Spectrum

Autor(en): **J.F. / U.H. / H.B.**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **- (1987)**

Heft 71

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795540

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

PITTI FILATI:
VERFEINERUNG

Gezähmte Fantasie, subtiles Farbgefühl, Feinfädigkeit und Weichgriffigkeit der Garne – das sind Komponenten, die den Ausschlag geben für die verfeinerte Optik der Maschenmode. Die Garnangebote zum Winter 88/89, die der vom Florentiner Modezentrum organisierte Pitti Filati wie üblich mit grossem stilistischem Aufwand und kreativem Gespür in Trendphilosophien und Life Style-Thematiken eingebettet hat, unterstreichen diesen Hang zur Feinheit im wörtlichen und übertragenen Sinn.

Modell Filati Fendi

Delikat wirken die Trendfarben, die in vier Gruppen zusammengefasst sind. Die helle Palette schliesst Kreideweiss und blasse Naturfarben ein; in mittlerer Farbhöhe sind rötliche Terracottatöne und der Dreiklang von Gold/Flieder/gelblichem Grün vertreten. Dunkler und etwas graustichig ist eine Palette, die sich auf grünbräunliche Schattierungen aufbaut. Eigentliche Dunkelfarben, wie sie auf der Farbkarte der Première Vision vertreten sind, fehlen hier gänzlich.

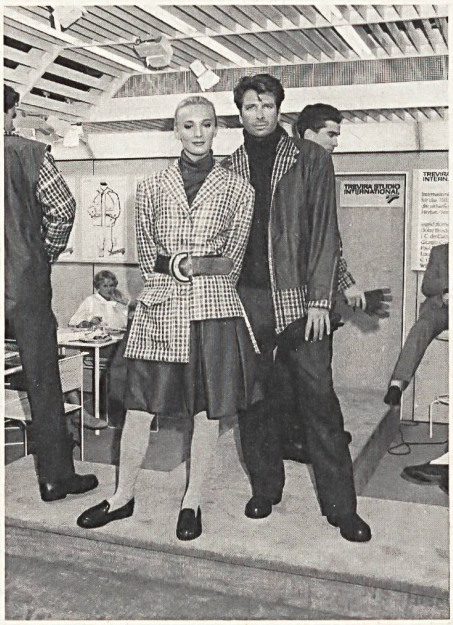
Die vorherrschende Feinfädigkeit, die der Strick- und Jerseymode den schmeichelnden fliessenden Aspekt gibt, bedeutet in erster Linie edles Material – feinste Merinowolle, Cashmere, Cashmere/Seide oder Angora/Seide. Lambswool, Kamelhaar und Kid Mohair gehören in diese Familie der weichen Wollen, Azetat und Viscose sorgen für matten Glanz. Fantasie wird sehr im Zaum gehalten, wenn es darum geht, den Garnen Effekte zu verleihen. Dezente Moulinés und Chinés, kleine Flammen und winzige Bouclés, feine unregelmässige Tweedmusterungen, Chenille- und sehr sparsam eingesetzte Metallicgarne nebst einigen voluminösen flauschigen Qualitäten halten sich in dem unaufdringlichen Rahmen, den die Mode gegenwärtig fordert und dem sich auch bei den Mustern die feinen Strukturen und winzigen Jacquards einfügen.

Die Trendschau, die diesmal nicht von der Stilistenprominenz, sondern von jungen Designern gestaltet worden ist, hat als interessantesten Punkt eine durchaus «stoffliche» Behandlung der Masche aufgezeigt. Die Entwerfer haben sich von den allgemeinen Modetrends inspirieren lassen und oft keine Rücksicht auf die besondere Beschaffenheit der Masche genommmen, so dass selbst couturige Modelle mit steifen Kuppelröcken aus dem im Grunde gegenläufigen, weil fliessend weichen Material entstanden sind. J. F.

MÄNNERMODE TOTAL

An der Internationalen Herren-Mode-Woche Köln präsentierten rund 1000 Aussteller auf 100 000 Quadratmetern Fläche internationale modische Bekleidung, vielfältig im Genre und im Preis. Die Rahmen- und Sonderveranstaltungen der Kölner Modemessen wie die Informationsmodeschau «Kaleidoskop der Herrenmode», die Avantgarde-Präsentation, die Jeans-Trendshow «Fashion Transfer», die «Fortezza Colonia» und die italienische Gruppenausstellung «Uomo Moda Colonia» wurden überaus positiv bewertet, schufen sie doch ideale Informationsmöglichkeiten «unter einem Dach». Die Nachwuchsdesigner bewiesen in ihrem Mode-Défilé viel Lust am Neuen, aber auch viel Sinn für Klassik. Schwarz dominierte eindeutig neben Silbergrau, Weiss und verhaltenen Braun- und Khaki-Tönen. In edlen Materialien wurden lässig elegante Mäntel und Kombinationen vorgestellt. Breite Schultern und zweireihige, oft trapezförmige Knöpfung fielen auf, daneben witzig verspielte Hemd-Gilet-Lösungen in allen möglichen Längen und Kürzen. Interessant aus Schweizer Sicht: J. A. Scherrer (J.A.S.) zeigte im Rahmen dieser Show seine Trendmodelle und setzte damit eine schon früher begonnene Tradition fort.

Das Erscheinungsbild des Mannes im Sommer '88 zeigt sich von seiner besten Seite. Die modische Favoritenrolle spielt der Anzug, bevorzugt in feinfädiger, hochwertiger Ware wie Wolle, Wolle/Seide, reine Seide, edle Baumwolle. Hervorstechende Farbthemen: Sand, Khaki, Schlamm und helle Neutrals sowie ein dunklerer Grauton.



Modellvorschläge aus der Trendschau des Trevira-Studios der Farbwerke Höchst.

Die Schweiz partizipierte an der Herren-Mode-Woche mit dreizehn Ausstellern und fünf zusätzlich vertretenen Unternehmen. Wenn vor Jahren der Hauptakzent im Bereich traditioneller Herrenbekleidung lag, so ist heute die Schweizer Präsenz vielfältiger. Eine bei den Ausstellern durchgeführte Umfrage ergab den Gesamteindruck, dass die Schweizer mit dem Besuch durchwegs zufrieden waren. Die Gewichtung der Internationalität hatte einheitlich einen hohen Stellenwert, wenn auch bei einzelnen Firmen der deutsche Kunde im Vordergrund stand, andere den europäischen Nachbarländern ebenso starke Bedeutung beimassen. In allen Gesprächen wurde unterstrichen, dass sich der Zuwachs neuer Kunden deutlich verlangsamt hat, d.h. die bestehende Kundenstruktur gezielt durch die Messepräsenz erhalten und gepflegt werden soll, denn Messebeteiligung muss Langzeit-Konzept sein. Von einer Ausnahme abgesehen, klagte kein Gesprächspartner über besonderen Preisdruck, wenn es nicht um den Dollarraum ging. Hier kommt der Trend zu hochwertigen Qualitäten, zu Besonderheiten den Schweizer Kollektionen entgegen. Selbst Habella als Newcomer auf der HAKA-Szene schaffte mit einer Neuheit den Einstieg. Mit dem patentierten «Po Slip for Men» bot die Firma eine echte Neuheit im Wäschesektor.

