

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1985)
Heft: 61

Artikel: Notizen
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795109>

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

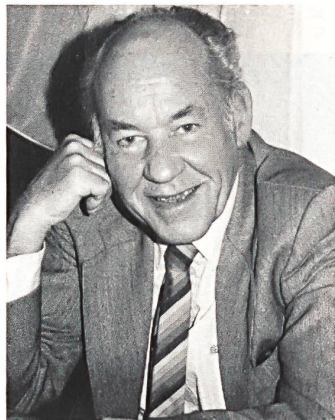
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.04.2026

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

Ein Mann der Tat wird 65

Vor wenigen Tagen feierte der «Vater des TMC» seinen 65. Geburtstag. Der Glaube an diese Tatsache fällt schwer, wenn man Joseph Schwald gegenübersteht, seine ungebrochene Vitalität und Sportlichkeit erlebt. Als Verwaltungsratspräsident des Textil & Mode Centers in Zürich-Glattbrugg lenkte er von der «ersten Stunde» an die Geschicke dieses zu einer beachtlichen Grösse angewachsenen Unternehmens. Doch mit diesem Hinweis ist wiederum nur die halbe Wahrheit ausgedrückt. Die TMC-Idee trug J. Schwald schon viele Jahre zuvor nicht nur in seinem Kopf, sondern auch in seinem Herzen mit sich herum. Und damit ist wohl ein entscheidender Zug des Unermüdlchen charakterisiert: Was er einmal als richtig erkannte, verfolgte er mit Engagement, Fleiss und zielstrebigem Hartnäckigkeit, ohne dabei die Realität jemals aus den Augen zu verlieren. Was damals vielen noch utopisch erschien, war bei ihm bereits ausgereifte Vision. Seine Begeisterung, sein ehrliches Bemühen für eine gemeinsame Sache, wirkten ansteckend. Der Funke sprang über. So warb und kämpfte er über Jahre gegen Vorurteile und Bedenken und wird zu Recht heute scherzhafterweise «Vater des TMC» genannt. Es gibt genügend Branchen in unserem Land, die stauend vor diesem «Schulterschluss» der Textiler stehen und sich für ihren eigenen Industriebereich kein wünschenswerteres Ziel denken könnten als das, was im TMC realisiert wurde. Natürlich gab es am Anfang Probleme über Probleme. Es gibt sie heute noch. Aber die weitsichtige, mit Humor gewürzte optimistische Art des TMC-Verwaltungsratspräsidenten hilft, gespannte Situationen zu entschärfen, Verständnis zu wecken und immer wieder einen tüchtigen Schritt vorwärtszukommen. So ist es ihm stets ein grosses Anliegen ge-



Joseph Schwald, Verwaltungsratspräsident des Textil & Mode Centers in Zürich-Glattbrugg.

wesen, nicht «gegen» Situationen zu kämpfen, sondern vielmehr den gemeinsamen Nenner zu finden und darauf konstruktiv aufzubauen. Es ist auch nicht verwunderlich, dass Joseph Schwald zu seinem 65. Geburtstag in besonderer Weise diese Wertschätzung weit über die Grenzen der Schweiz hinaus erleben durfte. Seine warme Herzlichkeit liess ihn bei allen TMC-Partnern, bei den Medienvertretern, den Politikern wirklich zu einer «Vaterfigur» werden. Seine reiche Erfahrung, seine zielstrebige Art, sein sicheres Gefühl für das Machbare werden es einmal schwer machen, diese Lücke zu schliessen und den Menschen und TMC-Strategen Schwald zu ersetzen. Um so erfreulicher für die ganze Branche, dass auch nach dem Erreichen der Altersgrenze Joseph Schwald das TMC-Steuer weiterhin in der Hand hält. Wir wünschen ihm die Vitalität und Gesundheit, die er für diese verantwortungsvolle Aufgabe braucht.

Müller Seon: Spitzenposition erfolgreich ausgebaut

Mit einem Exportzuwachs von 33% und einer Exportquote von 95% im Bereich modischer Gewebe, hat Müller Seon im Geschäftsjahr 1984 seine Spitzenposition als hochwertiger, modischer Buntweber deutlich ausbauen können.

Neben dem Zuwachs im Exportgeschäft konnte auch die Marktleistung in den Bereichen «Technische Gewebe» und «Gewebe für Berufs- und Sicherheitsbekleidung» gesteigert werden.

Der Gesamtumsatz stieg auf total 47 Mio. Sfr. an, was einer Steigerung um 14% zum Vorjahr entspricht.

Die Betriebe waren das ganze Jahr voll ausgelastet, in den Hauptbetriebsabteilungen mussten Zusatzschichten eingelegt werden, um die Marktleistung zu erbringen.

Auftragseingang, Produktion, Versand und Umsatz liegen in den ersten Monaten 1985 durchwegs über dem Vorjahr, so dass für 1985 ebenfalls mit einem zufriedenstellenden Geschäftsgang gerechnet wird.

Herr Johannes Walzik, bisher Marketing-Direktor und Mitglied der Geschäftsleitung, wurde an der Generalversammlung vom Verwaltungsrat zum Direktionspräsidenten ernannt.

Bally-Schuhe im Zeichen sommerlicher Farbigkeit



Mod. Bally Boutique

Wie an der nun zur Tradition gewordenen Bally-Modeschau, die diesmal im reizvollen Rahmen des Zürcher Puppentheaters durchgeführt wurde, gezeigt wurde, bekennen Schuhe und Handtaschen eindeutig Farbe. Die ganze Palette, die im Bekleidungsbereich eine Rolle spielt, wird von den Schuhen aufgenommen, und die Kreatore haben mit subtiler Hand feinste Nuancen ebenso gekonnt kombiniert wie die leuchtenden Töne, die oft auch mit Pastells vereint werden.

