

**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition multilingue]  
**Herausgeber:** Textilverband Schweiz  
**Band:** - (1977)  
**Heft:** 29

**Artikel:** Zürich : als internationaler Modeplatz  
**Autor:** Honegger, Fritz  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-796046>

### **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](#)

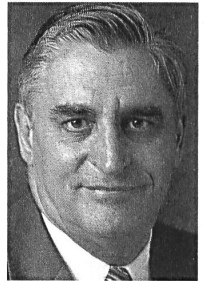
### **Terms of use**

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:** 14.04.2026

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

# Zürich - als internationaler Modeplatz



Dr. Fritz Honegger,  
Direktor der Zürcher  
Handelskammer

Die Schweiz hat im Jahre 1976 Textilien und Bekleidung im Werte von 3,9 Milliarden Franken eingeführt, während die Ausfuhr solcher Erzeugnisse den Betrag von 2,8 Milliarden Franken erreichte. Die schweizerische Textil- und Bekleidungsindustrie, deren Spitzenprodukte in alle Länder der Welt exportiert werden, zählt rund 80 000 Beschäftigte. Im Kanton Zürich gibt es über 200 Betriebe dieser beiden Branchen, und zahlreich sind auch die in Zürich und Umgebung ansässigen Textilhandelsfirmen mit meist internationalem Tätigkeitsbereich. Zürich, als traditionelle weltbekannte Seidenstadt, wird übrigens 1979 Tagungsort des Internationalen Seidenkongresses sein.



die zwei bekanntesten Bildungsstätten Zürichs, das dank seiner günstigen Lage und seinen 170 Hotels mit 15 000 Betten auch ein international viel und gern benützter Kongressort ist.

Die Zürcher Handelskammer, welcher 1600 Firmen von Industrie und Handel angeschlossen sind, begrüsst das Textil & Mode Center TMC Zürich, das mit seinem internationalen Charakter vorzüglich zum welt-offenen Zürich passt und das in dieser Stadt alle Voraussetzungen für eine gedeihliche Entwicklung findet. TMC und Zürich, die sich beide durch beherzten Unternehmergeist auszeichnen, ergänzen sich ausgezeichnet zu einem Modeplatz, der sich zweifellos rasch des uneingeschränkten Interesses der ganzen Fachwelt der Schweiz, Europas und darüber hinaus erfreuen wird.

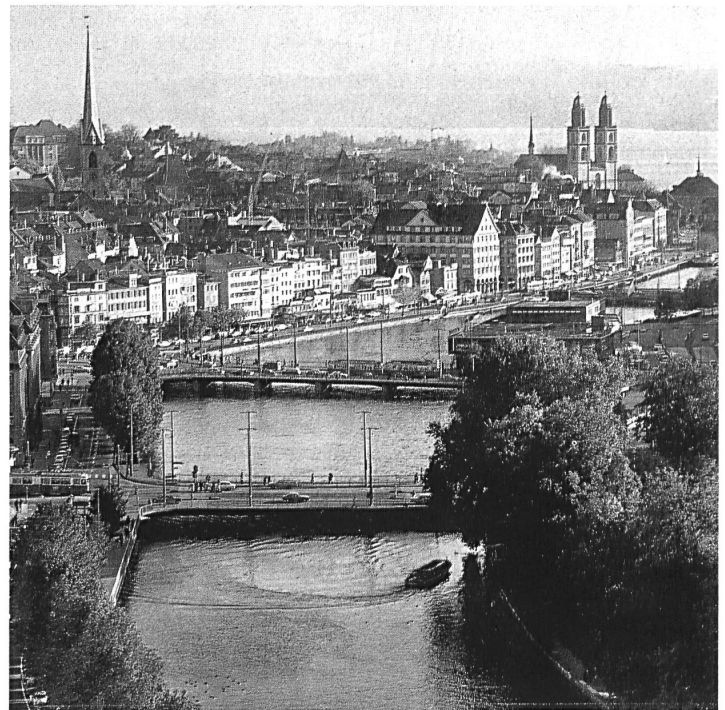
Dr. F. H.