Starke Beachtung fand auch der «Judo-Dress» aus reiner Baumwolle und aus reiner Seide, eine Mischung zwischen Hausdress und Pyjama. Die Stoffe stammen zum grossen Teil aus den Kollektionen Müller, Seon, und Reichenbach, St. Gallen.

Fortezza Colonia heisst für Pink Flamingo die Zauberformel. Ohne diese Plattform wäre dieser Aussteller sonst nicht an der Herren-Mode-Woche. Materialmässig fällt auf, das viel mit Lycra-Stretch (Kollektion Fischbacher, St. Gallen) gearbeitet wird. Die eng taillierten Formen für Herren fanden starke Beachtung. Für einen kommerziellen Erfolg ist wohl die Zeit noch nicht reif. Bei Pink Flamingo löst Nachtblau die Farbe Schwarz ab. Mit der klaren Zielgruppe Boutique und Ausstatter im Exklusiv-Charakter stehen Preis-Diskussionen nie im Vordergrund. Unbestritten ist, dass Fortezza Colonia das Messekonzept sinnvoll abrundet. S.St.

DER INTELLEKTUELLE UND DER ROMANTIKER

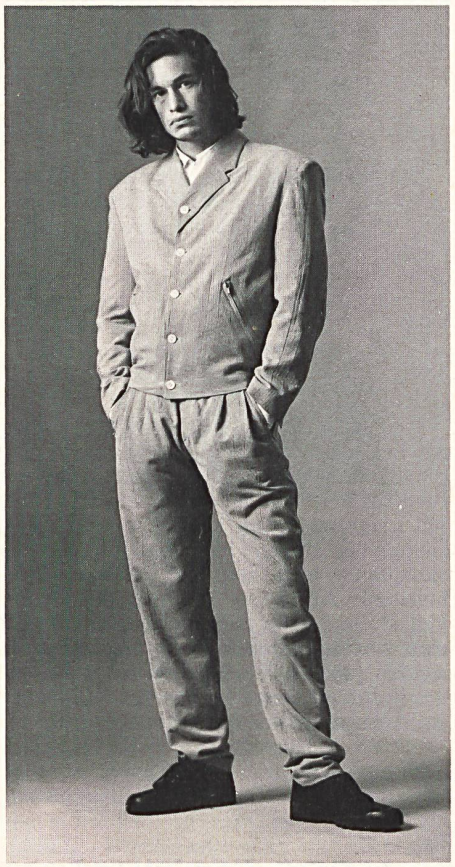
Männermode, wie sie sich in Paris anlässlich des Salon International de l'Habillement Masculin und der Stilistenschauen für Frühjahr/Sommer 88 präsentiert hat, richtet sich auf verschiedene Vorbilder aus. Überraschenderweise haben vor allem die Avantgardisten ihr Herz für die Romantik entdeckt. Anstelle von muskulösen Boys in schwarzem Leder schicken sie sanfte Jünglinge mit blonden Locken über den Laufsteg. Pastellfarbene Anzüge, Blumendrucke und Ansteckblumen, Schleifen und kunstvoll geknotete Seidentücher – das steht ihnen nach Meinung mancher Designer ebenso zu wie den Mädchen. Feminine Züge sind in manchen Bereichen nicht zu übersehen. Gleichzeitig äussert sich aber auch ein Hang zu Intellektualität und Puritanismus, der den dekorativen Tendenzen gegensteuert. Auf jeden Fall ist aggressives Macho-Gehabe verschwunden, und das ist kein Verlust.

Das kommerzieller ausgerichtete Angebot am SEHM hat in den Modemottos den Romantiker ausgeklammert. Propagiert werden vier ganz unterschiedliche Typen. Der Mann von Welt ist elegant und intellektuell. Er kleidet sich klassisch, aber raffiniert, liebt leichte Kammgarne in Uni oder Minimustern, vor allem in Marine mit Weiss. Der universale Mann ist modern, sogar avantgardistisch und Design-bewusst. Seine Anzüge sind dunkel – anthrazit, indigo, braun, aubergine – und aus trockengriffigen Wollstoffen oder Leinen. Streifen, Madraskaros, Batikdrucke sind seine Favoriten. Der Globetrotter ist abenteuerlustig; leben heisst für ihn reisen, daher braucht er funktionelle Kleidung in strapazierfähigen Qualitäten wie rustikales Leinen, Denim, Gabardine, beschichtete Stoffe. Die Farben sollen mit der Natur harmonieren: Sandbeige, Sonnengelb, erdiges Braun, Rost, Khaki. Der Seemann schliesslich ist der konditionsbewusste Typ, der die olympischen und nautischen Farben und Formen wählt. Ihm kommen die überall stark herausgestellten Shortsanzüge, die mit korrekten Vestons durchaus auch für die Stadt gedacht sind, entgegen.

Der neue Anzug in schmaler Silhouette und ganz weicher Verarbeitung. Modell Extérieur Homme.

Die von der Messeleitung mit dem neugeschaffenen «Nouvel Espace» speziell herausgestellten unkonventionellen Modemacher und jungen Talente haben noch zusätzliche Ideen und Trends eingebracht. Auffallend ist vor allem die Suche nach einer neuen Optik für den Anzug, der knapper und körperbetonter geworden ist und schmalere Schultern aufweist. J. F.

MÄNNERMODEMOTTO: LATEINISCHE ELEGANZ



Die hautnahe Silhouette der Avantgarde aus gecrashtem Stoff. Modell Compagnia delle Pelli.

Die noble Klassik englischen Zuschnitts wandelt sich zu entspannterer Haltung. Sie bekommt den Schliff lateinischer Eleganz und die Souplesse fliessender Linien und weicher leichter Hüllen. Erinnerungen klingen leise an mit Fred Astaire als Bezugspunkt. In seiner Kleidung spiegelten sich raffinierter Stil und feine Lebensart, für die heute wieder eine gewisse Neigung zu bestehen scheint. So sieht das jedenfalls das Centro Moda Firenze als Organisator der Fachmesse Pitti Uomo/Uomo Italia, das den «unvergleichlichen Fred» zum Vorbild des neuen Mannbildes erklärt hat.

Nostalgie in der modischen Aussage kommt trotz der stilistischen oder geschmacklichen Anleihen an die dreissiger Jahre nicht auf. Denn die Eleganz der achtziger Jahre ist eigenständig, verbindet klassische Anlehnung in der Linienführung mit extrem leichter Verarbeitung. Leicht ist auch das Schlüssel-

wort für die Anzugstoffe, die – feingarnig und trockengriffig – als «cool wool» in Faux-unis, Minidessins sowie dünnlinigen Streifen und Karos oder als feiner Crêpe auftreten. Leinen, reine Seide und Mischungen mit Baumwolle oder Viscose, zum Teil noch immer mit borkiger oder geknautschter Struktur, werden ungefüttert zu überaus bequemen, im Stil aber sehr korrekten ein- oder zweireihigen Anzügen und Anzugkombinationen verarbeitet. Auch die sportliche Mode meidet alle Übertreibungen, gibt sich funktionell und ausgesprochen sachlich. Der Sportsmann verzichtet nicht auf lässigen Chic.

Die Farbpalette wirkt insgesamt hell mit vielen Naturtönen, auch mit Weiss und mit aparten gealterten Aquarellfarben nebst klassichen Blau- und Grautönen, Schwarz/Weiss und einigen Farbakzenten, zu denen Rot und Violett gehören. Wichtig ist die Pflege des Details und die harmonische Abstimmung aller Accessoires, was selbstverständlich die aparte Farbabstimmung einschliesst.

