Messen

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **102 (1995)**

Heft 1

PDF erstellt am: **24.05.2024**

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

Baumwoll-nachrichten

Widersetzen sich die Baumwollpreise den Gesetzen von Angebot und Nachfrage?

Trotz der grössten jemals in der Geschichte eingebrachen amerikanischen Baumwollernte, sind die Baumwollpreise seit Beginn des Baumwolljahres 94/95 um mehr als 23 Cents/lb gestiegen. Im Dezember lagen die Preise um mehr als 16 Cents über dem Fünfjahresdurchschnitt. Die Frage, die sich viele gestellt haben, ist: Warum steigen die Preise, wenn die Versorgung nie so gut war wie heute?

Die Antwort daraus findet sich, wenn man Angebot und Nachfrage zueinander in Beziehung setzt. Zu Anfang des Erntejahres scheinen die Marktbeteiligten nur die grosse Erzeugungsmenge bei US-Baumwolle beachtet zu haben und nicht die Aussicht auf einen sehr hohen Inlandsverbrauch und eine mögliche Verknappung am gesamten Weltmarkt. Die Preise fielen von 84,1 Cents im Mai auf 66,5 Cents Anfang Oktober.

Gegen Mitte Oktober erkannte man im Markt, dass der amerikanische Inlandsverbrauch und die Exporte den grössten Teil der US-Rekordernte aufzehren könnte, mit einer dadurch nur kleinen Steigerung der amerikanischen Lagerbestände. Im November und Dezember führte die erwartete Verringerung der Weltversorgung zu einem scharfen Anstieg der amerikanischen Exporte, was die Preise weiter nach oben trieb. Der nächstliegende Terminkontrakt lag im Dezember bei 84,8 Cents, dem in der Saison 94/95 höchsten Monatsdurchschnitt.

Nachdem die US-Ernte jetzt im wesentlichen eingebracht ist, konzentriert sich der Markt ausschliesslich auf die Entwicklung der Nachfrage. Falls das Niveau der Verkäufe und Verschiffungen sich hält, ist damit zu rechnen, dass die Preise auch für den Rest der Saison stabil bleiben werden. *(Aus Januar-Ausgabe von Cotton Perspective, Cotton Inc., USA)*

Welttextilhandel

Die Weltgarnproduktion reduzierte sich im 3. Quartal 1994 gegenüber dem 2. Quartal um 3,5%. Die Produktion fiel in Asien um 2,4%, in den USA um 1,9% und in Europa um 8,3%. Verglichen mit dem gleichen Zeitraum des Vorjahres ist jedoch eine Erhöhung um 3% zu verzeichnen.

Die weltweiten Garnlager verringerten sich im 3. Quartal 1994 um 10,5%, nach einem drastischen Anstieg von 19% im 2. Quartal. Damit sind die Lagerbestände 11% niedriger im Vergleich zum Vorjahr.

Der europäische Garnbestellindex stieg um 1% und lag um 2,2% höher als im gleichen Zeitraum 1993. Die Weltgewebeproduktion fiel um 2%. Dabei steht Europa mit einer Verringerung von 7,4% an der Spitze. Im gleichen Zeitraum 1993 war die Gewebeproduktion um nahezu 4% höher, hauptsächlich aufgrund eines 8,7% höheren Ausstosses in Asien.

Der europäische Bestellindex für Gewebe stieg um 8,6%, während er in den USA um 14,3% fiel. In Brasilien erhöhte sich der Bestellindex um 30%.

ITMF-Bericht

Domotex'95

Die jeweils erste Messe des Jahres, die grösste internationale Fachmesse für Teppiche und Bodenbeläge, öffnete diesmal am 8. Januar 1995 ihre Pforten. Der Durchbruch der Schallmauer von 1000 Ausstellern, bedeutete eine Verdopplung seit der Gründung der Messe im Jahr 1989. Eine Reihe von Sonderschauen ergänzten wiederum das breite Messeangebot.