## Zürich - Schwerpunkt der Wirtschaft

Zürich bildet mit seiner Industrie — an vorderer Stelle steht die Textilmaschinenbranche —, seinem Handel, seiner Börse und seinen Banken einen wirtschaftlichen Schwerpunkt der Schweiz. Die wirtschaftliche Bedeutung der Stadt Zürich, die zusammen mit der Agglomeration rund 1,2 Millionen Bewohner zählt, übersteigt international gesehen bei weitem diejenige anderer europäischer Städte von ähnlicher Grösse. Im Zürcher Flughafen, dieser Drehscheibe für Milliarden von Franken, werden jährlich rund 120 000 Tonnen Güter abgefertigt. Eine rasche Belieferung, wie sie die Luftfracht zu gewährleisten vermag, ist gerade für die Bekleidungsbranche von hoher Bedeutung, können aus verspäteter Ablieferung modischer Artikel doch ausserordentlich schwerwiegende Verluste entstehen. Der Luftfrachtplatz Zürich-Kloten ist deshalb ein überaus wichtiges Bindeglied zwischen der Schweizer Wirtschaft und den Weltmärkten.

## Zürich - Treffpunkt der Welt

In Zürich kreuzen sich nationale und internationale Verkehrswege. TEE- und ausgezeichnete Städteschnellzüge erreichen Zürich von allen Seiten her, und in Kloten, nur 10 km von der Stadtmitte entfernt, landen und starten die Maschinen von über 100 Luftverkehrsgesellschaften der ganzen Welt. 1976 hatte der Zürcher Flughafen annähernd 7 Millionen Passagiere zu verzeichnen. Die Stadt am schönen Zürcher See — mit ihrer Bahnhofstrasse als weltbekanntes Einkaufsparadies — mit exklusiven Modegeschäften — ist aber nicht nur ein Anziehungspunkt für Kauflustige aus aller Welt, sondern auch ein europäischer Kristallisationspunkt der Kultur: das Kunsthhaus mit den Bildern und Plastiken weltberühmter Künstler, die Oper und das Schauspielhaus mit einer der besten Bühnen im deutschen Sprachraum, die Tonhalle mit ihren vornehmen Konzerten, 100 Galerien und Museen mit Kunstwerken aller Art. Die Universität und die Eidgenössische Technische Hochschule sind



Pro-Kopf-Verbrauch (1974)  
nach ausgewählten Ländern (in kg)

	Baumwolle	Wolle	Flachs	Zellwolle + Rayon	Synthetics	Total
USA	9,3	0,6	0,2	3,5	11,4	25,0
Schweiz	6,4	4,2	0,3	3,1	5,0	19,0
Westeuropa	4,7	1,7	0,3	2,3	4,8	13,8
Osteuropa	4,8	0,9	0,9	4,4	2,3	13,3
Japan	6,6	1,7	—	2,3	3,0	13,6
Mexiko	2,8	0,1	—	0,4	1,6	4,9
Marokko	0,8	0,5	—	1,1	0,7	3,1
China	2,1	0,1	0,1	0,1	0,2	2,6
Indien	1,9	—	—	0,2	0,1	2,2

Der schweizerische Textil- und Bekleidungs-Aussenhandel (in Mio.)

	1974	1975	1976
<b>Einfuhr</b>			
Textilrohstoffe aller Art	505,4	347,8	457,5
Garne aller Art	320,2	210,3	261,5
Gewebe aller Art	577,4	416,3	432,2
Stickereien	51,9	38,3	37,7
Andere Textilien, inkl. Bekleidung	2934,7	2494,9	2686,2
<b>Total</b>	<b>4389,6</b>	<b>3507,6</b>	<b>3875,1</b>
<b>Ausfuhr</b>			
Textilrohstoffe aller Art	151,8	97,4	132,1
Garne aller Art	771,8	657,5	745,9
Gewebe aller Art	760,4	615,3	714,9
Stickereien	195,5	172,5	193,3
Andere Textilien, inkl. Bekleidung	1038,2	980,6	1063,0
<b>Total</b>	<b>2917,7</b>	<b>2523,3</b>	<b>2849,2</b>

Schweizerische Textil- und Bekleidungs-ausfuhr 1976 nach Absatzgebieten (ohne Spinnstoffe)

	Mio. Fr.	%
EWG/EFTA	2019,6	74,3
USA	99,6	3,7
Japan	101,7	3,7
<b>Total Industrieländer</b>	<b>2220,9</b>	<b>81,7</b>
Osteurop. Staatshandelsländer	81,1	3,0
Übrige europäische Staaten (ohne EWG/EFTA)	70,0	2,6
Asien (ohne Japan)	174,4	6,4
Afrika	94,1	3,5
Amerika (ohne USA)	55,4	2,0
Australien/Ozeanien	21,2	0,8
<b>Total übrige Länder</b>	<b>496,2</b>	<b>18,3</b>
<b>Gesamttotal</b>	<b>2717,1</b>	<b>100,0</b>

