

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 91 (1984)

Heft: 12

Rubrik: Mode

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: 23.02.2026

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

Industrielle Investitionstätigkeit der Schweizer Wirtschaft

Die gesamte Investitionstätigkeit der Schweizerischen Wirtschaft belief sich im Jahre 1983 auf Grund provisorischer Angaben nominal auf ca. 14 Milliarden Franken. Davon entfielen 3 Mrd. auf die Industrie und 11 Mrd. auf die übrige Wirtschaft. Die investitionsstärkste industrielle Branche war im vergangenen Jahr der Maschinenbau mit getätigten Investitionen im Umfange von 596 Millionen Franken. Es folgten die Nahrungs- und Genussmittelindustrie mit 552 Mio. vor der Branche Metall mit 530 Mio. und der Chemie mit 413 Mio. In diesen vier Branchen wurden 1983 alleine 69% aller industriellen Investitionen getätigten. Die Bedeutung der vier, schon beschäftigungsmässig grössten Branchen für die Schweizer Wirtschaft wird dadurch noch unterstrichen. Die verbleibende knappe Milliarde Franken verteilt sich auf weitere acht Industrie-Branchen.

Die gesamtwirtschaftliche Investitionstätigkeit nahm 1983 im Vorjahresvergleich real um 4% zu. Die industriellen Investitionen bildeten sich hingegen um 11% zurück (im Vorjahr -17%), jene der übrigen Wirtschaft wuchsen um 8% an. Der Rückgang im industriellen Bereich verteilt sich, wenn auch ungleich stark, auf praktisch alle Branchen, nur gerade Leder und Papier vermochten positive Wachstumsraten auszuweisen. Der auch im langfristigen Trend sinkende Anteil der Industrie an der gesamtwirtschaftlichen Investitionstätigkeit illustriert einmal mehr den Vormarsch des Dienstleistungssektors gegenüber dem industriellen Sektor.

Mode

Persönlichkeiten der Textilindustrie



René Grüninger, Pink Flamingo

Die SAFT ist gesellschaftsfähig geworden. Zum 15. Mal ging vom 14. bis 16. Oktober 1984 die SAFT über die Bühne, parallel zur Modexpo. Die SAFT-Leute selber be-

zeichneten im Frühjahr 1984 ihren Weg vom Oktober 1977 in die heutige Zeit als «langen Marsch der jungen Schweizer Mode». Dass sich dieser Marsch gelohnt hat, beweisen das Interesse, welches man diesen Schweizer Konfektionären auch in der Presse heute entgegenbringt.

So lag es nahe, dass sich die «mittex» mit dem Gründer und Chefdenker der SAFT, René Grüninger, an einen Tisch setzte, um etwas über ihn, seine Firma Pink Flamingo, und die SAFT zu erfahren. Bereitwillig gab er auf alle gestellten Fragen Antwort, und jeder Journalist würde sich freuen, immer in einer so gelösten Atmosphäre zu arbeiten.

Pink Flamingo

mittex: René Grüninger, wer ist er und woher kommt er?

R.G.: Nach der normalen Schulbildung war ich eine Zeitlang im Tourismus. Anschliessend bei einer Personalberatungsfirma. Mit der Zeit kam aber mehr und mehr der Wunsch auf, ein Produkt zu gestalten. Wenn möglich, wollte ich dies auch selbstständig tun. Dass es gerade die Textilindustrie wurde, verdanke ich meiner damaligen Freundin und heutigen Frau, Ruth Grüninger. Sie hatte als gelernte Damenschneiderin bereits Berufserfahrung.

mittex: Wann sind Sie in die Mode bzw. Textilbranche gekommen?

