Spectrum

Autor(en): **R.Z.**

Objekttyp: **Article**

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

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

Heft 70

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795524

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

INTERSTOFF IM BLICKPUNKT

HOCHMODISCHES OHNE PREISDRUCK

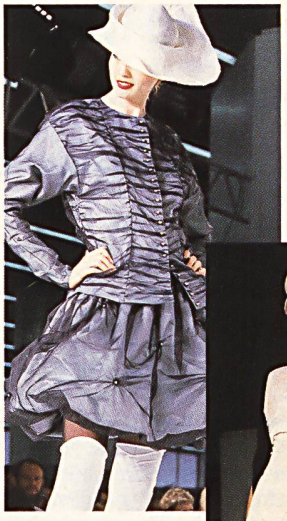
Taco AG, Glattbrugg / Mod. Valpu Merhart, München

Obwohl die veränderten Währungsparitäten – der Kurssturz von Dollar und Pfund – den 1100 Ausstellern der 57. Interstoff in Frankfurt zu schaffen machten, war die Grundstimmung positiv. Allerdings blies den Schweizern und Österreichern als Nicht-EG-Staaten zusätzlich ein scharfer Wind ins Gesicht, dem nur mit hochmodischer Ware und Spezialartikeln begegnet werden konnte. Nicht zuletzt deshalb war auf dieser Interstoff der Trend zur Firmenkonjunktur deutlich spürbar. Federn lassen mußte das Standardgeschäft. Hier machten Überkapazitäten und ein von den starken Wechselkursverschiebungen begünstigter Import den Firmen das Leben schwer. Stark betroffen waren davon besonders die Baumwollweber, die entweder in Technik und Kreativität investieren oder Preisnachlässe bei vergleichbaren Stoffen geben mußten.

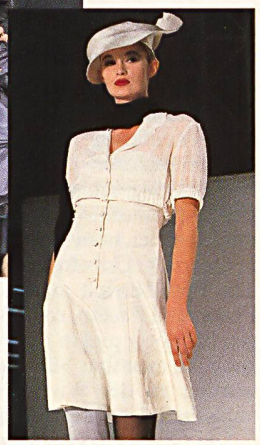
Unterschiedlich wurden die teilweise recht optimistischen Erwartungen der Aussteller von den rund 22.500 Fachbesuchern aus 71 Ländern zufriedengestellt. Eindeutig im Trend lag das Thema «Masche», gefolgt von Damen- und Herrenwollstoffen sowie Cool Wool-Qualitäten, die bereits zu Ganzjahresartikeln avanciert sind und vom Trend zum Hochwertigen profitieren. Zuversicht legten auch die Baumwollweber an den Tag, und Seidenweber und Sticker waren gleichfalls mit dem Ergebnis der Interstoff zufrieden, und die Stoffdrucker konnten vor allem im hochmodischen Bereich ihr Terrain halten, teilweise sogar erweitern.

Die Erwartungen der 90 Schweizer Aussteller in die Interstoff waren groß, und sie wurden auch nicht enttäuscht. Sehr feinfädige Qualitäten, modische Gewebe, Coordinates, raffinierte Dessins und technisches Know-how sicherten die Nasenlänge Vorsprung, wenngleich auch hier ein starker Importdruck nicht übersehen werden konnte.

Neben der Trends-Live-Show präsentierte die Interstoff in «Basic Line» die aufkommenden Modetrends. Hier konnte sich nicht nur die Konfektion über die Sommertrends 1988 informieren, sondern sollten Weber, Spinner, Drucker, Designer, Stilisten bereits Informationen über Winter 1988/89 austauschen. Die für alle frei zugängliche Halle geriet ins Kreuzfeuer der Kritik, bestand doch die Gefahr, dass Konfektionäre Anleihen an den Winter machen, Dessins und Farben vorziehen und die Saisons noch mehr als bisher durcheinander geraten. – R.Z.

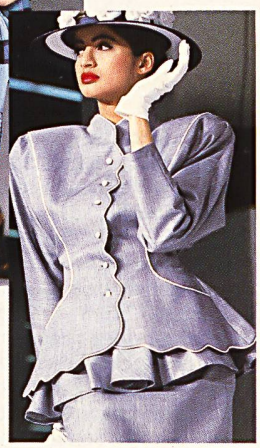


E. Schubiger + Cie AG, Uznach / Mod. Daniela Bechtolf, Hamburg



Weisbrod-Zürrer AG, Hausen am Albis / Mod. Daniela Bechtolf, Hamburg

Hausammann + Moos AG, Weisslingen / Mod. Jeanette Scupin, München



Bleiche AG, Zofingen / Mod. Brigitte Haarke, Berlin

Trends-Live
Internationale Stilisten und Repräsentanten von acht europäischen Modeinstituten erarbeiteten die Trends für die Sommermode 88, wie sie die Interstoff mit dem Trend-Table veranschaulichte. Diese Informationen bildeten die Basis für die Entwürfe der Designer, die auf Initiative der Interstoff aus den Nouveautés von achtzehn Stoffherstellern, darunter sechs Schweizern unter dem Signet «Swiss Fabric», je fünf Styling-Vorschläge unterbreiteten.

HÖCHST AG

UMSATZVERLUST BEI CHEMIEFASERN

Rückläufige Auftragseingänge im In- und Ausland sowie ein durch die veränderte Währungslandschaft verstärkter Importdruck auf praktisch alle Herstellungsstufen von Textilien bescherte der Höchst AG 1986 einen neunprozentigen Umsatzverlust im westeuropäischen Chemiefasergeschäft. Diese Entwicklung setzte sich auch im 1. Quartal 1987 fort, allerdings rechnet man bei Höchst mit einer leichten Steigerung im Laufe des 2. Quartals. Unbefriedigend ist vor allem für den Textilbereich auch das Preisniveau bei Fäden und Fasern, so daß Höchst Anpassungen für nötig und in der zweiten Jahreshälfte auch für machbar hält. Diese Informationen wurden an der Wirtschaftspressekonferenz anlässlich der Interstoff gegeben.

