Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1988)
Heft: 74

Artikel: Spectrum
Autor: J.F. / R.Z. / E.J.F.
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-795071

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 01.08.2025

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

IWS Promotion
Lana Creativa

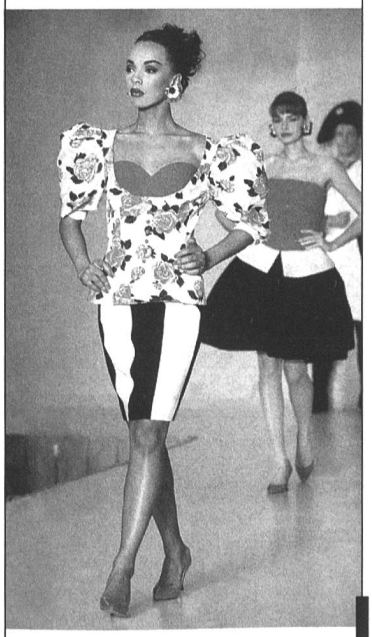
Die «Sommertauglichkeit» von Wolle zu belegen – das ist eines der wichtigen Anliegen der Marketingmassnahmen, die das International Wool Secretariat durchführt. Wollstoffe als Ganzjahresartikel konnten sich in den letzten Jahren recht erfolgreich durchsetzen; die «cool wool» Promotionen des IWS haben dazu nicht wenig beigetragen. Wenn es dabei zunächst in erster Linie um neuartige besonders feine, leichte, luftige, trockengriffige Gewebekonstruktion ging, so rückt jetzt der modische Aspekt in den Vordergrund. «Lana Creativa» – das Motto der neuen Promotion – deutet schon an, dass den ultraleichten, kühlen Sommerwollen kreativer Auftrieb vermittelt werden soll, dass Struktur, Dessin und Farbspiel, von Könnern gestaltet, Impulse vermitteln und die Vielseitigkeit des Themas dokumentieren sollen. Auf Initiative des IWS haben elf namhafte Wollweber, unter denen sich prominente Italiener aus der Region Biella befinden, Kollektionen für den Sommer 89 gestaltet, die modische Aktualität mit kultiviertem Stil verbinden. Eine gepflegte Broschüre, illustriert mit farbig fotografierten Stoffcollagen, fasst die Trendaussage informativ zusammen. *J. F.*

Trevira Studio International
Nach wie vor feminin

Schmal, figurbetont und sehr feminin sehen die Kreateure der Trendmodelle des Trevira Studios International den Sommer 1989. Sie liessen sich von den 30er, 50er und 60er Jahren inspirieren und schenkten der Stoffoptik besondere Beachtung. Die Rocklängen bleiben variabel, reichen von kurz über waden- bis knöchellang. Besonders witzig erscheinen kurze Glockenröcke über Röhrenhosen.

Kragen und Ausschnitte rücken neben der schmalen Taille stärker ins Blickfeld, darunter besonders Drapés, kurze Revers an hochgeknöpften Jacken, schulterfreie Fichu-Kragen und neue Trapez- und Herzausschnitte, die den 30er Jahren nachempfunden sind. An die Grace-Kelly-Zeit erinnert die «amerikanische» nackte Schulter. Kleider avancierten klar zum Lieblingsthema der Stylisten. Unistoffe wurden mit Drucken kombiniert, belebte Oberflächen, Bicolors und Leinenbilder bevorzugt. Ganz aktuell sind Ottomane, Organza und Chiné-Drucke auf Taft sowie Spitzen und Stickereien. Grosser Wert wurde auf Details gelegt, auf steppbetonte Teilungsnähte und Kanten, Applikationen und schöne Knöpfe. Als Begleiter sah man vielfach taillierte Jacken mit abfallendem Glockenschoss oder Bolero- und Spenzerformen.

Elegant und feminin geben sich die Kostüme mit schmalen oder beschwingten Röcken. Hosen und Hosenanzüge – elegant klassisch oder sommerlich beschwingt aus Druckstoffen – sind ein beliebtes Thema, das sich in den Sommerabend hinein fortsetzt, als gewickelte weite Hosen in Kombination mit schulterfreien Blusen. Im Gegensatz dazu stehen das schmale Abendkleid oder Modelle mit aufwendigen langen Röcken.



Trevira Studio Modell von Choron

Hoechst AG
Diversifiziertes Produktionsprogramm

Trotz schwieriger Marktsituation bei Chemiefasern sei es der Fasersparte der Hoechst AG um die Zukunft nicht bang, denn innerhalb der Chemiefasern finde eine Verbraucherumschichtung zugunsten der Polyesterfasern statt, die der Hoechst AG, der – einschliesslich der Hoechst Celanese Corporation – grössten Polyesterfaser-Herstellerin der Welt entgegen komme. Immerhin wurde von ihr im Faserbereich ein Weltumsatz von 6,3 Mrd DM (5,2 Mrd SFr) erzielt. Die Währungsschwankungen bringen auf Dollarbasis einen Zuwachs des Weltgeschäfts um mehr als zehn Prozent, bei Rechnungslegung in DM allerdings ein Minus von rund neun Prozent. Diese Informationen gab Direktor Karl G. Engels, Leiter Faserverkauf Hoechst AG, an der Wirtschaftspressekonferenz anlässlich der Interstoff.

