Zürichs Weg zur Mode-Einkaufsmetropole

Autor(en): **Niccolò, Marco de**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): **- (1975)**

Heft 23

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-796498

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Maquette des 1978 zur Eröffnung gelangenden Textil + Mode Centers, Zürich.

Maquette du «Textil + Mode Center», qui sera inauguré à Zurich en 1978.

Model of the new "Textil + Mode Center" scheduled to open in Zurich in 1978.

Zürichs Weg zur Mode-Einkaufsmetropole

Zürich will wieder zu dem werden, was es dereinst war: ein für Einkäufer aus aller Welt zwingend zu besuchender Modeplatz, denn seine Attraktivität ist nicht mehr zu bestreiten. Zwar versteht die schweizerische Textil- und Bekleidungsindustrie nach wie vor, Waren anzubieten, die weltweit beachtet und auch gefragt sind. Geändert hat sich aber das Einkaufsverhalten der Grosseinkäufer und des Einzelhandels. Dem will Zürich mit zwei neuen Angebotsmöglichkeiten Rechnung tragen, davon ausgehend, dass Mode – soweit nicht Einfuhrrestriktionen da und dort das Gegenteil bewirken – keine Grenzen mehr kennt und ein nationales Angebot – mag es noch so gut sein – für Ausländer kein hinreichender Grund ist, einen Modeplatz zu besuchen. Diese zwei neuen Angebotsmöglichkeiten sind die ab 1976 zweimal jährlich durchzuführende Damenbekleidungsmesse, die Modexpo, und das ab 1978 bereitstehende internationale, permanent besetzte Grosseinkaufszentrum für Textilien und Bekleidung, das Textil + Mode Center Zürich.

Als Individualisten zogen es die meisten der schweizerischen Anbieter von Textilien und Bekleidungswaren möglicherweise allzulange vor, in der Schweiz ihre Kollektionen fern von jeglichem Ausstellungsrummel und dazu noch dezentralisiert, sozusagen bei sich zu Hause, zu zeigen. Erste Schritte in Richtung Konzentration des Angebots brachten die Durchführung einzelner eher kleinerer Einkaufsmessen, der Einzug schweizerischer Firmen in die Swiss Fashion Häuser an der Badenerstrasse in Zürich und die Schweizer Modewochen Zürich, die diesen Herbst immerhin zum 67. Mal durchgeführt werden. Mit ihren immerhin 120 Mitgliedern bieten die Modewochen im Bereich der Damenkleidung ein durchaus repräsentatives Angebot. Die 66. Auflage im Frühling 1975 wurde allerdings erneut überwiegend – zu rund 90% – von schweizerischen Einkäufern besucht.

Modexpo ab 1976

Mit der 1975 beschlossenen Durchführung der Modexpo zweimal jährlich ab Frühling 1976 sind neue Akzente gesetzt worden. Die zuständigen Organe der Schweizer Modewochen Zürich sind nach langen und eingehenden Beratungen zu der Überzeugung gelangt, dass die Durchführung einer internationalen Modemesse das geeignetste Mittel ist, den Modeplatz Zürich als Markt für Damenbekleidung aufzuwerten.

Noch bevor im Sommer aktiv für eine Beteiligung ausländischer Damenbekleidungskonfektionäre und -agenten geworben worden war, lagen die Anmeldungen von 220 Firmen, wovon ein Viertel aus dem Ausland, vor. Gerechnet wird in der ersten Auflage mit einer Beteiligung von etwas über 300 Firmen. Interesse für Gemeinschaftsstände meldeten ausserdem Grossbritannien, Finnland, die skandinavischen Länder, Österreich, Italien, die Bundesrepublik Deutschland und weitere Länder. Von den in der Züspa-Halle in Zürich (zwischen Stadtzentrum und Flugplatz Zürich) verfügbaren 25'000 Quadratmetern Ausstellungsfläche dürfte damit der überwiegende Teil bereits belegt sein. Diese Grösse bietet der Modexpo die Gelegenheit, sich von der Hektik und Unübersichtlichkeit verschiedener Mammutmessen in durchaus positiver Art abzuheben.

