

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1985)
Heft: 63

Artikel: Notizen
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795135>

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: 13.01.2026

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

NOTIZEN

6. Berliner Mode-Tage: Im Zeichen nationaler und internationaler Designer

Der Aufwand und die Bemühungen rund um die 6. Berliner Mode-Tage, die Ende August stattfanden, bestätigten den enormen Nachholbedarf dieser Stadt in Sachen Mode. Belohnt wurden diese Anstrengungen mit einer für diese relativ junge Veranstaltung doch bemerkenswerten Ausstellerzahl, die rund 300 Kollektionen zeigten, darunter auch diejenige der Stilmann-Gruppe. Das nicht wenigen beachtenswerte Rahmenprogramm mit einer international belegten Fashion- und Avantgarde-Schau, einer speziell mit Deutschen Designern konzipierten Schau und einem äußerst interessanten Fashion Talk liess vor allem der Presse kaum noch Zeit, sich eingehender mit den Angeboten der Stadtaussteller und im Mode Centrum Hamburg sowie im Hotel Intercontinental zu befassen. Immerhin haben die Berliner es in kürzester Zeit geschafft, im Messekalender der Mode einen gewissen Stellenwert einzunehmen.

Applaus für die Schauen

Im Gegensatz zur Deutschen Designer Schau, deren Modelle doch verstärkt modisch-kommerziellen Charakter aufwiesen, zeigten die Kreationen der Avantgardisten aus London, New York, Amsterdam, München und Berlin modisch-eigenwillige Entwürfe, die scheinbar dem kommerziellen Druck zumindest teilweise noch nicht so sehr unterliegen. Vorgestellt wurden in dieser Gruppe Jack Fuller, der für Etienne Aigner zeichnete, Die Zwei Masche, Uli Reiss, Eva Baumann, Marita Radtke, Gabriele Greitner, Brigitte Lutz, Anita Greiter, Gudrun Reichhardt, Mercedes Engelhardt, um die Wichtigsten zu nennen. Dabei wurden mehr oder weniger international aktuelle Modeströmungen aufgegriffen, respektive zeigten sich bei einigen Kollektionen recht deutlich deren internationale Vorbilder.

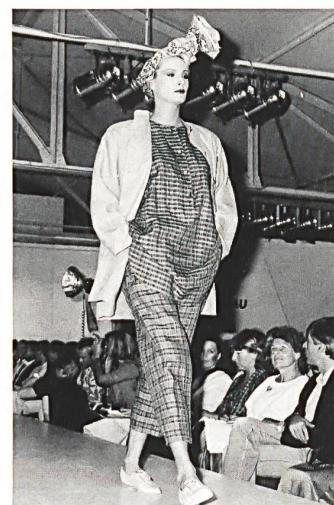
Jeweils einen Ausschnitt der Kollektionen zum Sommer '86 vermittelten die Präsentationen von Reimer Claussen, Susanne Wiebe, Claudia Skoda, Beatrice Hympendahl, Barbara Bernstorff für Cosima Carus und Daniela Bechtolf, die besonderen Applaus hinsichtlich ihrer harmonischen Farbzusammenstellungen und der ausgewählten Materialien für ihre Coordinates erhielt.

Fashion Talk: Bekenntnisse und Erkenntnisse

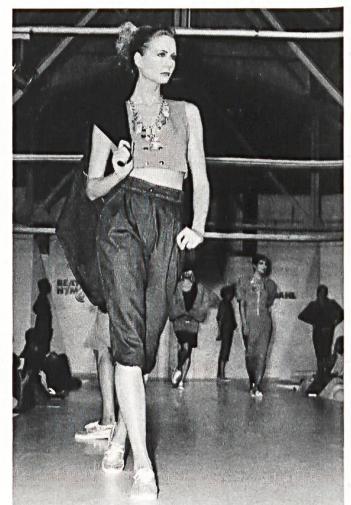
In einer teilweise recht hitzig geführten Diskussionsrunde zwischen Journalisten, deutschen Designern (Joop und Skoda), Modeberatern und Einkäufern deutscher Modehäuser unter dem Thema «Auf dem Wege zu einem deutschen Mode-Stil?» kristallisierten sich letzten Endes doch einige sehr ehrliche Bekenntnisse heraus: Auf einen Nenner gebracht, müsste eine Aussage Karl Lagerfelds zitiert werden, nämlich, dass die Deutschen zwar gute Stoffe und Farbzusammenstellungen haben, aber keine Mode... K.L. muss es ja am besten wissen, ist er doch selbst Deutscher, der in Frankreich Mode macht. Allerdings wird den deutschen Designern ein gewisses Geschick in der Kommerzialisierung der von italienischen und französischen Designern ausgehenden Impulse zugestanden. Was anlässlich dieses Gesprächs noch durchsickerte, war das Fehlen einer Bereitschaft zur Förderung junger Talente. Allerdings wurde aber auch darauf hingewiesen, dass es den Deutschen auch noch fehlt, PR richtig anzuwenden, eine Sache, die auch bei modisch-kommerziellen Angeboten im heutigen Business unerlässlich ist.



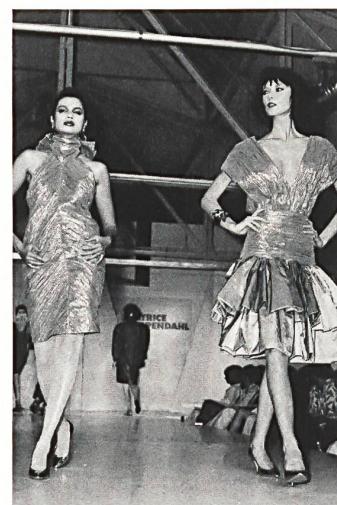
Modisch gut gelöstes Coordinate, bei dem Mustermix und Matt/Glanz-Optiken harmonisch zusammenspielen. Daniela Bechtolf



Ethnische Muster als neue Inspiration, hier auf einem Strickmantel realisiert, der ein unifarbenes Pulli/Jupe-Set komplettiert. Raimer Claussen



Ein Beispiel, wie modische Impulse tragbar übersetzt werden: sportlich/feminine Kombination mit Blazerjacke in Vicky-Karo, langer Hemdbluse und floral bedrucktem Jupe. Raimer Claussen



Für die Abendmode stehen Modelle mit raffinierten Details und aus glänzenden Materialien im Rampenlicht. Beatrice Hympendahl

Karos, insbesondere Madras verspricht man ein starkes Comeback. Bei dieser Kombination wurden verschiedene Musterrapporte ausgewertet und mit einer unifarbenen Jacke ergänzt. Raimer Claussen

Kleine Tops vermitteln neue, proportionelle «Einblicke». Bei dieser Kreation wurde die Jeans-Optik auf spannungsvolle Weise neu konzipiert. Beatrice Hympendahl

Internationale Herren-Mode-Woche Köln präsentiert im Rahmen der Internationalen Designer-Gespräche Schweizer SAFT-Gruppe

Mit 33500 Fachinteressenten aus 67 Staaten konnte die Kölner Modemesse deutliche Besuchersteigerungen gegenüber 1984 aufweisen. Die Auslandsbesuche nahmen sogar um 9%, der Gesamtbesuch um 4% zu. Alle 3 Messetage waren bei Industrie und Handel von einer optimistischen Grundstimmung geprägt. Die Aussagen der Aussteller reichten somit auch von «zufriedenstellend» bis «hervorragend». Vorrangig gefragt waren die modischen Innovationen für Frühjahr und Sommer '86 mit dem vielseitigen Farbthema «Ägis». Allgemein hervorgehoben wurde der Trend zum Hochwertigen, eine Entwicklung, die der Schweizer Textil- und Bekleidungs-Industrie entgegenkommt.