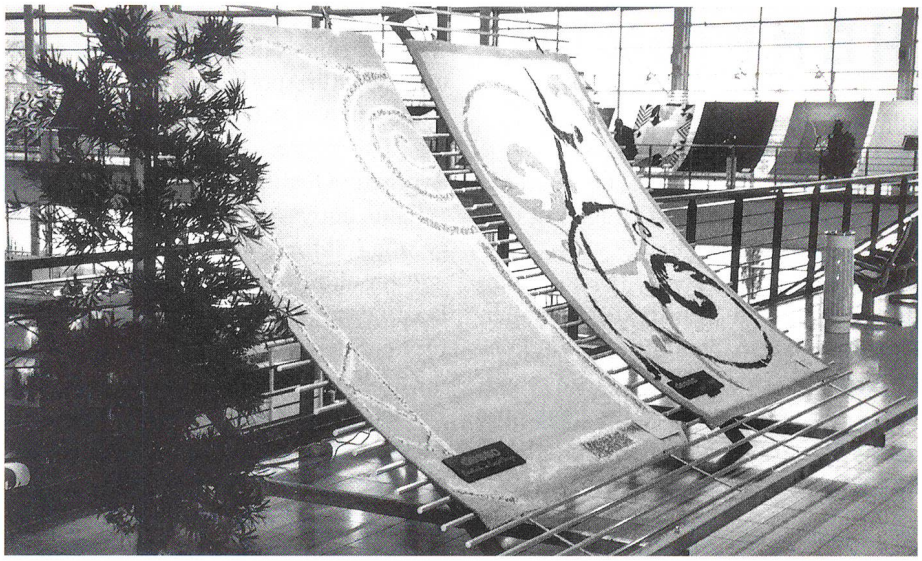
Unter dem Motto «Aufgepasst: Abgepasst» präsentierte sich eine aussergewöhnliche Teppichgalerie *(unser Bild)*. Im Mittelpunkt standen handgefertigte und industriell hergestellte Teppiche aus Vergangenheit und Gegenwart, aus Orient und Okzident. Trendweisende Unikate und Editionen gaben Anregungen zur multikulturellen Wohnentwicklung.

Weitere Schwerpunkte waren der Trend-Themenpark mit domotrend'95, Carpet Headquarter und Bodenbelag: Verkehr und öffentlicher Raum.

Werbeoffensive zur Förderung des Teppichverbrauches

Die «Arbeitsgemeinschaft Textiler Bodenbelag» startet eine neue Werbeoffensive zur Sicherung der Zukunft von textilen Bodenbelägen im deutschen Markt. Gegenwärtig hat die Vereinigung 82 Mitgliedsfirmen. Als Mitglieder finanzieren sie ein Gesamtbudget von 10 Mio. DM pro Jahr für die Werbekampagne.

Zielsetzung der Offensive ist die selbstbewusste Herausstellung der natürlichen Vorzüge von textilen Bo-



Sonderschau Carpet Art Galery *Foto: RS*

denbelägen. Auf humorvolle Weise werden die Verbraucher auf positive Eigenschaften von textilen Bodenbelägen aufmerksam gemacht. Die natürliche, unbestrittene Eigenschaft von textilen Bodenbelägen, weich zu sein, steht im Mittelpunkt.

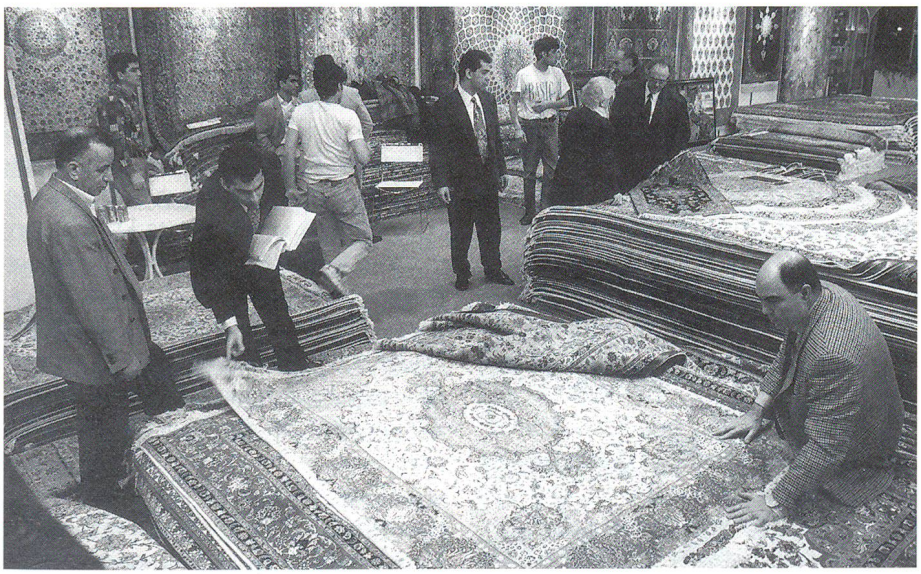
Durch die Werbeoffensive, die in zwei grossen Media-Blöcken im Frühjahr und Herbst läuft, sollen über 80% der Bevölkerung erreicht werden.

