

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1979)
Heft: 40

Artikel: Notizen
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796033>

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: 06.05.2025

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

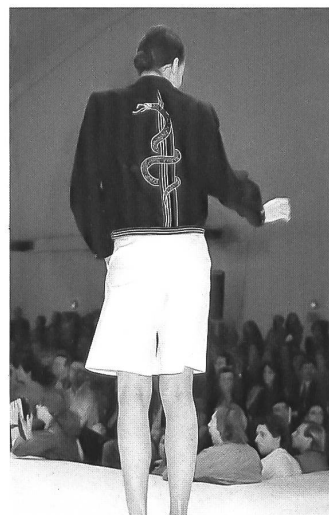
NOTIZEN

SCHWEIZER WOCHEN-PRESSEFAHRT IM ZEICHEN DER TEXTILINDUSTRIE

Die diesjährige Schweizer Woche-Pressefahrt wurde in Zusammenarbeit mit dem Verein Schweizerischer Textilindustrieller VSTI organisiert und führte zu drei repräsentativen Unternehmen dieser Industriebranche. In der Spinnerei Murg AG informierte Verwaltungsratspräsident Dr. H. P. von Ziegler die teilnehmenden Presseleute über die heutige Situation der inländischen Spinnerei-Industrie. Von den 37 Unternehmen hat ungefähr ein Drittel sehr grosse Schwierigkeiten, deren Weiterbestand ist stark gefährdet. Ein Drittel befindet sich in einem recht labilen Gleichgewicht und ein weiteres Drittel darf für sich einen eindeutigen Aufwärtstrend buchen. Zu diesem Drittel gehört auch die Spinnerei Murg AG, wo sehr grosse Rationalisierungsmassnahmen — die Firma nahm vor Jahresfrist ihren den modernsten technischen Anforderungen entsprechenden Neubau in Betrieb, — aber auch

die Spezialisierung auf einen besonderen Kundenbereich durchgeführt wurde. Bei dem zweiten besuchten Unternehmen, der Tuchfabrik Truns AG, ist die Ertragslage etwas weniger positiv. Im Interesse der Bevölkerung (Erhaltung der gerade für abgelegene Orte wichtigen Arbeitsplätze) unterstützte die Gemeinde mit Partizipationsscheinen im Rahmen von 300 000 Franken die Firma. Gleichzeitig intensivierte man die Marktbearbeitung und setzte sich für eine gezielte Produktentwicklung ein. In der Kleiderfabrik wurde Styling und Verarbeitung bedeutend aktualisiert. Die Auftragslage hat sich bis heute so verbessert, dass die Arbeitsplätze wieder gesichert sind. Auf die Fabrikation von Spezialitäten hat sich das dritte Unternehmen, die Weberei Gessner AG, konzentriert. Hochmodische Seidenstoffe für DOB (auch Druck- und Stick-Fonds), Krawattenstoffe und Deko-

Gewebe in Jacquard-Technik bestimmen das Produktangebot. In dem vor Jahresfrist in Betrieb genommenen Neubau in Wädenswil konnte die Weberei mit ihren 110 Jacquard-Webstühlen, die Vorwerke, die Ausrüstung und das Lager alle unter einem Dach eingerichtet werden, was eine wesentliche Rationalisierung des Fabrikationsprozesses und eine höchst mögliche Flexibilität garantiert. Nach den Worten von Verwaltungsratspräsident Th. Isler ist die Ertragslage heute, mit Ausnahme der auf den amerikanischen Markt ausgerichteten Krawattenstoffe, befriedigend. Ganz allgemein wird die Beschäftigung in der Textilindustrie als gut beurteilt, hingegen geben die Preise immer noch zu Diskussionen Anlass, und man hofft, dass sich hier die Situation bald normalisieren und wenn möglich verbessern lässt.



EXKLUSIVES STICKEREIMUSTER FÜR ALBINI

Nicht nur bei der Haute Couture, sondern ebenfalls beim Prêt-à-Porter gibt es eine enge Zusammenarbeit zwischen Couturier und Stoff-Produzent. So ist auch bei Albin in Kooperation mit Forster Willi eine exklusive Stickerei entstanden, die das Thema «Die Schlange und der Drache» darstellt. Das Modell zeigt eine mehrfarbige Seiden- und Lurex®-Stickerei auf Baumwoll-Streifenpiqué, mit einer Schlange, welche sich um eine Säule windet.

SCHWEIZER TEXTIL-NOUVEAUTÉS IN MOSKAU

Anlässlich der ersten internationalen Ausstellung für Konsumgüter und Mode in Moskau (28.6.–8.7.1979) waren 17 schweizerische Firmen mit ihren Produkten vertreten. Nicht weniger als sieben der ausstellenden schweizerischen Unternehmen rekrutierten sich aus der Textilindustrie:

Abraham AG, Zürich
Bleiche AG, Zofingen
Forster Willi + Co. AG, St. Gallen
Hausamann + Moos AG, Weisslingen
Schild AG, Tuch- und Deckenfabriken, Liestal

