

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa
Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten
Band: 98 (1991)
Heft: 5

Artikel: Junge Talente und Schweizer Stoffe
Autor: Rau, Hansjörg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-679395>

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: 02.10.2025

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

Junge Talente und Schweizer Stoffe

Die rund vierzig Mitglieder zählende «Exportwerbung für Schweizer Textilien», eine Verbindung von kleinen und grösseren, mittelständischen Herstellern von Schweizer Stoffen hat sich der Promotion und der Bekanntmachung von Schweizer Textilien im Ausland verschrieben. Im Rahmen dieses Auftrages hat vor allem die sehr konkrete Nachwuchsförderung, oft im Zusammenhang mit Schulen, einen wichtigen Stellenwert.

Die junge, englische Kundin kam dem Schweizer Stoffhersteller bekannt vor. Wie sich herausstellte, kaufte sie für einen französischen Prêt-à-Porter-Hersteller die neuen Stoffe ein. Dafür war sie extra nach Frankfurt, an die internationale Stoffmesse, die «Interstoff», gereist. Im Kollektionsvorlagegespräch fiel dann das Stichwort: «Rencontre Suisse du Jeune Talent». Da erinnerte sich der profilierte Schweizer Baumwollstoffhersteller plötzlich. Diese junge Dame gehörte zu den jungen, talentierten Nachwuchsdesignern, die 1985 zu eben diesem «Rencontre» nach St. Gallen eingeladen worden waren. Damals konnte sie ihr frisch erworbenes Können mit eigenen Modellen einem internationalen Fachpublikum präsentieren. Möglich gemacht hatte das die «Exportwerbung für Schweizer Textilien». Von da wurden der Designerin und ihren Kollegen und Kolleginnen exklusive Schweizer Stoffe zur Verfügung gestellt, die sie für ihre Entwürfe verwendete. Bei einem Besuch in seiner eigenen Firma und bei der lustigen Party in Appenzell waren sich die Modestudenten aus drei Kontinenten und der Schweizer Textiler näher gekommen.

Talentförderung und Profilierung von Schweizer Textilien

Kontakte oder Wiedererkennungseffekte sind für Schweizer Modestoff-Produzenten, vor allem an Textilfachmessen, gar nicht so selten. Das sind die Früchte einer kontinuierlich aufgebau-

ten Nachwuchsförderung, die die Schweizer Textilindustrie mit viel Goodwill und nicht unbeträchtlichen Mitteln immer wieder ernten kann. Ein Beziehungsnetz zwischen Nachwuchs, zukünftigen Designern und Schweizer Stoffherstellern herzustellen, betrachtet die «Exportwerbung für Schweizer Textilien» als eine ihrer vornehmsten Aufgaben. Mit dem Einblick in Kollektionen und den Produktionsprozess vermittelt man den Nachwuchs-Designern auch Verständnis für den hohen Qualitätsmassstab, den die Schweizer Textilindustrie an ihre modischen Produkte stellt. Dieser Anspruch und dieses Niveau machen den jungen Talenten damit auch verständlich, warum sich Schweizer Textilien auch preislich vom ausländischen Angebot abheben.

Die nachfolgend vorgestellten Modellprojekte bilden für Jung-Designer oft die erste Gelegenheit mit den hochwertigen Stickereien und Stoffen aus der Schweiz etwas gestalten zu können. Dabei profitieren sie von der Grosszügigkeit der Industrie. Denn für die Schulen wären die Materialien kaum erschwinglich.