RUGMARK-Teppiche mit gutem Ruf

Das RUGMARK-Warenzeichen, das 1995 erstmals von deutschen Handelsunternehmen präsentiert wurde, garantiert, dass die so ausgezeichneten Teppiche ohne die ungesetzliche Beschäftigung von Kindern entstanden sind. Mit diesem Warenzeichen soll Vertrauen geschaffen werden. Die Warenzeichengesellschaft ist gegenwärtig in Indien tätig und in Kürze wird RUGMARK auch in Nepal eingeführt.

Mit einem Prozent des Exportpreises werden Alternativen zur Kinderarbeit, wie die Verbesserung von Schulen und Berufsbildungsmöglichkeiten für Kinder in den Teppichregionen finanziert. RS

TEPPICH MITGLIED DER ARBEITSGEMEINSCHAFT TEXTILER BODENBELAG E.V.



Die «echten» Teppichhändler *Foto: Domotex*

Messe Frankfurt

Messe Frankfurt

25. Heimtextil in Frankfurt

Wie bereits im Editorial dieser Ausgabe erwähnt äusserte sich die Mehrzahl der Aussteller zufrieden über den Verlauf der 25. Heimtextil. Die Funktion der Heimtextil als wirtschaftlicher und kreativer Nabel des Marktes fand erneut Bestätigung.

Sonderschau «Dreamland» von Nelly Rodi aus Paris Foto: Messe Frankfurt

Etwa 250 Firmen wurden erstmalig nach Produktschwerpunkten, wie Bettwaren/Bettwäsche, Tisch- und Küchenwäsche, Frottierwaren, Badezimmerteppiche und Duschvorhänge sowie Dekorations- und Möbelstoffe, gegliedert.

Eine Reihe von Sonderschauen regten zum Verweilen und zur Entspannung in dem sonst eher hektischen Messegeschäft an. Innerhalb dieser Sonderschauen wurden Trends sinnlich erlebbar inszeniert und gleichzeitig Farbempfehlungen für die Saison 1995/96 ausgesprochen. Dem Trend

«zurück zur Natur» folgend, wurde in einer Kooperation zwischen dem Indischen Generalkonsulat, dem Jute Manufacturers Development Council, Kalkutta, und dem International Trade Center, Genf, eine spezielle Jute-Präsentation organisiert.

Zum traditionellen Weber-Abend lud der Industrieverband Garne + Gewebe am ersten Messetag ein. Eine gute Gelegenheit zum Gedankenaustausch und zum zwanglosen Gespräch.

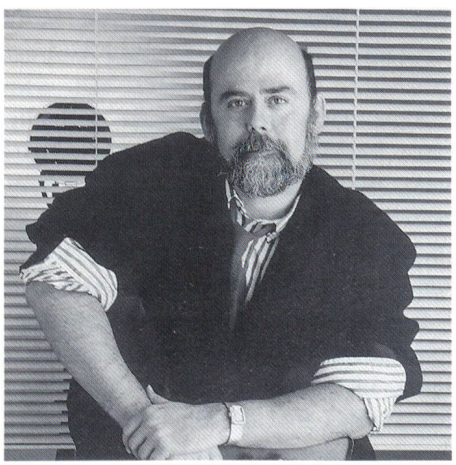
Die nächste Heimtextil findet vom 10. bis 13. Januar 1996 in Frankfurt statt. RS

Hometextil Americas

Werbung ganz besonderer Art betrieb Raymond Waites für Hometextil Americas. In fröhlicher Bilderfolge zeigte er Entwürfe und Ideen vom *New American Look*. Waites, der als Pionier des heutigen *«America Country Look»* gilt, wird auf 80 Quadratmetern seinen Raymond-Waites-Pavillon gestalten.

Showhouse

Anlässlich der Hometextil America, die vom 17. bis 19. Mai 1995 in Orlando, Florida stattfindet, werden sechs lateinamerikanische Designer das erste Showhouse gestalten. Im Showhouse werden Dekorationsvorschläge und -ideen für Einkäufer präsentiert. Die 400 Quadratmeter des Showhouses unterteilen sich in fünf Schlafräume, viereinhalb Bäder, einen Arbeitsraum, ein



Raymond Waites, Präsident und Geschäftsführer der Raymond Waites Design Inc.