R.G.: Dies war 1976. Meine Frau und ich hatten den Eindruck, dass es eigentlich nicht viel echt gute Ware auf dem Markt gab. Daher beschlossen wir, zuerst mit Handelsware anzufangen. Dies geschah im Cash & Carry-System, mit Ware aus Italien. Hier Ware – da Geld! So wurden Pink Flamingo, bzw. die Dimoda AG geboren. Nach Anfängen in der DOB auf der berühmten Unisexwelle wurde nach 5 Saisons nur noch eigene Materialien verarbeitet. Meine Frau hatte eine eigene Handschrift entwickelt und 15 Schweizer Façonneure, vor allem im Tessin, begannen für uns zu arbeiten. Der Schweizer Mark brachte insofern den Vorteil, dass wir direkt am Produkt stehen konnten, und es immer noch tun.

mittex: Woher kommt der Name Pink Flamingo, und wer steht hinter der Dimoda AG?

R.G.: Der Name Pink Flamingo hat zwei Hintergründe. Erstens den berüchtigten Untergrundfilm und zweitens ein Hotel in Las Vegas mit dem gleichen Namen Pink Flamingo. Hinter der Dimoda AG standen am Anfang meine Frau und ich. Nach einem Jahr kam noch ihr Bruder Rolf Aschwanden dazu. Wir hatten zuerst einen sehr guten Namen für Hosen im jungen Bereich. Nach und nach wurde dann aber das Programm für die ganze DOB und HAKA ausgeweitet. Als einziges sogenanntes Fremdprodukt führen wir seit 4 Jahren Schuhe mit unserem Markennamen im Programm. Diese werden als einziges Element unserer Kollektion in Italien gefertigt. Alle Kleider und Accessoires werden wie gesagt in der Schweiz fabriziert.

mittex: Was ist das Konzept oder die Idee von Pink Flamingo?

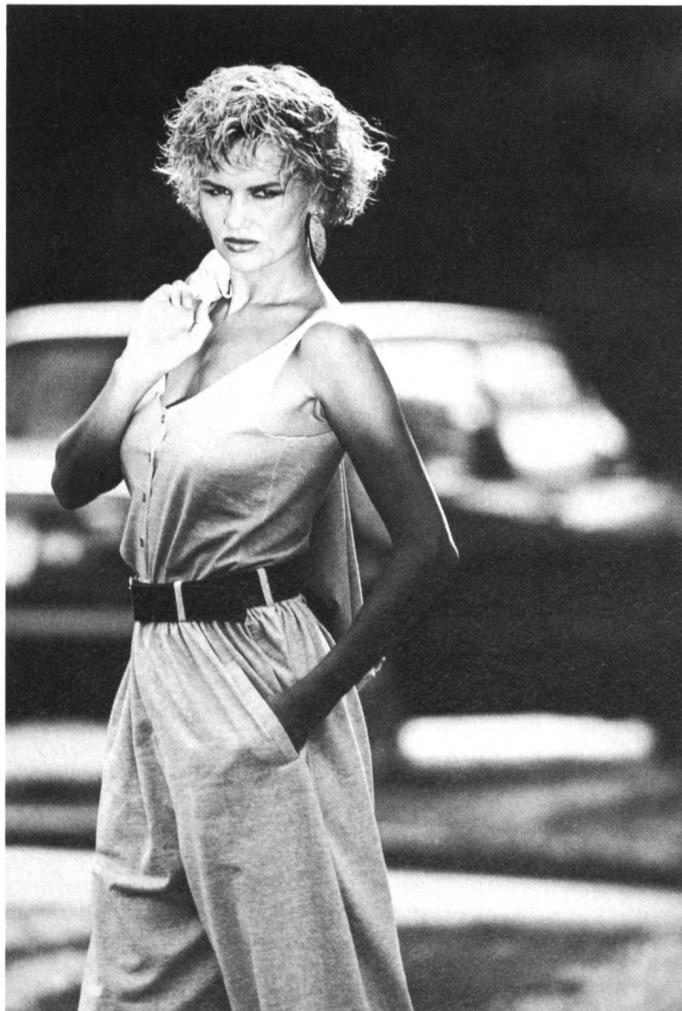
R.G.: Die Idee war von allem Anfang an etwas selber zu machen. Wir wollten einen Markenartikel auf die Beine stellen, zu dem man stehen kann. Wir glaubten immer daran, dass es möglich sein müsste, mit geeigneter Mode zu reussieren. Unsere Kleider werden heute in Boutiquen und Modehäusern mit Trend-Shops verkauft.

mittex: Gibt es Vor- oder Nachteile mit der Konzeption ihrer Firma?

