

Zeitschrift: Éléance suisse
Herausgeber: Gesamtverband der schweizerischen Bekleidungsindustrie
Band: - (1972)
Heft: 2

Artikel: Neue Zielsetzungen der Schweizer Modewochen Zürich
Autor: Solinski, H. A.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795033>

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: 18.02.2026

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

Neue Zielsetzung der Schweizer Modewochen Zürich

Die 61. Schweizer Modewochen Zürich sind in Sicht, wie werden sie gestaltet? Mit der kürzlich erfolgten Verbandsumstrukturierung in der schweizerischen Bekleidungsindustrie und der Gründung des Vereins Schweizer Modewochen Zürich hat sich einiges geändert und wird sich noch ändern.

Was und wieviel? Dies hat sich «Elégance Suisse» von zwei Persönlichkeiten erklären lassen, die es wissen müssen.



H. A. Solinski,
Geschäftsführer der
Schweizer Mode-
wochen Zürich

«Herr Solinski, Sie arbeiten seit der Konstituierung des Gesamtverbandes der Schweizerischen Bekleidungsindustrie in Ihrer eigenen Firma, der Pan Fashion H.A. Solinski & Co., Zürich. Welches sind aber Ihre Aufgaben innerhalb des Vereins Schweizer Modewochen Zürich geblieben?»

«Nach der Gründung des Gesamtverbandes mussten sich die Schweizer Modewochen Zürich in Form eines Vereins selbständig machen, um eines ihrer wesentlichsten Ziele, die Internationalisierung der Schweizer Modewochen Zürich, durch Zugang ausländischer Fabrikanten realisieren zu können, was im Rahmen des Gesamtverbandes nicht möglich gewesen wäre, da dieser eine Institution für ausschliesslich schweizerische Fabrikanten ist. Der Verein Schweizer Modewochen Zürich unterhält kein eigenes Sekretariat. Dieses wurde im Auftrag an meine Firma vergeben. So bekleide ich innerhalb der Schweizer Modewochen Zürich den Posten eines Geschäftsführers und bin beauftragt, die Schweizer Modewochen Zürich zu organisieren und alle damit verbundenen Veranstaltungen durchzuführen.»

«Wie werden die Schweizer Modewochen Zürich künftig durchgeführt?»

«An der Gestaltung der Schweizer Modewochen Zürich, soweit es die Schweizer Konfektionäre betrifft, wird sich in nächster Zeit nicht viel ändern. Immerhin ist bei der Neuorganisation versucht worden, die Veranstaltungen in andere Bahnen zu lenken. Es handelt sich natürlich – wie bei jedem Beginn – um einen Versuch, der jedoch auf den vielen gesammelten Erfahrungen der früheren Schweizer Modewochen Zürich basiert.

In erster Linie werden die Informationsmodeschauen umgestaltet, indem man sie von der Lunchzeit auf den Abend verlegt. Der Vorteil liegt darin, dass man nicht mehr an die knappe Mittagspause gebunden ist, sondern am Abend, zwar ebenfalls konzentriert, die einzelnen Bekleidungsgruppen aufschlussreicher zeigen kann. Analog der Prêt-à-Porter-Schauen werden die einzelnen Konfektionshäuser je fünf Modelle in einer Gruppe zeigen, damit die Handschrift des betreffenden Fabrikanten besser ersichtlich wird.

So wird die Informationsschau auch zur Kollektionsschau. Die Veranstaltungen finden an vier Abenden von 18.30 bis ca. 21.30 Uhr im

Hotel Atlantis, Zürich, statt, wobei während ungefähr anderthalb Stunden Mode gezeigt wird. Der Rest der Zeit bleibt dem Abendessen der Gäste reserviert. Als weitere Neuerungen sind einerseits die Intensivierung der Einkäuferwerbung, andererseits die Verlegung des Informations- und Pressezentrum in die Schalterhalle der Schweizerischen Kreditanstalt an der Zürcher Bahnhofstrasse zu erwähnen. Das Informationszentrum, das immer rege besucht wird, erhält dadurch nicht nur einen repräsentativeren Platz, es ist sowohl Einkäufern wie auch Pressevertretern leichter zugänglich. Wesentliches Ziel der Schweizer Modewochen Zürich ist jedoch, den Modeplatz Zürich stark aufzuwerten und ihn attraktiver zu gestalten. Dies ist aber nur möglich, wenn sich in Zürich künftig ein geballtes Modeangebot zusammenfindet, was bedingt, dass auch namhafte internationale Konfektionäre innerhalb des Konfektionszentrums Zürich ihr Angebot zeigen können.»

