Spectrum

Autor(en): **J.F. / S.St. / C.K.**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **- (1987)**

Heft 69

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795512

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

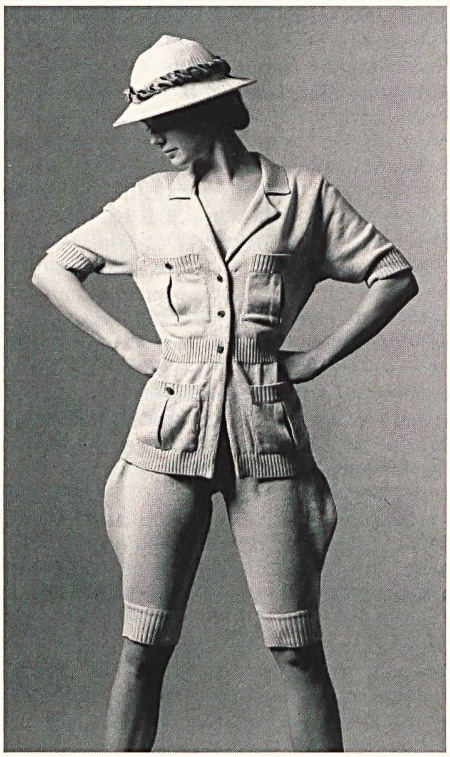
Spectrum

PITTI FILATI FLORENZ

DELIKATE FARBEN UND FÄDEN

An Farben und Fäden hängen in der Mode Erfolge und Misserfolge. Entsprechend gross ist der Einsatz, der geleistet wird bei der Erarbeitung von Farbkarten und Garnkonzepten mitsamt den dazugehörigen Stylingthemen und Life-Style-Philosophien. Nirgendwo kommt das eindrücklicher zum Vorschein wie an der Garnmesse Pitti Filati, die im Februar zum 20. Mal durchgeführt wurde. Die Garnangebote zum Sommer 88 sind in Trendinformationspakete eingebettet, die mit einem Aufwand sondergleichen geschnürt worden sind. Nicht nur sind den Garnentwicklungen Farbgruppen und Musterungsvorschläge zugeordnet, nicht nur sind Stylingteams zur Trendformulierung schon auf dieser vorgelagerten Stufe eingeschaltet – es werden den Markengarnen auch prominenteste Stilistennamen als Lokomotive vorgespannt. Pitti Filati hat sich zu einer wichtigen «Trendküche» entwickelt, wo die ersten abgesicherten Informationen für übers Jahr einzuholen sind. Das taten denn auch jüngst über 7000 Fachleute, nebst Einkäufern und sonstigen Garnspezialisten auch Modemacher aus aller Welt.

Das Centro Moda Firenze hat zusammen mit den 81 Ausstellern drei Modethemen für Sommer 88 mit den entsprechenden Farbreihen als Richtlinien ausgearbeitet, die der individuellen Interpretation breiten Spielraum lassen. Auffallend ist eine ausschliesslich auf pastellhelle Töne konzentrierte Trendfarbenkarte mit je einem Leuchtpastell. Das Thema «Ballett» spielt in Rosétönen plus Gelb, «Mime» präsentiert sich in der Grünrichtung und «Music Hall» in zarten Blaunuancen plus scharfem Tango-Orange. Den Mottos zugeordnet sind die Silhouetten in Trapez-, Empire- und Zigarettenlinie, denen gemeinsam Schlankheit und eine gewisse Körperbetonung ist, die durch glatte Gestricke in feinen Garnen unterstrichen werden. Denn beim Garn fängt an, was gegenwärtig gewissermassen der rote Faden in der Mode ist: Klarheit, Einfachheit, Understatement. Der Trend zur Klassik hat bei den Fantasiegarnen die Effekte minimalisiert; Bicolor, Mouliné, Chiné, Perlé, feinste farbige Nöppchen und Knötchen, kleine Schlingen sowie Crêpegarne beleben die Optik auf delikate und dezente Art. Der auffällige Glanz ist matter, mitunter stumpfer Wirkung oder dem diskreten Spiel der Kombination von Matt und Schimmernd gewichen. Häufig gesellt sich Seide zu anderen Naturfasern oder zu Viscose. Reinleinen-Zwirne in feinster Qualität, Cashmere mit Seide und raffinierte Verbindungen mit bedruckten Garnen zählen zu den Luxusartikeln in diesem Bereich. – J. F.