Jakob Schlaepfer + Co. AG, St. Gallen
Weisbrod-Zürcher AG, Hausen a. Albis
Trotz der eher spät bekannt gegebenen Termine erfreute sich die Ausstellung einer sehr hohen internationalen Beteiligung (über 500 Aussteller aus 20 Ländern). Den interessierten Schweizer Firmen war es von Beginn an klar, dass es sich bei dieser Aktion nicht um eine Verkaufsmesse handeln konnte, sondern dass es vielmehr um eine — und wie sich später bestätigte — positive Kontaktnahme mit den sowjetischen Aussenhandelsorganisationen und den prospektiven Kunden ging, wobei mehrere Firmen bereits 1968 in Moskau an einer Ausstellung teilgenommen hatten. Als ausserordentlich produktiv wirkte sich die seriöse Vorbereitung dieses Unternehmens von seiten der schweizerischen Handelsorganisationen (Schweizerische Zentrale für Handelsförderung und Schweizerische Textilkammer Textotex, St. Gallen) aus. Alle verantwortlichen Stellen in der UdSSR wurden vorgängig kontaktiert, sei es auf diplomatischem oder auf handelspolitischem Weg, so dass die Besuche der verantwortlichen sowjetischen Handelsfunktionäre bei den verschiedenen Schweizer Ständen erfreulicherweise recht zahlreich waren, was als ein erster Erfolg zu werten ist.

Die zu Beginn nur dem Fachpublikum zugängliche Ausstellung wurde gegen deren Ende hin für eine breitere Masse geöffnet: das Interesse bei diesen Besuchern war gerade an schweizerischen Textilspezialitäten besonders gross. Ob-



wohl das modische Bewusstsein in den sowjetischen Ländern nicht so aktiv ist wie im Westen, zeigten sich die Einkäufer wie auch «die Frau von der Strasse» von den gezeigten Nouveautés beeindruckt; teilweise konnte ein recht überzeugendes Fachwissen in Bezug auf das europäische Modegeschehen registriert werden. Dem Vernehmen nach hat die Ausstellung der Schweizer Firmen bei den sowjetischen Aussenhandelsorganisationen einen positiven Eindruck hinterlassen, indessen wurden keine konkreten Aufträge erteilt. Dies würde der östlichen Handelspolitik auch nicht entsprechen, ist es doch die langfristige, wiederholte Prüfung ausgesetzter Handelsbeziehung, die dort gesucht wird, und die in der Folge eine prosperierende Kontinuität mit sich bringen soll.

Alle teilnehmenden Schweizer Textilfirmen wurden jedoch von verschiedensten Seiten eingeladen, Offerten über ihre Kollektionen zu unterbreiten. Diese Offerten mussten direkt an die drei sowjetischen Aussenhandelsorganisationen gerichtet werden:

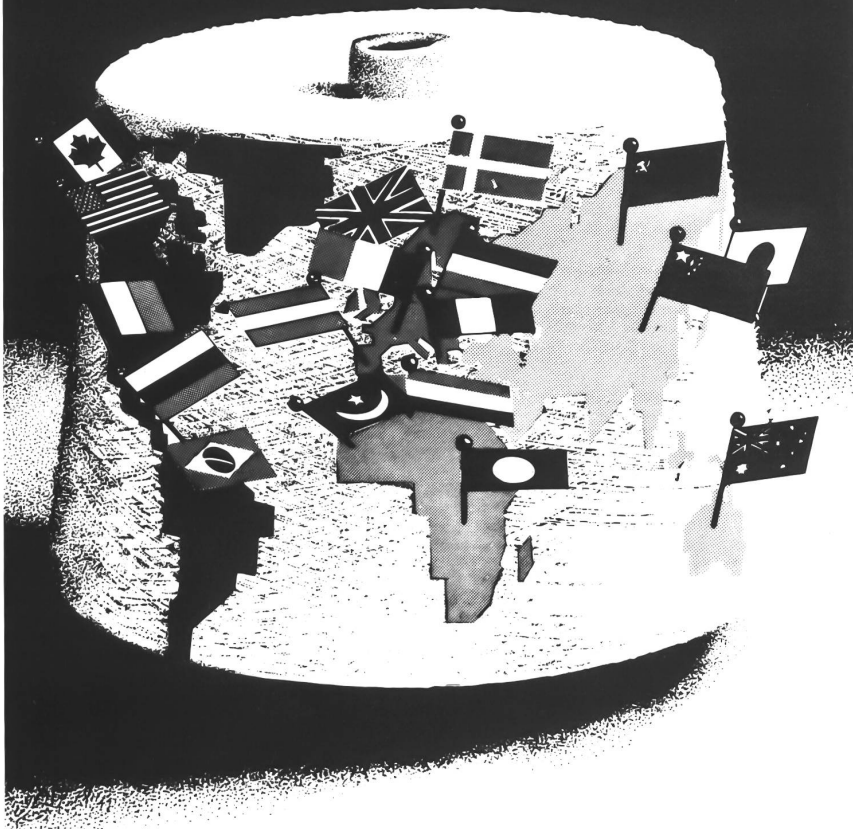
- Exportljon: Meterwarenhandel und Konfektion
- Raznoexport: Binnenhandel, konfektionierte Artikel, Zutaten für Industrie
- Vneshposyltorg: Spezialgeschäfte, Devisenläden.

Für alle drei sowjetischen Aussenhandelsorganisationen konnte die schweizerische Textilindustrie mit spezifischen Angeboten aufwarten, die sehr viel Anklang fanden. Dominierend in diesem Zusammenhang war auch das technologische Interesse. So erkundigten sich die Besucher nicht selten nach den diversen Fabrikationsmethoden oder wollten sogar entsprechende Maschinen für eine Eigenproduktion der in den schweizerischen Ständen ausgestellten Waren erwerben.



