Tagungen und Messen

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa**

Band (Jahr): **93 (1986)**

Heft 5

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Dessins

Dezente Reliefs, ombrierende Dessins, Ringeldessins in changierender Form, Placés, Streifen und Bordüren, Punkte und simple Geometrics, einfache, lustige Figuratives.

Viscosuisse SA

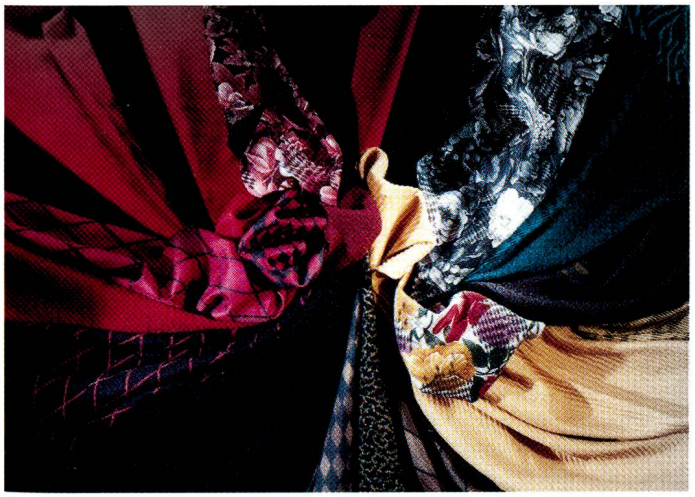
Incontri Venezia 1986

Gianni Versace

der 39jährige Modemacher aus Mailand hat schon von jeher sehr bewusst die Stoffe für seine Kleiderkollektionen ausgewählt. Immer auf der Suche nach neuen Materialien und Bindungen hat er den technologischen Fortschritt vorangetrieben.

Berühmt wurde er anfangs der Achtzigerjahre für seine metallischen Maschengewebe, (eine wahre Revolution auf dem Kleiderstoff-Sektor), die an der Messe «Design Anni 80» zum erstenmal als Objekt im Pavillon für zeitgenössische Kunst in Mailand vorgestellt wurden.

Während eines kürzlichen Seminars am Victoria und Albert Museum in London sagte Gianni Versace: «Damit ich ein Tweedgewebe in meiner Kollektion verwenden würde, müsste es völlig modernisiert werden in Bezug auf Garne, Farben und Technik. Das ist es, was ich gemacht habe für meine Gewebe und auch weiterhin machen werde.»



Dies war auch sein Vorsatz, als er anfangs Jahr sein eigenes Haus zu dekorieren begann. Er konnte die bestehenden und auf dem Markt erhältlichen Gewebe nicht akzeptieren, weil sie nicht «seine» waren. In Zusammenarbeit mit dem Schweizer Textilverleger Christian Fischbacher aus St. Gallen ging Gianni Versace deshalb mit vollem Enthusiasmus daran, seine erste Wohntextilien-Kollektion zu erschaffen: Dekorationsstoffe für Vorhänge, Bettüberwürfe, Polstermöbelbezüge und Wandbespannungen – neuartige Gewebe für zeitgenössisches Wohnen.

Wir ihr Name sagt, «I Rilievi di Gianni Versace», handelt es sich vor allem um bewegte, dreidimensionale Stoffe: Matelassés, Gaufrés und plissierte Jacquard-Gewebe, alle mit starkem Relief oder bewegter Oberfläche. Sie erinnern an Rippenmotive im Sand oder auf dem Wasser. Gianni Versace schöpft auch mit dieser Kollektion die neuen technischen Fortschrittsmöglichkeiten voll aus. Ob es sich um schwere Polstermöbelbezüge oder um transparente Vorhangstoffe handelt, die auf eine ganz neue Art und Weise das Licht durchscheinen lassen, die Strukturen bleiben erhalten, auch wenn die Stoffe gespannt sind. Dem neuen Feeling der Reliefs entsprechen auch die Drucke.

Die Farben dieser Wohntextilien-Kollektion sind «very Versace». Schwerpunkt bildet eine Gruppe von Non-Colours: schwarze, graue, écru und weisse Nuancen mit subtilen Schattierungen. Die blaue Gruppe ist ebenfalls sehr typisch für Versace. Völlig neu und unerwartet ist die rote, die grüne und die gelbe Serie dieser Wohntextilien.

