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

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 49 (1942)

Heft: 3

Rubrik: Kleine Zeitung

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

Unsere künftigen kleinen Erdenbürger bedürfen schon vor ihrer Geburt geeigneter Pflege, oder mit anderen Worten hängt ihr Wohl und Wehe viel von der Gesunderhaltung und Kräftigung der werdenden Mütter ab. Wie sich die Frau in der Ernährung, Körperpflege und Lebensweise mit Rücksicht auf das zu erwartende Kind verhalten soll, ist den Ausführungen einer erfahrenen, tüchtigen Kinderärztin im soeben erschienenen Januarheft der „Eltern-Zeitschrift für Pflege und Erziehung des Kindes" entnommen. An diese belehrende Abhandlung schließt sich ein humorvoller Beitrag über die Sorgen der werdenden Väter, die es gar nicht immer so leicht haben, wie Wilhelm Busch meint. Auch im übrigen weist das Heft, dank der umsichtigen Führung der Zeitschrift, den gewohnten gediegenen und vielseitigen, für alle Eltern und Erzieher beachtenswerten Inhalt auf. Probehefte der hübsch illustrierten Zeitschrift sind erhältlich vom Art. Institut Orell Füßli A.-G. in Zürich 3 und in den Buchhandlungen. Mit dem Abonnement (Fr. 4.25 halbjährlich, Fr. 8.— jährlich) läßt sich eine vorteilhafte Kinderunfallversicherung verbinden.

Verkaufen — heute und morgen. Anregungen für zeitgemäße Werbe- und Verkaufsmethoden von Dr. C. Gasser, Verlag für Wirtschaftsförderung, Thalwil. Fr. 1.50.

Der Verfasser vertritt entschieden den Standpunkt, daß es nicht nur ratsam, sondern überhaupt unerläßlich ist, immer wieder Möglichkeiten zur Ideenanregung aufzuspüren und aus der eigenen Branche heraus Gedanken zu schöpfen. Er befaßt sich mit den Möglichkeiten von gestern, von heute und auch von morgen und versteht es dabei, sowohl dem mit Warenknappheit Kämpfenden, als auch dem mit Verkaufs-Schwierigkeiten Geplagten, klar formulierte Anregung zu bieten. Es sind in der Broschüre bemerkenswerte Gedanken enthalten, denen nachzugehen sich zweifellos lohnt — eben, weil sie auf eigene neue Ideen führen können. Instruktive Beispiele aus dem Ausland zeigen, daß wir unsere Blicke in Dingen des Verkaufs und der Werbung gerade heute getrost über die Landesgrenzen hinaus richten dürfen.

Diese aktuelle Broschüre gibt unzählige Anregungen für die Planung der Werbung und des Verkaufs in dieser und der kommenden Zeit. Sie gehört in die Hand jedes Kaufmanns, dem die Entwicklung seiner Absatzorganisation nicht gleichgültig ist.

Die Technik im Dienste der Polizei. Von S. Fritz. Preis Fr. 1.—. Verlag Neuheiten und Erfindungen, Bern. — Von den technischen Hilfsmitteln der Schweizer Polizeibehörden vernimmt man in der Regel nicht allzuviel. Es wäre indes verfehlt, aus der Publizitätszurückhaltung auf eine Rückständigkeit der Ausrüstung schließen zu wollen. Mit welchen modernen technischen Mitteln unsere Polizeibehörden ausgerüstet sind und wieviel kriminalistischen Scharfsinn es bei der Verbrechensbekämpfung bedarf, das schildert uns der Verfasser in überaus spannender und aufschlußreicher Weise in der vorliegenden empfehlenswerten Schrift.

Wir wollen eine Marke schaffen. Von Jr. Glaßmann. Preis Fr. 1.50. Verlag Neuheiten und Erfindungen, Bern. — Während jeder Meyer und jeder Keller seinen Sprößling Conrad Ferdinand oder Gottfried nennen kann, sind die Markennamen der Waren von gesetzeswegen auf einen Träger beschränkt. Jeder Fabrikant und Kaufmann hat das Bestreben, seine gute und erstklassige Ware zu einer Markenware zu machen und dadurch das Vertrauen und die Anhänglichkeit des kaufenden Publikums zu gewinnen. Wie bei der Schaffung und Einführung einer Marke vorgegangen werden muß, darüber gibt der Verfasser der vorliegenden Schrift aus zwölf Jahren Praxis in verschiedenen Ländern sehr nützliche und vorteilhafte Winke.

