Schweizer Modewoche Zürich 1943 : zum Sinn und Zweck der Schweizer Modewoche

Autor(en): **Zimmermann, Charles**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art**

Band (Jahr): **30 (1943)**

Heft 10

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-24321

Nutzungsbedingungen

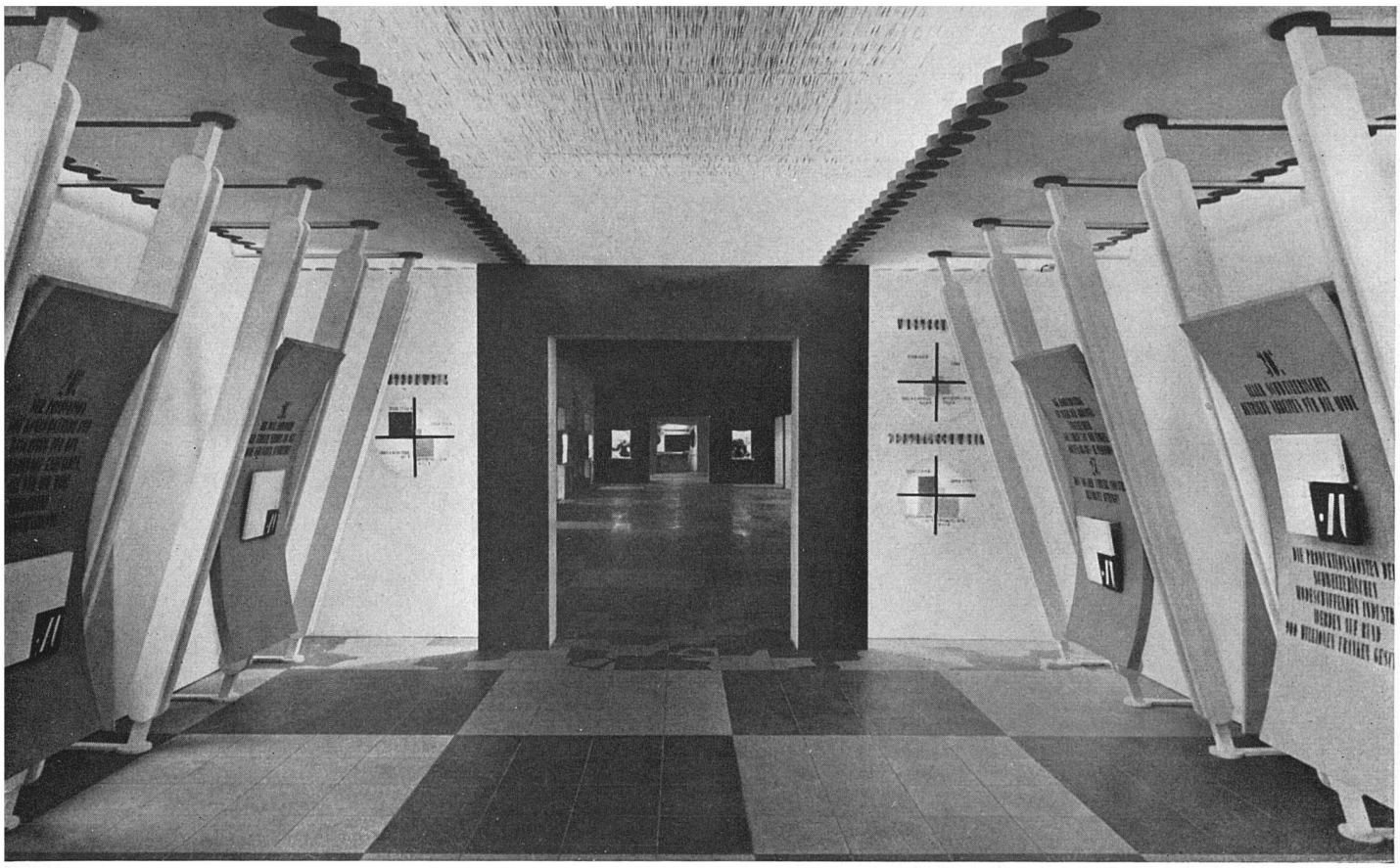
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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



Eingangsvorraum mit statistischen Darstellungen über die Schweizer Modeindustrie (K. Egender, Arch. BSA, Zürich)