Es werden vor allem Naturfasern verwendet wie Baumwolle, Leinen und Seide sowie einige Mischungen, um neue Effekte hervorzurufen. Die Kollektion umfasst 120 Varianten.

«I Rilievi di Gianni Versace» ist eine Wohntextilien-Kollektion mit völlig neuem Gesicht. Diese Stoffkreationen werden bestimmt das Bild für zeitgenössisches Wohnen der Achtzigerjahre prägen.

Christian Fischbacher Co. AG
9000 St. Gallen

Tagungen und Messen

Der Schweizer Sportartikelmarkt – Boom-Markt oder nicht?

Die Arbeitszeit nimmt – auch in der Schweiz – allmählich ab. Somit hat der Mensch viel mehr Freizeit. Durch die Fitnesswelle und das neue Gesundheitsbewusstsein unterstützt, müssten doch auch die Umsätze in dieser Branche steigen. Der Sportartikelmarkt in der Schweiz setzt jährlich 1 Milliarde Franken um und beschäftigt 10 000 Menschen.

Stagnation seit Jahren

Vom 6. bis 9. April 1986 fand zum 23. Mal die Swisspo statt. Sie ist die bedeutendste Schweizer Sportartikelmesse (siehe Kasten). Träger und Organisatoren der Messe sind die beiden Branchenverbände, der Verband Schweizerischer Fabrikanten, Lieferanten und Agenten

von Sportartikeln SPAF sowie der Schweizerische Sporthändlerverband ASMAS. Die Swisspo ist eine Ordermesse. Gleichzeitig soll sie aber dem Handel einen Überblick über den Gesamtmarkt und das in der Schweiz erhältliche Sortiment vermitteln.

Allwetter-Jogginganzüge für Sie und Ihn.
Qualität:
aussen 100% PES, innen Netz, 75% Baumwolle, 25% Polyamid
Foto: Triumph International, Zurzach

In einem 1. Referat anlässlich der Branchenpressekonferenz nahm Heinz Karrer, Geschäftsführer des SPAF, zur Sportartikelbranche aus der Sicht des Lieferanten Stellung. Er fragte sich, weshalb die Meinung immer noch vorherrsche, die Sportartikelbranche sei aufgrund des soziostrukturellen Wandels wachsend. Ein Grund für diesen Irrtum sei sicher, dass durch das gesteigerte Gesundheitsbewusstsein und die sportliche Tätigkeit der Bevölkerung auch dieser Markt dauernd zunehme. Heinz Karrer gab sich auch gleich die Antwort: «der Sportarikelmarkt Schweiz ist kein Boom-Markt, dafür ist er bereits jetzt schon zu gross. Nominell haben wir zwar ein leichtes Wachstum zu verzeichnen, doch real verhält sich die Rate negativ. Der Markt stagniert und wird vermutlich auch das Dach der Sättigung bald erreicht haben. Die Marktanteile können rasch die Hand wechseln, besonders in dieser modisch exponierten Branche.

Gesamtmarkt Schweiz

Wintersport-Artikel

(April 1985 bis März 1986)	Wert in Mio. sFr. (zu Detailhandelspreisen)	Menge in Tausend
Ski alpin	113	370
Ski nordisch	14	114
Skibindungen alpin	42	334
Skibindungen nordisch	8	95
Skischuhe alpin	72	365
Skischuhe nordisch	7	112
Skibekleidung alpin	227	
Skibekleidung nordisch	9	
Skibrillen	4	
Sonstige Posten wie Skistöcke, Schlittschuhe, Schlitten, Curling	60	
Total	556	

Sommer-/Ganzjahressport-Artikel

(Januar bis Dezember 1985)	Wert in Mio. sFr. (zu Detailhandelspreisen)	Menge in Tausend
Tennisschläger	13	90
Sportschuhe	157	
Sportbekleidung	137	
Badebekleidung	75	
Sonstige Posten wie Schwingen, Reiten, Golf usw.	150	
Total	532	

Ein bedeutender Wirtschaftsfaktor

Bei einem Umsatz von 1 Milliarde Franken wechseln beträchtliche Geldmengen die Hand. Die Marktdaten (siehe Kasten) zeigen, dass sich die Wintersport – gegenüber den Ganzjahressportartikeln fast die Waage halten. Von diesen insgesamt 1088 Millionen Franken sind immerhin 448 Millionen Franken Textilien! Vor allem bei den Vorlieferanten der sportlichen Bekleidungsindustrie findet man bedeutende Schweizer Firmen. Faserlieferanten wie zum Beispiel die Viscosuisse, Stoffabrikanten wie Rotofil, Klingler und Eschler, haben einen hervorragenden Ruf in dieser Branche.

