

## Hvad er det, der er galt?

Lad det være sagt straks: Dette indlæg omhandler ikke textiltolden eller den slags, som en publikation af denne art ikke skal beskæftige sig med.

Men den omhandler, hvordan DE ser på danske varer...

Hånden på hjertet; hvis De har været i udlandet, og hvem har ikke det, så er De naturligvis også faldet for noget af det fristende, som ses i vinduerne og blandt hvilket også danske tekstil- og tricotagevarer hævder sig pænt.

At der bliver handlet, når man rejser udenlands, er så kendt en sag, at selv myndighederne har sat maximumsgrænse for, for hvor mange penge udenlandske varer, der frit kan føres ind i landet.

Nå, tilbage til udlandet...

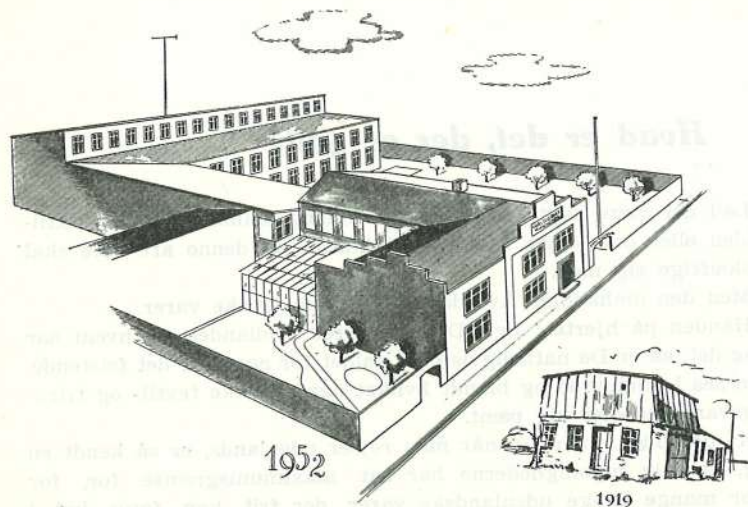
Vi tænker os, at De står og ser på varerne i et butiksvindue „et eller andet sted i udlandet“. — Lad os tænke os, at det f. eks. er sko, De ser på.

Mange danske turister falder f. eks. for svenske sko i Sverige — og talrige svenskere rejser til Danmark for at købe nøjagtig samme vare, blot af dansk oprindelse, til trods for, at de hjemme har sko af deres eget lands tilvirkning overalt i butikkerne.

En svensk forretningsmand, som jeg drøftede dette med engang, sagde, at grunden til, at så mange danskere køber svenske varer, når de er derovre, er den, at det eneste de fleste danske tænker på, når de ser på sko, er prisen, der — sådan som den falder beskueren i øjnene — virker billig, fordi tallet, der står på prisskiltet er lavere, end det, man regner med, at der vil stå for det samme par sko i eens eget land.

Kun meget få husker at lægge kursforskellen til og endnu færre husker, at hvis de så på sko hjemme i Danmark, som lå i samme prisklasse, som de svenske, man er ved at falde for, bl. a. på grund af det fristende prisskilt, kunne de nemt få sko, som var lige så dejlige — og der er sikkert en del om snakken.





...i mere end 35 år har

# Carl Ellerbæk

trikotage- og kniplingefabrik

betjent sine kunder med al slags trikotage.

charmeuse, blonder m. v.

Indtil 800 forskellige dessiner i kniplinger

GRØNNEGADE . HERNING . TELEFON 73

Men, nu alle svenskerne, som rejser til Danmark for at købe sko, hvordan med dem?

Jo, hér spiller prismærkningen også sin store rolle — og så tænker den, der er ved at falde for et par sko i vinduet „og så er de til og med billigere“ — takket være den kursovervægt som den svenske krone har i forholdet til vor egen efterhånden noget tyndslidte.

Det jeg vil hen til er, at det sikkert er umuligt at få folk fra at købe ting i udlandet, de lige så godt — og billigt, eller ofte endnu billigere — kunne få i deres eget land.

Det er ofte nok slået fast, at dansk tekstil og tricotage kan hævde sig på verdensmarkedet — der eksporteres danske tekstilvarer til lande, hvorfra danske turister bringer beklædningsvarer hjem, og der sælges en masse udenlandske tekstilvarer her i landet.

Kald det en ond eller en god cirkel, men den er der, og den er åbenbart ikke til at komme ud af.

Nu springer jeg over i noget andet...

De kender De store, flotte amerikanske magasiner — og De har sikkert ofte spurgt enten Dem selv eller en dansk reklamemand: Se engang, hvordan de kan lave reklame i Amerika, hvorfor ser man aldrig sådan noget her?

Svaret — når det skal være helt ærligt — er: Fordi ingen herhjemme vil betale det, det koster at få en annonce, som dem man begejstres for i de amerikanske farvestrålende magasiner.

Der er vi igen — begejstringen for det udenlandske kender ingen grænser og heldigvis er dette noget, de fleste lider af, hvorved der igen opnås en vekselvirkning, som mange kan have glæde af.

Så springer vi over i tekstilbranchen — eller skal vi sige: Nu vender vi tilbage til den.

Talrige danske tekstilfolk, som lever af, at andre går klædt i danske varer, går kun i engelsk kamgarn, tweed o. lign.

For mange af dem er kun „det bedste af det bedste“, altså det udenlandske, godt nok — og som oftest er det de samme mennesker, som ikke kan forstå, at andre har det på samme måde.