## RÉSUMÉ

### Zurich, futur grand centre de textile et de mode

C'est en août 1978 qu'ouvrira ses portes à Zurich, métropole suisse de l'économie et de la mode, le Centre de Textile et de Mode (TMC) Zurich. Cette réalisation s'inscrit dans la tendance actuelle à la concentration des ventes des textiles et de l'habillement puisqu'en Suisse, comme dans d'autres pays, on est conscient des avantages d'une exposition, permanente et sous un même toit, des collections. Le TMC Zurich sera la réunion, dans un endroit central, carrefour de communications, du potentiel de vente de l'ensemble de l'industrie et du commerce suisses du textile et de l'habillement. La proximité d'un excellent réseau de transports a été un critère important pour le choix de l'implantation du Centre, qui ne sera qu'à 5 minutes en voiture de l'aéroport de Zurich/Kloten, plaque tournante dans le réseau européen, et de plus raccordé à l'autoroute et aux transports urbains. On trouve à proximité de grands hôtels ainsi que le Centre d'expositions de Zurich (Züspa) avec lequel s'est d'ores et déjà établie une collaboration pleine de promesses pour l'avenir de Zurich en tant que centre du commerce des textiles.

#### Harmonie et qualité

Le goût prononcé des Suisses pour la qualité est bien connu; il a présidé à la conception d'ensemble du projet qui répond aux plus hautes exigences. Du grand hall de réception de plus de 1000 m<sup>2</sup>, on aura accès à tous les services auxiliaires qui l'entourent et, par des ascenseurs à grande capacité, aux sept étages supérieurs, dont chacun est un circuit-rue de showrooms. La clarté de ce plan permet aux visiteurs de s'orienter facilement dans le bâtiment par ailleurs entièrement climatisé. Le transport des marchandises ne pose aucun problème grâce aux grands dépôts et aux nombreux monte-charges. Afin que locataires et propriétaires puissent, au Centre, se consacrer essentiellement à la vente, on a prévu toute une série de services auxiliaires, dont une centrale d'information, des services d'expédition et de secrétariat, des salles de conférences, un bureau de poste, un système de communication interne, une banque et un restaurant conçu par la société Mövenpick SA. Le Centre est donc une heureuse synthèse de fonctionnalité et d'esthétique.

#### Flexibilité de l'espace

Dans l'intérêt même des locataires et des propriétaires, l'espace a été conçu le plus flexible possible. Si un double

système de sécurité contre les incendies permet la création de grandes surfaces répondant aux besoins des techniques modernes de vente, l'espace peut aussi bien être subdivisé selon les désirs de chacun. Les locaux sont dotés d'équipements ultramodernes et présentent des parois coulissantes en verre de côté du couloir-rue. Les surfaces sont suffisantes pour que les firmes aient le loisir d'en adapter l'agencement à leurs besoins. Il en va de même pour la phase d'agrandissement du TMC, où trouveront place une centaine d'entreprises. En effet, le gros-œuvre du bâtiment étant pratiquement achevé aujourd'hui — ce qui permettra d'inaugurer le Centre à la date prévue — on travaille déjà à la réalisation de la phase d'agrandissement. Cette dernière s'adressera aussi, et surtout, aux maisons étrangères qui compléteront l'éventail de l'offre et cela dans tous les secteurs de l'industrie et du commerce des textiles.

#### Implantation idéale

On connaît le libéralisme et l'ouverture de la Suisse en matière économique et sociale, conditions importantes pour le succès des ventes et des achats. La continuité et la stabilité caractérisent en Suisse, plus que dans tout autre pays d'Europe, le déroulement de l'économie. Ce sont des arguments de poids pour celui qui investit au TMC ou y loue une surface, comptant ainsi améliorer ses ventes à partir du marché-test qu'est la Suisse.

#### Avantages pour vendeurs et acheteurs

Le vendeur étranger (locataire ou investisseur) s'introduit en Suisse sur un marché de 6 millions de consommateurs qui disposent du pouvoir d'achat le plus haut d'Europe et dont la consommation de textiles et de vêtements est très élevée (19 kg par habitant). C'est ainsi que la Suisse a importé, en 1976, pour 3,9 milliards de francs de textiles et d'habillement, alors que ses exportations atteignaient 2,8 milliards de francs.