R.G.: Da wir ein sogenanntes volles Sortiment DOB und HAKA führen, sind die Vor- und Nachteile gleich gelagert. Einen speziellen Vorteil sehen wir, indem unser ganzes Programm in den eigenen Händen ist. Wir haben für alle etwas. Das grösste Problem für uns ist die Zeitfrage, um immer termingerecht sämtliche Artikel fertigzustellen.

mittex: An der SAFT sieht man ja zum Teil recht ausgefallene Kleider. Es fällt auf, dass ihre Kollektion immer tragbar ist. Wo sehen Sie Ihre Firma?

R.G.: Meine Frau, deren Handschrift die DOB-Kollektion ist, und auch mein Schwager Rolf Aschwanden, verantwortlich für die HAKA-Linie, sehen unsere Modelle als Grossstadtmode. Wir wollen nicht jeden Gag mitmachen. Unsere Modelle sollen ein gewisses Understatement haben. Immer tragbar sein und sind vor allem sehr stoffbezogen. Dies wird bewiesen, dass wir auch in eigener Regie unsere Motive drucken. Unsere Kunden sagen immer, sie seien nie überrascht von unseren Modellen, man habe bei uns eine klare Linie.



Pink Flamingo: Frühjahr/Sommer 1985
Meliertes Tricot-Ensemble aus T-Shirt und sehr weiter Hose.
100% Baumwolle.

mittex: In welche Länder verkaufen Sie Ihre Modelle?

R.G.: Hauptmarkt ist für uns die Schweiz. Dazu noch die BRD. Im weiteren gehen wir an Messen wie Prêt-à-porter, Igodo und natürlich die SAFT. Unsere Kundschaft

kann nicht genau nach Ländern, sondern muss eher Grossstadt-bezogen genannt werden. Eine eigentliche Aufteilung nach Ländern ist praktisch nicht möglich.

mittex: Sie haben seit diesem Frühjahr einen eigenen Verkaufsladen. Warum, und wie bewährt sich dieses Geschäft?

R.G.: Diese Idee haben wir ziemlich lange mit uns herumgetragen. Wir wollten unser eigenes Produkt verkaufen. Unser Geschäft ist ein eigentlicher Designer-Laden, um die Marke Pink Flamingo vermehrt bekannt zu machen.

mittex: Kamen Sie dadurch mit Ihren Kunden nicht in Konflikt, dass Sie quasi Konkurrenz wurden?

R.G.: Nein. Unsere Kunden wurden frühzeitig avisiert, dass wir in diese Richtung etwas tun werden. Dies wurde akzeptiert, da wir nur unsere eigenen Linien verkaufen. Die Vorinformation wurde positiv aufgenommen und nachher war auch niemand überrascht.

mittex: Wie beurteilen Sie die Zukunft für Firmen Ihrer Grösse und Ihres Genres?

R.G.: Selbstverständlich glauben wir an die Zukunft unserer Firma. Sonst würden wir aufhören. Einer der Gründe für unseren Erfolg ist sicher das Markenimage. Eine Idee zu verkaufen hat immer ihre Berechtigung. Ein Nachteil für uns ist das Produktionsland Schweiz. Die Industrie hier ist technisch und im Know-how der italienischen und französischen Konfektionsindustrie unterlegen.

SAFT

mittex: Kommen wir zur SAFT. Sie sind ja der eigentliche Initiator und Gründer der SAFT. Wie ist das alles gegangen?