Die Bedürfnisfrage wurde von den Initianten gründlich abgeklärt. Eine Marktstudie ergab unter anderem,

- dass bei den Einkäufern von Damenbekleidung aus der Vielzahl der Informationsmöglichkeiten Messen mit an der Spitze rangieren,
- dass 90% aller Einkäufer Messen besuchen,
- dass 60% der beiden wichtigsten Aussenhandelspartner der Schweiz — die Bundesrepublik Deutschland und Österreich – ausländische Messen besuchen, und
- dass gegen 60% aller Einkäufer durchschnittlich 50% bis 70% ihrer Einkäufe an Messen vergeben.

Umstritten war, wie dies bei Messen üblich ist, die Festlegung der Messedaten. Als solche wurde für das Jahr 1976 nach Abwägung aller Vor- und Nachteile jeweils die Zeit zwischen den Modemessen in Paris und München gewählt, nämlich im Frühling der 8. bis 11. April 1976 und im Herbst der 10. bis 12. Oktober 1976.

TMC ab 1978

Wie lassen sich Sinn und Zweck des sich in der Realisierungsphase befindlichen ***Textil + Mode Centers Zürich*** *– kurz TMC genannt – umschreiben? Die Amerikaner, die sich dieser Vertriebsform schon seit Jahren bedienen, sprechen von Trade Marts. Im deutschen Sprachgebrauch gibt es – obwohl in Holland, in der Bundesrepublik Deutschland und weiteren westeuropäischen Ländern ähnliche Verkaufshäuser in Betrieb stehen und zusätzliche im Bau oder in Planung sind – keinen allgemeingültigen Namen. Im TMC mieten oder kaufen Fabrikanten und Handelsfirmen Räumlichkeiten (Verkaufs-, Büro-, Dauerausstellungs-, Musterungs- und vereinzelt auch Lagerräume) mit der Absicht, ihre Kollektionen zu zeigen und ihre Produkte den Kunden über das ganze Jahr zu präsentieren. Die am TMC beteiligten Firmen – im Gegensatz zu den bestehenden ähnlich funktionierenden Grosshandelsverkaufsstätten des Auslands – bieten alle Produkte an, die von der Textil- und Bekleidungsindustrie hergestellt werden. Es handelt sich dabei vorab um Bekleidung, Heimtextilien, Stoffe zur Weiterverarbeitung, Zutaten wie Reissverschlüsse, Einlagestoffe, ferner Garne, Textilfasern usw. Das TMC ist somit – um alles auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen – ein Grosshandelszentrum für Textil- und Bekleidungsartikel, in dem Fabrikanten und Handelsfirmen aus zahlreichen Ländern ihre Halb- oder Fertigfabrikate an Weiterverarbeiter, insbesondere*

Schweizer Modewochen Zürich

Sekretariat:
Utoquai 37, 8008 Zürich.

Präsident:
H. Taeschler, Sarmenstorf.

Geschäftsführer:
R. Langenegger.

Zweck:
Durchführung der Schweizer Modewochen Zürich und andere Verkaufsaktionen sowie der Nachmusterungen und Organisation sämtlicher damit zusammenhängenden Verkaufsveranstaltungen im In- und Ausland.

Mitgliedschaft:
120 Schweizer Fabrikanten, Importeure und Agenten von Damenbekleidung.

Periodizität:
Hauptmusterung 2 × jährlich, April und Oktober
Nachmusterung 2 × jährlich, jeweils 4 Monate danach.

Ort:
Swiss Fashion Häuser 1, 2, 3 und 3A, Badenerstrasse in Zürich, sowie in privaten Showräumen der Fabrikanten.

Modexpo

Trägerschaft:
Schweizer Modewochen Zürich, Utoquai 37, 8008 Zürich, Geschäftsführer R. Langenegger.

Patronat:
Gesamtverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie, Utoquai 37, 8008 Zürich.

Organisation:
Züspa – Internationale Fachmessen und Spezial-Ausstellungen Zürich, Thurgauerstrasse 7, 8050 Zürich.