«Wie stellen Sie sich diese Internationalisierung vor?»

«Die Schweizer Modewochen Zürich beabsichtigen, eine neue, zusätzliche Konfektionsmesse durchzuführen, die erstmals vom 8.–11. April 1973 im Hotel Nova Park in Zürich, das in unmittelbarer Nähe der Swiss Fashion Häuser liegt, stattfinden kann. Die Ausstellung soll in Hotelzimmern untergebracht werden, wobei zwei ganze Flügel des Hotels dafür reserviert würden. Ein Graphiker hätte die neue Messe mit entsprechenden Accessoires modgerecht auszustatten, die Räume einheitlich und attraktiv zu gestalten, um dem Ganzen einen eleganten, konfektionsgerechten Rahmen zu geben. Das Hauptgewicht liegt natürlich jetzt auch auf der Ausstellerwerbung. Bereits sind verschiedene Anmeldungen ausländischer Konfektionäre eingetroffen. Andererseits haben wir Kontakt mit ausländischen Bekleidungsverbänden wie Frankreich, England, Skandinavien und Österreich aufgenommen, um in Form von Gemeinschaftspräsentationen möglichst viele Aussteller aus diesen Ländern zu interessieren.

Teilnahmeberechtigt ist jeder ausländische Konfektionär oder sein Vertreter in der Schweiz. Die Präsentation im Nova Park würde völlig derjenigen entsprechen, wie sie in den Swiss Fashion Häusern üblich ist. Damit wäre Nova Park das Fashion-House der Ausländer. Wenn sich eine positive Entwicklung einstellt, wäre die Veranstaltung in gleichem Rahmen weiterzuführen, damit Zürich seine eigene, mit der Zeit festverankerte Bekleidungsmesse erhielte. Dabei wird nicht ausser acht gelassen, dass bei der Erstellung des geplanten Textil- und Mode-Centers in Glattbrugg eine Verlegung der Bekleidungsmesse in diese Räumlichkeiten denkbar und möglich wäre, was sich wegen der Nähe des Flughafens Kloten im Hinblick auf die internationalen Einkäufer ebenfalls günstig auswirken würde».

«Ist nie die Frage nach einer Selektionierung der ausländischen Aussteller aufgetaucht?»

«Die Frage nach Selektionierung ist grundsätzlich berechtigt. Wir sind der Ansicht, dass sich eine solche automatisch ergeben wird, indem eine Preisdifferenz in bezug auf die Ausstellungsfläche zwischen unserer Messe und derjenigen der «Imoda» bestehen wird. Bei uns kostet der Quadratmeter etwa doppelt soviel, allerdings mit allen Einrichtungen und Ausstattungen, wie derjenige im Hallenstadion, wodurch eher der höhere Konfektions-Genre Interesse daran haben wird, in den Nova Park zu kommen.»

«Wovon ist die Durchführung der geplanten neuen Bekleidungs-messe abhängig?»

«Unsere Vorbereitungen sind soweit vorangetrieben, dass die Messe ohne weiteres durchgeführt werden könnte. Aber es gilt, zwei Einschränkungen zu berücksichtigen: Zuerst muss die Generalversammlung des Vereins Schweizer Modewochen Zürich, die im November einberufen wird, diese befürworten. Zweitens ist es erforderlich, dass wir die notwendige Anzahl an Ausstellern zusammenbringen.

Wir rechnen bei der 1. Messe mit ungefähr 80 ausländischen Teilnehmern, was uns erlaubt, absolut kostendeckend zu arbeiten. Aber auch schon mit 50 Anmeldungen sollte, meiner Meinung nach, das Unternehmen gestartet werden, damit ein Anfang gemacht wäre.»



Harold Taeschler,
Präsident der
Schweizer Mode-
wochen Zürich

«Welches sind die Hauptgründe, die zur Idee der Internationalisierung der Schweizer Modewochen Zürich führten?»