Ein weiteres Merkmal war die Aufgeschlossenheit des Handels, sich eingehend zu informieren und neue Mode-Ideen aufzugreifen, insbesondere unter dem Aspekt der Kombinationsspielräume. Wie selten zuvor haben Besucher und Aussteller bestätigt, dass die Kölner Modemesse international als eine Hauptinformationsplattform für die Branche gelten und sich nunmehr stärker auch zu einer Ordermesse entwickelten. Köln ist zur entscheidenden Drehscheibe des Exportes geworden. Das Ineinanderfließen der Modegrenzen dokumentiert sich in differenzierten Kollektionspräsentationen im Bereich Sportswear/Young Fashion. Damit hat sich die Attraktivität des Messeplatzes Köln auch für die DOB-Einkäufer erhöht. Gut 26% aller auf der Messe vertretenen Einzelhandelsunternehmen führen DOB.

Die 12 Aussteller und 3 zusätzlich vertretenen Firmen aus der Schweiz zeigten Herren- und Knabenoberbekleidung, Freizeit- und Sportbekleidung, Herrenwäsche, Hemden, Wirk- und Strickwaren, Lederbekleidung, Mäntel und Accessoires. Sie waren mit dem Besuch zufrieden und machten ihr Geschäft vor allem mit hohen Qualitäten. Diese Entwicklung läuft auch parallel mit dem Image, das die Schweiz weltweit geniesst. Die zahlenmäßig begrenzte, aber hochqualifizierte Besucherschaft aus der Bundesrepublik Deutschland interessierte sich stark für hochgenige Mode aus der Schweiz, so dass ein gutes Nachmessen geschäft erwartet werden kann. Durchweg konnten die Schweizer Aussteller neue Kunden gewinnen.

Der überaus lebhafte Verlauf der Internationalen Herren-Mode-Woche und Interjeans setzte deutliche Akzente für einen spürbaren Aufwind in der Männermode.

SAFT in Köln: Farbsymphonie und ein Feuerwerk modischer Ideen.

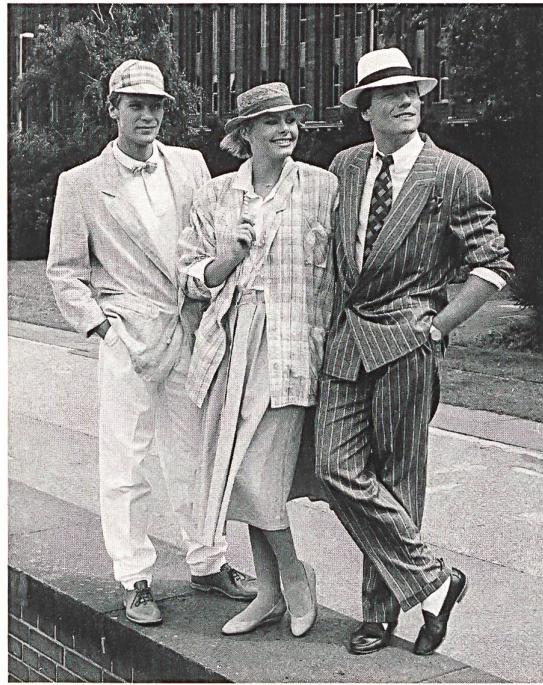
Modische Zukunftstrends zeigte auch in diesem Jahr das Designer-Gespräch am ersten Messetag. Zu Gast war diesmal die Schweizer SAFT-Gruppe (Syndicate for avant-garde fashion trends), die seit 8 Jahren besteht. 20 Schweizer Modefir-

men haben sich auf Initiative von René Grüninger zu dieser Vereinigung zusammengeschlossen, um zweimal im Jahr in Zürich neue Trends zu präsentieren. Auch in New York's Fifth Avenue hat SAFT eine Niederlassung.

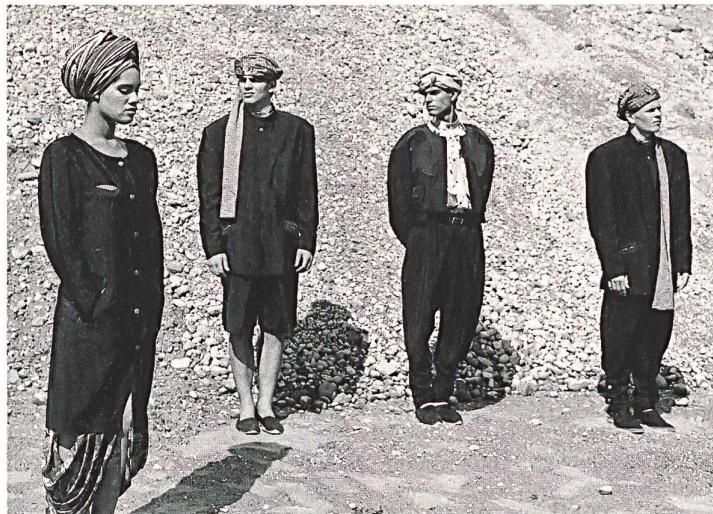
Der Schweizer Moderator José Warmund-Cordelier stellte mit Ernst Walder und Rolf Aschwanden zwei Designer mit recht unterschiedlichen Auffassungen vor. Ernst Walder zeigte Modelle in phantasievoller Farbigkeit, bequem und grosszügig geschnitten. Stark Gemustert wird mit kräftigen Farben gemixt. Türkis und Violett, Rost und Grau, Pink und Tintenblau sind zu überraschend harmonischen Kombinationen zusammengestellt. Von der Bademode – mit Riesenfruchtmuster in sonnenwarmen Tönen – bis zum Strassenanzug beweist Ernst Walder Originalität und Witz. «Mode soll Spass machen, man darf das alles nicht so ernst sehen», kommentierte er seine Entwürfe. Diese Devise belegte am deutlichsten seine «Orient-Serie». Lässig geschnittene Anzüge im Tropenstil werden mit üppig bunt dessinierten Hemden kombiniert. Ein glänzender Turban krönt das asiatisch angehauchte Habit.

Eher in die gewohnte Vorstellung vom korrekten Schweizer Stil passte die Kollektion von Rolf Aschwanden. Die Farben gedämpfter, die Muster verhaltener, spricht diese Mode auch weniger wagemutige Männer an. Senftöne, Grau, Grün, Blau und Braun sind die vorherrschenden Farben. Leichte Leinenstoffe sorgen für eine wohltuend kühle Optik.

