

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textildachleuten

Band: 97 (1990)

Heft: 2

Rubrik: Mode

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: 15.05.2025

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

Wirtschaftspolitik

Welche Wirtschaftspolitik fördert den ökonomischen Wandel?

Die wirtschaftlichen Abläufe, an welchen sich letztlich sämtliche Mitglieder der Gesellschaft beteiligen, befinden sich in fortwährendem Wandel. Der rasche technologische Fortschritt, die Internationalisierung der Märkte mit dem Auftreten neuer effizienter Anbieter, die Entstehung einer Dienstleistungs- und Informationsgesellschaft, der Wandel der Arbeitswelt in Richtung anspruchsvollere Arbeitsinhalte und die zunehmende (wirtschafts)politische Vereinheitlichung weiterer Teile der marktwirtschaftlich organisierten Länder lassen bestehende Muster wirtschaftlichen Handels vielfach als überholt erscheinen. Daher müssen Unternehmer, Arbeitnehmer und staatliche Institutionen enger zusammenarbeiten, um erarbeitete Stellungen auf den Märkten zu halten bzw. auszubauen, die Auswirkungen der schwerwiegenden, demographisch bedingten Engpässe zu mildern und von den letztlich immer knappen wirtschaftlichen und ökologischen Ressourcen sinnvollen Gebrauch zu machen. Soweit in diesem Zusammenhang die staatliche Wirtschaftspolitik angesprochen wird, drängen sich mehrere Optionen auf. Ihre Stossrichtung sollte sich dabei die Unterstützung der Unternehmen und Arbeitnehmer bei der Anpassung an veränderte wirtschaftliche Verhältnisse zum Ziel setzen.

Elemente einer anpassungsfördernden Wirtschaftspolitik

Eine Förderung des wirtschaftlichen Strukturwandels findet auf verschiedenen Ebenen statt. Bei den Gütermärkten geht es unter anderem um die langsame Öffnung der verkrusteten und zuwenig internationalisierten Agrarmärkte, wobei in Zukunft vermehrt produktionsunabhängige Beiträge an die Produzenten an Bedeutung gewinnen dürften. Ebenso liegt eine Tolerierung des Ausscheidens unrentabler Unternehmen bzw. der Entstehung neuer Firmen, die Verfolgung einer praxisbezogenen Forschungspolitik (welche auch eine angemessene Grundlagenforschung und den unmittelbaren Wissenstransfer in den wirtschaftlichen Alltag anstrebt) und die aktive Unterstützung bei der Förderung des wohlstandsfördernden internationalen Freihandels nahe. Bei den Märkten für Produktionsfaktoren stehen die Deregulierung der Finanzmärkte, die Effizienzsteigerung der Funktionsweise der Arbeitsmärkte und eine Bildungspolitik im Vordergrund, welche den Wirtschaftssubjekten vor oder während der Berufsarbeit die Anpassung an sich wandelnde Arbeitsumstände und neue Wissensbestände erleichtert. Letztendlich ist aber der öffentliche Sektor selbst zur kritischen Selbstreflexion der eigenen Rolle aufgerufen. Das Wachstum des staatlichen Anteils an den wirtschaftlichen Abläufen hat in der Vergangenheit derart zugenommen, dass daraus neue begrenzende Faktoren für den wirtschaftlichen Strukturwandel entstehen können.

Effizienzsteigerung im staatlichen Sektor

Die Frage der Auswirkungen der staatlichen Aktivitäten auf den wirtschaftlichen Wandel umfasst drei Ebenen. Zunächst steht der Umfang des staatlichen Sektors selbst zur Diskussion, der durch veränderte Aufgabenteilungen mit dem Pri-

vatsektor (z. B. Reprivatisierungen), innerstaatliche Dezentralisationen und Effizienzsteigerungen innerhalb der Verwaltungen bzw. der öffentlichen Betriebe – wenn auch nur mit Mühe – vermindert werden kann. Ferner spielt die Ausgestaltung der Sozialpolitik bei der Mitwirkung am wirtschaftlichen Wandel eine erhebliche Rolle. Hierbei macht nur die Einführung vermehrter sinnvoller ökonomischer Anreize gegenüber Anbietern und Nachfragern wirtschaftlich einen Sinn. Dies betrifft etwa die Dämpfung der Kostenexpansion im Gesundheitswesen über die Eindämmung staatlicher Subventionen (verstärktes Verursacherprinzip) sowie eine Intensivierung des Wettbewerbes, die Förderung privater (in Ergänzung zur staatlichen) Vorsorge und eine nicht leistungsvermindernde Ausgestaltung der Arbeitslosenversicherung. Schliesslich übt der Staat auch über sein Steuersystem einen erheblichen Einfluss auf den Strukturwandel aus. Hinderlich wirken sich insbesondere hohe marginale Steuersätze, (örtliche) Ungleichheiten in der Steuerbemessung und ein – für die Schweiz typisches – Übergewicht der direkten gegenüber den indirekten Steuern aus. Die Ausgestaltung des Steuersystems führt aber letztlich auch zur kritischen Frage nach der Qualität, kostenmässigen Angemessenheit und volkswirtschaftlichen Zweckmässigkeit staatlichen Handelns.