Die Geschäftssituation in den außereuropäischen Produktionsstandorten des Unternehmens entwickelt sich insgesamt gut. Deutlich erhöhen wird Höchst die Trevira Spunbond-Kapazitäten in den USA. Mit der Fusion der Firma Celanese ist Höchst zum zweitgrößten Chemiefaserproduzenten der Welt geworden. Gleichzeitig bietet sich hier die Möglichkeit, in Westeuropa ein Filamentgarnsortiment einschließlich Acetatfäden anzubieten.

Interessante Entwicklungen für textile und technische Anwendungen sind «Trevira Finesse» sowie die Füllfaser «Trevira Fill». Ein mit der Markenbezeichnung «Trevira Finesse» versehenes Gewebe soll dem Anspruch «Höchst High Chem Fibres» im textilen Einsatzbereich – vorerst besonders atmungsaktive und gleichzeitig wasserabstossende Gewebe z.B. für die Skibekleidung, später dann auch im Sommersport und im Sektor Spitalwäsche – gerecht werden. Entwickelt wurde dieser neue Polyester-Endlosgarn-Typ in enger Zusammenarbeit zwischen Rotofil AG, Zürich, und Höchst. Darüber hinaus wurden auch Aktivitäten auf dem Reifencordsektor gesetzt. – R.Z.

LÄNDERÜBERGREIFENDE ZUSAMMENARBEIT

Die «Interessengemeinschaft der Bekleidungsindustrie Alpenländer» wurde in München vom Verband der Bayerischen Bekleidungsindustrie, dem Gesamtverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie und dem Fachverband der Österreichischen Bekleidungsindustrie gegründet. Diese Achse München – Wien – Zürich steht im Zeichen verstärkter gemeinsamer Aktivitäten. Vor allem bezweckt dieser Zusammenschluss:

- die bisherige Zusammenarbeit zwischen den drei Organisationen im Rahmen von technischen Seminaren und Veranstaltungen (Ausstellungen usw.) auszubauen und zu vertiefen
- im Bereich der Nachwuchswerbung und Imageverbesserung der Bekleidungsindustrie gemeinsame Aktionen in Form von Filmen, Tonbildschauen und Info'mappen durchzuführen
- einen länderübergreifenden Unternehmensvergleich anzustreben
- Informationsreisen durchzuführen, um den neusten internationalen Stand der Bekleidungstechnologie zu vermitteln
- gemeinsame Umfragen über praxisbezogene Firmenbedürfnisse durchzuführen, und schliesslich
- einen regelmässigen Gedanken- und Erfahrungsaustausch zu pflegen.

IWS-MARKETING:

COOL WOOL

Konzentriert arbeitet das Marketing des Internationalen Woll-Sekretariates für Frühjahr/Sommer 1988 zwei Themen heraus: Früh-Jahr-Wolle und Cool Wool. Es will damit das Bewusstsein des Handels stärker auf das Saisoneröffnungsgeschäft lenken, wie das anlässlich einer Presseveranstaltung während der Interstoff betont wurde. Früh-Jahr-Wolle setzt im DOB-Bereich auf neue Stoffbilder, strukturierte Klassiker, feine Tropicals, Wasch-Gabardine und Schurwollmischungen mit Baumwolle, Leinen oder Seide in den Gewichtsklassen zwischen 320 und 360 Gramm. Weiter ausgebaut wurde das Cool-Wool-Programm. Crêpe-Optik, Tropicals, Popeline, Gabardine und Faux-Unis sind die beherrschenden Themen. Die Gewichtsklassen liegen zwischen 250 und 280 Gramm. Auch in der Herrenmode ist ein Trend zum Hochwertigen zu verspüren. Feine Merinokammgarne, teilweise hochgedreht, oder Crêpegarne avancieren zu Saisonrennern. Klassische Bilder in Fil-à-Fil, Birds-eye und breit angelegte Streifen werden für Anzüge bevorzugt, während die Hosenmode mehr von uninahen Bildern bestimmt wird. Weiterhin wichtig sind Tropicals mit Bindungsstrukturen oder Crêpegarnen, dazu kleinrapportige Karos und betonte Fadenkaros in etwas zurückhaltender Farbigkeit. Der Bereich Früh-Jahr-Wolle umfasst wolligere Stoffe für den Saisonanfang wie Lambswool-Sakkostoffe, Serge und Business-Anzugsqualitäten, weiche Sommerflanelle, Tricotines und weiche Frescos. – R.Z.

ZÜRICH GANZ IN MODE

MODEXPO – MODETAGE – SAFT

Ein konzentriertes Modeangebot zum Winter 87/88 wurde den Einkäufern aus dem In- und dem benachbarten Ausland vom 22. – 24. März unterbreitet: der Zusammenschluss der drei Fachveranstaltungen Modexpo, Modetage Zürich und Saft ermöglichte einen Überblick über rund 600 Kollektionen von 250 Ausstellern in kürzester Zeit.

Was die modische Aussage anbelangt, zeigte sich die Grundstimmung zurückhaltend. Die Entwicklung spiegelte sich in einem gewissen Rückzug auf bekanntes Terrain mit vornehmen Klassikern in hochwertiger Qualität und neutralen bis dunklen oder herbstlich satt getönten Farben. Trendgemäss schienen ausserdem Interpretationen «A la russe» auf mit Redingotes in schwungvoller Linie, mit hohen Offizierskragen und Pelzbesätzen, die sich oft als Fun fur entpuppten. Die Tendenz «Retour à la nature» verkörperten von der Natur inspirierte Muster wie Holzmaserungen und Borkenstrukturen sowie sportlich bequeme Formen.

Der Geschäftsverlauf der Einkaufsveranstaltungen erwies sich als zufriedenstellend trotz etwelcher Vorsicht beim Plazieren der Orders. Die modische Verunsicherung im

Handel machte sich in einer gewissen Unentschlossenheit geltend, zumal in Fragen der Farben und der Längen. Freilich hielten viele der 4500 Fachbesucher noch Ausschau nach Promptware für die laufende Frühjahrs- und Sommersaison, vor allem nach Jerseyartikeln und ergänzenden Angeboten zum Thema «Out of Africa» mitsamt den passenden Accessoires.