Aussteller:
Fabrikanten und Agenten von Damenbekleidung aus der Schweiz und aus dem Ausland, Kollektivbeteiligungen, Faserhersteller, Fachpresse.

Ausstellungsgüter:
Bekleidung für Damen (d.h. Ober- und Unterbekleidung, Gross- und Kleinkonfektion, Tages- und Sportbekleidung) sowie Mode-Accessoires.

Periodizität:
2 × jährlich, April und Oktober, jeweils im Anschluss an die Schweizer Modewochen Zürich.

aber an den Einzelhandel anbieten. Die Vorteile gegenüber den herkömmlichen Verkaufsmethoden sind offensichtlich:

- *Übersichtliches Angebot unter einem Dach*
- *Breite Angebotspalette von der Faser über das Gewebe zum fertig konfektionierten Artikel*
- *Umfassendes Angebot gleicher oder vergleichbarer Produkte*
- *Verkauf – im Gegensatz zur Messe – übers ganze Jahr*
- *Bessere Markttransparenz*
- *Kurze Reisezeiten, keine Verkehrs- und Parkierungsprobleme*
- *Besichtigung vieler statt nur weniger Kollektionen pro Reisetag*
- *Günstige geografische Lage*

Mit einer Nutzfläche von 21'000 Quadratmetern (ohne Parkplatz) ist die gesamte Fläche der sich im Bau befindlichen ersten Etappe mit rund 200 Firmen voll belegt. Mit dem Bau einer zweiten Etappe, die beinahe zur Verdoppelung der Nutzfläche führen wird, soll begonnen werden, sobald ein genügend grosser Teil der Fläche verkauft bzw. vermietet ist. Da die Werbung bei ausländischen Firmen noch kaum eingesetzt hat und selbst noch nicht alle TMC-Genossenschafter über Miet- bzw. Kaufverträge verfügen, bestehen berechtigte Hoffnungen, dass noch 1976 mit dem Bau der zweiten Etappe begonnen werden kann, so dass an die 350 oder mehr Firmen der Textil- und Bekleidungsbranche ein umfassendes ganzjähriges Angebot bereithalten werden.

Textil + Mode Center Zürich (TMC)

Sekretariat: Sihlporte/Löwenstrasse 3, Postfach, 8023 Zürich.

Präsident: J. Schwald.

Beteiligung: Nur Mitglieder der Genossenschaft Textil + Mode Center Zürich, Mitgliedschaft zu einer Branchengruppe obligatorisch.

1. Bauetappe

Nutzfläche: 21 000 Quadratmeter (ohne Parking).

Gliederung: 3 Untergeschosse mit 370 Parkplätzen, Verladerampe und Lagerraum; Erdgeschoss mit Dienstleistungsbetrieben und Information; 7 Obergeschosse für Büro- und Showräume.

Baudaten: Beginn April 1975, Bezugsbereitschaft Sommer 1978.

2. Bauetappe

Baubeginn: Sobald ein genügend grosser Teil der Flächen vermietet bzw. verkauft ist.

Generalunternehmer: Ortobau AG, Postfach 505, 8050 Zürich.

Branchengruppen:

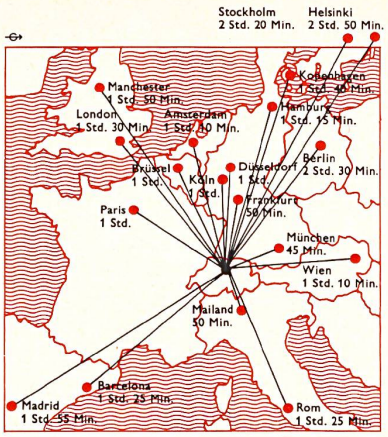
BRG 1 Interessengemeinschaft der schweizerischen Hersteller von Damen-, Kinder-, und Sportbekleidung, Damen- und Herrenwäsche.
BRG 2 Interessengemeinschaft Herrenmode.
BRG 3 Verband der Konfektionsagenten und Importeure.
BRG 4 Intertex-Branchengruppe Gewebe und Accessoires.
BRG 5 Textorama – Verein Schweizerischer Textilindustrieller Wolle-Seide-Synthetics.
BRG 6 Branchengruppe Chemiefasern und Garne.