Martin Leber

Mode

Sandler-Bekleidungs-vlieskollektion 1990/91

1. Ausgangssituation «Mode»

Dominante Grösse für den richtigen Einsatz der Bekleidungs-vliesstoffe in der Herbst-/Winter-Kollektion des Jahres 1990/91 sind die zu erwartenden Modetrends in der Ski- und Sportswear. In der Skibekleidung wird der bislang präferierte Overall durch Zweiteiler oder frei kombinierbare Einzelteile überflügelt. Gute Chancen werden ebenfalls dem Schneehemd eingeräumt, das in Kombination mit Thermohosen dem klassischen Blouson nicht nur ebenbürtig sein wird.

In der klassischen Sportswear sind lange, lässige Jacken und Parkatypen bis zum Kurzmantel angesagt.

Bei den Stofftrends bzw. Stofftendenzen 1990/91 werden zunehmend funktionelle Mikrofaserewebe auf Basis Polyester und Polyamid zum Einsatz kommen. Neben diesen «Funktionen» werden die bereits in der letztjährigen Kollektion eingesetzten texturierten Polyester- bzw. Polyamidstoffe (z. B. Tactel) ihre dominante Position halten können.

2. Allgemeiner Trend «Bekleidungs-vliese»

Die zu erwartende modische Ausgangssituation in der Ski- und Sportswear erfordert für die einzusetzenden Vliesstoffqualitäten gegenüber der vergangenen Saison keine nennenswerten Änderungen.

Anhalten wird auch in der neuen Kollektion 1990/91 der Trend zu verdichteten und softigen Vliesqualitäten mit einem weichen, fließenden Warenausfall. Hinsichtlich des Vlieseinsatzes kann folgende Grobklassifizierung vorgenommen werden:

Für Overalls und Thermohosen Flächengewichte von 80 bis 120 g/m², für Schneehemden 60 bis 100 g/m², für Blouson 120 bis 175 g/m². Durch die Möglichkeit, höhere Flächengewichte entsprechend zu komprimieren, besteht für die Konfektion die Möglichkeit, auch höhere Flächengewichte in entsprechend niedriger Vliesstärke zu verarbeiten.

Entscheidendes Anforderungskriterium an den Vliesstoff ist seine Oberstoffverträglichkeit. Dies ermöglicht die Verarbeitung sowohl in Verbindung mit sehr glatten und dichten Stoffen als auch mit sehr rauen Oberstoffqualitäten.

3. Neuentwicklungen in der Sandler-Bekleidungskollektion

Die Sandler-Bekleidungs-vlieskollektion 1990/91 gliedert sich in die zwei Bereiche:

- a) Sandler-fiberskin®-Komfortserie (für hochwertigen Bekleidungsbereich)
- b) die Sandler-Regularserie (bewährte Füllvliese im billigeren bis mittleren Preisbereich).

Nachdem 1988 die Sandler-fiberskin®-Komfortserie völlig neu aufgebaut wurde, lagen die Entwicklungsschwerpunkte der diesjährigen Saison auf der optimalen Abrundung der Produktpalette bei gleichzeitiger Berücksichtigung der marktspezifischen Bedürfnisse.

Aus der Palette der Neuentwicklungen sind dabei zwei Produkte hervorzuheben:

Sandler-fiberskin® 1158

Diese Qualität besteht aus einer speziellen Synthetikfaser, die dem Vlies einen sehr weichen, fließenden Warenausfall verleiht. Mit diesem Produkt bietet Sandler ein extrem dünnes, kaum aufragendes Füllvlies an, das zusätzlich durch seine Oberflächenveredelung gute Abriebfestigkeit aufweist. Die Einsatzbereiche dieses Vlieses liegen in dünner wattierte Teile, wie z. B. Overall und Schneehemd. Durch die Stärkenreduzierung wird ein hohes spezifisches Wärmeisolationsvermögen erzielt. Sandler-fiberskin® 1158 wird in den Flächengewichten 80 g/m² und 100 g/m² angeboten.

Sandler-fiberskin® 1164

Sandler-fiberskin® 1164 besteht aus einer speziellen Markenpolyesterfeinfaser. Durch seine weiche Charakteristik eignet sich dieses Produkt besonders für die Kombination mit sehr weichen, feinen Oberstoffen und ermöglicht durch seine verdichtete Faserstruktur bei geringer Vliesstärke ein akzeptables Wärmeisolationsvermögen. Angeboten wird dieses Bekleidungs-vlies im Flächengewicht von 100 g/m².

