Messen und Ausstellungen

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **76 (1969)**

Heft 12

PDF erstellt am: **26.04.2024**

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

rende Erscheinung soll durch antistatisch wirkende Zusätze verringert oder ganz ausgeschaltet werden.

Der chemische Aufbau dieser Stoffe ist sehr verschiedenartig.

Die Wirkung der Produkte beruht auf zwei Haupteigenschaften.

1. Schmierung:
   Durch Herabsetzung des Reibungswiderstandes ergibt sich eine entsprechend schwächere elektrostatische Aufladung.
2. Erhöhung der elektrischen Leitfähigkeit und damit erleichterte Ableitung der elektrostatischen Aufladung.

Bei Verwendung von Antistatikum ist grosse Vorsicht geboten. Es besteht die Gefahr, dass eine zu hohe Dosierung dem Schlichteeffekt entgegenwirkt durch zu starke Erweichung des Schlichtefilms. Zudem kann ein Verschmieren von Litzen, Lamellen und Webblatt eintreten.

Drei Begriffe, die in der Schlichterei häufig vorkommen und oft verwechselt werden, sollen nachstehend noch kurz erläutert werden.

Die Viskosität

Die Viskosität ist die Zähigkeit einer Flüssigkeit. Rührt man mit einem Stab in Wasser, kann man einen deutlich auftretenden Widerstand feststellen. Rührt man beispielsweise mit dem gleichen Stab mit gleicher Geschwindigkeit in Honig, wird dieser Widerstand sehr gross. Dieser Widerstand oder eben die Viskosität wird gemessen mit Viskosimetern, wobei diese auf verschiedenen Messmethoden beruhen können.

Die Angabe der Viskosität erfolgt in CP = Centipoise (analog der Längenmasseinheit Centimeter). Die Viskosität ist stark abhängig von Temperatur und Konzentration:

Je höher die Temperatur, desto niedriger die Viskosität, je höher die Konzentration, desto höher die Viskosität.

Die Konzentration

Diese wird gemessen mit dem Refraktometer. Der abgelesene Wert sagt aus, wie hochprozentig eine Schlichte ist.

Beispiel: Abgelesener Wert 12 % = 120 g Stärke in 1 Liter Schlichte.

Die Ablesung des Wertes soll immer bei Zimmertemperatur erfolgen. Deshalb muss man warten, bis die heiss aufgebrachte Schlichte abgekühlt ist. Dabei muss der Refraktometer geschlossen bleiben, da sonst Wasser verdampft und man zu hohe Werte erhält.

Die Messung erfolgt auf dem Prinzip der Lichtbrechung. In Wasser aufgelöste Substanzen verursachen je nach Konzentration mehr oder weniger starke Lichtbrechung. Aus der Intensität der Lichtbrechung, die für jeden Stoff typisch ist, kann die Konzentration abgeleitet werden.

Die Ionogenität

Viele Substanzen, die man im Wasser auflöst, zeigen ein elektr(olyt)isches Verhalten. Es ist nicht nötig zu wissen, wie diese elektrolytische Spaltung der gelösten Substanzen sich im einzelnen abspielt. Für den «Schlichter» ist es heute wichtig zu wissen, dass es Substanzen gibt, die in Lösung anionaktives, kationaktives und nichtionogenes Verhalten zeigen.

Anionisch – elektrisch negative Aufladung
Kationisch – elektrisch positive Aufladung
Nichtionogen – kein elektrisches Verhalten

Bekanntlich ziehen sich negativ und positiv geladene Teilchen an. Dieses Anziehungsvermögen verschieden geladener Teilchen kann in der Schlichterei zu schweren Störungen führen. Beim Zusammenschütten von anionaktiver Schlichte mit kationaktiver Schlichte bilden sich meist unlösliche Verbindungen, die Schlichte fällt aus, bzw. «scheidet sich». Diese Ausfällungen haben meist die unangenehme Eigenschaft, dass sie Walzen und Trog verschmieren und sich nur schwer abwaschen lassen. Ist die Ausscheidung nur schwach, können solche schwer auswaschbaren Niederschläge auf die Ware gelangen und in der Ausrüsterei zu Störungen führen.