11^{ème} FOIRE INTERNATIONALE DES MANUFACTURES
TEXTILES POUR LE FOYER ET LA DÉCORATION

TEXTIL HOGAR/80



VALENCIA (ESPAGNE) 15 À 19 JANVIER 1980

L'Espagne et Textil Hogar vous souhaitent la bienvenue et vous offrent la possibilité de réaliser commodément les meilleures affaires.

50.000 mètres carrés de:

Tapis et revêtements de sols - Textiles pour la décoration - Rideaux, textiles pour la tapisserie - Linge de lit, de table, de bain, de cuisine, etc. - Fibres et fils accessoires.



INFORMATION: TEXTILHOGAR/80 - Boîte Postale 476 VALENCIA (Espagne)
Télégrammes: FERIARIO Téléc: 62435 - Téléphone: (96) 340 10 11

NOTIZEN

MODEXPO 11 / 79 KEINE SUPERLATIVE ABER ALLGEMEINE ZUFRIEDENHEIT

Die vom Gesamtverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie alljährlich zweimal inszenierte Einkäufermesse Modexpo fand in den Zürcher ZÜSPA-Hallen auch diesmal wieder ein reges Echo und wurde von den interessierten Kreisen besonders als Informationsmedium sehr geschätzt. Zwar nahm die Zahl der Einkäufer an der Modexpo 11/79 nur gering zu, doch konnte eine spürbare Steigerung der Orderfreudigkeit festgestellt werden. Die rund 200 Aussteller mit Produkten aus 24 Ländern zeigten sich deshalb über den geschäftlichen Erfolg sehr zufrieden. Bei 14 % wurden die Erwartungen sogar übertroffen und 54 % meldeten einen Verkauf nach ihren Erwartungen.

Auch die mehrheitlich aus Mittel- und Kleinbetrieben stammenden Einkäufer äusserten sich über das Angebot positiv, wobei die Messe gerade hier als wichtiges Instrument zur Kontaktpflege bezeichnet wird. Grossen Anklang fand die originell präsentierte Modenschau des Choreographen Orlando Geremia sowohl bei den Kunden wie bei den Ausstellern.

Dass das Messewesen in Europa heute nicht mehr ganz unproblematisch ist, kam anlässlich eines der Modexpo vorausgehenden Pressegesprächs zwischen Messevertretern aus dem In- und Ausland und der europäischen Fachpresse klar zum Ausdruck. Allzu viele Messen beanspruchen gegenwärtig den Kunden. Die Einkäufer können ihre Termine nicht mehr koordinieren, es gilt vielmehr, Schwerpunkte zu setzen, und meist sind dann die kleineren Veranstaltungen die Leidtragenden. An dem von Jole Fontana («Textil Revue») geleiteten Gespräch nahmen wesentliche Vertreter des europäischen Messewesens teil und äusserten sich recht unterschiedlich zum aktuellen Messegeschehen. Dieses sollte ganz allgemein viel transparenter gestaltet werden, die Vorinformation für den Einkäufer besser organisiert werden — wobei auch dem Einkäufer die Pflicht zukommt, sich gründlicher über das spezifische Angebot zu erkundigen, bevor er eine Messe besucht — und last but not least gilt es, die Unzahl von Messen gerade aus terminlichen Gründen einmal zu reduzieren und sich auf wenige grosse und einige kleine, aber stark spezialisierte Messen zu konzentrieren. Jole Fontana stellte in diesem Zusammenhang die provokative Frage, ob nicht vielleicht in naher Zukunft die elektronischen Informationsmedien das Messewesen ersetzen könnten, indem der Detailist mittels Videorecorder seine Bestellungen macht! Eine Vorstufe dieses Trends bemerkt man heute bereits in den USA, wo der Grosseinkauf häufig über den Katalog erfolgt. Die anwesenden Messevertreter konnten sich dieser Meinung nicht anschliessen und zeigten sich von der jetzigen Messesituation noch durchaus überzeugt. Es sei zwar möglich, dass der Messebesuch ganz allgemein in Zukunft etwas selektiver werde, doch habe diese Art von Verkaufsveranstaltung vorläufig noch unbedingt ihre Berechtigung.

Kooperation für eine funktionell erstklassige Skimode

Sieben Schweizer Firmen haben sich zusammengefunden, um in enger Zusammenarbeit Skimode zu schaffen, die in jeder Beziehung den hohen schweizerischen Qualitätsansprüchen genügt. Die auf Ski- und Sportmode spezialisierte Genfer Konfektionsfirma Henri-Charles Colsonet stellte an einer spritzig aufgemachten Modenschau die neusten Modelle vor, zu denen Schoeller Textil AG, Derendingen, die superelastischen Gewebe mit Lycra® für die Skihosen, «Rotofil», Zürich, die feine, leichte Ballonseide aus Nylsuisse®, der Viscosuisse, Emmenbrücke, für die Anoraks, Du Pont, Genf, die Füllfaser Dacron®-Hollofil®, die wegen ihrer hohen Konstruktion hervorragende Isoliereigenschaften aufweist, für die bauchkräftige Füllung der Skijacken, sowie «Riri» die erstklassigen Reissverschlüsse beigesteuert hatten.

Wie die ganze Skibekleidungs-Kollektion zeigte, hat sich die Zusammenarbeit sehr gelohnt, denn nicht nur von den modischen Aspekten her, sondern ebenfalls in

den funktionellen Kriterien vermochten die vielseitigen Modelle zu überzeugen. Ganz auf das Wohlbefinden der Träger ausgerichtet, geben selbst die hautnah geschnittenen Skihosen durch ihre grosse Elastizität der Bewegung freien Spielraum. Die synthetische Aussenfläche gewährt hohe Winddichtigkeit und bessere Imprägnation, die reinwollene Innenseite garantiert optimale Wärme.

