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

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 76 (1969)

Heft: 11

Rubrik: Messen

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: 09.12.2025

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

Interesse der Beschäftigten ist, wenn Fehler gemacht werden. In vielen Fällen liegt es an der Konstruktion, an den Werkzeugen oder Vorrichtungen, die nicht genügend durchkonstruiert sind.

Die ganze Belegschaft wurde zur aktiven Mitarbeit aufgerufen. Im Rahmen des Fehlerquellen-Beseitigungsprogramms kann jeder Zustand gemeldet werden, der früher oder später zu einem Fehler führen kann. Bis heute wurden rund 1200 Fehlerquellen, vorwiegend aus dem Werkstattbereich, schriftlich gemeldet, von denen schon rund 1100 eliminiert werden konnten. Dies illustriert eindrücklich die Bereitschaft der Belegschaft zur Mitarbeit, an der übrigens Schweizer und Ausländer ungefähr zu gleichen Teilen beteiligt sind. Die gleiche positive Bereitschaft zeigte sich auch in der Beteiligung von über 50 % der Belegschaft an den verschiedenen Qualitätswettbewerben. Voraussetzung für die Mitarbeit ist allerdings eine sehr sorgfältige Information.

Der bisherige Verlauf der Aktion wird von der Firma Sulzer als erfreulich bezeichnet. Die Qualität ist wieder zu einem Begriff geworden. Im ersten Jahr konnten die Verluste infolge Ausschuss und Nacharbeit um 25 % gesenkt werden. Für das Jahr 1969 wurde das Ziel gesteckt, die Verluste nochmals um 15 % zu reduzieren.

«Wir wollen die Aktion weiterführen. Wir glauben an deren Erfolg. Wir möchten wünschen, unsere Pionierarbeit zeige der Schweizer Industrie einen Weg, auf dem der alte Begriff der ‚Schweizer Qualität' auch in Zukunft in seiner vollen Gültigkeit erhalten bleibe.»

Zusammenarbeit in der schweizerischen Bekleidungsindustrie

Die beiden Firmen Ritex AG, Herrenkleiderfabrik, Zofingen, einerseits, die ihre Produkte als Markenartikel «YES SIR RITEX» anbietet, und die Firma Obrecht & Söhne AG, Balsthal, andererseits, Herstellerin der FAVORIT-Herrenbekleidung, haben ab 1970 eine engere Zusammenarbeit beschlossen, wobei die rechtliche und finanzielle Selbständigkeit der beiden Unternehmen beibehalten wird.

Durch die Zusammenarbeit auf fabrikationstechnischem Sektor, Abstimmung der Fabrikationsprogramme, Leistungs- und Kostenvergleich, gemeinsamer Betrieb von Entwicklungs- und Rationalisierungsbestrebungen, gemeinsame Benützung einer Datenverarbeitungsanlage versprechen sich beide Firmen eine Steigerung ihrer Leistungsfähigkeit. Im weitern sollen daraus eine Verbesserung der Dienstleistungen für die Kundschaft im In- und Ausland, eine Festigung ihrer Marktpositionen sowie die Möglichkeit, Zukunftsprobleme gemeinsam zu lösen, resultieren.

Messen

Internationaler Wäsche- und Miedersalon mit Badebekleidung

Der Internationale Wäsche- und Miedersalon mit Badebekleidung, der vom 18. bis 21. September 1969 in Köln durchgeführt wurde, gilt als grösste Veranstaltung dieser Art auf unserem Erdenball. Mit diesem Superlativ sei auf die Tatsache hingewiesen, dass dieser Salon von einer weltweiten

