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

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 63 (1956)

Heft: 11

Rubrik: Jubiläen

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

Jubiläen

100 Jahre Blattmann & Co., Stärkefabrik, Wädenswil. — Vor hundert Jahren beschloß ein junger Wädenswiler *Lehrer,* names Heinrich Blattmann, den Lehrerberuf aufzugeben und Fabrikant zu werden. Er kaufte die Gebäude zum «Grünenberg» in Wädenswil, in welchen seit Jahrzehnten, allerdings ohne Erfolg, Stärke, Phosphor-Zündhölzchen und Wichse fabriziert worden waren. Er gab, wie wir der «Zürichsee-Zeitung» entnehmen, die Fabrikation der Phosphor-Zündhölzchen und später auch der Wichse auf und konzentrierte sich auf die Herstellung von Stärke. Schon nach wenigen Jahrzehnten gelang es ihm, seinen Kundenkreis zu erweitern und zu einem geschätzten Lieferanten namhafter Textilveredlungsfirmen der ganzen Ostschweiz zu werden. Er starb 1893, und sein Geschäft ging an Heinrich Blattmann-Ziegler über. Zuerst verlegte dieser die Mais- und Hafermühle nach Samstagern, dann nahm er die Fabrikation von Dextrinen und Pflanzenleimen auf. 1911 pachtete die Firma die Stärkefabrik von Oskar Neher in Mels. 1932 wurde die Fabrikation von Glukose aufgenommen und 1935 wurde die Reisraffinerie in Thalwil gekauft. Er starb 1939.

Nach seinem Tode trat die dritte Generation ans Werk. In den Jahren 1941 bis 1945 wurde im Versuchslaboratorium ein neues Verfahren zur Herstellung von Stärkeprodukten aller Abbaugrade entwickelt; es wurde eine Reihe von *neuen Stärke-Derivaten* geschaffen, die in der Textil-, Papier-, Klebstoff- und Lebensmittelindustrie Eingang fanden. Das «Noredux»-Verfahren wurde in vielen Staaten patentiert; es wird in Frankreich, Belgien, Deutschland, England, Italien und Amerika in Lizenz ausgewertet. Aus dem kleinen bescheidenen Wichse- und Amelung-Fabriklein des Lehrers Heinrich Blattmann ist ein weltbekanntes Unternehmen geworden.

Wir gratulieren der Firma Blattmann & Co. zum Jubiläum und wünschen ihr für das angetretene zweite Jahrhundert eine weitere gedeihliche Entwicklung.

75 Jahre Stamm & Co., Eglisau. — Im Zürcher Unterland feierte im letzten Monat die für ihre Blachen und wasserdichten Gewebe weit über die Grenzen unseres Landes hinaus bekannte Firma Stamm & Co., Eglisau, das Jubiläum ihrer vor 75 Jahren erfolgten Gründung.

Als sich Wilhelm Stamm im Herbst 1881 selbständig machte, stellte er seine wasserdichten Blachen und Ueberzüge in höchst einfacher Art her. Der Stoff wurde auf langen Holzrahmen eingespannt, die Streichmasse mit einer Schöpfkelle darauf ausgebreitet und dann von Hand mit einem langen Spachtel verteilt. Nachher wurde mit Bimsstein die Sache glattgestrichen, so daß sich schließlich eine feine Oberfläche ergab. Selbstverständlich wurde damals auch die aus Kreide, Farbe und Leinöl bestehende Streichmasse in großen Kübeln von Hand gemischt und geknetet. Es brauchte die ganze Energie und den zähen Willen des Gründers, sich mit seiner einfachen handwerklichen Arbeitsweise durchzusetzen und sich gegenüber der schon damals mit Maschinen arbeitenden Konkurrenz in Deutschland und England behaupten zu können. Aber es gelang ihm. Drei Jahrzehnte später errichteten dann seine beiden Söhne — der Vater war inzwischen gestorben — ein größeres Fabrikgebäude und vom einstigen handwerklichen Betrieb erfolgte der Uebergang zur maschinellen Imprägnierung der Stoffe. Einige Jahre später wurde schon wieder gebaut und bei der Station Hüntwangen eine moderne Wachstuchfabrik eingerichtet und dabei auch das Arbeitsprogramm mehr und mehr ausgedehnt. Eines der erfolgreichsten Erzeugnisse ist das bekannte Helvetia-Meßband und eines der neuesten Produkte das «Stamoid»-Plasticleder, ein Gewebe mit einem soliden Kunststoffüberzug, der sich vortrefflich bewährt hat und der heute bei modernen Polstermöbeln, bei der Auskleidung von Autos und Eisenbahnwagen und auch für Wandbespannungen eine große Rolle spielt.