Die Tendenz zur glatten Masche aus feinem Garn unterstreicht der Vorschlag der Stilistin Vivienne Westwood für Pecci

MONSIEUR – AUF PRESTIGE BEDACHT

Paris forderte volle Aufmerksamkeit für den Mann. Der Salon International de la Mode Masculine (SEHM) verzeichnete 920 Aussteller aus 25 Ländern, deren Angebot über 40 000 Besucher aus 90 Ländern anlockte. Sieben junge Talente waren aufgefordert, ihre Ideen und Vorstellungen von aktueller Herrenmode zu realisieren und sich damit, als Karrieren-Starthilfe sozusagen, um den «Prix du SEHM» zu bewerben. Zwanzig prominente Couturiers und Stilisten baten zur Schau in vornehme Hotels, Museen und an sonstige attraktive Schauplätze der Seinestadt. Alles drehte sich vor versammeltem Fachpublikum aus aller Welt um die modische Erscheinung von Monsieur im nächsten Winter, die kurz und bündig auf einen Nenner zu bringen ist mit den Begriffen: Stil und Klasse und Prestige.

«Ich habe versucht, einem überaus luxuriösen Hyperklassizismus Ausdruck zu verleihen», stellte Patrick Aubert zu seiner neuen Kollektion für Balmain Monsieur fest. Elitär, aristokratisch, vornehm sind Attribute, die zur Beschreibung der Trends herangezogen werden. Spiegelt sich in diesem Wiederauflebenlassen von Klassik, Tradition und Prestige der Versuch, Inseln der Ästhetik und Ordnung in einer wenig ästhetischen und ungeordneten Umwelt zu schaffen?

Natürlich werden handkehrum Traditionen auch wieder aufgebrochen, verfremdet und ironisiert, wird demonstriert, dass die heile vornehme Modewelt brüchig ist. Zumal in der Pariser Avantgarde rund um Gaultier oder Comme des Garçons hat die Entwertung sicherer Werte Methode. Die Vernunft der wiedergewonnenen Klassik provoziert die Kreativen. Doch vorderhand hat sie weitherum Geltung für die Männermode und überzeugt vor allem dann, wenn es gelingt, Tradition und Modernität in Einklang zu bringen.

Klassik mit Doppelreiher und Cashmeremantel à la Christian Dior Monsieur.

Spectrum

Selbstverständliche Eleganz paart sich mit anspruchsvoller Qualität. Italienische Allüre verbindet sich mit der feinen englischen Art. Perfekter City-Chic, der auch raffinierte Abendmode einschliesst, stützt sich auf den klassischen Anzug in klassischer Musterung (inklusive Kreidestreifen) und zurückhaltender Farbgebung. Von überragender Wichtigkeit ist der Mantel als ständiger Begleiter im nächsten Winter.

Die sportliche Mode richtet sich auf das Vorbild des britischen Landedelmannes aus. Kombinationen in rustikalen Stoffen wie Harris Tweed, Shetland in warmen Erdfarben, Trenchcoats, Abwandlungen des Duffle-Coat, Lederjacken haben den unverwechselbaren Stil «à l'anglaise».

Um diese Schwerpunkte der Tradition und des Prestige gruppieren sich Trends, die die Herrenmode mit etwas Phantasie ausstatten. Tiroler Trachteneinflüsse mit Lodenmänteln, kurzen Steppjacken, Cordhosen sind ebenso auszumachen wie Anregungen aus dem hohen Norden mit wattiert gesteppten Anoraks und Kapuzenparkas; kanadischer Trapperstil steht einträchtig neben Anleihen an russische Uniformen. – J. F.

TMC-MONSIEUR

GUTE VORZEICHEN FÜR DIE NEUE SAISON

Vom 9. bis 11. Februar 1987 fand die TMC-Monsieur-Einkaufsmesse statt. Sie stand damit deutlich im Vorfeld der Herren-Modewoche Köln. Trotzdem blieb es nicht beim reinen Informieren – im Gegenteil: Die Herrenbekleidungsindustrie meldete einen regen Auftragseingang. Die Auslastung der Betriebe dürfte sich im Blick auf die kommenden Monate positiv zeigen.