Homedress
Baumwollbatist von Fisba, St. Gallen
Modell: Habella SA, Frauenfeld

textilen Industriesparte getragen wird, einer Sparte, die sich aus vielen kleineren und mittleren Unternehmen, aber auch aus grossen Konzernen zusammensetzt. Viele dieser kleineren und mittleren Firmen der Wäsche- und Miederbranche wie auch verschiedene Grossunternehmen verleihen der Kölner Spezialmesse dank ihrer Verschiedenheit einen besonderen Nimbus. Die Bezeichnung «Salon» ist berechtigt, denn die ausgestellten Fabrikationsgüter bedingen wegen ihrer Intimität einen besonderen Rahmen, und viele Aussteller haben es verstanden, ihre Messestände allen diesen Gegebenheiten anzupassen. Trotz dieser Intimsatmosphäre wurde diese Messe von einem harten Konkurrenzkampf beherrscht, was die luxuriösen Salons selbst und die zum Teil kostspieligen Modeschauen bewiesen haben. Es ist deshalb nicht richtig, wenn über diese Veranstaltung in zynischer Art berichtet wird, wie es eine weltbekannte schweizerische Wochenzeitschrift getan hat; denn hinter dieser Messe steht eine Industrie, stehen Menschen, denen diese Branche ihren Verdienst gibt, und hinter der Branche steht auch Kapital und im weiteren Sinne alle Vorstufenindustrien.

Trotzdem sei die Frage gestellt, ob es an Mesen, zu denen nur Fachleute Zutritt haben, kostspielige Modedefilees in Form von Shows richtig seien. Wenn nämlich die Mannequins, mehr oder weniger gekonnt, in tänzelnder Art die Modelle vorführen, so wird nicht primär das Produkt gezeigt, sondern unter Umständen die funktionsgerechte Aufgabe des Modells bewiesen.

Nun, es wurden eben alle Anstrengungen unternommen, um erfolgreich zu sein. Gesamthaft wurden ja gute geschäftliche Ergebnisse registriert, deren Träger einmal mehr die modischen Belange waren. 12 150 Fachinteressenten aus 39 Ländern, davon 4200 Ausländer, informierten sich über das Angebot der 289 Aussteller. Zu den 143 deutschen Ausstellern und 2 zusätzlich vertretenen Firmen gesellten sich 102 ausländische und 42 zusätzlich vertretene Unternehmen, die eine Nettostandfläche von 14 190 m² benötigten, die Bruttofläche betrug 30 000 m².

Als Mittelpunkt des Messegeschehens darf die Trend-Modeschau, an der die Firma Habella, Frauenfeld, vertreten war, betrachtet werden, und zwar deshalb, weil an ihr die Vertreter der einzelnen Fachgebiete ihre Richtlinien kommentierten. Auf dem Laufsteg vollzog sich dann, in Fachgebiete aufgeteilt, die «mundgerechte» Darstellung der propagierten Modetrends. Hartmut Schumann (Schiesser) wies auf die Wechselbeziehung von Wäsche und Mieder zur Oberbekleidung hin. Unter der Aussage «Mode ist Ausdruck der Zeit» stellte der Referent die Fragen: Kann dieser Ausdruck verschiedenartig sein? Kann er sich in der Damenoberbekleidung anders äussern als bei den Strumpf- und Bademoden oder anders bei den Wäsche- und Miederkreationen? Können die diversen Modebranchen ein Eigenleben führen? H. Schumann beantwortete seine Fragen selbst mit einem klaren Nein und erklärte, dass nur dort Harmonie bestehe, wo Oberbekleidung, Wäsche und Mieder sich ergänzen. Von diesem Gesichtspunkt ausgehend, erläuterte der Referent die drei modischen Komponenten für 1970: Stoffe, Dessin und Farbe und die Silhouette.

Die *Stoffe* sind extrem leicht und seidig, sie sind kühl im Griff und Aussehen, und sie sind halbtransparent, deshalb lautet die Tendenz: Transparent-Look. «Sexy und raffiniert ist die Devise.» Die halbtransparenten Stoffe sind die Favoriten, Stoffe, die mehr ahnen als sehen lassen. – Die *Farben* sind hell und bunt, die *Druckdessins* floral stilisiert oder geometrisch. Die Tendenz: Die Interpretation der Farbe ist wichtiger als die Nuance, die Farbreihe ist wichtiger als die Einzelfarbe, die Kombination ist Trumpf. – Die *Silhouette* besitzt einen Hauch von Neoromantik, sie ist kurz und weitschwingend. Die Tendenz: austauschbares «Separates», jedes Teil passt zum anderen.