Vor allem im eleganten Sektor, bei Pumps, Slingpumps und Sandaletten mit ihren Briden, asymmetrischen Schnitten und Applikationen kommt die neue Farbigkeit besonders zum Zug, wobei auch verschiedene Lederarten miteinander verarbeitet werden wie Ziegenleder mit Nappa, aber auch Lackleder mit Nappa. Die weichen Töne sind abgestimmt auf blasses Grau, Lachs, Vanille, Reseda, Blau und Rosa. Auf der Palette der Leuchtfarben finden sich frisches Grün, Himbeerrot, Gelb, Fuchsia, Kobaltblau und Hellrot. Selbstverständlich trifft man auch Weiss, Marine und Sand- und Kreide-Kolorite. Die Rückkehr zu sehr flachen Modellen – vor allem im jugendlichen Bereich – setzt sich weiter fort. Leichte

Trotteurs, Mokassins, Ballerinas und Pumps zeigen äusserst niedrige Absätze, die jedoch gut zu Hosen-Ensembles und sportlichen Tailleurs passen. Auch Briden-Modelle und Sabot-Schnitte gefallen sich mit eher flachen Formen. Offene Bouts, tiefgeschnittene Seitenteile, Drapierungen und asymmetrische Effekte beweisen die Kreativität der Designer, die auch bei diesen Modellen mit Farbkombinationen nicht geizen. Dass die Herrenschuhe noch immer mehr der Klassik als der Mode verpflichtet sind, liegt auf der Hand. Dafür entschädigen die entzückenden Kinderschuhe, welche für Buben und Mädchen ebenfalls auf Farbe abstellen.

NOTIZEN

TMC-Monsieur in Zürich

Diese Branchenveranstaltung war deutlich geprägt von einem starken Optimismus, trotz der eher schwächeren Besucherzahlen, gemessen an früheren Anlässen. Doch allein diese Tatsache ist nicht entscheidend für das Geschäft. Vielmehr bot die allgemein freundliche Stimmung des Handels entscheidend Grund zu dieser erwähnten Haltung. Vor allem sehen die Anbieter mindestens eine rosarötliche Zukunft vor sich, weil ihr doch gesamthaft modischer gewordenes Angebot sogar bei solchen Einzelhändlern auf Interesse stösst, von denen man es nie erwartet hätte. So scheinen Geschäfte mit total klassisch ausgerichtetem Angebot gemerkt zu haben, dass es ganz ohne Mode nicht mehr geht. Gleichzeitig sei aber erwähnt, dass die neuen Kollektionen für Herbst/Winter 1985/86 aber auch alle Möglichkeiten offen lassen. Je nach Zusammenstellung spricht das gleiche Teil ganz verschiedene Zielgruppen an. In einer Pressekonferenz interpretierte Dr. R. Weiss vom Gesamtverband der Schweizerischen Beklei-



Ritex AG, Mod. Ray McHenry

dungsindustrie die neuesten Zahlen über diese Branchengruppe im allgemeinen und über die Herrenkonfektion im speziellen. Er betonte, dass die Anforderungen an die BekleidungsHersteller in bezug auf Innovation in allen Bereichen (Technologie, Marketing, Kreation, aber auch Führung) grösser werden. Der Schweizer Hersteller müsse daneben die Werbung und die Prinzipien der Diversifikation beherrschen, kurz: ein Allrounder sein. Bei diesen Voraussetzungen allerdings habe der Schweizer gerade im Blick auf das Konsumverhalten Chancen. Ihm sei es – im Gegensatz zu einem Auslandsproduzenten – möglich, qualitativ gute Ware innert kurzer Frist auf den Markt zu bringen. Marktnähe ist wieder wichtig geworden – deutsche Beispiele, wo die Produktion ins Inland zurückgenommen wurde, zeigten dies.

Auch R. Peter, Präsident der IG-Herrenmode, äusserte wichtige Gedanken zur Herrenmodebranche. Er unterstrich, dass der schweizerischen Bekleidungsindustrie, im Gegensatz zu anderen Branchen, eine starke

Lobby fehle. Was mit Mode zu tun habe, werde im Höchstfall belächelt. Auf keinen Fall werde diese Branche so ernst genommen, wie sie es aufgrund ihrer Bedeutung verdient hätte, und wie es auch nötig wäre. Unter dem Aspekt Mode erfreuten sich rustikale, tweedige, voluminöse Vestons und Hosen eines besonderen Interesses. Grau/Schwarz/Weiss sind markante Farbstellungen, wenn auch vermehrt mit starken Effektfarben ergänzt. Helle Naturtöne sind ebenfalls ein starkes Thema. Freizeitbekleidung steht etwas im Schatten der Vestons. Das Hauptaugenmerk konzentriert sich auf das formelle Angebot, das im Grunde nicht mehr «formell» ist. So zeichnet sich der korrekte Sacko durch extreme Bequemlichkeit aus, die fast eher an die Trageigenschaften einer Strickjacke erinnern. Aber damit ist genau dem Trend und Bedürfnis Rechnung getragen, das nebst der Optik für Männerkleidung verlangt wird.

Eine Chance für Berlin: 5. Berliner Modetage – Vorschau auf Herbst/Winter 1985/86



Modelle von Reimer Claussen

Rund 250 Kollektionen wurden einem Fachpublikum aus Berlin, Westdeutschland und dem Ausland vorgestellt, und zwar in den Konfektionshäusern selbst wie auch im Hotel Inter Continental, das für drei Tage zum Forum westdeutscher Stylisten, junger Berliner Modemacher und modischer Avantgardisten geworden war. Mit einem ebenso informativen wie optisch dekorativen Rahmenprogramm hat die Berliner Mode-Messe-Gesellschaft am ehemals so glänzenden und dann für Jahre eher verschatteten Ruf Berlins als Modestadt poliert und ihm ein neues Glanzlicht aufgesetzt.