Schlichtemittel sind in der Regel nichtionogen oder anionaktiv. Nur einige wenige Produkte sind kationaktiv, auch sind immer noch einige Präparationen von Synthesefasern kationaktiv. Vor dem Erstellen neuer Schlichtezusammensetzungen, speziell wenn Antistatika, synthetische Schlichten oder neue Weichmacher eingebaut werden sollen, sollte man sich vergewissern, dass nicht anionaktive mit kationaktiven Produkten zusammengebracht werden.

Nichtionogene Produkte sind mit anion- und kationaktiven Produkten verträglich.

Adresse des Verfassers:
Fredy Ammann, Am Bach 72, CH - 8400 Winterthur

Messen und Ausstellungen

Internationale Messe «Für das Kind»

In der Messestadt Köln fand vom 24. bis 26. Oktober 1969 die 15. Internationale Messe «Für das Kind» statt. Anlässlich der Eröffnung der gleichen Veranstaltung vor fünf Jahren äusserte sich der Oberbürgermeister von Köln, Theo Burauen, u. a. wie folgt: «Der marktwirtschaftlichen Entwicklung folgend, wurde seine Majestät das Kind auf den Thron gesetzt, und man hatte auf einmal in der Bundesrepublik Deutschland 12,6 Millionen kleine Könige. Die Erhebung des Kindes auf den Kundenthron, wie überhaupt die Aufwertung des Kindes innerhalb der Gesellschaft, die sich vor allem in der Bereitschaft der Eltern zu grösseren Aufwendungen äussert, darf als eine sehr glückliche Entwicklung angesehen werden. Jeder junge Erdenbürger wird als Verbraucher begrüsst.»

Wie bereits erwähnt, wurde die Aeusserung vor fünf Jahren gemacht. Heute dürfte sie noch grössere Gültigkeit haben, stieg doch die erwähnte Kinderzahl inzwischen auf über 14 Millionen, und in diesem Zusammenhang sei erwähnt, dass innerhalb des EWG-Marktes ungefähr 45 Millionen Kinder unter 15 Jahren mit Bedarfsartikeln versorgt sein müssen, und in den EFTA-Ländern rund 24 Millionen Kinder. Ob jedoch die Aufwertung der Kinder zum Wirtschaftsfaktor im erzieherischen Sinne richtig sei, mag anderswo beantwortet werden. Ebenso mag anderswo beantwortet werden, ob die

Gestricktes Jäckchen mit Kapuze
von Wirz & Co., Eriswil/Bern

Lancierung von Modetendenzen und Modefarben richtig sei. Falsch ist auf alle Fälle, wenn die Erwachsenen die Kinder als Erwachsene «verkleiden».

So oder so ist das Kind als Verbraucher in die wirtschaftlichen Sphären eingespannt. Die Messe in Köln dokumentierte dies in eindrücklicher Form, wurden doch 10 890 Fachinteressenten aus 34 Ländern registriert. 2590 Besucher kamen aus dem Ausland. Gegenüber der letztjährigen Herbstveranstaltung erhöhte sich die Zahl der Inlandbesucher um sechs Prozent, diejenige der ausländischen Gäste um fünf Prozent.

Die Internationale Messe «Für das Kind» wurde von 358 deutschen Ausstellern und 9 zusätzlich vertretenen Firmen beschickt. Aus dem Ausland beteiligten sich 110 Unternehmen und 25 vertretene Firmen. Diesen Ausstellern stand eine Nettostandfläche von 18 486 m² zur Verfügung, die Bruttostandfläche betrug 38 000 m². Das Ausstellungsgut hatte es tatsächlich «in sich». Selbst der Fachmann war erstaunt, welche Vielfalt von Erzeugnissen für die Kinderwelt angeboten werden kann: Kinder- und Stubenwagen, Kindermöbel, Hygieneutensilien, Laufgitter und Laufstühle, Badeeinrichtungen usw. usw., und selbstverständlich das vielfältige Gebiet der Kinderbekleidung für alle Altersstufen.

