

Zeitschrift: Schweizer Textilien [Deutsche Ausgabe]
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Handelsförderung
Band: - (1946)
Heft: 3

Artikel: Allerlei aus der Textilbranche
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-793830>

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: 08.02.2025

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

Die heutige Situation der schweizerischen Textilindustrie Streiflichter

Es ist nicht unsere Absicht, die gegenwärtige Situation der schweizerischen Textilindustrie zu analysieren. Die Unterredungen, die wir kürzlich gelegentlich einer kleinen «Blitzreise» durch die nordöstliche Schweiz mit den massgebenden Kreisen geführt haben, gaben uns jedoch einige wertvolle Aufschlüsse, die wir hier kurz zusammen fassen möchten.

Momentan arbeiten alle Branchen der Textilindustrie auf Hochtouren. Sie könnten noch viel grössere Mengen fertiger Produkte verkaufen und exportieren, wenn es mehr Rohmaterial, Maschinen und Arbeitskräfte gäbe. Diese Ausnahmeverhältnisse haben eine Art von Ueberkonjunktur geschaffen. Personen, die bis anhin überhaupt nie auf diesem Gebiet tätig waren, kaufen, verkaufen und exportieren alles, dessen sie nur habhaft werden können. Dem Grossteil der Fabrikanten wäre es also ein Leichtes, alle Warenvorräte — ohne Rücksicht auf Mode, Tendenzen und Geschmacksrichtung — mühelos und zu sehr vorteilhaften Bedingungen abzusetzen, — so gross ist die Nachfrage! Doch man muss anerkennen, dass die Produzenten sich nicht von diesem allgemeinen Rausche leichter Geschäftemacherei betören lassen. Zwar drängen sich in allen Produktions- und Verkaufszentren der Schweiz, wie St. Gallen, Zürich etc., die Einkäufer in Scharen. Sie telefonieren, belagern die Büros der Fabrikanten und Exporteure — denn ein jeder möchte von der Situation profitieren. Die Hauptbeteiligten jedoch — die Produzenten und Exporteure — bewahren Gottseidank ihre Ruhe. Sie empfinden vor ihrem Metier eine viel zu grosse Achtung und haben auch bereits viel zu schwere wirtschaftliche Krisen erlebt... und überlebt, um sich so leicht den Kopf verdrehen zu lassen. Ihre grösste Sorge ist nicht die, ihre Waren loszuwerden, sondern den Kontakt mit der traditionellen Kundschaft zu pflegen und zu bewahren, — ihn dort, wo er unterbrochen war, wieder herzustellen und nur dann neue Beziehungen anknüpfen, wenn deren Dauerhaftigkeit gewährleistet ist.

Es ist gefährlich, auf Sand zu bauen, besonders beim Export, und vor allem, wenn man die Verantwortung dafür trägt, dass die Maschinen laufen und tausende von Arbeitern dauernd ihr tägliches Brot haben. Die Fabrikanten aller Branchen der schweizerischen Textilindustrie sehen auch weiterhin, sowohl in ihren Geschäftsbeziehungen als in ihrer Fabrikation, vor allem auf Qualität. Denn nur die Qualität ist für sie die Gewähr eines dauernden Fortbestehens. Wir wollen hier nicht nur von einer qualitativen Erstklassigkeit sprechen, die für die Schweiz selbstverständlich und traditionell ist, sondern auch von dem Bestreben, immer noch besseres zu leisten, sich dauernd zu erneuern und sich den Ansprüchen der Mode anzupassen — ja, diesen Anforderungen sogar möglichst noch zuvorkommen, sie intuitiv zu erfüllen, bevor sie überhaupt Form annehmen, und ihnen Leben und Gestalt zu geben. Wenn nämlich erst einmal der Warenbedarf einer verarmten Welt gesättigt ist, dann können nur noch diejenigen auf einen Fortbestand der angebahnten Geschäftsbeziehungen rechnen, die sich durch gute Qualität ihrer Ware einen Namen gemacht, und die während der grossen Konjunkturwelle Disziplin bewahrt und sich von den Versuchungen des leichten und billigen Erfolges ferngehalten haben. Diese Fabrikanten dürfen sich dann das Wort Jean Cocteau's als Devise machen: «Entweder den Anschluss finden — oder untergehen!» denn sie wissen, dass ihre Existenz als Produzenten von ihrer Anpassungsfähigkeit, ihrer Aufgeschlossenheit und immer wachen «Alarmbereitschaft» abhängig ist. — «Eben darum», sagte uns einer der führenden Seidenfabrikanten der *hautes nouveautés*, «zerbrechen wir uns die Köpfe, um stets wieder Neues zu finden. Neues, das gefällt und es uns ermöglicht, uns immerfort an der Spitze der Produktion zu halten, damit wir auch noch da stehen, wenn die Welt sich satt gekauft hat.»