In der Gesprächsrunde wurde deutlich, dass beide Designer keine strenge Grenze zwischen Herren- und Damenoberbekleidung ziehen, und so waren während der Vorführung der 48 Modelle zur Herren-Mode-Woche auch Damenmodelle zu sehen, in Farben und Schnitten sehr harmonisch aufeinander abgestimmt. Ernst Walder sprach sich sogar deutlich für das «cross-dressing» aus – das «Über-Kreuz-Ergänzen» von Teilen aus seiner Herren- und Damenkollektion.



Herrenmode-Impressionen aus Köln – Frühjahr/Sommer '86



Asiatische Impressionen des Designers Ernst Walder (Kollektion a propos) für Frühjahr/Sommer 86

Einmal mehr – Haute Couture in Rohrbach Stoff-Modeschau bei Johann Lüthi, Rohrbach

Den schweizerischen Couture-Ateliers und Damenschneiderinnen jedes Jahr noch mehr und noch exklusivere Haute Couture Stoffnouveautés für ihre Kundinnen zeigen und anbieten zu können, ist der Ehrgeiz der innovativen Firma in Rohrbach. Auch für die kommende Wintersaison 85/86 hat der Juniorchef der Unternehmung, Peter Lüthi, von seinen Reisen zu den Premieren von Mailand, Rom und Paris eine Fülle ausgesuchter, kostbarer Neuheiten zurückgebracht, um diese an dem traditionellen Modecocktail dem immer zahlreicher erscheinenden Publikum vorzustellen. Wollcomposés und neuartige Tweeds, Wolljacquards bedruckt, schwarze Doublefaces mit leuchtfarbener Abseite, stilvolle Seidenimprimés, Façonnés in allen Variationen, Matelassés und Samt und natürlich die neuesten Paillettenkreationen fanden besondere Beachtung. Beinahe die Hälfte der angebotenen Nouveautés stammt aus renommierter Schweizer Textilfirma, und es sind hier alle grossen Namen der Haute Couture vertreten. Daneben führt Johann Lüthi aber auch ein ausgesuchtes, reichhaltiges Sortiment modischer Textilien für den «All-

tag». Das steigende Interesse an den zweimal jährlich stattfindenden Veranstaltungen und der unbestrittenen Erfolg, den die Firma verzeichnen kann, sind zweifellos Beweis dafür, dass der vielleicht oft auch aus Bequemlichkeit totgesagte Meterwarenhandel bei richtigem Konzept und initiativer und innovativer Führung durchaus seinen Platz im heutigen Textilmärkt behaupten weiss.

NOTIZEN

Salon du Prêt-à-porter féminin et de l'accessoire Genf Eine Chance für interessante Newcomer

Es wäre verfrüht zu behaupten, dass mit dem dritten Salon du Prêt-à-porter féminin et de l'accessoire in Genf bereits alle Schwierigkeiten überwunden wären. Dennoch muss man zugestehen, dass neben den leider wenigen international bekannten Stilistennamen, die in erster Linie aus dem französischen Raum kamen (Gaston Jaunet, Christian Aujard, André Courrèges, Balmain, Ungaro, Ted Lapidus u.a.), doch auch einige interessante Kollektionen von weniger bekannten Designern zu finden waren.

Die Bemühungen der Organisatoren, auch Newcomern, deren Angebot auf einem gehobenen Niveau steht, eine Chance zu geben, müssen absolut begrüßt werden. Zwar ist damit keine Garantie gegeben, mehr Besucher anzusprechen, ein Manko, das durchwegs bedauert wurde. Immerhin aber dürfte es in kleinem Rahmen doch neue Bezugsquellen eröffnen, die im Angebot einer internationalen Messe untergegangen wären. Allerdings wird man auch hier versuchen müssen, eine Kontinuität durchzuhalten.

Unter dem Angebot dieser jungen Créatrices ist vor allem die Kollektion von Marianne Beck nennenswert, die schnitttechnisch und von der Materialauswahl (darunter einige Stoffe Schweizer Fabrikanten) als auch von der persönlichen Handschrift ein bemerkenswertes Niveau vorwies.

Einen im wahrsten Sinn wechselhaften Eindruck vermittelte die von Vladimir Franck professionell durch choreographierte Modenschau, bei der leider in jedem Durchgang andere Modelle und andere Aussteller vorgestellt wurden.

Im Mittelpunkt des Interesses standen sommerliche Coordinates, vorzugsweise mit Jacke, Jupe und langer Hemdbluse aus webtechnisch interessanten Baumwollqualitäten oder Leinen. Matt/Glanz-Stimmungen waren dabei wichtig. Als Alternative zu den überwiegend in starken Farben (Rot, Gelb, Orange, Grün, Türkis, Royal) ausgemusterten Teilen standen Kombinationen in Schwarz/Weiss-Optik oder in verhaltenen Naturtönen. Bei den Dessins dominierten florale Muster, ethnische Dessins und Karos vor kleineren Imprimés. Die Silhouette tendierte nach wie vor zur

Länge in komfortabler Weite mit akzentuierten Schultern. Allerdings waren schon bemerkenswert viele knielange Jupes unter den Angeboten zu finden. Zufrieden über den Verlauf äusserten sich die Anbieter von Lederkollektionen.

Das Accessoires-Angebot bestritten Schmuck-, Gürtel- und ein Schuh-Aussteller. Gefragt waren beim Modeschmuck vor allem grosszügig gestylte Ketten und Clips, wobei farbige Strass-Steine Vorrang hatten.

Als messelebende Rahmenveranstaltungen ist auf die Soirée mit Modenschau bei Régine's und auf die verstärkte Werbekampagne, die auf die Golfstaaten ausgerichtet war, hinzuweisen.



Mod. Marianne Beck. Stoff: AG Stünzi Söhne, Lachen.

Igedo Düsseldorf: Das deutsche Modeereignis der Saison

Die Bezeichnung «als dem grössten Modespektakel Europas» wird, gemessen am Umfang und Angebot der Igedo mit Bademoden und Dessous, nicht weniger als gerecht. Neben der Hallenbelegung werden noch weitere Kollektionen im Fashion House in den Stadtbüros und Hotels gezeigt, womit sich die insgesamte Ausstellerzahl auf rund 2600 Hersteller beläuft.