Für uns stand selbstverständlich der textile Sektor im Mittelpunkt, ein Sektor, in dem auch die Mode zur Triebkraft geworden ist. Die nachstehenden Ausführungen sind zum Teil den offiziellen Messemitteilungen entnommen, die die Messegeschehnisse deutlich spiegeln:

Modische Akzente wurden besonders stark beachtet, und zwar nicht nur für den effektvollen Ausputz, sondern auch für die neu eingesetzten Materialien Knautschlack und Antiksamt, denen der Einzelhandel gute Verkaufschancen gibt. Beachtlich war ausserdem ein Anwachsen des Jerseyanteils am Gesamtbild der Kinderbekleidung. Maschenware zählte zu den verkaufssicheren Artikeln. Grosse Erwartungen setzte der Handel ausserdem auf die vom Deutschen Mode-Institut proklamierten Tendenz-Kinderfarben. Es handelt sich um das zarte «Elfe-Grün», das lichte «Röschen-Rosa» und das intensivere «Riese-Blau», eine frische, aparte Farbskala, die sich zweifellos erfolgreich neben den bewährten «Kinder-Klassikern» Fahnenrot, Marine und Laubfroschgrün behaupten wird. Hinzu kommt verstärkt Weiss, da pflegeleichte Materialien in der Kinderoberbekleidung nunmehr zu einem selbstverständlichen Verkaufsargument geworden sind. Bemerkenswert war der Beifall, den gelbe bis orange Töne fanden.

In den Warengruppen Baby- und Kinderkleidung machten sich bei sehr verkaufsintensiven Artikeln in hochwertigen Ausführungen Preiserhöhungen von 5—10 % bemerkbar.

Das neue Bild der Kinderkonfektion für die Saison 1970 ist durch frische Farben und eine Bevorzugung floraler Motive gekennzeichnet. Bei den Allwettermänteln liegen sie unter glasklaren, regendichten Kunststoffbeschichtungen, am Strand schmücken sie die nach wie vor hochaktuellen Frotteeartikel, bei den Kleidern für die verschiedensten Altersgruppen zeigen sie sich als aparte Bordürendrucke. Auch als Stickereimotiv kommen sie wieder stärker als bisher zum Einsatz, wie überhaupt dem Handarbeitscharakter eine wichtige Rolle zukommt. Das bewiesen auch die zahlreichen Kleider mit gesmokten Partien, wie auch phantasievolle Applikationen und handgearbeitete Dirndlrüschen. Der viel beachtete Folklorestil orientiert sich übrigens nicht mehr allein an oberbayrischen und österreichischen Trachtenvorbildern, sondern holt jetzt seine Anregungen aus den Volkstrachten in aller Welt, insbesondere aus den Balkanländern. Auch zahlreiche Hosenkleider und Hosenkostüme lagen in der überraschend grossen Materialbreite vor.

Die Maschenmode ist kaufsicher. Das gilt für Pullis und Röcke genauso wie für die Fülle aparter Hemd- und Polokleider, die nicht selten mit dazu possender Jacke, langer Hose oder Bermudas angeboten wurden. Für die Kleinsten stehen Kleidchen aus synthetischem Jersey mit abgestimmten Höschen hoch im Modekurs, wobei die hellgehaltene Farbskala mit ihrem grossen Weissanteil ins Auge fällt. Blazer sind nach wie vor ein Lieblingskind der Maschenmode. Neu hinzugekommen sind Jerseyjacken im Trachtenstil. Da der Blue-Jeans-Look inzwischen zu einem festen Bestandteil der Kindermode geworden ist, dürften die neuen Blue-Jeans-Modelle aus Maschenstoff besondere Aufmerksamkeit finden. Das gleiche gilt für eine neue Kinderstrumpfhose mit verstärktem Knieschutz.

Strandpyjamas aus Frotté-Stretch Baumwolle-Helanca®
von Rüegger & Co., Zofingen

Auch die Aussteller von Kinderwäsche berichteten von einem befriedigenden Geschäftsverlauf. Stretchartikel bildeten bei der Kinderwäsche einen besonderen Schwerpunkt, wobei jetzt Ware mit Dehnbarkeit nach beiden Richtungen gut beurteilt wird. Wenn auch bei Kleinkinderartikeln die Zweckmässigkeit ausschlaggebend für Materialwahl und Schnittform ist, so setzt doch auch schon in diesem Grössenbereich eine immer beachtlicher werdende Tendenz zum effektvollen Ausputz ein, der die Wäsche teilweise in den