Die neue Hoechst Celanese Corporation arbeitet im Chemiefaserbereich sehr erfolgreich. Der Umsatz belief sich im Vorjahr auf 2,2 Mia US-Dollar und erbrachte damit ein Plus von knapp neun Prozent. Erfolgreich war man auch in Westeuropa, wenngleich Umsatz und Ertragkraft das Niveau des Vorjahres um minus acht Prozent verfehlten. Im ersten Quartal dieses Jahres sei gleichfalls eine gute Nachfrage zu verzeichnen, doch sei die Erlössituation unbefriedigend und Preisanhebungen notwendig. Die Nachfrage nach Viscosefasern übersteige derzeit die Produktionsmöglichkeiten, aber auch hier befriedige das Preisniveau nicht.

Umsatz und Ergebnis des ersten Quartals 1988 lägen über Vorjahr und ursprünglicher Planung. Besonders erfreulich entwickle sich das Geschäft mit technischen Fasern. Zum Auslandsgeschäft betonte Engels, dass die Faserproduktion in Südafrika besser als im Vorjahr laufe und Brasilien mit Trevira Filamentgarnen erfolgreich sei.

Auf dem Modemarkt nimmt der Wunsch nach feinfädigen, anspruchsvollen, leichten Geweben zu. Diesem Trend folgt Hoechst mit feintitrigen und pillarmen Trevira-Typen für den Wollbereich, präsentiert feinere und schnellaufende neue Trevira-Spinnfasern für die Rotorspinner im Baumwollsektor und bietet für funktionale Oberbekleidung neben Trevira Finesse nun die Neuheit Trevira Micronesse an. Mit diesem diversifizierten Produktionsprogramm und dem vielfältigen Sortiment technischer Produkte habe man bei Hoechst – so Engels – die breite internationale Basis gewonnen. *R.Z.*

75 JAHRE

Schweizerische Gesellschaft für Tüllindustrie AG

Im Volksmund «Tülli» genannt, ist das in der malerischen Landschaft von St. Margarethen eingebettete Unternehmen als Vorhangfabrik bekannt.
Vor 75 Jahren wurden Gardinen aus Baumwolle gewoben, wobei ein besonders schöner Vorhang aus Tüll gefertigt, bestickt und als sogenannter Florentiner die Wohnatmosphäre verbesserte.
Der Name «Tüll» ist von der französischen Stadt Tulle/Dpt. Corrèze geborgt. Hier wurden zur Jahrhundertwende die schönsten Handklöppel-Spitzen hergestellt und weltweit verkauft. In einem sehr ähnlichen Verfahren werden in der Tüllindustrie auch heute noch Bobinet-Tülle hergestellt, die für Stickspitzen oder für hochwertige Gardinen Verwendung finden.
Aber die Tüllindustrie hat sich natürlich auch die allerneueste Computergestütze Prozesstechnik zu eigen gemacht. Ca. 210 Mitarbeiter weben, wirken, veredeln und konfektionieren Textilprodukte, die für die verschiedensten Anwendungen und nicht allein für Gardinen und Vorhänge entwickelt worden sind. Also auch Einsatzgebiete im Flugzeug- und Fahrzeugbau, im Militärbereich und bei Theater- und Fernsehbühnen.

Geschäftsjahr 1987 bei Viscosuisse

Rückläufiger Gewinn

Die Schwierigkeiten, die sich im Chemiefasergeschäft schon in der zweiten Hälfte des Vorjahres abgezeichnet hatten, kamen im Geschäftsjahr 1987 der Viscosuisse SA voll zum Durchbruch. Mit einem Gewinn von 0,115 Mio. Franken schloss das Unternehmen praktisch ausgeglichen ab, nachdem im Vorjahr ein Gewinn von 10,035 Mio. Franken erzielt worden war. Der Umsatz des Stammhauses ermässigte sich von 484 Mio. Franken im Vorjahr auf 450 Mio. im Berichtsjahr, während der konsolidierte Konzernumsatz von 517 Mio. auf 482 Mio. Franken zurückging. Die totale Verkaufsmenge belief sich 1987 auf 71 000 Tonnen, gegenüber 66 000 Tonnen im Vorjahr. Davon entfielen auf Chemiefasergarne aus Eigenproduktion 58 000 Tonnen (im Vorjahr 59 500 Tonnen), von denen 8% in der Schweiz, 79% in den übrigen Ländern Westeuropas und 13% in Ländern ausserhalb Westeuropas verkauft wurden.
Der Personalbestand der Viscosuisse, mit ihren Chemiefaserwerken in Emmenbrücke LU und Widnau SG sowie der Hetex Garn AG mit Texturierbetrieben in Wattwil SG und Niederlenz AG, belief sich Ende 1987 auf 2 902 Mitarbeiter (Ende 1986 2 880). Unter Einschluss der übrigen Tochtergesellschaften beschäftigte die Gruppe Ende 1987 3 195 Personen (Ende 1986 3 171).
In Westeuropa führte der sich weiter verstärkende Importdruck aus Fernost und der Dollar-Zone zu einer beunruhigenden Destabilisierung der Chemiefasermärkte. Bei den Textilgarnen wurden davon vor allem die Polyester-Garne betroffen, wo die Einfuhren aus Taiwan, Südkorea, der Türkei und Mexiko zu Preisen erfolgten, die sich jeder wirtschaftlichen Überlegung entziehen. Auch bei den Industriegarnen waren zunehmende Tiefstpreis-Importe in Westeuropa festzustellen. Hier kamen die Garne – im Sog des tiefen Dollarkurses – aus den USA.
In diesem schwierigen Umfeld, das für die gesamte europäische Chemiefaserindustrie Gültigkeit hatte, konnte sich die Viscosuisse noch relativ gut behaupten. In Westeuropa gelang es ihr, trotz den stark zunehmenden Importen, ihre Marktanteile und damit ihr Marktvolumen erfolgreich zu verteidigen. Nicht entziehen konnte sich die Viscosuisse dagegen dem Preiszerfall, der als Folge der Importkonkurrenz auf den europäischen Märkten zu verzeichnen war, was, zusammen mit dem gegenüber dem Vorjahr nochmals reduzierten Verkaufsvolumen in den aussereuropäischen Märkten, für das Geschäftsjahr 1987 zu einer erheblichen Ertragsreduktion führte.
Die Aussichten für das Geschäftsjahr 1988 sind unsicher. Für das erste Halbjahr wird zwar mit einer zufriedenstellenden Beschäftigungslage gerechnet, doch sind noch keine Zeichen einer wesentlichen Verbesserung der Ertragslage zu erkennen.