Die Ausgangslage war günstig, der Detailhandel meldete ein gutes Geschäft, die Lager sind grösstenteils leer, wenn auch erst mit Grund des Saisonverkaufs. Immerhin ist eine anhaltende Bereitschaft der Männer für den Kauf modischer Bekleidung feststellbar. Auch der Trend zur besseren Qualität ist unverkennbar. Kreative Leistung, Phantasie und Qualität in Verarbeitung, Passform und Material werden honoriert. Erfreulich ist auch das vermehrte Interesse für Anzüge, obgleich bei der vorherrschenden Neo-Klassik das betont modische Moment etwas beiseitegerückt erscheint; der Anreiz geht vom Material aus.

Der Schweizer Herrenmoderat rundete im Foyer mit einer Stoffschau das Informationsangebot branchengerecht ab.

Das Ergebnis im Textil- und Mode-Center hätte freilich noch positiver ausfallen können, meinten Aussteller; der frühe Termin kollidierte mit den Sportferien vieler Einkäufer. – S. St.

BERLINER MODETAGE

SHOWTIME FÜR DIE AVANTGARDE

«Zur Sicherung der Zukunft muss man die Kreativität pflegen», hielt Gerhard Pabst, Berliner DOB-Fabrikant, an einem Fashion Talk fest. Dem Grundsatz ist Nachachtung verschafft: unter der Ägide der Berliner Mode-Messe-Gesellschaft wird Kreativität aufkommender und etablierterer Designer tatkräftig ins Rampenlicht gerückt, nicht zuletzt in der Absicht, Berlins Ruf als Modestadt aufzupolieren. Denn um die erste Position als deutsche Hauptstadt in Sachen Mode ist ein regelrechtes Gerangel entstanden: in Ermangelung eines unbestrittenen Modezentrums konkurrenzieren sich die grossen Messestädte Düsseldorf und München, und Berlin erhebt Anspruch, als traditionelle Stadt der Konfektion gewachsener Mittelpunkt zu sein. Und alle spannen sich die deutschen Designer als Lokomotive vor. Das Thema kam am erwähnten Fashion Talk im Deutschen Museum zur Sprache. «Deutsche Designer – was nun?» lautete die eine Standortbestimmung anpeilende Headline. Doch ist offensichtlich diese deutsche Designerszene zu neu, um sie in ihrer längerfristigen kreativen und kommerziellen Bedeutung jetzt schon richtig einschätzen zu können. Zumal auch die Leistungen der einzelnen Modemacher sehr ungleich, die Begabungen recht unterschiedlich sind.

Während der Modetage Ende Februar kam vor allem die Berliner Avantgarde mit Shows in der Hochschule der Künste zum Zug, die – modisch gesehen – ausgesprochen schwarz sieht. Nebst Dunkelfarben sind dem Schwarz Winterweiss und Beigetöne als Aufheller und vereinzelt kräftige Energiefarben als Akzente beigegeben. Lange und kurze Silhouetten gehen einträchtig nebeneinander her, zeigen sich oft in der gleichen Modellauffassung. Auffallend ausgerechnet bei manchen jungen Designern ist eine Handschrift, die an den berühmten Berliner Chic von ehedem anzuknüpfen scheint: elegant und damenhaft, mitunter ein bisschen schwer in der Silhouette oder an den stoffreichen New Look erinnernd, mit Details und Dekor wie ausladenden Kragen, breiten Gürteln, Pelzverbrämungen, Schmuckknöpfen herausgeputzt. Von den Jungen kommen durchaus nicht immer die jungen und spritzig witzigen Ideen, da sie sich nicht selten von einer ihnen eigentlich fremden couturigen Eleganz faszinieren lassen.

Natürlich gibt es in der Berliner Modeszene auch Anhänger puristischer Linien, die sich einer sachlich-schlichten Wintermode verschrieben haben. Es gibt die naiven Trapezlinien mit erhöhter Taille, und es gibt romantische Einflüsse, die auch an Maschenmodellen auszumachen sind. Fernost und das Russland der Zaren sind weitere Inspirationsquellen. – J. F.

