

Zeitschrift: Neujahrsblatt / Gesellschaft für das Gute und Gemeinnützige Basel
Band: 156 (1978)

Artikel: Wie Basel zu Warenhäusern kam
Kapitel: Die auswärtige Propaganda in der Basler Presse
Autor: Vögelin, Hans Adolf
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1006850>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.10.2024

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

Die Abzahlungsgeschäfte wurden deshalb nicht nur von der übrigen Geschäftswelt, sondern auch von Politikern rechter und linker Richtung mit durchaus glaubwürdigen Argumenten immer wieder bekämpft. Noch am 9. Januar 1944 schrieb der sozialdemokratische Ständerat und Regierungsrat Gustav Wenk für eine bürgerliche BKG-LIGA-Aufklärungsaktion in der «National-Zeitung»: «Ich verfolge die Praktiken, die im Abzahlungsgeschäft überhandnehmen, seit langem mit großer Besorgnis und trete nach wie vor dafür ein, daß durch gesetzgeberische Maßnahmen eine wirksame Regulierung geschaffen wird.» Damit traf er wohl die richtige Mitte. Er wußte, daß es zwischen 1881 und 1944 viel zu viele junge Leute gegeben hatte, die ohne Abzahlungsgeschäft nicht hätten heiraten können, und er kannte alle Mißbräuche ebenso genau, was man in der Zeit der Hochkonjunktur vielleicht allzu rasch vergaß.

Nach dem Zweiten Weltkrieg verloren Abzahlungsfirmen, die sich ausdrücklich als solche bezeichneten, bald an Aktualität, aber das Problem des Abzahlungsverkaufs wurde keineswegs gelöst. 1938 nahm die Basler Filiale der AKO, d. h. Angestellten-Kredit-Organisation AG, im Gebäude Marktplatz 18 den Betrieb auf. Sie versprach Kleinkredite ohne Wucherzins; im März 1967 zog sie ins Haus Freie Straße 17. Die Banken ganz allgemein boten nun ebenfalls günstige Geldbeschaffungsmöglichkeiten an. Weiter ist anzunehmen, daß sich viele Firmen zu Teilzahlungsverträgen bereitklärten, ohne dies in Inseraten auszuposaunen. Daß es auch heute Mißbräuche gibt, weiß jeder, der die Gerichtsurteile verfolgt oder einen Lohnpfändungsbeamten fragt, ob er viel zu tun habe.

7. Die auswärtige Propaganda in der Basler Presse

Auswärtige Verkaufsfirmen warben mit Inseraten bereits um die Gunst der Basler, als Christoph von Christoph Burckhardts Quincaillerie (s. Kap. 1) noch das einzige große Geschäft in unserer Stadt war. Am lautesten wurde die auswärtige Werbetrommel jedoch zwischen 1880 und dem Ersten Weltkrieg gerührt. Handwerker, Gärtner oder auch ein Weinhändler der elsäßischen oder badischen Nachbarschaft hatten schon vor der Französischen Revolution in den «Basler Wöchentlichen Nachrichten» inseriert, nicht aber Verkaufsgeschäfte.

Dies änderte sich nach der Eröffnung des Teilstücks St-Louis–Basel der Elsäßerbahn im Sommer 1844. Am 11. Mai 1845 erschien im «Intelligenzblatt» ein Inserat betreffend ein neues großes Herrenkonfektionsmagazin

im Hause des Herrn Dudenhöffer bei der Eisenbahnstation in St-Louis: A. Carette, Kleiderhändler in Paris, «hat die Ehre, hiemit anzuzeigen, daß er seine Vorfahren, die nur kurze Zeit hier verweilten, nicht nachahmen wird, sondern daß er sich hier festsetzt und demnach Allem aufbieten wird, um die Personen, welche ihn mit ihrem Zutrauen beehren wollen, in jeder Hinsicht zufrieden zu stellen und sich immer mehr und mehr ihres Wohlwollens würdig zu zeigen». Bereits am 25. März 1846 inserierte ein zweites Magazin in St-Louis. Es nannte sich «Zur Stadt Paris», gehörte der Witwe Chiappini und hatte sich im Gasthaus zur Sonne niedergelassen. Die Witwe verkaufte bald Textilien, bald Schuhe. Das Zauberwort Paris spielte in der Textilwarenbranche des 19. Jahrhunderts eine ganz besonders wichtige Rolle; viele kleine Basler Geschäfte zeigten in der Zeitung eine Sendung aus der französischen Hauptstadt an oder gar eine Einkaufsreise mit dem Vermerk «de retour de Paris». Sogar als Preußen das Elsaß erobert hatte und Kaufleute aus dem deutschen Kaiserreich sich in der Schweiz niederzulassen begannen, verlor der Name Paris nichts von seiner Anziehungskraft.

