Mode- und Marktberichte

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **18 (1911)**

Heft 2

PDF erstellt am: **02.06.2024**

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

Dass sich der Ausfall am La Plata, der im wesentlichen Kreuzzuchten umfasste, gegen Jahresschluss nicht mehr fühlbar gemacht hat, ist eine Folge der Zurückhaltung Amerikas, und die Marktgestaltung für diese Sorten kann mit dem wahrscheinlichen Eingreifen der Staaten eine schnelle Wandlung erfahren.

Die La Plata-Schur scheint gut geraten zu sein, was Wuchs und Kondition angeht; die Rendements versprechen aber nicht besonders zu werden!

Die Kammgarnindustrie ist in das Jahr 1909 mit ungewöhnlich grossen Orderbeständen hineingegangen und meist auch mit entsprechender Deckung durch Importe und Lieferungskäufe.

Im Zuggeschäft haben daher Perioden guter Nachfrage mit solchen schleppenden Verkaufs — die letzteren überwiegend — abgewechselt.

In der Weberei lag das Geschäft nicht ungünstig; es kommen dabei allerdings soviel verschiedene Fabrikate in Frage und die Moderichtung spielt eine so grosse Rolle, dass ein Urteil sich schwer verallgemeinern lässt.

Auch hier war das Geschäft sporadisch, wie es dies in den letzten Jahren überhaupt mehr und mehr geworden ist und schubweise an die Beteiligten herantritt!

Das hängt nicht zum wenigsten damit zusammen, dass man Wolle, ohne den obengeschilderten Produktionsverhältnissen, dem wachsenden Konsum und der Verteuerung fast aller übrigen Rohmaterialien Rechnung zu tragen — seit Jahren für „zu teuer" hält und auf den grossen Abschlag wartet, der gerade aus diesem Grunde, welcher auch jede Haussespekulation unterbunden hat, eben nicht kommt!

Da heisst es schliesslich, sich ins Unvermeidliche fügen. Die Lieferungsschwierigkeiten mit denen bei den Spinnereien seit Jahren und auch jetzt noch zu rechnen ist, sind für vorstehendes ein schlagender Beweis.

In den letzten Monaten trat in allen Zweigen des Wollgewebes der Wunsch oder die Hoffnung zutage, einen Druck auf die Ueberseemärkte ausüben zu können. Bis zu einem gewissen Grade ist dies auch gelungen, und die Preisbasis, auf der sich Australien und letzthin auch der La Plata abgewickelt hat, ist eine durchaus gesunde zu nennen.

Um dies zu erreichen, hat der Konsum aber derartig mit seiner Versorgung gezaudert, dass wir in das neue Jahr mit ungewöhnlich geringen Beständen — sichtbaren und unsichtbaren — hineingehen.

Im Streichgarngeschäft lag es ähnlich; durch die Preisermässigung von Rohwolle gewinnt unsere Annahme, dass Streichgarn wieder mehr in Aufnahme kommen wird, an Wahrscheinlichkeit.

Kämmlinge haben andauernd im Preise eingebüsst; wenn sich dafür — namentlich für minderwertiges, fehlerhaftes Material, woran es bei der heurigen Australschur nicht fehlen wird — durch die niedrige Preisbasis nicht neue Verbrauchskanäle finden, sind für diesen Artikel die Aussichten auf Besserung einstweilen gering. Mann muss daher wohl oder übel auch in Zukunft mit grösseren Herstellungskosten rechnen, also muss das Wertniveau von Zug sich heben, oder Rohwolle muss billiger werden. Gegen letzteres spricht aber das Verhältnis von Angebot zu Nachfrage, welches schliesslich allein massgebend ist.

Die Kämmereien waren bis in den Herbst hinein gut beschäftigt; in den letzten Monaten musste aber — mangels Wolle — teils zu starken Einschränkungen geschritten werden.

Im Termin hat sich der laufende Monat — das heisst effektive Ware — das ganze Jahr hindurch fast ohne Schwankungen abgewickelt; die entfernten Sichten — das heisst z. Z. Papier — haben oft der bösen Laune der Baissepartei als Sündenbock dienen müssen. Dadurch wurde andauernd ein Decouvert geschaffen, welches, abgesehen von der unbestreitbaren Tatsache, dass Terminware die billigste im Markte war und bleibt, nicht unwesentlich zur Stabilität der Preisbasis beigetragen hat. In letzter Stunde ist allerdings ein starker Druck seitens Frankreich ausgeübt worden, worüber wir in unserem Monatsbericht schrieben.

