

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textildachleuten

Band: 99 (1992)

Heft: 3

Rubrik: Tagungen und Messen

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: 11.01.2026

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

Rechnet man in einem normalen Jahr mit einem Verbrauch von 80/85 000 Ballen, so ist der Rückgang doch recht massiv ausgefallen. Das Jahr 1989 bestätigt den Nachholbedarf resultierend aus der Kargheitsperiode 1987/88 und führte zweifellos zu überhöhten Lagern in Europa. Dies wiederum trug zum Teil zum Importrückgang in den Jahren 1990/91 bei. Wie dem auch sei, man kann annehmen, dass sich heute die Verarbeitung von Seide auf einem um ca. 40% niedrigeren Niveau bewegt. Die Geschäfte sind dementsprechend auf allen Stufen hart umkämpft.

Die chinesische Preispolitik war auch ein Hauptthema am internationalen Seidenkongress in Taormina/Sizilien Anfang November 1991. Es wurde vor allem bemängelt, dass seidene Fertigprodukte aus China im Vergleich zum Exportpreis für das Rohmaterial viel zu billig angeboten werden. In der Tat wurden auf unsern Märkten in den letzten zwei Jahren grosse Mengen billiger Fertigprodukte aus dem Fernen Osten angeboten, die sich zugegebenermassen eines guten Zuspruchs der Käufererschaft erfreuten. Ob diese der Reputation der Seide zuträglich sind, bleibe dahingestellt. China konnte auf diese Weise auf alle Fälle einen Teil seiner Überproduktion absetzen.

Mit der nun erfolgten Preisreduktion für Rohmaterialien wurde diesem Wunsch zum Teil entsprochen. Es dürften dahinter jedoch noch andere Gründe liegen. Da ist einmal der Markt, der auf die Preise drückt. In allen Teilen der Welt wird jeweils über den Preis versucht, einen stockenden Absatz in Schwung zu bringen. Nicht ausseracht zu lassen ist zweifellos auch die chinesische Absicht, andere Produzenten (Brasilien, Vietnam usw.), die ihnen Marktanteile streitig machen könnten, zu discouragieren. Diese präsentierten in Taormina recht eindrucksvolle Entwicklungsprogramme.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Aussichten sowohl was die Produktion als auch was den Konsum anbelangt, als ungewiss beurteilt werden müssen.

Louis Zosso,
Desco von Schulthess AG, Zürich ■

3. Heimtextil Asia

Über 90 000 Besucher aus der gesamten Region Asien/Pazifik; deutlicher Anstieg des Fachbesucheranteils im Vergleich zum Vorjahr; Fachmesse-Charakter dank deutsch-japanischer Kooperation – dies die Fakten einer eindrucklichen Heimtextil Asia auf dem Makuhari-Messegelände bei Tokyo.

Mit über 90 000 Besuchern verzeichnete die dritte gemeinsame Veranstaltung der Messen «Heimtextil Asia» und «Japantex» einen durchschlagenden Erfolg. Die viertägige Parallelpräsentation der insgesamt 463 Aussteller aus 27 Ländern – darunter 143 im Rahmen der «Heimtextil Asia» – war ein echter Anziehungspunkt für die Facheinkäufer der verschiedenen Handelsstufen aus Japan sowie der gesamten asiatisch-pazifischen Region.

Intensiver Erfahrungsaustausch

Die «Heimtextil Asia»-Aussteller begrüsst die Nähe zu ihren Kunden auf der «Japantex» und die Möglichkeit zu einem intensiven Erfahrungsaustausch mit Designern und Produktplanern der jeweiligen Firmen.

Der Anteil reiner Fachbesucher ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. In der Rangfolge der Fachbesucher sind an erster Stelle Architek-

ten, Designer und Koordinatoren zu nennen, dicht gefolgt von Entscheidungsträgern aus Kaufhäusern, Fachgeschäften sowie Raumausstattern.

Stärkste Besuchernationen aus dem Ausland – aus japanischer Sicht – waren Korea und Taiwan.

Positive Erfahrungen

Die europäischen Aussteller äusserten durchweg grosse Zufriedenheit mit dem Verlauf der Messe.

Die zehn britischen Aussteller sind durchwegs zufrieden mit der Heimtextil Asia. Auch sie sind sich jedoch der Tatsache bewusst, dass der japanische Markt viel Zeit und Geduld erfordert. Während die sieben belgischen Anbieter durchwegs Zufriedenheit über den Messeverlauf äusserten, betonten auch die italienischen Aussteller die Notwendigkeit der kontinuierlichen Präsenz auf dem japanischen Markt.

UT ■

Historisches Hoch der Messe Frankfurt GmbH

Mit 36 373 Ausstellern, die auf 25 Messen und Ausstellungen eine vermietete Nettofläche von rund 1,3 Mio. m² belegten, bilanziert die Messe Frankfurt GmbH einen neuen Höchststand in ihrer Unternehmensgeschichte. Gegenüber dem turnusbedingten Vergleichsjahr 1989 wuchs die Ausstellerzahl nochmals deutlich um 12%.

Wie Finanzgeschäftsführer Edgar Gido anlässlich der Jahresabschluss-Pressekonferenz in Frankfurt mitteilte, sei der Internationalitätsgrad zwar leicht rückläufig. Dennoch erhöhte sich die absolute Zahl der ausstellenden Unternehmen aus dem Ausland nochmals um 8,5% auf den neuen Spitzenwert von rund 18 000. Mit 2,6 Mio. Besuchern

wurde das Ergebnis von 1989 erreicht. Mit einem vorläufigen Umsatzergebnis der Messe Frankfurt GmbH von rund 310 Mio. DM und einem Gesamt-Messeplatzumsatz von über 400 Mio. DM konnten gleichfalls zwei neue Rekordmarken erreicht werden.

Von einem «deutlich verschärften Wettbewerb» im internationalen wie

nationalen Messegeschäft berichtete Eike Markau, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt. Allein in Deutschland seien für den Neu- oder Umbau von grossen Messeplätzen Investitionen von rund 6 Mrd. DM veranschlagt. Weltweit stiege die verfügbare Hallenfläche in den kommenden vier Jahren um rund ein Drittel auf über 10 Mio. m².

Der EG-Binnenmarkt und der geplante Europäische Wirtschaftsraum setzten zwar erhebliche Handelsimpulse frei, jedoch entstünden damit allein noch keine neuen, international messefähigen Branchen.

Die Schweiz auf den Frankfurter Messen

Der Messeplatz Frankfurt spielte auch 1991 eine entscheidende Rolle im Absatz- und Beschaffungsmarketing der schweizerischen Wirtschaft.

Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich 1991 die Präsenz Schweizer Fachbesucher und Aussteller auf den Eigen- und Gastveranstaltungen der Messe Frankfurt. Insgesamt beteiligten sich 1991 exakt 1071 Unternehmen aus der Schweiz – das sind 13% mehr als im Vorjahr – an den Frankfurter Messen. Von besonderer Attraktivität für Schweizer Aussteller waren Konsumgütermessen «Premiere», «Ambiente» und «Herbst» sowie die Internationalen Fachmessen «Heimtextil» und «Interstoff». Neun von zehn Schweizer Ausstellern beteiligten sich an diesen Veranstaltungen.

Auch auf der Besucherseite galt diesen Messen grösstes Interesse. Es reisten insgesamt etwa 25 000 Fachbesucher aus der Schweiz an.

Die Schweizer Unternehmen beteiligten sich darüberhinaus auch an zwei Frankfurter Exportmessen, die 2. «Heimtextil Asia» in Tokio (1) und die 5. «Interstoff Asia» in Hongkong (28). Das Weltmessekonzept der Messe Frankfurt, das den Transfer von erfolgreichen Heimveranstaltungen in die Weltmarktregionen beinhaltet, wurde damit eindrucksvoll bestätigt.

Natural AG/SA,

Messe Frankfurt, Basel ■

1. geotechnica Köln

Die Besucher schlossen sich der Ausstellermeinung an: Hatten die 440 beteiligten Unternehmen aus 13 Ländern bereits am Schlusstag der geotechnica 1991 nahezu einstimmig der Besucherqualität und der Messekonzeption beste Noten zugedacht, so zeigten sich auch fast 95% der Besucher «zufrieden» und «sehr zufrieden» mit dem Angebot der ersten Internationalen Fachmesse und Kongress für Geowissenschaften und Geotechnik in Köln.

Die geotechnica in Köln war das erste übergreifende Kommunikationsmedium einer heterogenen Branche, die damit ihren Markt- und Messeplatz gefunden hat – mit einem umfassenden Angebot an Ausstattung, Geräten und Know how aus der Investitionsgüterindustrie, dem Dienstleistungssektor und der wissenschaftlichen Forschung und Praxis.

Von den 18 000 Besuchern aus 37 Ländern kamen 46,8% und damit der grösste Teil aus Wissenschaft und Forschung, dicht gefolgt von Repräsentanten der Wirtschaft (35,7%) und schliesslich Vertretern der öffentlichen Verwaltung (15%).

Das geotechnica-Consulting-Center, Sanierung, Entsorgung, Planung und Umwelttechnik, war für die Besucher der wichtigste Angebotsschwerpunkt.

Köln Messe, D-5000 Köln 21 ■

Internationaler Kongress über Textilveredelung

«Quantität – Qualität – Spezialität» ist das Motto des 16. IFVTCC Weltkongresses, den das Niederländische Textilinstitut vom 9. bis zum 11. Juni 1993 organisiert. Die Internationale Föderation der Vereine der Textilchemiker und Coloristen (IFVTCC) ist eine Vereinigung nationaler Verbände von Textilchemikern. Das Kongressmotto bezieht sich auf das Spannungsfeld, in dem

sich die Textilindustrie in den entwickelten Ländern befindet. Einerseits strebt man nach grossen Aufträgen, mit denen jedoch verhältnismässig nur kleine Gewinnspannen erreicht werden können, andererseits muss man sich durch hohe Qualität, zuverlässige Lieferzeiten und Kontinuität unterscheiden. Ausserdem müssen dem Markt modische und technische Spezialitäten angeboten werden.

Der Kongress findet in Maastricht, im äussersten Süden der Niederlande statt. Es werden ungefähr 500 Teilnehmer aus verschiedenen Teilen der Welt erwartet. In einem kürzlich erschienenen Aufruf werden Forscher und Textilchemiker aufgefordert, einen Beitrag zum Kongress zu liefern.

IFVTCC, Maastricht ■

Steigende Einkäuferzahlen an der Modewoche München

34 000 Einkäufer aus 35 Staaten besuchten die Modewoche München im Februar 1992. Dies bedeutet eine erfreuliche Steigerung gegenüber der Vergleichsmesse Februar 1991 mit 32 000 Einkäufern. Erfreulich ist der Anstieg der ausländischen Besucher, deren Anteil bei 18% lag. Österreich und Italien legten dabei deutlich zu.

In der schwierigen Gesamtmesse-Situation im DOB-Bereich, zeigt sich mehr und mehr die Konzentration auf das grosse geographische Umfeld der Messe. Hierbei spielen, neben Österreich, der Schweiz und Italien, zunehmend die osteuropäischen Staaten mit Slowenien, CSFR und Ungarn eine Rolle, wenn auch wohl zunächst im informativen Bereich.

Die Veränderung des Messebildes mit steigendem Anteil des Informationsbedürfnisses der Fachbesucher zum frühen Termin zeigt sich insbesondere daran, dass alle Infoveranstaltungen und Infoschauen der Modewoche München völlig ausgebucht waren. Dies bezieht sich sowohl auf die Modeinfor-

mation des DMI als auf die erstmalige Veranstaltung Leder-Fashion und Marketing-Trends, als auch auf die MWM-Trend- und die MWM-Trachtenschau. Der in diesem Zusammenhang geprägte Begriff der Multifunktions-Messe (Information, Kundenkontakte, Orders) zeigt sich immer deutlicher.

Eine Besucher- und Ausstellerbefragung eines unabhängigen Markt- und Meinungsforschungs-Institutes zeigt folgende Ergebnisse: 49% der Besucher orderten, 21% der Einkäufer erteilten Nachmusterungsbefragungen. 53% der ordernden Fachbesucher platzierten ihre Orders auf dem Messegelände. Rund 35% der ordernden Fachbesucher kauften dabei für DM-Beträge über 50 000 DM ein, 24% für über 100 000 DM. Der Schwerpunkt des Interesses lag bei Young Fashion, Masche, Loden und Tracht, Leder, Accessoires.

UT ■

Interstoff Frühjahr '92

Drei Neuheiten zeichnen die kommende Frühjahrs-Interstoff aus. Erstmals werden die herstellerübergreifenden Informationsangebote zum Thema Stoffmode an einem Ort zusammengezogen. Der Fashion Point – vormals in Halle 7 – wird künftig in Halle 3 positioniert sein. Zusätzlich finden die internationalen Facheinkäufer in dieser Halle die Stände der Fachzeitschriften aus aller Welt und der Designer. Auf diese Weise soll für die Fachbesucher ein Maximum an Informationstransparenz verbunden mit einem Minimum an Laufwegen realisiert werden.

