Vereins-Nachrichten

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **33 (1926)**

Heft 11

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

der Reklamefachleute in den Vereinigten Staaten sehr leicht verpuffen, weil bei der hohen Begabung für Schaufensterreklame der eine dem andern derartig schnell jeden neuen Trick absieht, daß man ständig auf der Jagd nach neuen Einfällen sich befindet, denn eine auserlesene Schaufensterdekoration ist jenseits des großen Wassers schon etwas so Alltägliches geworden, daß ihre Zugkraft erlahmt ist. Ein großes Modewarenhaus in New-York, die Firma Friars and Sons stellte ihren berühmten Reklamechef Stokvis vor die Alternative entweder etwas ganz Außergewöhnliches auszusinnen oder sich eine andere Stellung zu suchen. Stokvis sann nach und kam dabei zu dem Ergebnis, daß eine Trauung im Schaufenster von Friars and Sons sicher die größte Anziehungskraft auf die breiten Massen ausüben würde. Wenn ja auch die Einnahmen in den Vereinigten Staaten verhältnismäßig hohe sind, gibt es noch immer eine große Anzahl von jungen Leuten, welche gern heiraten möchten, ohne die Mittel hierzu zu besitzen. Stokvis brauchte also nicht lange zu suchen, bis er ein junges Paar gefunden hatte, welches bereit war, sich im Schaufenster des Warenhauses trauen zu lassen. Er versprach hierfür den jungen Leuten eine vollständige Dreizimmerwohnung und der Braut noch ein wunderbares Hochzeitskleid, nebst einer kompletten, eleganten Wäscheausstattung als Gegenwert für die Schaufenstertrauung. Für das junge Paar bedeutete dieses Angebot ein direkt glänzendes Geschenk. Mit Leichtigkeit wurde ein Pfarrer gewonnen, der infolge ungewöhnlich hohem Honorar nicht nur sich zur Trauung hergab, sondern auch versprach, die Trauungszeremonie recht lange auszudehnen. Kaum hatte das Brautpaar und der Pfarrer zugesagt, als Friars and Sons sofort in allen Blättern New-Yorks Riesenin serate erscheinen ließen, in denen Tag und Stunde der Trauung im Schaufenster verkündet wurde und die Leserinnen noch besonders auf das herrliche Hochzeitskleid der Braut aufmerksam gemacht wurden. Den ständigen Kunden der Firma wurden besondere Plätze im Innern des Warenhauses reserviert, von denen auch sie die ganze Feierlichkeit bewundern konnten und die übrige Masse sah sich die Zeremonie von der Straße aus an. Der große Tag kam und es entstand ein Gedränge, wie es sich selbst der Firmeninhaber und sein Reklamechef nicht vorgestellt hatten. Die ganze Umgebung des Modehauses war von einer dichten Menschenmenge umlagert, welche das junge Brautpaar bei ihrer Trauung im Schaufenster begaffen wollte. Der Geistliche hielt Wort und dehnte die Predigt unheimlich lange aus, sodaß das Publikum auf seine Rechnung kam. Am nächsten Tage brachten alle Zeitungen lange Beschreibungen dieser eigenartigen Trauung und Friars and Sons hatten hundertfach ihre Kosten für die Brautausstattung, Geistlichen und Zeitungsinserate wieder herausgebracht. Dieser Vorgang beweist, daß man scheinbar mit geschmackvoller Reklame dort drüben nicht mehr gut weiter kommt, denn sonst würde man nicht auf solche Exzentritäten zu verfallen brauchen. Prof. L. Neuberger.

Der falsche Spiegel und die schlanke Linie. Der in Paris aufgekommene Trick, in einem Modengeschäft einer Kundin, deren Körperformen der heutigen Vorliebe für die schlanke Linie widerstreben, mittelst eines konvex geschliffenen Spiegels eine weniger gedrungene Figur vorzutäuschen, um sie so zum Ankauf eines sie angeblich gut kleidenden Kostüms zu veranlassen, hat dort zu einer Gerichtsverhandlung geführt, zu der sich ein zahlreiches und in seinen Erwartungen auch nicht getäuschtes Publikum einfand. Die Anklage ging gegen die Besitzerin eines Modengeschäftes, Suzanne Béraut, und lautete auf Betrug, und sie rührte von einer Dame her, die im Gegensatz zu andern nach der Entdeckung, daß sie eigentlich doch nicht so schlank war, wie man ihr hatte weismachen wollen, es nicht über sich brachte, beschämt zu schweigen, sondern ihre Erfahrung auch auf die Gefahr hin, Schadenfreude hervorzurufen, weiter erzählte; da erfuhr sie, daß es noch viele Genarrte gab, und sie notierte sie sämtlich, um sie dann vor Gericht als Zeugen zitieren zu können. Der Richter hatte offenbar eine gewaltige Freude an diesem nicht alltäglichen Fall, und seine Sympathie neigte sich deutlich auf die Seite der Beklagten, deren geschäftlicher Scharfsinn auf Kosten der lieben Eitelkeit ihm imponierte. Zum großen Gaudium der Zuhörer ließ er dann eine der dicken Zeuginnen nach der andern vortreten, sodaß man sich ein Urteil darüber bilden konnte, wie sehr sie Anlaß hatten, sich ein schlankeres Aussehen zu wünschen. Schließlich kam die schlaue Suzanne mit der zweifellos sehr milden Geldstrafe von 200 Franken davon, und sie konnte den Ausruf nicht unterdrücken: „So viel ist mir die Reklame immer wert!"