«Die angestrebte Internationalisierung der Schweizer Modewochen Zürich soll vor allem eine wesentliche Aufwertung der Stadt Zürich als Modeplatz bringen. Die Einkäufer aus der ganzen Welt sollen künftig die Schweiz – und vorab Zürich – in ihre Reisepläne einschliessen. Dies kann aber nur der Fall sein, wenn Zürich über das nationale Modeangebot hinauswächst und einen internationalen Standard erhält. Wenn in Zürich eine so umfassende Mode ausgestellt wird, hat auch der Schweizer Einkäufer die Mög-

lichkeit, das breitangelegte in- und ausländische Modeangebot zu prüfen und zu vergleichen. Er wird dann zweifellos zum Schluss kommen, dass die Schweizer Mode konkurrenzfähig ist.»

«Welche Gegenargumente von seiten der schweizerischen Bekleidungsindustrie könnten das geplante Vorhaben an der bevorstehenden Generalversammlung des Vereins Schweizer Modewochen Zürich zum Scheitern bringen?»

«Die Argumente für die Internationalisierung der Schweizer Modewochen Zürich können natürlich auch dagegen sprechen. Wird der Modeplatz Zürich internationalisiert, so wird der Schweizer Konfektionär begreiflicherweise veranlasst, Kollektionen zu kreieren, die der ausländischen Konkurrenz standhalten oder sogar überlegen sein werden. Wer diese Anstrengung scheut, hat natürlich genügend Gründe, die Internationalisierung abzulehnen.»

«Inwieweit könnte die angestrebte Internationalisierung dem Schweizer Konfektionär nützlich sein?»

«Ich bin der Meinung, dass wir alle das grösste Interesse daran haben müssten, die internationale Einkäuferchaft nach Zürich zu bringen. Wenn Zürich über ein grossangelegtes Modeangebot mit vielseitiger euro-

päischer Beteiligung verfügt, wird auch die Schweizer Bekleidungsindustrie mit dem vergrösserten Zustrom von Einkäufern für gute Abschlüsse und zur Gewinnung neuer Kunden eine reelle Chance haben. Ohne diesen vermehrten ausländischen Einkäuferbesuch verringern sich die Möglichkeiten, und der Schweizer Konfektionär wird gezwungen sein, selbst mit seiner Kollektion ins Ausland zu reisen; dass dies sehr kostspielig und zeitraubend ist, bedarf kaum der Erwähnung.»

«Ist man bestrebt, Zürich zu einem internationalen Bekleidungs-zentrum wie etwa München oder Düsseldorf auszubauen, wenn das Projekt der neuen Bekleidungsmesse realisiert werden kann?»

«Es kommt darauf an, was man unter dem Begriff «Bekleidungs-zentrum» versteht. Es wird in der Schweiz kaum möglich sein, eine Bekleidungsmesse zu veranstalten wie in München oder Düsseldorf, denn uns stehen keine solchen Hallen zur Verfügung. Auch liegt es uns fern, das Ausland kopieren zu wollen. Wir streben mehr nach einer individuelleren Form der Modepräsentation, wie sie eben im Nova Park, diesem neuen Hotelzentrum, entstehen soll. Obschon das Angebot auch dort sehr geballt vorhanden sein müsste, wäre die ganze Ambiance viel persönlicher als in grossen Messehallen. Ausserdem ist als Erweiterung das Textil- und Mode-Center in Glattbrugg geplant, das, einen weitem Schritt zu einer messe-ähnlichen Veranstaltung darstellend, ebenfalls vom Charakter einer üblichen Messe abweichen wird.

Zusätzlich wird Zürich als Modeeinkaufszentrum noch aus einem weiteren Grund an Aktualität gewinnen: langsam stossen wir, zum mindesten wirtschaftlich gesehen, zur EWG vor, was den so viel diskutierten Zollabbau zur Folge haben wird. Allein diese Tatsache wird bereits bedeutend mehr Einkäufer in die Schweiz bringen, weil für sie die komplizierten Zollaufrechnungen dann dahinfallen werden, und der Einkauf somit unbelastet von Zusatzzahlen vorgenommen werden kann.»