Pressekonferenz Möbelstoffe Langenthal AG

Tochterfirma in Italien gegründet

Dollarschwäche, tiefe Erdölpreise und fehlende Grossaufträge aus dem arabischen Raum haben sich auf die Tätigkeit der Möbelstoffe Langenthal AG erschwerend ausgewirkt. Der Umsatz ist 1986 um 4% auf 43,8 Mio Franken gesunken. Der unternehmerischen Dynamik konnte das indessen keinen Abbruch tun. Vor kurzem wurde eine Tochterfirma in Italien gegründet (Langenthal Italia SRL), was ML-Inhaber Urs Baumann anlässlich einer Pressekonferenz bekanntgab. Investiert wurde auch in die Modernisierung des Maschinenparkes:
Sämtliche 150 alten Dornier-Webstühle, die noch im Einsatz stehen, werden durch eine neue Greifer-Generation derselben Provenienz ersetzt. Für die sehr breite Garn-Skala, die bei ML verarbeitet werden muss, haben sich diese Webmaschinen als die leistungsstärksten erwiesen. Baumann unterstrich, dass der Einsatz modernerer Maschinen keinen Personalabbau mit sich bringe.
Für 1988 ist ein Umsatzwachstum von 5 Prozent budgetiert und das Quartalsergebnis per Ende März liegt bereits deutlich über dem Budget. Die Cash-flow-Zielsetzung für 1988 ist 10 Prozent des Umsatzes, die Investitionen liegen bei 5 Prozent des Umsatzes. Der Garnverbrauch umfasst 500 Tonnen pro Jahr, die Produktion 1,5 Mio. m^2. Der Exportanteil liegt bei 80 Prozent.
Um den kreativen Nachwuchs zu fördern, wurde in Zusammenarbeit mit dem IWS ein Design-Wettbewerb für Studenten und Studentinnen des Technikums Reutlingen (BRD) und der Schule für Gestaltung in Zürich ausgeschrieben.
Die ML ist der Marktleader in der Flugzeugausstattung: über 250 Fluggesellschaften und sämtliche Flugzeughersteller gehören zum Kundenkreis. Die Stoffe werden den höchsten Ansprüchen punkto Scheuer- und Flammfestigkeit, Rauch- und Gasentwicklung gerecht; Qualitätsmerkmale, die hoch über den Wolken absolute Sicherheit garantieren und die ML zum unbestrittenen Spezialisten in der Flugzeugausstattung werden liessen. Marketing-Direktor Hans-Peter Kuert unterstrich allerdings, dass die Bemühungen sich nicht nur auf die Haltung dieser Position konzentrieren, sondern eine Verstärkung des zweiten Beines (Bereich Möbelstoffe für Wohn- und Objektbereich) intensiv vorangetrieben wird. Man sieht auch dort die grösseren Zuwachsraten für die Zukunft.

VATI-Generalversammlung

Priorität der Nachwuchsförderung

Der Präsident des Verbandes der Arbeitgeber der Textilindustrie (VATI), Jakob Streiff (Aathal), hielt in seinem Eröffnungswort fest, dass die veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht spurlos an der Textilindustrie vorbeigegangen sind. Eine Anzahl Unternehmer mussten sich zum Entschluss durchringen, die Produktion einzustellen. Es sind vorwiegend Betriebe der Schweizer Weberei, die zur Zeit besonders hart von der konjunkturellen Entwicklung getroffen werden. Bedauerlich sind solche Schliessungen nicht nur für die betroffenen Unternehmen, sondern für die ganze Branche. Durch die Schwächung eines Gliedes der textilen Herstellungskette werden die Betriebe der Vorstufe wie der Weiterverarbeiter getroffen. Auch die Bekleidungsindustrie, die Betriebe also, welche die textilen Produkte verarbeiten, scheint den Verschiebungen auf dem Währungs- und Handelssektor zur Zeit besonders hart ausgesetzt zu sein. Somit ist die schweizerische Textilindustrie zu noch vermehrtem Export gezwungen. Letztlich geht es auch um den Werkplatz Schweiz. Die bedienungslose Textilfabrik ist auch mit den gegenwärtigen grossen Investitionen noch nicht erreicht. Alle Sparten sind nach wie vor auf Personal angewiesen. So ist es das Ziel, das Personal der Schweizer Textilindustrie fachlich so auszurüsten, um die hochtechnologischen Anlagen bedienen zu können und so die weltweit geschätzte Schweizer Qualität herzustellen.