Dass man jedoch nicht auf den Lorbeer ruhen will, beweisen die bereits in Arbeit genommenen neuen HCC-Modelle für 1980/81, bei denen neben den modischen Belangen Komfort und Funktion einmal mehr Vorrang haben werden und bei denen man ebenfalls wieder Nutzen aus dem Know-how der Zulieferanten ziehen will.



INTERESSANT KONFEKTIONIERT FREIZEITMODE AUS HAUSAMMANN + MOOS-TEXTILIEN

Die vielseitige und sich ganz speziell für Legerwear-Artikel eignende Kollektion der Firma Hausammann + Moos AG, Weisslingen, inspiriert die Designer und Produzenten stets von neuem zu aktuellen und eigenwilligen Kreationen. Das Angebot an pflegeleichten, optimale Trageigenschaften bietenden und modischen Stoffen deckt den ganzen Bedarf dieser wichtigen Sparte der Bekleidungsindustrie. Hemden, Blusen, T-Shirts, Strandkleider, Trenchcoats, Anzüge, Freizeit-Hemden... der Fantasie des Entwerfers sind hier jedenfalls keine Grenzen gesetzt.



Zwei topmodische Anzüge für Freizeit und Ferien, das weisse Modell links aus Vollpopeline, das dunkle rechts aus Baumwollpopeline der Firma Hausammann + Moos AG, Weisslingen. (Hannes B., Zürich)



Sportliches Polohemd aus reiner Baumwolle « Derby » und neuartiges T-Shirt mit verbreiteter Achsel aus Baumwolle « Bahama » von Hausammann + Moos AG, Weisslingen. (Hannes B., Zürich)

MAX KREIER AG VEREINIGT MIT DOERIG TASCHENTÜCHER AG

Durch den Hinschied von Max Kreier stand die weltbekannte Firma **Max Kreier AG** zum Verkauf. A. Doerig, Inhaber der **Doerig Taschentücher AG**, hat jetzt das gesamte Aktienkapital der **Max Kreier AG** übernommen. Damit sind zwei führende Firmen der Taschentuchbranche unter der gleichen Leitung. Die Übernahme erfolgte, da sich die Sortimente der beiden Firmen ergänzen. Beide Firmen stellen hochwertige Tücher her.

Max Kreier AG ist führend für bedruckte Taschentücher, Kalender, Haushaltstextilien usw. **Doerig Taschentücher AG** für bestickte Taschentücher und modische Packungen. Durch den Kauf der **Guenther AG** vor einigen Jahren vergrösserte

die **Doerig AG** ihren Maschinenpark und damit die Stickkapazität um ein Mehrfaches.

Der Zusammenschluss der beiden — **Max Kreier AG** und **Doerig Taschentücher AG** — bedeutet Stärkung der Marktposition und Rationalisierung in Verkauf und Verwaltung. Die Verkaufspolitik der beiden Firmen wird aufrechterhalten. Vor allem soll die Exklusivität von **Kreier** gewahrt oder noch verstärkt werden. Es ist zu hoffen, dass **Kreier** und **Doerig** weiterhin im In- und Ausland an der Spitze bleiben werden, und dass neue Impulse das im Moment etwas stagnierende Taschentuchgeschäft allgemein beleben werden.

DAS SCHWEIZER BAUMWOLLINSTITUT NIMMT SITZ IM TMC

Das Schweizer Baumwollinstitut wird von St. Gallen ins Textil und Mode Center Zürich umziehen. Dieser Beschluss fasste sein Vorstand aufgrund der positiven Erfahrungen, die das Institut mit dem «Baumwoll-Treff», einem Gemeinschaftsstand mit Auskunftsstelle, im neuen Textil-Grosshandelszentrum machte. Dort soll unter anderem eine permanente Produkteschau der Erzeugnisse der Schweizer Baumwollindustrie — von Rohgarnen bis zu veredelten Stoffen und Stickereien — eingerichtet werden. Das Institut, früher Publizitätsstelle der

Schweizerischen Baumwoll- und Stickerindustrie genannt, existiert seit 1955. Es ist die Werbe- und PR-Organisation der Vorstufe der Textilindustrie, die Baumwolle verarbeitet. Es wird vom Industrieverband Textil (IVT), dem Verband der Schweizerischen Textil-Veredelungsindustrie (VSTV) und der Schweizerischen Zwirnerei-Genossenschaft (VSG) getragen.

Gleichzeitig ist das Schweizer Baumwollinstitut die offizielle Vertreterin des International Institute for Cotton in der Schweiz.