«Bedauerlicherweise konnten immer noch verschiedene Schweizer Konfektionäre nicht zur Mitgliedschaft für den Verein Schweizer Modewochen Zürich bewegt werden. Wie verhalten Sie sich zu diesem Problem?»

«Wir haben alles getan, um solche abseitsstehende Konfektionäre zum Beitritt zu bewegen. Weitgehend ist es uns schon gelungen. Wenn die Schweizer Modewochen Zürich in Zukunft noch an Attraktion gewinnen, werden sicher noch weitere Fabrikanten um die Mitgliedschaft nachsuchen. Je mehr Mitglieder wir um uns scharen, umso geringer wird die finanzielle Belastung für den Einzelnen. Wie ich schon oft betont habe, wird nur eine solidarisch zusammenhaltende Bekleidungsindustrie es ermöglichen, den Modeplatz Zürich und das Image der schweizerischen Konfektion weiter zu heben. Abschliessend sei gesagt, dass zugkräftige Schweizer Modewochen Zürich unbedingt erforderlich sind, damit wir im internationalen Mode-Termin-Kalender einen festen Platz erhalten, der zu einem günstigen Zeitpunkt liegt, damit der internationale Einkäufer den Besuch der Schweizer Modeveranstaltung zu einem nicht mehr zu missenden Ziel in seinem europäischen Einkaufsplan einträgt. Die Schweiz darf nicht übergangen werden! Deshalb sollte jeder verantwortungsbewusste und einsichtige Fabrikant sein besonderes Interesse an einer gut organisierten, reich dotierten und terminmässig richtig liegenden Bekleidungsmesse zeigen. Dies ermöglicht ihm nicht nur höhere Bestellquoten innerhalb kürzerer Zeit, sondern auch die Erleichterung seiner Dispositionen.»

- Pour le texte français voir pages «Traductions».
- For English version see pages «Translations».