Dr. Hans Rudin, Delegierter des VATI, nahm in seinem Referat zu aktuellen Arbeitgeberproblemen Stellung. 1987 hat der Verband grosse Anstrengungen unternommen, um die Ausbildung auszubauen und die Nachwuchsgewinnung und Nachwuchsförderung zu verstärken. Nachwuchs und Ausbildung sind die Grundlage der Schweizer Textilindustrie – alles andere, wie Führung, Marketing, Kreativität, Innovation, Mode und Einsatz von Technik, Maschinen und Computern, hängt von der Qualifikation der in der Textilindustrie tätigen Menschen ab. Der Ausbildung wird erste Priorität gegeben, ebenso der Gewinnung von Nachwuchs.

Im Laufe des Jahres 1987 wurden verschiedene Instrumente zur Nachwuchsförderung geschaffen, so z.B. ein neuer Informationsordner «Textile Berufe», Broschüren zu den Berufen Textilassistent und Textilmechaniker, Tonbildschauen und Wanderausstellung usw. Als bedeutendstes Orientierungs- und Werbemittel ist im Herbst 1987 von der Condor AG ein Image- und Berufsfilm gedreht worden: «Schweizer Textil-Symphonie». Die schweizerische Textil- und Bekleidungsindustrie will mit diesem neuen Film ihre Bedeutung, ihre Vielfalt und ihre Zukunftsaussichten unter besonderer Darstellung der Berufsmöglichkeit für den Nachwuchs, zeigen. Er wurde von der Jury des Eidg. Departementes des Innern als der beste PR-Auftragsfilm des Jahres 1987 ausgezeichnet. Zudem wurde eine neue Nachwuchs- und Kaderförderungsstelle für die Textil- und Bekleidungsindustrie geschaffen.

Pressefahrt in Zofingen

Zukunftsgläubige Textilregion

Die Interessengemeinschaft der Textil- und Bekleidungs-Industrie der Region Zofingen wurde 1985 gegründet. Ihr gehören 20 Firmen mit total 2800 Beschäftigten und einem geschätzten Umsatz von gesamthaft 650 Millionen Franken an. Auf einer Besichtigungstour wurden die Bandweberei der G. Kappeler AG in Zofingen (geka) und die auf Tag- und Nachtwäsche aus Naturfasern spezialisierte Hochuli & Co. AG in Safenwil (HOCOSA) vorgestellt.

Massiver Konkurrenzdruck aus dem Ausland und steigende Personalkosten haben in den letzten Jahren bei beiden besichtigten Betrieben zu einer deutlichen Verlagerung in Richtung Automation geführt. Der Übergang von personalintensiver zu computergesteuerter Arbeitsweise erfordert hohe Kapitalinvestitionen, wobei sich in diesem Punkt der Produktionsstandort Schweiz als Positivum erweist. Während die Hochuli & Co. AG in Safenwil als traditionsreicher Hersteller von Trikotwäsche in den letzten Jahren sich ganz auf die Konfektionierung konzentrierte und die eigene Spinnerei, Spulerei und Strickerei stillegte, schlug die G. Kappeler AG den Weg der Diversifikation als Rezept für die Zukunftsbewältigung ein. So werden neben der Bandweberei Glas-, Kunststoff-Verarbeitung und Siebdruck betrieben.

Export ist für beide Unternehmen lebenswichtig geworden. Hocosa war vor wenigen Jahren noch voll auf den inländischen Markt konzentriert, heute werden bereits 20 Prozent exportiert. Mit «Bio-Wäsche» gelang damals der erste Erfolg, der in der Zwischenzeit auf das Gesamtprogramm ausgedehnt werden konnte.

Dass es einer Reihe Betriebe der Zofinger Region in letzter Zeit gelungen ist, ihre Marktanteile nicht nur zu halten, sondern zu steigern, bestätigt den hohen und vom Ausland geschätzten Qualitätsstandard. Die sorgfältige Produkteauswahl und die laufenden Investitionen im Produktionsbereich sind weitere Gründe für diese Erfolge. Es ist zwar anzunehmen, dass der Strukturwandel – wie in anderen Branchen – weitergehen wird, doch haben die Zofinger Betriebe ihre Anpassungsfähigkeit immer wieder bewiesen, so dass wohl auch in Zukunft die Textil- und Bekleidungs-Industrie eine wirtschaftliche Stütze der Region bleiben wird.

Eine Modenschau von den Firmen Hochuli & Co. AG und Fehlmann AG, Schöftland, rundete die diesjährige Pressefahrt in sympathischer Weise ab. S. St.