Neben diesen kurzfristigen Orders wurden für Herbst/Winter Artikel gesucht, die sich klar vom Überangebot abheben und in einem ausgewogenen Preis/Leistungsverhältnis stehen. Einerseits zeigte sich ein Interesse für freundliche Winterpastelle, anderseits war vor allem bei der Saft der Trend zur düsteren Kolorierung unverkennbar. – R.Z.

TREVIRA STUDIO SHOWTIME

Die Designer des Trevira Studios International setzen für Sommer 88 einheitlich auf eine elegante, figurbetontere Mode bar aller Übertreibungen. Die Rocksäume sind kürzer geworden, Teilungsnähten und Miederteilen kommt vermehrt Bedeutung zu, ebenso edlen Qualitäten mit leicht belebter Oberfläche, dezenten Dessins und Farben. Die Herrenanzüge zeigen wenig Farbe, spielen mit neuen Stoffen wie Seersuckers und Crêpes und favorisieren tiefgezogene Revers. Wichtig sind die Details wie Taschen über Taschen oder hemdähnliche Modelle. Die Sportmode verbindet modische Details mit Funktion und setzt auf Farben und Stoffe mit «aged«-Optik. Weitergeführt werden die phantasievollen Details auch in der jungen Mode, die zusätzlich Impulse durch Couture-beeinflusste und romantische Elemente erhält. Club-Stil und Junge Klassik, schöne Farbkombinationen und ausgefeilte Schnitt-Technik unterstreichen die gepflegte Eleganz. Interessant ist Jean Claude de Lucas Beitrag zum Thema «Kitschlook». Zur Party kommen neuerdings Herrenanzüge mit Schwalbenschwanz auf. Kleider mit Jersey-Corsagen, Rokoko-Organza-Kleider und Modelle im Empire-Stil, Corsagen-Kleider mit Rüscheneffekten und Partysmokings verbreiten einen Hauch Jahrhundertwende, realisiert in modernen Stoffen. – R.Z.

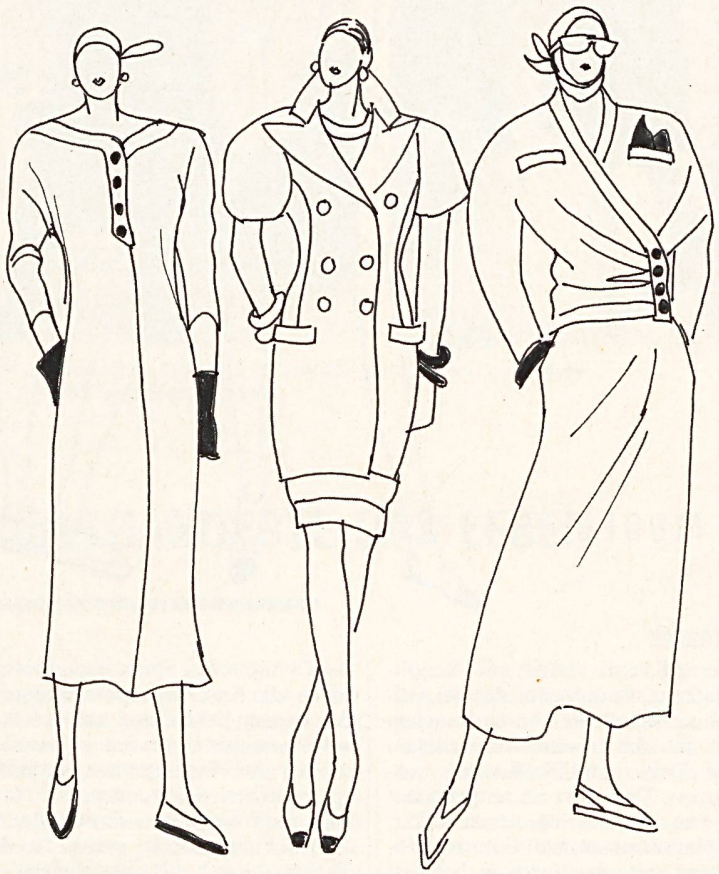
GSBI TREND INFO

VIELSCHICHTIGE MODEN ZUM SOMMER 88

Mode bewegt sich im Bereich der trendsetzenden Designer zwischen Blendwerk und Askese, die in kompromissloser Interpretation beide nicht sonderlich geeignet erscheinen, vielen Frauen zu gefallen. Die kommerzielle Mode ist hier Vermittler. Sie hat es in der Hand, extreme Auffassungen, die nur von wenigen akzeptiert werden, umzusetzen in eine vielschichtige, differenzierte modische Aussage, mit der sich breitere Konsumentinnenkreise identifizieren mögen. Wie diese Differenzierung sich zum Frühjahr/Sommer 88 darstellt, darüber gab Jole Fontana in ihrer Trend- und Order-Information für DOB-Fachleute im Auftrag des Gesamtverbandes der Schweizerischen Bekleidungsindustrie in Zusammenarbeit mit dem TMC, den Modetagen Zürich und der Modexpo einen Überblick.