Durchaus eigene Wege geht die junge Mode der kreativen Avantgarde. Nicht nur die Farbauffassung, die düsterer Kolorierung den Vorzug gibt, hebt sich ab – auch der Stil ist grundsätzlich anders: an Stelle der lateinischen Eleganz tritt eine Kargheit mit schmaleren, manchmal fast hautnahen Silhouetten. Allerdings kommen oft ausgeklügelte und auch aufwendige Schnitte mit einfallsreichen Details zum Zug, oder es werden ganz artfremde Stoffe zu schlichten Anzügen verarbeitet. Stretch und Crash und Crinkle sind an der Tagesordnung. J. F.

«MODE-FESTIVAL» IN BERLIN

Designer und Einzelhändler, Mode-Pädagogen und -journalisten diskutierten auf Einladung der Berliner Mode-Messegesellschaft das Thema «Deutschland, Dein Modenachwuchs». Quintessenz: Die Fabrikationsseite, vertreten durch die profilierte Designerin Sandra Pabst, bemängelte bei den Studienabgängern von Modeschulen und Akademien fehlenden Bezug zur Praxis. Der Modeberuf sei facettenreich, und durchaus nicht jeder Student müsse später als Designer tätig werden. Sicher eigne sich mancher eher zum Stylisten, zum Stoffmuster-Entwerfer oder Farbexperten auf der Weberei-Stufe. Anliegen des Lehrkörpers eines Instituts müsse es sein, die besonderen Begabungen der einzelnen früh zu analysieren, um in ihrer Ausbildung rechtzeitig die Schwerpunkte zu setzen. Professor Karl-Heinz Bauer von der Fachhochschule Aachen stellte die Prognose, dass sich im letzten Jahrzehnt unseres Jahrhunderts wahrscheinlich mehr an den Ausbildungsmethoden für Modeberufe ändern werde als in allen Jahrzehnten zuvor. Neue Technologien würden in absehbarer Zeit die industrielle Produktion bis hin zum Design revolutionieren. Künftige Studienpläne müssten dieser Entwicklung Rechnung tragen. Das breite Spannungsfeld zwischen dem jungen Designernachwuchs und der Industrie blieb bestehen, aber immerhin kam man darüber miteinander ins Gespräch.

Sommermodelle aus Jersey, betont schlicht und feminin, von Dietmar Sterling.

Unter dem Stichwort «Neue Modemacher Berlin» präsentierten 14 junge Designer Sommer-Trends 88. Auf dem Laufsteg in der «Hochschule der Künste» fanden sich überraschende Blickfänge, kontrastreich in Farbe, Stoff und Styling. Als Material wurde viel Leder gezeigt, vielfach kurz und lang im Wechsel. Die kreative Vielfalt schloss auch Männermode ein. Ins Sommerbild gehören weitschwingende Röcke – kurz oder lang – und ein Harlekin-Thema mit weitärmeligen Jacken und gebauschten Jupes. Taille wird betont – ob an Röcken oder Hosen – durch Wickel-, Knoten- oder Krempeleffekte. Feminine, figurnahe Schnitte stehen in reizvollem Kontrast zu maskuliner Strenge.

Im Rahmen dieses Mode-Treffens stand aber auch die Zukunft mit dem Kollegen Computer im Mittelpunkt. Die wachsende Schnellebigkeit der Mode wird noch höhere Flexibilität in kundenorientierter, preis-/leistungsbewusster Marktanpassung verlangen. Dass Mode in Zukunft kaum noch ohne den Computer auskommen kann, wurde mit einem Gerät aktuellster Technologie demonstriert: Ein eingegebenes Modell kann farblich verändert, vergrössert, verkleinert, vervielfältigt und gespeichert werden. Nur eines kann die Technik nicht: kreativ und materialbezogen arbeiten wie ein Designer . . . S.St.

MODEXPO-SAFT-MODETAGE

IM ZEICHEN DES UM- UND AUFBRUCHS

An der Internationalen Modemesse Zürich MODEXPO, die in Kombination mit der SAFT (Syndicate for Avantgarde Fashion Trends) und den MODETAGEN ZÜRICH vom 13. bis 15. September 1987 auf dem Züspa-Messegelände und in den Showrooms des Textil- und Modecenters TMC Glattbrugg stattfand, zeigten 250 Anbieter insgesamt 600 Kollektionen.

Analog zu den drei Mode-Leitbildern für das Frühjahr und den Sommer 1988 verhielt sich auch das modische Messeangebot. Die feminine, weibliche Linie, die sich in schlanken Formen ausdrückt, wurde interpretiert mit leicht bauschigen Tulpen- oder diskret angedeuteten Ballonröcken. Kombinationen von flauschigen Angorapullovern, versehen mit aufwendigen Stickereien, und Ballon- oder Volantjupes in farblich assortierten Seidenstoffen konnten dem kindlichen Stil zugeordnet werden. Die dritte Linie, die sich auf das Notwendigste beschränkt, war schliesslich eher im SAFT-Angebot anzutreffen. Nichts lenkt hier von der Gradlinigkeit der schlichten Silhouetten ab, die lang oder kurz sein können. Wichtig sind Jerseyqualitäten sowie neutrale und zurückhaltende Unifarben.

Bei den SAFT-Anbietern hat sich die kurze, enge und feminine Linie eindeutig durchgesetzt und wurde auch verkauft. Stilrichtungen, die auf die 60er, teilweise auch auf die 40er und 50er Jahre ausgerichtet sind, waren stark vertreten. Hosen waren praktisch keine mehr vorhanden und wenn, dann in Dreiviertellänge mit weiten Beinen. Neue Hängerformen zeigten sich mit verschiedenen Effekten, zum Beispiel mit gebauschten Formen oder Dekorationen mit Maschen oder Fliegen. Beim Sportswear werden weite Formen über enge getragen. Als Materialien werden neben Baumwolle, Leinen und Leinengemischen, Jerseyqualitäten, aber auch Seide und Seidengemische sowie vereinzelt Cool-Wool verarbeitet. Bei den Farben dominieren Erdtöne von Écru bis Beige zu

Modelle Ernst Walder/A propos

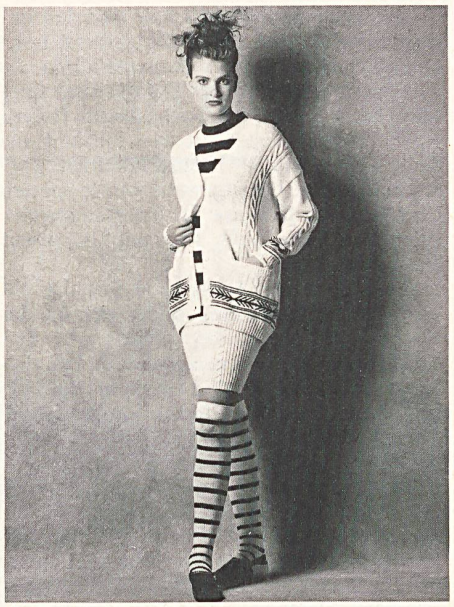
Braun, dann Marine, tiefes Blau und verschiedene Grüntöne. Schwarz ist immer noch vorhanden, neu dazu gesellt sich Rot. Die Akzente liegen bei der Kombination von kräftigen Leuchtfarben mit dumpfen Mischfarben.

