Kleine Zeitung

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **36 (1929)**

Heft 12

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

Weidmann Holding Aktiengesellschaft seit 2. November 1929 im Handelsregister eingetragen ist.

Unter der Firma **Färberei Weidmann Aktiengesellschaft,** hat sich, mit Sitz in Thalwil und mit Zweigniederlassung in Horgen, am 15. Oktober 1929 eine Aktiengesellschaft von unbeschränkter Dauer gebildet. Ihr Zweck ist der Betrieb einer Färberei mit Fabrikation chemischer Produkte, sowie die Tätigung aller damit zusammenhängenden Geschäfte. Das Aktienkapital der Gesellschaft beträgt Fr. 1,000,000. Die Gesellschaft wählte ihre Firma zu Ehren des am 5. Mai 1842 geborenen und am 15. September 1928 verstorbenen August Weidmann-Züst, dem Begründer dieses von ihr zu übernehmenden Geschäftes. Die Gesellschaft erwirbt von der Firma „Weidmann Holding Aktiengesellschaft" in Zug gemäß Uebernahmsvertrag vom 15. Oktober 1929 deren Färbereibetriebe in Thalwil und Horgen mit Rückwirkung auf 1. Juli 1929 gemäß Bilanz vom 30. Juni 1929. Offizielles Publikationsorgan der Gesellschaft ist das Schweizerische Handelsamtsblatt. Der aus mindestens zwei Mitgliedern bestehende Verwaltungsrat vertritt die Gesellschaft nach außen. Der Verwaltungsrat besteht zurzeit aus: Dr. Wilhelm Dürsteler, Chemiker, von Grüningen, in Thalwil, Präsident und Delegierter; Georg Schwyzer, Industrieller, von und in Zürich, Vizepräsident, und Georg Schläpfer, Kaufmann, von und in Zürich. Der Präsident und Delegierte des Verwaltungsrates Dr. Wilhelm Dürsteler führt Einzelunterschrift. Einzelprokura ist erteilt an Fritz W. Kronauer, von Winterthur, in Thalwil, und Kollektivprokura an Jakob Bächer, von Oberlunkhofen, in Thalwil, und an Ernst Pfister, von und in Thalwil. Geschäftslokale: in Thalwil an der Seestraße und in Horgen im Seehaus.

KLEINE ZEITUNG

Gerichtliche Entscheide inbezug auf Mischgewebe. Das Handelsgericht von Lyon hatte sich kürzlich mit zwei Fällen zu befassen, die sich auf zur Ausfuhr bestimmte halbseidene Gewebe bezogen. Im einen Falle hatte eine Pariser Exportfirma Gewebe aus Seide und Baumwolle zur Ausfuhr nach Argentinien gekauft. Das Verhältnis des Rohstoffes war in der Auftragsbestätigung ausdrücklich vorgeschrieben und der Fabrikant in Lyon mußte die Ware direkt nach Buenos-Aires senden. Die argentinische Behörde stellte alsdann fest, daß Seide in einem größeren Verhältnis enthalten sei, als in der Faktura angegeben war. Die Folge war eine hohe Zollbuße. Das Lyoner Handelsgericht, an das die Pariser Firma gelangte, hat den Fabrikanten verantwortlich erklärt und ihn zur Zahlung der Buße verurteilt.

Im zweiten Falle handelte es sich ebenfalls um ein Gewebe, dessen Verhältnis von Seide zu Baumwolle in der Bestellung festgelegt war; der Fabrikant hatte jedoch keine Kenntnis vom Bestimmungsort der Ware. Das Handelsgericht hat einerseits die Unterlassung des Käufers, bei Vertragsabschluß den Fabrikanten vom Bestimmungsort der Ware und seiner allfälligen Verantwortlichkeit den Zollbehörden gegenüber in Kenntnis zu setzen, als groben Fehler bezeichnet und ferner erklärt, daß es Pflicht des Käufers gewesen wäre, die Zusammensetzung des Gewebes vor dessen Absendung zu untersuchen. Anderseits wurde die Tatsache, daß der Fabrikant sich nicht genau an die im Vertrag vorgeschriebene Zusammensetzung des Gewebes gehalten habe, als leichter Fehler bezeichnet, mit Rücksicht darauf, daß ihm die Bestimmung der Ware nicht bekannt war und daß die Fabrikation von solchen Geweben im Hinblick auf die Natur des Rohmaterials, mit besondern Schwierigkeiten verbunden ist, Die Verantwortlichkeit wurde infolgedessen vom Gericht in der Weise verteilt, daß der Käufer zur Uebernahme von 85 Prozent und der Fabrikant zur Tragung von 15 Prozent der in Frage kommenden Zollbuße verurteilt wurde.

