

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1972)
Heft: 10

Artikel: Mode und Wirtschaft
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795904>

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: 29.12.2025

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

Mode und Wirtschaft



Victor Widmer
Direktor der Union AG und Präsident der
«Exportwerbung für Schweizer Textilien»
St. Gallen

— *Woher stammen die Hauptimpulse zur Kreation einer neuen Stickerei-Kollektion?*

— Für die Neuschöpfung einer Stickerei-Kollektion sind die vielfältigsten Momente mittragend:

- die Abwandlung des Zeitgeistes auf die Produkte,
- die Beobachtung der soziologischen Struktur-Tendenzen,
- die Wandlungen der Wohn- und Lebensgewohnheiten,
- konkrete und spontane Ideen ausländischer Stilisten und der eigenen Entwerfer.

Meinungen, Auffassungen und Wünsche der Kunden, Erfahrungen und Erfolge mit vorhergehenden Kollektionen oder Test-Versuchen; je nach Artikel, können alle Momente zusammenspielen oder nur einzelne davon.

— *Welche Modetrends werden in der Stickerei-Industrie für die neuen Sommer-Kollektionen verfolgt, und wie sieht die Farbpalette aus?*

— In der Sommerkollektion 1973 spielt die Romantik mit Rüschen und Plissee mit. Die typische Broderie anglaise dürfte einen Platz finden.

Von der Materialseite her Stoffe wie Cambric, Voile, Organza im Lingerie-look, und Fonds wie Batiste mit Tupfen und kleinen Effekten, sowie Vichy-Artikel, die phantasievoll überstickt werden.

Hauptsächlich lebhaftere Farben, sowohl im Fond wie in den verwendeten Stickmaterialien. Daneben wird aber *weiss* weiterhin eine bedeutende Stellung einnehmen.

— *Den Stickereien wird gelegentlich der Preis angelastet, den die Konfektion nicht immer zu zahlen gewillt ist. Wie verhält sich der Sticker zu diesem Problem?*

— Die Anmerkung wegen der Preisgestaltung beunruhigt uns im schweizerischen Herstellungsraum enorm. Die Frage lässt sich aber nicht verallgemeinern. Logisch ist, dass der grosse Massenkonfektionär weder modellige noch Boutique- oder Couture-Genres herstellt. Wenn er aber bereit ist, mit den Fabrikanten zu versuchen, den Artikel seinem Produktionsgenre anzupassen, so könnten mehr Grossverarbeiter staunen, wie leistungsfähig, nebst guter Qualität, und auch preislich interessant die schweizerischen Stickerei-Hersteller sind. Immer wieder stellen wir sowohl im In- wie im Ausland fest, dass sogar grösste Betriebe ausser-

ordentliche Verkaufserfolge erzielen, wenn sie modisch und qualitativ richtig liegende Schweizer Muster führen. Im übrigen zwingt uns der harte Konkurrenzkampf zu grössten Anstrengungen, und eine Kundschaft, die Stickereien noch wirklich zu werten vermag, weiss, wie flexibel die schweizerische Stickerei-Industrie ist.

— *Welche Märkte sind für die Schweizer Stickerei-Industrie momentan speziell interessant und welches sind ihre Bedürfnisse und Ansprüche?*

— Diese Fragen sind nicht ganz so einfach zu beantworten. Es hat sich innerhalb der schweizerischen Stickerei-Sparte schon eine ziemliche Spezialisierung entwickelt. Daraus ergibt sich, dass für die Firma A ein bestimmter Markt als bedeutend genannt wird, währenddem die Firma B mit ihrem Sortiment darin nicht Fuss fassen kann. Wenn ich aussage, dass nach wie vor Deutschland, Grossbritannien, Japan, Italien, Frankreich — und für Taschentücher die USA — wichtige Märkte sind, so soll diese Äusserung in Relation zum Vorhergesagten betrachtet werden. Die Verschiedenheit des modischen Empfindens von Nord bis Süd und West bis Ost bedingt eine intensive Marktforschung und damit eine sehr verfeinerte Musterung, sogar bis zum sogenannten Stapelartikel hinunter. Nach wie vor gibt es Stickereien, die von uns als wirkliche Leistung gewertet und auch von Interessenten mit höchster Bewunderung betrachtet werden, aus zoll- und devisenpolitischen Erschwerungen heraus in bestimmten Ländern aber einfach nicht gekauft werden können.