Die Modefarbe 1970 heisst *Transparose,* und der Kommentator Josef Drescher vom Fachverband der Wäscheindustrie erklärte, dass diese Farbe in anderen Ländern als *Soleil* oder *Pêche* bezeichnet werde. Es handelt sich aber immer um den gleichen Hautton, der den Eindruck erwecken soll, dass die Haut sichtbar sei. – Hans Possin (Felina) erläuterte die Bezeichnung «Transparenz», die eine neue Stilrichtung bedeute, die der modernen Frau entspreche. – Gregor Schinschetzki (Triumph) verglich die puritanische Zeit der Königin Victoria mit der heutigen. Wir wissen, dass die Mädchen und Frauen von heute so ganz anders sind, als ihre Mütter waren; sie sind selbstbewusst und natürlich, unabhängig und ungezwungen, völlig frei von allen Vorurteilen. Frei, ungezwungen, natürlich auch in der Bekleidung, die durch den Körper geformt wird. Körper-Look – Natur-Look – das ist die Generaltendenz der DOB. Natürlichkeit, Körperlichkeit und ungezwungene Bewegungsfreiheit gilt auch für die Miedermode von morgen, und zwar im Zeichen des Soft-Styles. – «Strumpfmode, modisch wie noch nie» war das Thema von Paul Huesmann (Hudson), der Funktion plus Komfort als Aktualität herausstellte, die von Saison zu Saison an Bedeutung gewinne. Die Strumpfhose wurde zum echten Accessoire, auch sie hängt – wie bei Wäsche und Mieder – wesentlich von der Oberbekleidung ab. Mit einem aparten Strumpfmodell soll ein einfaches Kleid aufgewertet werden. Auch wird mit Modeideen aufgewartet, nämlich mit seitlichen Bordüren, stickereiähnlichen Motiven, abstrakten und floralen Druckdessins und auch mit Netzeffekten, Body-Stocking ist das jüngste Kind, ein Strumpf von der Zehenspitze bis zur Halskrause. – Franz Richter (Susa) äusserte sich über «Set in allen Variationen». Set ist nicht nur Abrundung der Kollektion, sondern eine weitgespannte verkaufs- und verbrauchsfördernde Idee. Stets findet man überall dort, wo es auf den Wohlklang zusammengehörender

Schlafanzug aus weissem Batist
mit Petit-Point-Stickerei
Modell: Schiesser-S-Line, Radolfzell

Dinge ankommt. – Auch bei der Bademode ist der Setgedanke oberstes Gesetz. Hans Wolfmaier (Hengella) wies besonders auf den Partnetlook hin, dem er eine grosse Chance gibt. (?) – Abschliessend erläuterte Giselher Menge (Pompadour) das Wort «Loungewear». Es handelt sich um einen neuen amerikanischen Kleidungsstil, nämlich um leichte Kleidung, auch Hosenanzüge, die sich so leger und so frei wie Wäsche trägt, die aber den Vorteil hat, damit «angezogen» zu sein.

Alle diese Kommentare verhalfen der Trendmodeschau, die eben auch eine Show war, zur kommerziellen Hauptlinie, denn wie bereits erwähnt, stand doch hinter allem theatralischem Tun die Realität des Existenz- und Konkurrenzkampfes und eines Umschichtungsprozesses.

Was nun den Verbrauch von Stoffen für diese Branche anbetrifft, so muss festgehalten werden, dass die Maschenwaren dank den Synthetics eine dominierende Stellung einnehmen. Um so erstaunlicher ist der Anteil von 40 % gewebter Stoffe bei der Damennachtbekleidung, wobei die reine Baumwolle ebenfalls einen hohen Prozentsatz aufweist. So zeigte z. B. die Salzkottener Wäschefabrik in Salzkotten nur Fabrikate aus gewebten Stoffen, auch Schweizer Batist. In diesem Sektor wird darauf hingewiesen, dass der dauernd wachsende Einfuhrstrom aus Hongkong und Macau, den Kleinkolonien am Rande Rotchinas, die deutsche Damenwäscheindustrie mehr und mehr bedränge. Im ersten Halbjahr 1969 sei aus Macau viermal mehr Damen- und Mädchennachtwäsche (640 000 Teile) eingeführt worden als im ganzen Jahr 1967. Da diese Erzeugnisse nur zum Teil in der portugiesischen Kolonie hergestellt worden seien, dürfte es sich um Hongkongware handeln oder sogar um Re-Exporte rotchinesischer Erzeugnisse.