MODERNE KLASSIK

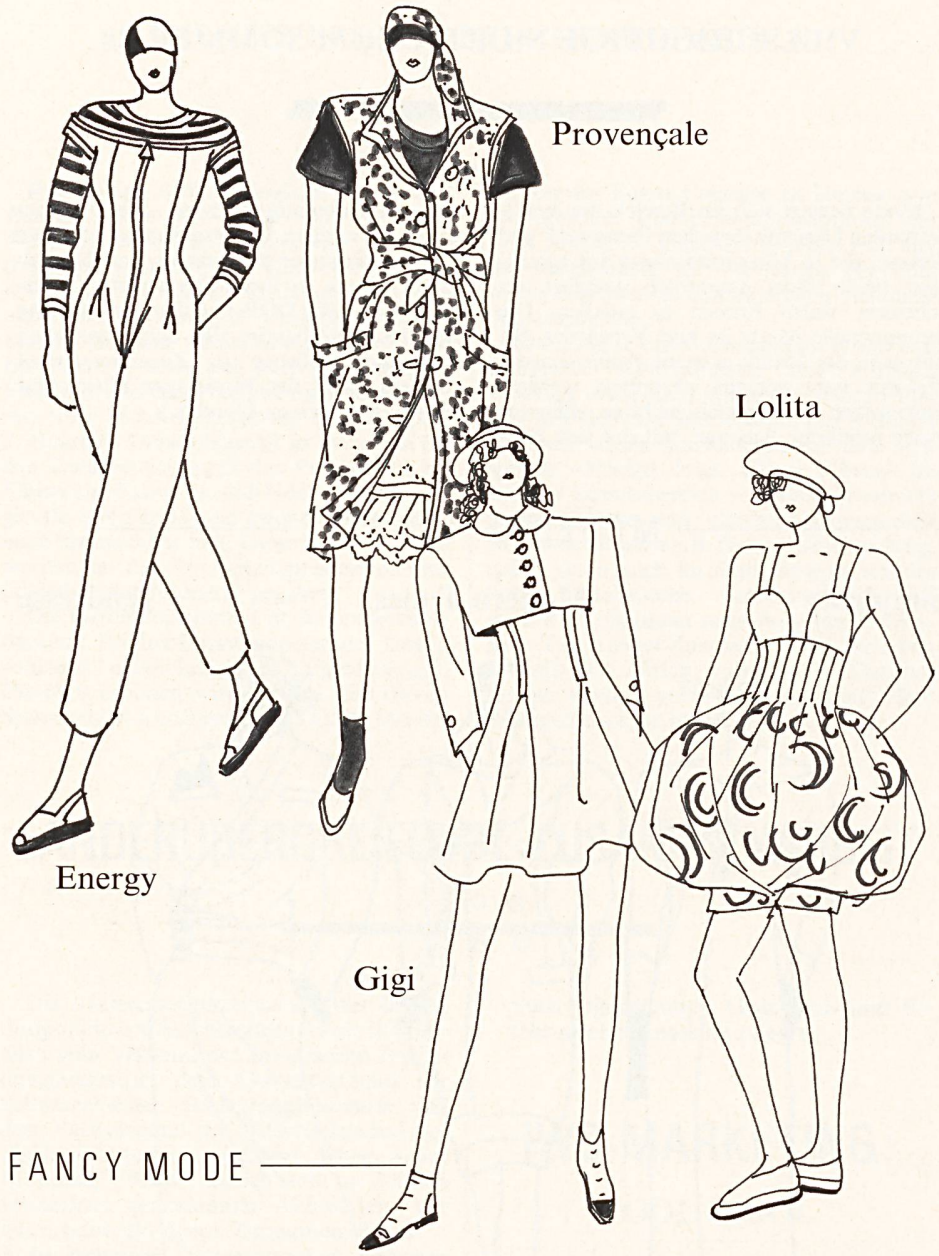
Simplicity Modern Times Tendresse



Die Farbtrends

Eine harmonische Farbigkeit wird angestrebt, die sich mit den einzelnen Paletten nach der Stylingaussage ausrichtet und sie unterstützt. Die vier Farbthemen haben entsprechend unterschiedlichen Charakter. «Die Lichten» sind sanfte Pastelltöne, zart und durchsichtig. «Die Neutralen» nehmen die Unfarbigkeit des Winters auf, tendieren etwas mehr zu warmen Naturtönen. «Die Süssen» entsprechen weichen Blumenfarben, und «Die Kräftigen» sind klare Primärfarben.

SPORTSWEAR



FANCY MODE

Die Stylingthemen

Die Moderne Klassik vertritt mit «Simplicity» eine einfache, puristische, strenge Auffassung. Sie ist beeinflusst von einer neuen Schlichtheit, die sich in einem asketischen Verzicht auf Dekor und Raffinessen ausdrückt. «Modern Times» ist ein zeitgemässer städtischer Stil, sachlich bis etwas elitär, zumal im Qualitätsanspruch. Couture-Einfluss schimmert mitunter durch in bewusst formenden Schnitten. «Tendresse» ist die weiblichste Variante der Klassik mit fliessenden Linien, weichen Drapés, Empiresilhouetten und sanfter Botticelli-Ausstrahlung.

Sportswear im Sinne von City-Sportswear entwickelt sich in gegensätzliche Richtung. «Energy» ist ein Trend, der die Atmosphäre der Olympischen Spiele heraufbeschwört mit Ideen, die dem Aktivsport entnommen sind. Aber auch Bekleidung aus der Arbeitswelt wird modisch umgesetzt. «Provençale» entwickelt die Neigung zum Natürlichen, Ursprünglichen weiter, setzt auf Naturfasern, gibt einer ländlichen Stimmung Ausdruck.

Die Fancy-Mode greift die kindlichen Trends, die sich mit einer Vielzahl von Ideen in der Mode breit machen, auf. «Gigi» verkörpert die naive Version mit Bubikragen, Vichykaros, braven Mädchenkleidern und adretten Sonntagskostümen. «Lolita» dagegen gibt sich ein bisschen provokant, putzt das Kindliche puppenhaft heraus, scheut auch nicht vor etwas Kitsch zurück.

CALIDA GEHT AN DIE BÖRSE

Der führende schweizerische Fabrikant von Unterwäsche Calida (Marktanteil knapp 25%) fühlt sich in jeder Hinsicht in Top-Form. Er hat an der Börse 20 000 Inhaberaktien zum Stückpreis von 2600 Franken offeriert mit einem Stimmanteil von 25%. Dafür hatten die Gründerfamilien Kellenberger und Palmers im vergangenen Jahr eine Holding gegründet. Das gesamte Aktienkapital setzt sich aus 40 000 Inhaberaktien zu nominal Fr. 200.– und 40 000 Namenaktien zu Fr. 100.– nom. zusammen. Dazu kommen noch 60 000 Partizipationsscheine à Fr. 50.–. Das Grundkapital von Calida beträgt total 15 Mio. Franken. Die Reserven betragen 26,5 Mio. Franken. An eine Kapitalerhöhung ist gegenwärtig nicht gedacht. Das Unternehmen dürfte auch über genügend Liquidität verfügen.