Carrés et écharpes
imprimés à la main
Arthur Vetter & Cie
Zollikon-Zurich

Vetter & Cie

NOTIZEN

BRANCHENPRÄSENTATION BEKLEIDUNGSINDUSTRIE

Mit einer Fülle von Informationen ist der Presse kürzlich in St. Gallen die schweizerische Bekleidungsindustrie vorgestellt worden. Standort-, Struktur- und Aussenhandelsfragen standen dabei im Vordergrund des Interesses. In der Einstufung und Beurteilung der Prioritäten für eine gedeihliche Entwicklung dieses Industriezweiges waren sich die zahlreichen Vertreter aus der Industrie nicht immer ganz einig. Einige wichtige Punkte für die Weiterexistenz dieses Industriezweiges mit total 31 000 Beschäftigten und 700 Betrieben haben sich aber deutlich herauskristallisiert. Probleme wird in nächster Zukunft sicher einmal die teilweise unbefriedigende Betriebsgrössenstruktur bringen. Nach wie vor dominiert der Kleinbetrieb, gemessen an der Zahl der vorhandenen Unternehmen. Das bringt zwar bestimmte Vorteile, etwa in bezug auf die Flexibilität in der Produktion, doch wirkt sich die beschränkte Kapazität nachteilig auf die Kostenstruktur aus. Wenn der Schrumpfungprozess voraussichtlich auch künftig weitergehen wird — innert der letzten sieben Jahre verlor die Bekleidungsindustrie 32 Prozent ihrer Betriebe und 35 Prozent des Personals — so zeichnen sich doch Wege ab, die mithelfen, die erhöhten Risiken besser verkraften zu können. Einmal kann mit Einsatz, Fantasie und modischem Fingerspitzengefühl sowie Entscheidungsfreude nach

wie vor viel erreicht werden. Jörg Tschopp (Tuchschmid AG, Amriswil) meint, in den meisten Fällen dürfte es darum gehen, grössere Betriebs- oder Produktionseinheiten zu schaffen, um kostengünstiger produzieren zu können. Eine Produktionsverlagerung ins Ausland dürfte sich dann aufdrängen, wenn es sich um einfach herzustellende Stapelartikel handelt. Kooperation mit einem ausländischen Unternehmen kann auch sinnvoll sein, wenn neben den in der Schweiz produzierten Artikeln ausländische Ware ins Sortiment aufgenommen wird. Weil der Export wegen der Marktenge des Heimatmarktes immer wichtiger wird, gilt ein besonderes Augenmerk den zunehmenden protektionistischen Tendenzen in sonst marktwirtschaftlich orientierten Ländern. Thomas Kriesemer (Hanro AG, Balsthal) bemerkte dazu, dass von 147 theoretisch erreichbaren Ländern nur 22 im Warenaustausch mit der Schweiz frei zugänglich seien. In der Schweiz sind dagegen, wegen befürchteter Retorsionsmassnahmen, keine irgendwelchen Importbeschränkungen vorgesehen. Die Zukunft der schweizerischen Bekleidungsindustrie hängt summa summarum weitgehend von der Flexibilität in der Produktion der Betriebe und noch mehr von der Beweglichkeit der Unternehmensleitungen ab. Wohl nicht zu vermeiden wird die Zunahme der Importe sein.

SVF — HERBSTTAGUNG — ELASTISCHE OBERBEKLEIDUNG

Zirka 140 Mitglieder wohnten der diesjährigen Herbsttagung der Schweizerischen Vereinigung von Färbereifachleuten in Baden bei Zürich bei. Mit einem ersten Referat zur Frage, **warum elastische Oberbekleidung** hergestellt werde und wie der Markt dafür bestellt sei, ging G.F. van Bruggen (DuPont, Genf) zunächst auf das Konsumentenbedürfnis ein. Tatsächlich werde für Freizeitbekleidung mehr und mehr Tragkomfort verlangt. Nach einer DuPont-Studie über menschliche Bewegungsabläufe brauche es 25–30% Dehnung, die für ein gesteigertes Wohlfühlgefühl nötig seien. Um den Bekleidungsstoffen diese Elastizität zu verleihen, seien Polyurethanfasern bestens geeignet. Ursprünglich für die Figurkontrolle entwickelt, im Miederbereich bewährt und nun auch seit Jahren mit Erfolg in der Sportbekleidung verarbeitet, dürfte die PUE-Faser in nächster Zeit einer regelrechten Revolution entgegengehen. Allerdings sind die Probleme und Anforderungen nicht eben gering: im eher körperfernen Bereich der Oberbekleidung bedarf es einer hohen Formbeständigkeit der Klei-

dungsstücke, einer Eigenschaft, die neben der Gröszenbeständigkeit mit zum Kauf motiviert. Die «**Webtechnischen Aspekte des Stretch-Cord**» beleuchtete anschliessend D. Kaminski von Saic-Velcorex, Illzach/Frankreich. Zunächst sind es drei Kriterien, die für die Aufnahme der Cord-Produktion entscheidend sind: Preisniveau, technische Einrichtung, Rendite. Dabei müsse man sich bewusst sein, dass «Cordsamt elastisch zu machen ebenso schwierig sei, wie ein brennbares Gewebe flammfest auszurüsten». Auch wenn die Anforderungen — im Vergleich zum früheren Skielastic — etwas weniger streng sind, steht gerade beim Stretch-Cord die Qualität an vorderster Stelle. Sie wird von der Technik und dem Material des Umspinnens, von der Anzahl Kettfäden, von der maschinentechnischen Auslegung des Webstuhls und natürlich von der Bindungsart beeinflusst. Mit den «**physikalischen und mechanischen Einflüssen von Veredlungsprozessen auf Elastic-Gewebe und der Prüfmethode**» befasste sich anschliessend A. Reicher



11th HELLENIC FASHION FAIR - EUROMODE '80
WINTERMODE '81 FUER OBERBEKLEIDUNG
12-15 Januar 1980, Athen, Caravel Hotel

Warengruppen:

- Damen, Herren - und Kinderbekleidung
- Strickwaren
- T-Shirts, Blusen
- Röcke, Hosen
- Kostüme, Kleider
- Mäntel, Regenmäntel
- Unterwäsche
- Lingerie
- Krawatten und Pelze

DATA ADVERTISING

ATHEN

DER EUROPÄISCHEN MODE WEGKREUZUNGSPUNKT

Alle Wege führen nach Athen den 12. bis 15. Januar, als das 11. HELLENIC FASHION FAIR - EUROMODE 1980 die urteilsfähigsten Käufer der Welt bewirbt. Athen und das HELLENIC FASHION FAIR - EUROMODE 1980 werden die besten, von mehr als hundert leitenden Fabrikanten hergestellten Konfektionsartikel Griechenlands zur Schau stellen. Selbst die grössten Bestellungen können rechtzeitig und zu den günstigsten Preisen erfüllt werden.