Es ist unmöglich, hier alle Namen aufzuzählen, die für das breite Panorama der neuen Möglichkeiten der Mode stehen. Namen, die schon internationalen Klang haben, wie Claudia Skoda oder Wolfgang Joop, der als Gast aus Hamburg gekommen war. Oder Namen wie Reimer Claussen und Susanne Wiebe, deren Kollektionen auf dem besten Wege dazu sind. Dietmar Sterling kam aus Paris und forderte das Publikum zum Schluss der letzten Schau mit einem unkonventionellen, witzig gestylten Bild farbenfrohen «Drunter-und-Drübers» zu enthusiastischem Beifall heraus. Eines war während der 5. Modetage zumindest festzustellen: dass diese Stadt immer noch und immer wieder Talente, Initiativen, schöpferischen Ehrgeiz hervorbringt und, wie die Beispiele in den verschiedenen Modeschauen gezeigt haben, zu herrlich bunter, unkonventioneller Blüte bringt. Der Klub der Avantgarde Berlin, KAB, die Gruppe der Designer aus Westdeutschland und Berlin und die aus dem grossen Berliner DOB-Reservoir herausgegriffenen Hersteller, sie haben in diesen Tagen die ganze Bandbreite des Berliner Modemarktes erkennen lassen.

Im übrigen heisst der Nenner, auf den sich alle modischen Aktivitäten jeden Stils bringen lassen «Mut zum Mixen». Und wer ausser Mut auch noch Sinn und Fingerspitzengefühl für Farbenspiele und das Miteinander höchst unterschiedlicher Materialien

hat, ist für den nächsten Winter gerüstet. Die Bausteine der modischen Architektur werden wadenlange Falten- oder auch kniekurze enge Röcke, Bundfalten- oder enge farbige Strumpfhosen sein, dazu Imprimé-Blusen, gross und bunt gemusterte Pullover, Tunika und loses Hemd, Westen, Jäckchen und Jacken und Überjacken, und zum weiten Schluss Mäntel, die all das warm und wohligh einhüllen. Manches ist sanft figurbetont, manches lose und lässig, aber Farbe muss es haben: Pink, Fuchsia, Orange, Patinagrün, Tannengrün, Eisvogelblau, Royalblau, Smaragd, Rubin, Saphir – und Schwarz und Signalrot. Ein farbenfroher Herbst und Winter also. Auffallend aber auch die grossen Rosen auf Rücken, auf Hosen, Pullovern. Und schliesslich wird es eine Renaissance des Karos geben, leichte, lichte, dezente Karos, das Schottische in durchsichtiger Heiterkeit.

Kühle Wolle für heisse Sommertage



Leicht und kühl – der überlange Ringelpullover in Cool Wool.
Mod. Spadafora, Tuttamaglia Gispa, Bozen / Foto Wollsiegel-Dienst, Keupen).

Dem edlen Charakter der kommenden Sommermode entsprechend wird auch dem Material ganz besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Hochwertig und kostbar soll die Optik sein, leicht und angenehm die Trageigenschaften. Dass sich hier feine Wollqualitäten an vorderster Stelle zu behaupten wissen, ist das Verdienst initiativer Wollfabrikanten, die es in den vergangenen Jahren verstanden haben, die vormalig der kalten Saison vorbehaltenen Woll-Textilien, in stets feineren und leichteren Qualitäten anzubieten und die Pflegeeigenschaften ständig zu verbessern.

Premiere feiert im Sommer 1985 *Cool Wool*, ein hauchleichtes Gestrick aus feinsten Merino-Garnen. *Cool Wool* hat ein überraschend kühles, elegantes Aussehen, einen frischen, trockenen Griff und bietet ein äusserst angenehmes Tragegefühl. Sportlich-elegante Themen geben hier den Ton an mit «Tennis», «Deauville» und «Marianière», gültig sowohl für die Damen- wie die Herrenmode.

Im exklusiv sophistischen Bereich werden im Sommer 1985 bedruckte Schurwollfeingewebe den Ton angeben. Eine überzeugend modische Dessinvielfalt und – wie immer bei reiner Schurwolle – brillante, perfekt nuancierte Farbstellungen ergeben hier ein Bild vollendeter Harmonie in aktueller, sommerlich frischer Interpretation. Ergänzend zum modischen Image bieten Feingewebe aus reiner Schurwolle zahlreiche gerade in heissen Tagen sehr geschätzte Eigenschaften: sie sind dehnbar, elastisch, hautverträglich, schmutzabweisend und sie erholen sich in feuchter Luft rasch von Knitterfalten. Zudem wirken sie klimaausgleichend und halten die Haut auch bei hohen Temperaturen trocken.

Grosses deutsches Lob für Abraham

Am 20. Informationsgespräch des Modekreises München im Januar, an das sich alles drängte, was Rang und Namen in der Welt der Mode hat, wurde zum erstenmal ausserhalb des Zürcher Seidenhauses Abraham die grosse *Nouveauté*-Kollektion vorgeführt, für die Manfred Görgemanns verantwortlich zeichnet. Über den Eindruck, den dieses Mode-Ereignis bei den faszinierten Zuschauern und Fachbesuchern hinterliess, ist im «KLARTEXT» folgendes zu lesen: «Manfred Görgemanns, der Stylist des Hauses, vielen Anwesenden langjährig bekannt, vielen Journalisten, vor allem aus Pariser Haute-Couture-Schauen, vertraut, betritt das Podium. Es ist jetzt schwarz überspannt, teils angestrahlt, so dass sich Stoffe mit ihrer Qualität und ihren Farben deutlich abheben.

Zu sanfter Musik zeigt Manfred Görgemanns ausgewählte Gruppen aus den 600 Elementen der Kollektion in «Bildern». Wie ein Magier, uns alle verzaubernd, mit der Mode schönster Materialien, brilliantester Farben, mit dem Stoff, aus dem *Allissima Moda* und *Haute Couture* erst wird, was sie ist.