Kleidchen aus Trevira 2000
von Schiesser GmbH, Radolfzell

Oberbekleidungsbereich mit einbezieht. Bei der Nachtwäsche zeigt sich eine deutliche Trennungslinie zwischen dem sportlich ausgerichteten Polostil, der auch von Schlafanzügen aufgegriffen wird, und dem romantisch orientierten Angebot für kleine Mädchen, die sich dem Nachtbekleidungsstil ihrer Mütter mit Rüschen und Volants anpassen wollen. Gute Umsätze konnten ausserdem die Hersteller von Frottierwaren verbuchen, die ihre Artikel vornehmlich als Setserien vorlegten. Neue Drucktechniken und aparte figürliche Motive interessierten den Handel besonders, der von einer anhaltenden Henkelplüsch- und Frottierwelle auch im nächsten Jahr überzeugt ist.

Wie bei allen vorhergehenden Kölner Veranstaltungen verzeichnete auch diesmal wieder die internationale Kindermodevorführung an allen Messetagen einen starken Besucherandrang. Rund 100 Modelle wurden von Kindern von zwei bis zu 13 Jahren vorgeführt.

Innerhalb der textilen Stände dieser Messe fanden die drei Aussteller, die sich mit dem Exportverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie beteiligten, starke Beachtung. Die Firma Aroleid AG, Spezialfabrik für jugendliche Mode, in Aarau, zeigte Mädchenkleider vorwiegend in Jerseystoffen. Die Firma hat sich auf Crimplene-Baumwolle und Crimplene-Wolljersey spezialisiert. – Die Firma Rüegger & Co. in Zofingen zeigte ihre Markenprodukte «molli» und zwar in Unter- und Oberbekleidung für die Altersstufen von 1 bis 14 Jahren. – Die Wirkwarenfabrik Vollmoeller AG in Uster/Zürich wartete mit ihrem Jersey-Oberbekleidungs-Fabrikationsprogramm für Knaben und Mädchen, einerseits für das Alter von 1 bis 4 Jahren und anderseits für das Alter von 5 bis 13 Jahren, auf. – Im weiteren war auch die Firma Oertle & Co. in Teufen/Appenzell vertreten, die aparte handmaschinengestickte Kinderkonfektion vorführte. – Erwähnt sei auch die Firma Wirz & Co. in Eriswil/Bern. Diese Firma fabriziert Oberbekleidung für ein- bis achtjährige Kinder mit hübschen Accessoires.

Mit Ausnahme der Firma Wirz & Co. waren alle beteiligten Firmen bereits mehrmals in Köln vertreten. Alle diese Unternehmen, die Artikel in gehobenem Genre zeigten, äusserten sich positiv über ihre Beteiligung an der Messe «Für das Kind», denn diese Veranstaltung sei ein Mittelpunkt der Branche, wo Lieferant und Kunde sich treffen, distanzmässig sich entgegenkommen, und wo neue Kontakte geschaffen werden.

Ein absoluter Schwerpunkt der Messe war der Stand des in Schweizer Besitz sich befindlichen Unternehmens in Radolfzell, der Schiesser GmbH. Ihr weitgestaffeltes Programm in Kinderwäsche und Kinderoberbekleidung, ebenfalls in gehobenem Genre, zeigte deutlich den Wirtschaftsfaktor «Kind» im textilen Industriebereich. Dieser Faktor zeigte sich auch im Referat «Künftige Entwicklung des Kinderausstattungsmarktes» von Dr. Leichum, dem Leiter des Instituts für Textilmarktforschung, Frankfurt/M. Der Referent sagte anlässlich der Pressekonferenz u. a.:

In der Altersgruppe bis unter 2 Jahren wurde im Jahre 1968 ein Ausgabenbetrag von 160 Mio DM gemessen. Bis 1980 dürfte ein Wachstum von rund 60 % eintreten und somit 260 Mio DM erreicht werden.

Von 2 bis unter 7 Jahren handelt es sich um andere Grössenordnungen. Die Ausgaben wachsen von 500 Mio DM im Jahre 1968 auf 800 Mio DM im Jahre 1980. Das sind wiederum rund 60 %.

