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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 94 (1987)

Heft: 12

Rubrik: Firmennachrichten

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: 10.08.2025

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

als auch auf den Vliesstoffmärkten abzeichnen, und insbesondere die Anzeichen für die Zukunft der Pflege- und Industrieartikel beleuchten.

Das Symposium, bei dem mehr als 400 Delegierte vertreten sein werden, wird im Star-Hotel abgehalten und ist sowohl für Edana-Mitglieder als auch für Nicht-Mitglieder zugänglich. Ein volles gesellschaftliches Programm wird dafür sorgen, dass die Delegierten in entspannter Atmosphäre Geschäftskontakte knüpfen und erneuern können.

«heimtextil» vom 13. bis 16. Januar 1988

Kreativität verkauft sich besser
Eigene Halle für Designer

Alle reden über Design – die Messe Frankfurt präsentiert es. Auf der «heimtextil» vom 13. bis 16. Januar 1988 werden rund 130 freie Designer und Design-Ateliers erstmals in einer eigenen Halle (7) Gelegenheit finden, ihre Entwürfe der Branche vorzustellen.

Die «heimtextil» hat sich in steigendem Masse als wichtiger Umschlagplatz für Ideen und Innovationen erwiesen. Waren es 1982 zunächst nur 82 Designer, die die Messe als Marktchance auch für ihr Metier sahen, so kristallisiert sich nun eine eigene Designer-Messe innerhalb der «heimtextil» heraus.

Die rege internationale Teilnahme etablierter und renommierter Design-Studios wie auch schöpferischer Individualisten, spiegelt deutlich den Stellenwert wider, den das Forum Frankfurt für die Designer-Riege darstellt.

Der Kontakt zu den Entscheidungsträgern der Industrie ist unmittelbar gegeben.

Auf der anderen Seite macht die Heim- und Haustextilienindustrie zunehmend positive Erfahrungen mit Kollektionen oder Einzelentwürfen, für die ein Designer namentlich zeichnet. Designer-Kollektionen schaffen Individualität und Prestige.

Die auf den Punkt gebrachte Erfahrung Raymond Loewy's setzt sich immer stärker durch: Von zwei in Qualität und Preis identischen Produkten lässt sich das schönere besser verkaufen.

Design ist eine besondere 'Ware'. Die Messe Frankfurt wird ihr ein stimmiges Verkaufsumfeld schaffen, das die Designer mit ihren eigenen Präsentations-Ideen füllen werden. Dass dabei ein hübsch aufgemachter Bistro nicht fehlen wird, ist selbstverständlich. Über diesen Treffpunkt für Kunden und Designer hinaus tut die Messe Frankfurt noch ein übriges für die Kommunikation zwischen den kreativen Köpfen und den kommerziellen Umsetzern: Sie lädt zu einer Designer-Party.

An der «heimtextil '88» werden sich annähernd 2 000 Aussteller, darunter rund 1 200 ausländische aus 42 Ländern beteiligen. Sie belegen mit rund 200 000 Quadratmetern Ausstellungsfläche das gesamte, derzeit zur Verfügung stehende Frankfurter Messegelände.

Ursula Geiling
Messe Frankfurt

Int. Herren-Mode-Woche/
INTER-JEANS Köln 19.–21.2.1988

Eintrittskarten-/Katalog-Bestellungen

Tageskarte: Fr. 15.30
Dauerkarte: Fr. 21.–
Katalog: Fr. 15.70

Handelskammer Deutschland-Schweiz, Büro Köln-Messe, Talacker 41, 8001 Zürich
Tel 01/211 81 10

Reisearrangements
Reisebüro Danzas AG
Tel. 01/211 30 30 oder

Reisebüro Kuoni AG
Tel. 01/44 12 61

Firmennachrichten

Grossauftrag aus der UdSSR für die Fritz Buser AG

Die Fritz Buser AG, 3428 Wiler b/Utzenstorf, hat den Auftrag zur Ausrüstung von 14 Textildruckereien in der UdSSR erhalten. Dieses in seiner Art einmalige Projekt hat ein Volumen von über 19 Mio. sFr. und wird in den Jahren 1988 und 1989 abgewickelt. Zusammen mit den Verkaufsabschlüssen anlässlich der ITMA in Paris verfügt das Unternehmen über ein Auftragspolster, das in den nächsten Jahren eine Umsatzzunahme von über 15% erwarten lässt. Diese Erfolge sind, neben dem grossen Vertrauen in die Firma, auf den Einsatz modernster Elektronik und einen zuverlässigen Kundendienst zurückzuführen.

Pflegeetiketten – Hilfe oder Ärgernis?

Die Pflegeetiketten mit den vier oder fünf bekannten Symbolen haben im Laufe der Jahre einen sehr hohen Beachtungsgrad gefunden. Die weitaus grösste Zahl der Konsumenten möchte sie nicht mehr missen. Auch das Vertrauen in die jeweils vorgeschlagenen Behandlungsmöglichkeiten ist gerechtfertigt und anerkannt.

Was die Konsumenten eher zu bemängeln haben, liegt anderswo. Zum Beispiel im Fehlen der Etikette, was – wie sich immer wieder zeigt – immer seltener wird. Mehrheitlich handelt es sich in diesen Ausnahmefällen um ausländische und hier vorwiegend um aussereuropäische Produkte.