Unterschiedliche Proportionen für Modelle mit identischen Details von Brigitte Haarke.

Lang oder kurz aus Jersey in Schwarz plus Farbe als Alternative von Dietmar Sterling, dem Berliner aus Paris.

GURIT-HEBERLEIN ERWIRBT METTLER

VERBINDUNG VON LOHNDRUCKER UND TEXTILMANIPULANT

Die Überraschung war perfekt in Textilkreisen, als im Februar bekanntgegeben wurde, dass der Gurit-Heberlein-Konzern mit der Heberlein Textildruck AG als grösstem Lohnveredler rückwirkend auf den 1. Januar 1987 die namhafte St. Galler Textilfirma Mettler & Co. AG käuflich übernommen hatte. Ungewöhnlich ist die Konstellation dieser Übernahme, die durch den Zugriff eines Lohndruckers einen Einbruch darstellt in eine typisch schweizerische strukturelle Eigenart der Branche, nämlich diejenige der Manipulanten oder Converter, unter denen Mettler einer der bedeutendsten ist. Eine neue Form der Vertikalisierung ist damit eingeleitet. Ob sich dieser Trend einer Verbindung zwischen Veredler und Exporteur fortsetzt und textile Tradition weiter aufbricht, ist zumindest nicht ausgeschlossen.

Heberlein hat sich mit diesem Schritt die Nähe zur Kreation, die die Veredlungstechnik befruchtet, und vor allem den direkteren Zugang zum Markt mit weltweiten Vertriebskanälen eingehandelt. Das stützt die textilen Interessen des Unternehmens längerfristig ab. «Die Leitung der Gurit-Heberlein ist sich bewusst, dass der Weg zum Markt durch verbundwirtschaftliche Zusammenarbeit oder Zusammenschluss verstärkt gesucht werden muss», steht in einem Pressecommuniqué zur Übernahme. Die Geschäftspolitik von Mettler wird im Konzernrahmen so formuliert, dass die bestehenden partnerschaftlichen Beziehungen zwischen der Heberlein Textildruck AG und ihren übrigen Converter-Kunden nicht beeinflusst wird.

Die Leitung des 1745 gegründeten und jetzt in siebter Generation betreuten Mettler'schen Unternehmens bleibt auch in den neuen Besitzverhältnissen bei Ruedi Mettler als Delegiertem des Verwaltungsrates. Die Firma wird als selbständige Tochter des Heberlein-Konzerns und als Schwesterfirma der Heberlein Textildruck weitergeführt – «in der Überzeugung, dass durch die Neustrukturierung eine marktnahe, starke Gruppe mit qualitativ sehr hochstehender Produktion und ausgezeichneten Zukunftsaussichten geschaffen wird». – J. F.

DER BEKLEIDUNGSAUSSENHANDEL IM JAHRE 1986

IMPORTÜBERSCHUSS AUF NEUEM HÖCHSTSTAND

Die schweizerischen Einfuhren von Bekleidungswaren (ohne Schuhe) haben im Jahre 1986 um 4,5% auf 3590,7 Mio. Franken zugenommen. Die Ausfuhren erhöhten sich um 5,4% auf 758,4 Mio. Franken. Der Einfuhrüberschuss erreicht damit den Rekordstand von 2832,3 Mio. Franken.

Von den Mehreinfuhren von 154,7 Mio. Franken entfallen 84,8 Mio. Franken auf die BRD, deren Exporte nach der Schweiz erstmals die Milliarden-Franken-Grenze (1023,9 Mio. Fr.) übertreffen. Dies entspricht 28,5% der gesamtschweizerischen Bekleidungseinfuhren. Die nächstwichtigsten Herkunftsländer sind Italien, Frankreich, Hongkong und Österreich. Auffallend ist der Einfuhrrückgang um 9,6% auf 339,3 Mio. Franken aus Hongkong. Damit einher gehen allerdings beachtliche Importzunahmen zwischen 10 und 75% aus Indien, China, Taiwan, Thailand und Macao. Dennoch war 1986 der asiatische Kontinent an den Gesamteinfuhren mit einem von 18,9% auf 17,9% gefallenen Anteil beteiligt.