Mode Swiss made

«Tue Gutes und rede darüber» – beziehungsweise zeige es vor... das Motto ist hierzulande nicht selbstverständlich, wenn es sich um eine Konfektionsfirma handelt und das Vorzeigen die Öffent-

Cocktailkleid mit Bolerojacke. Stoffe von Taroni und Abraham.

lichkeit via Presse betrifft. Denn normalerweise halten sich Schweizer Modehersteller eher im Hintergrund, geben sich der Presse kaum zu erkennen. Falsche Bescheidenheit, denn es gibt profilierte Konfektionäre, deren Name eigene Handschrift und modische Aussage verbürgt. Zu ihnen gehört Akris, ein St. Galler Familienunternehmen, das 290 Mitarbeiter beschäftigt und weitgehend in den eigenen Ateliers in St. Gallen, Zürich und im Tessin produziert. Gegründet als kleine Schürzenfabrik in den zwanziger Jahren, entwickelte sich Akris zu einer Prêt-à-porter-Firma im hohen Genre mit grossem Exportanteil und Kunden in ganz Europa, Amerika und Japan. Zur Verarbeitung gelangen nur ganz hochwertige Materialien, unter denen sich Stoffe der Schweizer Nouveautéfirmen befinden.
Akris lud kürzlich erstmals zu einer Presseschau in den Zürcher Showroom. Die Kollektion überzeugte durch ihren konsequenten Stil, den man pariserisch nennen könnte, mit einem Touch Business Woman. J.F.

Taufe für «Swiss Cotton»

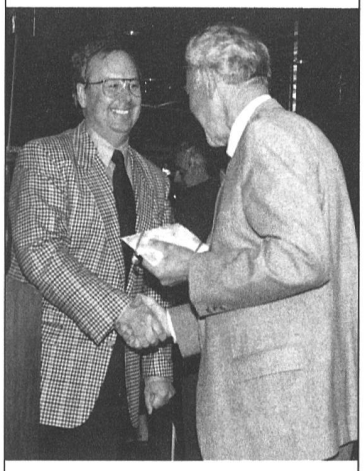
Nicht gerade mit Pauken und Trompeten, aber immerhin mit einer eigens von Urs Kunz komponierten und vom Swiss Philharmonic Orchestra uraufgeführten «Swiss Cotton Rhapsodie» wurde die Einführung des Gütesiegels für Schweizer Baumwollprodukte gefeiert. Sie bedeutete einen markanten Schritt zur qualitativen Positionierung der Schweizer Baumwolltextilien im internationalen Wettbewerb; entsprechend bedeutsam und gewichtig solle der Anlass sein –: das war die Meinung des gastgebenden Schweizer Baumwollinstituts. Es lud zu Taufakt und Festbankett an die zweihundert Vertreter der Textilwelt und der Presse ein, die Geschäftsführerin Dr. Ethel Kocher willkommen hiess. In seiner Festansprache bezeichnete Dr. Günther Eckstein, Präsident des Schweizer Baumwollinstituts, den Anlass als einen Meilenstein in der Entwicklung der schweizerischen Baumwollindustrie. Er ging auf die Zukunftschancen und auf die volkswirtschaftliche Bedeutung der Branche ein und auf deren Vorteile, die er unter dem Begriff «Qualität» zusammenfasste. «Das neue Swiss Cotton-Signet weckt die Assoziation zu all jenen Elementen, die die schweizerische Baumwollindustrie seit je geprägt haben. Es ist ein Zeichen der Anstrengung der Industrie», betonte der Referent, «ein Zeichen der offensiven Strategie, es ist Symbol für Tradition und Fortschritt, Symbol aber auch für den berechtigten Stolz einer Branche.»
«Textiles Suisses» hat das «Swiss Cotton»-Qualitätszeichen bereits in der Nummer 73 vom April vorgestellt und über Definition und Zielsetzung ausführlich informiert. J.F.

Dr. Günther Eckstein inmitten der Gästeschar anlässlich der Präsentation des «Swiss Cotton»-Gütesiegels.

Textil & Mode Center Zürich

Wechsel in der Führungsspitze

Zum letzten Mal präsidierte Josef Schwald, der «Vater» des Textil & Mode Center Zürich, beredt und überlegen die Generalversammlung der Genossenschaft TMC, an deren Spitze er 18 Jahre lang gestanden hatte. Er übergab ein «bestelltes Haus» in andere Hände: die Genossenschaft hat einen Höchststand von 341 Mitgliedern erreicht; weitere Interessenten aus dem In- und Ausland, die sich einmieten oder einkaufen wollen, stehen auf der Warteliste. Bei Einkäufern aus nah und fern ist der regelmässige Besuch des TMC fest im Arbeitsprogramm verankert, und das Angebot erscheint in seiner Vielfalt von Stoffen, Heimtextilien und Bekleidung jeglicher Art von gleichbleibender Attraktivität. Das TMC steht auf solider Grundlage, und der Erfolg der Formel eines konzentrierten permanenten Angebotes für den Handel ist gesichert.
Der Anteil Josef Schwalds an diesem glücklichen Verlauf des Experimentes TMC, das 1967 mit ersten Verhandlungen über einen damals anderen Standort seinen Anfang nahm, ist gross und entscheidend. Entsprechend herzlich fielen Anerkennung, Dank und Verabschiedung durch die Genossenschafter aus.
Der Wechsel in der Führungsspitze ist mit einem Generationenwechsel verbunden. Nachfolger von J. Schwald als TMC-Verwaltungsratspräsident ist Hans C. Eggenberger (1937), Direktor der Herrenbekleidungsfirma Strellson AG, Kreuzlingen; Geschäftsführer sowohl der TMC Betriebs AG wie nun neu auch der TMC Genossenschaft ist Rolf Walker. Gleichzeitig mit dem Präsidenten schieden weitere Mitglieder aus dem Verwaltungsrat aus, die zum Teil noch der Gründergeneration angehörten. Hand in Hand mit der Verjüngung ging auch eine Reduktion des Verwaltungsrates der Genossenschaft von zwölf auf sieben Mitglieder. J.F.