Glanz, Glitzer und frische Coloris

An der täglich mehrmals durchgeführten Professional Show, den zum zweiten Mal durchgeführten Designer Schauen, der Modenschau der Avantgardegruppe «Die Strasse» sowie weiteren Schauen an den jeweiligen Ständen, kann sich der Interessent nicht nur allgemeine, sondern bereits zielgruppen-orientierte Informationen holen. Im Mittelpunkt stand die Coordinates-Mode mit Schwerpunkt Jupe, obwohl sich wieder ein stärkeres Interesse zur Hose, mit weiterer Hüftpartie und zum Knöchel hin verjüngender Linie, anbahnt. Wichtig ist dabei die Verwertung von Mustermix, der allerdings nicht zu dramatisch ausfallen durfte. Wieder mehr Chancen wurden Mänteln aus leichten Stoffen mit interessanten Strukturen und in modisch-aktuellen Farben als auch Dessins eingeräumt. Bei den Jacken dominierte nach wie vor der lange Blazer, gefolgt von Cardigan-Formen, taillierte Jacken und kürzeren Blousons. In den Avantgarde-Kollektionen immer wieder aufgetaucht sind indische Formen. Die Jupelängen und -Formen richteten sich nach dem jeweiligen Jackentyp, wobei zur taillierten, längeren Jacke schmalere, knielange Jupes, zu den Blazern und hemdähnlichen Jacken hingegen eher wadenlange Faltenjupes oder enge Jupes konzipiert wurden. Bei den Blusen waren die langen Hemden die unbestrittenen Favoriten, die in manchen Kollektionen von sehr sexy wirkenden Büstier-Tops Konkurrenz erhielten. Unter den Kleidern schienen sich die Manteltypen am stärksten zu profilieren. Außerdem mit im Tendenz-Spiel waren Anklänge einer neuen Romantik, rustikaler Art für den Tag, im Puppenstil für den Abend.

Neue Maßstäbe wurden auch bei den Materialien gesetzt. Vorrang hatte alles Glänzende (mit Viscoseanteil) und Glitzernde, darunter ist vor allem auf die neuen Metallic-Stoffe und Folien-Prints hinzuweisen. Auch Baumwollstoffe und Leinen mit Oberflächenstrukturen wurden mit Matt/Glanz-Effekten neu aufpoliert. Innerhalb der Dessins zeichnete sich eine Abkehr von floralen Themen und eine Verstärkung zu grafischen Mustern, speziell zu Karos, ab. Allerdings haben ethnische und grafische Fantasiemuster nach wie vor ihre Berechtigung. Die Palette der leuchtenden Aquamarin- und Sonnenfarben wurde durch verhaltene Naturtöne, Marine, Schwarz und Weiss etwas ausgeglichen.

Igedo Dessous: Vorrang für elegantes Styling und edle Materialien

In einigen Kollektionen waren einerseits die Einflüsse aus der Oberbekleidung, andererseits aber auch die Mehrzweckbestimmung unverkennbar, letzteres speziell im Homewearsektor, der somit stark in den Freizeitbereich überging. Bei der Nachtwäsche waren in der eleganten Richtung Einflüsse der 30er Jahre mit Schwerpunkt luxuriöser Stoffe aus Seide, hochwertiger Baumwolle und edler Mischungen zu notieren. Neue Impulse zeichneten sich im jungen Bereich ab, unter denen vor allem auf die sportlich interpretierten Anzüge und Hemden hinzuweisen wäre. Im Tageswäsche-Sektor bestätigten sich bei den Slip die Rio-Formen mit dekorativen Spitzendetails. Der Trend zu hochwertigen Qualitäten, u.a. Satins aus Seide, feinen Crêpes und mercerisierten Baumwollstoffen, konnten auch bei den Garnituren festgestellt werden.

Bademoden mit klarer Trend-Aus sage

Recht zufriedenstellend war der Messerverlauf für die Anbieter von Bademoden, zumindest jene, deren Sortiment durch gut konzipierte Themen praktisch alle Zielgruppen erfassen konnte. Zu unterscheiden war vor allem zwischen einer sportlichen Richtung mit Anleihen aus dem Aktivsport, einem eleganten, femininen und verführerischen Stil mit Glanz- und Glitzerstoffen, raffinierten Schnitten und Raffungen und – last, not least – einem futuristisch interpretierten Look mit konstruierten Schnitt-Ideen. Auffallend war die Verwendung von Accessoires wie Knöpfen, Schnallen, Ringen und Gürteln – oft aus «wasserfreundlichem» Material. Zur Komplettierung wurden jeweils auch assortierte Beachwear-Programme angeboten.

Die Schweizer Textilveredlung im Zeichen der «Armbrust-Schweizer-Woche».

Die «Armbrust-Schweizer-Woche», 1972 aus der Fusion der «Schweizer Woche» und der «Zentralstelle für das schweizerische Ursprungszeichen» entstanden, umschliesst rund 1500 Unternehmungen sowie Berufs- und Branchenorganisationen. Ihr Zweck ist die Erhaltung und Förderung des Wirtschaftsstandortes Schweiz. Ihr obliegt auch die Kennzeichnung echter schweizerischer Wirtschaftsleistungen mit dem «Armbrustzeichen», dem Symbol für Schweizer Qualität, wie Alfred Oggier als Präsident dieser Institution an einer zweitägigen Presseorientierung in Verbindung mit dem Arbeitgeberverband der schweizerischen Textilveredlungs-Industrie (ASTI) erklärte. Mit der Durchführung der «Armbrust-Schweizer-Woche», vom 7. bis 21. September, will man nicht nur die einheimische Bevölkerung auf die Schweizer Produkte aufmerksam machen, sondern künftig unter dem Motto «Die (engagierte) Schweizer Wirtschaft» auch dem Ausland bewusst machen, welche Leistungen die Schweizer Wirtschaft zusätzlich zur Lösung gesellschaftlicher Probleme freiwillig und auf privatwirtschaftlicher Basis zu erbringen gewillt ist. Dieses Jahr galten die Bemühungen dem Recycling.

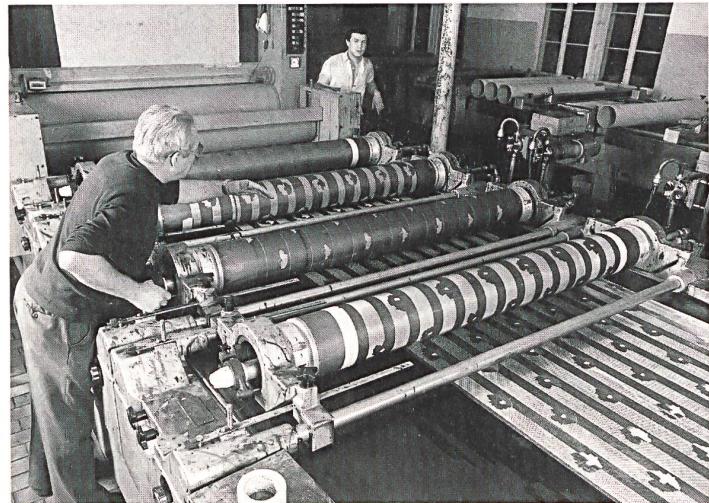
Die schweizerische Textilveredlungs-Industrie mit ihren rund 50 Unternehmungen und 4500 Arbeitnehmern ist ein besonders gutes Beispiel für schweizerische Qualitätsarbeit, denn durch sie, die eigentlich im Schatten der schweizerischen Textilindustrie steht, werden die Stoffe, Strick- und