R.G.: Dies war 1977. Als ich mit Pierre Brantschen, dem Vertreter von Tat-Too feststellte, das die Einkäufer an den klassischen Messen unsere Produkte nicht suchten. Wir wollten eine Veranstaltung haben, die unseren Kleidern entspricht. Die Idee sprach sich herum und acht verschiedene Leute begannen im VBZ-Depot Oerlikon mit der ersten SAFT. Überraschend viele Leute kamen. Viele Einkäufer, die uns Mut zusprachen, weiterzumachen. Es war eine verrückte, aber originelle Veranstaltung.

mittex: Herr Grüninger, erzählen Sie etwas über die SAFT. Sie als Vater dieses Kindes dürften keine Mühe haben, uns in ein paar Sätzen diese Organisation zu erklären.

R.G.: Am Anfang waren wir 8 Leute. SAFT stand damals für Swiss Alternative Fashion Team. Nun war aber der Begriff «Alternativ» etwas politisch. Da wir aber nicht nur Schweizer ansprechen wollten, sondern eine internationale Runde, änderten wir den Namen in Syndicate für Avantgarde Fashion-Trends. Juristisch sind wir ein Verein. Das Sekretariat ist bei Pink Flamingo und gibt jede Saison mehr und mehr Arbeit.

mittex: Als was sieht sich die SAFT?

R.G.: Die SAFT sieht sich als Veranstalter zur Präsentation von Designer-Kollektionen. Ein Forum für neue Schweizer Designer. Der Ort für diese Veranstaltung muss in den Hintergrund treten, die Kleider müssen aussagekräftig genug sein.

Selbstschmierende Lager

aus Sintereisen, Sinterbronze, Graphitbronze



Über
500 Dimensionen
ab Lager Zürich
lieferbar

Aladin AG. Zürich

Claridenstrasse 36 Postfach 8039 Zürich Tel. 01/2014151

Converta AG, 8872 Weesen

Telefon 058/4316 89

- Chemiefaser Konverterzüge
- Effektfaserbänder

Struktur und Effektgarne
Nm 1.0–5.0 in 100% Baumwolle
Baumwolle/Wolle, Chemiefasermischungen,
rohweiss und gefärbt.

TRICOTSTOFFE
bleichen drucken
ausrüsten

E. SCHELLENBERG TEXTILDRUCK AG
8320 FEHRLTORF TEL. 01-9541212



Feinzwirne

aus Baumwolle
und synthetischen Kurzfasern
für höchste Anforderungen
für Weberei und Wirkerei

Müller & Steiner AG
Zwirnerei

8716 Schmerikon, Telefon 055/86 15 55, Telex 875 713

Ihr zuverlässiger
Feinzwirnspezialist



Ihren Anforderungen angepasste

Zwirnerei

Z itextil AG, 8857 Vorderthal
Telefon 055/69 11 44

MAKOWITZKI
INGENIEURBÜRO AG



- A) Beratung Textil-Industrie
(Spinnerei/Weberei)
- B) Beratung Textilmaschinen-Industrie
(Forschung/Entwicklung)
- C) Textilmaschinen-Handel

CH-8700 KÜSNACHT-ZÜRICH SCHWEIZ/SWITZERLAND

Zielgerichtete Werbung
Inserieren in der «mittex»



Spinnereiberatung
Kaderschulung
Temporäreinsätze

aus der Praxis – für die Praxis

Der Erfolg beweist:
**«Es gibt noch Möglichkeiten,
bestehendes zu verbessern.»**

Erfahrung aus Kamm- und Streichgarnspinnerei, gepaart mit ausgewählten Methoden der mathematischen Statistik, in der Praxis **richtig** angewandt, bringt:

- **bessere Qualität**
- **rationellere Produktion**

Und was tun Sie für – Ihre – Schweizer
Qualität?

Spinnerei-Ing. Gerhard Dörr
CH-3800 Matten bei Interlaken,
Telefon 036 22 50 65

mittex: Wie wird man ein SAFT-Mitglied und wer kann das tun?

