Krawattenmode aus der Sicht des Produzenten

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **- (1977)**

Heft 30

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-796063

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

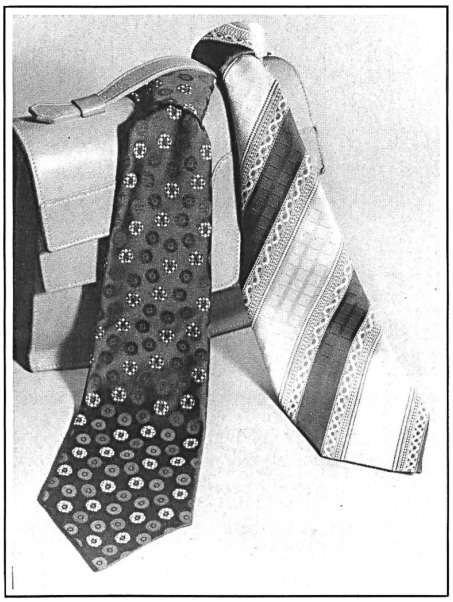
J. N. M. Jochum,
Inhaber der Pfau-Krawattenfabrik, Krefeld (D), und Präsident der Fédération Internationale des Industries de la Cravate.

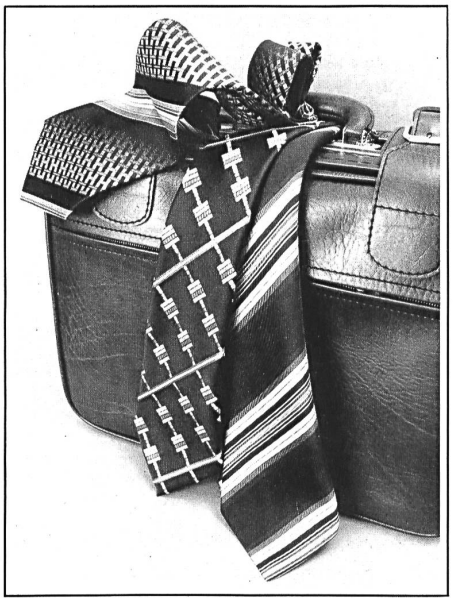
Krawattenmode aus der Sicht des Produzenten

Emil Meier,
Direktor der Krawattenstoffweberei Gessner AG, Wädenswil, und offizieller Delegierter der Schweiz.

Bereits zum zweiten Mal findet am 30. Juni und 1. Juli 1977 die jährliche Generalversammlung der Fédération Internationale des Industries de la Cravate *in der Schweiz statt. Sie hat zum Ziele, den Fachleuten der Krawattenbranche — also den Webern und Krawattenherstellern — einmal im Jahr einen gemeinsamen, konstruktiven Gedanken- und Erfahrungsaustausch zu ermöglichen und herrschende Tendenzen zu analysieren, beziehungsweise neue modische Linien zu eruieren. Beinahe alle europäischen Länder sind Mitglieder der Fédération und werden sich somit an dieser Veranstaltung in Luzern beteiligen: England, Skandinavien, Westdeutschland, Belgien, Frankreich, Italien, Österreich, Spanien und die Schweiz, wobei es interessant ist, dass sich die Krawattenstoffweber hauptsächlich aus den nördlichen Ländern rekrutieren; Italien vertritt zudem die Sparte der bedruckten Gewebe.*