Die SAFT, das Syndicate for Avantgarde Fashion Trends, ist ein Zusammenschluss jüngerer Leute, die Mode kreieren und sie auch herstellen lassen, meist in sogenannten Lohnbetrieben. Zweimal jährlich präsentiert die junge Avantgarde im Rahmen der MODEXPO ihre Kollektionen. Die SAFT, die bis anhin immer im Zusammenhang mit dieser Einkaufsmesse stand, möchte sich nun auch für andere Designerkategorien öffnen. Eine Massnahme, die einen grösseren Rahmen schafft und mithelfen soll, bestehende Nachwuchsprobleme zu lösen. Anlässlich der 21. SAFT fand ein Designer-Gespräch statt, das etliche Probleme zu Tage förderte. Die jungen Modemacher wehren sich gegen die zunehmend rauhen Sitten in Produktion und Handel und wollen sich der Spirale der Schnellebigkeit entziehen. Sie schielen neidisch auf die ausländischen Kollegen und Kolleginnen, die, von der Industrie gestützt und von den Behörden gefördert, die neue Mode entwerfen können. In einer Resolution, die sich an Behörden, Verbände und Vereine der Textil- und Bekleidungsindustrie richtet, fordern deshalb Vertreter von 25 jungen Schweizer Designer-Marken die Unterstützung ihrer Anstrengungen für das Bestehen der schweizerischen Designer-Mode.

Auch bei der MODEXPO werden intensive Anstrengungen unternommen, die dazu beitragen sollen, die Messe und den Modeplatz Zürich aufzuwerten. Die Vorverlegung des Herbstmessetermins auf den 14. bis 16. August 1988 zielt bereits in diese Richtung. Die MODEXPO liegt dann terminlich vor der grössten europäischen DOB-Messe Igedo. Zudem sollen neue Ausstellergruppen angesprochen werden, die die Lükke zwischen SAFT und MODEXPO füllen könnten. Das Ausstellungskomitee denkt auch daran, neue Anbieter in ausländischen Kreisen zu suchen. Im Verlauf von 1988 sollen die Konzepte verwirklicht werden. G. R.

COLLECTIONS PREMIEREN DÜSSELDORF

POKER UM DIE LÄNGE



Die sportliche Strickkombination mit Bordüren und Zöpfen von Reimer Claussen.

Die Längen scheiden die Geister – und waren Anlass zu Diskussionen anlässlich der Collections Premieren in Düsseldorf als erster Orderrunde zum Frühjahr/Sommer 88. Sollen die Silhouetten kurz und kürzer werden? Oder sollen die Röcke lang bleiben? Der Handel schien fest entschlossen zu sein,

Der kurze Trench über dem neuen Kostüm mit langer Jacke von Marccain.

diese Gretchenfrage nicht zu dramatisieren und sich von der aus den USA eingetroffenen Kunde über die jetzt schon forsch gekürzten Säume nicht allzu sehr beeindrucken zu lassen. Doch den kommerziellen Kompromiss der guten Mitte einzugehen (was etwa Wadenrundung bedeutet), scheint vielleicht die einfachste, ist aber wohl keine gute Lösung. Interessanter und aktueller sind Spiele mit unterschiedlichen Längen und verschobenen Proportionen, was eine neue Optik ohne radikalen Entscheid erlaubt.

Prototyp dieser neuen Optik ist das Kostüm mit extrem langer Jacke, oft doppelreihig mit Revers oder als Cardigan, zum kniefreien oder gerade kniebedeckenden schmalen Rock und einem längeren Mantel darüber. Diese Grundform ist in vielerlei Variationen praktisch in jeder Kollektion vertreten bis zur jungen Variante mit strenger langer Jacke zum wippenden Volant-Mini oder zur gestrickten Version. Häufige Abwandlung ist der überlange, grobmaschig gestrickte Pullover zum weiten Rock aus leichtem Stoff. Auch die neuen Röcke in Tulpen- oder angedeuteter Ballonform zu knappen kurzen Jacken oder als Kleid haben in die modischeren Kollektionen Eingang gefunden. Stoffmix spielt dabei eine Rolle.

Beliebteste Modevorlage quer durch die Sparten und Genres ist die Marine – Marinière-Streifen und Nautikembleme sonder Zahl, Matrosenanleihen in Styling und Details. Offensichtlich wird das Thema als risikolos eingestuft. Überhaupt war öfter bei diesen Frühprogrammen ein Ausweichen

vor riskanten Modethemen etwa auf Sportswearkombinationen oder auf ländliche Romantik zu beobachten. Die Farben sind zurückhaltend, die Muster dezent. Die sogenannte neue Eleganz drängt sich ebenso wenig in den Vordergrund wie der puristische fliessende Stil. Auch die mädchenhaften Züge, die von den Stilisten stark forciert worden sind, treten nur am Rande in Erscheinung. Am ehesten kommt die «Poupée» noch bei nachgemusterten kurzen Abendkleidern für das Weihnachtsgeschäft zum Zug.

Die Messe der «early birds», wie die CPD gelegentlich genannt wird, hat sich in der relativ kurzen Zeit ihres Bestehens (seit 1982 mit der damaligen Beteiligung von 291 Firmen) zu einer wichtigen Informations- und Frühorder-Veranstaltung entwickelt. Insgesammt 1500 aus 16 Ländern zeigten Anfang August auf dem Düsseldorfer Messegelände, im Fashion House und in Hotels ihre ersten Interpretationen der Mode 88 nebst Nachmusterungsangeboten zum Winter 87/88. Der grosse Zustrom der Fachbesucher aus dem In- und Ausland bewies, dass sich der Handel daran gewöhnt hat, sich frühzeitig mit den aufkommenden Modetrends auseinanderzusetzen. J. F.

HOHE AUSZEICHNUNG FÜR COURRÈGES

Der Pariser Modedesigner André Courrèges wurde von François Léotard, Frankreichs Minister für Kultur und Kommunikation, mit dem Orden des «Chevalier de l'ordre nationale de la Légion d'Honneur» ausgezeichnet. In seiner Laudatio auf den Moderevolutionär der 60er Jahre sagte der Minister: «Ihre Werke sind nicht nur ein wichtiges Datum in der Kostümgeschichte, sondern haben auch die Geschichte der modernen Kunst geprägt.» U. H.

«DÉ D'OR» FÜR BALMAIN

Das Pariser Haute Couture-Haus Pierre Balmain hat in dieser Saison den «Dé d'Or» gewonnen. Bernadette Chirac, die Frau des französischen Premierministers, der auch Pariser Bürgermeister ist, überreichte die Trophäe Erik Mortensen, der seit dem Tode Balmains Chefdesigner des Hauses ist. Gestiftet wird der «Dé d'Or» von dem amerikanischen Kosmetikkonzern Helena Rubinstein, vertreten durch Generaldirektor Gérard Ury. Für den gebürtigen Dänen Erik Mortensen ist es bereits der zweite «Dé d'Or». U. H.

LINGERIE-NEWS

Die neue Lingerie-Mode für Frühjahr/Sommer 1988 wurde kürzlich von Sawaco der nach Winterthur geladenen Fachpresse vorgestellt.

