



Der Usego-Bo

Bäckerei & Handlung
A. Gysin-Berchtold
* REIGOLDSWIL *

No. 1

Verlag und Redaktion
Union Schweiz. Einkaufs-Gesellschaft Usego Olten. Gegründet

Der gerade Weg!

Die über die ganze Schweiz flutende Erneuerungs-Welle hat das Volk aufgerüttelt. Man fängt überall an zu denken, auch über Sachen, die man bisher als selbstverständlich hingenommen hat. Der einfache Mann und die einfache Frau fangen an zu fühlen, daß eine ganz unerhörte Massenbeeinflussung durch die große Reklame der Warenhäuser und der Filial-Geschäfte jahrelang auf sie eingewirkt hat und daß sie eigentlich den Verlockungen des „Umsatz-Hungers“ dieser Unternehmungen zum eigenen Schaden, und zum Teil unbewußt, immer wieder unterlegen sind.

Ein großer und begrüßenswerter Erfolg dieses Erneuerungswillens des gesunden denkenden Schweizervolkes: Ein großes schweizerisches Warenhaus teilt, nachdem es jahrelang den Ausverkaufs-Rummel (wie es selbst sagt) mitmachte, mit, daß es in Zukunft keine Ausverkäufe mehr mache und verurteilt seine bisherige Geschäftsweise (Ausverkäufe) scharf. **Diese Selbsterkenntnis und mutige Umkehr freut jeden Rechtdenkenden,** denn sie ist nichts anderes als das Resultat intensiver Aufklärungsarbeit und ganz im Sinne der Zeit.

In dem Inserat schildert das betr. Warenhaus das Ausverkaufswesen so:

Unwesen — alten Zopf — überholte Idee — Rummel — dem Kunden schlecht gedient — entartete Praxis — bedenkliche Begleit-Erscheinungen — **nachträgliche Enttäuschungen über schlechte Ware, unpassende Artikel, über sinnlos hinausgeworfenes Geld etc.!!!**

Alles ohne zu erröten!

Und Sie, werte Leserin und werter Leser? machen sich Ihren Kommentar zu dieser Umkehr selbst!

Ausverkäufe waren nie eine Praxis nur der großen Warenhäuser. Auch gewisse Kleinbetriebe haben ihre Ausverkäufe und gewisse Branchen kommen ohne einen Ausverkauf nicht aus (Mode-Artikel z. B.).

Das USEGO-Geschäft aber, und mit ihm viele kleine Betriebe des Einzelhandels und des Gewerbes, sind dieser



Krankheit nie verfallen. Sie haben ihre Geschäfte (ihre Reklame) immer so geführt, wie sie es vor sich und vor ihren Kunden haben verantworten können. Die großen Warenhäuser, auch wenn sie scheinbar umgedreht werden, werden wiederum Mittel und Wege finden, („neue“ mit denen sie durch Massensuggestion die Leute überlegten Käufen verlocken, und wer weiß, ob in Jahren, gezwungen durch eine im Volke selbst durchbrechende Erkenntnis, auch diese „neuen“ nicht wieder als ungesund erkannt werden?)

Das USEGO-Geschäft geht auch mit der Zeit. Es geht seinen ruhigen und geraden Weg!

Vom Geiste des Käufers

Die Fragen des Kleinhandels, der sich gegen die Konkurrenz der Warenhäuser zu wehren sucht, werden oft in recht oberflächlicher Art behandelt, und zu wenig wird nach den Urgründen gesucht, die das Aufkommen der Warenhäuser, das Gefallen der großen Menge Käufer an der billigen, oft minderwertigen Qualität befördert haben.

In einem Artikel „Der Geist des Käufers“, von A. Fankhauser, abgedruckt bereits im Jahre 1927 in der „Individualität“, die durch den frühen Tod ihres Herausgebers leider nicht mehr erscheint, finden wir vieles, das hier aufklärend und reinigend wirken kann, wenn wir solche Erkenntnis in Tat umsetzen, jeder in seinem Kreise, und wenn er noch so klein ist, und wenn man sich noch so oft erappt, doch wieder aus alter Gewohnheit gegen seine bessere Erkenntnis gehandelt zu haben.