Die ersten «Bilder» bringen Schotten, Karos, Riesenkaros – oliv, braun, kupfer, graphit, eine verhaltene Farbstimmung. Die Stoffe kommen zum Carré gefaltet aufs Podium, werden auseinandergefaltet, sind dann – hochgehalten – weithin zu sehen, die Qualitäten werden dezent genannt, ihre modische Bedeutung erklärt – bis Stoff nach Stoff als Drapé auf den Podiumstisch kommt, sich zum «Bild» jeweils fügt.

Ein nächstes Bild zeigt Lackqualitäten als Basis für Accessoires, Grund: Schwarz. Weiterhin, aus reiner Seide: *Gabardine envers Satin*, *Satin double face*, *Failla envers Satin*, *Tweed-Prince-de-Galles* auf Seide, *Cashmere* für lange, plissierte Abendkleider. Stein- oder Baumrinden-Optiken, Tierhaut-Impressionen, «Forellenhaut», *Velours Panne*, *Velours froissé*, *Chiffon Panne*... schmetterlingszarte Chiffons, die Manfred Görgemanns kaum hält, schon schweben sie nieder zum Podiumstisch... wie auch *Mousseline Velours Imprimé*, *Mousseline Velours Lamé* und schergewichtig *Mate-lassé Metal*. *Mousseline Velours Jacquard* und irisierende Qualitäten. *Oliv-Electricblau*, *Goldgelb* zu *Braun*, *Oliv* und *kalt Grün*, *Grün*, auch *Schwarz*, *Crème* und *kühl-blaustichiges Grün* sind feinfühlig komponierte Farbklänge.

Mit den nächsten Bildern steigern sich die Stoffschönheiten bis zu ganz grosser Abendpracht – mit Schwarz als Basis. Stoffe – schnell drapiert und wie hingetupft auf den Podiumstisch – Rottöne bauen das Finale mit auf, addieren sich mit *Pink*, *Violett*, *Blau*... eine Grüngruppe wird dagegengestellt.

Dies war die Kollektion für Herbst/Winter 1985/86. Bereits hat Manfred Görgemanns im Zürcher Stammhaus Abraham die Frühling/Sommer-Kollektion 1986 gezeigt... ebenso grossartig, eine Symphonie von Farben und Dessins, auf die wir in der nächsten Ausgabe zurückkommen werden.

Viscosuisse AG: Erhöhung des Verkaufsvolumens

Die Viscosuisse AG schloss das Geschäftsjahr 1984 mit einem Gewinn von 8,120 Mio. Franken (im Vorjahr 0,498 Mio. Franken) ab. Der Umsatz des Stammhauses erhöhte sich von 422 Mio. Franken im Vorjahr auf 464 Mio. Franken, während der konsolidierte Konzernumsatz von 461 Mio. Franken auf 510 Mio. Franken anstieg. Von den verkauften 65 600 Tonnen synthetischen Garnen (im Vorjahr 62 500 Tonnen) wurden 9% in der Schweiz, 66% in den übrigen Ländern Westeuropas und 25% in den Ländern ausserhalb Westeuropas abgesetzt.

Die Belebung der Chemiefasernachfrage, die schon im zweiten Halbjahr 1983 zu verzeichnen war, setzte sich während des ganzen Jahres 1984 fort. Die Erhöhung des Verkaufsvolumens gegenüber dem Vorjahr entfiel zur Hälfte auf Westeuropa und zur Hälfte auf die Märkte ausserhalb Westeuropas. In beiden geographischen Sektoren begünstigte die anhaltende Hausse des Dollar-Kurses die Kon-

kurrenzfähigkeit und damit die Absatzmöglichkeiten der europäischen Chemiefaserindustrie.

Dank der guten Marktsituation konnten für alle Produkte bessere Erlöse als im Vorjahr erzielt werden. Die hohe Kapazitätsauslastung und eine strenge Kostenbewirtschaftung ermöglichten es gleichzeitig, trotz leicht höherer Rohstoffkosten, die Selbstkosten der Produkte stabil zu halten. Daraus ergab sich gegenüber den Vorjahren eine wesentliche Verbesserung des Betriebsertrags und des Cash-Flows.

Die Investitionsausgaben der Viscosuisse-Gruppe von rund 39 Mio. Franken lagen erheblich über jenen des Vorjahrs. Bei den Textilgarnen konzentrierten sich die Anstrengungen auf die Verbesserung der Produktivität der Anlagen und der Qualität der Produkte, während bei den Industriegarnen die erfolgreiche Inbetriebnahme einer neuen Produktionsanlage im Vordergrund stand.

NOTIZEN

Paul T. Kamaras, St. Gallen: meisterhafte Floral-Impressionen

Die Nouveauté-Kollektion Sommer 86 des St. Galler Hauses Paul T. Kamaras ist klar auf Seide und Baumwolle ausgerichtet. Das signalisiert Spitzenqualitäten in Material, Webtechnik und Design. Der modische Trend wurde geschickt genutzt und in einer eigenständigen Interpretation auf recht vielseitige Weise umgesetzt. Die anvisierte Zielgruppe im Bereich Kleider, Blusen und Hemden bewegt sich im gehobenen Genre. Sie schätzen und suchen das Edle und Exklusive. Farblich wurden zwei Linien herausgearbeitet, einmal pastellige Töne, zum andern ausgesprochen kräftige Farben. Das Verhältnis wirkt recht ausgewogen.

Grosse Bedeutung wird der Druckkollektion beigemessen, und entsprechend variantenreich sind die Liasen. Die Druckfonds zeichnen sich durch dezente bis ausgeprägte Struktur aus: Crêpe de Chine und Satin-Jacquard, Seiden-Organza und Seiden-Mousseline mit Jacquard-Scherli. Für die Kombination an sich recht ausdrucksstarker Grundqualitäten mit floral inspirierten Druckmotiven braucht es eine geschickte Hand, Stilgefühl und viel technisches Know-how. So bietet die Sommerkollektion eine breite Palette zauberhafter Blumengemälde, vielfach auf weissem Grund und für Abendkleider dann auf Dunkel aufgebaut, stilisiert oder naturalistisch, klein- und grossrapportig, aber in

jedem Fall betont elegant. Interessant sind Baumwoll-Qualitäten (Jacquard-Scherli) mit Blatt- oder Blumenmotiven bedruckt, wobei mit extrem feinen Garnen gewoben wurde. Für Abend und Cocktail setzt eine Mousseline-Jacquard-Scherli-Qualität mit Gold- und Silber-Lurex Glanzlichter auf.