Die erste Klage über auswärtige Konkurrenz in der Basler Presse dürfte wohl der Leitartikel im «Intelligenz-Blatt» vom 16. Juli 1846 sein. Darin wurde festgestellt, der Stadtrat habe den hiesigen Kornmarkt, der «durch Winkelmärkte in St-Louis und Birsfeld» bedroht gewesen sei, dank Herabsetzung der Gebühren attraktiver gestaltet. In der Tat stammen die ersten auswärtigen Inserate nach St-Louis aus Birsfelden. Am 30. März 1849 begann die mehrere Jahrzehnte dauernde Inseratenserie des «Strohhutlagers eigener Fabrikation» von J. Urech-Baumann, gegenüber dem Gasthaus zur Krone in Birsfelden. Vom September 1849 an inserierte ferner der Birsfelder Schuhhändler Emanuel Wilkens. Am 12. Februar 1850 folgte das Schuhwarengeschäft J. Glor-Zeller «auf dem Birsfeld». Im April 1851 dankte der Birsfelder Georg Brühlmann, welcher für Fleckenreinigung warb, für das seit mehreren Jahren geschenkte Vertrauen. Einen Monat später empfahl der dortige Brauer Heinrich Schneider seine Bierhefe. Diese Inserate, die mit Ausnahme der Strohhutspezialisten Urech, Diethelm und Kaspar Sutter nach einigen Jahren verschwanden, zeugen vom damaligen Wunsch, aus Birsfelden eine Konkurrenzstadt zu Basel zu machen, hatte doch der Baslerbieter Landrat am 22. April 1846, allerdings vergeblich, beschlossen, Basel-land nehme das Centralbahnprojekt nur an, wenn die Eisenbahnlinie, komme sie nun von Olten oder von Zürich, in Birsfelden aufhöre und nicht nach Basel geführt werde.

Mülhausen ist seit 1850 mit Inseraten vertreten; die Herrenkonfektionsfirma Peris-Weber, Sous les Arcades 15, begann zuerst, Basler Kundschaft anzulocken, meist mit einem französischen Text. Am 9. Dezember 1852

erschien das erste Inserat aus Hünningen: «M. Montavon, secrétaire de la mairie de la ville d'Huningue, a l'honneur de prévenir le public, qu'il vient d'ouvrir un magasin de draperies à côté de l'hôtel du corbeau. . . » Zahlreiche Inserate gaben Auskunft über kurzfristige Verkäufe in Gasthöfen von St-Louis oder Mülhausen.

Einen Schritt weiter ging die Pariser Firma «La maison des villes de France». Sie gab am 21. Oktober 1853 bekannt, sie habe bei Fäsch-Dünner auf dem Marktplatz in Basel ein Depot eingerichtet.

Bald gab es auch Depots anderer Firmen. Einen Monat später erfuhren die Basler von der Eröffnung des Straßburger Kleidermagazins «Aux villes de Suisse»; es bezeichnete sich als Filiale des an der rue Montmartre 131 in Paris befindlichen Hauptgeschäftes und wies darauf hin, daß weitere Filialen in Genf, Lausanne, Neuenburg, Zürich und Bern existierten. Am 11. April 1857 teilte sogar ein Warenhaus in Lyon den Baslern seine am 30. März erfolgte Eröffnung in einem halbseitigen Inserat mit und betonte seine für die damalige Zeit sicher außergewöhnliche Verkaufsfläche von 4500 m². Es hoffte, ins Versandgeschäft einzusteigen, indem es für Muster und Ware die Transportkosten übernahm. Die Pariser Firma «Au Petit Saint-Thomas» meldete sich erstmals am 5. Oktober 1863; sie versprach Portofreiheit ab Fr. 25.–. In einem späteren Inserat vom 9. April 1866 bezeichnete sie sich als ältestes Versandhaus für die Provinz mit über fünfzigjähriger Erfahrung.

