

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 89 (1982)

Heft: 4

Rubrik: Jubiläum

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: 31.12.2025

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

Jubiläum

5 × 20 Jahre Gassmann Zürich



Das Geschäftshaus der OTTO JACQUES GASSMANN AG an der Poststrasse 5 und 7 beim Paradeplatz, (im ehemaligen Postgebäude)

Unter dem Motto «5 × 20 Jahre Gassmann» – das neben der Tradition die Beweglichkeit und Erneuerungsfähigkeit des etablierten Unternehmens unterstreichen soll – feiert das bekannte Zürcher Modehaus Gassmann im laufenden Jahr das Jubiläum seines 100-jährigen Bestehens.

Im Rahmen dieses grossen Geburtstags, der mit einer Jubiläums-Modeschau und vielen weiteren, aufs ganze Jahr verteilten Kunden-Überraschungen begangen wird, werden in den Schaufenstern und Verkaufsräumen des Hauses in wechselnder Präsentation verschiedene Dokumente und Kostüme aus den vergangenen hundert Jahren Mode und Modegeschäft ausgestellt.

Darunter befinden sich auch Urkunden und Bilder aus den Anfängen des 1882 von Jacques Gassmann am Schanzengraben eröffneten und auf die Herstellung von Weisswaren, Damen- und Kinderkonfektion spezialisierten Fabrikationsbetriebs. Schon zwei Jahre später weihete das Unternehmen an der Poststrasse 7 – im ehemaligen Zürcher Postgebäude, das lange Zeit als grösstes und schönstes der ganzen Schweiz galt – ein Detailgeschäft ein.

In der 1895 käuflich erworbenen Liegenschaft befindet sich noch heute das Domizil der Firma, die 1911 in die Hände von Otto Jacques Gassmann-Fürer überging, der 1934 die inzwischen an die Tödistrasse verlegte Produktion zugunsten einer Konzentration der Aktivitäten aufs Detailgeschäft aufgab.

1944 – in einer harten, von Textil-Rationierung und einer eher tristen Mode geprägten Zeit – ging das Unternehmen an die dritte Generation in den Personen von Herrn Hans J. Gassmann-Itten und seiner Frau Elisabeth über.

1968 konnte die Nachbarliegenschaft Poststrasse 5 gekauft und damit der Weiterausbau des Geschäftes gesichert werden.

1980 trat mit Herrn Thomas Hahnloser-Recke, einem Urenkel des Firmengründers, die vierte Generation ins Unternehmen ein. Gemeinsam steuern die dritte und vierte Generation die Firma in ihr zweites Jahrhundert.

Der Übergang erfolgt in einer Zeit, die für den Zürcher Detailhandel im allgemeinen und die Modebranche im besonderen nicht ganz frei von Problemen ist: Zum einen verschärft der kleiner werdende Anteil der City an den Detailumsätzen der Agglomeration die Konkurrenzsituation, zum andern befindet sich die Branche in einem tiefgreifenden Strukturwandel, der vor allem von einem starken Anstieg der Zahl von Verkaufsstellen und vom Einstieg der Grossverteiler in den Bekleidungsmarkt geprägt wird.

Dieser Entwicklung hat sich das Modehaus Gassmann mit einem planvollen Wachstum und einer kontinuierlichen Ausrichtung seines Angebots an aktueller internationaler Mode auf die sich ständig ändernden Wünsche seiner grossen und internationalen Kundschaft angepasst. Um aber für eine härtere Zukunft noch besser gewappnet zu sein, wird das unternehmerische Konzept noch konsequenter auf die spezifischen Vorzüge eines qualitäts- und dienstleistungsorientierten Bekleidungsfachgeschäfts konzentriert.

Im Bemühen um die weitere Steigerung der Beratungsqualität wird die Personalschulung neu konzipiert und intensiviert; Durch die gezielte Förderung der fachspezifischen Kenntnisse und der Kontaktfähigkeit der Mitarbeiterinnen soll deren Kompetenz und Agilität als partner-schaftliche Beraterinnen der Gassmann-Kundinnen weiter verbessert werden.

Daneben wird das Unternehmen an all jenen Leistungen festhalten, die seinen Erfolg entscheidend geprägt haben: An dem reichhaltigen Prêt à porter-Sortiment, der erstklassigen Qualität der Waren, der traditionellen und weitherum bekannten Cashmere-Abteilung sowie der Bébé- und Kinder-Boutique «Ballon rouge».

Als entscheidend betrachtet das Modehaus Gassmann auch die Weiterführung und den Ausbau der vielfältigen Dienstleistungen – so den gut organisierten Änderungsservice, der den Kundinnen auch für nachträgliche Änderungen und selbst dann zur Verfügung steht, wenn die Waren nicht im Haus gekauft wurden. Weiter gepflegt und teils noch verstärkt werden auch der Hauslieferdienst im Raume Zürich, der speziell für die Kinderkonfektion aufgebaute Auswahldienst und der Hauskredit für Stammkunden, sowie die direkte Information der Stammkundinnen über die laufend eintreffenden Neuheiten.

Das Leitbild des Unternehmens wird auch weiterhin der überschaubare, vom persönlichen Engagement all seiner Angehörigen und dem Bemühen um eine warme, menschliche Atmosphäre geprägte Familien-Betrieb – kurz: *das persönliche Modehaus* – sein.