Der Gang an die Börse zum jetzigen Zeitpunkt scheint sehr günstig gewählt. So stieg der Bruttoumsatz 1986 um 10,8% auf 123,1, der Cash-flow konnte im letzten Jahr um 9,4 Mio. Franken (7,1% des Umsatzes) gesteigert werden, und der Reingewinn erhöhte sich sogar 1986 um 16,3% auf 4,3 Mio. Franken. Nebenbei gesagt: der Pro-Kopf-Umsatz konnte auf 123 000 gesteigert werden.

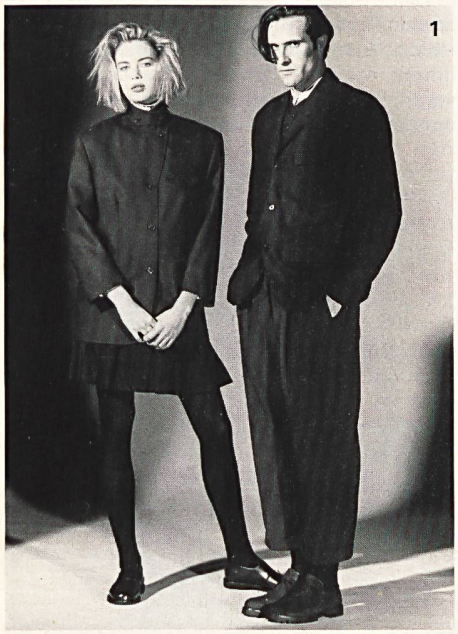
Obwohl sich das Unternehmen in äusserst guter Verfassung befindet, sollen in den kommenden fünf Monaten rd. 22,5 Mio. Franken investiert werden, vor allem in eine neue, weitgehend automatisierte Strickerei und EDV-gestützte Konfektions-Technologie.

Die auf den Wäschebereich für Damen, Herren und Kinder ausgerichtete Marke «Calida» wird von der Geschäftsleitung weniger als modischer Trendsetter gesehen, sondern eher als Qualitätsmarke für jedermann. Die bisher erreichte Position im Detailhandel widerspiegelt deutlich diese Zielvorstellung. In der Schweiz hat Calida einen Marktanteil bei Herrennachtwäsche von 39,9%, bei Damen-Nachtwäsche von 29,7%, bei Damenwäsche von 22,4% und bei Herrenwäsche 17,4%. – EJF

ZEHN JAHRE SAFT

Saft ist ein Aushängeschild für die Schweizer Mode, das nunmehr seit zehn Jahren Schwung in die Szene bringt. Das prägnante Kürzel hat sich inzwischen eine andere Auslegung gegeben und sich vom «Swiss Alternative Fashion Team» zum «Syndicate for Avantgarde Fashion» gewandelt. Das ist Indiz auch für den Wandel in der modischen Aussage, die von unkonventioneller, mitunter flippiger Young Fashion zu grösserer Spannweite gelangt ist, ohne ihre Eigenständigkeit und individuelle Handschrift preiszugeben. Der Erfolg ist der initiativen Gruppe erhalten geblieben, vielmehr gewachsen, im In- und Ausland. «Innert zehn Jahren haben die neuen Schweizer Modemacher einen Umsatz von schätzungsweise gegen 200 Mio. Franken erreicht», stellt Rolf Langenegger vom Gesamtverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie fest. «Die positive Wirkung ist für die gesamte einheimische Branche unschätzbar.»

Zehn Jahre – das sind zwanzig Saft-Kollektionen, mithin ein Stück Modegeschichte, an dem heute nur noch vier Entwerfer der ersten Stunde mitschreiben – A Propos, Jet Set, Pink Flamingo und Tat-Too. Bereits hat sich eine sogenannte dritte Generation unter die 22 Mitgliedsfirmen gemischt. Allen gemeinsam ist die Liebe zu edlen Materialien und eine Ausrichtung auf klassischere Linien und dunkle Farben zum Winter 87/88. Das brachte die aufwendige Jubiläums-Modeschau an originellem Schauplatz – der riesigen Halle der Zentralwerkstätte der Zürcher Verkehrsbetriebe – zum Ausdruck. – R.Z.



Modelle aus der Saft-Jubiläumskollektion – von Pink Flamingo (1) und Tat-Too (2), zwei Gründungsmitglieder, und von Cicatrice (3) der erst 1984 entstandenen Firma.

DIE BAUMWOLLE VERÄNDERTE DAS LEBEN

Erst seit knapp zweieinhalb Jahrhunderten kennt man die Verarbeitung von Baumwolle in unserem Land. Welch tiefgreifenden Wandel dieses Produkt im wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Leben zur Folge hatte, wissen heute nur ganz wenige. Das kürzlich erschienene Buch «Baumwollgarn als Schicksalsfaden» von den vier Historikern Reto Jäger, Max Lemmenmeier, August Rohr und Peter Wiher (erschienen im Chronos-Verlag, Zürich) lässt diese vergangene Zeit der Spannungen und Umstrukturierungen wieder lebendig werden. Es liest sich fast wie ein historischer Roman.

Als Angelpunkt wählten die Autoren das Zürcher Oberland, genauer gesagt: das Obere Glattal. Leben und Zusammenleben der Bevölkerung beruhten hier in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts auf Landwirtschaft und Heimindustrie. Die Wohn- und Arbeitsplätze waren gleichmässig über die ganze Region verteilt. Die Aristokratie der Stadt Zürich beherrschte die Landschaft. 150 Jahre später hatte sich die Situation entscheidend gewandelt: am Aabach reihte sich Fabrik an Fabrik. Das Dreifache der früheren Bevölkerung drängte sich in diesem Gebiet, während sich die Gemeinden südlich davon entleerten. Das Obere Glattal zerfiel wirtschaftlich in zwei Teile: Landwirtschaft prägte das südliche, Industrie das nördliche Gebiet. Die Wasserkraft des Aabachs war der Motor, der die Entstehung der Industrie antrieb.

