Spectrum

Autor(en): **J.F. / B.E. / H.B.**

Objekttyp: **Article**

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

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

Heft 72

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795550

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

20 JAHRE EXPORTWERBUNG FÜR SCHWEIZER TEXTILIEN

Seit genau zwei Jahrzehnten ist die Exportwerbung für Schweizer Textilien bemüht, den Ruf der textilen Erzeugnisse aus der Schweiz werblich und imagemässig international zu untermauern. Am 13. Dezember 1967 gründeten neun weitsichtige Unternehmer die Exportwerbung für Schweizer Gewebe und Stickereien. Eines der Gründungsmitglieder und langjähriger erster Präsident, Victor Widmer, konnte anlässlich der 28. Generalversammlung stellvertretend die geburtstägliche Ehrung entgegennehmen.

Dass die Werbeanstrengungen in dieser Zeitspanne nicht nachgelassen haben, geht schon aus dem Bericht zum Geschäftsjahr 1986/87 hervor, in dem eine stattliche Anzahl Aktivitäten ausgewiesen sind und woraus ersichtlich ist, dass sich in den letzten zehn Jahren das Gesamtbudget verdoppelt hat auf 1,2 Mio. Franken. Bedeutendste Veranstaltung im Berichtsjahr war zweifellos die grosse Stoffpromotion mit dem Bunka Fashion College in Tokio. Eine Initiative in kleinerem Rahmen, aber in ähnlicher Stossrichtung wird, ausgelöst durch einen namhaften Unterstützungsbeitrag des Industrieverband Textil, im September 1988 zum Tragen kommen: Mit der Modeabteilung der Hochschule für Künste in Berlin führt die Exportwerbung eine Modeschau mit Schweizer Stoffen durch. Überdies sind die Vorarbeiten für das nächste «Rencontre du Jeune Talent 1989» bereits in vollem Gange.

Geschäftsführer Hansjörg Rau stellte im Kommentar zum Jahresbericht fest, dass sich eine Verlagerung der Exportförderung von der kollektiven Produktewerbung weg in Richtung Imagewerbung und Produkte-PR abzeichnet, die ein gutes Mass an solidarischem Denken voraussetzen.

Präsident Werner Kobel wies in seiner Begrüssungsansprache darauf hin, dass die Entwicklung der vom Dollar abhängigen Währungen enorme Probleme gebracht hat. «Der Kreis derjenigen Kunden, die zu den gegenwärtigen Kursen unsere Produkte noch zu kaufen imstande sind, hat sich drastisch reduziert ... Im Dollarraum ist der Wechselkurs heute leider entscheidender geworden für einen Kaufabschluss als alle übrigen Kriterien, so dass die Vorzüge unserer Produkte nur noch bedingt zum Tragen kommen können.»

Der kompetente Gastreferent Dr. Hans Meyer, Mitglied des Direktoriums Schweizerische Nationalbank, ging auf diese Problematik ein im Rahmen seiner Ausführungen über die «Möglichkeiten und Grenzen der Währungspolitik». *J. F.*

VSTI WÄHLTE CHRISTINE KALT

Zum ersten Mal wird in der Schweiz eine Frau an der Spitze eines Wirtschaftsverbandes stehen. Der Vorstand des Vereins Schweizerischer Textilindustrieller, VSTI, hat frühzeitig die Ablösung des im Mai 1988 nach vierzigjähriger Tätigkeit zurücktretenden Vereinsdirektors Ernst Nef geregelt. Zu seiner Nachfolgerin wählte er Christine Kalt-Ryffel, Allschwil. Die zurzeit als selbständige PR-Beraterin tätige Frau Kalt verfügt über mehrjährige Erfahrung als Leiterin eines internationalen Verbandssekretariats.

INTERSTOFF:

ZUFRIEDENE SCHWEIZER AUSSTELLER

Je mehr sich bei den Standardqualitäten Preiskämpfe abspielen, je mehr sich in einem breiten mittelmodischen Bereich die Optiken und Dessins ähneln, um so mehr werden die Nouveautéhersteller und die ausgesprochenen Spezialisten begünstigt. Diese Situation, die sich an der Interstoff deutlich spiegelte, kam den Schweizer Ausstellern ohne Zweifel zugute. Sie waren denn auch in aller Regel recht bis sehr zufrieden mit dem geschäftlichen Verlauf der Frankfurter Stoffmesse. Einzig einige Firmen, die ihre Schwerpunkte im Angebot so gesetzt haben (Sommer, Lingerie), dass die Herbst-Interstoff nicht die ideale Verkaufsveranstaltung darstellt, machten einige (meist vorausgesehene) Abstriche.

