

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 106 (1999)

Heft: 5

Artikel: Der erfrischend andere Massanzug

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-678655>

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.](#)

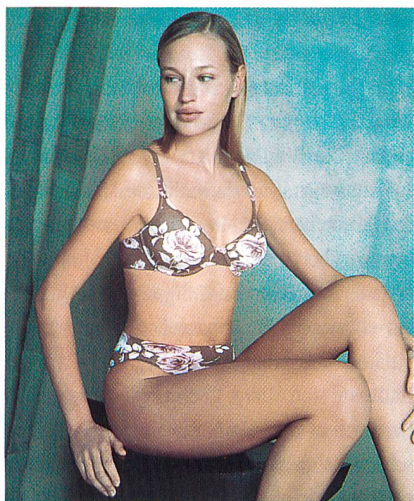
Terms of use

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: 14.05.2025

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

lerweise mit Seide, Viskose und Kunstseide bestickt. Bei der Restschumpfung ergeben sich zwischen Stickgrund und Stickerei oft sehr starke Differenzen, die sich verarbeitungstechnisch problematisch auswirken können. Polyester kann mit Polyester bestickt werden. Das gibt keine Schumpfungsdifferenzen, vereinfacht Ton-in-Ton-Färbungen und bestickt dazu noch durch angenehmes Touché – und das alles praktisch zum gleichen Preis.» Dass Polyamid-Voile nach wie vor ein Thema ist, beweisen die rund 1 Mio. Meter, die Eschler pro Jahr produziert und damit seine Führungsrolle im Kettenwirkbereich in Europa deutlich unterstreicht.



Playtex-Cacharelle

Foto: Playtex

Lingerie Comfort - Tendenzen 2000/01

Modal, das ist die Geschichte über eine Faser, die aus dem natürlich nachwachsenden Holz der Buche hergestellt wird. Wie sie die Metamorphose erlebt, bis sie in ihrer vollendeten Form der Haut schmeichelt. Und sie erzählt, warum ihre Feuchtigkeitsaufnahme das Körperklima reguliert und ihre Weichheit und Farbrillanz auch nach vielen Wäschen erhalten bleiben.

Sophie: Modal inside, kaum spürbar, die zweite Haut. Weich, **geschmeidig und fließend**. Einfache klassische Formen, auf das Notwendigste reduziert.

Rose: So wie es einmal war. Pastelltöne, die Geborgenheit und Zuneigung bezeugen. Die Sensibilität der Haut steht in Harmonie zur Zärtlichkeit von Micro Modal.

Louise: Die gute alte Zeit, sie kehrt zurück. Nostalgische Stoffe, Formen und Farben neu interpretiert. Mit Modal lässt sich Atmosphäre schaffen.

Heather: Authentische Tradition wiederbeleben. Region und Handwerk schaffen Identität. Für Wellness und Leuchtkraft der Farben sorgt Modal.

Michelle: Luxus und Glamour. Hochwertige Materialien wie Seide und Micro Modal aufwendig verarbeitet, mit guten Wasch- und Pflegeeigenschaften.

Lenzing Aktiengesellschaft, Modal Marketing,
Mag. Friedrich Rübrnössl,
A-4860 Lenzing,
Telefon: (43) 7672 701-2878,
Telefax: (43) 7672 918-2119,
E-mail: f.ruebrnoessl@lenzing.com



Der erfrischend andere Massanzug

Gezielt wird Ritex künftig Massanzüge einem jüngeren Publikum näherbringen. Erfolgsorientierte Männer, die bisher trendige Designer-Anzüge gekauft haben, sollen für massgeschneiderte Konfektionen begeistert werden. Angesprochen werden Individualisten mit dem Anspruch, ihren eigenen Stil und ihre Persönlichkeit in einem modischen Unikat zum Ausdruck zu bringen.

Qualitätsbewusste Business-Leute, die das Gefühl zu schätzen wissen, ein einzigartiges, unverwechselbares Stück zu tragen: Anzüge mit einem aussergewöhnlichen Stoff, einer besonders hochwertigen Verarbeitung und einer millimetergenauen Passform. Dies zu einem Preis/Leistungsverhältnis, das längerfristig erfreulich überzeugend ist.

Schon nach 14 Tagen fertig

Wer wartet schon gerne? Deshalb kann man schon knapp zwei Wochen nach der Bestellung in seinen fertigen Ritex-Massanzug schlüpfen. Beim Look zeigt sich Ritex mit selbstverständlicher Internationalität, bei der Qualität und Pünktlichkeit setzt man dagegen konsequent auf schweizerische Tugenden. Obwohl also in kürzester Zeit gefertigt, macht der Anzug dann Freude über Jahre.

Made in Switzerland

In den Bereichen Architektur und Design hat die Schweiz in den vergangenen Jahrzehnten eine weltweit führende Rolle gespielt. Nun ist auch die Modeszene zu einem pulsierenden Leben erwacht. An kreativen Leuten fehlt es nicht und auch das Know-how ist da. Ritex produziert im schweizerischen Lugano im Dunstkreis der Mode-Metropole Milano. Die inspirierende Mischung aus Italien und Schweiz scheint man den Outfits förmlich anzusehen.