Die Heimarbeiter im Oberen Glattal produzierten im 18. Jahrhundert Garn und Tuch aus Baumwolle. Besonders wichtig war diese Erwerbsmöglichkeit für die Besitzlosen und die Landarmen. Zu diesen beiden Gruppen gehörte je ein Siebtel aller Haushalte. Aber auch die Kleinbauern waren darauf angewiesen, dass sie neben der Landwirtschaft noch Verdienst aus der Heimindustrie hatten. Mit einem Anteil von mehr als einem

Drittel der Haushaltungen stellten sie am meisten Spinner und Weber.

Als um 1790 aus England maschinell hergestelltes Baumwollgarn eingeführt wurde, löste das unter den Heimarbeitern eine grosse Krise aus. Dazu kamen noch Missernten und kriegerische Wirren. Viele verlegten sich dann auf die Produktion von Baumwolltuch. Die ganze Familie wurde eingespannt, mit Vorliebe stellten die Fabrikherren Kinder im Alter zwischen 10 und 25 Jahren ein als billige und fügsame Arbeitskräfte. Eine Arbeitszeit von 12 bis 14 Stunden galt als normal. Viele Eltern schickten ihre Kinder trotz Schulpflicht in die Fabrik, um ein Zubrot zu verdienen und der Familie den Lebensunterhalt zu sichern. – EJF

RUND UM DEN STRUMPF

TENDENZFARBEN DAMENSTRUMPF SOMMER 88

Die von der Viscosuisse SA für die Groupe Rhône-Poulenc erarbeiteten Trends für die Strumpfmode sehen drei Themen vor, die als Ergänzung der wichtigen DOB-Styling-Tendenzen gedacht sind. «Sugar» passt sich der femininen bis naiv kindlichen, meist kurzen Silhouette an. Es handelt sich um zarte Aquarellfarben wie Bonbonrosa, Mandarine, Banane, Anis, Mandel, Babyblau, Flieder nebst Weiss. Typisch sind Spitzenabschlüsse, Ajourés, liebliche Flockprintmotive, feine Bicolorstreifen. «Fascination» ergänzt die anspruchsvolle moderne Klassik mit neutralen Farben wie Weiss, Navy, Perle, Elfenbein und Schwarz in superfeinen, seidigschimmernden oder aber blickdichten Qualitäten. «Olympics» ergänzt den aktuellen Sportswearstil, abgesehen von Feinstrümpfen, mit Overknees, Kniestrümpfen und Söckchen. Basisfarben sind Navy, Weiss, kräftiges Rot, sattes Grün, Gelb und Kornblumenblau. Ringelstreifen, Karos, Wellen, Durchbruchmuster und sportliche Motive lenken den Blick aufs Bein.

ST. GALLER STICKEREI AM BEIN

«Lotus» heisst poetisch die erste Feinstrumpfhose, die direkt mit original St. Galler Stickerei bestickt ist. Die Schweizer Strumpffabrik Flexy AG, Marbach, lanciert diese Neuheit. Damit ist eine modische Strumpfkreation gelungen, die in ihrer Originalität nicht so leicht nachzuahmen ist. Im derzeitigen Angebot sind fünf verschiedene Stickereimotive (ton in ton, farbige Kontraste, Kombinationen mit Gold- oder Silberfäden) lieferbar. Trotz der direkten Stickerei sind keine Laufmaschen zu befürchten. Die Konstruktion der Motive ist sticktechnisch so aufgebaut, dass sich das Motiv in der Breite wie in der Länge der Dehnung des Strumpfes anpasst. Das Motiv behält auch nach mehrmaligem Waschen seinen Glanz. FLEXY LOTUS-Strumpfhosen (20 den / 22 dtex) sind mit Tanga-Slip und Spickel konfektioniert und werden in Modefarben angeboten.

SIGNIERTE DESIGNER-STRUMPFHOSEN

Die Idee musste geboren werden: nachdem Namenszüge prominenter Modemacher Busen und Po schöner Damen zieren, fehlte nur noch das Bein. Nino Cerruti schliesst die Lücke und signiert sozusagen eine elegante hochtransparente Nylon-Strumpfhose. Durch das Aneinanderreihen von kleinen Strass-Steinchen seitlich an der Strumpfhose wurde der Schriftzug von Cerruti nachgezeichnet – als persönliche Widmung für die Trägerin...

Eine weitere Neuheit aus der Cerruti-Strumpfhosenkollektion zum Winter 87/88 ist der Astro-Glanz. Durch ein Spezialverfahren wurden glänzende Trilobalgarne so verarbeitet, dass ein Lycra-Glanz entsteht, der das Bein golden umhüllt.

SCHWEIZER STOFFE IN NEW YORK ERFOLGREICH

Obwohl es sich bei der New York Fabric Show nicht um eine eigentliche Verkaufsmesse handelt, konnten die vertretenen Schweizer Firmen grosses Interesse für ihre Modestoffe und textilen Spezialitäten zum Sommer 88 verzeichnen – ungeachtet der Dollarschwäche. Bereits zum 5. Mal beteiligte sich die Schweizer Textilindustrie Ende März unter der Flagge Swiss Fabric Show mit einem Gemeinschaftsstand, der 21 Firmen repräsentierte, sowie mit vier Direktausstellern an dieser bedeutenden amerikanischen Fachveranstaltung. Diese Kontinuität in der Messeteilnahme wirkt sich bereits aus mit zunehmendem Bekanntheitsgrad der schweizerischen Qualitätstextilien. Entsprechend positiv wurde der Messeverlauf von allen Firmen beurteilt und eine weitere Teilnahme befürwortet.