SCHWEIZER MODEWOCHE ZÜRICH 1943

Ergebnisse der Zusammenarbeit von Modeschöpfer, Künstler, Industrie

Vom Sinn und Zweck der Schweizer Modewoche

von Charles Zimmermann

Die beiden ersten Großveranstaltungen, die unter dem Titel *Schweizer Modewoche* inden Jahren 1942 und 1943 im Kongreßgebäude in Zürich durchgeführt wurden, waren ein großer Erfolg für die beteiligten Mode-Industrien und -Gewerbe unseres Landes. Sowohl in der ersten als auch in der zweiten Modewoche waren es über 70 000 Besucher aus allen Bevölkerungskreisen, denen ein interessanter, bisher nicht vorhandener Überblick über die Anstrengungen und Leistungen der schweizerischen Mode-Industrien vermittelt werden konnte. Sie erhielten dabei einen Einblick in den guten Geschmack, die saubere Arbeit und die vorzügliche Qualität der Schweizer Erzeugnisse auf dem vielseitigen Gebiete der Mode.

Bevor ich auf die praktischen Resultate der bisherigen Modewochen, ihre Zielsetzung und die Aufgaben der einzelnen Veranstaltungen näher eintrete, scheint es mir angezeigt, über die wirtschaftliche Bedeutung der Mode in der Schweiz einige Feststellungen zu wiederholen, die im Eigangsraum der diesjährigen Ausstellung dem Besucher eindrücklich vor Augen geführt wurden. Statistische Zahlen beweisen, daß in der Schweiz jede vierte in einem industriellen Betrieb beschäftigte Person in einem Mode- oder in einem der Mode dienenden Unternehmen arbeitet. Für die Modebranche selbst werden ein Fünftel der für das Inland erzeugten Konsumgüter und Maschinen geliefert. Dreißig Prozent aller schweizerischen Betriebe, mit jährlichen Produktionskosten von rund 900 Millionen Franken, arbeiten für die Mode. Schließlich werden 20 % der Totallohnsummen der Schweiz von den Mode-Industrien ausbezahlt und von ihnen 25 % der von der gesamten Industrie bezahlten Steuern, am Beispiel der Eidgenössischen Krisenabgabe III. Periode gemessen, an den Staat abgeführt. Dabei sind all die vielen Han-

dels-, Vermittlungs- und Verteilungsbetriebe, die Hilfsgewerbe im Dienste der Modepropaganda, die Modefach- und Gewerbeschulen usw. in vorstehenden Zahlen nicht berücksichtigt.

Man hat in der Schweiz nie beabsichtigt, eine eigene, richtunggebende schweizerische Modeschöpfung zu entwickeln oder gar mit der künstlerischen Entfaltung der Mode in den Weltzentren in Wettbewerb zu treten, wie dies etwa beim Vergleich mit ähnlichen Veranstaltungen in unseren Nachbarländern vermutet werden könnte. Die Schweizer Modewoche verfolgt ganz andere Ziele. Sie will die Firmen im freien Wettbewerb, der durch die einschneidenden Maßnahmen und Folgen des Krieges zum Teil lahmgelegt oder eingeschränkt ist, zu kraftvoller Entfaltung anspornen und damit den Grundstein legen für den Wiederaufbau des Exportes in der kommenden Nachkriegszeit. Dieser Leistungswettbewerb, in den nicht nur die Initiantenfirmen der Modewoche, sondern auch weitere Unternehmerkreise der Mode-Industrien und -Gewerbe eingespannt werden sollen, wird speziell auf dem Gebiete der Neuheiten und auf dem Boden der Qualität weiter entwickelt, weil diese Elemente die Grundbedingung des materiellen und ideellen Erfolges dieser Industriegruppe sind. Die Schweizer Modewoche soll aber auch zu einem hervorragenden Marktinstrument der Branche ausgebaut werden. Es wird sich dabei nicht etwa darum handeln, auf breitester Basis eine gesamtschweizerische Textil- und Modefachschau mit Messecharakter zu veranstalten; vielmehr sollen durch eine instruktive Demonstration von Spitzenleistungen die an der Mode-Industrie interessierten Fachkreise des In- und Auslandes auf den Schweizermarkt aufmerksam gemacht werden. Die Schweizer Modewoche erstrebt also in erster Linie eine zielbewußte Einflußnahme auf die *Fachwelt*.