Wie aus einem Gespräch mit dem Präsidenten der Fédération Internationale des Industries de la Cravate, J. N. M. Jochum, Inhaber der Pfau-Krawattenfabrik in Krefeld (D), und dem offiziellen schweizerischen Delegierten, Emil Meier, Direktor der Krawattenstoffweberei Gessner AG in Wädenswil, zu erfahren war, wird man sich auch dieses Jahr in kleinen Gruppen über die spezifischen Probleme dieser Branche unterhalten und versuchen, allfällige Ergebnisse gemeinsam auszuwerten, um der Industrie aktuelle Richtlinien und Empfehlungen überreichen zu können. Man verspricht sich dabei vor allem von der Zusammenarbeit zwischen Weber, Drucker und Krawattenkonfektionär positive Resultate. Die an der Generalversammlung erarbeiteten Empfehlungen haben wiederholt recht grosse Wirkung gehabt und sich günstig auf die Krawattenindustrie ausgewirkt: so erzielte man zum Beispiel mit der 1969 in Zürich beschlossenen Empfehlung, die Krawatte von 6 auf 10 cm zu verbreitern, einen der grössten Booms in der Geschichte dieses Industriezweiges. Erfolge in diesem Umfang sind jedoch bei einem Produkt, dessen Erwerb gerade beim Endverbraucher von so vielen subjektiven Elementen abhängig ist, nicht regelmässig zu erreichen. Es soll deshalb versucht werden, den Handel in Zukunft vermehrt mit Informationen und Empfehlungen zu versorgen, die es auch dem Detailhandel ermöglichen, seine Kundschaft entsprechend zu beraten und so das Konsumverhalten zu beeinflussen.





Differenzierter Krawattengebrauch

In erster Linie strebt man heute eine neue Popularisierung der Krawatte an. Auch die junge Generation, die in den letzten Jahren betont unkonventionell, um nicht zu sagen nachlässig gekleidet auftrat, soll wieder für das modische Accessoire begeistert werden. Gleichzeitig möchte man den allmählich zur gepflegten Eleganz zurückgehenden Trend in der HAKA-Mode nutzen, um den Konsumenten zu einem *differenzierten Krawattengebrauch* zu animieren. Nicht nur der Anzug, sondern auch die Krawatte soll dem jeweiligen Anlass entsprechen, zum Stadtanzug die dezente Business-Krawatte, sportlich elegant diejenige zum Freizeitsakko oder gepflegt und festlich die Soirée-Krawatte. Die Tendenz zu dem neuen stilvollen Modebild ist bis jetzt vor allem in England und Amerika anzutreffen, doch zeichnen sich auch hier bereits entsprechende Strömungen ab, und diese sollen anlässlich der Generalversammlung spezifisch erfasst und ausgenutzt werden. In kleinerem Rahmen werden die Teilnehmer auch das Kapitel der Freizeitmode und den hierher gehörenden Legerkrawatten, der Foulards und Vierecktücher behandeln; wichtigstes Gesprächsthema ist aber die klassische Krawatte und ihre modische Gestaltung

