

STEFAN SIGERIST HISTORISCHE FIRMENETIKETTEN AUS DER SCHWEIZ FÜR DEN ASIATISCHEN MARKT



2011, 160 Seiten, geb., ca. 370 farbige Abbildungen
52,— EUR

ISBN: 978-3-86205-008-6

Zur Kennzeichnung ihrer Produkte verwendeten die Europäer, so auch die Schweizer, im asiatischen Raum seit dem 19. Jahrhundert Etiketten. Diese farbigen und sehr dekorativen Bilder dienten als Markenzeichen für die Verkaufsartikel, die vorwiegend aus Textilien und Farben bestanden. Mit der Zeit ging man sogar in Einzelfällen zur Patentierung der «chops», wie Etiketten auch genannt wurden, als Warenzeichen über. Da die Endverbraucher auf den Märkten Asiens die europäischen Schriftzeichen nicht kannten oder der Schrift überhaupt nicht kundig waren, dienten die Etiketten auch als Unterscheidungsmerkmal gegenüber der Konkurrenz – wenigstens für diejenigen Firmen, die vom Vorteil einer Eigenmarke Nutzen ziehen wollten.

Den heutigen Betrachter faszinieren sie durch ihre lebhaften Figuren und ihre frischen Farben. Indem die europäischen Künstler weitgehend sowohl dem Zeitgeschmack folgten als auch auf die Bilderwelt der einzelnen fernen Länder eingingen, vermitteln sie uns eine Welt, die noch nicht durch moderne Bildmedien übersättigt war. In der Regel sind die indischen Etiketten in Aufbau und Darstellung einfacher als die für China und Japan bestimmten. In Indien nehmen neben weltlichen Motiven die religiösen Bilder einen breiten Raum ein. Im Gegensatz dazu erzählen uns chinesische Etiketten ganze Geschichten und lassen Raum für Interpretationen. Nicht nur Hersteller kreierten ihre Marken. Wir treffen ebenfalls auf schweizerische, niederländische und englische Handelsfirmen, deren Etiketten die Hersteller in der Schweiz auf den exportierten Produkten befestigten. Auf diese Weise erhält der Betrachter auch optisch einen Eindruck von der damaligen weiten Verbreitung der schweizerischen Textilien und Farben.

Die Stickereiindustrie pflegte die Kultur der Etiketten wenig, nur einige Exemplare liessen sich auffindig machen. Interessant sind hingegen ihre «enveloppes», grosse Couverts mit schön gestalteten Vorderseiten und einem Fenster, das das Muster des Produktes sichtbar liess.

Die Etiketten gerieten nach den 1930er Jahren aus der Mode, teilweise wegen Veränderungen an den Verpackungen, teilweise wegen der allgemeinen Verschiebung der Werbebedürfnisse. Die hier vorgelegte Auswahl der noch auffindbaren Markenzeichen stellt einen interessanten kulturhistorischen Aspekt der Präsenz der Schweiz in Übersee dar. Auf den aus unterschiedlichsten Quellen stammenden über 370 Etiketten sind in erster Linie Menschen abgebildet, häufig zusammen mit Tieren. Ihr Auffinden in Museen, Archiven und bei Privatpersonen war häufig von Zufällen geprägt. Möglicherweise schlummern immer noch unbekannte Sujets in vergessenen Schubladen oder auf staubigen Dachböden.