

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

**Herausgeber:** Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

**Band:** 97 (1990)

**Heft:** 3

**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:** 08.02.2026

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

Exporte ausländischer Textilien 1989 nach Lieferkategorien				
Anzahl Länder	Mit Lieferungen total pro Land (in Franken)	Total Lieferungen dieser Länder (in Mio. Franken)	In % vom Textilexport Schweiz	
70	- 200 000	3,2	0,1	
17	200 001 - 500 000	6,0	0,2	
10	500 001 - 1 000 000	7,3	0,2	
8	1 000 001 - 2 000 000	11,9	0,3	
16	2 000 001 - 5 000 000	53,3	1,5	
11	5 000 001 - 10 000 000	91,8	2,7	
6	10 000 001 - 20 000 000	85,7	2,5	
9	20 000 001 - 50 000 000	288,9	8,4	
4	50 000 001 - 100 000 000	309,8	9,0	
7	über 100 000 000	2585,5	75,1	
155		3443,4	100,0	

Nach 34 Staaten kam kein schweizerischer Textilexport zustande.

## Ausblick in die Zukunft

Mit EG '92 allein wird die Ausgangslage für Schweizer Textilunternehmen gegenüber ihren EG-Konkurrenten nicht zwingend verschlechtert. Die aus der Nicht-Mitgliedschaft resultierenden Diskriminierungen sind schon seit langem nicht zu übersehen. Nicht im selben Ausmass wie vielleicht für andere Branchen ist der Einwand gültig, ob der EG den Rest der Welt zu vergessen. Dies hat die schweizerische Textilindustrie noch nie getan, und sicher würde die dominante Stellung der EG nicht so deutlich ausfallen, wenn ein freier

Zugang zu den aussereuropäischen Märkten möglich wäre. Die anfangs genannten Postulate an Behörden und Politik bleiben entscheidend.

Christine Kalt-Ryffel

PS: In der EG wird die Einführung eines EG-Markenzeichens für Produkte mit entsprechendem Ursprung diskutiert. Ein weiterer Grund, welcher für die Verwendung des Markenzeichens «Swiss Fabric» - Zeichen für hohe Qualität - spricht. Da die Option der Spezialisierung und des Anbietens in Marktischen immer mehr an Bedeutung gewinnt, kann die häufigere Verwendung dieses zur Verfügung stehenden Markenzeichens nur Synergieeffekte nach sich ziehen.

# Mode

## Hemden-Trend Frühjahr/Sommer 1990

### Hemd - Lieblingskind der Herrenmode

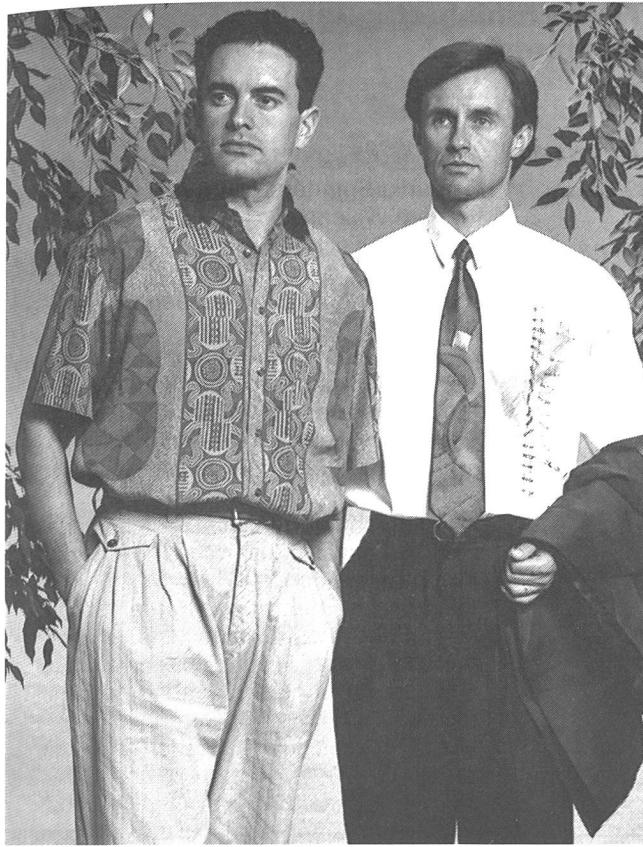
Das Hemd, so scheint es, macht seinen Machern nach wie vor Freude, denn es wird ihm sehr aufwendige Liebe entgegengebracht. Das zeigt sich bereits beim Schnitt, aber auch bei einer Fülle von Details. Die in der gesamten Herrenmode ausgebrochene «Coloritis» macht auch beim Hemd nicht halt. Farben, Farben und nochmals Farben... Man spricht von Überfärbern und wieder vermehrt von Drucken, auch auf edlem Material wie Seide. Hochmodische Kollektionen versuchen es mit transparenten Stoffen, die jedoch dank Dessimierung und Farbe relativ «blickdicht» wirken. Das Kombinieren wird für den Mann nicht einfacher, aber vielfältiger und interessanter. Wir gehen auf jeden Fall «bunten Zeiten» entgegen.