Als erfolgreich erwiesen sich die Angebote, die ein überlegtes Kollektionskonzept erkennen liessen und durch vielfältige Kombinationsmöglichkeiten dem Verarbeiter modische Hilfestellung offerierten. Dabei gingen die Auffassungen über die Farbaussage bei den Konfektionskunden erheblich auseinander, vor allem schieden sich die Geister anhand der neuerlich als wichtige Farbtendenz propagierten Violettpalette.

An Bedeutung gewannen fliessende Mischgewebe, Mischungen mit Viscose beispielsweise, die zunehmend wichtig werden, aber auch aufwendige Verbindungen mehrerer Faserkomponenten. Anderseits zeigte sich auch ein grosses Interesse an neuartigen Wintercottons und vor allem an einer neuen Optik reinwollener Kleiderstoffe mit verschiedenartigsten, mehr oder weniger stark blasigen Cloquébildern, zum Teil in Verbindung mit Druck. Honoriert wurde insgesamt das Bemühen, raffinierte Effekte zu realisieren, sei es mit Laquédrucken, mit Stretch-Cloqué durch den Einsatz von Gummifäden, mit weichgriffigem Fantasie-Ottoman, mit luftleichten Taften.

TRENDS LIVE

In Abstimmung mit international propagierten Modetrends stellte die Interstoff fünf Themen für Herbst/Winter 1988/89 in den Vordergrund, die unter dem Stichwort «Trends Live» visualisiert wurden. Stofftableaux gaben die Basisinformation. Eine Schau, die Stilisten mit Stoffen internationaler Hersteller realisierten, bot Anwendungsanregungen.

Auffallend war die starke Gewichtung sportlicher Mode (die nicht ganz der Realität entsprechen dürfte) mit drei Trendthemen: «Heroes» mit den Helden der Luftfahrt und des Rennsports aus den dreissiger Jahren als Vorbild und aus entsprechend derben Stoffen wie geölten, geschmirgelten, gealterten Qualitäten; «Sierra Nevada» meint Out-

– 1

2

Beispiele aus der Trends Live Schau mit Stoffen von Bleiche AG, Zofingen, (2) und Hausammann + Moos AG, Weisslingen (1).

Ausschnitt aus der Modeschau der Interstoff Asia.

door-Bekleidung im Farmerstil Nordamerikas mit in warmen hellen Farben und haarigen Stoffen und ethnisch inspiriertes Detail; «Retro Sport» schliesslich lehnt sich mit typisch englischen Qualitäten, Karos und Clubstreifen an die 30er und 50er Jahre an.

Der an sich wichtigen City-Mode war nur ein Thema – «Down Town» – gewidmet. Neutrale, helle oder tiefe Dunkelfarben, Unis und Faux-unis sowie diskrete Materialkontraste von körnigen bis samtigen Oberflächen und Jerseys bestimmen die Optik. «Barock Schock» schliesslich zeigt Inspirationen von Mittelalter bis Empire in vollen barocken Farben und üppigen Stoffen.

MESSE-NOVUM: INTERSTOFF ASIA

Die erste Interstoff Asia wurde vom 4. bis 6. November 1987 im Hong Kong Coliseum auf Kowloon, Hong Kong, durchgeführt. An der von der Messe Frankfurt organisierten Ausstellung für europäische Stoff- und Garnhersteller sowie Modehäuser nahmen 169 Aussteller teil. Trotz der relativ geringen Ausstellerzahl – die Garnschau des Internationalen Woll-Sekretatiats (IWS) war allein für 63 Aussteller verantwortlich – kann diese Premiere mit über 5000 Fachbesuchern als vielversprechend bezeichnet werden.

Entscheidend für die Einführung einer asiatischen Interstoff war laut Dr. Gaida von der Messe Frankfurt die zunehmende Wichtigkeit des Fernen Ostens als Textilmarkt. Die Wahl Hongkongs als Standort begründet die Messe mit dessen zentraler Lage, sozialer und wirtschaftlicher Stabilität, zunehmendem Handel mit hochpreisigen Produkten und dem Vorteil der Englischsprachigkeit. Unterstützt wurde das Projekt vom Hong Kong Trade Development Council und zahlreichen internationalen Handelsorganisationen.