Für den Blusen- und Hemdenbereich wurden die Baumwoll-Voiles weniger transparent, aber durch den Einsatz extrem feiner Garne im gewohnten Toucher gehalten. Seiden-Toile für Blusen und Hemden mit viel Streifen in frischen Colorits signalisiert eine elegante Note. Im sportlichen Bereich bieten sich Baumwoll-Voiles mit Leinenbeimischung an und sorgen für eine dezente Struktur. Diese über 50 Dessins umfassende Spezialität im Voile-Bereich mit Satinstreifen, vielfältig mit webtechnischen Musterungen in Façonné-Charakter kombiniert, prägt das Kollektionsbild. Aber nicht nur im Druck, auch im Uni-Bereich der Baumwoll-Jacquards bleiben florale Muster dominant.



Drei Modeveranstaltungen zu gleicher Zeit: MODEXPO – MODETAGE ZÜRICH – SAFT

259 Anbieter lockten bereits am ersten Tag fast 3500 Fachbesucher aus dem In- und benachbarten Ausland an. Obwohl ungewöhnlich starke Schneefälle am 2. Tag den Besuch beeinträchtigten, kletterte die Zahl auf total 4600. Der Vergleich zum Vorjahr ergibt mit der Gesamtbesucherzahl von 5254 eine Steigerung von 7%. Mit über 3000 Passagieren in beiden Richtungen zeigte der Pendelbus, der die geographische Distanz vom Messegelände in das Textil & Mode Center überbrückte, deutlich, wie diese 3 Modeveranstaltungen sinnvoll ineinandergreifen und für den Fachbesucher den Modeplatz Zürich damit attraktiver machen.

Die MODEXPO vereinigte in vier Hallen gegen 200 Aussteller mit Damenoberbekleidung und Accessoires. Mode von avantgardistischen Designern vermittelte die SAFT in der Züspa-Halle 4a. Beide bereits traditionellen Modemessen wurden durch Mode-Shows bereichert, die den Einkäufern Trends der Mode Herbst/Winter 1985/86 vermittelten. An den MODETAGEN ZÜRICH im TMC waren während dreier Tage rund 70 Showrooms unter dem gemeinsamen Symbol geöffnet. Das Mode-Bistro und eine aufschlussreiche Interpretation neuer Mode angehender Mode-Designer der Kunstgewerbeschule Zürich rundeten das Bild ab. Viele Einkäufer nutzten auch die grosszügigen Parkplatzflächen der Züspa,

um dann per Pendelbus problemlos ins TMC zu kommen. In einem Schlussgespräch wurde von allen 3 Veranstaltern eine optimistische Tendenz bestätigt, wenn auch von einer Firmen- und Artikel-Konjunktur gesprochen werden muss. Das Sofort-Geschäft wurde sehr uneinheitlich beurteilt. Bei der Avantgarde zeigte sich ein eindeutiger Trend zur Naturfaser Wolle, um die früher dominierende Winterbaumwolle etwas zurückzudrängen.

Wollmischungen mit Viskose liegen ebenfalls im Trend. Die Farben sind deutlich bunter und intensiver geworden, Schwarz ist dagegen abgerutscht. Neben den intensiven Farben entwickelte sich aber eine zweite Linie, die pastellige und gepuderte Colorits in den Vordergrund stellt. Strick hatte in jedem Fall Hochkonjunktur, wobei die Rocklänge ein vielseitigeres Bild bot und als «Streitfrage» noch im modischen Raum stehenbleibt. Interessant auch der Trend zu edleren, schöneren und damit auch teureren Stoffqualitäten, ein Kapitel, das die Schweizer Stoffhersteller besonders gut beherrschen.



Modelle Haag's

NOTIZEN

Viscosuisse AG, Emmenbrücke: Trend-Informationen

DOB-Tendenzen Herbst-Winter 1985/86

Im Vordergrund stehen milde Farbstimmungen, verhaltene Ton in Ton und Faux-Camaïeux-Kombinationen. Farben werden mit mehr Disziplin kombiniert.

Der optische Schwerpunkt liegt bei einer männlich orientierten Klassik. Dafür mildern anschmiegsame Qualitäten, weiche Farbigkeit, fließende Silhouetten, Falten, Drapé- und Wikeleffekte den maskulinen Touch. Die Basis bilden Coordinates mit Hosenzug oder Tailleur und assortiertem Mantel. Das Kleid gibt sich unaufdringlich und lässt die Stoffe wirken. Selbst bei schmalen Kleidern bleibt die Schulter akzentuiert. Beliebte Mantelformen sind Blazer, Ulster und Cardigan mit tiefeingesetzten Ärmeln. Als Kontrast zur klassischen City-Mode gibt sich der Freizeitbereich vielschichtig, beschwingt und sportlich. Strukturen, Matt zu Glanz gesetzt, stehen im Vordergrund. Overalls und Keilhosen sind wieder im Spiel. Bei der Abendmode sind die Schnitte einfach und raffiniert, aber die Stoffe sind kostbar und prunkvoll und damit eine Domäne der Schweizer Stoffhersteller.

Bei den Dessins sind maskulin inspirierte Buntgewebe und Ombres wichtig, ergänzt durch Shetland- und Gewebestrukturen. Krawattendessins von klein bis gross, Eis- und Rauheif-Effekte, üppige Blumen mit russischem Einfluss (Liberty) stecken das breite Feld ab. Es gehören aber auch einfache, naiv gezeichnete Motive mit Alpenländer-Folklore – oder zumindest Anklänge dieser Thematik – dazu.