TMC IN ZÜRICH «AUSGEBUCHT»

GENERALVERSAMMLUNG DER TMC-GENOSSENSCHAFTER

Die Zufriedenheit mit der Entwicklung des Textil- und Mode Centers (TMC) in Zürich-Glattbrugg war an der diesjährigen GV unverkennbar. Angesichts des vollen Hauses, das nunmehr über 32 000m^2 Netto-Showroomfläche verfügt – mehr als je geplant – und des ungebrochen wachsenden Interessens an Ausstellungs- und Verkaufsflächen, stand die Frage weiterer Ausdehnungsmöglichkeiten deutlich im Vordergrund.

Ausdruck der Vollvermietung ist die Warteliste für Firmen, die Center-Räume mieten oder kaufen wollen. Der Erfolg ist den Genossenschaftern nicht in den Schoss gefallen, dahinter steht «letzter Einsatz mit vollem Risiko», wie Verwaltungsratspräsident Josef Schwald in seinem Geschäftsbericht unterstrich. Er wird nach seinem langjährigen verdienstvollen Einsatz für das TMC auf die Generalversammlung 1988 als Verwaltungsratspräsident altershalber zurücktreten. Es ist auch für die saubere und weitblickende Informationspolitik des Verwaltungsrates typisch, dass gleichzeitig den versammelten Genossenschaftern Hans C. Eggenberger, Geschäftsführer der Strellson AG, Kreuzlingen, als zukünftiger Nachfolger vorgestellt wurde. Die entsprechende Wahl hat an der GV 1988 zu erfolgen.

Am 1.4.87 hat Rolf Walker seinen Posten als Geschäftsführer der TMC-Betriebs AG angetreten. In Doppelfunktion wird er auf Frühjahr 1988 als Geschäftsführer der Genossenschaft TMC fungieren. Damit hat ein Mann der Textilbranche dort die Fäden aufgenommen. Neu in den Verwaltungsrat wurde Roman Arcon gewählt.

Neben dem bestehenden Gebäudekomplex wird mit Baubeginn Frühjahr 1988 ein neues, anspruchsvolles Haus entstehen, das unter dem Namen «New Space» vorgestellt wurde. Die versammelten Genossenschafter zeigten deutliches Interesse an einer Sicherung von Ausdehnungsmöglichkeiten des TMC in diesem geplanten Neubau. Vom Bauherrn wird allerdings nur Kontakt mit Firmen oder Organisationen angestrebt, die eine oder mehrere Etagen des Hauses belegen möchten, wobei ca. 5000m^2 Nutzfläche pro Stockwerk zur Verfügung stehen. Dass eine praktisch nahtlose Verbindung zum bestehenden Gebäudekomplex und seiner Infrastruktur gegeben sein wird, gilt als selbstverständliche Voraussetzung. Das architektonisch und gestalterisch sehr anspruchsvolle Haus wird 1991 bezugsbereit sein.– S.St.

ZUSAMMENSCHLUSS

IN DER SCHWEIZ.TEXTIL-VEREDLUNGSINDUSTRIE

Die Firma Johann Müller AG, Textilveredlungsbetrieb in Strengelbach/AG, wird per 1. August 1987 den Produktionsbetrieb des traditionsreichen Textilveredlungsunternehmens Heer & Co. AG in Oberuzwil/SG übernehmen. Eine entsprechende Vereinbarung ist unterzeichnet worden. Johann Müller AG wird den Betrieb der Firma Heer & Co. AG als selbstständige Produktionsstätte weiterführen.

Johann Müller AG ist ein im Jahre 1845 gegründetes Familienunternehmen mit rund 130 Mitarbeitern, das stets im Besitze der Gründerfamilie stand. Es ist tätig auf dem Gebiet des Färbens, Mercerisierens und Ausrüstens von Garnen auf Kreuzspulen und Strangen, sowie des Färbens und Ausrüstens von Tricotstoffen.

Die Heer & Co. AG mit rund 65 Mitarbeitern wurde im Jahre 1820 ebenfalls als Familienunternehmen gegründet. Seit 50 Jahren ist sie im Besitze des französischen Textilkonzernes Dollfus-Mieg & Cie SA (DMC). Der Tätigkeitsbereich liegt ebenfalls im Färben und Mercerisieren von Garnen.

Wie aus der Pressemitteilung hervorgeht, erfolgt der Verkauf des Produktionsbetriebes der Firma Heer & Co. AG, des derzeit noch einzigen Lohnveredlungsbetriebes innerhalb der Gruppe DMC, im Zuge eines grösseren Strukturbereinigungsprogrammes. Die Gruppe DMC ist heute ausschliesslich vertikal organisiert. Die Tätigkeit von DMC in der Schweiz im Bereich Mercerie/Handarbeiten (Verkauf von Näh-, Stick-, Häkel- und Strickgarnen sowie Handarbeiten, Kurzwaren etc.) durch die ebenfalls in Oberuzwil etablierte Filiale von DMC wird durch die Abtretung der Färberei-Produktion der Heer & Co. AG nicht tangiert.

BEFRIEDIGENDES GESCHÄFTSERGEBNIS BEI VISCOSUISSE

Die Viscosuisse SA blieb von Dollarschwäche und Ölpreisverfall genau so wenig verschont wie andere Chemiefaserproduzenten, schloss aber im Geschäftsjahr 1986 gleichwohl mit noch als gut zu bezeichnendem Ergebnis ab. Der Gewinn betrug 10,035 Mio. Franken (im Vorjahr: 12,115 Mio. Franken). Der Umsatz des Stammhauses verringerte sich von 518 Mio. Franken auf 484 Mio. Franken im Vorjahr, während der konsolidierte Konzernumsatz von 555 Mio. Franken auf 517 Mio. Franken zurückging. Von den verkauften 66 200 t wurden 9% in der Schweiz, 77% in den übrigen Ländern Westeuropas und 14% in den Ländern ausserhalb Westeuropas abgesetzt. Das hatte naturgemäss auch einen leichten Abbau der Mitarbeiter in den Chemiefaserwerken in Emmenbrücke/LU und Widnau/SG zur Folge, ebenso in den Texturierbetrieben in Wattwil/SG und Niederlenz/AG. Einschliesslich der übrigen Tochtergesellschaften ging die Mitarbeiterzahl Ende 1986 auf 3171 (Ende 1986: 3285) zurück.