Bei den schweizerischen Bekleidungsausfuhren dominiert mehr denn je die BRD mit einem Anteil von 46% der Gesamtexporte der schweizerischen Bekleidungsindustrie, gefolgt von Österreich, Frankreich, Italien, Grossbritannien und den USA. Zum Mehrexport von 39,1 Mio. Franken am stärksten beigetragen hat wiederum die BRD mit einem Plus von 29,7 Mio. Franken, gefolgt von Österreich mit 7,6 Mio. Franken und Frankreich mit 4,9 Mio. Franken. Exportverluste von mehr als 2 Mio. Franken mussten einzig nach Grossbritannien und Indien in Kauf genommen werden. Trotz tiefem Dollarkurs konnten die Lieferungen nach den USA (+2,2%) nach hohen Zuwachsraten in den Vorjahren zumindest gehalten werden.

MÜLLER SEON

KONTINUIERLICHES WACHSTUM

Wie aus einer Pressemitteilung hervorgeht, steigerte die Firma Müller Seon, Hersteller hochmodischer, feiner Baumwollgewebe für HAKA und DOB, ihren Gesamtumsatz 1986 auf 77,3 (58,6) Mio. Schweizerfranken. Der Auftragseingang für das laufende Jahr entspricht den Erwartungen der Geschäftsleitung. Die Zahl der Beschäftigten erhöhte sich auf 370 (343) Personen. Der Export erreichte 61,8 Mio. Franken; damit beträgt der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz 80%.

1.
Partnerschaft verpflichtet!

zwirnt – färbt – mercerisiert
NIEDERER
fils d'Ecosse

Für Baumwollflorzwirne/fils d'Ecosse sind wir erstklassige Partner der internationalen Textil- und Bekleidungswirtschaft. Die hohen Ansprüche unserer Abnehmer unterstützen wir mit kompetenter Farb- und Modeberatung. Wir kaufen, produzieren und verkaufen grundsätzlich zu Marktpreisen und achten dabei auf ein günstiges Preis-Nutzen-Verhältnis. Unser Grundsatz für Ihre Sicherheit.

Niederer + Co. AG
CH-9620 Lichtensteig
Telefon 074 / 7 37 11, Telex 884 110

NIEDERER

Spectrum

ATTRAKTIV VERJÜNGT

Auf drei Grundmaterialien, auf Baumwolle, Seide und Wolle, ist die neue Wäschekollektion Winter 87/88 der Winterthurer Firma Sawaco AG aufgebaut. Der Stil ist jung und gepflegt. Man hat sich bereits in der vergangenen Saison mit Erfolg um eine modische Aktualisierung und Anpassung an sich verjüngende Geschmacksrichtungen bemüht, ohne dabei aber die Attribute Eleganz und Exklusivität preiszugeben.

Im Baumwollbereich nimmt der sportliche Trend mit Denim-Charakter breiten Raum ein. Pyjamas, Bodies, Jumpsuits, Tops und Shorts aus feinem Jersey, in Marine, Rot, Pastell und Weiss, uni und mit assortiertem Ringelmuster, ergeben abwechslungsreiche Kombinationen. Schlingencord, Flausch und gesteppte Qualitäten werden für Loungewear bevorzugt. Baumwollfeingewebe sind Favoriten rund um die Uhr. Naive Hemdchen, Babydolls, Dreiteiler, bestehend aus Top, glockig geschnittenem Höschen und Jacke, sowie das beliebte Big Shirt zeigen ihre Eignung für die Nacht wie auch für Freizeit und Strand. Immer jedoch werden diese Artikel mit aufwendigen und ungewöhnlichen Stickereien geschmückt.

Spezielle Winterartikel bietet Sawaco mit einem Seide/Wolle-Programm an. Nachtwäsche und Sportwäsche überzeugen hier durch ihre vorzüglichen Trageigenschaften und ihr modisches Design. Ergänzt wird die Sportwäsche durch die sehr funktionelle Kollektion aus Dunova-Seide für Damen und Herren.

