**Zeitschrift:** Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie

**Herausgeber:** Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

**Band:** 76 (1969)

**Heft:** 10

**Rubrik:** Messen

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

**Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

**Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

**Download PDF:** 15.07.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch**

Hieraus resultieren – wie eingangs erwähnt – beachtliche Zuwachsraten. Es wurden Prognosen gestellt, dass in bestimmten Bereichen der Textilproduktion in ca. 10 Jahren gewebte Stoffe nur noch einen Drittel Marktanteil besitzen und der Rest zu gleichen Teilen von Gewirken und Gestrikken gedeckt werden soll.

Ich möchte nochmals die vergleichenden Bilder der Produktion von Web- und Maschenwaren ins Gedächtnis rufen. Dass jene Entwicklungen auf gewissen technologischen Unterschieden der Stoffe, weniger aber auf unterschiedlichen Herstellungskosten beruhen, zeigen Daten aus dem Rechnungswesen eines Betriebes, in welchem Oberbekleidungsstoffe auf modernen Jacquard-Rundstrickmaschinen mit 48 Systemen als auch auf Sulzer-Webmaschinen hergestellt werden.

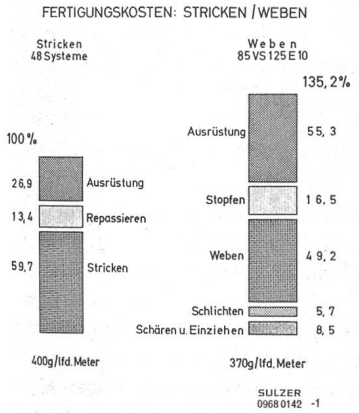



Abb. 17

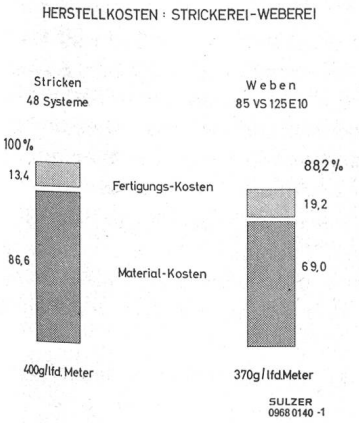



Abb. 18

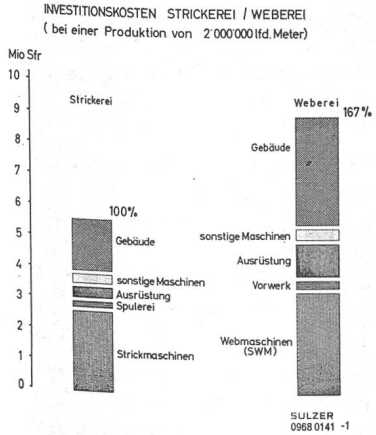



Abb. 19

Abbildung 17 zeigt eine Uebersicht der Gesamtherstellungskosten der beiden gezeigten vergleichbaren Stoffe. Die reine Stoffherstellung und die Veredlung sind beim Gestrick günstiger als beim Gewebe. Auf Abbildung 18 nehmen wir Einblick in die erwähnten reinen Stoffherstellungskosten.

Trotz günstiger Strickkosten fallen die Gesamtkosten für die Stoffherstellung für vergleichbare gewebte Stoffe günstiger aus, vor allem wegen günstigerer Garnkosten und geringerer Kosten für die Konfektion.

Der Vergleich der Investitionskosten (Abb. 19), bezogen auf eine bestimmte Stoffproduktion, geht zugunsten der Strikkerei aus. Diese Rechnung basiert auf einer Abschreibungszeit der Strickmaschinen von 5 Jahren, während Webereimaschinen meistens auf 10 Jahre abgeschrieben werden. Dieser Unterschied in der Abschreibungszeit hat zwei Gründe: erstens ist die technische und wirtschaftliche Nutzungszeit bei Webmaschinen in der Regel mindestens doppelt so lang wie bei Strickmaschinen, zweitens ist die universelle Einsatzmöglichkeit einer Wollwebmaschine für verschiedene Gewebe wesentlich grösser als bei einer auf bestimmte Nadelteilung ausgerichteten Rundstrickmaschine.

Zugunsten der Rundstrickmaschine spricht jedoch die rasche Umstellbarkeit der Musterung, wo insbesondere bei elektronisch gesteuerten Rundstrickmaschinen durch Auswechseln des Steuerfilmes in wenigen Minuten bei gleicher Garnaufsteckung ein Musterwechsel vorgenommen werden kann, und doch ist es leichter, die Garnaufsteckung zu wechseln, als den Kettbaum und das Muster auf der Kartenschaftmaschine. (Fortsetzung folgt)

# Messen

## Köln – Basis der Gemeinschaftswerbung

**Internationale Herrenmodewoche Köln**
**Internationale Bekleidungsmaschinen-Ausstellung**
**Bekleidungstechnische Tagung**

21. bis 24. August 1969

Die Mode ist ein Wirtschaftsfaktor; ihre Auswirkungen können rückwärts über die verschiedenen Fabrikationsstufen wie Konfektion, Weberei, Wirkerei und Strickerei, Zwirnerei und Spinnerei – selbst bis zur Textilmaschinenfabrikation verfolgt werden. Diese Zusammenhänge verkörpert alle Jahre nicht nur die Kölner Herrenmodewoche selbst, sondern auch ihre Rahmenveranstaltungen.