Das umfangreich gewordene Produktionsprogramm bedingte fortwährende An- und Neubauten und entsprechende Fertigungseinrichtungen. Der einstigen Blachenweberei wurde eine Bandweberei für die Meßbandfabrikation angegliedert und im eigenen Färberei- und Ausrüstungsbetrieb werden die Gewebe veredelt. In einer großen mechanischen Werkstätte werden die erforderlichen Spezialmaschinen für den Betrieb hergestellt.

Aus der einstigen einfachen Werkstatt des Gründers ist längst ein weltbekanntes Unternehmen geworden, das heute rund 300 Arbeiter und Angestellte und noch etwa 40 Heimarbeiterinnen beschäftigt. An der Spitze der Firma steht seit 45 Jahren Max Stamm. Mit seinem verstorbenen Bruder Willi und einer treuen Schar tüchtiger Mitarbeiter hat er das vom Vater begonnene Werk ausgebaut und unermüdlich gefördert. Nun arbeitet schon die dritte Generation mit Freude und Begeisterung mit.

Wir gratulieren der Firma Stamm & Co. und wünschen ihr eine weitere gedeihliche Entwicklung.

Vor 40 Jahren ... Zur Jubiläums-Schweizer-Woche 1956. — Nach ungeschriebenem Gesetz feiern die Menschen ihre Gedenktage alle 25 Jahre. Nur in der Ehe — warum wohl? — legen sie weiter oben noch Zwischenjubiläen ein. Auch die Schweizer Woche will daran erinnern, daß vierzig Jahre ins Land gegangen sind, seitdem ihre Wegbereiter zum erstenmal mit einem damals neuartigen Gedanken vor die schweizerische Oeffentlichkeit traten: Der gesamte Detailhandel unseres Landes möge sich verpflichten, einmal im Jahr während einer Woche (später zweier) ausschließlich Erzeugnisse schweizerischen Ursprungs in seinen Schaufenstern auszustellen.

Auch die Idee eines Schaufenster-Plakates war damals absolut neu. Das mag bei der heutigen fast ununterbrochenen Inanspruchnahme der Ladenfenster mit allen möglichen Ankündigungen verwunderlich erscheinen. Es ist aber doch so: Das Schweizer-Woche-Plakätchen sollte bezeugen, daß die damit ausgestellten Waren Schweizer Produkte seien (ein Armbrust-Ursprungszeichen gab es dannzumal noch nicht). Gleichzeitig war das Plakat offizieller Teilnehmerausweis und Verpflichtungsschein zur Einhaltung aller Bedingungen.

Eine Art Landesausstellung, in die Detailgeschäfte verlegt, wollte man durchführen, um dem letzten Käufer in augenfälliger Weise und bis ins Dorf hinaus zu zeigen, was schweizerische Tüchtigkeit zu leisten vermag. Daß man gerade auf das Schaufenster als Ausstellungsraum und -rahmen verfiel, hatte seine wohlerwogenen Gründe: Der gute Geschäftsmann wußte und weiß, daß die anziehend dekorierte Schaufensterauslage seine allerbeste Verkäuferin ist. So sollte die Beteiligung der Detaillisten an der Schweizer Woche kein Müssen sein, man wollte ihnen vielmehr ein neues, das nationale Argument an die Hand geben, um damit auch einen Verkaufserfolg zu erzielen.

Die erste Schweizer Woche war als Versuch gedacht. Als aber an jenem 27. Oktober 1917 an die 20 500 Schaufenster zu Stadt und Land im Schmuck der Schweizerfarben dastanden und das schlichte Schweizer-Woche-Plakat zum Bewundern und zum Kaufen einlud, war der Erfolg offensichtlich, und wenig später entschlossen sich die verantwortlichen Organe, die Kundgebung alle Jahre zu wiederholen.

So ist es geblieben, und man darf hoffen und erwarten, daß uns die Schweizer Woche auch in Zukunft jedes Jahr zur Besinnung auf Selbsterreichtes und Selbsterrungenes aufrufen werde.