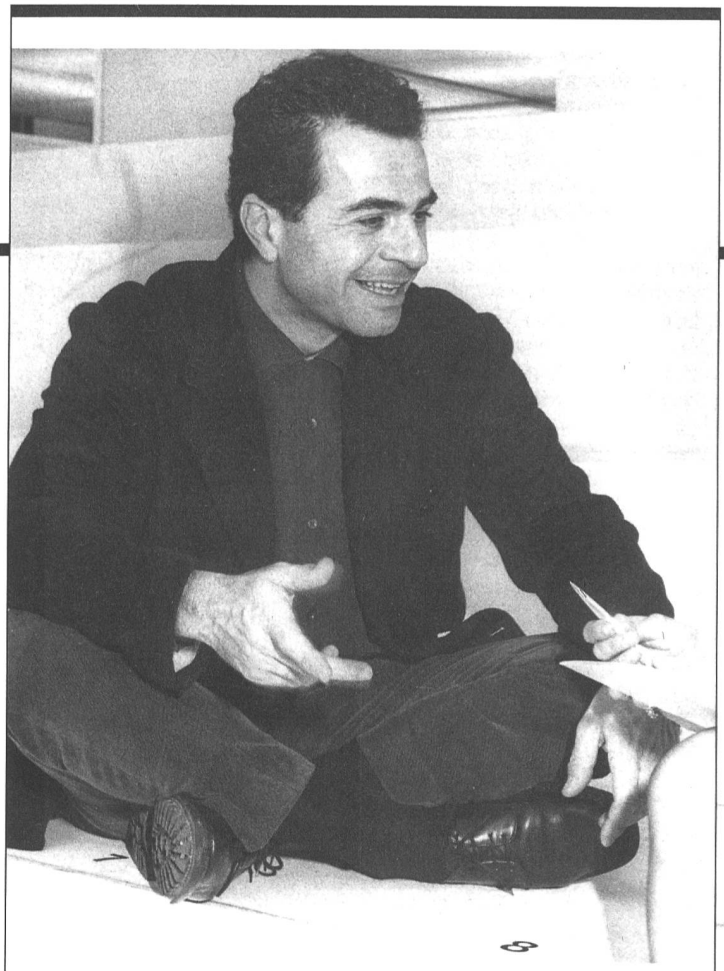
Der scheidende Präsident Josef Schwald gratuliert dem neuen Präsidenten der TMC Genossenschaft Hans C. Eggenberger.

Interstoff TrendsLive
Signatur Romeo Gigli

Gross wurde er angekündigt, und die Interstoff war stolz darauf, dass es ihr gelungen war, den zurückhaltenden, ausserordentlich publicityscheuen italienischen Designer Romeo Gigli als Galionsfigur für die Trendaussage der Frankfurter Stoffmesse zu gewinnen. Er zeichnete verantwortlich für die Trendset-Stoffpräsentation und die TrendsLive-Modeschau, beides ursprünglich konzipiert als Überblick über die Stofftendenzen, die sich im Angebot der Interstoff spiegeln, und als Verarbeitungsanregung für die Konfektionäre.

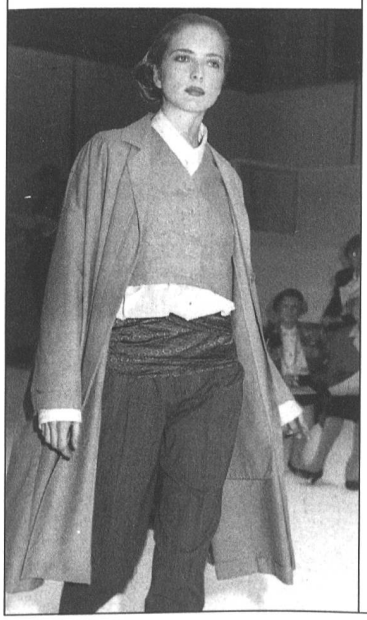
Wer Romeo Gigli kennt, wunderte sich über die Wahl, die ungeeigneter nicht hätte sein können. Es gibt keinen anderen bedeutenden Modemacher, der sich so konsequent beschränkt auf ganz wenige Gestaltungselemente und auf puristische dazu. Seit sich der jetzt 39jährige Mailänder Designer vor fünf Jahren mit seiner ersten Kollektion vor internationalem Fachpublikum vorstellte, hat er kaum einen bedruckten und überhaupt sehr wenige dessinierte Stoffe verarbeitet. Dem Understatement in Uni gehört seine ganze Neigung. Mit Farbigkeit geht er so subtil um, dass kein lauter Akzent eine völlig zurückgenommene Harmonie der Linie aufstört. Das sind gewiss nicht die richtigen Voraussetzungen, um die Vielfalt einer Interstoff auch nur ansatzweise einzubringen.