Den Modefachkreisen vermittelt die Veranstaltung einen Gesamtüberblick über das modische Schaffen in der Schweiz, wie dieser sonst nirgends existiert. Der Fachmann erhält auch Einblick in die modischen Tendenzen jener Branchen, in denen er selbst nicht tätig ist. Er wird nicht nur auf ästhetischem Gebiet, sondern auch in den technischen Belangen der Modebranche fachlich aufgeklärt; er wird bekannt mit modischen Neuheiten und mit Neustoffen aller Art, die ihm vielleicht sonst nicht zur Kenntnis gelangten. Die Veranstaltung als Ganzes stärkt das Bewußtsein aller in der Mode tätigen Kreise, im besonderen vermögen die gezeigten Neuheiten den Geschmack und das Qualitätsempfinden des Fabrikanten wesentlich zu fördern. Durch die modische Beeinflussung der Fachwelt und des Publikums wird aber auch das Risiko der modischen Fabrikation verringert.

Keine Veranstaltung ist wie die Modewoche in der Lage, auf den *Geschmack des Publikums* und sein Qualitätsempfinden erzieherisch zu wirken. Jedem Besucher bringt die Modewoche direkt und indirekt zum Bewußtsein, daß er selbst in stärkstem Maße von den Modetendenzen abhängig ist. Damit wirkt die Veranstaltung auch gegen die noch weitverbreitete Ansicht in der Bevölkerung, die Mode sei entbehrlicher Luxus.

Daneben erhalten die freien *Künstler*, *Grafiker*, *sowie die Mode-Fachschulen* vielfache Anregungen. Das Verständnis für das Modeschaffen wird bei diesen Kreisen geweckt und gefördert, der Geschmack wird verfeinert, und es werden in reichem Maße Anregungen vermittelt. Die durch die Modewoche veranstalteten Wettbewerbe vermitteln den Künstlern günstige Gelegenheiten, ihr Können auf die Mode zu übertragen und unter Beweis zu stellen.

Eine der wichtigsten Fragen, die sich für die Gestaltung der 3. Schweizer Modewoche, die vom 24. Februar bis zum 12. März 1944 stattfinden wird, stellt, ist die, ob man wie bisher eine Publikumsschau ins Auge fassen soll, oder ob es zweckmäßiger wäre, die kommende Modewoche in beschränktem Rahmen ausschließlich den Fachkreisen zugänglich zu machen. Es ist zu erwarten, daß die vorangegangenen Betrachtungen, aber auch Erwägungen finanzieller Natur (die Modewoche konnte bisher ohne irgendwelche Subventionen durchgeführt werden) der Publikumsveranstaltung gegenüber einer geschlossenen Modefachwoche den Vorrang geben werden.

Stellen wir zum Schluß die Schweizer Modewoche noch den andern bestehenden großen schweizerischen Werbeveranstaltungen gegenüber, insbesondere der Schweizer Mustermesse in Basel, so muß festgestellt werden, daß die Zielsetzung und die Art der Durchführung der Schweizer Modewoche grundverschieden sind und daß deshalb von einer Konkurrenzierung in irgend einer Hinsicht keinesfalls die Rede sein kann. Während die Schweizer Mustermesse in Basel das Bestreben hat, die sämtlichen industriellen Angebote in einer gesamtschweizerischen Konzentration zusammenzufassen, wofür die einzelnen Hallen und Stände mit freier Gestaltungsmöglichkeit und Wahl den Interessenten zur Verfügung gestellt werden, verfolgt die Schweizer Modewoche die Aufgabe, das lebenstotale Gebiet des Modeschaffens in allen Belangen der ideellen und wirtschaftlichen Entfaltung darzustellen und zu fördern. Für eine solche Zielsetzung spielt die Saison, die in der Mode nicht wegzudenken ist, eine entscheidende Rolle. Bei der Bekleidung kann beispielsweise die Frühjahrs- und Sommermode spätestens Ende Februar/Anfang März, die Herbst- und Wintermode letztmöglich Ende August-Anfang September erfolgversprechend gezeigt werden.

Wenn es nicht nur gelingt, durch die Zusammenfassung aller in der Mode schaffenden Industrien und Gewerbe in der Schweizer Modewoche die Firmen in ihrer Leistungsfähigkeit auf dem bisherigen Niveau zu erhalten, sondern bedeutend zu steigern, dann ist die Existenz dieser Institution im Dienste der Exportförderung und damit im Interesse der schweizerischen Volkswirtschaft auch nach dem Krieg als gesichert zu betrachten.