Ausgangssituation für die Neugestaltung der Kollektion an Bekleidungs-füllvliesen war eine intensive Marktforschung aller Mitarbeiter. Diese beginnt bei Messebesuchen und setzt sich fort mit der Analyse von Stofftrends und Modeentwicklungen.

Weiterhin ermöglicht die Zusammenarbeit mit namhaften Bekleidungsherstellern die Lösung von Problemen in der Anwendung und Verarbeitung von Vliesstoffen durch die spezielle Entwicklung eines einzelnen Produktes. Die enge Verbindung zwischen Hersteller und Verarbeiter bietet gezielte Ansätze für Lösungsmöglichkeiten. Letztere werden

durch eine laufende Optimierung der Vliesfertigung und durch eine permanente Qualitätskontrolle des Produkts im Hause Sandler gesichert.

Das Vliesstoffwerk Sandler bietet mit seiner neuen Kollektion seinen Kunden ein umfassendes Sortiment an Vliesstoffen an, das sowohl den modischen als auch verarbeitungstechnischen Wünschen gerecht wird und ihren Qualitätsanforderungen entspricht.

Vliesstoffwerk Christian Heinrich Sandler GmbH & Co. KG,
Postfach 144, D-8676 Schwarzenbach/Saale

Viscosuisse SA, 6020 Emmenbrücke



Herren-Skioverall aus Meryl-Gewebe. Das Oberteil weist einen Doppel-Westeneffekt auf und ist im asymmetrischen Patchwork-Stil gearbeitet. Viele Taschen und eine gerollte Kapuze komplettieren das Modell.

Modell: Lahco AG, CH-Schönenwerd
Foto: R. Baumann/M. Kellenberger, CH-Luzern

Viscosuisse SA, 6020 Emmenbrücke



Weisser, wattierter Damen-Skioverall aus Meryl-Gewebe. Auf der Schulterpartie sind modische Stickereien platziert. Kontraststreif wirkt der bedruckte Futterstoff.

Modell: Fusalp Créations, F-Annecy

Foto: R. Baumann/M. Kellenberger, CH-Luzern

Tagungen und Messen

DOMOTEX-Sonderflüge der Forbo-Alpina

Ein voller Erfolg

An die 300 Schweizer Teppich-Fachhändler aus allen Landesgegenden beteiligten sich an der Domotex-Aktion der Forbo-Alpina AG; ein Erfolg, um den die initiativen Ennender wohl mancher Reiseveranstalter beneiden dürfte...



Voll ausgebucht durch Forbo-Alpina-Kunden waren die beiden Charterflüge zur Domotex nach Hannover.

An zwei Messetagen wurde ein funkelnagelneuer Mittelstrecken-Jet vom Typ 737-300 der Schweizer Fluggesellschaft TEA gechartert und den Teilnehmern ein Full-Package-Angebot «zum Freundschaftspreis» offeriert. Um es gleich vorweg zu nehmen: die Organisation lief wie am Schnürchen, es wurde wirklich an alles gedacht: vom Willkommenskärtchen an Bord über den diskreten Forbo-Alpina-Schriftzug auf den Kopfstützen im Flugzeug (!) bis zum Bus-Service und den Apéro-Häppchen von Mövenpick.

Ausgerüstet mit Messekatalog und Eintrittsbillet machte sich gegen 10 Uhr jeder auf seine individuelle Domotex-Tour, denn der Höhepunkt der Reise war erst für den Abend geplant. In den Banketträumlichkeiten des Mövenpick im Flughafen Hannover hatte Forbo-Alpina-Designer Hanspeter Bucher eine Produktschau vorbereitet, die den üblichen Rahmen sprengte: in Form von sechs farbthematisch gegliederten Aufbauten, ergänzt mit passenden Möbeln, Vorhangstoffen und Accessoires, wurde der Reisegruppe das komplette Sortiment '90 präsentiert. 37 Qualitäten – darunter 11 erstmals gezeigte Neuheiten – in über 400 Farbstellungen, harrten der kritischen Begutachtung.

Eine kleine Umfrage hatte zum Ziel, die Meinung der Anwesenden über Trendgerechtigkeit und Verkaufschancen der verschiedenen Farbgruppen zu ergründen. Punkto Verkäuflichkeit erhielt grau am meisten Stimmen, dicht gefolgt von beige; als «trendigste» Gruppe wurde die violette bezeichnet, in welcher vor allem Neuentwicklungen enthalten waren. Nun, wenn vier Ballonfahrten als Preise winken, nimmt man diese Arbeit auch nach einem anstrengenden Messtag gerne auf sich...