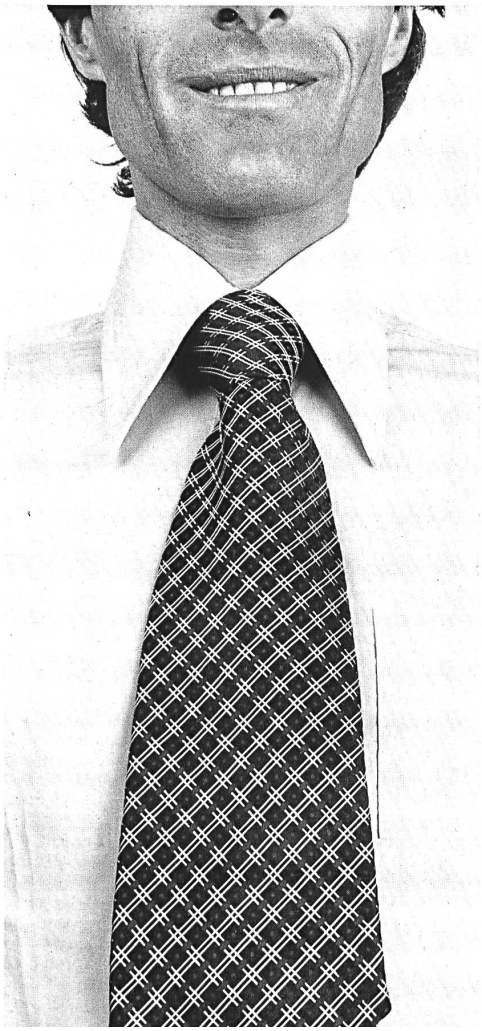
heute. Allgemeine Trends lassen sich gegenwärtig nur schwer eruieren, das gepflegtere Gesamtbild wird zweifellos einen recht grossen Einfluss haben, doch bemüht sich die Krawattenindustrie, ihre Kollektionen auf einer breiten Basis zu konzipieren, um möglichst vielen Geschmacksrichtungen entsprechen zu können. So bietet man eine sehr reichhaltige Farbpalette an, wobei allzu triste Kolorite vermieden werden, die sich kaum eignen, auch die Jugend für das Krawattentragen zu motivieren. Vom Material her gesehen, lässt sich eine deutliche Tendenz zu Mischgeweben mit einer sportlichen, mitunter rustikalen Optik erkennen, deren Wirkung aber dennoch elegant sein wird. Der Anteil an Reinseidenkrawatten ist eher zurückgegangen; in der Schweiz, wo ja nur gewobene Krawattenstoffe (Jacquard und Schaft) hergestellt werden, beträgt er noch 10%, in der BRD dagegen 20%. Hingegen haben die Mischgewebe gegenüber den vollsynthetischen Produkten stark zugenommen und auch von ihrer Struktur her das Modebild entsprechend geprägt.

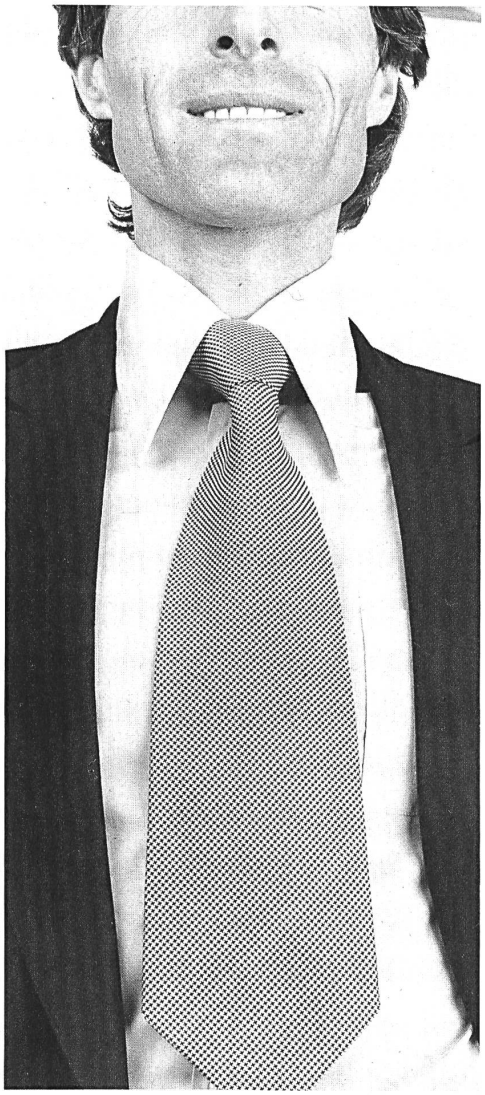
« Monsieur européen de la cravatte »

Eine besondere Aktion plant die Fédération Internationale des Industries de la Cravate im Hinblick auf die Popularisierung der Krawatte. An der Tagung in Luzern soll der *Monsieur européen de la cravate* gewählt werden! Wesentliche Kriterien bei dieser Wahl sind die Popularität der zu erkürenden Persönlichkeit, deren modische Erscheinung kombiniert mit einer gewissen Dynamik und Sportlichkeit; das heisst, man sucht jenen Mann, der seine Krawatten mit Selbstverständlichkeit und differenziert trägt und durch seine Popularität modisches Leitbild für den Konsumenten sein wird.

