Zeitschrift: Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 64 (1957)

Heft: 5

Rubrik: Ausstellungs- und Messeberichte

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: 07.12.2025

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

frühzeitiger Regenfälle und Ankündigungen über Anbauflächenreduzierungen auf 1,4 Millionen Ballen lautete, wurde jetzt auf rund 2 Millionen Ballen revidiert. Zahlreiche Farmer gaben den Plan, früher mit Baumwolle bestellte Gebiete mit anderen Agrarerzeugnissen zu kultivieren, auf, so daß allein im Gebiet des Rio-Grande-Tales das mit Baumwolle bestellte Areal sogar von 700 000 auf 1 Million Acres erweitert wurde.

Auf den *Woll*auktionen macht sich das herannahende Ende der Wollsaison deutlich bemerkbar. Die maßgebenden europäischen Verarbeiter nehmen umfangreiche Deckungskäufe vor, um keine Unterbrechung der Lieferungen eintreten zu lassen und um für die Zeit zwischen den Saisons ausreichend versorgt zu sein. Wer bisher noch Hoffnung hatte, bei einer Preisabschwächung günstiger anzukommen, kann bei der anhaltenden Stabilität des Marktes in diesem fortgeschrittenen Stadium nicht mehr damit rechnen. Unter diesen Umständen herrschte in der letzten Woche auf den Wollmärkten weiterhin eine recht feste Tendenz. Hauptkäufer waren der Kontinent, England, Osteuropa und Japan. Bemerkenswert ist, daß in Südafrika vor allem Rußland und Frankreich in lebhaftem Wettbewerb zueinander standen. Ende April kamen in Australien, in Brisbane und Melbourne 118 000 Ballen, in Wellington in Neuseeland 30 000 und an vier südafrikanischen Plätzen etwa 14 500 Ballen zur Versteigerung. Die Verkäufe von australischer Wolle in den neun Monaten bis 31. März, beliefen sich auf 3 579 027 Ballen im Werte von 355 771 000 austr. £. In den entsprechenden neun Monaten der vorangegangenen Saison wurden 3 066 000 Ballen im Werte von 234 878 000 £ verkauft. Der Durchschnittspreis für Schweißwolle lag in der Periode bei 80,61 austr. Dollar pro lb. gegenüber 60,66 Pence in der Vorsaison. Der Durchschnittspreis für gereinigte Wolle betrug 99,3 Dollar gegenüber 84,72 Dollar. — Bei den Schlußverkäufen der dritten Serie von Liverpool wurden 7804 Ballen angeboten, von denen 2179 verkauft, der Rest zurückgezogen wurde. Die besten Sorten hatten gute Nachfrage, und die Kurse lagen gegenüber den Februarpreisen fest.

Ausstellungs- und Messeberichte

Die Textilindustrie an der 41. Schweizer Mustermesse

Unter dem Zeichen des beflügelten Merkurhutes hatte sich auch an der diesjährigen Schweizer Mustermesse wieder eine sehr große Zahl von Ausstellern aus der Textilindustrie eingefunden. Mit ihren 258 Ausstellern waren *Textilien, Bekleidung und Mode* bei insgesamt 2553 Ausstellern tatsächlich die größte Gruppe. Wenn auch die Textilindustrie mit der Zahl der heute in ihren Betrieben Beschäftigten nicht mehr den ersten Rang einnimmt, sondern auf den dritten Platz zurückgefallen ist, so arbeiten in über 2400 Betrieben, wobei wir die Konfektions- und Wäscheindustrie mitgezählt haben, doch noch über 120 000 Menschen. Und was man von ihrer Arbeit an der Messe in Basel sah, verdient nicht nur allgemein hohe Anerkennung, sondern bestätigte neuerdings den weltweiten Ruf der Schweiz als Textilland.

Unser Gang durch die weiten Messehallen führte uns am ersten Tag sofort in die Halle «Création», dieser Gemeinschaftsschau der Schweizer Baumwoll-, Stickerei-, Seiden- und Wollindustrie, unter Mitwirkung der Bally-Schuhfabriken AG.

Die Ausstellung stand in gewissem Sinne im Zeichen der allgemeinen Aufwertung der gegenwärtig so hochmodischen Baumwollgewebe und ihrer für den Export bestimmten hochveredelten Nouveautés, die derzeit unter den prächtigen Erzeugnissen der St. Galler Stickereiindustrie eine führende Rolle spielen. Entzückend bestickte Organdis und andere modische Feingewebe ließen einerseits den hohen Stand der schweizerischen Feinwebereien erkennen und warben anderseits für die schöne Kunst der St. Galler Stickereiindustrie.