Die 169 Aussteller kamen aus 16 Ländern. Am stärksten vertreten waren Italien mit 39, die Bundesrepublik Deutschland mit 28, Grossbritannien mit 20, Österreich mit 17, Frankreich mit 13. Die Schweizer Beteiligung unter der Flagge Swiss Fabric umfasste die Einzelstände der Firmen Bleiche AG, F. Hefti & Co. AG, Rotofil AG, Schoeller Textil AG, E. Schubiger & Cie AG, Stehli Seiden AG, Stotz & Co. AG sowie den Informationsdesk Swiss Fabric.

Die Messe verzeichnete während der drei Tage über 5000 Fachbesucher aus 30 Ländern. Das grösste Besucherkontingent stellten erwartungsgemäss die in Hong Kong selbst ansässigen Bekleidungshersteller und Handelsfirmen – stark vertreten waren daneben auch Einkäufer aus Japan, Taiwan, Thailand und anderen Ländern des asiatisch-pazifischen Raums bis hin zu Australien und Neuseeland. Sogar Vertreter des chinesischen Textilministeriums besuchten den Swiss Fabric Stand. Ein eindeutiger Nachfragetrend konnte nicht ermittelt werden, doch sind eindeutig Spezialitäten gesucht. Von den sieben beteiligten Schweizer Ausstellern waren fünf mit dem Messeergebnis zufrieden und befürworten eine weitere Teilnahme. Diese positive Haltung wurde auch von anderen Ausstellern bestätigt.

Hinsichtlich der Messeorganisation und Technik sind sicher noch etliche Verbesserungen angebracht. Die Messe Frankfurt setzt ihre Hoffnungen auf das neue Hong Kong Exhibition und Convention Centre, das Anfang 1989 auf Hong Kong Island eröffnet werden soll. 1988 wird die Interstoff Asia vom 9. bis 11. November im Hong Kong Exhibition Centre (China Resource Building, Hong Kong Island) stattfinden, welches immerhin mehr als die doppelte Fläche des Coliseum anbietet. Aufgrund des erweiterten Platzangebots können auch Vergrösserungswünsche und Neuaussteller berücksichtigt werden. *B. E.*

INTERTEX-STOFFSCHAU

KOMBINATIONS-IDEEN GESUCHT

Speziell an die Schweizer Bekleidungsindustrie richtete sich die Intertex-Stoffschau, die vom 19. bis 23. Oktober (Haka, Sportswear) und vom 2. bis 6. November (DOB) im Textil und Mode Center (TMC), Glattbrugg, stattfand. 24 Textilagenturen präsentierten ihre internationalen Stoffkollektionen zum Herbst/Winter 1988/89. Nach den grossen Stoffmessen in Paris, Mailand und Frankfurt bot sich auf der Intertex auch für mittlere und kleine Konfektionsbetriebe die Möglichkeit, abseits vom Messetrubel in ruhiger Atmosphäre zu arbeiten, zumal die Nachfrage nach kompletten Programmen zugenommen hat und daher ein sorgfältiges Durcharbeiten der einzelnen Kollektionen immer notwendiger wird.

Nachfrageschwerpunkte dieser Messe waren sowohl Nouveautés zum Herbst/Winter 1988/89 als auch Trendartikel für das Sofortgeschäft. Besonderes Interesse bekundeten Damenbekleidungsfabrikanten für Composés aus Schurwolle oder aus Wollmischungen in klassischen Dessinierungen, allen voran englischen Karos in Countryfarben. Kombinationen mit Jersey, in glatten Unis oder reliefbetonten Oberflächen, bildeten Nachfrageschwerpunkte im jungen und damenhaften Bereich. Für Blazer und Jacken wurde Edles in Wolle/Cashmere mit entsprechenden Orders honoriert. Stretch-Stoffe in Wollmischungen gefielen, wenn sie sich zur Modestory, vom Uni über den Cotelé bis zum Jacquard, aufbauen liessen. Wollmousselines interessierten auch weiterhin Blusen- und Kleiderfabrikanten, entweder als Unis oder Druck-Composés, wobei sich Rot, Schwarz und Dunkelbraun als Farbfavoriten etablieren konnten. Für das hochwertige Modeangebot wurden zunächst Couponaufträge geschrieben, zum Beispiel für bedruckte Jacquards aus Seide/Wolle in eleganten Dunkelfarben. Gesucht waren auch Wintercotton in etwas schwereren Gewichten mit Pfirsichgriff, für sportliche Hosen, Röcke und Deux-Pièces, in Flaschengrün, Viola- und Beigetönen. Passend dazu suchte man neuartig bedruckte Futterstoffe (Viscose), zum Beispiel mit mittelalterlichen Szenen in zarten Farben. Ein Thema, das vor allem im jungen Markt seine Bestätigung gefunden hat. Wenn Drucke gefielen, dann mussten es Rosen und grosse naturalistische Blumen sein.