Die günstige Marktsituation des Vorjahres setzte sich in den ersten beiden Monaten 1986 fort. Im weiteren Verlauf des Jahres führten jedoch der Zerfall der Erdölpreise sowie die unaufhaltsame Abschwächung des Dollarkurses zu ernsthaften Absatzproblemen. Einerseits hatten die Einnahmeausfälle der ölproduzierenden Länder zur Folge, dass die Chemiefaser-Exporte in diese Länder wegen Devisenmangels weitgehend zum Erliegen kamen, während in anderen Märkten ausserhalb Europas der tiefe Dollarkurs die Konkurrenzfähigkeit der europäischen Chemiefaserhersteller beeinträchtigte. Dazu trug entscheidend bei, dass die Währungen von Ländern wie Südkorea und Taiwan, die beide über eine äusserst aggressive Chemiefaser- und Textilindustrie verfügen, ihre Parität zum Dollar praktisch nicht veränderten. – EJF

STANDORT SCHWEIZ HAT ZUKUNFTSCHANCEN

GENERALVERSAMMLUNG DER SCHWEIZ. VEREINIGUNG VON TEXTILFACHLEUTEN (SVT) IN ZOFINGEN

Mit Christine Wettstein nahm erstmals in der bald 100jährigen Verbandsgeschichte eine Frau Einsitz im Vorstand.

Präsident Walter Borner konnte an der diesjährigen GV über 300 Textilfachleute aus der ganzen Schweiz begrüssen. Vorgängig wurden die Betriebe der Färberei AG, der Bleiche AG und der Ritex AG besichtigt.

Der Standort Schweiz hat nach Ansicht von Grossrat Herbert H. Scholl, der zu diesem Thema ein fundiertes Referat hielt, für die Textilindustrie auch in Zukunft eine Chance, wenn es gelingt, die weltweiten Handelsschranken aller Art zu verringern, günstige staatliche Rahmenbedingungen zu schaffen, klare marktorientierte Zielsetzungen in den Unternehmen zu definieren und durchzusetzen, die weitere Automatisierung der Betriebe zu fördern und die zukunftsorientierte Aus- und Weiterbildung zu gewährleisten. Ausserdem müsse ein fortschrittliches soziales Umfeld geschaffen und ein politisches Engagement im weitesten Sinne eingegangen werden.

In der Schweiz arbeiten heute noch rund 35 000 Personen oder knapp 4% aller industrieller Arbeitskräfte in der Textilindustrie. 1880 waren es noch 187 000 Arbeitskräfte. Trotz dieser personellen Schrumpfung sind im gleichen Zeitraum die Produktionen in allen Sparten um ein Vielfaches angestiegen. Das weist auf eine ungeheure technische Entwickung dieser Branche hin. Produktionsmässig gehört die Textilindustrie nach wie vor zu den grösseren Branchen der Schweiz und ist wertmässig zusammen mit der Bekleidungs- und Schuhindustrie der drittgrösste Exportzweig der Schweiz. 1986 wurden für über 3 Milliarden Franken Textilien exportiert.

Erstmals Frau im Vorstand Zum ersten Mal in der bald 100jährigen Verbandsgeschichte wählte die Generalversammlung mit *Christine Wettstein* eine Frau in den Vorstand. Frau Wettstein ist in der Zwirnerei Wettstein AG in Dagmersellen/LU für die Kreations-Abteilung und damit für die Neuentwicklung von Garnen verantwortlich.

Die Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten bezweckt die Förderung des Ansehens der Schweizerischen Textilindustrie und des Textilmaschinenbaus und Handels, sowie die berufliche Aus- und Weiterbildung ihrer Mitglieder. Weltweit hat die STV rund 2400 Mitglieder.–S.St.

ICI-FIBRES:

«TACTEL» IN NEUEN ANWENDUNGSBEREICHEN

Fest etabliert hat sich Tactel als Faser im Aktivsportbereich; nun wird sie vermehrt auch für modische Freizeitbekleidung und luxuriöse Wäsche eingesetzt. Innovative französische Wirker und Stricker präsentieren bereits neue Qualitäten wie zweifarbige Spitze und Drucke auf gewirktem Tactel sowie Tactel/Baumwoll-Mischungen für Nachtwäsche und Dessous. Interessant sind Mischungen mit Seide, auch kombiniert mit Lycra für körpermodellierende Wäscheteile. Tactel bewährt sich als Partner von Baumwolle, Leinen und Seide und eröffnet damit ein neues Feld für Stoffentwicklungen. Für Strickwarenhersteller gibt es ein breites Angebot von Tactel-Garnen in matt und glänzend. Erstmals wurden auf der Interstoff Tactel/Mitrelle-Mischungen in Seersucker-Optik für Freizeit- und Wanderbekleidung vorgestellt. – R.Z.

NEUE GARNMESSE

Obwohl namhafte deutsche Spinner auf der Garn '87 in Stuttgart durch Abwesenheit glänzten und auch der Termin dieser Erstlingsveranstaltung (26.–28. Februar) spät angesetzt war, stiess der Messe-Neuling auf reges Interesse. Rund 6000 Fachbesucher aus 30 Nationen suchten nach modischen Impulsen. Grosses Interesse fand der Stand des Faserherstellers Du Pont, der eine kleine Modenschau präsentierte und gute Kontakte zu Strickern und Wirkern knüpfen konnte, auch technische Hilfe bei der Verarbeitung elastischer Garne anbot. Auf der Garn '87 wurde auch das technische Umfeld der Maschinen- und Softwarehersteller im Bereich des «computerunterstützten Designs» gezeigt, dazu ein Garnprüflabor, umfassende Trendinformationen und Designanregungen. Für die Herbstmesse wurde der Termin auf 1.–3. September vorverlegt, was sicherlich bei den italienischen Pitti-Ausstellern noch Probleme aufwirft. – R.Z.