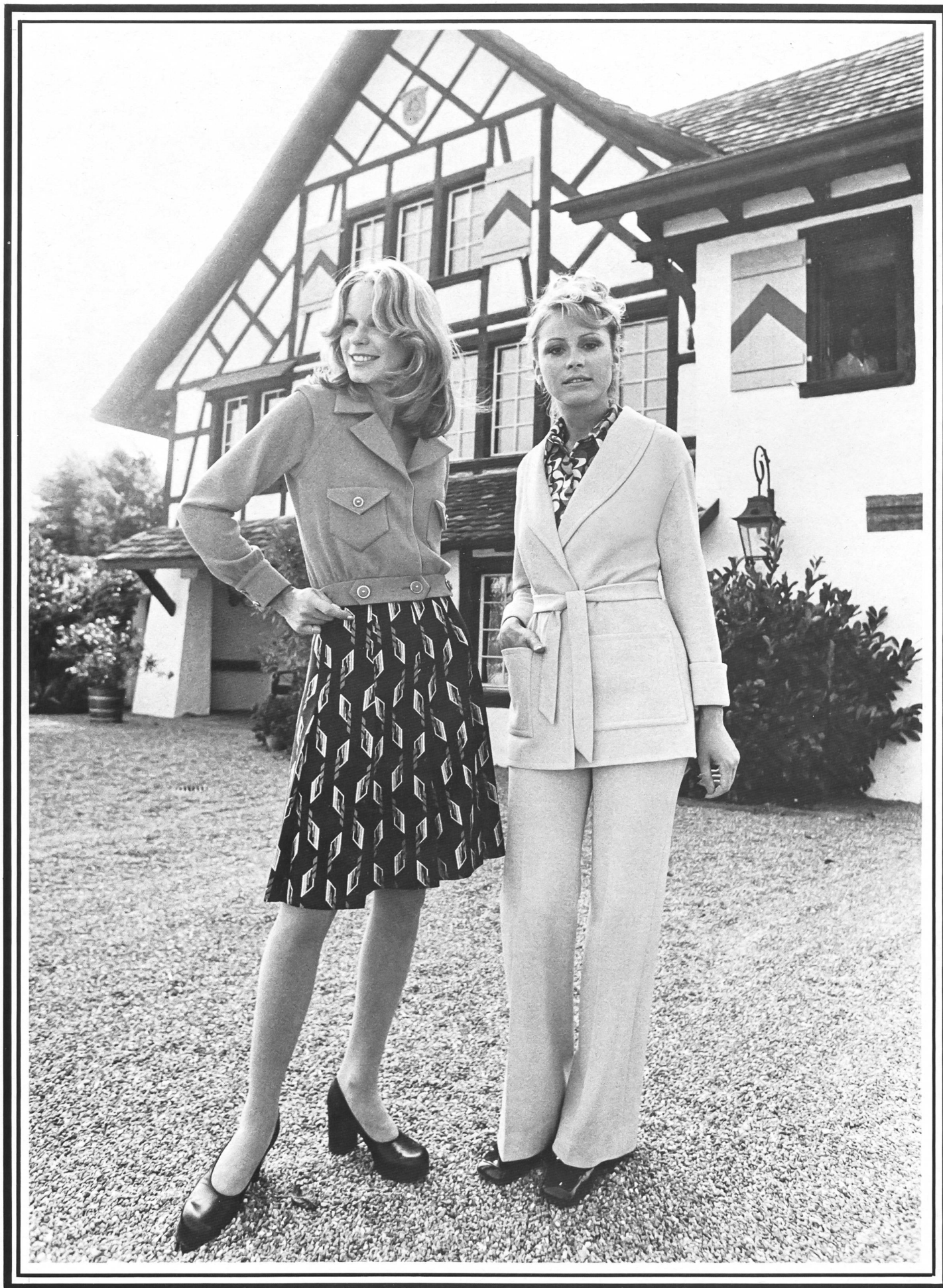
LA MAILLE SA, LAUSANNE

Links: Hose, Jacke und assortierter Pullover aus Chavasol bilden dieses angenehm leichte Sportensemble.
 Rechts: Apartes Ensemble, Uni-Hose in Wevenit-Jersey, Pullover und weiter Kurzmantel aus Baumwoll-Jacquard.