Eine auffallende Umschichtung vollzog sich bei den Strumpfhaltergürteln (–30 %) zugunsten der Strumpfhosen (+124 %, Feinstrümpfe –11 %), und in dieser Umschichtung habe sich, laut Aussage von G. Menge, Vorsitzender des Fachbeirates der Kölner Messe, die Minimode als Feind des Unterrockes erwiesen. So greifen eben auch hier die Entwicklungstendenzen schicksalsbedingt in die verschiedenen Fabrikations-

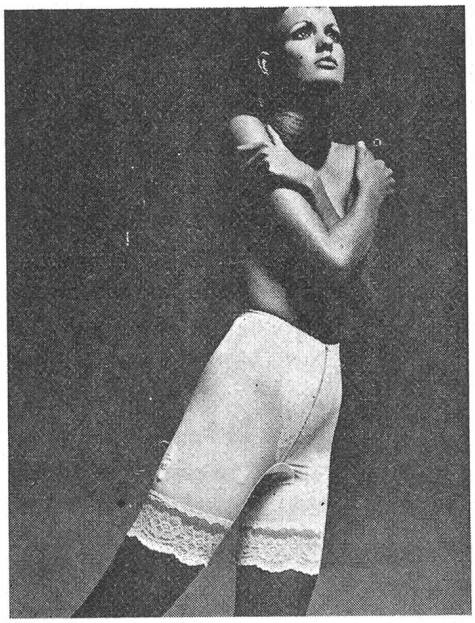
gebiete hinein und zwingen den Industriellen, sich den neuen Lagen anzupassen.

Auch innerhalb der Artikelgruppe Mieder, Elastikhöschen, Elastikschlüpfer und Corselets sind gesamthaft Verschiebungen eingetreten. Die unelastischen Mieder befinden sich auf dem Rückzug, die Elastikhöschen sind gegenüber den Elastikschlüpfern im Aufstieg, und es bestehen keine Zweifel, dass die Beliebtheit des Elastikhöschens der Strumpfhose und der Minimode zuzuschreiben ist. Auch das Corselet habe sich stark in Richtung Hosencorselet entwickelt. Bei dieser Gruppe sollen die USA in Europa einen Marktanteil von 300 Mio DM besitzen. In dieser Ziffer seien nicht nur die direkten Umsätze der amerikanischen Hersteller durch Eigenprodukte in Europa enthalten, sondern auch die Umsätze der rund 20 Lizenznehmer, wobei die Hälfte auf England entfalle. Der gesamte amerikanische Marktanteil betrage 10 %.

Bei der Bade- und Strandbekleidung haben sich Bademäntel, Strandjacken, Frotteekleider usw. am besten entwickelt. Sie konnten innert der ersten fünf Monate von 1969 den Mengenversand gegenüber der gleichen Zeitspanne von 1968 um 30 % steigern. Beim deutschen Aussenhandel an Badebekleidung ist in den ersten fünf Monaten 1969 im Export, vor allem aber im Import eine starke Erhöhung eingetreten. Die Einfuhr von gewirkten Badeanzügen stieg um 62 %; Italien war der bedeutendste Lieferant, gefolgt von Jugoslawien, Holland und Hongkong. Die Ausfuhr stieg um 23 %, der schweizerische Anteil beträgt 10 %.

Gesamthaft betrachtet befindet sich die ganze Branche in der BRD im Auftrieb, und erfahrungsgemäss entspricht der deutsche Markt ungefähr auch dem schweizerischen. Die Ausgaben der deutschen Frauen und Mädchen für diese Artikel sind im ersten Halbjahr 1969 gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres um rund 200 Mio DM auf etwa 1,4 Mia DM angestiegen, wobei man für das ganze Jahr 1969 mit einer Verdoppelung der Nachfrage nach Strumpfhosen rechnet.