R.G.: Im Prinzip kann jeder SAFT-Mitglied werden. Wir haben da unsere eigenen Regeln. Ein Fabrikant, der in die SAFT aufgenommen werden möchte, wird zuerst beobachtet. Verschiedene Kriterien werden beleuchtet. Wie etwa: die Seriosität des Unternehmens, man hat eine Aussage in der Kollektion und sollte doch schon etwas bekannt sein. Eine Jury aus verschiedenen Mitgliedern und Modejournalistinnen durchleuchtet jede Saison jedes Mitglied der SAFT und kann darüber befinden, ob der entsprechende Konfektionär in seinen Bemühungen nicht nachlässt. Dies wird von uns allen als gute Selbstkontrolle angeschaut.

mittex: Höhepunkt und Zugpferd der SAFT ist sicher in jeder Saison ihre Modeschau. Wer ist dafür verantwortlich?

R.G.: Glücklicherweise haben wir in Lilo Nido eine Person gefunden, die unsere Wünsche in idealer Weise in die Tat umsetzt. Sie ist verantwortlich für die gesamte Veranstaltung. Sichtet praktisch alle Kollektionen durch und leitet die Modeschau von A bis Z. Wir hoffen, dass sie diesen Job noch lange weiterführen wird.

mittex: Wie sind Sie mit den Terminen der Modeschau zufrieden?

R.G.: Mit dem Frühlingstermin sind wir sehr zufrieden. Der Oktobertermin ist sicher um 2–3 Wochen zu spät. Die meisten Einkäufer sind bereits eingedeckt. Unsere Modeschau ist sicher auch Information für die Einkäufer. Nur wäre es gut, wenn sie diese etwas früher bekämen. Von der Anbieterseite her kann man sagen, dass die meisten mit den Verkäufen fertig sind. Es wäre also schon wünschenswert, wenn dieser Termin vorverlegt werden könnte.

mittex: Gibt es innerhalb der SAFT gemeinsame Aktivitäten ausserhalb der Modeschau, wie etwa gemeinsamer Stoffeinkauf usw.?

R.G.: Nein. Offiziell ist die Modeschau der einzige Ort an dem wir alle zusammen auftreten. Selbstverständlich gibt es viele Kontakte auf kollegialer Basis, wie Informationsaustausch und ähnliche Aktivitäten.

mittex: Letzte Frage, Herr Grüninger. Glauben Sie, dass die SAFT heute etabliert ist und wenn ja, warum?

R.G.: Wir dürfen sicher ohne Überheblichkeit feststellen, dass die SAFT in der Modewelt ein Begriff ist. Wir werden von allen ernst genommen, nicht zuletzt dank der Seriosität der einzelnen Mitglieder. «Und», meint er lachend: «Wir hatten im August und September 1984 mit einer sogenannten seriösen grossen Schweizerbank am Paradeplatz eine Schaufensteraktion. Diese zeigte ein äusserst positives Echo. Wir dürfen also ruhig behaupten, dass wir nicht nur etabliert, sondern sogar gesellschaftsfähig geworden sind!»

mittex: Herr Grüninger, vielen Dank für das nette und offene Gespräch.