Reine Seide ist sonst im Wäschesektor eher rückläufig, dennoch wäre eine Sawaco-Saison ohne Seide nicht denkbar. Kostbar, mit edlem Stickereischmuck, mit Pailletten und Bijoux werben die anspruchsvollen Modelle um die Gunst der eleganten Kundin, während im jungen Genre Seide im luxuriösen Fancy-Look gefragt ist.

Die Kollektion wurde bewusst gestrafft und weist heute 150 Teile (vorher 400) auf. Multifunktionalität ist wichtig, und auch die Farbpalette trägt dem Rechnung. Frische Farben zu typischen Wäschepastellen und zartem Silber sowie einige Druckdessins in kräftigeren Tönen gruppieren sich um die Klassiker Schwarz und Weiss. Durch die Straffung erreichte man auch eine gezieltere Trendaussage in vier Richtungen:
jung und sportlich, einfache Romantik, Fun and Fancy, luxuriöse Lady-Eleganz. – C. K.

Reine Baumwolle gekämmt

Camisole und Bikini-Slip aus reiner Seide

FOTO BY KARL

Er entwirft ein halbes Dutzend Kollektionen pro Kollektion, ist kultureller Berater des Fürsten von Monaco, kreiert Kostüme für Oper und Ballett, schreibt Zeitungsartikel und illustriert Bücher – Karl Lagerfeld ist das Multitalent der Mode. Jetzt hat er noch ein neues Spielfeld für seine vitale Kreativität gefunden: die Fotografie. Der Designer, der von den grössten Fotokünstlern der Gegenwart, von Penn, Avedon und Newton, abgelichtet wurde, hat sich nun selbst hinter die Kamera gestellt und an seiner Muse, dem Chanel-Starmodell Inès de la Fressange, Modelle aus der neuen Chanel Haute Couture aufgenommen. Und schon reissen sich Modezeitschriften um den neuen Fotografen. – U. H.

Chanel – Design und Foto von Karl Lagerfeld.

SCHWIERIGES HANDSTRICKGARN-GESCHÄFT

Bereits im Vorfeld der diesjährigen Generalversammlung der H.E.C. AARLAN Beteiligungs AG ist ein Zwischenbericht über das Geschäftsjahr 1986 veröffentlicht worden. Der Einbruch im Handstrickgarngeschäft hat sich im Herbst weiter verschärft. Dafür verantwortlich gemacht werden massive Überangebote aus den westlichen In-

dustrieländern in den letzten zwei Jahren und daraus resultierende grosse Lagerbestände. Aber auch die Baisse der Rohmaterialpreise und die massiven Währungsveränderungen gegenüber wichtigen Exportländern, vorab im Dollarraum, tragen zur Stagnation bei.

Die zur Holding gehörende H. Ernst + Cie AG, Aarwangen, meldet für Handstrickgarne mengenmässig gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang von 15%, was hauptsächlich zu Lasten des Exportgeschäftes geht. Das Industriegarngeschäft konnte den Umsatzeinbruch ausgleichen, das Minus im Handstrickgarnbereich aber auch nicht wettmachen, so dass der Umsatz tiefer als 1985 ausfallen wird. Bei den Tochter-Verkaufsgesellschaften in Deutschland, Holland und Frankreich war der Rückschlag im Handstrickgarnbereich noch ausgeprägter; lediglich in den USA konnte der Absatz weiter gesteigert werden. Entsprechend war auch die H.E.C. Spinnerei AG, Caslano TI, mengenmässig um 7% weniger ausgelastet. 1987 dürfte sich zeitweise Kurzarbeit kaum vermeiden lassen. Erfreulich haben sich dagegen die Produktion und der Verkauf der texturierten Syntheticgarne der neu erworbenen ZUE Zwirnerei Untereggingen GmbH entwickelt. Umsatz und Produktion haben sich um rund 12% erhöht. So konnte durch diese Neuerwerbung der konsolidierte Umsatz um 20% gesteigert werden, doch der Ertrag der H.E.C. Beteiligungs AG wird schlechter ausfallen. – S. St.