L'industrie locale — il suffit de penser à celle de la broderie ou des tissages fins — alimente le marché avec des créations de très haut niveau. La qualité de cette offre et le fait de l'enrichir, au TMC, par des produits haute mode de provenance étrangère représentent des avantages substantiels pour l'acheteur. Pouvoir trouver, dans un seul bâtiment, une offre internationale complète et équilibrée signifie marché plus transparent, possibilités de comparaison meilleures et, par conséquent, économie sensible de temps. L'intéressé peut donc acheter de manière plus rapide, plus rationnelle et établir son assortiment sur une meilleure base.

S'il est vrai qu'au cours des dernières décennies la place de Zurich a, sur le plan européen, perdu de son

## SUMMARY

### Zurich, on the way to becoming a leading textile and fashion center

*The new Textile and Fashion Center (TMC) Zurich is scheduled to open in August 1978 in Zurich, Switzerland's leading economic and fashion metropolis. This new textile and fashion center is in line with the present trend towards centralization the sale of textiles and clothing, since in Switzerland, as in other countries, everyone is well aware of the advantages to be gained from a permanent display of collections all under the same roof. The new TMC Zurich will concentrate the sales potential of the whole Swiss textile and clothing industry in one central location, at the hub of a big communications network. Its nearness to an excellent national and international transport network was a deciding factor in the choice of site for the Center, which is only 5 minutes by car from Zurich/Kloten airport, an important turntable in the European network of airways, and, in addition, connected directly to the motorway and urban transport system. There are a number of large hotels in the immediate vicinity as well as the Zurich Exhibition Center (Züspa) with which close cooperation has already been established, promising well for the future of Zurich as a center of the textile trade.*

#### Harmony and quality

*It is very evident that the traditional Swiss emphasis on quality has been operative throughout the overall concept of the project, which satisfies the most exacting demands. The spacious entrance lobby covering some 10,000 sq.ft. is flanked by essential service facilities and large elevators give access to the seven upper stories, each of which has a central circular shopping boulevard. The simplicity of this layout enables visitors to find their way easily round the building, which is fully air-conditioned. Freight transport raises no problems thanks to the large storage rooms and numerous freight elevators. So that the tenants and owners, in the Center, can concentrate mainly on sales a whole series of auxiliary services has been provided, including an information center, a shipping department and secretarial services, conference rooms, a post office, an internal communications system, a bank and an executive-style restaurant installed by Mövenpick Co. Ltd. The Center is therefore a successful amalgam of solutions answering both functional and aesthetic demands.*

#### Flexible use of space

*In the interests of tenants and owners, the division of space has been planned as flexibly as possible. While a double fire-hazard security system makes possible the creation of large areas answering the needs of modern sales techniques, the available space can also be subdivided to meet individual requirements. The well-planned premises are provided with the latest ultramodern facilities and have sliding glass doors giving onto the shopping boulevard. There is sufficient space for firms to be able to arrange their premises according to their own specific needs. This also applies to TMC's extension plans, which will cater for a further hundred firms. In fact, as the main body of the building is practically completed already — making it possible to inaugurate the Center as scheduled — work has actually started on the extension stage. The new premises to be built during this stage will be open to foreign firms and are in fact aimed primarily at them, thus completing the range of goods offered in all sectors of the textile industry and trade.*

#### Ideal location

*Everyone is familiar with Switzerland's liberal and open attitude to economic and social matters. These are important prerequisites for the success of sales and purchases. In Switzerland, more than in any other European country, continuity and stability characterize the development of the economy. These are decisive arguments for the buyer or tenant of a TMC showroom, who counts on improving his sales as a result of the experience gained in the Swiss test market.*

#### Advantages for buyers and sellers

*Switzerland offers foreign manufacturers owning or renting a TMC showroom a market of some 6 million consumers with the highest per capita purchasing power in Europe and a very high consumption of textiles and clothing (42 lb. per inhabitant). Thus, in 1976 for example, Switzerland imported some 3.9 billion francs' worth of textiles and clothing, while its exports totalled 2.8 billion francs. Local industry — embroidery and fine fabric manufacturers, for example — supplies the market with creations of a very high standard. The quality of this Swiss production, enriched at TMC by high fashion products of foreign origin, represents substantial advantages for buyers. Being able to see all under the same roof the whole international supply of goods manufactured by a given industry means increased market transparency, better possibilities of comparison and, consequently, a considerable saving of time. A buyer can therefore*

importance en tant que centre de mode, il n'y a pas de doute que le TMC, réunissant autant de facteurs positifs, redonnera à Zurich le rang qui lui revient.