JR

Neue, farbige Gardinen betonen die Aufwertung des Fensters

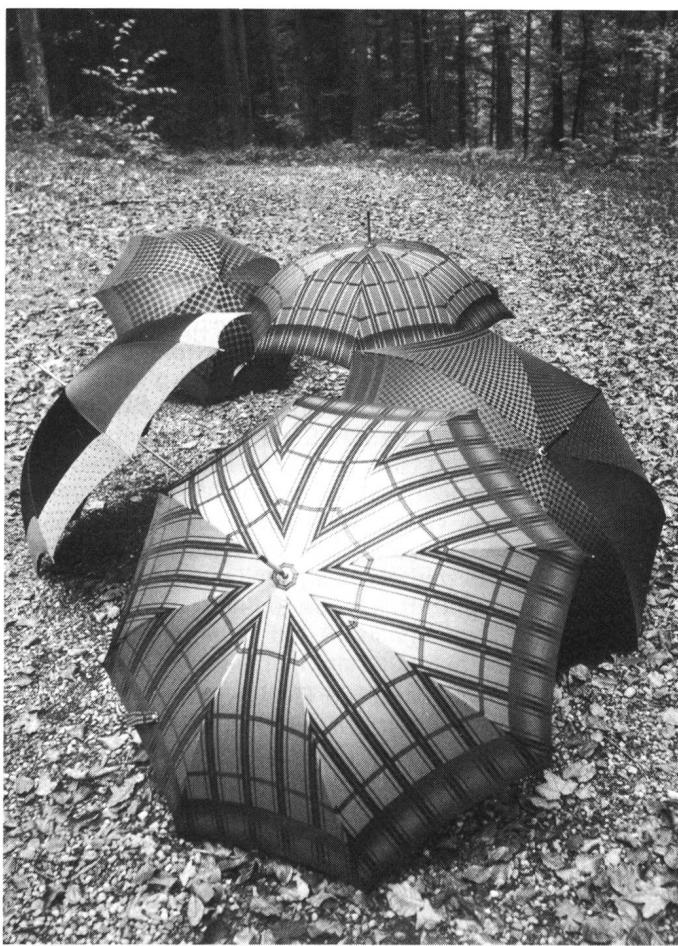


Taco-decor-Ausbrennergardine, Dessin Diagonale, Höhe 295 cm

Vor einigen Jahren hat die Architektur begonnen, das Fenster zu verschmähen. Es galt als Energieverschwendender. Das Fenster wurde, besonders auf den absonnigen Seiten der Häuser immer kleiner. Inzwischen hielt die Erfahrung der Mehrfachverglasung und der isolierende Fensterrahmen im Fensterbau Einzug. Dazu entdeckte man den messbaren Wärmezugewinn durch Sonneneinstrahlung. Das Fenster wurde wieder hoffähig und grösser. Exakt diesem Trend und dieser neuen Bedeutung des Fensters schliesst sich die Gardinen-Mode 85 an. Die Taco-decor-Gardinen der Tüllindustrie Münchwilen sind erstmals mit kräftigen Farben durchsetzt. Die durch das Fenster einfallende Lichtflut durchbricht die transparenten, schleierartigen Flächen und beleuchtet die auf dichterem Gewebe erscheinenden kulissemartigen Farbkombinationen «Feuerwerk», «Luft», «Lago», «Wolke», «Sommer», «Galeria», «Fenster» oder in strenger Geometrie die «Diagonale», «Sternschnuppe», «Dreieck», usw. von Horst Wuchner. Der Designer spielt mit unterschiedlichen Stärken des Fraise, Gold, Grün, meistens in Kombination zu Mattweiss oder Grau. Durch das Licht-, Schatten- und Farbenspiel entsteht ein dreidimensionaler Effekt. Die Dessins verteilen sich auf eine Raumhöhe bis 3 Meter. Mit dieser fantasievoll dekorativen Gardinen-Innovation erfährt das Fenster wahrhaft eine neue, den Erlebnisreichtum des erholsamen, repräsentativen Wohnens betonende Aufwertung.

Der Schirm – vom Gebrauchsartikel zum modischen Accessoire

In der Schweiz hat das Schirmhandwerk eine lange Tradition. Durch die Verknappung der Rohstoffe schlossen sich die Schweizer Schirmfabrikanten im Jahre 1914 zu einem Verband zusammen um ihre Interessen besser wahrzunehmen. Die damalige Verbandsstruktur, geprägt von vielen kleinen Handwerkern, änderte sich im Laufe der Zeit zu einer Gruppe von hochspezialisierten Industriebetrieben.



Stoffe: Gessner AG, Wädenswil
Modelle: Schindler + Co, AG, Zürich
Foto: Stephan Hanslin, Zürich

Die Stärke der inländischen Produktion ist vor allem die kurzfristige Lieferbereitschaft. Die Fabrikanten sind beweglich, kreativ und können sich dadurch rasch an modische Trends anpassen.

Schweizer Schirme geniessen international einen ausgezeichneten Ruf. So findet man zum Beispiel immer wieder Einkäufer des renommierten Londoner Warenhauses Harrods in Zürich.

