Textil & Mode Zürich

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): **- (1982)**

Heft 49

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795431

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

Schweizer Baumwollinstitut in neuen Räumen

Das Schweizer Baumwollinstitut (SBI) hat im TMC neue Räume bezogen, und dies mit einem kleinen Apéro für Kunden, Presse und interessierte Gäste gefeiert. Das neue «Baumwoll-Treff» liegt direkt neben dem TMC-Haupteingang und bietet mit seinen gut plazierten Schaufenstern ein attraktives und umfassendes Informationszentrum für alle Belange der baumwollverarbeitenden Industrie und des Handels.

Nachdem das SBI in den vergangenen Jahren den Namen, den Sitz und einen grossen Teil seiner Aktivitäten geändert hat, soll an dieser Stelle einmal kurz auf die spezifischen Dienstleistungen des Institutes eingegangen werden. In Zusammenarbeit mit dem Internationalen Baumwollinstitut (IIC) besorgt das SBI Trendinformationen und stellt diese sowohl für den Bekleidungs- wie den Heimtextilienbereich in Form von Trendkarten, Stoff-, Druck- und Farbvorschlägen, Trendberichten mit Fotos und Skizzen allen Interessierten zur Verfügung. Messeberichte der wichtigsten Heimtextilienmessen ergänzen das Angebot. Imagewerbung wird durch den Verkauf von Baumwoll- und Swiss Cotton-Etiketten gemacht. Dekorationsmaterial für Schaufenster, Verkaufs- und Messeräume oder Büros kann ebenfalls beim SBI bezogen werden, während für die Nachwuchsschulung ausgezeichnete Dokumentationen zur Verfügung stehen. Das SBI vermittelt auch technische Informationen der Technical Research Division des IIC.

Im TMC selbst finden im SBI permanente Produkteschauen wie «Swiss Cotton Yarn Library» und «Cotton Fabric Library» statt. Interessierte Fabrikanten können zudem Schaufenster zur Präsentation ihrer Kollektionen mieten. Ein ständiger Auskunftsdienst, gezielte Fachwerbung, Fachtreffen und ein gut ausgebauter Pressedienst sind weitere Leistungen des SBI.

Tadellose Verarbeitung, Schurwolle in Superwash®-Qualität und attraktive Strickdessins, gepaart mit modischer Tragbarkeit, haben dieses Modell von Entressa AG zu einem Erfolgsrenner gestempelt.

Zum 4. Mal Modetage im TMC

Es scheint, dass sich die Modetage im Textil & Mode Center schon recht gut eingebürgert haben, zeigte man sich doch im Durchschnitt zufrieden mit der Besucherzahl. Ob man allerdings künftig wiederum den Beginn auf einen Sonntag legen will, steht im Moment noch offen, denn die nur kleine Schar der Einkäufer, die sich am ersten Tag einfand, gab zu erheblicher Enttäuschung Anlass. Gut, man konnte sich deshalb den Detaillisten mit kleinen Geschäften – es waren vor allem solche, die den Sonntag als Einkaufs- und Informationstag benutzten – besser widmen, doch spürte man aus den Äusserungen der Aussteller heraus, dass man über diesen ersten Messetag alles andere als glücklich war. Dabei hat sich das Organisationskomitee angestrengt, einen reibungslosen Verlauf zu realisieren und schon im Foyer durch die vielen präsentierten Modelle einen informativen Querschnitt durch die vorhandenen Kollektionen zu geben, und dies *vor* den Modetagen in München und dem Prêt-à-Porter in Paris. Es wäre gut, wenn der schweizerische Handel dieses Privileg etwas mehr schätzen und die Gelegenheit, Modisches zu einem solch frühen Termin präsentiert zu bekommen, zu seinem eigenen Vorteil besser nutzen würde.

Der Situation entsprechend, stand man auch an dieser Bekleidungsmesse nicht in einer Einkaufs-Euphorie. Vermehrt hielt man sich an Gutverkäufliches, zeigte Zurückhaltung beim Luxuriösen und bevorzugte Neoklassik mit modischen Details. Der Trend zu femininer Bekleidung, zu etwas Romantik und Verspieltheit, kristallisierte sich klar heraus, wobei leuchtstärkere Kolorite besser zum Zuge kamen als die gedämpfte Farbskala.

Das Angebot von rund 200 internationalen Kollektionen im TMC während der Modetage verhilft natürlich Zürich besser zu seinem angestrebten Image als Modestadt, erhärtet durch das nachfolgende Ereignis der «Modexpo», die im April durchgeführt wird; doch fragen sich die im TMC Ansässigen, die ihre Anwesenheit mit persönlichem Einsatz und finanziellem Aufwand «erkaufen», ob künftig nicht auch die sogenannten «Trittbrettfahrer» ihr Scherflein beisteuern könnten, da sie ja die Annehmlichkeiten und die Infrastruktur des Messehauses voll beanspruchen.