Unter den vielen «besuchswürdigen» Ständen sind aus Platzgründen nur einige wenige hervorgehoben. Einen besonderen Schwerpunkt stellt der Stand der Schiesser AG in Radolfzell dar, ein Stand, der die Bezeichnung *Salon* verdient, und deren Modeschau sich in vornehmer und sachlicher jedoch instruktiver Art abwickelte. Die Firma Schiesser gilt als grösstes Wäscheunternehmen Europas; das Kapital ist in schweizerischem Besitz. – Elastisches Material ist innerhalb der Miederbranche das Ein und Alles. Deshalb war es nicht erstaunlich, dass auch Du Pont de Nemours mit ihrer Elastomerfaser LYCRA® vertreten war. Der Stand, der Anschauungsunterricht ausstrahlte, enthielt Fertigprodukte verschiedener europäischer und überseeischer Firmen. Schweizerischerseits waren vertreten: Osweta AG, Zürich, und Rayag, Wädenswil. Betreut wurde dieser internationale Stand, mit besonderen fachlichen Kenntnissen, auch von den Herren J. Koch und E. Graf von der Du Pont de Nemours SA in Zürich. – Intimsatmosphäre strahlte der Stand der Firma Hasler & Co., Frauenfeld, aus. Der gehobene, aparte Genre dieses Unternehmens war ein Anziehungspunkt und verkörperte Können und Einfühlung in eine anspruchsvolle und ausgewählte Kundschaft. – Der Konzern «Triumph International», mit dem schweizerischen Zweigbetrieb «Triumph International», Spiesshofer & Braun, Zurzach/Schweiz, wartete mit einer Mieder- und Wäschemodeschau auf, die in ihrer Dimension und Choreographie zum Allgemeingespräch in den Messehallen wurde. Themenmässig auf ihre Markenprodukte ausgerichtet, wurden durch eine Solotänzerin die Themen tänzerisch, und zwar gekonnt, interpretiert, und nachfolgend führten im herkömmlichen Sinne die Mannequins die Modelle vor. Das Schlussbild jedoch war ein grossangelegter Bewegungsablauf aller laufstegmässig Beteiligten, vom gertenschlanken Mädchen bis zur vollschlanken Frau, ein Bewegungsablauf, der die Funktion der Triumph-Fabrikate im hellsten Licht darstellte – und zwar unterstützt durch eine hinreissende Musik! Johann Sebastian Bach hätte es sich bestimmt nie träumen lassen, dass im Jahre 1969 seine Musik zum Höhepunkt einer Wäsche- und Miedermodeschau der «Triumph International» gebraucht würde.



Weisses Longleg-Panty aus «Lycra»-Powernet mit nichtdehnbarem Spitzeneinsatz
Modell: Youthcraft, Vita & Cie. SA, Genf
Photo: Khan

Abschliessend sind noch gesamthaft die geschäftlichen Ergebnisse der sieben schweizerischen Aussteller und fünf zusätzlich vertretenen Unternehmen erwähnt, die Miederwaren, Bänder und Litzen, Tages- und Nachtwäsche, Bademoden, Freizeitkleidung, Homedress und Loungewear zeigten. Firmensprecher berichteten über einen zufriedenstellenden Auftragseingang und zahlreiche neue Kontakte zu Abnehmern aus der Bundesrepublik Deutschland, den skandinavischen Staaten, den Benelux-Ländern, Frankreich, Italien, Oesterreich und der Schweiz selbst. Rege gefragt waren Bade- und Strandbekleidung sowie Miederwaren in leichter Qualität. Hervorgehoben wurde die Vielzahl der Fachbesucher aus Drittländern, die den Besuch der vorangegangenen Veranstaltung übertroffen habe. P. H.

Tagungen

Textiltechnisches Kolloquium der ETH

Institut für Textilmaschinenbau und Textilindustrie
und Technisch-Chemisches Laboratorium

Die Ausbildung von Studierenden für die Textilindustrie im breitesten Sinne ist an der ETH Zürich bekanntlich einerseits in der Abt. IIIA (Maschineningenieurwesen), andererseits in der Abt. IV (Chemie) konzentriert. Vermehrter Ein-