Rotkarierte Tersuisse-Bluse, hochgeschlossen mit zierlicher, schwarzer Fliege und langen Chemisärmeln. Mod. Ines, Engelburg. Foto S. Hanslin.

Leichte Nylsuisse- und Tersuisse-Gewebe für Wetterschutzbekleidung

Nicht erst seit Laufen «Jogging» heisst, ist diese Freizeitaktivität zum Ganzjahressport geworden. Damit ist eine funktionelle Bekleidung entscheidend wichtig geworden, um sportliche Aktivitäten nicht auf bestimmte Jahreszeiten zu fixieren. So bietet heute moderne Wetterschutzbekleidung genügend Bewegungsfreiheit, ist leicht und trotzdem strapazierfähig. Imprägnierte und oft mikroporös beschichtete Gewebe werden in erster Linie verarbeitet. Dank Ausrüstung und Gewebekonstruktion sind Schutz vor Wind und Wetter gewährleistet, erlauben aber auch den Feuchttransport und Temperaturengleich nach aussen. Es kommt zu keinem Hitzestau.

Synthetische Filamentgarne bieten ideale Voraussetzungen für funktionelle Wind- und Wetterschutzbekleidung. Durch die Stückfärbung, geeigneten Bindungen, Materialmix von Nylsuisse und Tersuisse, glatten und texturierten Garnen werden optische Effekte erzielt. Eine interessante Variante bietet Tersuisse Pontella, das Filamentgarn mit Spuncharakter.

Wintersport- und Freizeit-Tendenzen 1985/86

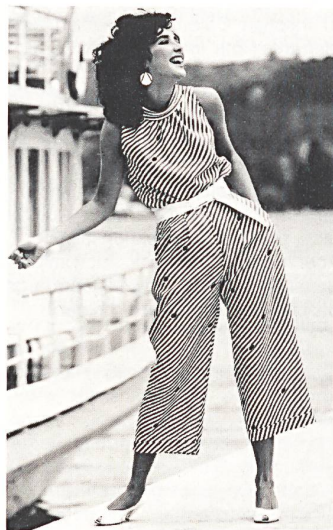
Vier Farbgruppen prägen das Bild: Gletscher (helle, kühle Nuancen), Competition (milde, verhaltene Töne), Dynamit (dynamische, spritzige Farben) und Hattrick (dunkle schattige Nuancen). Eine «gewisse Einfachheit» prägt das modische Gesamtbild. Dominierend sind voluminöse X- und Y-Silhouetten sowie disziplinierte Farb- und Materialkombinationen. Funktionelle, technische Stoffe in beschichteter, wattierter oder gesteppter Art ergänzen reversible Optiken sowie flache Crash-Effekte, neben Qualitäten, die weich und warm im Griff sind. Nylsuisse- und Tersuisse-Qualitäten mit Melange-, Mouliné- und Changeant-Effekten bieten für die Modellgestaltung variantenreiche Möglichkeiten.

Nylsuisse- und Tersuisse-Jerseys für Sommer 1986

Das optische Bild ist breit gefächert – von seidigem Glanz bis hin zu matter Optik. Zurückhaltung wurde dagegen bei der Oberflächenstruktur geübt, dafür rücken die Farben wieder vermehrt in den Vordergrund. Neuentwickelte Strickmaschinen ermöglichen Jacquard-Plüsch und Kombination von Futter und Plüsch in einem Stück, eine Qualität, die für die Modellgestaltung neue Wege öffnet.

Die Farbtöne reichen von lichten, milden Nuancen bis hin zu lebhaft akzentuierten, schattigen Colorits.

Weiche und verschmelzende Farbzusammenstellungen, aber auch spannungsvolle Disharmonien prägen das aktuelle Angebot. Wellige, leicht bewegte Optik, z.B. Frotté-Effekte, sowie trockene, kräftige, moosige Aspekte gewinnen an Bedeutung. Die Stoffkonstruktionen sind geschlossener. Satinglanz steht im Kontrast zu groben, strukturierten Jerseys. Nylsuisse und Tersuisse-Filamentgarne, im Grund eingesetzt, sorgen für gute Dimensionsstabilität und Tragekomfort. Luftige Matt-Glanz-Effekte sind Themen, die es zu beachten gilt.



Tersuisse-Hosensemble mit verkürzter Beinlänge aus Diagonal-Streifen, durch schwarze Tupfen unterbrochen. Mod. Imo-dac AG, Zürich. Foto L. A. Burger.

DOB Feingewebe für Sommer 1986 aus Tersuisse

Weiblichkeit und Körperbetonung stehen hoch im Kurs. Damit ist ein breites Anwendungsfeld für feine Gewebe in besonderem Mass gegeben. Die lichten und milden, aber auch lebhaft akzentuierten Farben und die Vielfalt von Muster-Mix tragen einen

wichtigen Teil zur modischen Aussage bei. Im Vordergrund stehen kühle, trockene und teilweise leicht körnige und bewegte Qualitäten wie Tersuisse-Crêpe, Granité, Toile, Faux unis, markante Streifen oder auf bewegtem Fond, Twill, Satin und Serge.

Auf einfache Weise lassen sich vielfältige Streifenvarianten weben, wenn auf einer rohweissen Tersuisse-Texturgarnkette garngefärbte Filamentgarne eingesetzt werden. Die gestreiften Gewebe mit den verhaltenen Farbkombinationen werden mit Unis in anderen Webtechniken angeboten. Diese Mode ist praktisch, da sie Kombinationen für Kleider, Röcke und Blusen ermöglicht, von sportlich bis elegant.