Das für den Produzenten wesentliche Konsumverhalten des Endverbrauchers wie auch die Verkaufsart werden im Auftrage des Verbandes kontinuierlich untersucht. So haben entsprechende Marktanalysen gezeigt, dass der Grossteil der Krawatten (in der BRD zum Beispiel 60%) allein gekauft werden. Etwa ein Viertel wird zusammen mit einem Hemd, weniger als ein Zehntel kombiniert mit Anzug, Sakko und Hemd erworben. Die Krawatte führt also ein recht bedeutendes Eigenleben und wird zuerst nach dem Kriterium ihrer Schönheit gekauft und erst in zweiter Linie im Hinblick auf ihre Integration in die persönliche Garderobe. Auch diese Komponente muss vom Hersteller berücksichtigt werden. Was die Verkaufsart anbetrifft, so liegt nur beschränktes Zahlenmaterial vor. Sehr viele Krawatten werden im Spezialgeschäft vertrieben, etwa ein Drittel geht über die Konfektionshäuser und nicht ganz ein Zehntel findet in den Warenhäusern Absatz. Diese Zahlen variieren jedoch in den verschiedenen Ländern.

Die Fédération wird auch an der diesjährigen Generalversammlung solchen Komponenten Rechnung tragen müssen, um ein möglichst effizientes Programm für die kommende Saison ausarbeiten zu können.

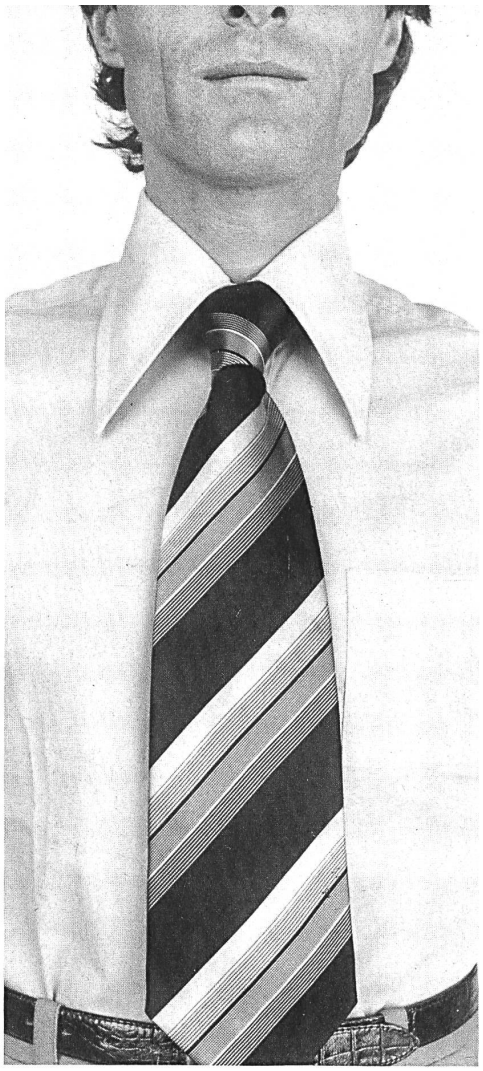




▷ *WEISBROD-ZÜRRER AG, HAUSEN a. A.*
Reinseiden-Krawatte mit interessanten Jacquard-Fantasiestreifen.

WEISBROD-ZÜRRER AG, HAUSEN a. A.
Seiden-Krawatte mit Jacquard-Pied de Poule. ▽

WEISBROD-ZÜRRER AG, HAUSEN a. A.
Seidentwill-Krawatte mit Dégradé-Barrés.
◁

H. MARILUS KRAWATTENFABRIK, ZÜRICH
Polyester-Krawatten mit klassisch-eleganten Jacquard-dessins.
◁◁◁

VISCOSUISSE AG, EMMENBRÜCKE
Tersuisse®-Krawatten mit Streifen oder geometrischen Motiven.
◁◁