Charakteristische Merkmale sind das verjüngte Styling und das gleichbleibend hohe Qualitätsniveau. Zu den Basisqualitäten, die von feinen mercerisierten Baumwollen über reine Seide bis zu Mischungen aus Baumwolle/Viscose reichen, ist eine Neuheit aus Seide/Leinen (50:50) hinzugekommen. Dieses italienische Feinstgewebe wurde speziell für jugendlich-feminine Set-Programme eingesetzt wie Baby Dolls, Tops mit Shorts und Kurz-Pyjamas.

Ein Hauch von Hollywood mit feminin erotischer Ausstrahlung findet sich in der Nachtwäsche-Kollektion. Fliessende Seidensatins sind schräg verarbeitet und modellieren so einschmeichelnd die Figur; Spitzen- und Stickerei-Motive dienen als Blickfang. Elegante Pyjamas mit wadenlangen Piratenhosen und Bandeau-Tops sind aus 100% Charmeuse-Seide und mit Leavers-Spitzen (leicht elastisch) veredelt. Bei der Tagwäsche, die zu 70% an der Kollektion partizipiert, überzeugen romantisch verspielte Modelle, knappe Bustinos und Shorts oder Bikinislips zu Camisoles. Stets erhalten sie durch zarte Spitzen oder Stickerei-Motive den gewünschten Luxus-Look.

Die verschwommene Grenze zwischen Nachtbekleidung, Freizeit- und Campingdress umschreibt man bei Sawaco mit «Multifunktion». Speziell für den sportlich-jungen Sektor kommen hier frische Ideen ins Modespiel. Weite Pyjamahosen treten als Partner von Camisoles, Trägertops und Gardigans auf und präsentieren sich in Ringelstreifen mit maritimer Stimmung in Marine, Rot und Weiss. Lust auf Ferien machen die applizierten Stickerei-Motive mit Strandbar-Szenen oder anderen witzigen Bildern.

Baby-Doll, Top, Shorts und Pyjama aus dem neuen Gewebe in Seide/Leinen (50:50), in Blütenweiss.

Farblich ist man zum Frühjahr/Sommer von der sehr konservativen Auffassung etwas abgewichen und forciert neben den Klassikern Schwarz und Weiss, Ivoire, Ciel, Gelb und Rosé sowie die sportlichen Rot- und Marine-Töne, natürlich in der Verbindung mit Weiss.

Speziell für das Weihnachtsgeschäft mit Liefertermin 15. November 1987 legt dieser Lingerie-Spezialist eine luxuriöse Tag- und Nachtwäschegruppe aus Seidensatin und Seidengeorgette in Schwarz und Weiss vor. H.B.

125 JAHRE GUT IM SCHUSS

In der 1862 gegründeten Spinnerei und Weberei Rüderswil AG wurde einheimischer Flachs gesponnen. Der Webereibetrieb wurde erst später angegliedert. Heute werden neben Flachs und Hanf auch Baumwolle, Ramie, Kunstfasern und wenig Wolle verarbeitet. Die Produktion umfasst jede Art von Haushalttextilien, die in Spitälern, Heimen und im Gastgewerbe Verwendung finden. Für Grosskunden wie die PTT stellt das Unternehmen Postsäcke her, für das Militär dauerhaftes Leinengewebe und für in- und ausländische Käseproduzenten Käsetücher.

Teilansicht der Spinnerei und Weberei Rüderswil AG.

Die Spinnerei und Weberei Rüderswil AG wird seit Jahrzehnten von Mitgliedern der Familie Hirsbrunner geleitet. An der Spitze des heute 35 Mitarbeiter zählenden Unternehmens steht Ernst Hirsbrunner. Die Eckpfeiler des Hauses, das sich zur Lieferung von erstklassiger Qualität verpflichtet hat, sind das Know-how und die aussergewöhnlichen technischen Einrichtungen. G. R.

ERFOLGREICHER TEXTILSPEZIALIST

Die Geiser AG, Tentawerke in Hasle-Rüegsau.

Vor drei Jahren rückten die Tentawerke in die Schlagzeilen, als sie den Auftrag erhielten, die 141 Meter lange Swatch am Hochhaus der Kommerzbank in Frankfurt zu konfektionieren. Der Erfolg der Frankfurter Uhr brachte der Firma auch prompt den nächsten repräsentativen Auftritt: Die Konfektionierung der Riesen-Swatch, die an der Weltausstellung 86 in Vancouver den Schweizer Pavillon überragte.

Die Geiser AG Tentawerke in Hasle-Rüegsau, 1877 als Familienbetrieb unter dem Namen «Buntweberei Emmenau» gegründet, ist zu einem vielseitigen Industriebetrieb gewachsen. Die Produktion, die einst mit einfachem Matratzen-Drillich und Rouleaux-Stoffen ihren Anfang nahm, umfasst heute Filtertücher, Camionverdecke, Festhallen- und Storenstoffe. Die stete Modernisierung der Webvorrichtungen brachte auch ein breites Know-how im Beschichten und Kaschieren mit immer neuen Materialien mit sich. Eine Pionierleistung auf diesem Gebiet war die erste Beschichtung mit Gummi im Jahre 1912. In jüngerer Zeit hat TENTA, neben anderen Patenten, auch das Europapatent für flammhemmende Acrylgewebe erhalten.

Der stete Wachstums- und Wandlungsprozess der Firma zeigt sich äusserlich in zahlreichen Um- und Erweiterungsbauten. Im vergangenen Jahr wurden auf 3000 Quadratmetern hochmoderne 3-Meter-Anlagen zum Beschichten und Kaschieren von Trägergeweben neu eingerichtet. Gleichzeitig investierte man auch auf dem Gebiet des Umweltschutzes: eine thermische Nachverbrennungsanlage reduziert nun die Schadstoffemissionen. G. R.

UMSTRUKTURIERUNG IN DER SEIDENINDUSTRIE

Die im Gewebe- und Garnsektor international tätige Stehli-Gruppe hat die Aktivitäten der traditionsreichen Zürcher Seidenweberei AG Stünzi Söhne, Lachen SZ und Paris, übernommen. Dem kreativen Zentrum, der Stehli Seiden AG in Obfelden, stehen heute eigene Produktionsfirmen in Oberitalien und Beteiligungen in Lyon zur Seite. Die weltweit exportierende Gruppe, die gegenwärtig rund 170 Mitarbeiter beschäftigt, rechnet, mit der erfolgten Übernahme einen Umsatz von 40 Mio. Franken zu erreichen.