Das große Werben begann jedoch erst recht, als Frankreich 1871 das Elsaß verloren hatte und die französischen Firmen offenbar befürchteten, bei uns in Vergessenheit zu geraten. In den «Basler Nachrichten» meldete sich am 15. Oktober 1872 zuerst «Pygmalion, großartigstes und bedeutendstes Magazin von Paris». Die berühmten «Magasins Au Bon Marché» von Aristide Boucicaud ließen ihr erstes Inserat in der gleichen Zeitung am 8. April 1875 erscheinen; auch hier wurde Portofreiheit von Fr. 25.– an versprochen. In deutscher Sprache empfahlen sich als billigstes Pariser Warenhaus mit Versand ins Ausland die «Großen Magazine zum Coin de Rue» am 18. Dezember 1875. Am regelmäßigsten erschienen die am 20. September einsetzenden Inserate der «Grands Magasins Au Printemps». Sie teilten in ihrer ersten Anzeige mit, sie hätten soeben in Basel ein Haus für den Weitertransport der Colis eingerichtet, und baten von da an stets, sämtliche Briefe trotzdem an Herrn Jaluzot, den obersten Chef in Paris, zu richten. Am 25. März 1877 folgten die «Grands Magasins Saint-Joseph»; sie gaben ebenfalls die Eröffnung eines Weiterversandhauses in Basel bekannt und versprachen als erste neben der Portofreiheit auch die Übernahme der Zollgebühren. Die Weiterversandhäuser waren deshalb praktisch, weil der Paketverkehr in Frankreich Sache der Eisenbahn, in der Schweiz aber Angelegen-



«Basler Nachrichten» Nr. 68, 11.3.1900
Paris



«National-Zeitung», Nr. 84, 8.4.1905
St. Ludwig i. E.

heit der Post war. Im Oktober 1877 erwähnten die Magazine Saint-Joseph ihren in deutscher und französischer Sprache abgefaßten illustrierten Katalog. Der Printemps-Katalog wurde erstmals am 14. April 1877 angezeigt; er war auch im Weiterleitungslokal, Centralbahnstraße 6, zu haben. Am 9. Mai 1879 stellte sich ein weiteres Pariser Magazin vor, das «Haus Pont-Neuf».

Sicher erzielten die Pariser Geschäfte mit ihren Inseraten, die auch in der «National-Zeitung» erschienen, nicht zu unterschätzende Erfolge. Dies bezeugt ein Artikel in den «Basler Nachrichten» vom 10. Januar 1880 mit der Überschrift «Neujahrswünsche eines Basler Handwerkers»; er enthält folgenden Abschnitt: «Die Vorliebe eines Teils unseres Publikums, alles mög-

liche in Paris zu beziehen, ist mehr eine Modesache als gerade ein besonderes Vorurteil gegen die Leistungen der einheimischen Handwerker. Viele Pariser Artikel können hier oft in den Magazinen gekauft werden, doch ein direkter Bezug, wenn er auch oft teurer ist, paßt besser. Die von Paris in alle Welt gesandten Kataloge und Preislisten üben einen weit größeren Einfluß aus als jede Bekehrung, zumal auf die Damenwelt.»

Am 10. Mai 1881 offerierte der «Printemps» nicht nur Waren, sondern auch Aktien; Jules Jaluzot & Cie versprachen 5% Zins mit Anspruch auf 50% Dividende des Reingewinns. 1883 wurde das Printemps-Wiederver sandlager ins Haus St. Alban-Anlage 3 verlegt, noch später an den Aeschen graben 14. Der Konkurrent «Au Bon Marché» bot keine finanzielle Mitbeteiligung an; am 25. März 1886 wies er nur auf Neubauten und die jetzt 10 000 m² übersteigende Verkaufsfläche hin. Die Hoffnung, die Kundschaft werde sich nicht nur des Versandgeschäftes bedienen, sondern auch eine Einkaufsreise nach Paris unternehmen, wurde in Inseraten gelegentlich angedeutet. Am 2. März 1889 gab Au Bon Marché bekannt, es ständen Dolmetscher aller Sprachen zur Verfügung.