Die Ausstellung der zürcherischen Seiden- und Rayonindustrie faszinierte sowohl durch herrliche reinseidene Stoffe in Uni, Imprimés und reichen Jacquardgeweben wie auch durch die Vielfalt und Eleganz der Rayongewebe und der eigenartigen Vornehmheit der vollsynthetischen Gebilde. Diese Stoffe aus den feinen synthetischen Fasern stellen heute selbst den Fachmann oft vor ein Rätsel. Sie sind in ihrem weichen Fall, in ihrem Toucher sowie in ihrer Eleganz und Schönheit kaum mehr von einem gleichen Gewebe aus reiner Seide zu unterscheiden. Mit solch prächtigen Nouveautés aus «Man-Made Fibres» für alle Jahreszeiten wies der Verband Schweizerischer Kunstseidefabriken, dem die Firmen Emmenbrücke, Rorschach und Steckborn angehören, auf die unbegrenzten Einsatz-Möglichkeiten der Kunstfasern hin. Wenn es auch «nichts Schöneres als reine Seide gibt», so wird man anderseits zugeben müssen, daß die Zukunft zweifellos den feinen synthetischen Fasergebilden gehört. Der so bescheidene Falter Bombyx mori mag mit seiner Geduldsarbeit mit der Technik nicht mehr Schritt zu halten. Sie drängt ihn in eine Aschenbrödel-Rolle. Als Seidenfachmann mag man das lebhaft bedauern, aufhalten aber kann man diesen Wandel nicht.

Die schweizerische Wollindustrie war in der Halle mit einer reichen Kollektion prächtiger modischer Stoffe vertreten. Neben vornehmen Uni-Stoffen für elegante Kleider und Mäntel, gab es weiche Stoffe für den Frühling und Sommer und schwerere für den Herbst und Winter, sowohl für Damen- wie für Herren-Kleidung. Man sah dabei auffallend schöne Musterungen. Erwähnt seien ferner elegante Reisedecken und hübsche Wollschals sowie reichbedruckte Carrés für Kopftücher.

Bei allen Damen dürfte der Gang durch die Halle vermutlich gar mancherlei Wünsche geweckt haben.

Die Halle «Création» war zweifellos wieder ein Hauptanziehungsort der diesjährigen Messe. Wir haben sie am Eröffnungstag wiederholt besucht und betrachtet. Dem Gestalter der Halle, Grafiker F. Tamborini, können wir zu unserem lebhaften Bedauern den Vorwurf nicht ersparen, daß er mit dem reichen Gitter- und Räderwerk, das teils an sizilianisch-maurische Motive erinnerte, teils aber in freier Phantasie aufgebaut war, *seine Arbeit* auf Kosten der schönen Erzeugnisse der Ausstellergruppen viel zu stark betont und in den Vordergrund gestellt hat. Wenn in einem Hinweis für die Presse mit Ausrufzeichen

betont wird, daß für dieses Gitter- und Räderwerk rund 4000 Meter mit Plastic überzogene Eisenröhren verwendet worden sind, so darf man, vom Standpunkt der Aussteller aus betrachtet, sicher bemerken, daß mehr Stoffe und weniger Röhren richtiger gewesen wäre!

Die andere Sonderschau «Madame — Monsieur», von Hans Looser für den Exportverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie, Zürich gestaltet, hat entschieden besser gefallen. Man schien hier in eine Märchenstadt zu kommen, in welcher duftige Blütenbäume und bunte Schmetterlinge eine frohe Frühlingsstimmung verbreiteten. Dominierend wirkte in diesem hellen und luftigen Pavillon vor einer palaisartigen Säulenkulisse eine mit einem weichen Teppich belegte Freitreppe, auf der einige Damen in hocheleganten Abend- und Cocktailkleidern sich zu einem festlichen Anlaß begaben. Auf den Promenaden links und rechts daneben wandelten unter den Bäumen im Blütenschmuck Damen in vornehmen Créationen in Weiß und Grün und begleitet von Herren in eleganten Anzügen. Eine sehr attraktive Werbung für die Wirkerei- und die Herrenkleiderindustrie! In Vitrinen waren ferner wiederum thematisch geordnete Einzelstücke der im Exportverband der Schweizerischen Bekleidungs-Industrie zusammengeschlossenen Branchen ausgestellt. In 8 Schaufenstern an den Außenwänden der Halle wurden dem Publikum durch Vergleichszahlen zollpolitische Probleme der Branche vor Augen geführt. Eine Korrektur derselben ist für unsere Bekleidungs-Industrie eine dringende Notwendigkeit.

In der nächsten Ausgabe werden wir noch auf die Textilindustrie in der Vielfaltigkeit ihrer Gliederung zurückkommen.

Schweizerische Gemeinschaftswerbung zugunsten der reinen Seide

Im Mittelpunkt der schweizerischen Kollektiv-Propaganda für die Naturseide steht nach wie vor die traditionelle Schaufensterwoche. Sie fand dieses Jahr vom 30. März bis 6. April in der ganzen Schweiz statt. Ueber 200 Detailfirmen in allen Landesgegenden beteiligten sich wiederum an der Schaufensterwoche und reservierten während dieser Zeit eines oder mehrere ihrer Schaufenster für die reine Seide. Die Propaganda-Kommission stellte diesen Teilnehmern wiederum kostenlos ein kleines Schaufenster-Stellplakat im Format von 25½—35 ½ cm zur Verfügung, von dem ein reger Gebrauch gemacht wurde. Mehrere Tausend Merkblätter mit einer Waschanleitung für reinseidene Stoffe und Kleider wurden den beteiligten Firmen zur Uebergabe an ihre Kundschaft abgegeben. Die ausstellenden Detailfirmen wurden in der Presse durch eine Inseraten-Kampagne unterstützt. Die Schaufensterwoche für reine Seide hat sich in den sieben Jahren ihres Bestehens im Detailhandel gut eingeführt und wird vom Publikum stark beachtet. Die teilnehmenden Detailfirmen stellen im allgemeinen ein gutes Ergebnis dieser Propagandawoche fest.

