

Brief aus Los Angeles

Autor(en): **Miller, Helene**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Textilien [Deutsche Ausgabe]**

Band (Jahr): - **(1954)**

Heft 2

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-793327>

Nutzungsbedingungen

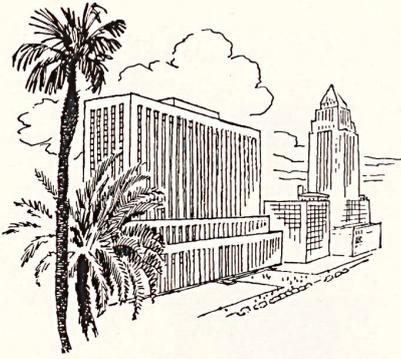
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



BRIEF AUS LOS ANGELES

SEHEN HEISST VERKAUFEN

Es soll Dinge geben, die man sehen muss, um sie zu glauben. Für J.W. Robinson ist Sehen gleich Verkaufen, und diese bekannte Warenhausfirma hat denn auch für mehr als 6 Millionen Dollar Überlegung und Arbeit aufgewendet, um eines der weit und breit überwältigendsten Schaufenster einzurichten, in welchem auch die Schweiz ihren Platz gefunden hat, denn Schweizer Erzeugnisse sind auf jeder Etage und in jeder Abteilung zu sehen.

Um ausschliesslich erstklassige Waren auf möglichst unwiderstehliche Art zu präsentieren, haben sich Raymond Loewy, der bekannte Entwerfer, und Pereira & Luckman, eine führende Architektenfirma, zusammengetan und einen vollständigen, nicht allzu grossen « Department Store » erbaut — Robinson's Beverly, einen Bruder der Robinson-Warenhäuser in Los Angeles und Palm

Springs. Der neue Store steht an der Peripherie von Beverly Hills, das immer noch eine der exklusivsten Ortschaften der Welt darstellt und sich im Grunde aus einer einzigen Folge von Wohnsitzen, Schwimmbassins und exotischem Grünwerk zusammensetzt, welche zäsurlos in die Grossstadt Los Angeles übergeht und von dieser nur durch eine feine Linie auf der Karte getrennt ist. Robinson's Beverly wendet sich an eine eminent erfolgreiche Kundschaft und ist daher auf höchst luxuriöse Weise eingerichtet — mit Teppichen in gedämpften Tönen, mit raffinierter Innenbeleuchtung und einer Dekoration, die im Besucher das Bewusstsein moderner Eleganz erweckt.

Um seine führende Stellung bei der Vorführung des Unalltäglichen zu wahren, veranstaltet Robinson jedes Jahr im Oktober eine « Foreign Fair ». Auf diesen Anlass



Robinson's Beverly



hin, der einer gewählten Kundschaft zu Gefallen Schätze aus allen fünf Weltteilen vereinigt, werden die Lager bis zum Bersten aufgefüllt, und am Vorabend findet jeweils eine Einweihung vor geladenen Gästen statt, an welcher es sehr festlich zuzugehen pflegt.

Obwohl der Parkplatz von Robinson für 1100 Wagen Raum bietet, ist er stets überfüllt. Erwartungsvoll schreiten die Gäste durch die weiten Verkaufsräume und die Seitengalerien. Die Atmosphäre gepflegter Schönheit, welche hier herrscht, erinnert an die Vernissage eleganter

Kunstaussstellungen, und was dabei an Schweizer Textilien, Geweben, Uhren und Zutaten zu sehen ist, trägt zu diesem Eindruck Massgebendes bei. Höhepunkte stellen jeweils die neuen Modeschöpfungen von Adrian, Howard Greer und Athena dar, alles Importeure und regelmässige Verbraucher von schweizerischen Geweben und Zutaten.

Aber auch ausserhalb dieser konzentrierten Oktober-schau sind schweizerische Erzeugnisse in allen Abteilungen des Hauses und zu allen Jahreszeiten vertreten. In der gegenwärtig gezeigten Kollektion von Athena findet





Athena

A day suit of grey Swiss tweed.

Photo John Lee

man zum Beispiel Schweizer Baumwolle, Tweed und Schweizer Moucheté, ein Rayon-Baumwollgewebe. Eines der schönsten Kostüme der Saison ist ein Anzug aus marineblauem Schweizer Batist über blauem Krepp. Die meisten von Athena verwendeten Stoffe werden von K. Meyer in Mills Valley, Kalifornien, sowie von George Tushak in Los Angeles und Royal Woolens in New York importiert.

Ein anderer Modeschöpfer, der gegenwärtig vorführt und auch Schweizer Stoffe verwendet, ist Howard Greer. Einer der Jupes aus seiner laufenden Kollektion, aus gelbem Leinen, ist mit Schweizer Organdistickereien verziert. Ein anderes Kleid besteht aus schwarzem Krepp mit Oberteil aus Taffet über weisser Schweizer Stickerei. Gewebe und Zutaten stammen von Forster Willi.

In der Herrenabteilung findet man einen weiteren, sehr erfolgreichen Artikel, der für Schweizer Importe von Bedeutung ist: die bereits über das ganze Land propagierten Hathaway-Hemden. Da werben feine Tuche und leichte, doppelte Schweizer Voilestoffe aus langfaseriger, ägyptischer Baumwolle um die Gunst des kritischen Käufers, dem als Kunden bei Robinson selbstverständlich nur das Beste gut genug ist. Schweizerische Gewebe haben nicht zuletzt zur Schönheit und zur wachsenden Popularität der Hathaway-Hemden beigetragen. Die Abteilung für Meterware bringt den Käufer in unmittelbarsten Kontakt mit Schweizer Stoffen. Ben Gibbon, der Einkaufschef für Meterware, schätzt seinen jährlichen Umsatz von Schweizer Textilien auf mindestens 15 000 Dollar. Eines der populärsten Gewebe ist dieses Jahr ein garngefärbter Baumwoll-Honan in mannigfachen farbigen Musterungen von Stoffel. Typisch für die Zutaten sind gestickte Leinenbänder mit ausgelassenem Blumenmuster; ein Besatz aus marineblauem, gesticktem Organdi mit Blumenappliqué; zarte weisse Batistbänder in der Form von vierblättrigen, losen Blumenkelchen, die durch Tausende von Knoten zusammengehalten werden, und ein bestickter Organdi-Allover, 44 Inches breit, der \$ 7.95 pro Yard kostet — alles von Forster Willi.

Der Verkaufserfolg solcher Artikel hängt naturgemäss davon ab, dass sie in anregender Umgebung präsentiert werden. Vergessen wir nicht, dass zwar hinter jeder Modeströmung in erster Linie ein einfallsreicher Kopf steht, aber der Erfolg kann sehr wohl ausbleiben, wenn die Neuheit dem Kunden, der sie sich leisten kann, nicht richtig vorgeführt wird. Robinson ist in dieser Beziehung ungewöhnlich weit gegangen und hat ein schönes Stück Zeit, Geld und Energie aufgewendet, um führender Spezialist in der aufregenden Kunst des Verkaufens durch Sehenlassen zu werden. Er stützt sich dabei auf eine Gruppe von bekannten kalifornischen Modeschöpfern, die zu den regelmässigen Verbrauchern von Schweizer Textilien gehören, so dass auch die schweizerische Industrie an der distinguierten Verkaufsatmosphäre bei Robinson teilhat.

Helene Miller