BILANZPRESSEKONFERENZ VON BELDONA

SKIBEKLEIDUNGSLINIE ENTWICKELT

An innovativen Ideen mangelt es der Beldona und der ihr angegliederten Ritex AG nicht: Nachdem vor wenigen Jahren Damenbekleidung ins Programm aufgenommen wurde, ist jetzt die Entwicklung einer Skibekleidungslinie unter der Marke «Tornado by Ritex» an die Hand genommen worden. Die jüngste Tochter der Beldona-Holding AG, die Ritex Sport AG in Zofingen, zeichnet für diese vom Stilisten Nick Egger entworfene Kollektion verantwortlich. Verarbeitet werden im Zweigbetrieb in Bulle vorwiegend Schweizer Qualitätsgewebe, z. B. Climaguard und Microguard von Rotofil.

Was die Bilanz für 1986 anbelangt, ist der Gruppenumsatz der Holding um 7,8% oder rund 10 Mio. Franken auf 135 Mio. angestiegen. Der Cash-flow hingegen reduzierte sich von 8,2 auf 7,6 Mio. Franken. Hauptverantwortlich für dieses Ergebnis sind die erlittenen Währungsverluste von rund 2 Mio. Franken. Doch die Unternehmensleitung zeigt sich nicht entmutigt – der Export soll eher noch mehr ausgebaut werden.

Konsolidiert erreichte der Umsatz 117,4 Mio. Franken, Abschreibungen und Rückstellungen betragen 6,5 Mio., die Investitionen 19,8 Mio., und der Reingewinn beläuft sich noch auf 0,3 Mio. (Vorjahr 1,1 Mio.). Auf die Ausschüttung einer Dividende wird daher verzichtet. Die Zahl der Mitarbeiter ist um 1,3% auf 1269 gestiegen. Die Lagersituation hat sich leicht verbessert: Im Zentrum des Problems steht das Eigenlager Ritex, stellt sich doch jeweils bei Engpässen die Frage, ob auf Lager gearbeitet oder Kurzarbeit eingeführt werden soll. Das Beldona-Lager erfuhr eine normale, durch die Eröffnung von vier neuen Ladengeschäften bedingte Zunahme. In den zwei Filialen in der Bundesrepublik werden 0,6 Mio. Franken umgesetzt. Der durchschnittliche Umsatz im Detailgeschäft pro m² Verkaufsfläche ist auf über Fr. 9000.– angewachsen. 1987 sollen vier neue Geschäfte eröffnet und zwei bisherige geschlossen werden. – S. St.

DER GOLDENE FINGERHUT

Gérard Pipart ist der glückliche Gewinner des letzten «Dé d'Or». Der Designer des Pariser Modehauses «Nina Ricci» erhielt für die Haute Couture-Kollektion Frühjahr/Sommer 1987 die begehrte Trophäe. Der «Dé d'Or» wird seit 1976 zweimal im Jahr für die kreativste und eleganteste Haute Couture-Kollektion vergeben. Der amerikanische Kosmetikkonzern Helena Rubinstein ist der Sponsor des «Goldenen Fingerhuts». Eine Jury, besetzt mit Modejournalisten von internationalen Presseorganen, stimmt über den Gewinner ab. Gérard Pipart wurde einstimmig gewählt. Der elegante Franzose gehört zu den diskreten Pariser Modemachern. Seit 25 Jahren ist er Chef-Designer bei Nina Ricci. Seine Mode zeichnet sich durch einen betont femininen, jugendlichen Stil aus, der auf laute und spektakuläre Effekte verzichtet. – U. H.

Madame Jacques Chirac und Gérard Pipart.

2.

SWISS COTTON – ein Versprechen

zwirnt – färbt – mercerisiert NIEDERER fils d'Ecosse

SWISS COTTON – Hochveredelte Baumwollflorzwirne/fils d'Ecosse. Hinter dieser Marke steht unser überzeugendes Qualitätskonzept bezüglich Zuverlässigkeit, fachlicher Beratung, markt- und kundenorientierter Serviceleistungen, Stabilität und trendgerechte Kreativität. SWISS COTTON bedeutet auch Kontinuität. Grosszügige Rohzwirnlager vor unserer Färberei – für optimale Flexibilität und Lieferbereitschaft.

Niederer + Co. AG
CH-9620 Lichtensteig
Telefon 074 / 7 37 11, Telex 884 110

NIEDERER