Adolf Ogi, Nationalrat und Generaldirektor der Intersport (Schweiz) Holding AG, ging im besonderen auf diesen Wirtschaftsfaktor Sport ein. Recht engagiert stellte er den Weg des Sportes zu einem Spitzenrang in der Wirtschaft dar. Nicht umsonst hätten die Industrie und der Sport den gleichen Ursprung. Denn – die Leistung, die Konkurrenz und die Gleichheit – so Ogi, sind in beiden Sektoren die Antriebsfedern. Nicht zufällig sei England Mutterland der Industrie und des Sportes. Leistung führe zu Wachstum, Entwicklung und Produktionsfortschritten. Konkurrenz optimiere die Produkte und die Gleichheit lasse einen fairen «Kampf» entwickeln, der schliesslich zu guten Resultaten führe.

Nicht zu vergessen ist – vor allem in der kleinen Schweiz – die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. Ausländische Gäste kauften 1985 in der Schweiz für rund 10 Milliarden Franken touristische Dienstleistungen. Dieser Tourismus ermöglicht 260 000 Menschen Arbeit und Einkommen. Tourismus und Sport bilden zusammen ein etwa 50 Milliarden grosses Geschäft. Nach der Metall- und Maschinenindustrie und der Chemie, ist Sport und Tourismus bereits der drittgrösste Arbeitgeber in der Schweiz.

Strukturdaten des Schweizerischen Sporthandels

Ein Dauerbrenner in der ganzen Branche ist wohl das Thema Fachhandel und Grossverteiler. Daran sind vor allem die Sporthändler interessiert, die in der ASMAS organisiert sind. Claude Benoit, Zentralsekretär des AS-

MAS, präsentierte die neusten Strukturdaten. Die Schweiz zählt 1984/85 1364 Verkaufsstellen für Sportartikel, Fachhandel, Warenhäuser, Grossverteiler und Mischbetriebe mit eingeschlossen. Dazu kommen noch etwa 150 Verkaufspunkte des grössten Grossverteilers. Rund 73% dieser 1364 Verkaufsstellen sind Fachgeschäfte. Erstaunlicherweise beschäftigen in der Schweiz 72% der Sportfachgeschäfte nur eine bis fünf Personen. Diese erzielen immerhin 54% des Umsatzes im Fachhandel.

Die Swisspo – bedeutendste Sportartikelmesse der Schweiz

	1986	1985	1984
Aussteller	202	207	212
Ausgestellte Marken	447	452	450
Netto-Ausstellungsfläche (m²)	11860	11750	11880
Brutto-Ausstellungsfläche (m²)	18430	18430	18430
Besucher(Händler/Einkäufer) ca.	5000	4994	5025

Swisspo '86

	Anzahl Aussteller	Netto-Ausstellungsfläche (m²)
Hartwaren	103	8016
Textil	99	3844

1978 gingen noch 31% der Schweizer Bevölkerung keiner regelmässigen, sportlichen Tätigkeit nach. 1984 waren es noch 23%. Die Nichtsportler haben in diesem Zeitraum um etwa 400 000 Personen abgenommen. Jeder der 26 Schweizer Kantone gibt im Jahr rund 250 Millionen Franken für die sportliche Infrastruktur aus. Adolf Ogi geht davon aus, dass jeder Schweizer im Jahr 1000 Franken für Sport ausgibt. Dies entspricht 3.2 bis 3.5% des Bruttosozialproduktes. So schlecht kann es dem Schweizer Sportartikelmarkt nicht gehen.