Wirkwaren sowie Stickereien erst zu dem erhoben, was ihnen auf den Weltmärkten zu ihrem guten Ruf verholfen hat. Wie viele Arbeitsgänge entsprechende Textilien zu durchlaufen haben, bis sie als fertiges Produkt in den Verkauf gelangen, wurde der Presse bei den Besuchen in den Firmen Terlinden Textilveredlung AG, Küsnacht, Seidendruckerei Mitlödi AG, Mitlödi, Hofmann + Co. AG, Textilveredlung, Uznach, und in der Textilfachschule Wattwil, eindrücklich demonstriert. Die individuelle Strukturierung der einzelnen Firmen erlaubt auch, die Schwerpunkte der Veredlung verschieden zu setzen und die Konzentration auf besondere Spezialitäten zu legen. Auch sind die Betriebe in ihrer Grösse überschaubar, daher äusserst flexibel und rasch auf die Marktbedürfnisse einstellbar. Dies ist jedoch auch mit gewissen Gefahren verbunden, wie aus dem Referat von Martin HUGELSHOFER, Präsident der Verbände der schweizerischen Textilveredlungs-Industrie (ASTI, VEGAT und VSTV), Zürich, hervorging. Er sagte: «Die Veredlungsindustrie ist eine ausgesprochene Berechtsaftsindustrie und mit dem Merkmal behaftet, dass Produktion und Beschäftigung nicht von der einzelnen Unternehmung selber bestimmt werden, sondern sich nach den Dispositionen der Auftraggeber gestalten. Die Veredlung auf Werkvertragsbasis bringt es mit sich, dass betriebsintern nicht wie in anderen Industrien auf längere Sicht, sondern kaum über einige Wochen hinweg disponiert werden kann, und dass

eine Produktion auf Lager nicht möglich ist.»

Da auch durch die wechselnde Mode neue technische Verfahren nötig sind, müssen ständig betriebliche Umstellungen und entsprechende Investitionen vorgenommen werden.

Ebenfalls sind die hohen Lohnkosten und die überdurchschnittlich grossen Aufwendungen für Umweltschutzmaßnahmen Faktoren, welche die Wettbewerbsbedingungen erschweren.



Rundfilmdruckmaschine zum Bedrucken von Geweben und Maschenwaren.

Produktion und Umsatz

Die in den Wirtschaftsverbänden der schweizerischen Textilveredlungs-industrie zusammengeschlossenen Unternehmungen erbrachten im Jahre 1984 insgesamt die folgende Marktleistung:

– Garnveredlung	3 903 896 kg
– Veredlung von Maschenwaren	3 737 614 kg
– Stickereiveredlung	2 639 606 yards

– Unveredlung von
Geweben 58 767 652 Laufmeter
– Druck von Geweben und Maschenwaren 9 726 315 Laufmeter
Der Gesamtumsatz dieser Firmen belief sich 1984 auf rund 200 Mio Franken. (In der Lohnveredlung entsprechen die Umsätze der durch diese Stufe erbrachten Wertschöpfung.)

PAUL T. KAMARAS, ST. GALLEN: Fröhliche und kräftige Winterfarben

Für die Winter-Saison 1986 wartet der St. Galler Nouveauté-Spezialist wieder mit innovationsreichen Exklusivitäten auf, die viel Flair für edle Materialien und Farben signalisieren. Zu den bewährten Crêpe de Chine- und Crêpe-Satin-Qualitäten für den Uni- und Druckboden-Bereich kam neu ein Seide/Wolle-Satin, der web- und färbetechnisch sehr hohe Anforderungen stellt. Dazu kommt ein Seide/Wolle-Toile mit dezentem Glanz und eine Jacquard-Variante. Der Composé-Gedanke prägt die farbliche Abstimmung unterschiedlicher Qualitäten, so dass zum Seiden-Jacquard für Rock und Jacke der bedruckte Reinseiden-Blusenartikel gegeben ist. Im Uni-Bereich setzen Charmeuse aus Azetat/Wolle als Reversible, Azetat/Viskose-Marocain und eine Seide/Viskose-Mischung mit absolutem Seiden-Touché weitere Akzente, ohne den Luxus-Gabardine aus Seide/Wolle zu übersehen. Für Blusen wurde die Seide/Wolle-Qualität «Laniset» geschaffen. Die Druck-Dessinierungen leben von der kräftigen, fröhlichen Colorierung. Bewusst wurde auf klassische Winterfarben



verzichtet. Ein Patchwork-Druck mit Blumen kombiniert leit gesickt zum Floralen über, das sorgfältig gepflegt wird. Der Wandel von fast stilisierten zu betont naturalistischen Blumenmustern mit Tiefeinwirkung ist eindeutig. Der neuen Tendenz zu Gold- und Bronze-Tönen im Druck wurde Rechnung getragen. Auch Smaragd ist ein wichtiges Farb-Thema. Im Baumwoll-Bereich überrascht ein Perlmutt-Druck auf einer Cambric-Ware, dessinmäßig aus Asien inspiriert. Reinseiden-Chiffon mit Lurex-Jacquard-Scherli floral bedruckt, Seide/Wolle als 8-Färber mit Streifen/Blumen-Dessin und Reinseiden-Jacquard mit grosszügigen Blumen-Bouquets runden meisterhaft das Thema ab. Im Hemden-Blusen-Bereich sind neu feinste Façonnés 140/2 und 120/2, auch in Fischgrat und Streifen, nebst Voile und Supervoile, leicht, aber nicht transparent. Interstoff: Stand 41F67

NOTIZEN

Die Tessiner Bekleidungsindustrie: Kreativ und flexibel

Der Südzipfel der Schweiz wird nicht zu Unrecht als «Sonnenstube» charakterisiert. So verbinden sich auch in erster Linie Ferienvorstellungen mit dem Namen Tessin, aber als Industriestandort ist er weniger geläufig. Für die Schweizerische Bekleidungsindustrie ist jedoch dieser südliche Zipfel der Schweiz enorm wichtig, zählt er immerhin nahezu 500 Betriebe mit 22500 Beschäftigten mit einem Totalumsatz aus inländischer Produktion zu Fabrikpreisen von 1,4 Mrd. Franken. Das ergibt rund 67 000 Franken Umsatz pro Beschäftigten. Wenn man die Präsenz der Schweizerischen Bekleidungsindustrie im Tessin ins Verhältnis zu gesamtschweizerischen Zahlen dieser Branche setzt, wird noch viel stärker deutlich, wie wichtig dieser südliche Zipfel ist. So befinden sich ein Viertel der Betriebe der Bekleidungsindustrie und auch 25,7% der Beschäftigten dieser Branche in der «Nähstube der Schweiz».