Die nächste Gruppe von 7 bis unter 15 Jahren umfasst einige Jahrgänge, die normalerweise heute bereits schon nicht mehr unter Kinderbekleidung gezählt werden. Aus statistischen Gründen muss jedoch diese Gruppierung beibehalten werden. Die Entwicklung der Ausgaben ist mit 90 % besonders positiv. Der Wert der ganzen Gruppe der Kinderbekleidung bis unter 15 Jahren wird von rund 1,9 Mia auf 3,4 Mia DM pro Jahr steigen. P. H.

Internationales Modetreffen 1970

Köln schafft eine neue Fachmesse

Auf der Basis Freizeitbekleidung wird vom 27. Februar bis 1. März 1970 in Köln eine neue Messe durchgeführt. Die Veranstaltung findet in den Hallen 1, 2 und 3 des Kölner Messegeländes statt und präsentiert das komplette Herrenfreizeitkleidungsprogramm. Die nachstehenden Ausführungen über die Marktentwicklung stellen die richtungsweisende Bedeutung dieser neuen Kölner Veranstaltung für den Freizeitkleidungsbereich unter Beweis.

Die Textil- und Bekleidungsindustrie steht im Zeichen einer guten Konjunktur. Beide Wirtschaftszweige sehen – insbesondere auf dem Freizeitkleidungssektor – einer dynamischen Marktausweitung entgegen. Einige Zahlen sollen diesen Trend bunt gewürfelt belegen:

- Im Kleiderschrank des Bundesbürgers befinden sich heute im Durchschnitt mindestens 4 Anzüge, 11 Hemden und 3 Mäntel.
- Nahezu jeden Monat kauft der Bundesbürger eine neue Krawatte.
- 67 % der Bundesbürger zwischen 20 und 65 Jahren haben in den letzten 12 Monaten Pullover und Strickhemden gekauft.
- 1,4 Mia DM gaben die Bundesbürger in den letzten 12 Monaten allein für Oberhemden aus.
- Immer mehr Frauen gehen dazu über, für ihre Männer Bekleidungsstücke einzukaufen.

Doch mehr als diese Zahlen weisen die überraschend hohen Zuwachsraten während der letzten Jahre auf dem Freizeitbekleidungssektor auf die zunehmende Bedeutung der freien

Zeit für die Mode hin. Allein im Bereich der Herren- und Knabenoberbekleidung (HAKA), die in der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 1968 einen Gesamtumsatz von 6,75 Mia DM verzeichnen konnte, entfielen 1,6 Mia DM – das sind rund 26 % – auf die Produktionsgruppen Jacken, Hosen, Anzüge, Anoraks, Strickwaren und Hemden, also auf Kleidungsstücke für die freie Zeit.

Der neuen Fachmesse kommt eine für die Zukunft richtungsweisende Bedeutung zu. Diese Veranstaltung zeigt die neuen Kollektionen in Freizeitbekleidung und modischer Tagesbekleidung nebst allen dazugehörenden Accessoires für die Herbst-/Wintersaison 1970/71. Daneben wird der Handel jedoch auch Sofortlieferungsprogramme für die Frühjahrs-/Sommersaison an den Firmenständen vorfinden.

22. Interstoff

Neuer Besucherrekord und ausgezeichnetes Geschäftsergebnis

Aussteller und Besucher der 22. Interstoff sind sich einig, dass diese grösste Stoffmesse ihre Rolle als Informationsquelle für die kommenden Modetrends immer perfekter spielt.

Zur 22. Interstoff waren die Kollektionen von 529 Direktausstellern und 127 zusätzlich vertretenen Unternehmen vereint; dies bedeutet gegenüber der Interstoff vom November vorigen Jahres ein Plus von 43 bzw. 46 Firmen. Noch beträchtlich grösser war aber der Zuwachs auf der Besucherseite. Die Zahl von weit über 18 000 namentlich registrierten Interessenten bedeutet gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung von 25 %. Diese Besucher kamen aus 61 Ländern; erstmals rückte dabei Frankreich zahlenmässig vor die Niederlande an erste Stelle, gefolgt von Grossbritannien, Belgien, der Schweiz, Schweden, Oesterreich, Italien, Dänemark und Spanien. Aus Osteuropa waren vor allem Jugoslawien, die Tschechoslowakei und Ungarn, aus Uebersee besonders stark die USA, Japan, Kanada und Südafrika vertreten. Insgesamt betrug der Anteil ausserdeutscher Länder auf der Ausstellerseite wieder rund 66 %, bei den Facheinkäufern 45 %.