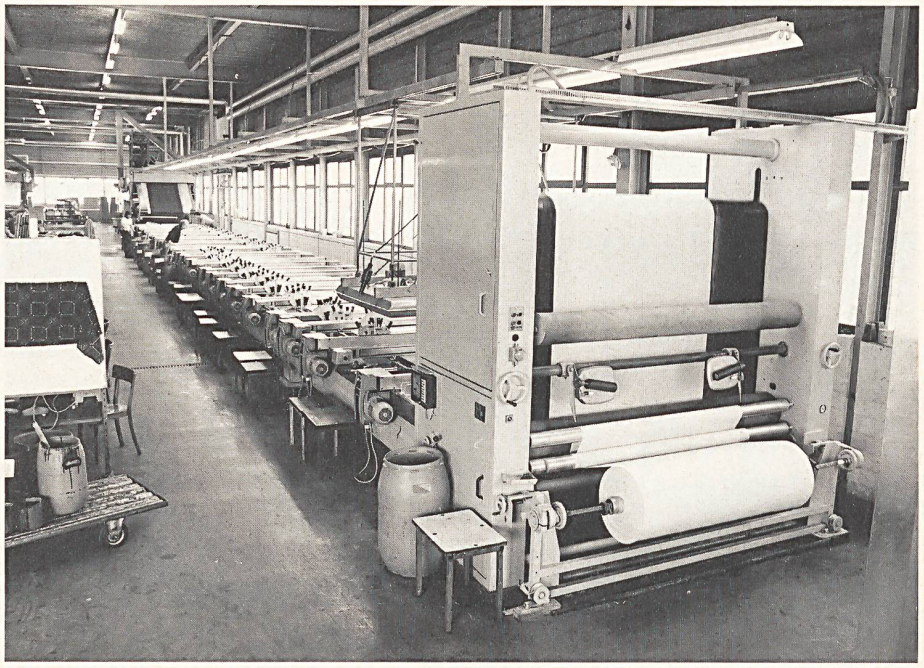
Bei dieser neuesten Umstrukturierung in der Schweizer Textilindustrie handelt es sich nicht um eine eigentliche Firmenübernahme,

sondern um eine Akquisition von Produktepalette, Anlagen, Lager und Vertriebsnetz. Die Firma wird als Immobiliengesellschaft weiter existieren. Von der getrennten, jedoch koordinierten Fortführung der beiden international renommierten Marken verspricht sich die Stehli-Gruppe eine wesentliche Stärkung ihrer Marktstellung.

Die neue Stünzi Textil wird ihre Kollektion mit Stünzi-Spezialitäten wie Rayon-Crèpes und garngefärbten Artikeln in Uni und Fantasie im Weltmarkt weiterführen. Die zukünftige Stünzi Rohgewebe AG wird die restrukturierte Weberei Lachen betreiben und so die eigene Produktion der auf dem Markt eingeführten Stünzi-Produkte sowie die Herstellung von Rohgeweben gewährleisten. Mit diesem Übereinkommen können rund 40 der bestehenden 100 Arbeitsplätze für die Zukunft gesichert werden. G. R.

50 JAHRE SEIDENDRUCKEREI MITLÖDI

Die Glarner Stoffdruckerei erlangte im 19. Jahrhundert dank Einfallsreichtum und Fleiss Weltgeltung. 1870 arbeiteten in 22 Fabriken etwa 6000 Personen, und 24 Spinnereien und Webereien beschäftigten weitere 4000 Menschen. Die Seidendruckerei Mitlödi AG ist heute der letzte massgebende Zeuge dieser 250 Jahre alten Stoffdruck-Tradition im Glarnerland. In den ältesten Fabrikgebäuden in Mitlödi werden schon seit 130 Jahren Textilien bedruckt und in die ganze Welt exportiert. Gegründet wurde die Gesellschaft 1937 von drei Unternehmern aus Näfels. Die Aufnahme der Stoffdruck-Produktion erfolgte in der damals noch neuartigen Siebdrucktechnik. 1956 konnte dann die erste automatische Flachfilmdruckmaschine «Buser» in Betrieb genommen werden. Zwanzig Jahre später wurde mit der Erweiterung der grossen Fabrikationshalle für den Textildruck der Maschinenpark stark modernisiert, und 1985 wurden die Flachdruckmaschinen auf modernste elektronische Rakelwerke umgebaut, die einen Druck von bis zu 20 Farben in einem Arbeitsgang ermöglichen. Der Einblick in die Textildruckerei dieses Unternehmens beeindruckt durch das modisch-kreative Schaffen beim Bedrucken von Geweben und Gewirken für höchste Ansprüche. Verwendet werden diese Stoffe für Bekleidung, Foulards, aber auch für Möbelbezüge und Innendekoration. Die Seidendruckerei Mitlödi, die als Lohnveredlungsbetrieb arbeitet, trägt ihren Namen heute eigentlich nicht mehr ganz zu Recht, beträgt doch der Anteil der bedruckten Seidenstoffe nur noch 30 Prozent, 60 Prozent entfallen auf Baumwolle, 10 Prozent auf Wolle, Synthetics und Mischungen.



Flachfilmdruckmaschine der Seidendruckerei Mitlödi AG – druckt bis zu 20 Farben in einem Arbeitsgang.

Um im hartumkämpften Markt gegen Billigpreisstaaten zu bestehen, sind Höchstleistungen in bezug auf Kreativität, Qualität und Service nötig. Das 1975 in Como gegründete Studio «M» stellt in kreativer und fertigungstechnischer Hinsicht einen wichtigen Informationsstützpunkt dar, der es zudem erlaubt, die ausländische Konkurrenz stets im Auge zu behalten. Ausserdem unterhält die Seidendruckerei Mitlödi zusammen mit der Weberei Gessner AG, Wädenswil, ein Verkaufsbüro in New York.

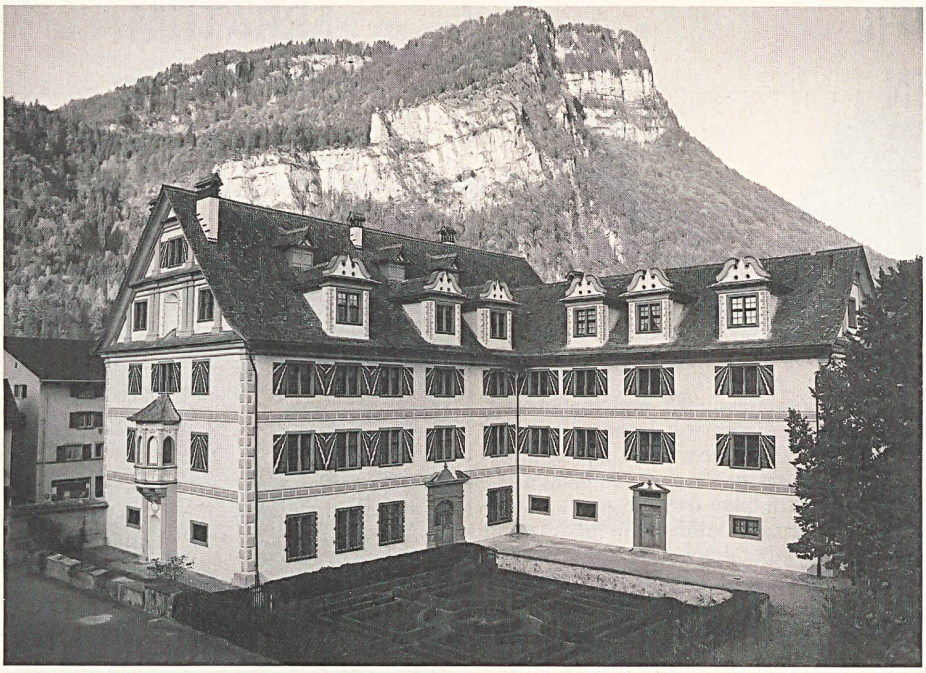
Die Geschäftstätigkeit mit der Mode bringt fast zwangsläufig auch grössere Unsicherheitsfaktoren mit sich. Man hat sich deshalb früh mit der Absicherung dieser Risiken beschäftigt und nach Diversifikationsmöglichkeiten gesucht. 1949 folgte die Angliederung einer Siebdruckerei, die mit 10 Beschäftigten praktisch alle Materialien wie Papier, Karton, Blech, Kunststoff und Holz bedruckt. Dieser Dienstleistungssektor richtet sich in erster Linie an die Werbebranche. 1972 wurde mit dem Aufbau der ACO Bauelemente eine weitere Diversifikation, diesmal in der Baubranche, in Angriff genommen. Diese Sparte mit 40 Angestellten ist spezialisiert auf die Herstellung und den Vertrieb von Entwässerungsrinnen und Leibungsfenster aus Polymerbeton.