Für das junge Modeangebot zur schnellen Lieferung interessierten Blusen- und Kleiderspezialisten Viscose-Crinkle, in uni und bedruckt, wobei Schwarz, Marine und Winterpastelle Erfolgsfarben blieben. Sehr gut wurden für die genannte Zielgruppe alle Arten von Schotten-Karos, aus Polyester/Baumwolle, zur Verarbeitung für kecke Mini-Kilts aufgenommen.

Der Verlauf der ersten beiden Messetage wurde von den Textil-Agenturen recht positiv beurteilt, allgemein war man jedoch der Ansicht, dass diese Stoffschau in Zukunft auf drei Tage reduziert werden sollte. *H. B.*

FABREX IN LONDON

GUTE SCHWEIZER BETEILIGUNG

Einen erfolgreichen Verlauf konnte die Fabrex-Stoffmesse in London verbuchen. Es macht allerdings den Eindruck, als hätte die Veranstaltung nun ihren Höhepunkt erreicht, sowohl was die Aussteller- wie auch die Besucherzahl anbelangt, die beide auch beträchtliches internationales Interesse dokumentieren. Mit 87 Ausstellern führte Italien das internationale Kontingent an, gefolgt von Frankreich mit 44 Teilnehmern von insgesamt 600 Ausstellern. Aus der Schweiz boten 28 Firmen ihre neuen Herbst/Winter-Kollektionen 1988/89 an.

Für die Schweizer Aussteller muss es jedoch eine eher schwierige Messe gewesen sein, da ihre hochstehenden Produkte, wie sie der britische Markt kennt als feine Baumwollgewebe und Stoffe für Luxus-Abendbekleidung, an Preisgrenzen stossen. Die internationale Konkurrenz in Qualitätsstoffen ist auf diesen beiden Sektoren sehr gross, wie man dies anlässlich der Fabrex feststellen konnte. Zudem haben sowohl Kreativität wie auch Marketing-Strategien in anderen Ländern zugenommen, während die Preise einigermassen attraktiv geblieben sind.

Ein Vertreter für Schweizer Stoffe erklärte: «Die Schweizer Preise sind viel stabiler geblieben als die der meisten anderen Länder mit zum Teil ganz minimen Aufschlägen von nur 20%. In der gleichen Zeitspanne sind britische Stoffe um 500% teurer geworden. Leider jedoch schreckt der ungünstige Wechselkurs die britischen Käufer am meisten ab.»

Dieser wie auch andere britische Vertreter sind jedoch der Ansicht, dass der gegenwärtige Trend für Qualitätsbekleidung den Schweizer Stoff-Fabrikaten zugute kommt. Der Schweizer Aussteller Rotofil ist der Ansicht, dass neue technische Entwicklungen den Schweizern helfen könnten, das Preisniveau zu überwinden. Ein Sprecher sagte: «Wir sind sehr erfolgreich mit unseren wasserdichten Stoffen. Dies ist ein Gebiet, auf welchem traditionell die Briten bis anhin dominierten.» Schweizer Hemdenstoffe halten ihren Nobelklasse-Anspruch aufrecht, besonders in den Jermyn-Street-Läden und Firmen mit gehobenen Genre wie Stephens Bros und jetzt Carston, die kürzlich vom Krawattenhersteller Michelsons übernommen wurde und die jetzt von demselben Mann reorganisiert wird, der seinerseits das Image von Stephens Bros schaffte. Aber ohne eine aggressivere Marketing-Politik werden die Absatzmöglichkeiten für Schweizer Stoffe in England beschränkt bleiben, obschon die Qualität sehr geschätzt wird. *M. S.*