Was wir Millionen kaufen, das wird auf Erden von Menschen hergestellt. Verlangen wir Käufer jahre- und jahrzehntelang minderwertige Ware, so stellt sich der ganze Erdkreis auf die Herstellung minderwertiger Waren ein. Verlangen wir aber wertvolle Gegenstände, so ist allen denen, die Wertvolles schaffen möchten, Gelegenheit gegeben, so zu arbeiten, wie es ihrem innersten Bedürfnis entspricht. Wir Millionen sind also die Lenker der wirtschaftlichen Produktion. Sind wir in Geschmack und Bedürfnis verderben, so verderben wir unweigerlich die Produktion.

Der Schriftsteller sieht hier die Dinge nicht ganz klar. Es ist nicht das Publikum gewesen, das z. B. „die billige Uhr zu 2 Franken“ verlangt hat, sondern ein findiger Epa-Leiter (oder war es ein Warenhausmann?) hat zusammen mit einem Uhren-Industriellen milderer Güte sich zusammengesetzt, und beide haben ausgerechnet, wie man wohl eine ganz billige Uhr herstellen könnte, wenn darin ein Abschluß von 50.000 Stück gegen bar sofort gesichert ist. Es ist also nicht das Publikum, das durchaus die billige Ware verlangt, sondern in größtem Maße ist an dieser Schädigung der Kaufmann und in zweiter Linie der selbstsüchtige Fabrikant schuldig, und das zu wissen, ist gerade für uns Kaufleute sehr wichtig. Der Käufer hat erst diese Waren verlangt, als sie ihm in marktstreuerischer Reklame, im verführerischen Lichte der Warenhaus-Ausstellung vorgelegt wurden.

Und so dreht sich das Rad im Kreise: Bedürfnisse erzeugen Arbeitsmöglichkeiten, und zwar Möglichkeiten für wertvolle und wertlose Arbeit, und wertvolle und wertlose Arbeit schafft die Seele so, daß sie wertvolle oder wertlose Produkte zu kaufen wünscht, und daraus erfolgt stets von neuem das Diktat der Produktion.

Aber nicht nur die Produktion sinkt auf niedere Stufen, nicht nur Massenbetrieb verdrängt den selbständigen Einzelkaufmann, sondern auch das wertvollste, was der Kaufmann besitzt, seine Seele, verkümmert bei

und wiederum die unseeligsten Folgen für die kommenden Generationen liegt.

Und hängt nicht auch das Arbeitslosenproblem im wesentlichen Grunde mit diesen Fragen zusammen? Hören wir, was Herr Fankhauser sagte:

Millionen von Armen werden durch die Rationalisierung der Produktion frei, resp. arbeitslos. (Und gleichzeitig behaupten Groß-Filial-Betriebe ihr System des Rationalisierens und Zusammenhaltens sei im Interesse der Allgemeinheit. Red.) Millionen von Arbeitslosen werden in den kommenden Jahrzehnten die Großstädte Europas bevölkern. Gegen die erzwungene Feier dieser Millionen bedeuten die hunderttausende von Streiktagen kämpfender Gewerkschafter nichts. Und neben den feiernden Millionen von Arbeitslosen feiern in den Seelen der noch Arbeitenden die besten Seelenkräfte, die Kräfte der schöpferischen Verantwortung.

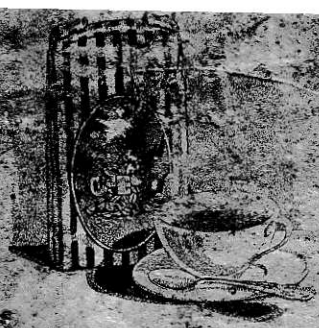
Und so wird auch die Hebung der Kaufkraft der Massen durch irgendein äußeres Mittel nicht die Nachfrage nach der Qualität beleben, weil die Menschen nur Quantität verlangen und damit die Herstellung der Massenware und der Ideen des Massenvertriebs fördern. Statt daß man Notstandsarbeiten, deren Kosten die Allgemeinheit trägt, dahin fördert, daß man Arbeiter auf Qualitätsarbeit umschult, sie zur Einsicht dessen bringt, was der eigentliche Grund ihres Elends ist, schon man bei allen diesen Problemen in erster Linie das Kapital in seinen vielfältigen Formen, ja man läßt es auch an den Notstandsarbeiten noch profitieren.