HOMETEXTIL AMERICAS

Wohnzimmer, eine Küche, ein Flur, ein Schwimmbad und eine Garage mit drei Abstellplätzen.

Durch die Integration aller Produkte der Heim- und Haustextilien sollen den Einkäufern vielfältige Möglichkeiten des Cross-merchandisings geboten werden. Gleichzeitig liegt eine starke Betonung auf den Märkten Lateinamerikas. RS

Interior: International Fair for Interior Furnishings and Contract Business

Vom 18. bis 20. April 1995 findet in Hong Kong die erste Interior statt, bei der internationale Hersteller von hochwertigen Einrichtungsprodukten und -design für Wohnraum, Bad und Küche mit Einkäufern sowohl aus dem Privat- wie dem Objektgeschäft zusammentreffen.

Auf 9000 Quadratmetern werden die Produktegruppen Interior, Heim- und Haustextilien, Wohnraumleuchten und Beleuchtungsobjekte, Bad-, Sanitär- und Küchenausstattungen sowie Objektgeschäft präsentiert. RS

32. Expofil

vom 6. bis 8. Dezember 1995 im Carrousel du Louvre in Paris

Ein neuer Besucherrekord bestätigte die zunehmende Beliebtheit der Expofil in Paris. Die in vier Gruppen unterteilten Farb- und Garntrends für Frühjahr/Sommer 1996 bekennen sich eindeutig zur Farbe.

Die Floral-Skala steht für Frische und Romantik. Blumen- und Pflanzenfarben in cremigen Orange-, Rosé-, Hellblau- und Hellgrün-Tönen wirken lebendig, aber nie aggressiv. Gesetzt wird auf Transparenz, klar gezeichnete oder formlose Blumendrucke, die eine Referenz an die 50/60er Jahre sind.

Fougue (Feuriger Schwung) definiert sich über leuchtende Farben von Pink, Tiefrot bis zu Apfel- und Grasgrün, die Enthusiasmus und Vitalität ausdrücken und sich für sportliches Citywear à la adidas eignen. Khaki begleitet die kräftige Farbpalette, die für Stretch- und Synthetic-Qualitäten ideal sind.

Futur umfasst alle perligen Pastelltöne, die kühl, eisig und satiniert wirken und für eine cleane Mode gedacht sind. Dazu passen Waffelpiquées, Ajourés, Frotté, Stickereien, Smok und Spitze.

Zu Force (Kraft) zählen dunkle Brauns und Grautöne mit Platin- und Metallic-Schimmer. Die eher maskulinen Farben sind interessant für funktionelle Kleidung, verfremdeten Militärstil, Gilets und Futter. Farbe und Glanz sind eindeutig auf dem Vormarsch. Die rustikalen Elemente rücken wieder in den Hintergrund. Edel schimmernde, farbige, seidige Garne übernehmen das Mode-Zepter.

Die 32. Expofil hat wieder einmal alle ihre bisherigen Besucherrekorde übertroffen. Mehr als 7930 Besucher wurden registriert, das sind 30% mehr als im Dezember 1992 und 5% mehr als im Juni 1994. Dieses Resultat ist um so repräsentativer für den Erfolg der Expofil, als die Dezember-Messe, der Sommersaison gewidmet (Frühjahr/Sommer 96), traditonellerweise weniger wichtig ist als die Juni-Messe, die auf die Winterkollektionen ausgerichtet ist.

Französische Besucher (4091) haben um 27% und ausländische (3037) um 34% zugenommen, verglichen mit Dezember 1993. Unter den Europäern stellt man immer eine starke Präsenz der Briten fest (+ 32%), gefolgt von den Italienern (+ 36%) und den Deutschen (+ 11%).

Um den Kundenwünschen noch besser entgegenzukommen hat die Messe ihr Angebot noch verstärkt mit der Aufnahme von einem Dutzend neuer Aussteller; Baumwolle, Wolle und Leinen. Ob Strumpfhersteller, Stoffabrikanten oder Einkäufer des Grosshandels, alle haben mit ihrer Anwesenheit ihr Interesse an der Expofil dokumentiert.

Auf ein Wiedersehen freuen sich die Aussteller und die Messeleitung am 13. bis 15. Juni 1995, wiederum im prächtigen Carrousel du Louvre. RW