IWS: STYLING-SERVICE FÜR JERSEY

Modische Impulse für Maschenware vermitteln soll ein neuer Styling-Service, den das Internationale Woll-Sekretariat in Düsseldorf erstmals für die Herbst/Winter-Saison 1988/89 anbietet. Ziel dieser Aktion ist die zusätzliche Motivierung der Jerseyhersteller, vermehrt Maschenstoffe aus reiner Schurwolle anzubieten. Im Trend zur körpernahen Mode, aber auch zu mehr Natürlichkeit, wurde Jersey zum Träger eines neuen Bekleidungsstils. Dabei vermittelt Schurwolle das sympathische, freie und atmungsaktive Traggefühl der Naturfaser.

Der «Jersey-Styling-Service», der den Herstellern in Deutschland, Österreich und der Schweiz vorgelegt wurde, ist im Knitting Styling Workshop in Delft (Holland) und im IWS-Technical Center in Ilkley (England) produziert worden. Er basiert schwerpunktmässig auf Schurwoll-Garnen in Nm 40/1 mit besonderem Akzent auf aktuelle Vigoureux-Typen Nm 40/1 und Nm 44/1.

Die Optik der neuen Jersey-Kreationen wurde bewusst auf Strukturen, wie Waben-, Blasen-, Geflecht-, Seersucker- und Cloqué-Effekte, abgestimmt. Durch den teilweisen Einsatz von Vigoureux- und Jaspé-Garnen zeigen diese Oberflächenbilder interessante, modisch aktuelle Optiken. Dezente Streifen, oft Ton-in-Ton, aber auch zweifarbig, sowie Minimusterungen – weitläufig an Faux-Unis erinnernd – wurden gleichwertig dargestellt. Einfache Romanit-Typen, modifiziert durch Fangmaschen, sind ebenfalls als Uni-Thema präsent.

Eine weitere interessante Entwicklung in Richtung Unis sind einfache Interlock-Strickbindungen in leicht angewalkter Form, die eine «flanellige» Optik zeigen. Besonders modisch und aktuell wirkt dieses Verfahren bei der Verwendung von Vigoureux-Garnen.

TREVIRA STUDIO INTERNATIONAL:

IM STIL DES NEUEN LUXUS

Klassische Themen mit schmaler, körpernaher Silhouette, leicht gerundeten Schultern und kurzen bis superkurzen Röcken stellten das Leitmotiv für den neuen Luxus-Stil, wie er auf der Modeschau des Trevira Studio International in Frankfurt lanciert wurde. Die Raffinesse lag einerseits im couturigen Schnitt-Stil mit formenden Nähten, anderseits in raffinierten Stoff-Nouveautés und interessanten Mischungen. Composés mit Faux-Unis oder Drucke mit Chiné-Effekten, flache Reliefs und Cloqués prägten das Bild der Tagesmode. Abends dominierten Ottomane, Tafte, Moirés, Samt, Brokat und Spitzen in weichen oder satten Barock-Nuancen.

Materialmix und lebhafte Farben beherrschten die Sportswearmode, die mit kurzen kastigen Bomber- und Fliegerjackets sowie weiten Hosen unverkennbar Anklänge an Retrosport zeigte oder englisch inspirierte Modelle präsentierte.

Cross-Country-Modelle von Jutta Röthe aus Trevira Finesse. Stoffe von Rotofil.

Die Röcke bildeten nicht nur durch Längenvariationen modischen Blickfang. Bequeme Weite in der Hüfte verjüngte sich nach unten; Tulpen-, Tönnchen- oder Birnenformen und rockähnliche Bermudas entsprachen der neuen Linie. Stufen, Volants, Glocken und Falten belebten weitgehend die kurzen Röcke. Strickensembles und Tageskleider, Kurzmäntel und Ponchos, weite Kapuzenmäntel oder Swingerformen neben klassischen Redingotes signalisierten den Trend.