Darum suchen also die Stickereifabrikanten von St. Gallen nach immer neuen Ideen. Darum lancieren sie jede Saison neue Artikel «de grand luxe» während die Stickereifabriken in New-York vierundzwanzig Stunden täglich mehr als beschäftigt sind, um Serienartikel herzustellen, die nur eben den inländischen Bedarf decken.

Und darum also exportiert ein Hersteller weltbekannter Markenartikel der Bonneterie unter dem Zwang einer ver-

langsamten Produktionskapazität nur ganz wenig (dies Wenige allerdings von allerbesten Qualität!), und auch das noch auf Kosten des ebenso hungrigen Inlandsbedarfs, lediglich um seine «Visitenkarte» im Ausland abgeben zu können! Allerdings eine Visitenkarte von Rang, deren man sich bestimmt erinnern wird.

Unnötig zu sagen, dass die Kollektionen der schweizerischen Fabrikanten aller Branchen, ob es sich nun um «Nouveautés» oder um in ihrem Genre nicht weniger wichtige Artikel des täglichen Bedarfs handelt, im Ausland ausserordentlich geschätzt werden. Das eine vom anderen inspiriert — das Eine wegweisend und das andere dieser Richtung folgend.

Die schweizerische Textilindustrie spielt also gegenwärtig eine erfreulich «gute» Karte, denn sie verfolgt eine weise Produktions- und Verkaufspolitik auf lange Sicht. Das wird ihr gestatten, sich auf dem ausländischen Markt auch dann zu behaupten, wenn die Konkurrenz gewisser Länder, die heute noch völlig oder teilweise lahmgelegt ist, wieder auflebt. In diesem Moment wird nämlich die Besserung in der Rohstoffversorgung ja auch der Schweiz zugutekommen.

Robert Chessex.

Die schweizerische Exportwoche

Die achte Schweizerische Exportwoche, die im Frühjahr dieses Jahres in Zürich stattfand, hatte einen derartigen Erfolg zu verzeichnen, dass die Organisatoren gezwungen waren... das Datum der nächsten Veranstaltung zu verschieben. Tatsächlich haben die durch die ausländischen, überaus zahlreichen Käufer getätigten Abschlüsse alle Erwartungen in einem Ausmass übertroffen, dass die meisten schweizerischen Fabrikanten vorläufig vollbeschäftigt sind und es auch noch bis weit in den Herbst hinein sein werden. Es wäre wirklich zuviel verlangt, wollte man sie nun zwingen, ihre Winterkollektion — wie dies ursprünglich vorgesehen war — vom 2. bis 7. September vorzuführen. Das würde ihnen nämlich die Möglichkeit nehmen, ihre ganze Sorgfalt auf die bereits vorliegenden Aufträge zu konzentrieren. Es ist daher auch im Interesse der ausländischen Kundschaft, wenn der Exportverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie den Beschluss gefasst hat, die nächste und neunte Schweizerische Exportwoche in Zürich erst am 25. bis 30. November 1946 zwecks Vorführung der Frühjahrskollektionen stattfinden zu lassen.