In andern Fällen, wie beispielsweise den Herrenhemden-Stickereien, sind die Konsumentinnen und Konsumenten noch nicht bereit, für eine schönere und bessere Ware über einen Gewohnheitspreis hinauszugehen.

— *Womit können künftig neue Märkte erschlossen werden, und was unternimmt die Stickerei-Industrie, um die Couture noch vermehrt an Stickereien zu engagieren?*

— Neue Märkte werden dann von uns sofort intensiv bearbeitet, wenn die einfuhrhemmenden Restriktionen verschwinden, oder die Verbesserung des Lebensstandards den Ankauf von Stickereien erlaubt.

Im weitem sind wir durch Einsatz aller möglichen PR-Varianten aktiv. Hierin nimmt die «Textiles Suisses» eine wichtige Stellung ein.

Bezüglich der Couture stehen wir besonderen Problemen gegenüber, denn sowohl die Alta Moda als auch die Pariser Haute Couture befinden sich selber in einer Umstrukturierung. Die besonders kreativen Exporteure setzen jedes Jahr zweimal enorme Mittel ein, um Bestleistungen in modischen Variationen herzustellen, an denen die Modeschöpfer nicht vorbeisehen dürften. In unserem eigens für die Beziehung zur Couture geschaffenen Comité vertreten wir aber nach wie vor die Auffassung, dass ein Überlassen der Coupons oder das Bezahlen entsprechender Modelle den Anreiz des Couturiers kaum zu erhöhen vermag.

**Schweizer
Fachleute
beantworten
Fragen
über die
Kollektionen
Frühjahr-
Sommer 1973**



Arnold Mettler-Bener
Präsident des Verwaltungsrates
der Firma Mettler & Co. AG
St. Gallen

— Damenblusen- und Herrenhemdenstoffe und deren Dessinierung überschneiden sich so stark, dass wir nur in seltenen Fällen bei der Kreation nur die eine oder die andere Sparte anvisieren. Einzig materialmässig zeichnen sich bei den Herrenhemdenstoffen Tendenzen zu etwas dichteren Einstellungen ab als bei den Damenblusengeweben. Es werden dort auch eher glatte Gewebe gesucht wie crêpierte Oberflächen.

— Werden bedruckte Gewebe gegenüber Unistoffen weiterhin Vorrangstellung einnehmen?

— Es unterliegt keinem Zweifel, dass das Druckangebot dermassen verführerisch sein wird, dass eine Abkehr von Druckstoffen nicht zu erwarten ist. Dagegen zeichnet sich doch ein schrittweiser Vormarsch von Unigeweben ab, welche in den beiden letzten Jahren offensichtlich vernachlässigt waren. Wer sich aber als individualistischer Träger oder als Konfektionär von der Masse abheben will, wird eher nach seinem besonderen Stil von Dessin und Kolorierung suchen als nach origineller Façon in Unimaterial. Wo Uni werden sehr viel Kontrastwirkungen, sei es Ton in Ton oder in Komplementärfarben, oder sei es auch nur durch Passepoilierung, gesucht.

— Wie verhält sich der Export nach europäischen Ländern zu demjenigen nach überseeischen Gebieten?

— Prognosen lassen sich in der Frage nach Absatzländern schwer stellen, und genaue Angaben wird ein Exporteur zudem nicht gerne preisgeben. Meine Firma beispielsweise exportiert rund 94 % der Produktion, wovon rund $\frac{2}{3}$ nach europäischen Märkten und knapp $\frac{1}{3}$ nach überseeischen Gebieten. Vom Absatz nach Europa entfallen rund $\frac{3}{5}$ auf EWG-Märkte und $\frac{2}{5}$ auf EFTA-Gebiete. Es liegen keine Anzeichen vor, dass für das neue Geschäftsjahr wesentliche Verschiebungen zu erwarten wären. Währenddem der grösste Markt im EWG-Gebiet liegt, erwirtschaften wir die grössten Zuwachsraten in einem EFTA-Land. Nur die Zusammenfassung von Aufträgen aus allen unseren modischen Geweben offenen Märkten erlaubt uns die Aufrechterhaltung einer einigermaßen rationalen Produktion.