Eine weitere Motivation dieser Aktionen ist diejenige, Talente zu entdecken, zu fördern und der Branche auch zu erhalten. Frische Talente gehören, neben höchstem technischen Know-how, zum wichtigsten modischen Kapitel der Textil- und Konfektionsindustrie. Eine Bekleidungsindustrie mit kompetenten Kreativen und hohen modischen und qualitativen Ansprüchen ist der ideale Partner für die Schweizer Textilindustrie und ihre

hochspezialisierten Kreationen. Die periodisch stattfindenden «Rencontres Suisses du Jeune Talent» zum Beispiel vermitteln ganz hautnah direkten Kontakt zwischen Nachwuchs und nachwuchssuchenden Modeleuten und -industrie, vor allem aus dem Ausland. Sind überdurchschnittliches Können und grosse Kreativität vorausgesetzt, vermittelt die Schweizer Textilindustrie dem Designernachwuchs echte Start-hilfen.

Textiles Sponsoring ohne Grenzen

Neben den eigentlichen textilen Grossveranstaltungen, den «Rencontres», das letzte fand 1989 in St. Gallen mit einer Beteiligung von Modestudenten aus elf Ländern statt, weitet die «Exportwerbung für Schweizer Textilien» die Zusammenarbeit mit Ausbildungsstätten künftiger Modemacher kontinuierlich aus. Momentan sind, zusätzlich zu anderen Promotionsaktivitäten, allein fünf Modeentwürfsprojekte mit ganz unterschiedlichen Zielsetzungen schon angelaufen oder in Vorbereitung. Dabei übernehmen die Sponsoren einmal mehr die Rolle der Talentförderung und -vermittlung. Wie bei allen Sponsoraktivitäten ist damit natürlich auch immer die Förderung und Profilierung des eigenen Images bei einer internationalen Kundschaft mit ein Grund für die Unternehmung. Da dieses Ziel sehr diskret verfolgt wird, verzichtete man bisher zum Beispiel bewusst auf Markenwerbung. Die folgenden Beispiele illustrieren, wie das textile Sponsoring funktioniert:

Moderne Lingerie im Trend der 50er Jahre

Kürzlich präsentierte die bekannte französische Modeschule «ESMOD», an ihrem Hauptsitz in Paris, eine kleine Kollektion Lingeriemodelle. Diese Dessous wurden aus Schweizer Jersey und St. Galler Stickerei realisiert. Im Auftrag der «Exportwerbung für

Schweizer Textilien» entwarfen die Schüler, ganz im aktuellen Modetrend, Bodys, also körpernahe Einteiler, in verschiedenen Spielarten. Denn dass Dessous nicht nur zu Jeans salonfähig wurden, und sich die Grenzen zwischen Tag und Nacht, zwischen Wäsche zum «darunter» oder zum «darüber» zu tragen verwischen, ist den Modeschülern nicht entgangen. Auch die momentan grosse Beeinflussung der Mode durch Einflüsse aus den 50ern und 60ern ist unverkennbar. Corsagen mit Bügel-BHs erinnern an Marilyn Monroes «Some like it hot» oder an die Glanzzeiten Hollywoods. Auch das Thema «Stretch», also superelastische und hautnah anliegende Stoffe und auch elastische Stickereien, wurde begeistert umgesetzt.

Ende Mai hatten dreissig Absolventen der deutschen «Fachhochschule Niederrhein» mit Sitz in Mönchengladbach, die ausserordentliche Gelegenheit, anlässlich einer Schweizer Textilreise praktisch die gesamte Palette Schweizer Textilschaffens kennenzulernen: Sie waren die Gäste von acht führenden Unternehmen der Branche.

Am 27. Juni 1991 wird in Amerika, in Los Angeles, eine Modeschau, ganz mit Schweizer Stoffen, über die Bühne gehen. Hier ist der Partner das «Fashion Institute of Design and Merchandising». Dieser Grossanlass steht gleichzeitig im Zeichen des Schweizer 700-Jahr-Jubiläums. Mit dem amerikanischen Fashion-Institute, - fünf Collages verteilt auf ganz Kalifornien unterrichten dreitausend Studenten, - verbinden die Mitgliedfirmen der «Exportwerbung für Schweizer Textilien» jahrelange, freundschaftliche Verbindungen und Kontakte.