Dieser erfreulichen Entwicklung entsprach das geschäftliche Ergebnis. Bei der am vorletzten Tag gehaltenen Umfrage äusserten sich 90,2 % der Aussteller zufrieden über ihre Erfolge auf dem deutschen Markt, und sogar 96 % in bezug auf das Geschäft mit anderen Ländern. Im einzelnen zeigte sich dabei, dass auf dem deutschen Markt die Ergebnisse für die deutschen Aussteller überdurchschnittlich gut mit 98,1 % ausgefallen sind, für die ausländischen Aussteller dagegen auf den anderen Märkten entfielen 97,8 %. Dagegen bezeichneten sich die deutschen Aussteller in bezug auf das Geschäft mit ausländischen Partnren «nur» zu 92,9 %, die ausländischen Aussteller mit dem Geschäft auf dem deutschen Markt zu 85,8 % zufrieden.

Eine an die ausländischen Aussteller gerichtete Zusatzfrage versuchte zu klären, inwieweit die Aenderung des DM-Wechselkurses im Preis für den deutschen Markt weitergegeben wurde. Fast 60 % der Befragten erklärten, dies sei in ihrem gesamten Sortiment geschehen, weitere 15 % bejahten die Frage für einen Teil des Sortiments. Das Ausmass der Preisreduktion betrug bei 60 % der mit Ja antwortenden Firmen mehr als 5 %.

Mit diesen Aussagen stimmen auch die Beobachtungen und Aeusserungen deutscher Aussteller überein. Sie verspürten im Gespräch mit Auslandsinteressenten deutlich eine hemmende psychologische Auswirkung der DM-Aufwertung. Ein Preisdruck wurde in diesem Zusammenhang aus dem Baumwollsektor berichtet, wo vor allem die Stapelartikel durch die ausländischen Angebote verschärftem Wettbewerb auf den Märkten des In- und Auslandes ausgesetzt sind. Massgebende deutsche Fabrikanten unterstrichen dabei nachdrücklich die Lebenswichtigkeit des Exports. Von solchen Preisproblemen verschont blieb dagegen die modische, insbesondere die hochmodische Maschenware. Die Jerseywelle ist ungebrochen. In Verbindung mit einem generellen Trend zu gemusterten Artikeln waren auch Jerseydrucke gut gefragt. Von guter Aufnahme durch die Konfektion wurde weiter bei Kunstseidencrêpes aller Art berichtet. Desgleichen fand die modische Aktivierung bekannter Artikel gute Resonanz, so bei bestickten und bedruckten Wollgeweben, Hochveredlungen im Woll- und Seidenbereich, beschichteten und metallisierten Stoffen sowie Aufmachungen in Mineralfarben.

Verstärkten Besuch, gerade auch aus dem Ausland, konnten die Stoffdrucker buchen. Quer durch das Gesamtangebot ergaben sich zwischen den Artikelgruppen viele gegenseitige Impulse durch die Beliebtheit des Mixens und Kombinierens für die Wintermode 1970/71.

ITMA 71

Die 6. Internationale Textilmaschinen-Ausstellung, ITMA 71, organisiert durch das Comité Européen des Constructeurs de Matériel Textile «CEMATEX», wird in Paris auf dem Gelände des Parc des Expositions de la Porte de Versailles vom

22. Juni bis 1. Juli 1971

stattfinden. Die Textilmaschinenfabrikanten, die sich in Basel beteiligten, werden direkt benachrichtigt. Die Textilmaschinenhersteller, die sich an der ITMA 67 in Basel nicht beteiligten und sich für die ITMA 71 in Paris interessieren, sind gebeten, sich an das Commissariat Général — ITMA 71, Avenue Hoche 10, Paris 8°, zu wenden.

SWISSPACK 70

Die Durchführung einer international beschickten Fachmesse auf dem Gebiete der Verpackung ist in der Schweiz in den letzten Jahren von verschiedenen Seiten angeregt und auch schon geprüft worden. Eine Studiengruppe von Verpakkungsfachleuten — erweitert durch Anwenderkreise und die Direktion der Genossenschaft Schweizer Mustermesse — hat Ende 1968 eine Umfrage bei Firmen, die als Aussteller in Frage kommen, veranstaltet. Das Resultat ist mit rund 200 Voranmeldungen überwiegend positiv ausgefallen und hat der Studiengruppe Veranlassung gegeben, im Januar 1969 in Basel eine Versammlung der als interessiert gemeldeten Firmen durchzuführen, das Projekt zu erläutern und das Messekomitee zu bestellen.