Wir sind überzeugt, dass die ausländischen Käufer in Anerkennung der Beweggründe dieser vernünftigen Massnahme den Schweizer Fabrikanten auch weiter ihr Vertrauen bewahren und die letzten Tage des November für ihren Besuch in Zürich reservieren werden.

Die schweizerischen Exporteure der Bekleidungsindustrie

Die schweizerischen Exporteure der Bekleidungsindustrie haben sich im Jahre 1942 zu einer einzigen Gruppe — dem «Exportverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie», (Utoquai 39, Zürich), der heute beinahe 100 Mitglieder zählt, zusammengeschlossen. Diese Vereinigung wünscht die durch den Krieg neugeschaffenen Verhältnisse zu nutzen, um sich auf den ausländischen Märkten infolge des Ausfalls einer gewissen Auslandskonkurrenz einen Platz zu sichern.

In diesem Sinne äusserte sich uns gegenüber der junge Präsident und Mitbegründer des Verbandes, Herr Haury junior, von der Firma Haury & Co. in St. Gallen, der sich uns liebenswürdigerweise für eine kurze Unterredung zur Verfügung stellte.

Gelegentlich wiederholter Fühlungnahme mit dem Ausland haben die Verbandsleiter feststellen können, dass man — ganz abgesehen von dem allgemeinen Warenhunger — in zahlreichen Ländern den aufrichtigen Wunsch hegt, mit der schweizerischen Industrie in engere Geschäftsbeziehung zu treten. So wäre also die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit vorhanden, die sicherlich für alle Beteiligten erfreuliche Ergebnisse zeitigen wird.

In einigen Ländern war der Verband bereits in der Lage, den Importeuren wertvolle Dienste zu leisten, indem er durch Ueberbrückung gewisser Schwierigkeiten, wie Preiskontrolle, Devisenbewirtschaftung, Kontingentierung und andere hemmende Massnahmen, die auch heute noch die internationalen Handelsbeziehungen paralytisieren, die glatte Abwicklung von Geschäften ermöglichte. Auch auf die internen Wirtschaftsverhältnisse hat der Verband einen heilsamen Einfluss, indem er für vernünftige und zweckmässige Lenkung des Exportes sorgt und zugunsten aller interessierten Fabrikanten bei den schweizerischen Behörden wirksam interveniert.

Man kann dem jungen Verband zu den bereits erzielten praktischen Erfolgen nur gratulieren, und zu der Atmosphäre von Ordnung und Stabilität, die er den in gewissen Milieus üblichen ungesunden Geschäftspraktiken schädlicher und schädigender Kunjunkturgeschäfte wirkungsvoll entgegengesetzt.

Wir raten allen, die an der Bekleidungsindustrie irgendwie interessiert sind, die in der folgenden Nummer der «Schweizer Textilien» diesem wichtigen Gebiet speziell gewidmeten Seiten aufmerksam zu lesen.

R. Chx

Bequem oder korrekt?

«Für die Schönheit muss man leiden», heisst es, wenn die Mode unsere holde Weiblichkeit zu allerlei törichten Selbstkasteiungen zwingt. Dies stimmte besonders zur Zeit der «Wespentaille». Aber es ist auch noch gar nicht so lange her, da trugen die Damen zum Beispiel im Hochsommer pelzverbräunte Kleider! Die wirkten sehr pompös und machten schrecklich warm. Immerhin scheint die Damenmode — auf wie lange wohl? — von diesen Auswüchsen abgekomen zu sein, und es ist heute der anspruchsvollsten Frau möglich, sich in der elegantesten und üppigsten Toilette — auch bei grösster Hitze — wunderbar behaglich zu fühlen. Den unermüdlichen Bestrebungen un-

serer Textilfabrikanten ist es nämlich gelungen, ebenso leichte und duftige wie praktische und kostbare Stoffe herzustellen. Dieses Problem wäre also gelöst!