Diese breite Abstützung des Unternehmens auf drei unterschiedliche Tätigkeitsgebiete brachte finanziell und wirtschaftlich eine wesentliche Absicherung. Bei allen drei Sparten setzt die Seidendruckerei Mitlödi ganz bewusst nicht auf Menge, sondern auf Qualität und Flexibilität – eine Maxime, die dazu beigetragen hat, dass sich das Unternehmen in den vergangenen fünf Jahrzehnten der Herausforderung einer sich rasch wandelnden Wirtschaft erfolgreich stellen konnte. G. R.

FREULERPALAST VON NÄFELS ALS

TEXTILDRUCKMUSEUM

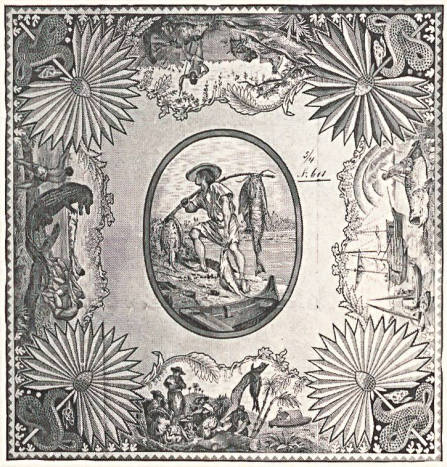
Im kommenden Jahr feiert der Kanton Glarus das 600-Jahr-Jubiläum der Schlacht bei Näfels. Anstelle eines heroischen Schlachtdenkmals, wie es 1888 anlässlich der 500-Jahr-Feier enthüllt wurde, haben die Glarner an der Landsgemeinde vom 3. Mai 1987 diskussionslos einem Kredit von 800 000 Franken für die Verwirklichung eines Textildruckmuseums zugestimmt. Es soll im Freulerpalast von Näfels unter-



Der Freulerpalast von Näfels, erbaut 1642–1650.

gebracht werden. Im Dachgeschoss dieses stattlichen Hauses, das im 17. Jahrhundert vom Glarner Caspar Freuler erbaut wurde und seit 1946 das Museum des Landes Glarus beherbergt, wird zwar heute schon die Glarner Textildruckkunst vorgestellt, doch ist diese Abteilung veraltet, thematisch kaum gegliedert und auch viel zu klein. So können die sozialen Verhältnisse und die Gesetzgebungen im letzten Jahrhundert zuwenig berücksichtigt werden.

Dank Einfallsreichtum und Fleiss erlangte die Glarner Stoffdruckerei im 19. Jahrhundert Weltgeltung. Um 1870 stand sie in grösster Blüte. In 22 Fabriken arbeiteten gegen 6000 Menschen. Jährlich wurden mehr als 48 000 Kilometer Tücher bedruckt. Gleichzeitig standen 24 Spinnereien und Webereien in Betrieb, die 3850 Menschen beschäftigten. Das «Glarner Wirtschaftswunder» brachte jedoch nicht nur eitel Freude. Die Schattenseiten zeigten sich in den sozialen Verhältnissen der Arbeiterschaft. So beschlossen die Glarner an der Landsgemeinde mehrmals Beschränkungen der Arbeitszeit, die Abschaffung der Kinderarbeit. 1864 setzten sie ein Fabrikgesetz und 1916 eine staatliche Alters- und Invalidenversicherung in Kraft. Mit diesen Massnahmen wurden die Glarner nicht nur in der Schweiz, sondern auch in ganz Europa auf dem Gebiet der Sozialgesetzgebung zu einem Vorbild. Der erwähnte Kredit, der je zur Hälfte für Bau- und Einrichtungskosten verwendet wird, soll der Erweiterung und Neugestaltung einer Gedenkstätte, die an eine entscheidende und hervorragende Epoche der Glarner Geschichte erinnert, zugute kommen. Neben geschichtlichen Dokumenten wird aber auch in ständig wechselnden Ausstellungen aktuelles Material aus dem Bereich Textildruck zu sehen sein.



Entwurf für einen Glarner Stoffdruck mit einem fernöstlichen Motiv (um 1870).

Die Umbauarbeiten im Freulerpalast werden Anfang November abgeschlossen. Die Eröffnung des Textildruckmuseums ist auf die Zeit der Näfelser Fahrt 88, die alljährlich im April begangen wird, geplant. G. R.

SCHWEIZER DOB-AUSSENHANDEL

IM ERSTEN HALBJAHR 1987

Während die schweizerische Bekleidungsindustrie 1986 die Exporte noch um 5,4 Prozent erhöhen konnte, musste im ersten Halbjahr 1987 eine Abnahme der gesamten Ausfuhren von 3 Prozent verzeichnet werden. Von grösster Bedeutung für die exportierenden Schweizer DOB-Fabrikanten ist die Absatzentwicklung auf dem BRD-Markt. Auf ihn entfallen 56 Prozent der gesamten Exporte. Hier konnte im ersten Halbjahr eine leichte Exportsteigerung von 0,2 Prozent verbucht werden. Entschieden ungünstiger verlief die Entwicklung auf dem zweitwichtigsten Exportmarkt der schweizerischen DOB-Industrie. Nach Österreich, das einen Exportanteil von 11 Prozent hat, sanken die Ausfuhren um 47,7 Prozent oder um über 11 Millionen Franken. Dies heisst, das praktisch der gesamte Exportverlust der schweizerischen DOB-Industrie auf Minderbezüge Österreichs zurückzuführen ist.

Unter den acht wichtigsten Exportländern der Schweiz fallen Mehrausfuhren nach Frankreich, Italien sowie Belgien und Luxemburg auf. Währungsbedingt mussten erhebliche Exporteinbussen auf den beiden wichtigsten überseeischen Märkten, USA mit 26,3 Prozent und Japan mit 11,5 Prozent, hingenommen werden.

Auch beim Import, der im ersten Halbjahr 1987 eine Erhöhung um 5,3 Prozent zeigt, steht die BRD mit einem Drittelsanteil an der Spitze. Die Einfuhren aus der BRD wuchsen um 10,5 Prozent an. Auf der Liste der 10 wichtigsten Lieferländer von DOB nach der Schweiz stehen Italien, Frankreich, Hongkong, Österreich, Grossbritannien, Indien, Portugal, die Türkei und Griechenland.

Zum unbefriedigenden Ergebnis der Schweizer DOB-Hersteller im ersten Halbjahr haben neben den Problemen im Export auch die schlechte Witterung und die damit bedingte Kaufzurückhaltung der hiesigen Verbraucher beigetragen. Dies bestätigt eine aktuelle Umfrage des Gesamtverbandes der Schweizerischen Bekleidungsindustrie (GSBI) hinsichtlich Auftragsbestand, Produktionsmengen und Zahl der Mitarbeiter. Nicht selbstverständlich und zugleich hoffnungsvoller lauten die Antworten betreffend Investitionsneigung (zumeist höher oder gleich) und Ertragsentwicklung (zur Hälfte immerhin gleichbleibend). Eine parallele Umfrage der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) kommt ebenfalls zum Schluss, dass zwar Produktion und Auftragsbestand auf dem bisherigen Stand verharren, für die kommenden Monate jedoch leichte Zuversicht bezüglich der Nachfrageentwicklung vorherrscht.