Die Fachmesse findet nunmehr vom *3. bis 7. März 1970* in den Hallen der Schweizer Mustermesse unter dem Titel «SWISSPACK 70 — Internationale Verpackungsmesse» statt. Sie wird mehr als nur eine Fachmesse sein. Im Rahmen der Gesamtveranstaltung finden Fachtagungen, Versammlungen und die schweizerische Verpackungsprämiierung statt. An der Fachmesse selbst werden mit einer Verpackungsstrasse, einem Verkaufsladen der Zukunft, einem Design-Center und einem technischen Informationsstand neue Möglichkeiten aufgezeigt, die den Trend der zukünftigen Entwicklung erkennen lassen.

«Magie des Papiers»

Vom 29. November 1969 bis 25. Januar 1970 ist im Kunstgewerbemuseum Zürich die Ausstellung «Magie des Papiers» zu sehen.

Eine lapidare Sache? Nein, dies ist eine Ausstellung, die man erlebt haben muss, sie strahlt ein ganz besonderes Fluidum aus. Das Papier ist ja Allgemeingut – zu was allem eignet es sich? Zum Beispiel für Jacquardkarten, für Verpackungszwecke, für Möbel, jawohl für Möbel, undsoweiter, undsoweiter. Das Papier wird aber auch beschrieben: Staatsverträge werden auf Papier festgehalten, es eignet sich für politische Pamphlete, es eignet sich für religiöse Schriften, und es nimmt auch pornographische Zeichnungen auf. Kurz und gut, das Papier wird in allen Belangen des Lebens im positiven und negativen Sinne gebraucht bzw. missbraucht. Das alles ist im Zürcher Kunstgewerbemuseum zu sehen.

Bereits der aparte Ausstellungskatalog spiegelt den Werkstoff Papier wieder und darf als kleine Kulturgeschichte des Papiers betrachtet werden. Der Katalog enthält folgende Themen: Kulturgeschichtliche Betrachtungen zum Papier; Papier und Magie; das Papier und die schweizerische Papierindustrie als Wirtschaftsfaktoren; Papier und Kunst; Papier als Hilfsmittel der Pädagogik; Verpackungen; Papiermöbel; Papierkleider.

Das Kapitel Papierkleider kann als Novum angesehen werden. Die Schülerinnen der Modeklasse haben anstatt von Geweben, im Sinne von Modellen, Kleider aus verschiedenen Papieren hergestellt und an einer Modeschau vorgeführt. Umgewandelt in Stoffe wären diese überbordenten Ideen ausserordentlich avantgardistisch. Das Manipulieren mit Papier anstelle von Stoffen und die Kreierung von Modellen könnte sogar zu neuen Geweben inspirieren. Man muss deshalb diesen jungen Creatricen ein besonderes Kränzlein winden, wie natürlich auch ihren Lehrkräften.

Herrn Direktor Dr. Mark Buchmann sei zu dieser Ausstellung gratuliert, zu einer Ausstellung, die auch jeden Textilfachmann ansprechen wird. Hg.

Tagungen

Internationale Textilgespräche

Rohstoffversorgung, neue Methoden zur Messung von Fasereigenschaften, letzte Entwicklungen im Textilmaschinenbau und die hohe Kapitalintensität der modernen Textilindustrie waren die Hauptthemen der in Porto stattgefundenen Jahresversammlung der «International Federation of Cotton and Allied Textile Industries» (IFCATI), dem in Zürich niedergelassenen Dachverband der Baumwolle und Chemiefasern verarbeitenden Industrien. Der Verband befürwortet eine engere, vertikale Zusammenarbeit zwischen allen Sparten der Textil- und Bekleidungsindustrie. Das Baumwollabkommen des GATT sowie die gegenwärtig innerhalb der UNCTAD geführten Verhandlungen über Zollpräferenzen zugunsten von Entwicklungsländern kamen ebenfalls zur Sprache. IFCATI weist darauf hin, dass die Sonderstellung von Textilien im Welthandel berücksichtigt werden müsse; die sich aufdrängenden, handelspolitischen Massnahmen sollten, wenn möglich, auf multilateraler, zwischenstaatlicher Basis erarbeitet werden.