Nicht minder ärgerlich sind insbesondere drei weitere Tatbestände. Da ist einmal die Etikette, die dermassen

ichtig eingenäht ist, dass einzelne Symbole unter oder nter der Naht unsichtbar bleiben. Kritische Konsumen-n fragen sich deshalb nicht ganz ohne Recht, ob ein olches Produkt nicht gleich auch über andere qualitati-e «Schwachstellen» verfügt. Die Praxis beweist, dass ine solche Überlegung nicht aus der Luft gegriffen ist.

egreiflich ist bei bestimmten Produkten (insbesondere leineren) das Bestreben der Produzenten, die Etiketten lein zu halten. Was aber nützt eine nicht mehr oder aum mehr lesbare Zahl im Symbol «Bottich», die dem onsumenten ganz besonders wichtig ist?

iese beiden Mängel vermag der Käufer zumeist beizei-en zu erkennen, nämlich vor dem Kaufentscheid. chlecht bedruckte Etiketten aber, die nach einer, zwei der auch mehreren Pflegebehandlungen nicht mehr les-ar sind, kann er nicht voraussehen.

flichtbewusste Hersteller und Detaillisten schenken em kleinen aber so wichtigen «Angehängsel» Pflege-tiketten keine untergeordnete Bedeutung – es sei, sie nterschätzen das Erinnerungsvermögen der Konsu-enten. Folgen sind vorprogrammiert!

Sartex
8024 Zürich

ie Textilindustrie verlangt nach humaner ationalisierung

der Textilindustrie werden nach wie vor schwere La-ten, teils unter ungünstigsten Verhältnissen, noch im-er von Hand gehoben und herumgetragen. Sehr oft uss das Personal die tägliche Arbeit in ermüdender, ebückter, ungesunder Stellung ausführen.

ur eine Zeitfrage ist es, bis solche ergonomisch chlecht gestalteten Arbeitsplätze zu gesundheitlich be-ingten Ausfällen von Mitarbeitern, infolge Rücken- und elenkschäden führen. Die dabei entstehenden Kosten ir Arbeitsausfall und Versicherungsprämien sind hor-end.

ie Problemstellung erkannt und die gestellte Herausfor-erung angenommen hat die Firma Bruno Zwahlen AG in ommiswald. Sie hat sich spezialisiert auf das Humani-ieren und Rationalisieren von Arbeitsplätzen und Ar-eitsabläufen.

ls Marktleistung wird das massgeschneiderte Lösen on Problemstellungen nach Kundenpflichtenheft, ange-angen mit der Problemanalyse bis hin zur fertigen fabri-ierten Anlage, angeboten.

on den bisher realisierten Systemen sind hier einige als eispiele aufgeführt, wie das mühelose Hantieren von 250 g schweren Stoffrollen in einem Raum von 40 × 12 m.

as Beschicken und Entsorgen von Tuchschaumaschi-en in Webereien, das Hülsenhandling in Spinnereien der das rationelle Bestücken und Entladen von Mate-alträgern mit Spulen in Färbereien.

ie enge Zusammenarbeit der Projektingenieure mit den roduktionsverantwortlichen des Kunden garantiert die ptimale Gestaltung des Problemlösungs-Konzeptes.

as Befreien der Mitarbeiter von Lasthebearbeiten urch sinnvolle, humane Rationalisierungssysteme ent-pricht einem dringenden Bedürnis.

B. Zwahlen

Cerberus wird zweitgrösste Brandmeldefirma in den USA

Die zur Elektrowatt-Gruppe gehörende Cerberus AG (Männedorf) übernimmt von Baker Industries (Borg-Warner Gruppe), vorbehältlich der Zustimmung der Anti-trust-Behörden, die im Brandschutz tätige Pyrotronics Division.

Pyrotronics war während Jahrzehnten Lizenznehmer für Cerberus-Brandmelder und nimmt eine starke Position im amerikanischen und kanadischen Markt ein. Das Unternehmen beschäftigt 730 Mitarbeiter, davon 90 in der kanadischen Tochtergesellschaft, und wird 1987 einen Umsatz von rund US-$ 78 Mio. erzielen.

Zusammen mit ihrer Tochtergesellschaft Gamewell Corp. wird Cerberus damit zur zweitgrössten Firma für Brandmelde- und Löschsysteme in den USA. Pyrotronics verfügt über ein technisch ausgereiftes Produktesortiment, welches das Angebot von Cerberus ideal ergänzt. Dank der langjährigen Zusammenarbeit zwischen beiden Firmen verfügt Pyrotronics heute schon über ein bedeutendes Fabrikations- und Produkte-Know-how für Cerberus-Produkte, was die Realisierung von Synergien erheblich erleichtert. Durch den Erwerb der Pyrotronics wird Cerberus inbezug auf Wechselkurs-Schwankungen resistenter, verfügt doch die Gruppe nunmehr neben der Schweiz auch in den USA über bedeutende Produktionskapazitäten.

Mit dieser Akquisition hat Cerberus, nachdem zwischen 1983 und 1987 erfolgten Ausbau der Vertriebsorganisation in Europa, einen weiteren markanten Schritt vollzogen. Cerberus besitzt heute eigene Tochtergesellschaften in den meisten wichtigen europäischen Märkten. Die Übernahme der Pyrotronics bedeutet, dass Cerberus nun auch im amerikanischen und kanadischen Markt über leistungsfähige Organisationen mit 19 Branch-Offices verfügt. Der Umsatz der Cerberus-Gruppe wird per Ende 1987 die 600 Mio. Fr.-Grenze übertreffen.

F. Poltera

Marktberichte

Rohbaumwolle

Russland lässt den Baumwollmarkt nicht in Ruhe! So könnte die Überschrift für den vorliegenden Marktbericht lauten. Und beizufügen wäre noch, dass eine solche Überschrift mit einiger Wahrscheinlichkeit auch für die Berichte der kommenden Monate gewählt werden könnte.

Weshalb?
Ein kurzer Blick auf die statistische Lage in Russland ist zur Beantwortung dieser Frage recht aufschlussreich: