**Zeitschrift:** Schweizer Textilien [Deutsche Ausgabe]
**Herausgeber:** Schweizerische Zentrale für Handelsförderung
**Band:** - (1959)
**Heft:** 3

**Artikel:** Die Seidenwoche 1959
**Autor:** F.
**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-793462

**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:** 23.08.2025

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

# Die Seidenwoche 1959

*Eine eindrucksvolle Kollektivwerbung*

Seit Jahren macht es sich die Zürcherische Seidenindustrie-Gesellschaft, Zürich, als Dachorganisation verschiedener schweizerischer Verbände der Seidenfabrikation und des Seidenhandels, zur Aufgabe, Erzeugnisse aus reiner Seide zu propagieren. Im Rahmen dieser Kollektivwerbung finden verschiedenartige Massnahmen Platz, so z. B. die Herausgabe einer illustrierten Seidenfibel, Seidenfilme zur Vorführung vor Belegschaften — eher dokumentarischen Stils — und andere, die im Vorprogramm städtischer Kinos gezeigt werden. Auch Pressekonferenzen mit gleichzeitiger Vorführung neuester Seidenstoffe und Modelle gehören in den Bereich dieser Werbung ebenso wie das stete Bemühen um den Konsumenten, sich bei festlichen Anlässen auch festwürdig zu kleiden. Die imposante Schaustellung seidener Gewebe an der Mustermesse, in der Halle der «Création», war auch dieses Jahr überaus eindrucksvoll. Immer auch erscheinen im Frühling grosse Inserate in Frauen- und Modeblättern, die es den Frauen aller Stände bewusst machen : Es gibt nichts Schöneres als reine Seide !

Im Rahmen dieser verschiedenen Bemühungen um echte Seide nimmt die Schaufensterwoche, die jeweilen im Frühling durchgeführt wird, eine Sonderstellung ein. Denn sie ist ein Gemeinschaftswerk zwischen der organisierenden Seidenindustrie-Gesellschaft und den Textildetaillisten der Stoff- und Konfektionsbranche.

Dieses Jahr waren es wiederum rund 240 Firmen, die während der Zeit vom 18. bis 25. April eines oder mehrere Schaufenster in den Dienst der gemeinsamen Sache stellten. Alle diese Firmen haben sich als Kennzeichen der Einheitlichkeit des farbigen Plakates bedient, das oft auch in den nachfolgenden Wochen in den Verkaufsräumen selbst auf Seidenerzeugnisse hinweist. Alle Firmen verteilen auch den kleinen Prospekt mit den « 12 goldenen Regeln zur Behandlung der reinen Seide », der in engster Zusammenarbeit mit Praktikern im Waschen und Bügeln reiner Seide zusammengestellt wurde.

Natürlich eröffnete nicht jede der 240 Firmen ihre Schaufensterausstellung mit dem ersten Glockenschlag am 18. April 1959. Hie und da gab es vorzeitige Zündung, oft auch etwas Verspätung. Wenn man aber bedenkt, dass keinerlei Zwang ausgeübt wird und dass auch dem seidenfreundlichsten Unternehmer, dem tüchtigsten Dekorateur als Belohnung höchstens das Dankwort des Vertreters der Veranstalter, der da und dort Kontrollbesuche macht, winkt, dann ist dieser kollektive Einsatz wirklich erstaunlich und höchst erfreulich.

Gar manches Detailgeschäft gab sich Mühe, eigene Transparente mit japanischen Figuren herzustellen ; farbig bemalte Bambusmatten, Bambusstöcke, japanische Laternen und bestickte Wandbilder schufen « seidene Atmosphäre ». Ein sehr bekanntes Zürcher Haus liess eigens Kartellen drucken, auf denen in japanischer Schrift der Slogan « Es gibt nichts Schöneres als reine Seide » geschrieben stand. Dieselben markanten Schriftzeichen schmückten auch einheitlich die 10 Seidenfester dieses Geschäftes. — Aber auch wo im kleinen Laden auf dem Lande oder in der Kleinstadt nur zwei Seidenblusen und ein Seidenröcklein, vielleicht auch ein paar Seidenschals ausgestellt waren... auch dieser bescheidene «Seiden-Corner» wurde mit Liebe zur Sache gestaltet.

In grossen Geschäften wurden da und dort auch besonders attraktive Seidentische hergerichtet, wo ausschliesslich — sehr hübsch aufgemacht — Seidenstoffe angeboten wurden. Das ist sehr klug; denn Schaufenster vermögen wohl die Neugier zu wecken, befühlen kann man aber Seide dort nicht. Und man muss sie betasten können, um sie ganz zu erleben.

Es mag manchem Textildetaillisten schwer fallen, eine solche Sonderaktion zur vorgeschriebenen Zeit in seinen Schaufensterplan einzubauen. Um so dankbarer ist die Zürcherische Seidenindustrie-Gesellschaft dafür, dass sich seidentreue Geschäfte seit Jahren immer wieder als Teilnehmer melden.

*Fr.*