Bei aller Anerkennung also dessen, was das große Unternehmen für den Ausgleich der Preise, für die Erweckung neuer Kaufkraft getan hat, muß doch in dem durch das Warenhaus zuerst propagierten Prinzip der Billigkeit einer der folgenschwersten Schritte für Handel und Industrie gefunden werden, der erst heute in seinen ganzen Wirkungen sichtbar wird. Die Kaufleute und Industriellen, Grossisten und Detaillisten, hinab bis zum kleinsten Laden haben allen Anlaß, die Frage der billigen Waren prüfend zu studieren und ernsthaft darüber nachzudenken, ob sie damit sich nicht selbst das Grab schaufeln, sowohl in ihrem Unternehmen wie auch in ihrem Werte als Menschen.

(Aus „Der Organisator“ No. 178. Jan. 1934.)

Die Usego-Geschäfte sind keine Filialbetriebe oder Dépôts wie oft angenommen wird, sondern gehören auf eigenen Füßen stehenden selbstverantwortlichen Geschäftsinhabern, die sich lediglich zum gemeinsamen Groß-Einkauf in der USEGO zusammengeschlossen haben.

Die USEGO besteht aus 4017 solchen schweizerischen Lebensmittelgeschäften, die ihre Selbständigkeit behalten haben. Darin liegt der Unterschied! Im Warenhaus und Filialgeschäft strebt alles auf Konzentration der Kräfte und auf Geld- und Macht-Anhäufung. Die USEGO schützt die kleinen Existenzen



Usego-Kaffee

Pascha- und Brasil-Mischungen (die brennen) und in den gestreiften Paketen (die seren) Sorten von den Hausfrauen bevo-

(Man weiß was man)



Usego-Tee

in erlesenen Sorten.

Tee, ein Artikel, mit dem viel Unfortrieben wird, findet in der Usego sorgfältige Auswahl und Pflege.



Usego-Fruchtsalat

das willkommene Dessert oder

Usego-Ananas

die „Sonnendurchglühte“.



Usego-Ka

Pasta-Mischung

Brasil-Mischung

Perl
nur

pr. Paket 1.50
pr. Paket 1.65
pr. Paket 1.15
pr. Paket 1.20
Paketen

Sardinien USEGO

in Olivenöl, in, flach und club

Pilchards (Sardinien in Tomaten)

Flora (Sardinien in Olivenöl)

Thon verschiedene bekannte Marken

Kochfett USEGO

Süßfett USEGO

per 500 Gramm-Tafel Fr. —.95
12% Buttergehalt = 15% Frischbutter.

Speiseöl USEGO

surfine extra in etikettierten 1 Liter-Flaschen
(Flaschenpfand (40 Cts.) . . . per Liter —.95

Olivenöl,

feinstes, in etikettierten Flaschen

Aprikosen, Pflaumen, Zwetschgen getrocknet

USEGO-Erbesen (Konserven)

fein 1/1 Dose Fr. 1.20

Bohnen

mittelfein, grün 1/1 Dose Fr. —.95

Tutti-Frutti USEGO

(Californische Trockenfrüchte gemischt
p. Paket Fr. —.80 (500 Gr.)

USEGO-Schokoladen

100 Gramm-Tafel Fr. —.30

Demnächst:

USEGO-Corned Beef

(Schweizer Fabrikat)

Rezepte:

Garnierte

„Usego“-Sardinien

„Usego“-Sardinien auf einer Platte sternförmig arrangieren; dazwischen in bunter Reihenfolge gehackte Cornichons, gekochte Eier und grüne Bohnen legen. Alles hübsch garniert, fertig zum Servieren.

Sardinenschnitten

Längliches Weißbrot schneidet man in viereckige Stücke, bestreicht sie mit Butter und belegt sie streifenweise mit gehacktem Eigelb und gewiegter Petersilie. Zuletzt kreuzweise zwei „Usego“-Sardinien darauf.