Maschenwaren für Lingerie

Im Mittelpunkt stehen feine, dezente und vor allem leichte Tersuisse- und Nylsuisse-Single-Jerseys. Beachtenswert das interessante Zusammenspiel verschiedenster Garntypen und Dessinkombinationen. Modische Wäschestoffe zeichnen sich aus durch eleganten Fall, seidigen Glanz, weichen Griff und Transparenz. Durch neuartige Stricktechnik sind dekorative Seersucker, Ajour- und Durchbrucheffekte mit texturierten und glatten Nylsuisse- und Tersuisse-Garnen realisiert worden. Interessant die Kombination von Crêpe- und Glattgarnen in Jacquardstreifendessins und Reliefstrukturen. Aquarellfarben verleihen dieser Wäschekollektion eine besonders attraktive Note.

Personelles

In der Oerlikon-Bührle Textil (OBT) sind auf Ende Jahr zwei personelle Mutationen zu verzeichnen. Walter Kinzelbach, Gruppenchef Bally, wird wegen Erreichung der Altersgrenze in den Ruhestand treten. W. Kinzelbach wurde 1977 – nach Eingliederung von Bally in den Bührle Konzern – zum Chef der Gruppe Bally ernannt. Zusammen mit seinen Mitarbeitern gelang es ihm, die damals schwierige Lage der Gruppe rasch zu überwinden und neue Erfolge zu erzielen. Zu seinem Nachfolger ernannten der Verwaltungsrat der OBH und die Konzernleitung Alfred M. Niederer, Dipl. Ing. ETH, seit Mitte 1984 Direktor der

OBH und Gruppenchef Textil (OBT). Zuerst in beratender Funktion und dann als Leiter der Hausammann + Moos AG hat A. Niederer diese Firma mit Erfolg restrukturiert und damit wesentlich zum Aufschwung der OBT beigetragen.

Dessen Nachfolge wird auf Anfang 1986 Bruno Schmid, Vizedirektor der OBH und Leiter der Stabstelle «Kaderschulung und -planung, Konzernpersonal» antreten. B. Schmid ist seit 1975 Mitarbeiter OBH und hat neben seinen spezifischen Aufgaben auch bei verschiedenen Sonderprojekten mitgewirkt.

Salon du Prêt-à-porter féminin et de l'accessoire, Genf Trotz allem optimistisch in die Zukunft blicken

Unter keinem guten Stern stand der zum zweiten Mal, vom 16. bis 18. Februar in Genf durchgeführte Salon du Prêt-à-porter féminin et de l'accessoire. Zu allen Anfangsschwierigkeiten, mit denen jede junge Messe zu kämpfen hat, kamen noch eine geradezu prekäre Wetter- und damit verbundene Strassensituation hinzu, die nur rund 10 Prozent der erwarteten 5000 Besucher letzten Endes eintreffen liessen.

Gerade wegen des schwierigen Stellenwertes, den diese Ausstellung im Reigen der internationalen Prêt-à-porter-Messen einnimmt, sind die Bemühungen der Genfer Organisatoren umso höher zu taxieren. Abgesehen von der nicht ganz verständlichen öffentlichen Plakatwerbung – da ja ohnehin nur das Fachpublikum Zutritt hatte – muss man zugestehen, dass die Messe, die übrigens unter dem Patronat der Association Suisse des détaillants en textiles steht, sehr professionell aufgezogen wurde: gleichgestaltete Stände, geräumige Gänge und eine attraktive Präsentationsbühne vermittelten eine angenehme Arbeitsatmosphäre.

Geringer als das letzte Mal war allerdings die Beteiligung der Aussteller, deren klingendste Markennamen wie Givenchy, Emanuel Ungaro, Christian Aujard, Gaston Jaunet oder Cacharel – um nur einige zu nennen – eindeutig französischer Provenienz entstammten. Hierin liegt auch das grösste Problem der Veranstalter,

nämlich interessante Zugpferde zur Teilnahme zu gewinnen, um die Attraktivität der Messe anzuheben.

Das Angebot wurde zum grössten Teil von den Winterkollektionen 85/86 bestritten. Nur ein kleiner Teil der Aussteller zeigte Sofortprogramme. Eine zweimal täglich durchgeführte Modeschau, bei der allerdings jedes Mal andere Modelle vorgeführt wurden, vermittelte einen guten Querschnitt über die verschiedenen Kollektionen. Keinen so grossen Erfolg wie bei der ersten Veranstaltung verzeichneten auch die Accessoires-Aussteller, die in erster Linie Sofortware anboten. Eine Nouveauté hingegen war der Sektor Lederbekleidung mit Sofort- und Saisonprogrammen. Obwohl bei diesem Salon die meisten Erwartungen fehlgeschlagen haben, sehen die Organisatoren dennoch optimistisch in die Zukunft. Fest steht, dass sie konsequent an dem Konzept, möglichst hochgenrige Markenleader aufzunehmen festhalten, um somit das angestrebte hohe Niveau der Veranstaltung weiter auszubauen. Zudem soll das Angebot mit einem Sektor für Kinderbekleidung erweitert werden. Die Frage bei den Ausstellern, ob sie sich beim nächsten Termin, der vom 14. bis 16. September stattfinden wird, wieder beteiligen, wurde in den meisten Fällen positiv beantwortet, denn auch sie wissen, dass eine permanente Beteiligung über eine längere Zeit schliesslich zum Erfolg führen kann.

Haute Couture auch couponweise! Die neue Sommerkollektion bei Johann Lüthi, Rohrbach

Das Interesse der schweizerischen Couture-Ateliers an den zweimal jährlich – jeweils gerade rechtzeitig zum Saisonauftakt – durchgeführten Mode-Cocktails der Firma Johann Lüthi, Rohrbach, hat in den vergangenen Jahren signifikant zugenommen. Als Grossist für Couture und ausgewählte Haute-Couture-Stoffe hat es die Firma verstanden, ihr modisches Angebot exklusiver Textilien ständig auszubauen und in enger Zusammenarbeit mit den Vertretern der internationalen Modezentren zu einem repräsentativen Kaleidoskop aktueller Tendenzen und Strömungen zu gestalten. Rund die Hälfte der bei Johann Lüthi gezeigten Textilnouveautés ist schweizerischer Provenienz, im Zentrum edle Seidenqualitäten und kostbare Stickereien. Als eigentliche Spitzenreiter der kommenden Saison zeichneten sich bereits an den beiden Veranstaltungstagen Crêpes und Mousselines aus reiner Seide, Schurwolle oder der

sommerlichen Cool Wool in uni und imprimé, oft auch im Composé-Genre ab.