Hervorragend organisiert wie immer, diesmal aber auch mit besonderer Pracht zur stolzen Betonung unseres neuen Zustandes als Wegkreuzungspunkt der europäischen Mode, HELLENIC FASHION FAIR - EUROMODE 1980 ist die Handelsmesse, die als natürlicher Schwerpunkt der Mode im ganzen Gebiet des Mittelmeeres dient. KOMMEN SIE!

Informationen über unser "Pauschalreise-Paket" erhalten Sie durch: VOYAGES FERT AND CO.
Mr. Roberto L. Sagliati 22A, LE CORBUSIER / ANGLE RIEU
1208 GENEVE 1 Tel: (022) 471 213 Telex: 22585 FERT CH

11th HELLENIC FASHION FAIR - EUROMODE '80
WINTERMODE '81 FUER OBERBEKLEIDUNG
RUECKANTWORTSZEITTEL
Weitere Auskünfte stehen Ihnen zur Verfügung bei: Hellenic Fashion Center.
50 Omirou Str., Athen 135, Griechenland. Telex 21 4467 LIDA GR

FIRMENNAME _____
NAME DES BESUCHERS _____
ADRESSE _____
LAND _____
BESONDERES INTERESSE _____
TEL _____
TELEX _____

AUCH DIE SCHIRMMODE IST DER FEMININEN ELEGANZ VERPFLICHTET

Schirme werden immer mehr zu einem modischen Accessoire, das sich dem Bekleidungsstil anpasst. Fondfarben wie Altrosa, Mauve, Brombeer, Cassis, Bordeaux, Fuchsia, Silber und Stahlblau werden mit figurativen oder der Natur entnommenen Motiven bedruckt. Bei aufwendigen Modellen ist auch ein Crêpe de Chine-Foulard assortiert. Changeant- oder Doublefacestoffe sind für die eleganten Modelle ebenfalls gefragt. Man spricht auch wieder vom Abendschirm, der zierlicher gestaltet ist und unter dessen schwarzer Oberfläche handgemalte Rosen träumen.

Le retour à l'élégance verlangt auch einen verfeinerten Messingstock, zierlichere Spitzli und einen formschönen Griff aus farblich assortiertem Plexiglas, oft auch aus Elfenbein-Imitation, und immer wieder kleine unaufdringliche Details. Auch für Damen erweist sich als sehr praktisch, wenn beim Einkaufen keine Hand frei ist: der Automat in leichter, gefälliger Konstruktion, oft in modischen Violett-Gräutönen, mit feinen Streifen oder geometrischen Dessins.

Auch Monsieur liebt mehr Eleganz: der Taschenschirm, der noch immer sein Lieblingsschirm ist, hat z.B. Griff und Futteral aus echtem Leder bekommen und zum schmalen Stockschild aus feingemustertem, dezenter Stoff wählt er eine Krawatte und eine lange, schmale Echarpe mit dem gleichen Dessin.

Wenn auch mehr Langschirme gekauft werden, ist der Taschenschirm nicht wegzudenken. Neu ist ein Set; ein Etui, in welchem ein Damen- und ein Herren-Taschenschirm untergebracht sind, die sich so verpackt gut im Auto verstauen lassen. Neu ist auch der Reiseschirm, der, 69 cm lang, sich in jedem normalen Koffer verpacken lässt oder der Langschirm mit dem abnehmbaren Griff.

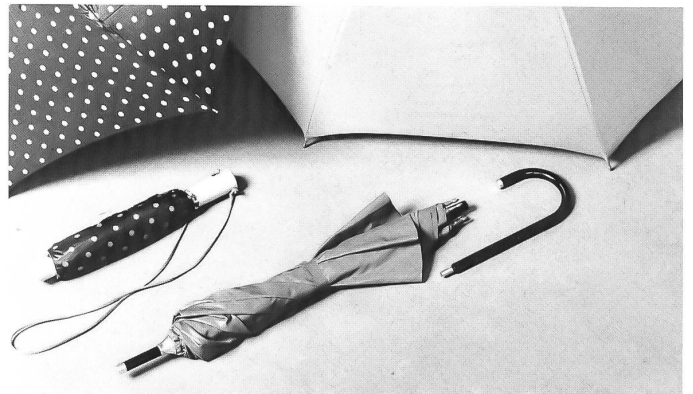
Die originellen Freizeitschirme sprechen vor allem die Jugend an, und der stark reflektierende «Safety»-Schirm, dessen Motive auch bei abgeblendeten Scheinwerfern leuchten, sind gerade in der schlechten Jahreszeit äusserst wichtig. Die Sommermonate 1979 waren durch einen verhältnismässig guten Verkauf gekennzeichnet. Es bestehen Hoffnungen, das Jahr 1979 gesamthaft als befriedigend bezeichnen zu können, sofern die Verkäufe in der Weihnachtszeit gut sein werden. Nach wie vor beeinflusst das Weihnachtsgeschäft das ganze Jahr massgebend.