Ideale Verkehrslage

Für beide – Modexpo und TMC – ergibt sich die gleiche Standortbeschreibung, denn sie liegen lediglich wenige Häuserblocks voneinander entfernt. Dieser glückliche Umstand unterstreicht und erleichtert die unerlässliche Zusammenarbeit beider Institutionen im Hinblick auf das gemeinsame Ziel, Zürich für Textil- und Bekleidungseinkäufer attraktiver denn je werden zu lassen. Modexpo und TMC, an der Strasse von Zürich nach Kloten gelegen (Thurgauerstrasse), können von der auf dem Luftweg anreisenden Kundschaft innert 5 bis 10 Autominuten erreicht werden. Nicht zu übersehen ist aber auch die zentrale Lage Zürichs im westeuropäischen Raum. Die allermeisten Hauptstädte liegen weniger als 2 Flugstunden und nur ganz vereinzelt 2 bis 3 Flugstunden (selbst etwa Helsinki) entfernt. Die direkten Flugverbindungen auch nach überseeischen Ländern lassen ebenfalls nichts zu wünschen übrig. Auch den Automobilisten werden sich ideale Verhältnisse anbieten. Das TMC wird nur einen Kilometer vom Autobahnanschluss entfernt gebaut, so dass verstopfte Nebenstrassen vermieden werden können. Nicht ungünstiger sind die Bahnverbindungen dank des im Bau befindlichen Schnellzugbahnhofs auf dem Flugplatzareal in Zürich-Kloten für die in- und ausländischen Besucher.

Es war viel Optimismus nötig, in einer Zeit des Konjunkturtiefs den Startschuss für die Realisierung der Modexpo und des TMC zu geben. Die Verantwortlichen vertrauen auf bessere Zeiten. Ein anderer Gesichtspunkt ist aber ebenfalls von grundlegender Bedeutung: Die Konzentration findet nicht nur auf der Ebene der Produktion statt, sie ist auch auf der Stufe der Einkäufer unverkennbar. Diese Einkäufer sind wiederum auf eine geografische Konzentration des Angebots angewiesen, so wie sie an Messen und in Grosseinkaufshäusern anzutreffen ist. Nicht Paris *oder* München *oder* Düsseldorf *oder* Amsterdam usw., sondern Paris *und* München *und* Düsseldorf *und* Amsterdam *und* – bald wieder – Zürich, sind Etappen, die Grosseinkäufer von Textilien und Bekleidungswaren in Ausübung ihrer beschwerlichen und verantwortungsreichen Tätigkeit in Zukunft noch mehr als bisher zurückzulegen haben werden.

Marco De Nicolò



Zürich liegt verkehrsgünstig in der Mitte Europas.

La situation centrale de Zurich favorise les communications avec toute l'Europe.

Zurich is favourably situated right in the middle of Europe.

● Afin de pouvoir s'affirmer face à la concurrence internationale, il est important que l'industrie suisse des textiles et de l'habillement puisse disposer d'un grand centre de vente permettant d'offrir aux acheteurs suisses et étrangers, dans un espace limité, un aperçu représentatif de la production nationale et internationale. C'est pour cette raison que les intéressés ont décidé de tenir deux fois par an, à partir de 1976, une foire de l'habillement féminin (Modexpo); en outre, un grand centre d'achat permanent des textiles et de la mode (Textil + Mode Center, Zurich TMC) sera disponible en 1978. Ces deux institutions seront domiciliées à Zurich, qui verra ainsi augmenter fortement sa puissance d'attraction dans le domaine de la mode. La situation centrale de Zurich en Europe et la position particulièrement favorable en matière de communications des deux institutions, situées toutes deux entre Zurich et son aéroport de Kloten, contribueront largement à faire de la grande ville suisse un centre d'échanges textiles très fréquenté sur les plans national et international.