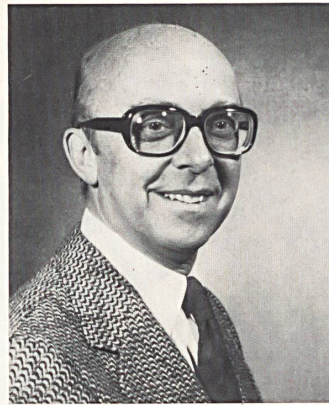
— Inwieweit beeinflusst die Haute Couture die Dessinierung einer Nouveauté-Kollektion für Konfektion und Meterware?

— Ohne den Einfluss der Haute Couture geringe zu schätzen, dürfen wir uns wenig nach deren Schöpfungen orientieren, denn wir kreieren früher und nach anderen Kriterien. Wir sind auch farbfreudiger als es Paris im allgemeinen ist, und wenden uns vermehrt an eine junge Käuferschicht. Das trifft sowohl zu für den Meterwareverkauf als auch für unsere Verkäufe an die Konfektionäre aller Kategorien. Es ist im übrigen oft so, dass der modische Gewebefabrikant die Couture ebenso beeinflusst, wie dies umgekehrt der Fall sein kann.

— Blusen stehen zur Zeit im modischen Rampenlicht. Wurde bei der Kreation der Sommer-Kollektion 1973 bei Ihnen ein spezielles Blusenstoff-Sortiment eingeplant und dessinmässig von den Kleiderstoffen unterschieden?

— Als wir Lingeriegewebe und Heimtextilien aus unserem Fabrikationsprogramm strichen, wandten wir uns in zunehmender Weise der Kreation von Blusen und Herrenhemdenstoffen zu. Ein grosser Teil unserer Zuwachsraten fällt auf diese beiden Sparten. Natürlich ruhen wir nicht auf den Erfolgen aus, sondern suchen gezielte Kollektionen für diese beiden Konfektionsgebiete zu schaffen, unter Ausnützung aller Erfahrungen und Verbindungen.

— Werden die Materialien für Herrenhemden denjenigen für Damenblusen angeglichen oder weichen die beiden Gruppen stark voneinander ab?



Kurt Vogler
Verkaufsdirektor der Firma
Robt. Schwarzenbach & Co.
Thalwil/Zürich

— Sie haben in den letzten Jahren eine sehr umfassende Jersey-Kollektion aufgebaut. Wann und aus welchen Gründen hat Ihre Firma, die weit über ein Jahrhundert als eigentliche Seidenweberei bekannt war, diese besondere Sparte zu betreten begonnen?

— Vor rund zehn Jahren, als der Maschen-Boom noch in weiter Ferne lag, hat das Unternehmen Robt. Schwarzenbach & Co. als erste schweizerische Seidenfirma eine Wirkwaren-Abteilung eröffnet, in weiser Voraussicht, dass dieses Material mit seinen praktischen und bequemen Trageigenschaften mit der Entwicklung der Freizeitmode eine reelle Chance bekommen würde, was sich auch im Laufe der letzten Jahre mehr als bewahrheitete, fand es doch im ganzen Modegebiet bis hinein in die Haute Couture eine damals wohl kaum erwartete Beachtung. Während der letzten Jahre verlagerte sich daher der Schwerpunkt unserer Kollektion auf das Jersey-Gebiet, doch wurde unsere Web-Abteilung dabei in keiner Weise vernachlässigt, im Gegenteil: seit eineinhalb Jahren wird die Weberei mehr und mehr technisch modernisiert, um für eine voraussehbar vermehrte Nachfrage nach Webwaren gewappnet zu sein.

— Welche modischen Entwicklungen sind Ihres Erachtens auf dem Jersey-Sektor zu erwarten?

— Wenn auch behauptet wird, dass die Jersey-Mode ihren Höhepunkt überschritten habe, glaube ich nicht, dass die moderne Frau sich von diesem so vielseitigen und für die funktionelle Bekleidung so bequemen Material distanzieren wird. Gerade bei der heutigen Reiselust spielen problemlose Kofferkleider, die wenig Platz beanspruchen und weitgehend knitterresistent sind, eine beachtliche Rolle. Auch die Freizeit-Bekleidung, die darauf ausgeht, nicht nur sehr modisch zu sein, sondern auch möglichst grosse Bewegungsfreiheit zu gewährleisten, kann kaum auf Jersey verzichten. Wichtig in der Produktion ist, die richtigen Garnkombinationen zu finden, der vermehrten Forderung nach Mischungen mit Naturfasern zu entsprechen und natürlich dessinmässig immer in Tuchföhlung mit den in der Luft liegenden Modetrends zu bleiben.

