

Zeitschrift:	Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie
Herausgeber:	Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie
Band:	61 (1954)
Heft:	6
Rubrik:	Mode-Berichte

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Originell war daneben der Kreis mit den sich im Rhythmus hebenden und senkenden Beinen, die für die Strümpfe aus Schweizer Nylon von der Firma «Argo» AG. in Möhlin warben.

Einfach und doch sehr sprechend war der Stand der Firma *Grilon S.A., Domat/Ems*. Grilon, bekanntlich die vollsynthetische schweizerische Textilfaser, wird in der Wirkerei zu Strümpfen und Socken, zu Unterwäsche, für Badekleider, Trainingsanzüge usw. verarbeitet. In der Weberei werden daraus Blusen-, Kleider-, Hemden- und Wäschestoffe, Schirmstoffe sowie Tuche und Stoffe aller Art rein oder gemischt mit andern Materialien hergestellt.

Ein weites Gebiet hat sich Grilon bereits auch in der technischen Branche erobert. Neben Gurten, Schläuchen, Filtertüchern, Fischnetzen usw. werden im Spritzgußverfahren Armaturen für Warmwasser, Gleitrollen aller Art, Spulenkörper für die Radio- und Autoindustrie sowie kleinere Zahnräder aus Grilon angefertigt.

Die Wattwiler Firma *Heberlein & Co. AG.* zeigte die mannigfaltigen Verwendungsmöglichkeiten ihres Helanca-Garnes aus Nylon.

Die schweizerischen Wolltuchfabrikanten warben in einem wirkungsvollen Kollektivstand für ihre hochwertigen Stoffe. Mit prächtigen Erzeugnissen waren die verschiedenen bernerischen Leinenwebereien gut vertreten, und die schweizerische Baumwollweberei ließ mit ihren Erzeugnissen die Mannigfaltigkeit ihres Arbeitsprogramms erkennen. Sehr reichhaltig waren ferner die Kollektionen der Spinner und Zwirner.

Halle Création

Da wir bei unserem ersten Besuch dieser Halle von ihrer Dürsterkeit enttäuscht waren, vermutlich weil wir eher eine frohmütige Gestaltung und Stimmung erwartet hatten, haben wir dieselbe wiederholt aufgesucht, konnten

uns aber bei allem guten Willen nicht dafür begeistern. Bei unserem zweiten Besuch begegneten wir dem Gestalter der Halle. Wir bedauerten lebhaft, daß wir ihm nicht recht herzlich zu seiner Arbeit gratulieren konnten. Wir geben gerne zu, daß die beiden mit den mächtigen Köpfen umkleideten und vom Licht angestrahlten Säulen in ihrer Helligkeit und Größe monumental wirkten. Die Hauptsache aber nach unserer Meinung: die schönen und reichen Seidengewebe der zürcherischen Seidenindustrie und die prächtigen Erzeugnisse der St.-Galler Stickereindustrie kamen in dieser Dürsterkeit nicht derart zur Geltung, wie dies der Fachmann gerne gewünscht hätte. Die hellen Roben der St.-Galler Industrie immerhin bedeutend besser als die Seidenstoffe, die man zudem nur auf weite Distanz betrachten konnte. Die Art der Stoffe ließ sich kaum erkennen. Man sah wohl die Farben, aber nicht viel mehr. Es mag sein, daß ein Hallengestalter nicht das Ausstellungsgut als solches in erster Linie zur Geltung bringen will, sondern die Wirkung in der Gesamtkonzeption sucht. Nun, wir hätten gewünscht, daß das schöne Ausstellungsgut — denn für dieses wirbt man an der Messe — in einer frohmütig und freundlich wirkenden Halle gebührend zur Geltung gekommen wäre. Was diesmal leider nicht der Fall gewesen ist.

Etwas besser, aber nach unserer Ansicht auch zu düster, ist dem gleichen Gestalter die Halle «Madame—Monsieur» gelungen, wohl deshalb, weil die verschiedenen Nischen und Einbuchtungen und die vier Ecken ganz verschiedene Gedanken des Alltags und des gesellschaftlichen Lebens symbolhaft darstellten. Diese Halle wurde von Herrn R. Rappaz im Auftrage des Exportverbandes der schweizerischen Bekleidungsindustrie ausgeführt. R. H.

Der Rückblick über die Textilmaschinen mußte leider auf die nächste Nummer verschoben werden.

Mode-Berichte

Die Mode — wirtschaftlich gesehen

(Fortsetzung)

Verlust und Gewinn für die Unternehmung

Die Märkte für spezifisch modische Artikel tragen deshalb ein Gepräge, das sie von den übrigen Märkten deutlich unterscheidet. Nicht nur, daß jeder Couturier versucht, seine Kreationen mit einem eigenen Cachet zu versehen und sie aus der Masse der übrigen herauszuheben; diese Produktdifferenzierung findet sich ja auch bei den üblichen Markenartikeln. Darüber hinaus aber sucht er auch eine zeitliche Differenzierung in dem Sinne zu schaffen, daß in den Augen der Käufer die neuen Modelle anders sind als die früheren. Das Schwergewicht wird gerade auf diese Neuheit und nicht auf die sachliche Qualität oder den Preis gelegt. Gelingt es nun, die Kunden von dieser Modeentsprechung zu überzeugen und ihnen zugleich beizubringen, daß man das Neue haben muß, um gesellschaftsfähig zu sein, so hat dies zur Folge, daß sie mit jenen Dingen unzufrieden werden, die aus früheren Saisons stammen. Die angewandte Suggestionsreklame dient also dazu, den Prozeß des künstlichen Veraltens im Urteil der Abnehmer zu fördern und so die Aufnahmebereitschaft für die Gegenstände der neuen Mode herzustellen.

Eigenartigerweise wird es den Produzenten nicht einmal übel genommen, daß sie ihre früheren Produkte selbst wertlos machen und die Käufer damit um den ihnen zu-

geschriebenen Nutzen bringen. Derjenige Verkäufer, der fortgesetzt mit einem gewissen Recht darauf hinweisen kann, stets das Neueste zu bieten, wird im Gegenteil gegenüber seinem konservativen Konkurrenten ein Plus in der Gunst der Kunden haben.

Selbstverständlich ist der Vorgang des ununterbrochenen modischen Ueberholens auch für die Fabrikanten und Händler mit erheblichen Verlusten verknüpft. Die Zahl der Unternehmer, welche den hohen Anforderungen des Modegeschäftes gewachsen sind, ist notwendigerweise viel geringer als die Zahl derjenigen, die mit einigem Erfolg Objekte des nicht-modischen Bedarfs hervorbringen und absetzen. Wie bereits angedeutet, handelt es sich für sie ja nicht in erster Linie darum, fabrikationstechnische Bestleistungen zu erzielen, bessere Gebrauchsqualitäten oder niedrigere Selbstkosten zu haben als die andern, sondern ein flair für die Modetendenzen zu entwickeln. Dieses Fingerspitzengefühl ist aber naturgemäß ebenso wenig verbreitet wie die überdurchschnittliche Wendigkeit, die Fähigkeit zur raschen Umstellung des Betriebes oder die schöpferische Kraft der Entwerfer. Es ist kein Wunder, daß auf dem Gebiete der modischen Textilindustrie die alten Industrieländer den jungen noch um vieles voraus sind und auch bleiben werden. Denn die genannten Eigenschaften lassen sich eben nicht nach Belieben heranzüchten.

(Schluß folgt)