AFRA – seit 1984 Dienstleistungs-gesellschaft

Im Jahr 1946 wurde die «Associazione dei Fabbricanti del Ramo dell'Abbigliamento del Canton Ticino» (Verband der Tessiner Bekleidungsindustrie), kurz AFRA genannt, gegründet. Noch einige wichtige Marksteine in der Geschichte dieses Verbandes: Bereits in den 70'er Jahren befassten sich die Tessiner Façonneure mit der Idee, eine Zentrale der Façonarbeiten zu bilden. Die Realisierung dieses Gedankens erfolgte jedoch erst im Jahre 1982 mit dem Eintrag der ATIF ins Handelsregister. Während der AFRA-Generalversammlung im Herbst 1983 wurde dann beschlossen, eine Dienstleistungsgesellschaft der gesamten Tessiner Bekleidungsindustrie zu gründen. Die Eröffnung des Dienstleistungsbüros in Chiasso erfolgte am 3. Dezember 1984. Die Aufgaben dieser Gesellschaft zur Förderung der Tessiner Bekleidungsindustrie umfassen hauptsächlich:

- Problemanalysen
- Die Wahrung der Interessen der Tessiner Bekleidungsindustrie
- Die Belebung der Nachfrage nach Bekleidung «made in Ticino»
- Die Leitung der Zentrale der Tessiner Façonneure
- Die Organisation und Durchführung von Kollektiv-Aktionen
- Die Intensivierung der wirtschaftli-

chen Zusammenarbeit
– Information und Weiterbildung durch Fachseminare und Publikationen

Bewusst wurde Chiasso als Sitz gewählt, ist diese Stadt doch nicht nur ein wichtiger Verkehrsknotenpunkt für internationale Geschäfte, sondern auch schweizerische Verbindungsstelle zu den Modezentren von Como und Mailand.

Das Gute bewahren und Neues wagen

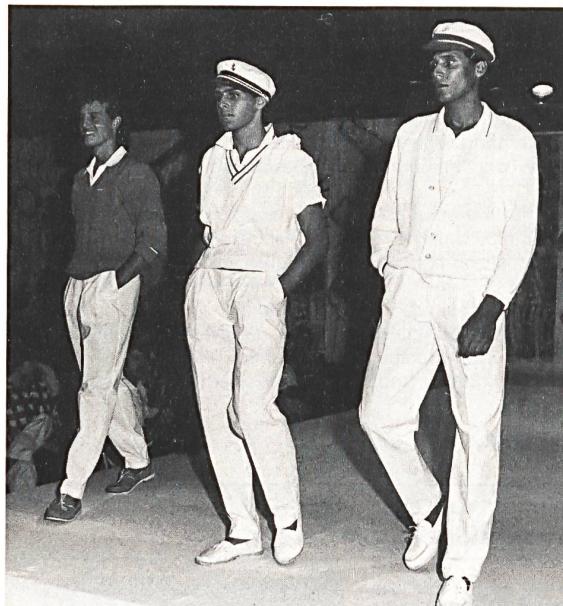
Unter diesem Slogan der AFRA stand auch die Veranstaltung im September in Lugano: In einer Modenschau wurde die Kreativität und modische Kompetenz unter Beweis gestellt. Eine Reihe von Mittel- und Kleinbetrieben haben sich seit Jahren auf dem internationalen Markt einen guten Namen gemacht. Es wäre eine deutliche Verkennung der Tatsachen, den Tessin lediglich als idealen Standort für Façonneure zu sehen, obwohl gerade dieser Bereich dank seiner Leistungsfähigkeit, Flexibilität und Zuverlässigkeit auch im Ausland sehr geschätzt wird.

Kollektion Waldburger

An der AFRA-Modenschau beteiligte Firmen:
Belmare SA, Chiasso
Sidema SA, Lugano-Barbengo
Cattaneo Aldo, Mendrisio
Calvalco SA, Morbio Inferiore
Longhi SA, Gordola
Abitex SA, Breganzone
Waldburger SA, Rancate
Lavelli SA, Viganello
Daltas SA, Massagno
Facoma, Massagno
Canavesi SA, Morbio Inferiore
Brica SA, Morbio Inferiore



Kollektion Abitex



Übersicht über die Tessiner Bekleidungsindustrie

	1985
Anzahl Betriebe	135
Anzahl Beschäftigte	5800
wovon	
– Betriebe, die à façons arbeiten	70
– Anzahl Beschäftigte	2500
Durchschnittlicher Umsatz pro Beschäftigten	65 000 Fr.
Totalproduktion zu Fabrikpreisen (Umsatz)	377 Mio Fr.
Auszahlte Löhne	110 Mio Fr.
<i>Produktionszweige</i>	
Herren-, Damen- und Kinderwäsche, Regenmäntel, Arbeitsanzüge	62 Betriebe mit 2817 Beschäftigten
Damen-, Kinderkonfektion und Blusen	41 Betriebe mit 1150 Beschäftigten
Herrenkonfektion, Knaben- und Herrenmäntel, Lederartikel	18 Betriebe mit 958 Beschäftigten
Wirkerei-Stickerei	12 Betriebe mit 786 Beschäftigten
Strümpfe	2 Betriebe mit 89 Beschäftigten

Claudio Camponovo, Sekretär der AFRA, gab noch einige Erläuterungen aus seiner Sicht: «Die Tessiner Produktion verteilt sich auf den internationalen Markt. Die in relativ kleinen Stückzahlen hergestellten Modelle entsprechen dem Wunsch des Einzelhandels. Wichtige Verkaufsargumente sind die gute Qualität der verwendeten Materialien, die modische Verarbeitung sowie die strenge Einhaltung abgesprochener Liefertermine. Der Auftragseingang in der Tessiner Bekleidungsindustrie hat sich auch im ersten Halbjahr 1985 günstig entwickelt. Neben Inlandbestellungen konnten vermehrt auch die Auslandsaufträge von der Steigerung profitieren.» Dann kam der AFRA-Sekretär noch auf die Probleme zu sprechen, die sich aus dem anhaltenden internationalen Verdrängungswettbewerb ergeben. In Sachen Preisgestaltung sei kein Handlungsspielraum vorhanden. Die liberale Aussenwirtschaftspolitik der Schweiz biete die Möglichkeit, dass die Grenzen ohne irgendwelche quantitativen oder zolltechnischen Einschränkungen für Bekleidungsimporte aus allen Ländern offen bleibent. Für die ausländische Konkurrenz sei unser Markt besonders attraktiv wegen der politischen, sozialen und wirtschaftlichen Sicherheit. Doch sieht Camponovo trotzdem positive Ansätze für die Bewältigung der Zukunft mit dem Hinweis auf die Nähe des Heimatmarktes Schweiz, die eidgenössisch anerkannte Bekleidungstechnikerschule in Lugano, die relativ leichte Disponibilität von Arbeitskräften dank den Grenzgängern, die Verpflichtung zur Qualität und die langjährige Erfahrung.

Eine arbeitsintensive Branche

Sich an die Modenschau anschliessende Betriebsbesichtigungen gaben konkreten Einblick in die Branche. Besucht wurde die seit vielen Jahren im Tessin ansässige Firma Lavelli SA, international bekannt als Hersteller modischer Damenblusen und Herrenhemden. Ferner die Sidema SA in Barbengo/Lugano, die mit ihren 220 Mitarbeitern und 21,5 Mio. Franken Jahresumsatz zu den bedeutendsten Unternehmen des Tessins gehört. Das Produktionsprogramm umfasst Unterwäsche, T-Shirts und Schlafanzüge. Das 3. Unternehmen war die Firma Abitex SA in Lugano-Breganzona, die sich auf die Herstellung von bedruckten und unifarbigem Damenschürzen spezialisiert hat. Unter dem Namen «Chantal» wird zudem eine modische DOB-Kollektion angeboten.