Die Aussichten für das beginnende Jahr scheinen nach allem **obengesagten vertrauenerweckend!**

Sämtliche Faktoren, die auf die Gestaltung eines Weltverbrauchsartikels wie Wolle ausschlaggebend wirken, Politik, Entwicklung der Geldmärkte, Konsumkraft der Massen, Aussichten im Weltverkehr und Export, erscheinen günstig.

Was Wolle selbst angeht, so sind Preise normal, die Läger klein, und wenn der Ordrebestand bei der Industrie im allgemeinen nicht das Gepräge einer „Hochkonjunktur" trägt, so hat gerade dieser Umstand in den letzten Monaten eine Zurückhaltung und Vorsicht gezeigt, die, zusammenfallend mit der Zeit des grossen Angebots von Rohmaterial, eine gesunde Entwicklung des Geschäfts gewährleisten sollten.

Wollcampagnen, die sich unter diesen Auspizien abwickeln, haben in unserer Erinnerung selten getäuscht.

Firmen-Nachrichten

Schweiz. — Zürich. Die Kollektivgesellschaft unter der Firma Wehrli & Hofmann in Zürich I hat sich aufgelöst und es ist die Firma erloschen; sie geht mit Aktiven und Passiven über an die Firma Fritz Hofmann in Zürich I. Agentur und Handel in Rohseide.

— Zürich. Die Kommanditgesellschaft Hegerle, Sulzer & Co. in Zürich II hat sich aufgelöst; die Firma ist erloschen. Aktiven und Passiven sind am 1. Januar 1911 von der Kommanditgesellschaft Hegerle Sulzer & Co. in Zürich II übernommen worden. Unbeschränkt haftende Gesellschafter sind: Albert Sulzer und Karl Hegerle und Kommanditäre sind: Wilhelm Hegerle (mit Fr. 200,000), Witwe Bertha Steiner-Spiller (mit Fr. 100,000), und Witwe Lilly Sulzer-Ernst (mit Fr. 100,000). Die Firma erteilt Einzelprokura an Arnold Tobler, Jean Siegfried und Albert Hotz, alle in Zürich. Kommission und Export von Seide-, Woll- und Baumwollwaren.

— Niederurnen (Glarus). Die Lohnseidenweberei Staub & Co. ist in Konkurs geraten. Es sind Unterhandlungen für Fortführung des Unternehmens im Gange.

— Zürich. In der Firma Emil H. Streuli, Handel in roher Seide, ist die Prokura Raimund Rusca erloschen. Die Firma hat eine weitere Kollektivprokura erteilt an Albert Guldener in Altstetten.

Mode- und Marktberichte

Seide.

Preis-Courant der Zürcherischen Seidenindustrie-Gesellschaft

15. Jan. 1911.

Organzin.

Ital. u. Franz.	Extra-Class.	Class.	Subl	Corr.	Japan	Grap. geschn. Filatur.	Class.	Subl.	Corr.
17/19	57	56	—	—	22/24	51-52	—	—	—
18/20	56-57	55-56	54	—	24/26	49	—	—	—
20/22	55	54	52	—	26/30		—	—	—
22/24	54	53	51	—	30/40	—	—	—	—
24/26									
26/30	—	—	—	—					

Tramen.

Italien.	Class.	Sub.	Japan	zweifache Fil.	Class.	Ia.	dreifache Fil.	Class.	Ia
18/20 à 22	51	49	20/24	49		—	30/34	49-50	—
22/24			22/26	48-49		—	32/36	49	—
24/26	49	47	24/28	48		—	34/38	48-49	—
26/30			26/30	47-48		—	36/40	48	46
3fach 28/32	51	49	30/34	—		—	38/42	48	45
32/34			34/38	—		—	40/44	47-48	44-45
36/40, 40/44	49	47							

China	Tsatlée geschnell. Class.	Subl.	Corr.	Miench. Ia. Schw.	Ouvrais	Kant. Filat.	Sublime
36/40	42	41	—	36/40	38	2fach 20/24	44
41/45	40	39	—	40/45	37	22/26	43
46/50	39	38	—	45/50	36	24/28/30	41
51/55	37	—	—	50/60	36	3fach 30/36	44
56/60	37	—	—			36/40	43
61/65	—	—	—			40/44	41

Seidenwaren.