Vereins-Nachrichten

V. e. S. Z. und A. d. S.

Offene Stellen.

48) Große Seidenweberei in Lyon sucht tüchtigen Praktiker als Obermeister für die Jacquardweberei. Derselbe muß mit den Honeggerstühlen, 4—7schifflig, und Verdolmaschinen gründlich vertraut sein. Gute Vorkenntnisse der franz. Sprache notwendig.

49) Baumwollbuntweberei in der Ostschweiz sucht zu baldigem Eintritt tüchtigen Webereitechniker mit gründlicher Erfahrung in der Buntweberei, hauptsächlich grobe Artikel.

50) Große Seidenweberei sucht selbständ. Muster-Disponenten. Bewerber müssen absolut für schöpferische Tätigkeit befähigt sein. Für tüchtigen Mann aussichtsreiche, gutbezahlte Stellung.

51) Seidenfirma in Zürich sucht jüngeren Disponenten mit guter praktischer Erfahrung, sowie einen jungen, flinken Patroneur.

Stellen-Gesuche.

76) Tüchtiger Webereifachmann, selbständiger technischer Leiter einer Bandweberei, guter Disponent, sucht anderweitig Stellung in Seidenstoffweberei als Betriebsleiter oder Obermeister.

77) Junger Mann, ehem. Seidenwebschüler, mit mehrjähriger Praxis in großem Rohseidenhaus, gründlich vertraut mit allen Büroarbeiten, Spedition und Zollwesen usw., perfekt engl. in Wort und Schrift und guten Kenntnissen der franz. Sprache, sucht Dauerstellung als Angestellter für Fabrikbüro oder für den Verkauf.

78) Webereitechniker mit Fachschulbildung, bisheriger Tätigkeit als Disponent, Webermeister und zurzeit selbständiger Leiter einer kleinen Weberei, sucht (infolge Liquidation der Firma) baldmöglichst anderweitig Stellung als Disponent, Obermeister oder Webermeister.

Zur gefl. Beachtung. Alle Zuschriften betr. Stellenvermittlungsdienst sind an Rob. Honold, Friedheimstr. 14, Oerlikon b. Zürich zu richten.

Bewerbungen für die offenen Stellen müssen in verschlossenem Separatkuwert eingereicht werden. — Die erfolgte Annahme einer Stelle ist umgehend mitzuteilen.

Gebühren für die Stellenvermittlung. Einschreibgebühr: Bei Einreichung einer Anmeldung oder Offerte Fr. 2.— (kann in Briefmarken übermittelt werden.) Vermittlungsgebühr: Nach effektiv erfolgter Vermittlung einer Stelle 5% vom ersten Monatsgehalt. (Zahlungen in der Schweiz können portofrei auf Postcheck-Konto „Verein ehem. Seidenwebschüler Zürich und A. d. S." VIII/7280 Zürich, gemacht werden. Für nach dem Auslande vermittelte Stellen ist der entsprechende Betrag durch Postanweisung oder in Banknoten zu übersenden.)

Die Vermittlung erfolgt nur für Mitglieder. Neueintretende, welche den Stellenvermittlungsdienst beanspruchen wollen, haben nebst der Einschreibgebühr den fälligen Halbjahresbeitrag von Fr. 6.— zu entrichten.

Adreßänderungen sind jeweils umgehend, mit Angabe der bisherigen Adresse, auch an die Administration der „Mitteilungen über Textil-Industrie", Zürich 1, Mühlegasse 9, mitzuteilen.

Monatszusammenkunft. Die November-Zusammenkunft findet am 8. ds., wie gewohnt im Restaurant „Strohhof" statt. Freundliche Einladung zu reger Beteiligung.

Redaktionskommission:
Rob. Honold, Dr. Th. Niggli, Dr. Fr. Stingelin, A. Frohmader.