Für den Abend zeigten die Designer Kombinationen aus Lamé, Brokat und Taft mit Chiné-Imprimé, kombinierten Tüllspitzen mit elastischem Cloqué oder spielten mit Stoffrosen über dem Saumvolant. Asymmetrie und witzige Details, Röcke mit Wellensaum oder Blatt-Stufen brachten Pep ins Modegeschehen. *R. Z.*

STABWECHSEL

Die 1927 in St. Margrethen gegründete Trikotfabrik Wild ging in neue Hände über. Der Markenbegriff «WILD» steht für exquisite Wirk-Qualitäten, doch das bisher anstehende Nachfolgeproblem bremste in letzter Zeit die Dynamik des traditionsreichen Unternehmens im St. Galler Rheintal. Mit dem neuen Besitzer H. U. Gantenbein kommt nicht nur eine junge Generation ans Ruder, sondern auch zusätzliches Kapital in die Firma, so dass ein zukunftsträchtiges Investitionsprogramm sofort in Angriff genommen werden kann.

Der bisherige Besitzer, Alwin Wild, trat bereits 1933 ins väterliche Unternehmen ein und übernahm 1939 die Leitung und Verantwortung, um nun nach jahrzehntelanger zäher Aufbauarbeit sein Lebenswerk einem neuen Besitzer zu übergeben. H. U. Gantenbein (47), einziger Verwaltungsrat der neu gegründeten Wild Textil AG, ist zwar kein «Textiler», aber erfolgreicher Unternehmer mit verschiedenen Firmen in der Ostschweiz. Er wird sich vor allen Dingen um die Finanzen und die unternehmerischen Zukunftsaufgaben kümmern, fachlich jedoch auf die bestehende bewährte Mannschaft abstützen.

Bei der symbolischen Schlüsselübergabe unterstrich der neue Besitzer seinen Glauben an eine gute Zukunft des Unternehmens und betonte die Sicherung der rund 100 Arbeitsplätze in St. Margrethen. Anfang 1988 dürfte bereits mit einem Erweiterungsbau gestartet werden; die vorhandenen Landreserven werden damit teilweise für die Weiterentwicklung des Unternehmens genutzt. Das Produktionsprogramm umfasst Trikotstoffe – vorwiegend aus Naturfasern – für die Konfektions- und Wäsche-Industrie. Im Tessin wird zudem ein Konfektionsbetrieb mit 50 Mitarbeitern unterhalten. Dort werden die eigenen Stoffe zu Sport- und Freizeitbekleidung für Grossverteiler der Schweiz konfektioniert. «Ich werde die Stoffproduktion weiter ausbauen und ganz klar auf hochwertige Qualitäten setzen», formulierte H. U. Gantenbein seine Zielsetzung. Zurzeit ist der Inlandmarkt Schweiz Hauptabsatzgebiet, doch soll das Exportgeschäft, besonders in Richtung Deutschland, rasch ausgebaut werden. Die Vertriebsstruktur ist bereits vorhanden, so dass die flankierenden Marketing-Massnahmen rasch greifen können.

Die ideale Grösse der Wild Textil AG, die eigene Färberei und Ausrüstung bieten gute Voraussetzungen für eine leistungsstarke und flexible Marktposition. Als Umsatzziel für 1987/88 werden 20 Mio. Schweizer Franken anvisiert. Die guten Auftragseingänge lassen diese Zahl realistisch erscheinen. *S. St.*

PRÄSENTATION EINER NEUEN STICKMASCHINE

Aus 27 Ländern kamen 470 Besucher nach Arbon. Sie leisteten der Einladung der Adolph Saurer AG Folge, deren Geschäftsbereich Stickmaschinen zwischen dem 14. und 26. Oktober Kundentage veranstaltete mit einer umfassenden Schau der gesamten Produktepalette. Ergänzend wurden stark beachtete Fachvorträge durchgeführt.

Herausragendes Objekt der Sortimentsschau war die anlässlich dieser Kundentage erstmals der Öffentlichkeit vorgestellte Stickmaschine Saurer 1040-II, bei welcher der mechanische Automat durch einen elektrischen Direktantrieb des Gatters ersetzt ist. Neben dem technischen Fortschritt überzeugte die mit deutlich erhöhter Drehzahl geräuscharm arbeitende 15-Yard-Maschine durch die hohe Stickqualität. Überrascht waren viele Kunden auch vom Ausmass, in dem die Elektronik in den Bereichen der Stickereizeichnung und Musterverarbeitung Fuss gefasst hat.

Elektronische Zeichnungsanlage Saurer «atelier/artist», System Semcos.