Ueber den Geschäftsgang in der Lyoner Seidenweberei wird gemeldet, dass zurzeit Stille herrscht und die Erwartungen, die an die Nachsaison geknüpft wurden, nur zum Teil in Erfüllung gegangen sind. Ueber die einzelnen Artikel wird berichtet, dass wieder mehr Bestellungen auf Mousseline in niedrigen Qualitäten eingegangen sind; schöne Qualitäten sind nach wie vor, bei hohen Façonpreisen, gefragt, ebenso Voiles grenadine. Für Schärpen ist regelmässige Beschäftigung vorhanden. Die Stühle für Radium Surah mit Grègekette sind bis Ende März belegt, doch liegen wenig neue Bestellungen vor. In Satin liberty sollen demnächst grössere Aufträge erteilt werden. Die Lage für Crêpe de Chine ist immer noch ungünstig, ebenso für Satins merveilleux und Pailletés, im Faden gefärbt; es hält schwer, den Stühlen, die diese Artikel herstellen, überhaupt Arbeit zu verschaffen. In stückgefärbten Façonnés sind alle verfügbaren Stühle belegt.

Die Londoner Seidenfirmen haben sich schon mit Lyonerfabrikanten für Stofflieferungen zur Krönungsfeier in Verbindung gesetzt; man hofft, dass namentlich schöne Gewebe Anklang finden werden.

Technische Mitteilungen

Regenerierung der zur Seidenbeschwerung gebrauchten Natriumphosphatbäder.

Es ist bekannt, dass die zur Beschwerung der Seide mit Chlorzinn verwendeten Natriumphosphatbäder nach längerem Gebrauche an Wirkungswert verlieren und auf die Seidenfasern schädigende Einflüsse ausüben, weil diese Bäder allmählich zinnlösende Eigenschaften annehmen und das auf der Seidenfaser haftende Zinn teilweise lösen. Die in den Natriumphosphatbädern enthaltene Zinnverbindung ist chemisch noch nicht näher festgelegt und folgt nicht den sonst für Zinnsalz üblichen Reaktionen, so dass es bisher noch nicht möglich war, das Zinn quantitativ aus diesen Bädern abzuscheiden, um die Bäder wieder gebrauchsfähig zu machen. Dahingehende Versuche, durch Aufkochen der Bäder, durch längeres Kochen mit Ammoniak oder durch Zusatz von Soda das Zinn quantitativ abzuscheiden, waren bisher vergeblich. Das gleiche gilt von dem bekannten Verfahren der Abscheidung des Zinns mittels Kalkmilch, ein Verfahren, das wohl bei gewöhnlichen Zinnsalzlösungen seinen Zweck erfüllt, bei gebrauchten Natriumphosphatbädern aber versagt, da, wie erwähnt, das Zinn in diesen in einer Form vorhanden ist, in der es nicht den Regeln der analytischen Praxis folgt.

Durch das nachstehend beschriebene Verfahren von C. E. Sachse in Elberfeld, das unter Nr. 227,434 in Deutschland patentiert ist, wird eine quantitative Abscheidung des Zinns und eine gleichzeitige Regenerierung der gebrauchten Bäder erzielt.

Das zu reinigende Natriumphosphatbad wird mit einer Säure — am zweckmässigsten Phosphorsäure — angesäuert, bis eine entnommene Probe auf Zusatz von Phenolphtalein nicht mehr gerötet wird. Darauf wird das Bad zum Sieden erhitzt und einige Zeit im Sieden erhalten. Nach dem Abkühlen wird es unter Umrühren mit so viel Kalkmilch (oder den Hydroxyden des Strontiums, Bariums, Magnesiums oder Zinks) neutralisiert, bis eine herausgenommene Probe auf Zusatz von Phenolphtalein schwach gerötet wird. Hierauf wird der entstandene Niederschlag durch Filtrieren usw. von der Flüssigkeit getrennt, und das erhaltene Bad ist zinnfrei und wieder gebrauchsfähig.

Die Bedeutung der Reklame für Industrie und Handel.