Ein moderner Schirm besteht aus 40 bis 120 Teilen. Trotz Automatisierung ist Handarbeit immer noch nötig. Der Fachmann unterscheidet zwei Arten: Lang- und Taschenschirme.

Neben Metall für die Gestelle, werden für die Griffe je nach Modell, Leder, Holz oder Kunststoff eingesetzt. Der wichtigste Teil des Schirmes ist die Bespannung. Dank ihren Gebrauchseigenschaften werden hauptsächlich Stoffe aus synthetischen Fasern wie Nylsuisse (Polyamid) und Tersuisse (Polyester) zu Schirmen verarbeitet. Ohne diese leichten, strapazierfähigen Stoffe wäre ein moderner Mini- oder Taschenschirm nicht herzustellen.

Synthetische Fasern nehmen kein Wasser auf, die Farben bleiben beständiger und die Schirme sind sehr schnell wieder trocken. Die Weberei Gessner AG, Wädenswil, als Lieferant hochmodischer Jacquard-Stoffe für die Schirmindustrie, verarbeitet in der Kette Tersuisse, dtex 50, düsenschwarz, und im Schuss Tersuisse, dtex 100, garngefärbt.

Dank der Initiative der Schirmfabrikanten ist der Schirm heute wieder modisches Accessoire und nicht ein blos-

ser Gebrauchsgegenstand. Das Qualitätsbewusstsein, das gemeinsame Signet – der royalblaue Ring – mit dem alle Schweizer Schirme gekennzeichnet sind, tragen dazu bei, dass der Schweizer Schirm weiterhin erfolgreich sein wird.

Viscosuisse SA
6020 Emmenbrücke

Tagungen und Messen

18. Sperry-Herbsttagung in Zürich:

Die Zeit ist reif für ein Umdenken

Ein grundsätzliches Umdenken ist angesichts der zunehmenden Orientierungslosigkeit, latenter Zukunftsangst und drängender Gegenwartsprobleme das Gebot der Stunde. Zu diesem Schluss kamen die profilierten Referenten der 18. Sperry-Herbsttagung in Zürich. Die Tagung, an der über 3200 Führungskräfte aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft teilgenommen haben, stand unter dem Motto «Umdenken – Umlenken».

Die gesellschaftliche Entwicklung der letzten Jahre ist unbestreitbar gekennzeichnet von zunehmender Orientierungslosigkeit und wachsender Angst vor der Zukunft. Ursachen für diese Entwicklung sind die immer deutlicher sichtbar werdenden Zeichen menschlichen Fehlverhaltens gegenüber der Natur, aber auch der Zerfall traditioneller Wertvorstellungen. Vier profilierte Referenten befassten sich anlässlich der 18. Sperry-Herbsttagung in Zürich vor über 3200 Führungskräften aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft aus einer sehr persönlichen Sicht mit den Ursachen der heutigen Instabilität und möglichen Lösungsansätzen.

Als Vertreter der jungen Generation postulierte Peter A. Wuffli den vermehrten Einbezug der Dimension «Zukunft» als Richtschnur für konkretes Handeln und Denken. Zukunftsgerichtetes Handeln muss seiner Ansicht nach vermehrt honoriert werden. Trotz Kritik an den politischen Fehlern in der Gegenwart sieht Peter A. Wuffli die Zukunft nicht in einem «grünen», sondern in einem liberalen Staatssystem für Jugend am besten gewährleistet.

Prof Dr.-Ing. Robert Schnörr, Mitglied der BBC-Konzernleitung sieht vor allem im Autoritätsverlust, in der hohen Veränderungsgeschwindigkeit der Lebensumstände, im Verlust traditioneller Wertmaßstäbe und in der unzureichenden Kenntnis der Gesamtzusammenhänge entscheidende Ursachen für die heutige Vertrauenskrise gegenüber der Gesellschaft und vor allem gegenüber der modernen Technik. Im Nullwachstum sieht er keine langfristig taugliche Lösung für die globalen Probleme. Prof. Schnörr fordert vielmehr eine Anpassung der überholten Strukturen an die neuen Bedürfnisse und ins-