— Ist bei den Gewebe-Nouveautés schon eine Verlagerung von Druck auf Uni-Ware festzustellen?

— Entgegen den Voraussagen behauptet sich Druck auf dem modischen Sektor in ungebrochenem Masse. Ver-

mutete man, dass der Trend eher auf kleinrapportigere Dessins tendiere, stellt man überrascht fest, dass grosszügige Muster mit grossen Rapporten ebenso gefragt sind, und zwar auf dem Web wie auf dem Maschensektor. Als Firma mit weltweiten Beziehungen sind wir sowieso gezwungen, der Diversifikation der verschiedenen Märkte Rechnung zu tragen und unsere Kollektion so umfassend zu halten, dass alle Geschmacksrichtungen angesprochen werden können. Die Rückkehr der Mode zur Renaissance des raffinierten Schnittes gibt natürlich dem Uni-Gewebe erneut eine Bedeutung. Wie weit jedoch die Mode darin gehen will, scheint heute schwer voraussehbar. Man kann aber einer anrollenden Uni-Welle auch im Drucksektor mit ruhigen Dessins und wenig kontrastierenden Koloriten begegnen; doch scheint den jetzt vorliegenden Erfahrungen entsprechend diese Frage für die Frühjahrs- und Sommer-Kollektionen 1973 noch keine konkrete Lösung zu fordern.

— Sind in Ihrer Kollektion noch reine Seidenstoffe vertreten?

— Als ursprüngliche Seiden-Firma sind wir nach wie vor bestrebt, die Tradition mit hochwertigen Seiden-Qualitäten fortzusetzen, um einer anspruchsvollen Kundschaft ein gediegenes Sortiment an uni und bedruckter Seidenware vorzulegen, wie Shantung, Taft — nach welchem immer noch eine enorme Nachfrage besteht — Satin, Crêpe und unsere Seidengabardine für Mäntel und Kostüme in Schwarz und Weiss. Daneben besteht auch unsere vielseitige Kollektion von Krawattenstoffen.

— Wie setzt sich Ihre Frühjahrs- und Sommer-Kollektion zusammen?

— Einerseits sind es die verschiedenen Jersey-Qualitäten: Jacquard und Druck mit assortierter Uni-Ware aus Tersuisse®, gemischten Garnen und auch aus reiner Baumwolle. Für Cocktail und Abend wird Lurex® eingesetzt. Andererseits beinhaltet der Websektor ein spezielles Angebot an Mantel-, Kostüm- und Kleiderstoffen im Leinen-Look, mit Shantung-Effekten und auch als Buntgewebe. Wichtig sind flache Baumwoll-Jacquards bedruckt und Scherli-Dessins, dann natürlich unsere Seidendrucke auf Twill, Shantung und Etamin. Daneben pflegen wir unsere modisch angepassten Standard-Qualitäten, welche die internationale Kundschaft immer wieder verlangt. Neben der pflegeleichten Synthetic-Ware sind vermehrt wieder Naturfasern eingesetzt worden, in erprobten Mischungen oder rein, um dem jetzt geltenden Trend gerecht zu werden.

Verkauf: Herren A. Hunziker,
Th. Müller, U. Ruckstuhl
und W. Schoch

Fabrikationsprogramm:
Gewebe und gewirkte
Nouveautés für Damen-
bekleidung.
Spezialität: Druck auf Seide,
Baumwolle und Synthetics.

Legende: 1. «Coton
Corona», Double face, 100 %
Baumwolle knitterfrei,
150 cm — 2.+8. «Silka»,
bedruckte Reinseide, 90 cm
3. «Arabella», Reinseide,
bedruckt, 90 cm —
4.+9. «Satin Tilbury»,
100 % Baumwoll-Satin,
90 cm und 140 cm —
5. «Morena»-Mischgewebe
aus Fibranne/Baumwolle/
Seide für Kostüme und
Mäntel, 150 cm — 6. «Sor-
rento», Baumwoll-Jacquard,
90 cm — 7. «Carola»,
Jersey aus Tersuisse @/
Acryl/Leinen/Baumwolle,
150 cm.