Neu bei Johann Lüthi werden von nun an neben den bisher üblichen Metragen Haute-Couture-Stoffe auch als Einzelcoupons angeboten, eine Dienstleistung, von der die anwesenden Couture-Schneiderinnen sogleich in überraschendem Ausmass Gebrauch machten. Die überzeugend vielseitige und reichhaltige Stoffschau wurde von José Warmund-Cordelier informativ kommentiert und mit Dias aus Paris und Rom illustrativ ergänzt.

47. Internationale Herren-Mode-Woche und INTER-JEANS Köln

Insgesamt kamen 33 450 Fachbesucher aus 56 Staaten nach Köln, um sich hier über das Marktangebot der internationalen Herrenbekleidungs-wirtschaft zu informieren und zu ordern. Die Bundesrepublik stellte 24 750, das Ausland 8 700 Fachinteressenten. Der Auslandsanteil am Gesamtbesuch betrug 26%. Gegenüber der schon sehr hohen Besucherzahl der Vorjahresveranstaltung stieg der Gesamtbesuch erneut um 4%, der Besuch aus dem Ausland erhöhte sich um 5%.

Die Messe stand im Zeichen eines positiv gestimmten Umfeldes und guter Resonanz beim Handel. Dies gilt nicht nur für die neue Herrenmode für Herbst und Winter 1985/86, sondern auch für das Sofortgeschäft für die laufende Saison, wenn dort auch eher von einer Firmen- und Artikel-Konjunktur gesprochen werden muss. Die Mehrzahl der Aussteller aus dem In- und Ausland nannte das Messeergebnis gut bis zufriedenstellend. Das Hauptinteresse galt modischen Innovationen: hochwertigen Strickwaren mit den neuen Oberflächenstrukturen, Farben und Formen, sportlichen Kombinationen wie zum Beispiel unifarbigen Blazern und farbig gemusterten Hosen, der im Styling veredelten Sportswear sowie der neuen Anzuggeneration mit dem Trend zur korrekten Lässigkeit. Nach den Erfahrungen des noch anhaltenden Winters waren Mäntel, überwie-

gend in Wolle, ein wichtiges Thema. Je nach Zielgruppe konnte eine verstärkte Hinwendung zur eleganten Klassik festgestellt werden.

Innerhalb der INTER-JEANS schnitten Markenartikel und Kollektionen im Muster-Mix gut ab. Für den Sommer waren gebleichte und belebte Oberflächenoptiken gefragt. Als neues Winterthema werden Breitcord und Dark-Denims immer wichtiger. Der Trend zu Wollqualitäten verstärkt sich. Allgemein wurde eine Stabilisierung der Basics hervorgehoben.

Als ein hervorragendes Instrument für die Modepräsentation erwiesen sich die Informationsschau im «Offenbachsaal» und die neu geschaffene STREET-LIFE-Show.

Starke Beachtung beim Fachpublikum fanden die beiden internationalen Designer-Gespräche mit Maurizio Baldassari und Adolfo Dominguez. Sie setzten die traditionelle Reihe der «Kölner Modegespräche» im Rahmenprogramm der Messe fort. Maurizio Baldassari zeigte eine Kollektion, bei der eine lässige Eleganz und gekonnte Farbgebung im Mittelpunkt standen. Adolfo Dominguez präsentierte Modelle, die besonders grossvolumig geschnitten waren und die Funktionalität der Herrenbekleidung neu umsetzten. Im Anschluss an ihre Präsentationen stellten sich die Designer dem Dialog mit dem sehr aufgeschlossenen Fachpublikum.

H.E.C., Aarwangen: Gewinn soll investiert werden

Trotz ausgezeichneten Resultaten beim Umsatz und Gewinn schlägt der Verwaltungsrat der H.E.C. Beteiligungs AG, Aarwangen BE, den Aktionären eine unveränderte Dividende von 9 Prozent vor. Auf eine Erhöhung soll infolge überdurchschnittlich hoher Investitionen in einen Neubau in Aarwangen verzichtet werden, heisst es in der veröffentlichten Meldung der in der Herstellung von Handstrick- und Industriekammgarnen tätigen Gruppe.

Der Reingewinn der Holdinggesellschaft H.E.C. Beteiligungs AG erhöhte sich um 18 Prozent, der konsolidierte Umsatz wurde um 22 Prozent auf 65 Millionen Franken erhöht. Sowohl der Mittelzufluss wie auch die Abschreibungen und damit der Reingewinn haben ungefähr proportional zugenommen. Das laufende Jahr hat sich für die Gruppe ebenfalls erfreulich angelassen.

Der im August 1984 begonnene 5-Millionen-Bau für die Aufmachungsproduktion von Handstrick-

garnen soll plangemäss im April bezogen werden. Den Geschäftsverlauf 1984 der einzelnen Tochtergesellschaften bezeichnet die Unternehmensleitung als wieder erfreulich. Das Stammhaus H. Ernst + Cie AG, Aarwangen, erzielte 1984 einen um 25 Prozent gestiegenen Umsatz von 53 Millionen Franken. Mengenmässig sind 19 Prozent mehr abgesetzt worden, wobei sich besonders der Export erhöhte. Die H.E.C. Spinnerei AG, Caslano, war voll ausgelastet und erhöhte die Produktion nur geringfügig. Auch die Kammzugfärberei Zofingen war das ganze Jahr voll ausgelastet. Die deutsche Tochter erreichte 12 Prozent Umsatzzuwachs auf 24,6 Millionen D-Mark, wobei sich der Ertrag überproportional verbesserte.