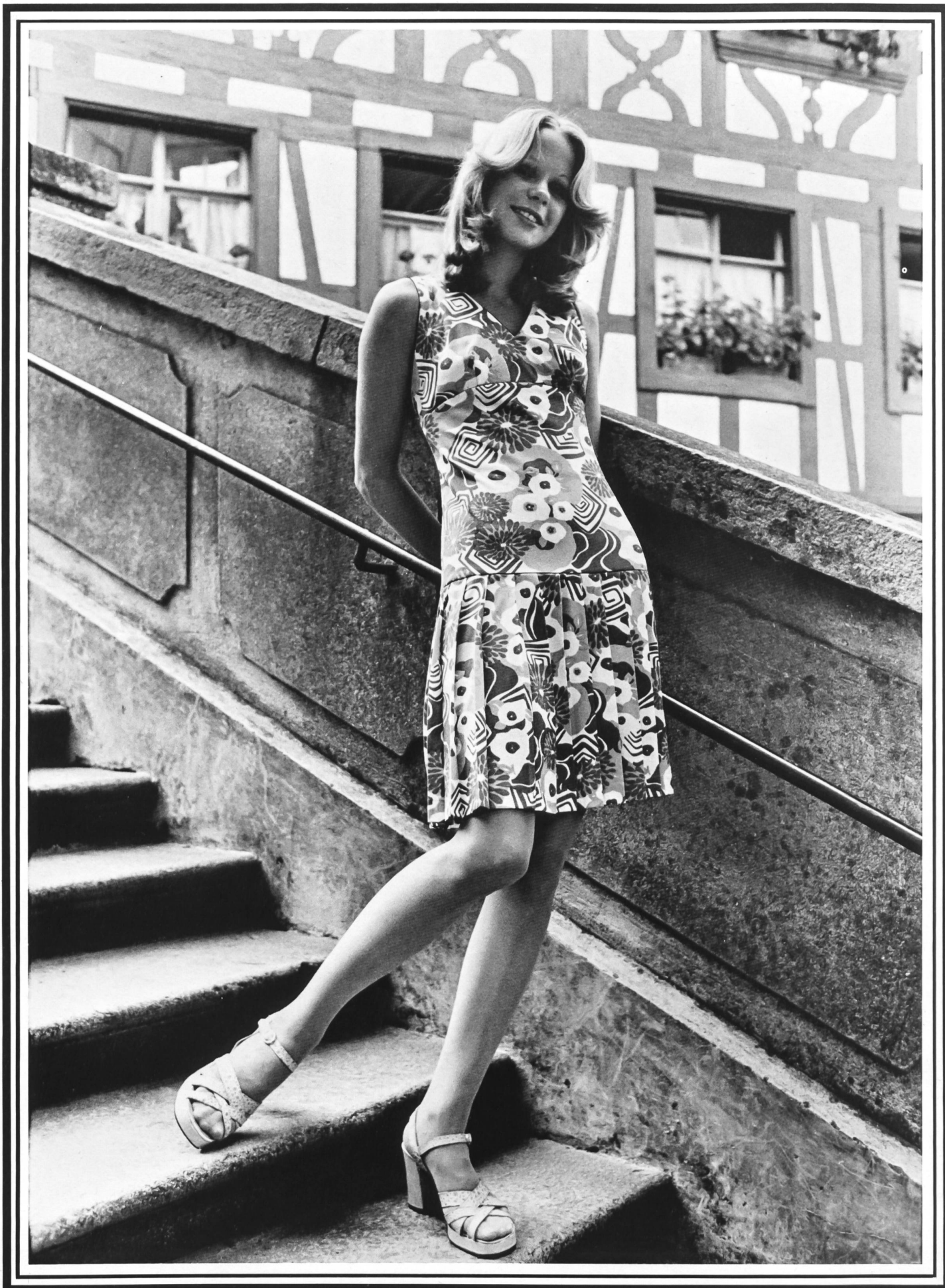
STREBA AG, WOHLN

Sportliches Girlkleid und Hosenensemble aus pflegeleichtem Tersuisse®-Wevenit.



HANDSCHIN & RONUS AG, LIESTAL

Links: Jugendlich sportliches Jersey-Ensemble aus reiner Schur-Wolle (Wollsiegel-Qualität); kurzer unifarbiger Blouson und Faltenjupe mit frischem Dessin. Rechts: Jersey-Hosenensemble aus reiner Schur-Wolle (Wollsiegel-Qualität); Wickeljacke mit Schalkragen, dazu kurzärmelige Bluse aus Polyester.



PATRIC SA, COLOMBIER

Reizendes Nachmittagskleid aus bedrucktem Jersey.



ALTESSA SA, ZÜRICH

Links: Sportlich elegantes Kostüm aus leichtem Woll-Bouclé.
Rechts: Jugendlicher Kurzmantel aus imprägniertem, knitterfreiem Polyester-Gewebe.

Wichtige Daten der Bekleidungsindustrie

- 4.– 7. 9. 1972 Zürich 4. Einkaufswoche für Kinderbekleidung
- 11.–13. 9. 1972 Lausanne Exposition de la Mode Enfantine
- 25.–26. 9. 1972 Wien 2. Verkaufstage der Schweizer Kinderbekleidung
- 25.–27. 9. 1972 Zürich 2. Schweizer Mieder-Salon
- 25.–27. 9. 1972 Lausanne Semaine de la Mode Tricot et Vêtements de Sport
- 25.–27. 9. 1972 Lausanne Einkaufswoche für Kleinkonfektion
- 9.–20. 10. 1972 Zürich 61. Schweizer Modewochen
- 11. 11. 1972 Zürich 4. Schweizer Mode-Ball
- 13. 11. 1972 Zürich
14. 11. 1972 St. Gallen
20. 11. 1972 Basel
21. 11. 1972 Lausanne
22. 11. 1972 Bern Seminare Sport-, Freizeit- und Lederbekleidung
- 26.–28. 2. 1973 Wien 3. Verkaufstage der Schweizer Kinderbekleidung
- 5.– 8. 3. 1973 Zürich 5. Einkaufswoche für Kinderbekleidung
- 12.–14. 3. 1973 Lausanne Exposition de la Mode Enfantine



ALPINIT AG, SARMENSTORF

Links: Deux-Pièces aus Tersuisse®-Wevenit.

Rechts: Nachmittagsensemble aus reiner Schur-Wolle (Wollsiegel-Qualität), mit originellen Strickeffekten an Jacke und Kleid.