Der Präsident von IFCATI, T. Taniguchi (Japan), äusserte sich zuversichtlich über die Zukunftsaussichten der Textilindustrie. Der fast überall ansteigende Lebensstandard und die Lebensweise der modernen Verbrauchergesellschaft werden den Prokopfverbrauch an Textilien noch weiter steigern, was sich nur zugunsten der Textilindustrien in Entwicklungs- wie auch Industrieländern auswirken kann.

Die IFCATI-Versammlung behandelte auch verschiedene technische Fragen, u. a. die Anpassung der Zolltarif-Nomenklatur, die Verminderung der Gewebebreiten im Angebot sowie die Vereinheitlichung der Gewebebezeichnungen.

Die Vietnam Cotton Spinners' Association, Saigon, wurde als neues Mitglied von IFCATI aufgenommen, womit die Mitgliederzahl auf 24 Länder aus 5 Kontinenten erhöht wurde und heute mehr als zwei Dritteln der gesamten Produktionskapazität der Welt entspricht.

Dr. Herwig Strolz aus Oesterreich wurde zum neuen Direktor von IFCATI gewählt, in Nachfolge von Fürsprecher Mario Ludwig, der eine Berufung in der Privatwirtschaft in Zürich angenommen hat. Der Sekretär von IFCATI, Richard J. Walsh, wurde zum Generalsekretär ernannt.

Die nächste Versammlung von IFCATI wird vom 1.–6. Juni in Osaka stattfinden, anlässlich der EXPO 70. IFCATI hat, zusammen mit anderen Organisationen, das Patronat über den Textilpavillon der Weltausstellung übernommen.

Hauptversammlung der SSRG-Gruppe 7 «Textilwirtschaft»

Am 23. Oktober 1969 fanden sich die Mitglieder der Schweizerischen Studiengesellschaft für rationellen Güterumschlag, Gruppe «Textilwirtschaft», zur Hauptversammlung in Altstätten/SG ein.

Im Anschluss an die Begrüssungsansprache des Präsidenten, Direktor E. E. Steiger, hielt der Gemeindeammann von Altstätten, Nationalrat Stadler, ein kurzes Referat, in dem er die «Schwarzenbach»-Initiative mit allem Nachdruck verurteilte.

Der Rechenschaftsbericht der Obmänner der verschiedenen Untergruppen zeigte, dass sich die Aktivität der Gruppe vom ursprünglichen Hauptaufgabengebiet der Palettisierung auf neue Problemkreise verlagert hat. Das Ausschöpfen von Rationalisierungsreserven steht jedoch nach wie vor im Mittelpunkt der Bestrebungen. Fragen der Vereinheitlichung des zwischenbetrieblichen Formularwesens, der Grössen und Grössenbezeichnung für Maschenwaren, der Aufmachung für Meter-, Strumpf- und Konfektionsartikel sowie der Farbtöne für Wäsche und Miederwaren standen im Vordergrund. Daneben erstaunt es, dass der Uebergang vom Dutzend- auf das Dezimalsystem in verschiedenen Untergruppen immer noch zu reden gibt. Im Sinne eines verbesserten Kundendienstes sind Bestrebungen im Gange, eine einheitliche Anbringung von Pflegeetiketten und Textil-Deklarationen zu realisieren. Auf eine eindeutige Terminologie zielen die Bemühungen des Miederwarensektors, einen Fachdictionnaire herauszugeben.

Das Vorgehen zur Verwirklichung der Ziele ist von Untergruppe zu Untergruppe recht unterschiedlich, je nach Tragweite werden die Probleme im Alleingang oder in Zusammenarbeit mit anderen Kreisen angegangen; einige Untergruppen leisten ihren Beitrag in internationalen Gremien.

Nach dem gemeinsamen Mittagessen begrüsste Direktor Dr. Uehlinger die Anwesenden zur anschliessenden Betriebsbesichtigung des Viscosuisse-Werkes in Widnau. Der Rund-