10-Minuten- Mittagessen

Eine Dose Libby's oder „Usego“-Stangenspargeln wird in heißes Wasser gestellt; während man eine Mayonnaise zubereitet, sind die Spargeln heiß genug geworden. Man serviert Spargeln, Mayonnaise u. Schinken, oder Spargeln, Schinken und Spiegeleier.

Mayonnaise

1 Eigelb gut verklopft, unter ständigem Rühren langsam ca. 2 dl nicht zu kaltes Arachid- oder Olivenöl „Usego“ beigefügt und mit einigen Tropfen gutem Essig, etwas Salz und nach Belieben Senf, würzen.

Fasnacht

Schellenstaben und Mummens
Gelen und Gassen locken zu
Maskentreiben. Die Stadt-Tan
Prinz, Karneval regiert heut
Sorglos kommt es, wie immer,
Trophäen und Scherz sind sein
„Lest Euch los von Kummer un
Heute ist heut“ — — was küm

Reicht mir für kurze Stunden o
Rasch ist ja meine Herrschaft z
Was Ihr ersehnt, bring' ich Eu
Lachen — und unbeschwert fröl

Aschermittwoch! — — — Prinz
Ist längst davon über Berg und
Dann rüft der Wecker Dich mal

Wirf ihn nicht an die Wand, da

Was kann er dafür, daß die Wel

Und daß Du verspürst einen sch

Daß in Deinem Kopf ein Bienen

Und daß Dein Magen ganz fürct

Erst dusch' einmal kalt, dann bis

Und für den Magen; — hm —, d

Lauf' nur um die Ecke und hole
Im USEGO-Geschäft ist ja alles z

Noch klüger ist's aber, Du sorgst

Hast Rollmops, Hering, Sardinien
Doch denke daran, — — der „K

Und wünscht nur USEGO-Fisc
M

Urstu



Der ewige Kreis

In der englischen Zeitschrift der S
Gemeinde arbeiter wird der Kre
wirtschaftlichen Lebens in folgen
sehr anschaulich geschildert:

Wenn jemand aufhört zu kaufe
Hört jemand auf zu verkaufen!

Wenn jemand aufhört zu verka
Hört jemand auf zu erzeugen!

Wenn jemand aufhört zu erzeu
Hört jemand auf zu arbeiten!

Wenn jemand aufhört zu arbeit
Hört jemand auf zu verdienen!

Wenn jemand aufhört zu verdi

Waren mit dem Garantiezeichen USEGO sind unter strenger Kontrolle, nicht nur der Fachleute in der USEGO Olten, sondern auch der Konkurrenz, die die ausgezeichneten Qualitäten des USEGO...

Warum die kluge Hausfrau stets so gute

Lösung ist

Sie lässt sich nicht, wie viele durch die „anmaßlichen“ Flötentöne verführerischer Reklame für „Gelegenheitskäufe“ oder andere „Billig“-Propaganda zu unnütze und unvorteilhaften Ausgaben verlocken. Darum hat sie auch nicht unnützes Geldausgeben zu bereuen und muss sich keine Vorwürfe machen, durch Einkauf in der rationalisierten Grossfiliale zur Vermehrung der Arbeitslosigkeit beigetragen zu haben oder zur Vernichtung der kleinen Existenzen.

...malen, folgen, in...
 ...ationalen, bildet...
 ...auch das Arbeitslosenprob...
 ...Gründe mit diesen Fragen...
 ...hören wir, was Herr Fankl...
 ...solide Grundlage...
 ...von Armen werden...
 ...erung der Produktion...
 ...etwas Persönliches...
 ...meine wichtige Arbeit...
 ...aufen, zur Freude!...
 ...Zahle im USEGO-Geschäft...
 ...nicht mehr für...
 ...anderwo und weiss: was die Marke USE...
 ...ist sollte, gute Ware, zu billigem Preis!

Sie kauft im USEGO-Geschäft, das immer den geraden, ehrlichen Weg, wenn auch bescheiden, gegangen ist.
 Da weiss man was man hat. Ich kenne meine

Gut gekauft ist halb ges

Will man im Haushalt besser fahren so wählt man stets „USEGO“-Waren



Achten Sie

stets auf die Läden, mit dem gelb-blauen Schild. Es sind Usego-Geschäfte mit dem Prinzip

Ware billig