Modexpo Des études ont montré que 90% de tous les acheteurs en gros se rendent aux foires et qu'ils y concluent 50 à 70% de tous leurs achats. La Modexpo a été fixée pour 1976 du 8 au 11 avril et du 10 au 12 octobre. Les 25 000 mètres carrés de surface d'exposition des halles de la Zuspa devraient être presque entièrement occupés par les 220 entreprises qui se sont déjà inscrites et celles qui s'annonceront encore (on compte sur un total de 300).

TMC L'idée du TMC est d'offrir à des fabricants et commerçants des locaux, réunis dans un même immeuble, où ils pourraient exposer leurs articles pendant l'année entière. Une première étape de construction permettra de tenir 21 000 mètres carrés de surface d'exposition à la disposition de 200 entreprises qui les occuperont en totalité. La seconde commencera dès que la superficie nécessaire aura été achetée ou louée. Le TMC aurait des avantages essentiels et très précieux: il présenterait sous un même toit un tableau clair et complet de l'offre, allant de la fibre à l'article confectionné en passant par le tissu, sans omettre les accessoires, il permettra aux acheteurs de faire des comparaisons et d'acheter directement, il contribuerait à la transparence du marché et permettrait de voir plusieurs collections le même jour.

Il fallait du courage pour mettre sur pied un tel projet dans la situation économique actuelle, mais la décision est certainement justifiée si l'on songe que la tendance générale à la concentration ne s'est pas fait sentir dans le domaine de la production seulement mais aussi dans le secteur des achats. L'acheteur doit compter aujourd'hui avec une concentration géographique de l'offre et, à cet égard, Zurich aura, à l'avenir, un rôle important à jouer à côté de Paris, Munich, Dusseldorf et Amsterdam.

● *In order to be able to compete successfully on the international level, it is essential for the Swiss fashion and clothing industry to have its own central fashion and bulk buying centre, offering both Swiss and foreign buyers a representative selection of home and foreign production. For this reason, it was decided to hold a women's clothing fair (Modexpo) twice a year from 1976 on, while a permanent bulk buying centre for textiles and clothing (Textil + Mode Center Zurich TMC) is scheduled for opening in 1978. Both institutions will be located in Zurich, thus heightening the fame and interest of this town as a fashion market. Zurich's ideal situation in the heart of Europe as well as the easy access of these two neighbouring institutions from nearby Kloten airport will contribute a great deal to making them very popular fashion centres on both the national and international levels.*

Modexpo *Surveys have shown that 90% of all buyers visit fairs and make 50 to 70% of all their purchases there. In 1976, Modexpo is scheduled to be held from 8th to 11th April and from 10th to 12th October so as not to clash with the Paris and Munich fashion fairs. The 250,000 sq. ft. of exhibition space in the Züspa hall is expected to be fully occupied; 220 firms have already booked and the total of 300 should soon be reached.*

TMC *The idea behind the TMC is that manufacturers and firms should rent or buy premises in a central building so as to be able to display their products there the whole year round. As a first stage, 210,000 sq. ft. of exhibition space has been completed and is in fact already fully taken up by 200 firms. The second stage of the building programme will start as soon as sufficient space has been sold or rented. An easily viewed overall display of total production (from fibre to fabric and raw material to finished product) all under the same roof, increased possibilities of comparison, direct sales, greater market transparency, possibility of examining a great many collections on the same day, as well as travel time cut to a minimum are some of the chief and most welcome advantages of the TMC to buyers. Unlike similar foreign institutions, TMC will enable manufacturers and firms of a great many countries to display all products produced by the textile and clothing industry and deliver them direct to makers – up and above all retailers.*

In the present situation state of the economy, it undoubtedly takes courage to undertake such a project, but the decision is certainly justified once it is realized that the general concentration has been focused not only on production but equally on purchasing. Today buyers tend to demand a geographical concentration of supply, and in future Zurich will be able to compete on an equal footing with Paris, Munich, Dusseldorf or Amsterdam.