### Kauf-Hemden-Mosaik Sommer 1990

Unser «Hemden-Mann» kleidet sich im Sommer nicht zu formell, aber geschmackvoll und ein bisschen exotisch. Es ist im Styling eine ruhige, sanfte Mode, ohne Übertreibungen. Hauptakzente der Modeaussage sind Farbe und Stoffstruktur. Damit interpretiert die Kauf-Hemden-Kollektion geschickt die avantgardistischen Orientierungspunkte für die

anvisierte Zielgruppe. Im City-Hemden-Bereich wie auch für die Freizeit, wird besonders Wert auf Bequemes, Unkompliziertes und «Weichfallendes» gelegt. In der liebevollen Pflege der Details beweist sich Stilsicherheit und Fachkompetenz. Dem Trend der jüngeren Modegeneration, das Hemd ohne Krawatte zu tragen, wird Rechnung getragen. So weisen teilweise traditionellere Schnitte Stehkragen auf. Bei Kurz- und Langarmformen sind weichere und spitzere Kragenformen trendgerecht.

In den Stoffen ist die Inspiration der 30er Jahre zu finden: Mercerisierte Glanzstreifen, elegante Satinqualitäten, matt/glanz-Effekte und Streifen in verspielt und streng im Mix. Als Ergänzung bieten sich kleinrapportige Karos an. Zudem werden in den Stoffen viele ethnologische Einflüsse sichtbar: Leinengemisch, Batikmuster und Stempelmotive. Materialmäßig prägen Mischungen Leinen/Seide den Sommer 90. Trotz der ausgeprägten Farbigkeit, die raffinierte Kombinationen ermöglicht, bleibt der Weissfond wichtig, ergänzt durch modisches Elfenbein. Zarte Pastelltöne sind trendgerecht: Reseda, Zartrosa und Maisgelb. Für den Freizeitbereich bieten sich frische Pastell-Colorits an, oft auf Weiss oder auf Rohleinenfond. Hochaktuell sind gebrannte Farben wie Rost, Ziegelrot und Burgunder. Bei den Gelbtönen reicht das Spektrum von Ocker bis Banane. Blaue Nuancen wecken Erinnerungen an das Meer. Nicht zu unterschätzen sind die Sommerdarks, die vielen neuen Jacquard-Dessimierungen, meistens mit Streifen kombiniert, und façonierte Unis.



Druckthemen als All-over oder als Variante auf ein Uni-Hemd.  
Der Hit des Sommers 1990! J.A.S. exclusively designed for Kauf. Kollektion  
Otto Kauf AG, CH-9642 Ebnat-Kappel

#### *J.A.S.: exclusively designed for Kauf*

Die vom Schweizer Stylisten Joseph Alain Scherrer für Kauf entwickelte junge Hemdenkollektion setzt die Akzente zielgruppengerecht deutlich modischer. Das Angebot gliedert sich in «drei Bilder», welche hier mit wenigen charakteristischen Strichen skizziert werden sollen.