Dabei gehen die Verkaufsimpulse vom Wetter aus: Die Verkäufe nehmen zu, wenn im letzten Quartal herbstlich/

winterliches Wetter vorherrscht. So ist die Stagnation im Jahre 1978 darauf zurückzuführen, dass die Verkäufe Ende Jahr kleiner als erwartet waren.

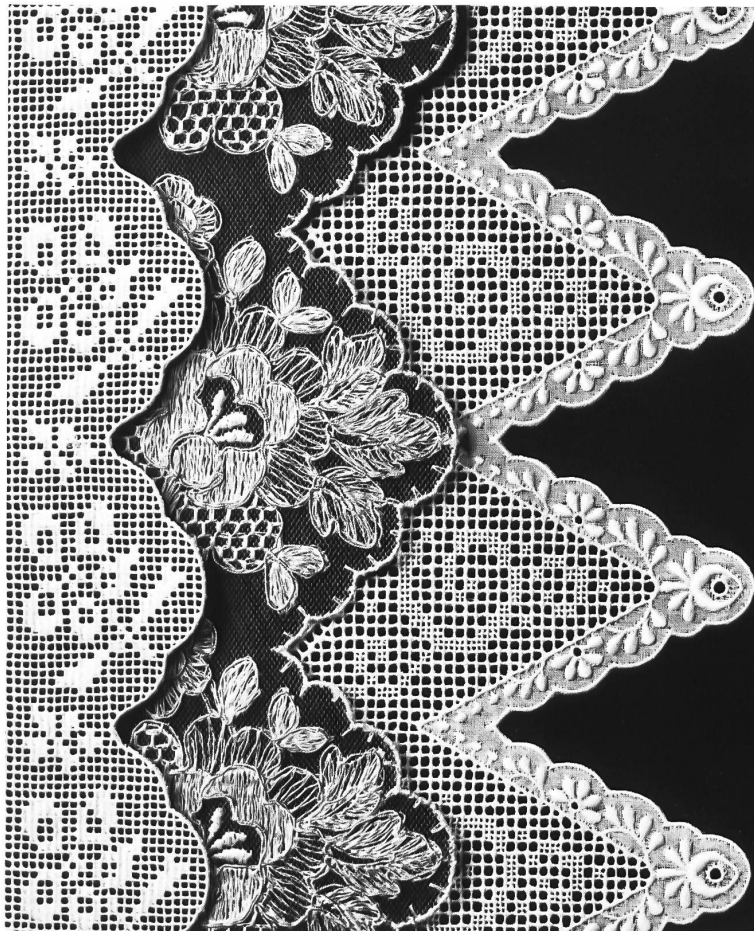
Die Importe nahmen im ersten halben Jahr 1979 gesamthaft um 20% zu. Weniger Sorgen bereiten derzeit die Einfuhren aus dem fernen Osten, dafür jene aus Italien, die um 33% zunehmen.

Schweizer Schirme: Weltneuheit — grosser Schirm für die Reisetasche, Griff abschraubbar. Taschenschirm zum Umhängen, modisch und praktisch, passend zu Taschenmode.



(DuPont, Genf). Einen interessanten Überblick über die Färbverfahren gab F. Somm (Sandoz, Basel). Die «Möglichkeiten des Färbens elastischer Oberbekleidung» sind äusserst zahlreich und reichen von konventionellen Ausziehmethoden bis zu energie- und wassersparenden halb- und vollkontinuierlichen Prozessen. Bei deren Evaluation müssen Wirtschaftlichkeit und Betriebssicherheit in der Produktion Basis der Überlegungen sein.

Der Vortragsreihe folgte eine lebhaft Diskussion, die sich zunächst um die Echtheitsanforderungen drehte. Nach Aussagen des Faserherstellers müssen die besprochenen Stretch-Artikel einer 40°C-Wäsche mit der Note 4-5 genügen. Zur Diskussion gestellt wurde sodann das Ausmass von Restschumpf («der dem Konsumenten 3-5 cm kürzere Hosen bringt...») und der Elastizität, die mit 25-30% möglicherweise zu gross gewählt sei. Schliesslich eine Frage an die Konfektionäre: «Was nützt elastischer Oberstoff, wenn der Futterstoff die Dehnung nicht mitmacht?»



Wir fabrizieren
Stickereien aller Art
seit 1899

Embroidery Manufacturers
since 1899

Fabricants de
broderies de St-Gall
depuis 1899

Fabbricanti di ricami
da 1899



ALTOCO AG

CH-9001 St.Gallen
St.Leonhardstrasse 61
Telefon: 071/22 65 74
Telex: 77 641

NOTIZEN



BERICHTIGUNG

Leider hat sich im Wäschekapitel unseres letzten Heftes ein ärgerlicher Fehler eingeschlichen, den wir an dieser Stelle berichtigen möchten. Der Konfektionär des attraktiven Trikothemdchens mit Sticke-

reimotiv und Strassapplikation von Forster Willi + Co. AG ist **Erich Hailfinger**, Deutschland, und nicht Osdilo, wie irrtümlich geschrieben wurde.