Bei den Betriebsrundgängen wurde deutlich, dass es im Konfektionsbereich noch sehr arbeitsintensiv zu geht. So entscheiden die Lohnkosten über die Konkurrenzfähigkeit. Doch haben die Tessiner Betriebe eine beachtliche Flexibilität gezeigt, gepaart mit Unternehmergeist und viel Offenheit für neue Impulse von aussen, so dass damit eine gute Position für die Bewältigung der Zukunft gegeben ist.

VISCOSUISSE SA, Emmenbrücke präsentiert «LEADER»

Marketing-Aktivitäten für Sport- und Freizeitbekleidung

Zur Herbst-ISPO 1985 startete die Viscosuisse neue Aktivitäten im Bereich Sport und Freizeit unter der Bezeichnung «LEADER». Hier handelt es sich um ein attraktives Programm innovativer Hersteller, durch die Viscosuisse koordiniert und präsentiert. Dieses Leader-Programm enthält nicht nur ein breites Sortiment von Qualitätsgarnen, sondern auch ein wertvolles Dienstleistungspaket im technischen, modischen und kommerziellen Bereich. Der Sport- und Freizeitmarkt ist in einem bedeutenden Wachstum begriffen. Diese Entwicklung wird in den nächsten Jahren noch anhalten. Der zunehmende Einfluss von Mode in der Sport- und Freizeitbekleidung sowie ein vermehrtes Komfort-Bewusstsein beim Endverbraucher wird eine gestiegene Nachfrage nach modisch und zugleich funktionell richtig konzipierter Sport- und Freizeitbekleidung hervorrufen. Die Funktionalität lässt sich durch geeignete Mischungen von natürlichen und chemischen Faserstoffen konzipieren. Die Viscosuisse stellt hierfür geeignete Polyamid- und Polyestergarne unter der Bezeichnung Nylsuisse- und Tersuisse her. Da sich die Aktivitäten bisher auf die Bearbeitung ausgewählter Partner beschränkte, wird unter der Bezeichnung «LEADER» eine gezielte Kampagne unter Einbeziehung weiterer Informationsquellen für den Sport- und Freizeitsektor durchgeführt. Der



Wattierte Tersuisse-Jacke mit grossem Tellerkragen aus changierendem Gewebe, kombiniert mit Nylsuisse-Cagoule-Pullover und breiter, geraffter Hütpasse sowie Tersuisse-Steghose aus Jacquard-Jersey. Mod. Viscosuisse SA (Foto: Stephan Hanslin)

- Ein breites Garnsortiment mit besonderer Eignung für Sport und Freizeit
- Technischen Kundendienst
- Saisonale kooperativ-Musterungsprogramme
- Einsatz- und Anwendungsmöglichkeiten von Nylsuisse- und Tersuisse-Garnen
- Vermittlung umfassender Modeinformation mit Trends über Farben, Stoffe, Strukturen und Styling für Sport und Freizeit
- Vermittlung aktueller Marktinformationen und Marktforschungsdaten.

Sommersport-Tendenzenfarben 1986

Die vom Modestudio der Viscosuisse herausgegebene Farbkarte ist in drei grosse Themen eingeteilt:

Open-Air: Schmeichelnde, frische und kühle, an saure Dropse erinnernde Töne wie Mimose, Aprikose, Kristall, Quelle, Distel und Pistache. **Dschungel:** Ansprechende, gehaltvolle, schattige Farben, wie Havanna, Brombeere, Terra, Amazonas, Clematis und Liane.

Aquarium: Lebhafte, spritzige Nuancen, aufgeteilt in warme und kalte Farben, wie Orange, Citrus, Rot, Pink und Iris, Royal, Signalgrün, Chartreuse.

Werden Sie untereinander gemischt, entstehen spannungsvolle, pikante Disharmonien.

Start erfolgte mit der ISPO im September 1985. Auf dieser grössten Sport- und Freizeitmesse der Welt war die Viscosuisse erstmalig mit einem Leaderstand präsent, um damit eine mehrjährige Kampagne zu eröffnen. Das Marketing-Dienstleistungspaket enthält folgende Schwerpunkte:

TMC-Dessous und TMC-Kinder: Zwei etablierte Messetermine

Die beiden Veranstaltungen, deren Parallellauf sich keineswegs konkurriert, sondern vielmehr zur stärkeren Belebung des Hauses beiträgt, sind zu einem obligatorischen Messetermin geworden. Begrüssenswert ist der frühe Zeitpunkt, vor den branchengleichen Veranstaltungen in Deutschland und Paris, der somit insbesondere dem Schweizer Einkäufer die Möglichkeit einer frühen Information und ersten Ordertätigkeit einräumt. Lediglich die Interessenten für Kinderbekleidung konnten sich bereits am Pitti Bimbo respektive an den Kollektionspremieren in Düsseldorf über das neue Angebot zum Sommer '86 orientieren.

TMC-Dessous: Bestseller waren gepflegte Nouveautés

Eine erste Basisinformation bot sich dem Einkäufer bei der von Orlando Jeremias choreographierten Modenschau, die dieses Mal in professionell-sachlichem Rahmen verlief. Die Bemühungen, dabei möglichst modische Neuheiten vorzustellen, schlagen sich nicht immer auf das Kaufverhalten. Trotz einem starken Interesse für kreative Stylingelemente, lag der Schwerpunkt im Verkauf bei gepflegter, schöner Ware mit dezenten, modischen Details. Die Bereitschaft für farbige Wäsche ist in der Pastellrichtung mit Lachs, Vanille, Grau und

Gelb zwar vorhanden, bestätigt sich jedoch nicht bei den aktuellen Intensivcolorits. Das hohe Qualitätsbewusstsein der Konsumentin zeigt das anhaltende Interesse für hochwertige Ware wie Baumwolle in edelster Ausführung und Seide, wobei der Trend zu gewebten Stoffen weiter anhält. Im Mittelpunkt der Verkaufsgespräche lagen Modelle mit femininen bis luxuriösen Stylingelementen, eine Bereitschaft für eine dezente Romantik und besonders für Wäscheteile, die sich durch ihre Mehrzweckbestimmung, beispielsweise als Schlafteddy und Dessous oder als Homewear und Partydress, auszeichnen.

TMC-Kinder: Gefragt waren sportliche Modelle in frischen Farben

Durchwegs zufrieden über den Saisonstart äusserten sich die Hersteller von Kinderbekleidung. Am besten schnitten sportlich gestylte Coordinates in den aktuellen Trendfarben Smaragd, Pink, Türkis, Royal, Gelb und Rot ab, wobei zwar gemusterte Stoffe, aber Mustermix nur in eher veralteter Optik bejaht wurden. Ein verstärktes Interesse verzeichnete man bei Denimware, die allerdings durch Druck oder/und Glitzereffekte modisch neu aufgewertet sein musste. Daneben standen sämtliche Baumwollqualitäten in gewobener, strukturierter, als auch gewirkter Ausführung für Shirts im Verkaufsgespräch.