I sandhedens interesse skal det dog siges, at der nylig — og netop indenfor tekstilhandelen — har været afholdt propaganda-uger for dansk arbejde, men — bortset fra det prisværdige i initiativet — på sin vis er det betegnende for det hele, at der ligefrem skal træffes arrangementer af den art, for at få forbrugerne til at se på danske varer.

Det burde være en selvfølge, at når danske tekstilvarer er gode nok til de fleste af os — og til forbrugerne i andre lande, burde de være det til os allesammen.

Der findes dog drikke — hvadenten det er øl, snaps eller kaffe



**CHIK med SLACKS**



**S**LACKS er  
 højeste mode  
 chicke og  
 behagelige,  
 lune i den  
 kolde tid

*-en bedre pasform*

**en A sej**  
**MODEL**

**A/s ERIK JENSEN \* HERNING \* TLF. 536**

med tilhørende dansk wienerbrød — som danskerne savner og begejstrede vender tilbage til, når de har været i udlandet, men så slutter det også med lokalpatriotismen.

Tag varemærkerne på mange danske tekstilvarer ... efter at blomsternavnene var opbrugt, hvadenten de var fra den danske eller udenlandske flora, hvis man kan sige det sådan, at flora'en også er afgrænset af de streger på landkortet, som fortæller hvor stort eller lille landet er, som ligger indenfor, var det alt det udenlandske, som faldt bedst i smag.

Så meget, at myndighederne endda har fastsat regler for, at et varemærke, som skal indregistreres her i landet, ikke må bringe køberen opfattelsen af, at det er så udenlandsk, som varens fabrikant gerne vil give det udseendet af.

Dog er der også undtagelser, som bekræfter reglen: Randers handsker og en kvalitetsbetegnelse som Tønder kniplinger, men ellers svømmer vi rundt i „Fifth Avenue“, „Piccadilly“, „Pigalle“ og lignende udlængsel-skabende varemærker, som — uanset myndighedernes prisværdige beskyttelse af forbrugernes interesser — alligevel fører tankerne hen mod det udenlandske.

Nu spørger jeg Dem: Hvis De skal vælge mellem en „København-Skjorte“ og en „Britannic“ (jeg håber ikke, at der findes en skjorte af dansk oprindelse under dette navn!), hvad vælger De så?

„Den, der sidder bedst!“ vil De måske svare.

Hertil svarer jeg: Har DE nogen mulighed for at vide, hvordan en skjorte, som ligger sammenfoldet med isatte knappenåle, ja, den er måske i æske eller i pose, sidder?

Nej, vel?

Altså er det udseendet, prisen og alt det dør, der dikterer Deres afgørelse, som i alt for mange tilfælde falder ud til fordel for den udenlandske, der måske er fabrikeret nogle få gader fra det sted, hvor „København-Skjorten“ (samme forbehold tages overfor den — hvad dette angår — forhåbentlig ikke under dette navn indregistrerede skjorte) er blevet til.

Det, det kommer an på er at tænke dansk og selv at gå klædt i dansk.

I gamle dage hed det: „Dansk tekstil til danske forbrugere“ — nu er det udvidet til også at hedde: Dansk tekstil til udenlandske forbrugere, hvilket naturligvis er rart, fordi det altid er godt, når et lands varer er så gode, at de kan konkurrere på verdensmarkedet, men det kunne jo også godt være tilfældet, selv om hjemmemarkedet samtidig var dækket — ikke af importerede, men af danske varer.

Hør er en opgave for den danske tekstilbranche:



**DANSK ARBEJDSTØJ til  
DANSK ARBEJDE**

PARIs landskendte arbejdstøj er kendt fordi det er  
garanteret krympefrit, holdbart og fremstillet sådan  
som 1. kl.s arbejdstøj SKAL være!  
VÆR VELKLÆDT OGSÅ I ARBEJDSTØJ

**WISSING & JENSEN A/S**  
SILKEBORG . TELEFON NR. 3

Lær forbrugerne, hvor gode de danske beklædningsvarer er. Fortæl dem, at de skal være glade for, at den danske tekstil- og tricotaageindustri er på så højt et plan, som den er, og fremfor alt: Lad Deres kunder se, at De selv er så dansksindet i Deres beklædnings-tankegang, at De selv går klædt i dansk tekstil.

Selv moderedaktørerne erkender, at dansk tekstil er på et højt stade — selvom de, efter det, man ser i bladenes spalter, også er glade for at vise, hvad udlandet kan præstere i så henseende, men det skal vi nu kun være glade for, idet bladenes læsere derigennem bliver i stand til at drage sammenligning mellem det, de kan få af dansk oprindelse og det, der vises dem udefra.

Selvfølgelig kan en kjole fra Danmark, uanset, hvordan den er creeret, aldrig konkurrere med en Fath- eller Dior-model, men det skyldes noget helt andet, for det med at tage konkurrencen op med de store, internationale mode-creatorer, det er lige så umuligt for os danskere, som det vil være for alle andre.

Og det er heller ikke det, vi skal nå frem til.

Det, vi skal nå og det, vi kan nå, er, at DE vælger dansk på grund af dets kvalitet, udførelse og pris og gør De det fra i dag, er vi allerede et skridt nærmere målet, som stadigvæk hedder: Dansk tekstil til alle danske forbrugere.

—dan.





Pris kr 500

DANSK TEXTIL ÅRBOG

1955