Die Tänzer
Kornfeld nach Monet

AKTIVE EXPORTFÖRDERUNG IM DIENSTE DER TEXTILINDUSTRIE

Unter dem Präsidium von Tobias Forster (Forster Willi + Co. AG, St. Gallen) hielt die Exportwerbung für Schweizer Textilien ihre 20. Generalversammlung in Zürich ab. Diese Organisation umfasst rund 40 exportorientierte Unternehmen der Textilindustrie. Ferner wird sie von sechs wichtigen Verbänden unterstützt, darunter die grossen Branchenorganisationen der Baumwoll-, Woll- und Stickereiindustrie sowie die Veredelungsindustrie und dem ebenfalls in St. Gallen ansässigen Verband Schweizerischer Gewebeexporteure. Erste und einzige Zielsetzung der Exportwerbung für Schweizer Textilien ist die Förderung des Exportes schweizerischer Textilprodukte. Die finanziellen Mittel dazu beschafft sich diese Organisation über Beiträge der Mitgliedfirmen und -Verbände. Nur vorübergehend werden gewisse grösser angelegte Promotionsaktionen gegenwärtig durch Staatssubventionen unterstützt.

Drei Tätigkeitsbereiche bildeten die Schwerpunkte des letzten Geschäftsjahres: Pressedienst, Produktinformation sowie Promotions mit dem Handel. Ausserhalb des eigentlichen Basisbudgets ist die Exportwerbung in der Lage, als gezieltes, absatzförderndes Instrument auf Anliegen bestimmter Unternehmen eingesetzt zu werden. Dieses Dienstleistungs-

angebot ist zweifellos interessant, wird jedoch noch zu wenig ausgenutzt. Zum Tätigkeitsprogramm gehört auch der sogenannte «Direct-Mail»-Versand. Unter dem Titel «Hot trends from Switzerland» verschickte die Exportwerbung an europäische Stilisten, Konfektionsbetriebe und den Meterwaren-Einzelhandel Stoffmuster und illustrierende Modellskizzen. Diese Aktion wird auch im laufenden Geschäftsjahr fortgesetzt.

Der Präsident der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung, Dr. Heinz Haas, äusserte sich in einem längeren Referat zur Lage der schweizerischen Textilindustrie. Nach seiner Ansicht ist die Betriebsgrössenstruktur — kleine bis höchstens mittlere Firmen dominieren — für die Zukunft ungenügend. Anzustreben wäre nach Dr. Haas eine verstärkte Vertikalisierung sowie die Zusammenfassung zu umsatzkräftigeren Unternehmen. Der Referent erwartet eine weitere Verschärfung der Wettbewerbssituation. Energie- und Rohstoffkosten würden sich weiter erhöhen, wogegen Kapital reichlich und preiswert zur Verfügung stünde. Bewunderung verdiente es auf alle Fälle, wie die letzten Jahre von der schweizerischen Textilindustrie durchgestanden worden seien.

ANDRÉE BROSSIN DE MÉRÉ: TEXTILE KOMPOSITIONEN AUS PARIS

Zu der Ausstellung im Kunstgewerbemuseum, Zürich

Bis zum 25. November 1979 findet im Kunstgewerbemuseum von Zürich eine Ausstellung ganz spezieller Prägung statt. Die grosse alte Dame im Pariser Haute Couture-Leben, Andrée Brossin de Méré, stellt hier eine grössere Anzahl ihrer einmaligen Kreationen aus. Es sind dies skurrile, fantasievolle, märchenhafte und fantastische Bildimpressionen, komponiert aus «Resten» schweizerischer Textilspezialitäten. Anlässlich der Vernissage sprach Tobias Forster, Forster Willi + Co. AG, St. Gallen, dem Haus die Künstlerin seit Jahren besonders verbunden ist, über das vielseitige Wirken und die eigenwillige Persönlichkeit von Mme Brossin. «Sie ist kultiviert, stammt aus einer künstlerischen Familie (die Mutter war Malerin), sie ist belesen, liebt alles Ästhetische und hat das Schöne immer bewusst gesucht, in der Mode, bei den bildenden Künsten, im Ballett. Beseelt von einer üppigen Grosszügigkeit meidet sie alles Kleinliche. Das erkennt man an ihren Stoffen, die oft von atemberaubender Extravaganz sind.» Diese Stoffe, eigentliche Textilcollagen, inspiriert von Picasso, Gustav Klimt oder Monet, das heisst von allen grossen Kunstströmungen unseres Jahrhunderts (Impressionismus, Tachismus, Kubis-

mus...), fanden zu einem überwiegenden Anteil Einlass in die Kollektionen der bedeutendsten Pariser Couturiers: Balenciaga, Dior, Givenchy, Saint Laurent, Ricci, Rabanne, Fath, Chanel und Grès. Mme Brossin, an der Vernissage persönlich anwesend, bezeichnet sich als sehr glücklich, die Kreationen der Schweizerischen Textilindustrie für ihre eigenen Schöpfungen verwenden zu können. Zu ihrer speziellen Tätigkeit kam Andrée Brossin gegen Ende des Zweiten Weltkrieges, als sich die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung entschloss, die lähmende Isolierung der Schweizerischen Textilindustrie zu durchbrechen und jedes schlummernde kreative Potential zu reaktivieren. Andrée Brossin sollte als Inspiratorin neuen Kontakt mit den Textilfirmen aufnehmen und mit ihren Ideen die Fabrikanten zu neuen Schöpfungen führen. Ihre Beziehungen zur Pariser Haute Couture führten dazu, dass bald zahlreiche Schweizer Stoffe in den französischen Kollektionen auftauchten. Dass diese Verbindung heute noch besteht, bewiesen die bezaubernden Modelle, welche anlässlich der Vernissage mit grossem Erfolg vorgeführt wurden.