LAUFBEKLEIDUNG FÜR DAS GANZE JAHR

Immer mehr Menschen laufen und joggen das ganze Jahr. Dazu brauchen sie die richtige Bekleidung, die speziell in den kälteren Jahreszeiten warmhalten muss, um alle Körperfunktionen zu gewährleisten. Der Stoff für diese Bekleidung spielt dabei eine zentrale Rolle: Er soll nicht einengen, sondern völlige Bewegungsfreiheit gewährleisten, aber trotzdem modisch sein. Die Tricotfabrik Chr. Eschler AG, Bühler, hat für diese Bekleidung eine Lösung gefunden: Gamex-Micro/Thermo.

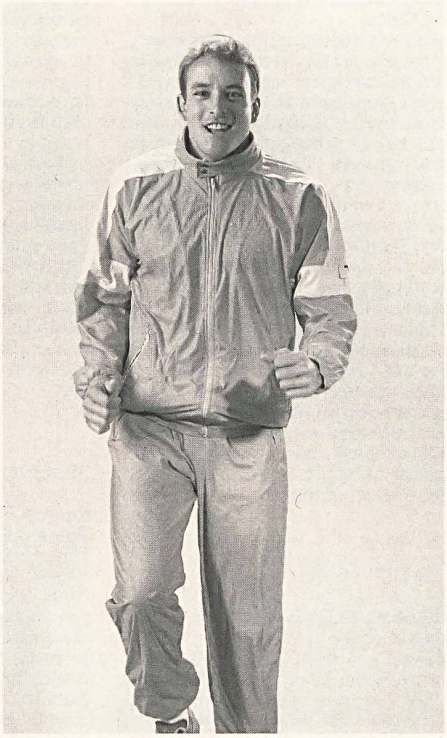
Basis für diese Neuentwicklung ist die bewährte Gamex-Micro-Maschenware. Gewirkt aus feinstfibrilligen Polyester-Garnen der Rhodia AG, elastisch, mechanisch verdichtet und mit einer hauchdünnen, microporösen Direktbeschichtung versehen. Dieses spezielle Beschichtungsverfahren mit verschiedenen Beschichtungsstärken ermöglicht dem Stoff, sich den jeweiligen klimatischen Bedingungen anzupassen, je nach Anforderung und Bekleidungseinsatz.

Wichtige Eigenschaften von Gamex-Micro sind:
- wind- und wasserabweisend
- wasserdampfdurchlässig und atmungsaktiv
- luftdurchlässig
- strapazierfähig
- pflegeleicht (maschinenfest bei 40 °C/104 °F)

Neu ist nun auch eine Thermo-Variante entwickelt worden. Zwischen die Aussenschicht und den Futterstoff aus Polyester-Stapelfaser wird mit einem neuen Punktklebeverfahren ein Thermovlies eingesetzt. Alle Funktionen des Stoffes bleiben auch bei strenger körperlicher Betätigung erhalten. Und eine zusätzliche Eigenschaft wird erreicht: Das permanente Luftpolster in der feinen, voluminösen Vliesschicht sorgt für einen Thermoeffekt, der Körper bleibt warm.

Die neue Laufbekleidung für die kältere Jahreszeit: Gamex-Micro/Thermo der Chr. Eschler AG, Bühler/Schweiz. Ein Thermovlies zwischen der Aussenschicht und dem Futterstoff hält den Träger warm. Der modische Pfiff: Ein Crinkle-Effekt, erzielt durch ein spezielles Ausrüstverfahren.

Modell: Merboso AG, Sursee.



Novelties for ladies' fashion outerwear, plain and jacquard woven, printed. Cloqués.

Jersey-Fabrics, plain and fancy, in natural, rayon and synthetic-yarns.

Sportswear-, skiwear- and rainwear-fabrics.

Technical weaves.

Fancy yarns, fancy twists, crêpes.

SWISS FABRIC

Robt. Schwarzenbach & Co. AG
CH-8800 Thalwil/Zürich
Seestrasse 185
Tel. 01/720 04 03
Telex 52 383
Telegramm Landis
Telefax 01/721 15 02

Robt. Schwarzenbach & Co. GmbH
D-7858 Weil am Rhein

F.lli Schwarzenbach & Co. s.p.a.
I-20030 Seveso/Milano

Schwarzenbach Sud-Italia s.p.a.
I-02100 Rieti

Moulinages Schwarzenbach S.A.R.L.
F-38110 La Tour-du-Pin