Dass der falsche Mann am falschen Platz stand, tat der Qualität seiner Mode keinen Abbruch. Freilich wurde sie von vielen in ihrem fast meditativen Hang, der gerade den grossen Einfluss Giglis ausmacht, nicht verstanden. Da er die Kollektion eigens für den Anlass schuf, war die Weiterentwicklung der Linie im Ausblick auf Sommer 89 interessant zu verfolgen. Dabei liegt bei der Auffassung des Designers auf der Hand, dass die wesentlichen stilistischen Merkmale die gleichen bleiben – sanfte natürliche Körperbetonung mit Stretch auf der einen Seite, raffinierte Drapierung und weiche, häufig asymmetrische Linienführung in leichten geschmeidigen Stoffen auf der anderen Seite. Abgesehen von Jersey gehören Baumwollstoffe und indische Seiden zu den bevorzugten Materialien. Nebst der Dunkelfarbigkeit, die Gigli auch im Sommer nicht ausklammert, kommen Naturtöne und zarteste, gebrochene Pastelle zum Zug. J.F.

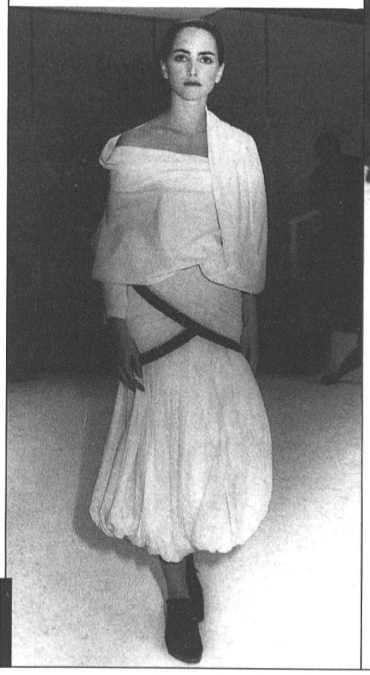


Der Mailänder Designer Romeo Gigli.

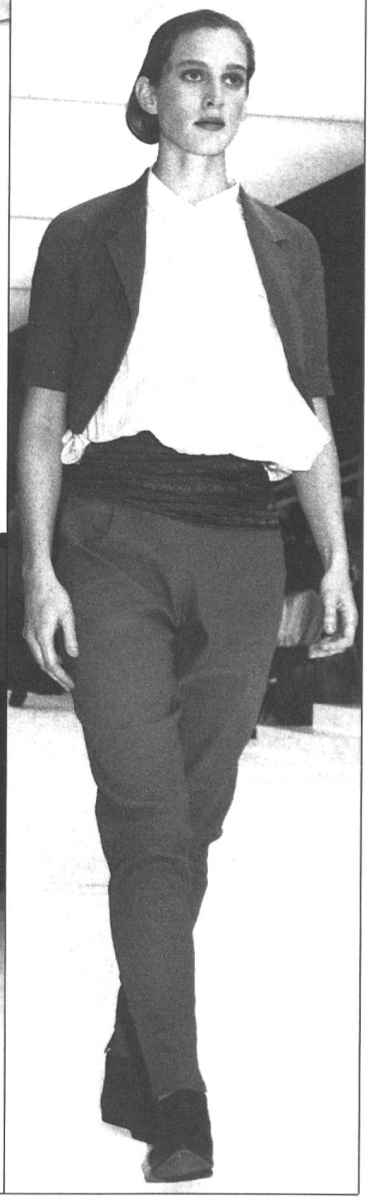
Hosenkombination von Romeo Gigli. Hemdenstoff von Hausammann + Moos.



Die weich drapierte Silhouette von Romeo Gigli. Stoff von Taco.



TrendsLive-Modell von Romeo Gigli. Blusenstoff von Mettler.



Generalversammlung VSTI und IVT

Im Zeichen des Wandels

Wandel betrifft die Struktur der Textilindustrie, deren «Gesundschrumpfung» bei gleichzeitiger Produktivitätsverbesserung noch nicht abgeschlossen ist. Wandel betrifft aber auch die Führungsspitze des einen der beiden grössten Wirtschaftsverbände der Branche, die gemeinsam zur Generalversammlung geladen hatten – Industrieverband Textil (IVT) und Verein Schweizerischer Textilindustrieller (VSTI). Letzterer hat nun einen neuen Präsidenten, Heinz Iseli (ein Interview mit ihm ist an anderer Stelle in dieser «Textiles Suisses» zu lesen), und eine neue Direktorin, Christine Kalt-Ryffel, die Ernst Nef ablöst, dessen grosse Verdienste in der April-Ausgabe von «Textiles Suisses» gewürdigt wurden.

Während der vergangenen zehn Jahre präsidierte Max Honegger mit grossem Engagement den VSTI, von dem er in seiner Begrüssungsansprache sagte: «Glaubwürdigkeit und Ansehen unseres Verbandes sind nach wie vor hoch; es liegt mir sehr daran, dass das auch in Zukunft so sein wird, denn es stehen im Wirtschaftsbereich grosse Probleme bevor, Probleme, die wir zum Teil wohl am besten in zwischenverbandlicher Zusammenarbeit zu lösen versuchen werden.» Die Formulierung seiner Zuversicht in bezug auf die künftige Entwicklung der Textilindustrie verband er abschliessend mit einer Aufforderung: «Ich glaube daran, dass viele schweizerische Textilfirmen den harten internationalen Verdrängungsprozess überstehen werden, EG-Binnenmarkt hin oder her, aber ich glaube auch, dass der Erfolg eher zu erreichen sein wird, wenn man innerhalb der vielfältigen Textilindustrie, zwischen den Firmen und den Verbänden, noch besser zusammenarbeitet . . . Ich möchte Sie ermuntern, in Zukunft noch mehr als bisher jede in Betracht fallende Kooperationsmöglichkeit zu realisieren, zum eigenen Wohle und jenem der Gesamtheit.»