JR

Privatwirtschaftliche Alternative zur Innovationsrisikogarantie

Die Banken sind bereit, zukünftig im Interesse einer innovativen schweizerischen Wirtschaft zusätzliche Risiken bei der Kreditvergabe auf sich zu nehmen. Das sagte SKA-Generaldirektor Dr. Kurt Widmer an der Novinform-Jubiläumstagung vom Donnerstag in Rüschlikon vor rund 180 Kreditfachleuten aus Banken, Gewerbe und Industrie aus der ganzen Schweiz. Die künftige Marschrichtung zur Verbesserung der Risikokapitalbildung müsse insbesondere darin bestehen, die fiskalischen Rahmenbedingungen bezüglich Aktienkapitalbildung und Doppelbesteuerung von Aktiengesellschaften und Aktionären zu lockern. Diese Massnahmen zur Förderung von «Venture-capital»-Gesellschaften bildeten die Grundlage einer privatwirtschaftlichen Alternative zu einer staatlichen Innovationsrisikogarantie.

Laut Widmer ist der Anteil der Banken bei den schweizerischen Fremdfinanzierungen von 81 Prozent im Jahre 1960 auf 67 Prozent im Jahre 1985 gesunken. Trotzdem werden die Banken die Finanzierung der kleinen und mittleren Unternehmen in der Schweiz weiterhin als zentralen Aspekt ihres kommerziellen Kreditgeschäftes pflegen.

53. Mode-Woche-München

Bestätigt Münchens Stellung als Modemetropole

Die von den Ausstellerzahlen und organisatorischen Vorbereitungen bisher grösste in München durchgeführte Mode-Woche konnte ihre Einkäufer-Zahlen gegenüber der vergleichbaren Messe im Frühjahr 85 halten.

47000 Einkäufer aus insgesamt 50 Ländern. Der Auslandsanteil stieg auf 20% (Frühjahr 85: 19,3%; Herbst 85: 19,6%).

Der Geschäftsverlauf und das Orderergebnis wurden von 53% der Aussteller mit befriedigend bis sehr gut, von 35% mit nicht befriedigend angegeben. Damit sank der Anteil der positiven Aussteller-Aussagen um ca. 10% gegenüber dem Herbst 85. Als Motiv des Messebesuchs stieg die Informations-Absicht gegenüber dem Herbst 85.

Bei der Befragung nach dem Order-Ergebnis an vorderster Stelle lagen junge Mode, Sport-, Freizeit-Bekleidung und Accessoires. Weitere Order-Schwerpunkte waren in der Reihenfolge ihrer Nennung Hosen, Mäntel, Röcke, Strickwaren und Trachten. Kleider, Blusen, Leder und Dessous konnten eine Steigerung gegenüber den vorangegangenen Messen verzeichnen.

Die Befragung der Besucher ergab weiterhin, dass zwar die Information als Besuchsmotiv der Messe gestiegen, aber dennoch das Gesamt-Ordervolumen je Käufer um 9% höher liegt. Der Anteil der Waren- und Kaufhäuser sowie der grösseren Modegeschäfte war bei den Einkäufern eindeutig stärker vertreten als der Anteil der kleineren Einzelhandelsgeschäfte (Boutiquen). Der Termin kurz vor Ostern spielt in diesem Zusammenhang eine grosse Rolle.

Die allgemeine Marktsituation wird durch die Aussteller im Vergleich zum Vorjahr pessimistisch eingeschätzt. Bei der Befragung äusserten sich sowohl 50% positiv als auch negativ.

Die Zahlen ergeben sich aus der von der Mode-Woche-München durchgeführten Befragung von Einkäufern und Ausstellern durch ein unabhängiges Markt- und Meinungsforschungsinstitut.

Zur 53. Mode-Woche-München wurden diesmal knapp 60 Modeschauen organisiert, die allesamt sehr gut besucht und überfüllt waren. Das Informationsbedürfnis der Einkäufer zeigte sich hierin.

Die weiterhin gestiegene Zahl ausländischer Journalisten auf der Mode-Woche in München bestätigte ebenfalls den Trend zur Internationalität. Hervorgehoben wurde immer wieder die einzigartige Atmosphäre der Stadt München, die die Mode-Woche mit ihren Rahmenveranstaltungen zu einem Festival der Mode werden liessen.