Grundsätzlich reicht das Spektrum an Projekten für Trendmodelle - an denen die «Exportwerbung» zur Zeit arbeitet - vom Thema Herren-Freizeitbekleidung über sommerliche Damenmode in Baumwollstoffen bis zur Kinderbekleidung. Dieses weitgespannte Feld ist vor allem auch für die Modeschüler abwechslungs- und sehr lehrreich.

Die Schweizer Textilindustrie demonstriert mit diesen Aktivitäten, nicht nur im Jubiläumsjahr 1991, ein Stück Schweizer Kompetenz und Know-how, das in anderen Branchen kaum zum Standard gehört. Sie trägt damit Schweizer Tradition und Kompetenz ins Ausland und schafft damit nicht nur der Schweizer Textilindustrie Ansehen und Auskommen.

Hansjörg Rau
Exportwerbung für Schweizer
Textilien, St. Gallen ■

Wünsche an Textilmaschinen- bauer und Leit- systemanbieter

Die Anforderungen der Textilindustrie an ihren Maschinenpark haben sich in den vergangenen Jahren erheblich gewandelt. Ursachen sind Qualitätssteigerung, zunehmender Kostendruck - unter anderem wegen stetig abnehmender Losgrössen - verschärfte Umweltschutzbedingungen, Flexibilität und erhöhte ergonomische Anforderungen an die Geräte und Anlagen. Diese Veränderungen erfordern einen engeren Dialog zwischen Textilindustrie und Maschinenherstellern sowie Leitsystemanbietern. Darauf weist der Technische Ausschuss des Industrieverbandes Gewebe hin.

Schwerpunkte bei der Entwicklung von Maschinen und anderem technischen Gerät müssten nach Ansicht des Technischen Ausschusses in Zukunft gelegt werden auf:

1. Optimierung und Konstanthaltung des Schlichteauftrages.
2. Verfeinerung der Breithalte-Systeme mit dem Ziel, Schussbogieigkeit und Beschädigungen des Gewebes zu vermeiden.

3. Verbesserung der Webkanten und Reduzierung des Kantenabfalls.
4. Verbesserung der Gewebekontrolle durch automatisches Fehler-Erkennen, -Registrieren und -Markieren.
5. Weiterführung der Automatisierung von Webmaschinen hinsichtlich Sensorik, Einstellungen, Bedienungskomfort sowie On-line-Informationen zur Webprozesskontrolle und -Steuerung für die Herstellung von reproduzierbaren Gewebegütern.
6. Vergrösserung der Wartungsintervalle sowie Zeitminimierung für Kontroll- und Wartungsarbeiten.
7. Reduzierung der Rüstzeiten bei Kett- und Artikelwechsel durch automatisierte rationelle Vorrichtungen und Handhabungssysteme für die Webmaschine.
8. Für die Lärm-, Erschütterungs- und Reinigungsproblematik einer Webmaschine gilt es Wege mit neuen Konstruktionsprinzipien zu beschreiten.
9. Weitere Verringerung des Gesamtenergiebedarfes einer Webmaschine.
10. Verlängerung der Standzeiten für die Ersatz- und Verschleissteile.
11. Normierung eines Netzwerkes für die Datenübertragung aus und in Einzelmaschinen, Maschinengruppen oder Abteilungen sowie zur Verwendung in anderen Schichtebenen.
12. Verwendbarkeit des Zubehörs (zum Beispiel Schäfte, Webblätter, Kett- und Warenbäume usw.) in Webmaschinen von verschiedenen Herstellern bei zum Beispiel gleicher Einzugsbreite im Webblatt.

Die notwendigen Produktionsinformationen ist eine Seite, hingegen sind die reproduzierbaren Maschineneinstellungen und -überwachungen (on line) die andere Seite. Das Ziel sollte sein, nicht nur Stillstandsregistrierung, sondern vielmehr Stillstandsvermeidung im Hinblick auf eine