#### Clarté dans la diversité

Le TMC Zurich étant le seul centre d'Europe à présenter à la clientèle une offre complète de textiles (fibres, filés, tissus et habillement), il a fallu imaginer des solutions originales au niveau de l'organisation. C'est pourquoi on a créé au TMC divers groupes de branches en fonction du secteur et de la gamme de produits. Chaque groupe sera réuni sur un étage du bâtiment de manière à présenter au visiteur une offre concentrée également dans l'espace. Le Centre tient compte des intérêts particuliers des diverses branches et veille à ce que les périodes de ventes soient coordonnées dans l'ensemble du bâtiment. La direction est nommée par la Coopérative TMC; l'Assemblée générale, organe suprême de la Coopérative, élit le comité qui se compose d'un ou plusieurs membres des différents groupes de branches. Cette composition permet à chaque secteur de faire valoir ses intérêts et de veiller à ce qu'il en soit tenu compte tant

en ce qui concerne la réalisation que l'organisation du Centre.

#### Une publicité axée sur l'image et le produit

Une intense publicité sera menée ces prochaines années en Suisse et à l'étranger pour faire connaître le Centre et assurer son succès et son bon fonctionnement. Dès l'ouverture, mais aussi par la suite, les différents groupes de branches continueront à organiser dans le cadre du TMC, en intensifiant encore la publicité adéquate, les semaines de ventes telles qu'on les pratique aujourd'hui. Le Centre n'a cependant pas pour objectif la seule promotion des ventes saisonnières mais surtout l'accroissement des activités de vente tout au long de l'année.

Une campagne de publicité sera également entreprise pour faire savoir à la clientèle suisse et étrangère que l'on peut acheter à Zurich des articles de haute mode en stocks ou livrables dans les plus brefs délais.

On peut dire, en conclusion, que tout entrepreneur dynamique de l'ensemble de l'industrie et du commerce des textiles et de l'habillement se devrait d'être présent au Centre de Textile et de Mode Zurich.

*make his choice much more quickly and more rationally and build up his collections on a sounder basis. Even though, during the last 20 years or so, Zurich has lost some of its importance as a fashion center on the European level, it is obvious that TMC, with all the positive factors in its favour, will soon restore this city to the rank it deserves.*

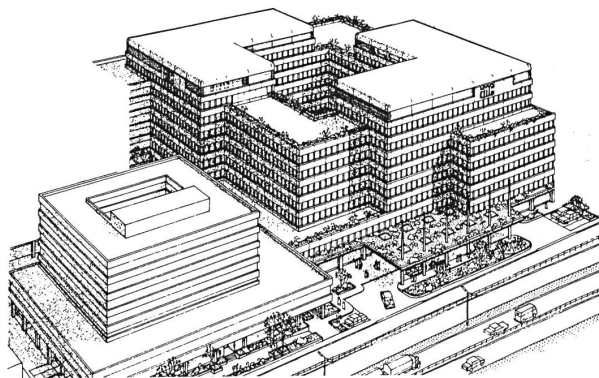
#### Clarity in diversity

*As the TMC Zurich is the only center in Europe to present clients with the complete range of textiles (fibres, yarns, fabrics and clothing), original solutions had to be thought up with regard to organization. Consequently various commercial divisions have been created at the TMC, according to sector and product range. Each division will be grouped on one floor of the building so as to offer visitors a fully concentrated display. The Center takes the particular interests of the various branches into account and makes sure that selling periods are coordinated throughout the building. The management is appointed by the TMC Association; the General Assembly, the Association's summit organization, elects the board of directors which is composed of one or more members of the different*

*commercial divisions. This structure enables each sector to make its interests known and to ensure that they are taken into account and actually put into effect the Center.*

#### Advertising based on image and products

*Intensive advertising campaigns will be carried out during the next few years in order to make the Center well known both at home and abroad and to ensure its success and smooth running. Once the new Center is open, the different commercial divisions will continue to organize, within the framework of the TMC, the sales weeks already regularly held in the past, now backed by increased publicity. The Center's function however is not only to promote seasonal sales but, above all, to step up sales the year round. Big advertising campaigns will also be carried out to let the Swiss and foreign clientele know that high fashion articles can be bought in Zurich from stock or at the shortest possible notice. By way of conclusion it should be said that every go-ahead member of textile and clothing industry as a whole should participate, either as tenant or owner, in the Zurich Textile and Fashion Center.*



Textil & Mode Center Zürich