Nur die «Grands Magasins du Louvre» hielten Zeitungspropaganda in Basel für überflüssig, sie beschränkten sich auf in Inseratform gehaltene Reklamationen, wenn ihr Name in Basel und Umgebung mißbraucht wurde; eine ist uns bereits bekannt. Nach dem Handelsvertrag von 1897 zwischen der Schweiz und Frankreich, in welchem unsere Zollansätze erhöht wurden, gingen die französischen Firmen dazu über, für Versand und Zoll einen Preisaufschlag von 5% zu berechnen. Die 1900 gegründete Basler Konsumgesellschaft (BKG, Anti-Consumverein), die anfänglich alles dem Basler Detailhandel drohende Unheil im ACV erblickte, forderte im dritten Jahresbericht das Publikum zusätzlich auf, die großen Warenhäuser in Paris und anderen Orten zu meiden. An der BKG-Jahresversammlung vom 19. November 1908 wurde gesagt, wenn die über zehn Millionen Franken, die Jahr für Jahr von Basel aus den ausländischen Versandhäusern zugewendet würden, hier blieben, so hätte man es nicht nötig, nach Steuerzuschlägen Ausschau zu halten. Ob der genannte Betrag wirklich den Tatsachen entsprach, ist schwer zu beweisen; das war damals sehr viel Geld. Immerhin müssen sich die Inserate aus Paris sehr gelohnt haben. Der Erste Weltkrieg machte dann dem Pariser Werbefeldzug in der Basler Tagespresse ein Ende. Wenn er nachher nicht wieder aufgenommen wurde, mag das verschiedene Gründe haben. Ein Grund ist sicher der, daß unsere Stadt nach 1895 neue, eigene Großbetriebe erhalten hatte, die vom Krieg verschont blieben.

Die deutsche Propaganda in Basler Zeitungen setzte aus bekannten Gründen (vgl. Kap. 5) später ein und erstreckte sich, Lörrach und das deutsche

Elsaß ausgenommen, nicht wie bei einigen Pariser Firmen über Jahrzehnte. Als große Verkaufsgeschäfte in Deutschland Brauch wurden, erschien etlichen deutschen Kaufleuten die Gründung von Niederlassungen in der Schweiz wesentlich nutzbringender als ein Werbefeldzug in der Presse. Inserate waren nur dann vielversprechend, wenn eine Niederlassung bei uns nicht in Frage kam oder das Geschäft sich in Grenznähe befand. Noch einige Jahrzehnte länger als aus Frankreich kamen aus Deutschland reisende Kaufleute zu Kurzbesuchen in Hotels oder an die Basler Herbstmesse. Sie begannen später zu inserieren als ihre französischen Konkurrenten. Die Konfektionsfirma Daniel aus Berlin und Frankfurt machte mit einem Inserat für die Messe 1858 den Anfang, der Schuh- und Schirmhändler A. Sachs aus Köln ahmte Daniel 1860 nach.

1862, als die Wiesentalbahn eröffnet wurde, erschienen die Inserate der ersten zwei Lörracher Firmen. Anton Flath pries Stoffe aller Art an, C.F. Müller Asphaltrohren für Gas- und Wasserleitungen. Bemerkenswert sind die Anzeigen des Leinwandhändlers Schloß aus Mannheim und Mainz; er führte 1863 und 1864 zur Zeit der Basler Messe einen Verkauf im «Gasthaus zum Ziel» in Grenzach durch. Am 28. Oktober 1864 hieß es im Text: «Ich brauche Geld! Aus dem einfachen Grunde, weil ich in nächster Zeit große Zahlungen zu leisten habe, verkaufe ich zu solch billigen Preisen, so daß kaum das Garn dafür anzuschaffen ist!» Anscheinend deshalb weilte er dann noch eine Woche lang in Lörrach. Im April 1866 begann das Textilgeschäft Wilhelm Meyer in Lörrach, die Aufmerksamkeit der Basler auf sich zu ziehen, erst 1882 setzte Gustav Schultheiß von der gleichen Branche mit Inseraten ein. 1891 folgte das Konfektionsgeschäft Max Guggenheim, und von 1892 an waren dann Anzeigen des bereits 1845 gegründeten Lörracher Textilkaufhauses Vortisch am häufigsten. Schließlich erschienen noch Inserate des Kaufmanns Friedrich Asal. Daß die Firmen Knopf und Wohl, bevor sie sich in Basel festsetzten, für ihre Lörracher Niederlassung warben, sei der Vollständigkeit halber hier noch hinzugefügt.

Nach dem Kriege von 1870/71 ließ sich in der jetzt St. Ludwig genannten Nachbargemeinde im Laufe der Zeit eine für Basel beängstigend große Zahl deutscher Verkaufsgeschäfte nieder. Es verstrichen allerdings noch gute zwanzig Jahre, bis sich die Basler Zeitungen mit Inseraten aus dem neuen Einkaufszentrum füllten. Am 14. April 1892 pries William Wyler seine «billige Warenhalle» in St. Ludwig an. Von 1899 an inserierte das Herrenkonfektionsgeschäft Eugen Maier vormals Gustav Groß, ein Jahr später das «St. Ludwiger Warenhaus» von S. Ruf-Guggenheim beim Bahnhof. Eugen Maier warb besonders um die Gunst der Arbeiter und bezeichnete sich außerdem als das «einzige christliche Confectionsgeschäft am Platze»; er

versprach jedem Basler Kunden, die Rückfahrt für die elektrische Straßenbahn zu vergüten. «Allen voran steht das große Geschäftshaus von Carl Vogelmann, Baslerstraße 17», las man am 20. März 1904 in der «National-Zeitung». Am 23. September 1905 wurde das «Welthaus St. Ludwig» eröffnet, einmal mehr das größte Haus am Platze. Auf den 14. September 1906 zeigte Isidor Ullmann die Eröffnung des Erweiterungsbaus seines 1904 gegründeten Konfektionshauses Merkur in St. Ludwig an; er zog bekanntlich 1914 nach Basel. 1907 inserierte Frank's Volksbazar, 1908 das Schuhwarenhaus Bodenheimer, 1910 das Kaufhaus «Louvre» von Prosper Ullmann, was die Pariser Magazine gleichen Namens veranlaßte, in der Basler Presse ein zweites Protestschreiben erscheinen zu lassen.

Aus Hünigen warb nur die «Mülhauser Warenhalle» von L. Ruf regelmäßig; aus Mülhausen selbst wurde nur ausnahmsweise in einer Basler Zeitung inseriert. Mit dem Ersten Weltkrieg hörte auch der deutsche Propagandafeldzug in den Basler Tageszeitungen auf.

Schließlich sei noch erwähnt, daß aus der Schweiz sozusagen nur Zürcher Firmen Inserate in Basler Zeitungen erscheinen ließen. Den Anfang machte die «Französische Warenhalle» am 21. Oktober 1876, als sie einen Kurzverkauf im «Gasthaus Krone» bei der Schiffände anzeigte; am 13. April 1877 gab die «Englische Warenhalle», Rennweg 33, bekannt, sie betreibe auch den Versand ihrer Artikel. Von 1885 an inserierte die Firma Spoerri, Centralhof, für ihre Seidenware, von 1889 an die Firma Oettinger & Co, Centralhof, für Stoffe. Als Kuriosum sei erwähnt, daß Franz Karl Weber am 2. Juli 1892 für die Erinnerungsfeier an die Vereinigung Kleinbasels mit Großbasel seine Papierlaternen empfahl; er hatte sicher noch keine Ahnung, daß er einst mit dem etwas eleganteren Vornamen Carl auch in Basels Firmenverzeichnis Aufnahme finden würde. 1893 begannen die Inserate des Seidenhauses von Adolf Grieder, der seine Sporen in Basel abverdient hatte, und kurz nach 1900 jene der Seidenfirma Henneberg.

8. Neue Magazine und Warenhäuser im Zeitraum 1896 bis 1920

Am 2. Mai 1896 veröffentlichten die «Basler Nachrichten», als ob sie darauf hinweisen wollten, daß Basel noch nicht das sei, was man Großstadt nenne, einen instruktiven Artikel mit dem Titel «Amerikanische Mammuth-Geschäfte». Der Verfasser beschrieb darin das Warenhaus Siegel, Cooper & Co in Chicago, das mit 2532 Angestellten alles, was Paris und New York