KLEINE ZEITUNG

Gegenwart und Zukunft der industriellen Wirtschaftswerbung. Mit der gegenwärtigen Lage und der kommenden Entwicklung der deutschen Werbung im In- und Ausland beschäftigte sich der Ausschuß für industrielle Wirtschaftswerbung bei der Reichsgruppe Industrie in einer Tagung, an der Vertreter des Reichswirtschaftsministeriums, des Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda und des Werberats der deutschen Wirtschaft teilnahmen.

Der Vorsitzende, Dr. Georg v. Schnitzler (Frankfurt/Main), führte einleitend aus, daß die Lage der Wirtschaftswerbung gegenüber der Zeit kurz nach Kriegsausbruch sich wesentlich geändert habe. Damals sei vielfach ein Werbestop eingetreten, dem die Wirtschaftsführung mit Erfolg entgegenwirkte. Heute werden die immer noch werbefreudigen Schichten der Wirtschaft durch Herstellungsverbote und Produktionsverlagerungen, durch Beschränkungen der Verkaufsmöglichkeiten und schließlich durch Papierverknappung und Werbeverbote in ihren Werbemöglichkeiten stark beschränkt. Die Gestalter der heute vielfach von der Absatzwerbung auf andere Werbearten umgestellten Werbung müßten sich der auf ihnen ruhenden Verantwortung stärker bewußt werden. Der Auslandswerbung wie der künftigen Werbung überhaupt werden nach Kriegsende zweifellos große Aufgaben gestellt werden.

Als erster Hauptredner sprach Reinhold Krause (Berlin). Nach einem Ueberblick über die bestehenden Werbebeschränkungen bekannte er sich vor allen Dingen zur Werbung in der Form volkswirtschaftlicher Aufklärung: Aufklärung über Qualitätsveränderungen, über die Mangellagen, über sparsamen Verbrauch usw. Die Kriegswerbung hat sich mehr und mehr dem Thema Marktpflege zugewandt. Für die Zeit nach dem Kriege muß die Werbung ihre Themen aus der Synthese zwischen staatlicher Direktive und unternehmerischer Exekutive herholen; sie muß den Gesetzen der Rationalisierung und der Menschenökonomie in Industrie und Handel folgen. Die Werbung wird ein noch wichtigeres Verkaufsmittel sein, als vor dem Kriege und sie wird in ihrer Qualität der Vorkriegswerbung noch überlegen sein. Insonderheit wird die farbige Darstellung eine große Rolle spielen.

Als zweiter Redner sprach der Geschäftsführer im Werberat der deutschen Wirtschaft, Diplom-Volkswirt Herbert Grau, über das Thema Auslandswerbung. Der Redner wandte sich gegen die in manchen Kreisen vertretene Auffassung, daß unter den heutigen durch den Krieg bedingten Verhältnissen, wie Warenmangel, straffe Reglementierung des zwischenstaatlichen Warenverkehrs durch Handelsverträge usw., eine intensive Auslandswerbung nicht vertretbar wäre. Er betonte, daß über eine an sich notwendige Erinnerungswerbung zur Pflege der Beziehungen mit der alten Kundschaft hinaus gerade im Kriege intensive Wirtschaftspropaganda notwendig sei. Auf die einzelnen Werbemittel und -methoden näher eingehend, zeigte der Vortragende die bisherigen positiven Leistungen, aber auch die bisher gemachten Fehler und damit die Forderungen auf, die sich hieraus für die Zukunft ergeben.

Ausfall der Lyoner Frühjahrsmesse. Die Lyoner Internationale Mustermesse, veranstaltet vom Comité de la Foire Internationale de Lyon, die für März vorgesehen war, fällt aus. Sie wird wahrscheinlich erst im Herbst stattfinden.

Briefkasten der Schriftleitung. Zum Thema „Praktische Ueberlegungen bei der Ausarbeitung neuer Bindungen" ist uns von einem „alten Musterspezialist" noch ein Beitrag zugegangen. Auch „Praktikus" meldete sich nochmals. Wir mußten beide Arbeiten infolge Raummangels zurückstellen, werden aber, da dieses Thema anscheinend weitere Leserkreise interessiert, darauf zurückkommen.

Fragen und Antworten. Es ist folgende Frage an uns gerichtet worden: Ist es möglich, auf einem Wechselstuhl ein Hohlgewebe herzustellen, das auf einer Seite zwei getrennte Enden hat, also nachher, beim Wegnehmen vom Stuhl, ein einfaches Gewebe mit zwei festen Enden ist? Mit Lancierstühlen, also ein Schuß fürs obere und ein Schuß fürs untere Fach, ist es nach meiner Ansicht möglich, aber mit einem zwangsläufigen Wechselstuhl sind meine ganzen Versuche fehlgeschlagen. Wissen Sie mir Rat?

Wir stellen die Frage zur Diskussion. Wer meldet sich?

Die Schriftleitung.