MODISCHES PROFIL FÜR DAS TESSIN

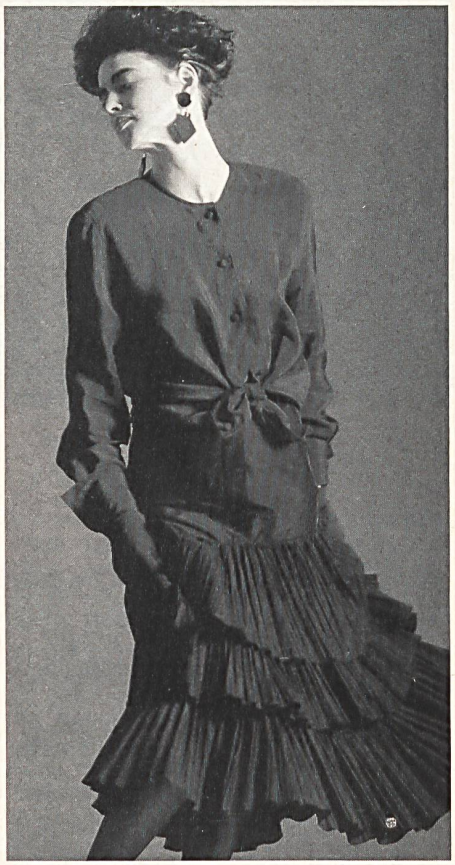
Die alljährliche Einladung der internationalen Fachpresse nach Lugano durch die AFRA, Gesellschaft zur Förderung der Tessiner Bekleidungsindustrie, ist zu einer guten Tradition geworden. «Eine der wichtigsten Aufgaben, die wir uns gestellt haben, ist die Kreation und die verbreitete Anwendung einer Marke wie 'Ticino Moda' als Auszeichnung und Gewähr für die Herkunft der Bekleidungsstücke, die im Tessin hergestellt werden», präzisiert AFRA-Sekretär Claudio Camponovo. Diese Marke soll die Verkaufsargumente verstärken und zugleich den Endverbraucher informieren. Die Erreichung dieses Ziels wird als absolut notwendige Voraussetzung für eine generelle Verkaufsförderung der Tessiner Mode betrachtet. Die gestellte Aufgabe ist nicht leicht, da die Herkunftsbezeichnung in der Schweiz nicht obligatorisch ist und zudem die Façon-Aufträge von Deutschschweizer Firmen dem Eigenprofil der Tessiner Betriebe kaum weiterhelfen. Immerhin fördert die AFRA auch die Façon-Arbeits-Vermittlung an ihre Mitgliedsfirmen. Weitere Akzente sind Gemeinschafts-Präsentationen an Fachmessen im In- und Ausland.

Modell der Confezioni Pagani & Co., Arzo – junge Mode aus dem Tessin aus einem Wolle/Baumwolle-Gewebe.

Die Tessiner Firmen haben sich zur Kooperation und damit zum Schulterschluss schon vor zwei Jahren entschlossen. Die AFRA rechnet auch damit, dass der Konkurrenzkampf auf dem 'homemarket' noch härter wird, ein Grund mehr, die Anstrengungen im Export zu verstärken. Dafür genügt aber heute nicht mehr allein Qualitätsarbeit, Zuverlässigkeit und Flexibilität; sie müssen mit Kreativität gepaart sein. Und hier hat die AFRA den Hebel richtig angesetzt, indem sie nicht nur den Mitgliedsfirmen, sondern auch dem kreativen Nachwuchs durch eine Modeschau Motivation und Chance gibt, sich einem durchaus kritischen Fachpublikum zu stellen. Dass hier auch Raum sein muss für gewisse Überzeichnungen, für jugendliche Entfaltungsmöglichkeit, die den kommerziellen Rahmen sprengen, liegt auf der Hand. So gesehen bedeutet die Schau der 19 Tessiner Firmen, der kantonalen Designerschule und der sechs jungen Avantgarde-Designer eine glückliche Synthese. Dass auch der produktionstechnischen Seite viel Aufmerksamkeit geschenkt wird, konnte durch informative Firmenbesichtigungen erhärtet werden. Die Tessiner Bekleidungsindustrie weiss, dass sie mit Blick auf die Zukunft nur durch hochwertige, innovative Produkte bestehen kann, damit sich die Marke «Moda Ticino» auszahlt. S.St.

ERRATUM

Unglücklicherweise hat sich in «Textiles Suisses» Nr. 70 auf Seite 85 ein Fehler eingeschlichen. Richtig muss die Legende heissen:



STEHLI SEIDEN AG, OBFELDEN

Stufeneffekt am eleganten Deux-pièces, Oberteil aus Taft changeant, Rock aus Taft plissé.

Mod. Brigitte Weiss, Zirndorf

Wir bedauern dieses Versehen und bitten die Betroffenen, den Irrtum zu entschuldigen.

Ich bin so frei, Caroll Mut zu beweisen...

Das Erfolgsrezept von Caroll ist sehr einfach...
Statt der Mode nachzulaufen, macht CAROLL die Mode
Mode, so spritzig wie auserlesen.

CAROLL, das heisst:
- 400 Modelle pro Kollektion
  ausgezeichnetes Verhältnis von Preis und Qualität
- 200 CAROLL-Boutiquen in Frankreich,
  100 im Ausland
- Planziel 1990: 400 Boutiquen in aller Welt...
  darunter vielleicht die Ihre.

CAROLL bietet Ihnen:
- den bewährten Markenstil – eine Boutique, sprühend von Farben
  und guter Laune
- seine wirksame professionnelle Beratung
- eine internationale Werbung
- eine junge und lustige Mode, die auch in Ihrer Stadt
  einen Riesenerfolg haben wird.

In allem Freimut.

Ein Mut zu Freiheit, der sich bezahlt macht.

CAROLL

Für weitere Auskünfte, schreiben Sie an:
Société de gestion industrielle et commerciale
Cobas SA
case postale 244, 3960 Sierre

SCHWARZENBACH
SINCE 1829

Novelties for ladies' fashion outerwear, plain and jacquard woven, printed. Cloqués.

Jersey-Fabrics, plain and fancy, in natural, rayon and synthetic-yarns.

Sportswear-, skiwear- and rainwear-fabrics.

Technical weaves.

Fancy yarns, fancy twists, crêpes.

SWISS FABRIC

Robt. Schwarzenbach & Co. AG
CH-8800 Thalwil/Zürich
Seestrasse 185
Tel. 01/720 04 03
Telex 52 383
Telegramm Landis
Telefax 01/721 15 02

Robt. Schwarzenbach & Co. GmbH
D-7858 Weil am Rhein

F.lli Schwarzenbach & Co. s.p.a.
I-20030 Seveso/Milano

Schwarzenbach Sud-Italia s.p.a.
I-02100 Rieti

Moulinages Schwarzenbach S.A.R.L.
F-38110 La Tour-du-Pin