**H. GUT & CO. AG
ZÜRICH**



27. Interstoff: Halle 4
Gang A Stand 114

Verkauf: Herren O. Stahel
(Verkaufschef), R. Landolt,
H. Eichholzer und
R. Laederach

Fabrikationsprogramm:
Gewebe für Damenkleider,
Herrenhemden, Freizeit-
und Strandmode, Kinder-
kleider, Blusen und
Cocktailkleider, bedruckt,
buntgewoben, bestickt und
uni in Baumwolle, Zellwolle,
Viscose, Wolle, Seiden- und
Nylon-Organza.

Legende: 1.+2.+3. Satin
« Rivoli », 100 % Baumwolle,
pflegeleicht ausgerüstet —
4. Voile « Marina », 100 %
Baumwolle, pflegeleicht,
140 cm — 5.+6. Gabardine
« Amalfi », 100 % Baum-
wolle, pflegeleicht, 137 cm.

**TACO AG,
GLATTBRUGG**



27. Interstoff: Halle 4 Gang E/F
Stand 532/633

Fabrikationsprogramm: Gewebe
mit leinenartigem Charakter für
Kostüme und Sommermäntel.
Modisch hochwertige Damen-
kleiderstoffe, gewoben, gewirkt
und bedruckt, grosse Kollektion an
Krawattenstoffen.



Legende: 1. « Bagatelle », Mischgewebe
für Mäntel, Kostüme, 150 cm — 2. Tersuisse ®
« Terotina », Jacquard-Jersey aus
Tersuisse ®/ Baumwolle — 3. Tersuisse ®
« Juwel », Jersey aus 77 % Tersuisse ®,
15 % Viscose, 8 % Lurex ® — 4. « Avanti »,
Interlock-Jersey bedruckt aus 100 %
Tersuisse ® — 5.+6. « Toscana »,
Piqué Jacquard bedruckt, 100 %
Baumwolle — 7. « Dannbia », 100 % Seide,
140 cm — 8. Jersey Tersuisse ®-Shantung,
96 % Tersuisse ®, 4 % Seide, bedruckt mit
Co-ordonates.



STEHLI SEIDEN AG, OBFELDEN

27. Interstoff: Halle 4 Gang B/C
Stand 224/325

Verkauf: Herren E. Keller und G. Vedolin

Fabrikationsprogramm: Hochmodische
Kleiderstoffe DOB für Nachmittag und
Abend in uni und buntgewoben.

Legende: Georgette Karo — 2. Tersuisse ©
Taffet im Karo Dessin — 3. Reinseiden
Shantung — 4. Rustikales Mischgewebe —
5. Seidenähnliches Mischgewebe in
Polyester/Leinen — 6. Crêpe mit Kreide-
streifen — 7. Tersuisse © Ottoman.

27. Interstoff: Halle 4 Gang D+E Stand 440/541

Verkauf: Herren B. Tamburlini (Stickereien) und
R. Koller (Nouveautés)

Fabrikationsprogramm: Nouveauté-Kollektion mit neuem Sortiment für Damenbekleidung in fraulich eleganten und modischen Druckdessins. Jacquard- und Fantasiegewebe für Mäntel, Kostüme und Kleider. Herrenhemdenstoffe 1-3farbig bedruckt, Fantasie-Batiste weiss und farbig. Druckdessins auf Baumwolle und Mischgeweben für feine Lingerie. Stickerei-Kollektion für DOB, Damenwäsche und Nachthemden, assortiert mit grosser Auswahl an Stickerei-Besatzartikeln.

Legende: 1. Baumwoll-Minicare®-Batist, farbig, weiss und farbig bestickt, für Blusen und Damenwäsche — 2. Polyester/ Baumwoll-Batist, wechselfarbig bestickt, für Blusen und Damenwäsche — 3. Organdy Allover mit applizierten Ätzmotiven, weiss, und türkis — 4. Reinseidenorganza mit Chenille-Stickerei — 5. Bemberg-Organza bestickt, 110 cm breit — 6.+7.+8.+10.+11. Bedruckter Satin, 100 % Baumwolle — 9. Bedruckter Batist für Herrenhemden.

FILTEX AG, ST. GALLEN



BÄCHTOLD & CO. AG, HERISAU

Verkauf: Frau Inga Bächtold-Larsson

Fabrikationsprogramm: Genähte Herrenhemden-Fronten und Jabots, Stickereien für Kinderkonfektion, Blusen und Dirndlschürzen.

Legende: Stickerei auf Blusenfronten aus «Famos», 100 % synthetisch, und Baumwoll-Stickerei für Besätze an Ärmeln und Halsausschnitten, Blusenverschlüsse und Dirndl-Garnituren.