Outfits fürs nächste Jahrtausend

Moderne Männer gehen mit anderen Erwartungen an die Mode heran. Sie wissen, dass Ihr Outfit viel zu ihrem Erfolg beitragen kann. Sie kennen deshalb die aktuellen Trends, aber sie wollen diese auf ihre eigene Art interpretieren. Sie sind sich gewohnt, im Beruf zu stehen, unkonventionelle Entscheide zu treffen und neue Wege zu gehen. Weshalb sich also von der Mode einschränken lassen? Der Business-Look entwickelt sich deshalb weg von der Büro-Uniform hin zum individuellen Ausdruck von Persönlichkeit.

Mit cooler Selbstverständlichkeit

Innovative Materialien und frische Schnitte verleihen dem Träger ein Gefühl von kreativer Dynamik. Das neue Jahrtausend wartet und es will erobert sein. Für den ersten Sommer im neuen Zeitalter bietet Ritex eine komplette Linie, dominiert von hellen, weichen Tönen. Synthetische Gewebe und Stretch kommen dem mobilen Leben elastisch entgegen. Die

Silhouette wird dabei flexibel auf den jeweiligen Anlass angepasst. Von der schlichten, eher strengen Klassik eines zeitlosen Zweireihers bis zur saloppen Sportlichkeit eines Vestons mit weniger körperbetonter Linie und aufgesetzten Brusttaschen. Sowieso: Mit cooler Selbstverständlichkeit lassen sich die Stücke locker kombinieren.

Realismus statt Gags

Das Schönste an Ritex: Die Outfits sehen auch an Nicht-Models perfekt aus. Sie wurden kreiert weder für konservative Traditionalisten noch sprunghafte Mode-Freaks. Gedacht sind sie für stilsichere Erneuerer, die wissen, wo es in Zukunft lang geht. Für Männer, die ein sicheres Auftreten haben, ob im Grossstadt-Dschungel oder in der Chefetage eines Glaspalastes. Für Männer, die viel Sinn für feinen Humor haben, aber nichts übrig für plumpe Gags.

Die Ritex-Kollektion Frühling/Sommer 2000

Farben: Helle Gruppen, von hellgrauen Tönen über Silber bis zu matten und stumpfen Anthrazittönen. Weiche hellblaue und gelbe Töne gemischt mit Erdtönen setzen ergänzende Akzente.

Silhouetten: Schlichte Aussagen, inspiriert von der Internationalität des Grossstadtlebens und der Möglichkeiten der Computertechnik.



Schwarzer langer Sakko mit verdeckter Knopfleiste

Ergänzt durch informelle, dekonstruierte Schnitte, eingesetzt bei ungefüllten Sakkos und der Casual-Linie.

Materialien: Hochwertige, reine Wolle in leichten Gewichten für edle Aussagen.

Ansonsten: Synthetics und Stretch. Flache Oberflächen mit synthetischem Look und speziellem Griff.



Outdoor Jacke aus beschichteter Baumwolle



Casual-Programm

Ritex AG

Funkenstrasse 10
CH-4800 Zofingen
Telefon ++41 (0)62 745 33 33
Fax ++41 (0)62 745 33 05

Gründungsjahr: 1919
Anzahl Mitarbeiter/innen (inkl. Teitzeit):
200 Produktionsstandorte: Zofingen, Lugano
Creative Director: Pasquale Merota
Tätigkeitsgebiet: Herren Oberbekleidung
Distribution Schweiz: über 300 Detailhändler sowie PKZ und Globus.
Distribution International: Deutschland, England, Frankreich und Italien

1. Industrie-Design-Tag im Design-Center Langenthal

design center

Der Erste war ein voller Erfolg. Ein gelungener Auftakt zu einer neuen Tradition! Mehr als 100 Interessenten sind am 1. Juli im Design-Center eingetroffen. Durch die sehr gut organisierte Veranstaltung führte die Leiterin des Design-Centers, Frau Eva Gerber, mit viel Sachkenntnis.

Eine bunte Palette verschiedener Erzeugnisse wurden vorgestellt. Referenten von Firmen, staatlichen sowie privaten Organisationen stellten in kurzen Vorträgen ihre Produkte bzw. ihre Programme vor.

Die Webmaschine MR 8300 von Sulzer wurde durch den Leiter «Neue Systeme» der Firma Sulzer, Alois Steiner, in anschaulicher Weise präsentiert. Der zweite Design-Tag in Langenthal findet am 29. Juni 2000 statt. Es lohnt sich, diesen Termin frei zu halten.

PS: Eine Reise nach Langenthal lohnt sich auch, um die permanente Ausstellung für Industriedesign im Design-Center zu besuchen.

Regula Buff