Rund 1100 Aussteller aus 40 Ländern werden zur Interstoff Frühjahr vom 7. bis 9. April wiederum ein hohes Mass an Weltmarkttransparenz schaffen. Das Themenangebot umfasst die stoffrelevanten Segmente Weben (55%), Drucken (11%), Stricken (4%), Sticken (4%), Veredeln, Faser- und Garnherstellung sowie Design und Zubehör. Rund 60% der Aussteller kommen aus dem Ausland. Die stärksten Ausstellerguppen werden nach der Bundesrepublik Deutschland, nach Italien, Frank-

reich und Grossbritannien sein. Erwartet werden rund 25 000 Fachbesucher aus 75 Ländern.

Ein Trend-Happening – Garn, Stoff, Silhouette, Design und Information – findet in Halle 3.0 statt. Zentraler Informationsbaustein auf dieser Hallenebene wird wieder der Fashion Point sein. Er präsentiert den internationalen Facheinkäufern die durch den internationalen TrendTable (Stoffe) und Basic-Line (Garne) erarbeiteten «trendig» abgesicherten Highlights der Stoffbranchen für die DOB, HAKA, Kinderkonfektion und Sportswear.

Eine räumliche Konzentration der Angebote zeichnet auch die Interstoff-Accessoires aus. Diese «Messe in der Messe» wird erstmalig in der gesamten Hallenebene 5.1 platziert. Eine spezielle Produktpräsentation in Sachen Zubehör unterstützt die wachsende Bedeutung von modischen Knöpfen, Bändern, Borten und Litzen für die Konfektion.

Neu ist schliesslich die Einführung des Angebotsbereichs «Lohnkonfektion». Entsprechend der betriebswirtschaftlichen Bedeutung grenzüberschreitender Arbeitsteilung innerhalb der Textilwirtschaft, ist die Integration dieses Sektors auch ein Ausdruck für das Selbstverständnis der Interstoff als Messedienstleister für die internationale Textilwirtschaft.

JR ■

Raumtex '92 mit 13 200 Fachbesuchern

Eine rauschende Premiere feierte die neue Stuttgarter Fachmesse Raumtex. An drei Veranstaltungstagen informierten sich insgesamt 13 200 Fachbesucher auf dem Messegelände am Killesberg über Produkte, Trends, gestalterische Innovationen und technische Neuheiten im Raumausstattungs- und Heimtextilbereich. Hervorragenden Anklang fand dabei die spezielle «Stuttgarter Mischung» der Raumtex, die mit Industrie, Handel und Stoffverlegern unter einem Dach einen umfassenden Marktüberblick bot.

Aussteller wie Besucher bewerteten die Raumtex 92 einhellig positiv. Von den rund 320 Firmen (davon 12% aus dem Ausland) waren 97% sowohl mit der Anzahl als auch mit der Qualifikation der Fachbesucher zufrieden.

Die Aussteller registrierten Besucher aus 14 Nationen. Für den Anstieg hohen Stellenwert der Raumtex spricht auch die Tatsache, dass über die Hälfte der Aussteller Neuheiten präsentierten.

Messe Stuttgart, D-7000 Stuttgart ■

Swissbonding '92

Vom 19. bis zum 21. Mai 1992 findet in Basel das 6. internationale Symposium Swissbonding '92 statt.

Das Kleben und Vergiessen hat sich seit einigen Jahren in vielen Industriezweigen bewährt. Im Bereich der Elektronik und der Elektrotechnik finden Kleb- und Dichtstoffe Anwendung im Fahrzeugbau, in der Raumfahrtindustrie, Unterhaltungselektronik, Optik und Telekommunikation. Die schnelllebige Technik, der ständige Wandel der Anforderungsprofile erfordert eine ständige Neuinformation in den Fachbereichen Elektronik, Mikroelektronik, Mechanik, SMD-Technologie, Sicherheitssysteme, Raumfahrttechnik, KFZ-Technik. Das 6. Fachsymposium Swissbonding '92 soll die Kleb- und Vergusstechnologie verständlich machen. Aus Industrie und Forschung werden neue Produkte und deren Anwendung vorgestellt.

Das Programm ist bewusst für den Anwendungstechniker von Klebstoffen zusammengestellt. Das Seminar ist zum besseren Verständnis der Klebtechnik und deren Anwendung gedacht und vermittelt allgemeine Grundkenntnisse.

Programminhalte:

- 19. Mai 1992:
Grundlagen, Oberflächentechnik beim Kleben
- 20. Mai 1992:
Klebstoffe – Anwendung – Praxis
- 21. Mai 1992:
Qualitätssicherung und Prüftechnologie

UT ■