Im Anschluss an die getrennten Versammlungen zur Behandlung der statutarischen Geschäfte des IVT und VSTI hielt Wolf Dieter Kruse, Präsident des deutschen Dachverbandes Gesamttextil, einen Vortrag mit dem Thema «Erfolgreiche Textilproduktion im Herzen Europas». Nach einer Skizzierung des auch in der Bundesrepublik einschneidenden Strukturwandels kam der Referent auf die Zukunft zu sprechen und insbesondere auf die Bedeutung eines verwirklichten EG-Binnenmarktes. Die Textilindustrie Deutschlands sähe die Schweiz, mit der sie dichte Handelsbeziehungen verbinde, am liebsten in der europäischen Gemeinschaft, sagte Wolf Dieter Kruse, der indessen durchaus Verständnis für die Vorbehalte des neutralen Staates aufbrachte. Er versicherte, dass sich sein Verband jedenfalls für eine möglichst enge Zusammenarbeit mit dem Nachbarland einsetzen werde.

Generalversammlung des GSBI

Zukunftschancen trotz harter Konkurrenz

Die schweizerische Bekleidungsindustrie hat im vergangenen Jahr weitere Marktanteile verloren. Dabei spielen dollarbedingt verbilligte Fernostimporte ebensosehr eine Rolle wie Überkapazitäten der unter Renditedruck stehenden westeuropäischen Konkurrenz, erklärte Ständeratspräsident Dr. Jakob Schönenberger, Präsident des Gesamtverbandes der Schweizerischen Bekleidungsindustrie (GSBI) in seiner Eröffnungsrede an der diesjährigen Generalversammlung.

Innerhalb der Bekleidungssparten ergeben sich recht unterschiedliche Tendenzen. Allgemein geht es den Produzenten von Maschenerzeugnissen etwas besser. Im Konfektionsbereich hielten sich die Hersteller von Herrenbekleidung recht gut; bedenklich stimmt hingegen der Einbruch bei der Damenbekleidung. Es wäre allerdings falsch, daraus branchenbezogene Schlussfolgerungen zu ziehen, da zurzeit eine ausgeprägte Firmenkonjunktur herrscht. Einzelne Anbieter verstehen es, glänzende Geschäfte zu tätigen und besser denn je dazustehen.

Der künftige Existenzkampf, so meinte GSBI-Präsident Dr. Schönenberger, wird für den Gesamtverband kaum einfacher werden. Auf allen Seiten werde man um Märkte und Marktanteile weiter kämpfen müssen. Seine Prognose begründete er vor allem mit folgenden Argumenten:

- es ist keine Abschwächung der Importwelle zu erwarten;
- die textile Nachfrage in der Schweiz und in Europa wird kaum im gleichen Umfange wachsen wie die verfügbaren Einkommen;
- infolge des Trends zu rollenden Musterungen dürften auf die Industrie noch mehr Risiken zukommen;
- die Anforderungen des Marktes an neuen Produkten und kürzeren Lieferterminen dürften weiter zunehmen;
- Qualität und Mode dürften in Zukunft eine noch stärkere Rolle spielen.

Der Referent liess seine Ausführungen dennoch positiv ausklingen, indem er bemerkte, dass der Standort Schweiz doch einige wesentliche Vorteile habe. Er erwähnte u.a. die Entwicklung neuer Technologien, die Produktionsfortschritte, die entscheidend für ein erfolgreiches Bestehen im Wettbewerb seien. Neben den qualifizierten Fach- und Kaderkräften, Stärken wie Produkt- und Marketing-Innovation, Qualitätsoptimierung sowie marktgerechte Sortiments- und Preispolitik.

Nach Erledigung der statutarischen Geschäfte ergriff Willi Mauch von der Beratungsgesellschaft Perconcept, Zürich, das Wort, indem er vor allem auf die Möglichkeiten einer besseren Zusammenarbeit zwischen Industrie und Detailhandel einging. Man müsse vermehrt auf die Wünsche des Detailhandels eingehen. Hierfür gebe es viele Möglichkeiten. Während es Hauptaufgabe des Handels sein sollte, um Kunden zu werben und Kunden zu halten, könnten die Fabrikanten hierbei mancherlei Schützenhilfe leisten. Voraussetzung ist natürlich die richtige Ware, die profilierter ist als die der Konkurrenz. Eine wichtige Rolle spiele dabei nicht zuletzt die Marke. Der Fabrikant sollte aber zugleich bereit sein, zusammen mit seinem Kunden eine Gemeinschaftswerbung aufzuziehen. Als eine gute Möglichkeit nannte Mauch die Veranstaltung von Schaufensterwettbewerben, ebenso wie Dekorationswettbewerbe im Ladeninneren. Dazu gehöre auch die Mithilfe bei der Aus- und Weiterbildung der Verkaufsmitarbeiter im Handel. Viele Detaillisten sind heute willig und bereit, in derartige Kooperationen mit ihren Lieferanten einzutreten.

E.J.F.