Besser als erwartet – die 27. Heimtex im TMC

Die 85 Aussteller der 27. Heimtex im TMC zeigten sich zur Mehrheit mit dem Messeverlauf zufrieden. Die Besucher erschienen zahlreicher als erwartet, und auch der Verkauf hat wieder angezogen. Der Grund mag unter anderem darin liegen, dass Warenhäuser wie auch Detaillisten nun schon während längerer Zeit nur noch kurzfristig disponierten, was früher oder später zu einem Nachholbedarf führen musste. Trotz der höheren Einstandspreise wurde deshalb gut geordert, und eine Belebung des Verkaufs durfte vielerorts festgestellt werden. Etwas Sorgen bereitet der Messeleitung die Aufnahme neuer Mitglieder. Sollte das neu eröffnete Annex B des TMC bis im Herbst nicht besser besetzt sein, stünden sehr wahrscheinlich zuwenig Ausstellungsmöglichkeiten zur Verfügung.

TEXTIL & MODE CENTER ZÜRICH

TMC CORNER

Kombi-Mode in rustikaler Optik. Sportveston aus weichgriffigem Donegal-Tweed zu Norwegerhose aus farblich abschattiertem Tweed. Assortierte Surveste mit funktioneller Kapuze aus gerauhtem Natté-Tweed.
(Modell: Diffusion Vauclair/TRUNS, Trun)

TMC Monsieur: Kombi-Mode im Aufwind

Als zufriedenstellend beurteilt IG-Herrenmode-Vorstandspräsident Eggenberger den Messeverlauf der TMC Monsieur, die vom 22. bis 24. Februar rund 2800 Besucher (Vorjahr 3550) ins TMC brachte. Angesichts der stagnierenden Schweizer Detailhandelsumsätze (HAKA 1981 real +0,5%) und der ungünstigen Parität des Schweizer Frankens waren die 61 Aussteller (Vorjahr 57) ohnehin nicht mit überspitzten Erwartungen nach Zürich gekommen. Trotzdem, ein bisschen Aschermittwochstimmung war am letzten Messetag hie und da zu spüren. Nach einem unerwartet guten Exportresultat (HAKA 1981 nominal +11,8%) enttäuschte das völlige Wegbleiben ausländischer Einkäufer. Man überlegt sich denn auch bereits in der IG-Herrenmode, zur August-Veranstaltung die jeweils im Foyer aufgebaute Produkt-Ausstellung durch eine Trendschau zu ersetzen, um so den Informationscharakter der TMC Monsieur als Saisoneröffnungsmesse zu unterstreichen und den Einkäufern das Einfühlen in die neuen Saisonthemen zu erleichtern.

Zum Messeangebot: Funktionelle Freizeitmode und weiterentwickelte Kombinationsideen gehen auf veränderte Verbraucheransprüche ein, bieten formellgeschnittenes Informelles, mixen Stoffe, Materialien und Farben. Die eigentlichen Modemacher der Saison sind jedoch die Stoffe, die als breitangelegte Composé-Themen und in weichgriffiger Streichgarn-Optik den sportlichen Look der Kombi-Mode prägen. Tweeds und Tweedartiges, Cheviots, Shetlands, Donegals, Chevrons mit Überkaro und englische Kleinkaros sind Saisonfavoriten, besonders wenn sie durch Garneffekte, Stichel und Farbmix modisch aktualisiert wurden. Ausdrucksvolle, intensive Farben, immer in Melangen kommerziell neutralisiert, sorgen für farbenfreundliche Stimmung in der Herrenmode Herbst/Winter 1982/83.

Pyjama, Crêpe mit feinster Klöppelspitze (Modell: Habella)

Tageswäsche an der TMC-Dessous sehr gefragt

Die Wäschemesse im Textil & Mode Center brachte für die Aussteller sehr unterschiedliche Ergebnisse. Während die einen beachtliche Orders buchen konnten, fanden andere das Resultat eher enttäuschend, und vor allem wer Homewear anzubieten hatte, musste schon sehr Fantasievolles in seiner Kollektion vorweisen, um auf Interesse zu stossen. Während der Eröffnungstag – wie meist – eine gute Besucherfrequenz aufwies, waren die nachfolgenden Tage oft etwas flau. Es zeigt sich eben auch hier, dass die heutige Wirtschaftssituation auf das Kaufverhalten des Fachhandels wie der Warenhäuser eine dämpfende Wirkung ausübt und viele Einkäufer die Messe zur Information und weniger zum Kaufen benutzten.

Wie nicht anders erwartet, sind auch bei Tag- und Nachtwäsche Naturfaserprodukte am meisten gefragt. Reine, feine, mercerisierte Baumwollartikel und – wegen des Luxusaspektes – etwas weniger solche in reiner Seide sowie Schurwollwäsche oder mit Naturfasern und Synthetics gemischte Ware mit modischen Details fanden am raschesten Abnehmer. Klassisches scheint man auf später zu verschieben – Kostspieliges wurde nur zögernd und meist in kleinen Quantitäten geordert. Hingegen hatte man gegen Stickereien und Spitzeninkrustationen nichts einzuwenden, Dekorationen, die nicht nur BHs, Spencers und Slips schmücken, sondern an den hübschen Hemdchen, Sousrobes und halben Unterröcken ebenfalls zu sehen waren.

Bei der Nachtwäsche gab man den Vorzug den pflegeleichten Nachthemden aus Jersey in feinen Baumwollqualitäten, in Synthetics oder in reiner Seide, möglichst romantisch aufgemacht, und zwar für alle Altersstufen. Pyjamas fanden im jungen Sektor Absatz.