Weiterhin bestätigte sich der Trend zu Coordinates im Babysektor, wobei sich auch hier eine grössere Bereitschaft zu aktuellen Trendfarben abzeichnete.

N O T I Z E N

Viscosuisse SA, Emmenbrücke: Trend-Informationen Maschenstoffe für Trainer- und Langlaufbekleidung

Vielseitigkeit – das ist eine ganz entscheidende Anforderung, die Stoffe für Trainingsanzüge und Langlaufbekleidung erfüllen müssen. Die gleichen Basisqualitäten sind durch gezielte Ausrüstungsverfahren auch in anderen Bereichen geeignet. Für den Skiwanderer, den Skiläufer und den eigentlichen Rennläufer sind verschiedene Stoffqualitäten und -konstruktionen erforderlich. Dabei geht es um Eigenschaften dieser Maschenstoffe, die unerlässlich zu erfüllen sind:

- gutes elastisches Verhalten
- maximales Wärmerückhaltevermögen
- Feuchttetransport und Luftaustausch
- wind- und wasserabweisende Warenaussenseiten.

Neben der Funktionalität sind aber auch modische Aspekte für den Skiwanderer und -läufer nicht zu vergessen. Erfahrungen mit der Konstruktion von Maschenstoffen aus Nylsuisse und Tersuisse Filamentgarnen für Sportbekleidung wurden berücksichtigt: Sie sind bi-elastisch und damit äußerst funktionell, was sich im Tragekomfort vorteilhaft auswirkt. Die neuen Qualitäten haben zudem eine spezielle Ausrüstung. Die mit Fluorkarbon imprägnierten Stoffe sind wasserabweisen, und die gerührte Innenseite ergibt ein gutes Wärmerückhaltevermögen. Interessante modische Effekte ließen sich durch die Verarbeitung von glatten und texturierten, matten oder glänzenden Garnen, erzielen.

Modetrends

Leichte, fließende Nylsuisse- und Tersuisse-Maschenwaren mit dezentem Glanz und geschlossener Warenoberfläche setzen einen wichtigen Akzent für die Grundqualitäten der Wintersaison 1986/87. Feinste Jacquard- und Matt/Glanz-Streifendessins sind für modische Oberteile, Gilets und zum Kombinieren bestimmt. Mit neuen Ton-in-Ton Mate-



Funktionelle Nylsuisse-Langlaufkombination. Die Aussenseite ist aus wasserabstoßendem, gechinztem Taft, innen abgefüttert mit Molleton/Tersuisse/Baumwolle. Mod. Merboso AG, Urdorf

lassé-Artikeln ohne Füllschuss wird eine aktuelle Stoffidee dargestellt.

Garn- und Stricktechnik

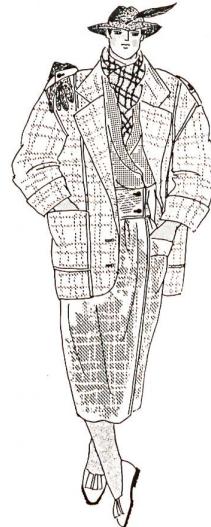
Die neuen Doubleface-Gestricke zeigen auf der Aussenseite glatte, glänzende Garne und matte, texturierte auf der Innenseite.

Interessante Maschenstoffe sind durch den Einsatz von Glatt- und Kreppgarnen auf Interlock- und Jacquard-Maschinen realisiert worden. Besondere Erkenntnisse in der Bindungstechnik ergeben, zusammen mit hochelastischen Nylsuisse- oder Tersuisse-Garnen, hervorragende bi-elastische Qualitäten. Neben modischen Aspekten wie Optik und Struktur, sind auch wirtschaftliche Überlegungen berücksichtigt.

Trendgerechte Stoffkonstruktionen Tersuisse Jerseys und Feingewebe Herbst/Winter 1986/87

Mode beginnt beim Garn. Das zeigen die neuen Stoffe mit diskretem Glanz und körnigen Oberflächen, die aus Tersuisse-Glatt- und Texturgarnen sowie einem Effektzwirn hergestellt wurden. Bei den Buntjacquards und Interlockkombinationen wurden gefärbte Tersuisse-Garne mit Fasergarnen gemischt, um weiche, wärmende Qualitäten zu erhalten.

Bindungseffekte sind ein wichtiges Thema. Sie sorgen bei den Strickstoffen für spannungsvolle Kontraste. Karos, zweifarbig Rippen, Querstreifen und Durchbrucheffekte werden mit flachen Interlocks und Doubleknits kombiniert. Rundstrickjerseys sind ideal für die figurbetonte Silhouette, und Buntjacquards in betont feinen Einstellungen feiern ihr Comeback. Der Griff bleibt weich und elastisch, trotz fester, geschlossener Stoffkonstruktionen.



Musterungsvorschläge für Tersuisse-Feingewebe



Tersuisse-Bluse aus seidigem Crêpe mit gefälteltem Einsatz im Vorderteil. Mod. Ines, Engelburg

Für den Winter 1986/87 wurde der Glanz zurückgenommen, teilweise ist sogar eine matte Optik ausschlaggebend. Die Stoffoberflächen werden flacher und weniger relief-artig. Mit den Viscosuisse-Filamentgarnen ist es möglich, eine breite Qualitätspalette in verschiedenen Gewichten und Optiken herzustellen, was die umfangreiche und gut dokumentierte Trend-Inspiration des Viscosuisse-Modestudios eindrücklich beweist.

Die Stoffkonstruktionen werden geschlossen erhalten, aber durch die feinfibrilligen Tersuisse-Texturgarne einen weichen, geschmeidigen Griff. Fantasiegewebe lassen Kombinationen zu, so dass die ganze Bekleidung aufeinander abgestimmt werden kann. Zu beachten sind crêpige Aspekte in Richtung sandig, moosig oder körnig. Bindungs- und Garneffekte lassen leichte Tersuisse-Piqués, Ajourcarrés, Rayés und Georgettes entstehen. Diskreter und natürlicher Glanz, weicher Griff und die vom

Konsumenten so geschätzte Pflegeleichtigkeit zeichnen die neuen Mischgewebe aus Tersuisse Polyester und Baumwolle aus. Ausgesprochen warme Winterqualitäten entstehen durch den Einsatz von Tersuisse-Pontella. Die Faux-Uni-Bilder bieten sowohl eine sportliche, als auch eine elegante Version.

Tersuisse Polyester mit Baumwolle gemischt

Leichte, geschmeidige Mischgewebe mit einem schönen Glanz sind ein wichtiges Modethema. Hier vereinigen sich die Vorteile des synthetischen Filamentgarnes mit denen der Naturfaser und ergeben gute mechanische Eigenschaften, Formstabilität, Glanz, Tragekomfort und weichen Griff.

Durch Anwendung verschiedener Bindungsstrukturen und Gewebeeinstellungen lassen sich abwechslungsreiche Kollektionen zusammenstellen und erarbeiten.