Der Pressedienst des Schweizerischen Exportverbandes, der unsere redaktionelle Pressewerbung besorgt, stellte sich im letzten Herbst und im Frühjahr wiederum mit einer Reihe redaktioneller Beiträge und Illustrationen in den Dienst der Reinseiden-Propaganda.

An der Schweizerischen Mustermesse 1957 in Basel vom 27. April bis 7. Mai war die reine Seide im Rahmen der Halle Création wiederum in einer ansprechenden Aufmachung vertreten; die Halle Création bildet seit Jahren einen Anziehungspunkt der Mustermesse und findet bei den Besuchern eine außerordentlich starke Beachtung.

Interessenten aus dem Publikum, aus Schulen und Fachkreisen stellen wir weiterhin ein ausführliches Dokumentationsmaterial zur Verfügung, so das aus Deutschland erworbene «ABC der Nähseide», die französische Broschüre über die Seidenzucht «Le ver à Soie», das «Musterbuch» in deutscher und französischer Sprache, die Seidenfilme «Rauschende Seide» (eigener Dokumentarfilm), «Das Wunder der Seide» (japanischer Film in deutscher Kopie) und «Il miracolo della Seta» (italienisch gesprochen), Diapositive über die Entstehung des Seidenspinners, Stoffmuster u. a.m.

Ein Vierminuten-Reklamefilm in Farben befindet sich gegenwärtig im Stadium der Herstellung und soll während der Kinosaison 1957/58 in den schweizerischen Lichtspiel-Theatern im Vorprogramm gezeigt werden.

Einem von verschiedenen Seiten geäußerten Wunsche entsprechend, hat die Propaganda-Kommission für reine Seide eine «Zürcher Seidenfibel» in Auftrag gegeben, die in einer Auflage von 10 000 Exemplaren hergestellt wurde und zur Verteilung an alle interessierten Kreise gelangt. Die «Seidenfibel» bringt eine ausführliche Darstellung des Werdeganges der Seide von der Zucht der Seidenraupe bis zur endgültigen Verarbeitung zum Stoff. Ein kleines Lexikon erleichtert dem Leser das Verständnis der Spezialbegriffe und einiges statistisches Material gibt ihm einen Ueberblick über die Bedeutung der Seidenindustrie auf der Welt und in der Schweiz. Die Broschüre ist in erster Linie als Orientierungsmittel für Verkäuferinnen in Detailgeschäften, für Frauenfachschulen, Damenschneiderinnen usw. gedacht, steht aber auch dem Publikum zur Verfügung. Eine Uebersetzung ins Französische, eventuell ins Englische, wird erwogen.

Gemeinsam mit weitern interessierten Kreisen aus der Textil- und Bekleidungsindustrie ist eine Aktion «Festliches Theater» ins Leben gerufen worden, die sich zum Ziele setzt, den vermehrten Gebrauch der Gesellschaftskleidung an festlichen und kulturellen Anläßen zu fördern. Die Aktion ist vorläufig auf die Stadt Zürich beschränkt; zwei Aufführungen wurden unter dem Einfluß des zur Förderung dieser Idee gebildeten Aktions-Komitees im Stadttheater bereits durchgeführt; weitere Veranstaltungen sollen in der nächsten Saison folgen.

Die Seidenpropaganda-Kommission unterstützte fernerhin die vom 9. bis 16. März 1957 in Düsseldorf durchgeführte Schweizerwoche, an der schweizerische Seidenstoffe in den Schaufenstern der Düsseldorfer Einzelhändler gut zur Geltung kamen.

Die schweizerische Gemeinschaftswerbung für die reine Seide steht weiterhin unter dem Slogan. «Es gibt nichts Schöneres als reine Seide», der sich in der Zeit seines Bestehens, d. h. seit 1951 sehr gut eingebürgert hat.

Die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel, die uns für japanische Rohseidenbezüge direkt aus Japan zufließen, und die wir anderseits für die aus China importierte Rohseide nach einem festliegenden Reglement selbst erheben, setzen der Propaganda-Tätigkeit für Naturseide selbstverständlich gewisse Grenzen. Doch wird versucht, mit den vorhandenen Mitteln ein Maximum an Werbe-Erfolg zu erzielen.

Die Deutsche Industriemesse Hannover dauerte vom 28. April bis zum 7. Mai. Auf einer Ausstellungsfläche von 380 000 qm (im Vorjahr 350 000) zeigten rund 4000 europäische und überseeische Werke technische Erzeugnisse aller Art. Der Textilmaschinenbau war durch 140 Aussteller vertreten, worunter 45 ausländische Firmen.