#### *Key West*

City-Hemden in neuer Optik, aufwendig verarbeitet mit besonders interessanten Taschenlösungen. Detaillierter ausgedrückt: optisch geschlossene Kragenformen, viel Button-down. Grosszügig aufgesetzte Taschen, feine Steppungen. Das Material: Hochwertige Baumwolle; uni und mit Schaft- und Jacquard-Streifen.

#### *Travel Traces*

Legere, modische Hemden mit betonter Sportlichkeit. Wichtig dabei ist eine hohe Funktionalität. Im Styling betont modische Weite und aufwendige Details: Doppelsteppungen, Feinsteppungen, aufgesetzte Taschen. Im Stoff viel Druck- und Jacquardmuster, teilweise an byzantinische und ägyptische Kunst anklängend, mit weichem, fliessendem Fall. Gewaschene Stoffe aus matter Baumwolle und Viskose-Mischungen. Kurz: Edle Materialien. Raffinierte Stickereien sind ein weiteres Charakteristikum.

#### *Caribean Rapsodie*

Junge witzige Modelle mit Dessin- und Material-Mix. Fließende Stoffe mit exotisch inspirierten Druckmotiven, betont grosszügige Muster mit starker Farbaussage. Raffinierte Schnittlösungen, z.B. Uni und Druck asymmetrisch kombiniert. Betont weite Schnitte bringen Nonchalance und Lässigkeit.

## Tagungen und Messen

### Wertanalyse-Kongress '90

#### **8./9. Mai 1990, Mannheim, Kongresszentrum Rosengarten**

Der internationale Wettbewerb verlangt heute von allen Unternehmen ständige Verbesserungen und Neuentwicklungen von Produkten und Dienstleistungen. Neben dem Marktpreis und der Funktionsfähigkeit tritt die Qualität bei Produkten und Dienstleistungen als Wettbewerbskriterium zunehmend in den Vordergrund. Bei der Neuentwicklung und Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen hat sich die Wertanalyse seit Jahrzehnten bewährt. Wertanalytische Aufgabenstellungen eignen sich auch zur qualitätsgerechten Entwicklung oder zur Lösung von Qualitätsproblemen. Hierbei wird die erforderliche Qualität von den Kunden definiert und von den Herstellern in Qualitäts- und Funktionsmerkmale umgesetzt. Die Relationen dieser Merkmale zu den zugehörigen Kosten sind dann als «Werte» Grundlage des wertanalytischen Optimierungsprozesses.

Entsprechend dem Generalthema «Qualität erzeugen - Werte steigern: Zukunft sichern» präsentiert der Wertanalyse-Kongress '90 praktische Beispiele aus unterschiedlichsten Wirtschaftsbereichen. Eine Neuheit sollte in diesem Zusammenhang erwähnt werden: Die Kongress-Teilnehmer selbst bestimmen - entsprechend ihrem persönlichen Informationsbedarf - die Mehrzahl der Themen. Sie haben die Möglichkeit, aus einem Angebot auszuwählen und gleichzeitig über dieses Angebot hinaus neue Themen zu definieren, die nach Möglichkeit von ad hoc-Referenten abgedeckt werden. Diese Auswahl erfolgt in moderierten Workshops, so dass die Teilnehmer den Kongress aktiv gestalten und eigene Entscheidungen treffen können.

Eine begleitende Fachinformationsschau, auf der Unternehmensberater, Institutionen, Verbände, Verlage usw., ihre Leistungen präsentieren, rundet den Kongress ab. Am Abend des ersten Kongress-Tages findet in den Räumen der Fachinformationsschau ein Empfang mit unterhaltendem Programm statt. Der Wertanalyse-Kongress '90 ist ein Forum der fachübergreifenden Diskussion, des Erfahrungs- und Informationsaustauschs. Er wendet sich in erster Linie an unternehmerisch tätige Führungskräfte aus allen Branchen und Bereichen der Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung.

Weitere Informationen über das VDI Zentrum Wertanalyse, Postfach 1139, 4000 Düsseldorf 1, Telefon 0211/6214-456

Ihren Anforderungen angepasste

**Zwirnerei**

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