Sektionschef Geheimer Rat Dr. Viktor Mataja, Wien, der u. a. als Autor des Werkes „Die Reklame“ eine Untersuchung über Ankündigungswesen und Werbetätigkeit im Geschäftsleben, in der Wissenschaft und kaufmännischen Welt sich einen Namen gemacht hat, hielt vor kurzem im Niederösterreichischen Gewerbeverein einen Vortrag über die Reklame im Geschäftsleben, der nachher im Organ dieses Vereins erschien und der in Anbetracht der wohlbegründeten, logischen Ausführungen über dieses wichtige Hülfsmittel im heutigen wirtschaftlichen Verkehr auch hier festgehalten zu werden verdient.

Geheimer Rat Dr. Mataja sagte unter anderem:

Der Reklame begegnet man wohl auf den verschiedensten Gebieten des Lebens. Die Reklame hat für den Anwender vorausgesetzt, dass er die Sache versteht, unbezweifelbar ihre nützliche Seite, oft eine entscheidende Bedeutung, hilft sie ihm doch, seine Ware beim Publikum einzuführen. Aber noch in andern Beziehungen wird selbst das allgemeine Interesse durch ein gut entwickeltes Reklamewesen gefördert. Indem dieses die Brücke zum Absatz schlägt, dient es eben nicht bloss dem Verkäufer, sondern auch dem Käufer. Noch in einem höheren Sinne wird das allgemeine Interesse berührt.

Das Reklamewesen übt unzweifelhaft einen erzieherischen Einfluss aus: seine nachdrückliche und unermüdliche Sprache verbreitet die Kenntnis von Neuerungen und Fortschritten, gräbt damit Veraltetes, Ueberlebtes ab, gewöhnt der Masse höherwertige, feinere Bedürfnisse an. Sie bewirkt auch keineswegs bloss eine Verschiebung der Absatzverhältnisse in dem Sinne, dass jetzt einer, der sich auf Reklame versteht, das Geschäft macht, das früher einem andern zufiel. Sie steigert vielmehr oft Produktion und Absatz im ganzen, indem sie neuen Bedarf weckt.

Diese an sich freundliche Auffassung des Reklamewesens wird freilich auf mancher Seite Widerspruch erwecken. Man wird entgegenhalten, so führt Geheimrat Mataja aus, dass die Reklame nur zu oft Unwürdigem und Schlechtem ihre Dienste leihe. Darauf ist zu antworten: Nach zahlreichen und übereinstimmenden Aeusserungen von Praktikern ergibt sich die Regel, dass eine Reklame, um wirkliche und dauernde Erfolge abzuwerfen, sich auf etwas der Empfehlung Würdiges müsse stützen können.

Für eine erspriessliche Entwickelung des Reklamewesens kommt auch die Hebung der Technik in Betracht. Einen nicht zu unterschätzenden Faktor für die Verbreitung der erforderlichen Kenntnisse und Erweckung schlummernder Anlagen fürs Propagandafach bildet die Einrichtung eines systematischen Reklame-Unterrichts, der in verschiedenen Ländern, sei es im Anschluss an Handelslehranstalten, sei es in anderer Form, vielfach schon organisiert ist. Man lehrt dabei gewisse typographische Kenntnisse, bespricht den Geschäftsverkehr mit Zeitungen und Plakatierungsanstalten, übt die Entwerfung von Anzeigen und sonstigen Reklamedrucksachen, nimmt die bei Reklameabteilungen vorkommenden Buchführungsarbeiten durch usw. Amerika und England weisen seit längerem derartige Unterrichtskurse auf, neuestens scheint auch eine Reihe anderer Staaten solche zu kennen, so Frankreich und Belgien. Auch in Oesterreich zeigt sich ein Unterricht dieser Art, wenigstens in den Anfängen. Wenn nun oft betont wird, dass auch die bizarre Form der Ankündigung nicht über die Bedeutungslosigkeit eines Angebotes hinweghelfe, so scheint freilich die Praxis diese Annahme nicht vollauf zu unterstützen. Jeder Zeitungsleser weiss schon, dass auf dem Gebiete der Reklame immer wieder dass Frappierende, das noch nie Dagewesene gesucht wird. Im allgemeinen kann man jedoch sagen: Eine Annonce ist um so wertvoller, je mehr sie inhaltlich praktische, brauchbare Aufklärungen bietet. Bei der Fülle der an jedermann heutzutage gerichteten Anrufe schützt man sich am besten gegen das Uebersehen- und Vergessenwerden, wenn es gelingt, dem Leser durch Vorführung von