LITERATUR

„Verhandlungstechnik" (200 Ratschläge über die Kunst, mit Erfolg zu verhandeln) von Paul Wallfisch-Roulin. Verlag für Wirtschaft und Verkehr, Stuttgart, Pfizerstr. 20 und Wien I, Heßgasse 7. Achte bedeutend erweiterte und verbesserte Auflage. 373 Seiten auf holzfreiem Papier. In Ballonleinen gebunden. Preis RM. 12.—.

Es ist für den Praktiker von hohem Reiz, die Technik seiner Verhandlungsmethoden, die er sich in vielen Besprechungen, Konferenzen, Versammlungen usw. angeeignet hat, zusammengefaßt und geordnet niedergelegt zu finden, und in diesem Buche seine Methoden teils anerkannt zu sehen, teils manche neue Erfahrung daraus kennen zu lernen. Daher ist auch der ungewöhnliche Erfolg der „Verhandlungstechnik" verständlich, von der in drei Jahren sieben starke Auflagen verkauft wurden. Die vorliegende achte Auflage hat der Verfasser erheblich erweitert und nach den Erfahrungen der letzten Jahre aus den Aeußerungen der Leser völlig umgearbeitet.

Ebenso wie in seinen im gleichen Verlag erschienenen Büchern „Menschenbehandlung" (200 Richtlinien der Kunst, sich zu den Mitmenschen richtig einzustellen) und „Entscheidungstechnik" (100 Regeln zur Gewinnung der richtigen Flüssigkeit bei Entscheidungen) hat der Verfasser, ein alter Praktiker aus dem Kaufmannsstande, den spröden Stoff in anregender Sprache und übersichtlicher Gliederung gemeistert. Alle für den Mann des praktischen Lebens wichtigen Situationen sind erschöpfend behandelt. Das Buch ist ein wichtiges Hilfsmittel für den persönlichen Erfolg im täglichen Erwerbsleben. Den Unerfahrenen schützt es vor Uebervorteilung und zeigt auch dem Erfahrenen noch viel Neues. Es gehört zum Rüstzeug derjenigen, die verdienen wollen.

„Verkaufspraxis", die neuartige Zeitschrift für Umsatzsteigerung durch neuzeitliche Verkaufserfahrungen und -Systeme aus aller Welt. Herausgegeben von Victor Vogt im Verlag für Wirtschaft und Verkehr, Stuttgart, Pfizerstr. 20, und Wien I, Heßgasse 7. Monatlich ein Heft von 64 Seiten auf Naturkunstdruckpapier mit wechselndem Umschlagbild, Vierteljahresabonnement (3 Hefte) RM. 6.—.

Vor Jahren wurde die Welt der Geschäftsleute durch eine in Amerika durchgeführte Untersuchung über Verschwendung in der Industrie („Waste in industry") alarmiert. Man prüfte nach, stellte seine Sünden fest, ging in sich und reformierte — an vielen Stellen recht erfolgreich.

Die Verschwendung in der Industrie ist indessen nicht so schwerwiegend, wie die Verschwendung im Verkauf; denn heute ist Verkauf das Primäre, und die gesamte Erzeugung ist schließlich von der Nachfrage des Marktes abhängig, die der Verkauf hervorzurufen vermag.

Es wird im Verkauf verschwendet. Und wie! Nur hört man kaum davon. Ueberall wird von Verkaufserfolgen gesprochen, ihr Verhältnis zu den Verkaufsmißerfolgen dagegen schamhaft verschwiegen. Wer Augen hat und sehen kann, dem wird es nicht schwer fallen, Verschwendungsmerkmale in den Verkaufsmaßnahmen sehr vieler Firmen festzustellen. Ungezählte Millionen werden jährlich für Reklamezwecke ausgegeben, ohne gründliche Voruntersuchung der Verkaufsmöglichkeiten! Wie viele Firmen haben z. B. für ihre Verkaufsorganisation ein verkehrtes System gewählt, das ihnen am Mark zehrt? Sogar bis in die Kreise der Verbraucher ist die Erkenntnis von der „Verschwendung im Handel" schon gedrungen.

Es ist also höchste Zeit, den Verkauf jeder Art nicht mehr nach veralteten Faustregeln zu betreiben, sondern man muß endlich frische Ideen für den Verkauf erlangen, in die Erfahrungen und die Grundsätze anderer erfolgreicher Geschäftsleute hineinsehen, wissen, wie das erfolgreiche Ausland seine großen Umsätze erzielt, um daraus unerschöpfliche Anregungen zu gewinnen.