in Zürich anfangs Februar, wozu die Mitglieder des Vereins ehemaliger Seidenwebschüler Zürich eingeladen werden sollen, wird es möglich sein, in der nächsten Nummer die nähern Angaben zu bringen.

* * *

Am 21. Dezember war der Rohseidenkurs zu seinem Abschluß gelangt. Nachdem man so manches Mal zusammen gekommen war, um sich die trockenen Paragraphen der neuen Rohseide-Usanzen erklären zu lassen, gedachte der Vorstand das Ende etwas weniger trocken zu gestalten und lud die Teilnehmer ein, an einem einfachen Nachtessen teilzunehmen und etwas der Geselligkeit zu pflegen. Der größere Teil der Kursteilnehmer leistete denn auch dieser Einladung Folge. Das „einfache Nachtessen" dehnte sich zu einem gemütlichen Hock aus, wo jeder froh war, wenn er nicht immer nach der Uhr schauen mußte, um nicht den letzten Zug oder das letzte Tram zu verfehlen. Einige machten sich allerdings deshalb keine großen Sorgen und fanden, eine kleine Wanderung zu Fuß an frischer Luft könne zum Schluß nur vom Guten