Hingegen müssen die armen Männer weiterhin Qualen erdulden, um, wenn auch nicht gerade schön, so doch wenigstens «korrekt» angezogen zu sein. Der Schuljüngend, der Studenten, Sportlern und Ferienleuten sind zwar alle Freiheiten in Bezug auf ihren äusseren Menschen erlaubt, doch verbietet der gute Ton und der Begriff des «Gutangezogeneins» den Herren der Schöpfung: Geschäftsleuten, Vertretern, Verkäufern — kurz allen, die infolge ihres Berufes, ihrer gesellschaftlichen Verpflichtungen und ihres persönlichen Geschmacks trotz sommerlicher Gluthitze korrekt angezogen sein müssen, es sich behaglich zu machen. Sie sind gezwungen, sich dieser unerbittlichen Diktatur zu unterwerfen. Dies wird natürlich umso unangenehmer empfunden, als die früher für die Sommerkleidung der Herren sobeliebten feinen Wollstoffe während des Krieges äusserst rar geworden waren und es noch sind.

Unsere Männerwelt wird daher der rührigen Züricher Konfektionsfabrik Canzani & Co. für die ideale Lösung aus diesem Dilemma Dank wissen, die es jetzt erlaubt, gleichzeitig bequem und korrekt gekleidet zu sein. Die genannte Firma schuf nämlich den leichten zweiteiligen «Linovell» Sommeranzug für Herren. Der dabei verarbeitete Stoff «Linovell» besteht aus einer langfaserigen Zellwolle und ist knitterfrei. Die Firma Canzani & Co. hat sich das alleinige Herstellerrecht in «Linovell» Herrenkonfektion für den Export gesichert.

Diese Complets aus «Linovell» werden in grège, beige, marineblau, marron, hellgrau und weiss geliefert und erfüllen alle die Voraussetzungen, die die Herren Canzani & Co. veranlasst haben, diese Neuheit zu lancieren. Die Anzüge sind von diskreter Vornehmheit, klassischem Schnitt und der wohlthuend legeren Bequemlichkeit, die zum Beispiel für die englische Herrenmode charakteristisch ist und für Viele den Inbegriff maskuliner Eleganz darstellt.

Diogène

† JEANNE LANVIN



Jeanne Lanvin ist tot! Das Leben dieser grossen Künstlerin und Schöpferin der Pariser Haute Couture hat kürzlich, nach einer Dauer von 79 Jahren, in ihrem schönen Künstlerheim an der Rue Barbey de Jouy, Paris, seinen Abschluss gefunden.

Ein halbes Jahrhundert hindurch hat sie die Pariser Mode mit ihrem Talent, ihrem Geschmack und ihrem schöpferischen Geist inspiriert.

Sie begann ihre Laufbahn als ganz kleine Arbeiterin. Aber dank ihrer nie versagenden Arbeitskraft und Energie, ihrem begnadeten Künstlertum, schwang sie sich hinauf zum Gipfel der Berühmtheit, — und so entstand ihr weltbekanntes Haus an der Faubourg St-Honoré.

Ihre Kollegen, die ihren Einfluss auf alles, was ins Reich

der Schönheit gehörte — Mode, Aesthetik, Raumgestaltung — und ihre künstlerische Einwirkung auf das Theater, anerkannten und bewunderten, haben ihr die Präsidentschaft der Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne anvertraut — eine verdiente Ehrung ihrer wunderbaren Eigenschaften.

Eine warme Freundschaft verband Jeanne Lanvin mit der Schweiz, und alle Kreise der schweizerischen Textilindustrie und der Mode betrauern aufrichtig ihr Dahinscheiden.

Unsere Photographie zeigt Jeanne Lanvin im Gespräch mit Herrn Fr. Hug, dem Präsidenten des Käufmännischen Direktoriums von St-Gallen, anlässlich der grossen Modeschau in Zürich im Jahre 1945.