Auf einer vermieteten Nettostandfläche von 23 100 m² (Bruttoausstellungsfläche: 42 600 m²) fand der Besucher das breite Angebot von Herren- und Knabenbekleidung, und zwar vom währschaften Wintermantel bis zu reingoldenen Manchettenknöpfen mit aparten Sujets und als Nonplusultra die Krawatte mit gleichem Motiv. Auf einer Nettostandfläche von 9240 m² waren die Bekleidungsmaschinen zur Schau gestellt. Beide Veranstaltungen benötigten somit 32 340 m² reine Ausstellungsfläche. Als Vergleich sei erwähnt, dass der denkwürdigen ITMA 67 in Basel 72 543 m² Standfläche zur Verfügung standen. Diese Gegenüberstellung zeigt die überragende Bedeutung der Kölner Institution im Verhältnis zu ähnlichen Modemessen – eine Bedeutung, die sich auch in den Besucherzahlen spiegelt.

Die neue Herrenmode in der Swing-Linie:
links eine sportlich-korrekte Blazerkombination,
rechts ein Sommeranzug im Leinen-Look mit der typischen Swing-Linie in der Modefarbe «Strand»
Photo: DIH-Studio

Die Herrenmodewoche 1969 wurde von 29 750 Fachinteressenten aus 51 Staaten besucht. Der Auslandsanteil betrug 10 550 Besucher, eine Zahl, die um 41 % höher ist als vor Jahresfrist; der Inlandsbesuch stieg um 34 %. Die grösste Auslandsdelegation erschien aus dem nahen Holland mit 2830 Besuchern, dann folgte Belgien mit 1740, Grossbritannien mit 862, die Schweiz mit 828 und Oesterreich mit 765 Interessenten. Bei der Internationalen Bekleidungsmaschinen-Ausstellung fanden sich 11 740 Besucher aus 48 Staaten ein, darunter 4140 Ausländer. Die Bekleidungstechnische Tagung wurde von rund 2000 Fachleuten besucht. 250 Besucher erschienen aus 16 Ländern; schweizerischerseits beteiligten sich gegen 100 Fachleute – ein Beweis, dass in der Schweiz dieser Tagung eine enorme Bedeutung beigemessen wird.

«Die beste Haka-Messe, die es je gab», war das Urteil massgebender Kreise. So wurde von einem sensationellen ersten Messetag gesprochen, an dem der Ausländerempfang übermässig gross war, und offiziell wurde bekanntgegeben, dass erstmals der Besuch aus den EFTA-Ländern höher war als aus dem EWG-Raum – ein Zeichen, dass Köln eine wesentliche Kontaktstelle dieser Branche ist.

Bereits die Eröffnungsfeier stand unter einem besonderen Aspekt. Oberbürgermeister Theo Burauen, Vorsitzender des Aufsichtsrates der Kölner Messegesellschaft, wies darauf hin, dass der Wunsch nach schöner und eleganter Tageskleidung sowie festlicher Abendkleidung zu einem natürlichen Bedürfnis geworden sei; dies sei eine Entwicklung – die Freizeitmode miteinbezogen –, an der die Internationale Herrenmodewoche als Markt und *Basis für die Gemeinschaftswerbung* einen starken Anteil besitze. Ihre Ausstrahlung wecke Kaufimpulse für einen optimalen Marktbereich. – Der zweite Redner, Matthias Brunsberg, Essen, Vorsitzender des Verbandes der Herren- und Knabenbekleidung (Haka), äusserte sich u. a. zur ausländischen Konkurrenz in folgendem Sinne: «Mit etwa 800 zum grossen Teil mittelständischen Unternehmen ist die Haka eine bedeutende Branche in der deutschen Volkswirtschaft – innerlich gesund und dynamisch. Marktforschung und *Gemeinschaftswerbung* zeugen davon, dass den Erfordernissen der Existenzbehauptung Rechnung getragen wird. Wir kennen die ausländischen Mitbewerber, wissen um ihre Anstrengungen, wir schätzen deren Produkte und anerkennen ihre Leistungen. Um den Verbraucher und dessen Kaufkraft wird heute allseits gekämpft, die Märkte sind international geworden. Aber auch die deutsche Herrenmode ist international und modisch interessant. Die deutsche Hakabranche fürchtet die in- und ausländische Konkurrenz nicht, denn weitschauende Unternehmer haben ihre Betriebe auf den neuesten Stand gebracht.» – Als Hauptreferent sprach dann Heinz Kühn, Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen. In launigen, aber angriffigen Worten umriss der Redner, wenige Wochen vor den Wahlen, politische und wirtschaftliche Fragestellungen und wies darauf hin, dass die Bekleidungsindustrie heute in den wirtschaftlichen Aufstiegsprozess hineinintegriert sei, der nach dem Konjunkturtief von 1966/67 nun einen imponierenden Aufschwung erlebe.

Alle drei Referenten wiesen somit auf die textilwirtschaftlichen Komponenten hin, denn von den 300 Milliarden DM, die 1968 in der Bundesrepublik von den Haushalten für den privaten Verbrauch ausgegeben worden sind, entfielen 11,4 % auf Kleidung und Schuhe. Dies entspricht einer Summe (Männer und Frauen zusammengefasst) von 34,6 Milliarden DM.

Wenn einerseits als Auftakt zur Herrenmodewoche rein wirtschaftliche Probleme erläutert wurden, so strahlte anderseits die anschliessende Modeschau *«Panorama der Herrenmode»* mit 82 Modellen – die Schau reichte von Sport-, Reise- und Freizeitbekleidung bis zu den Anzügen, Mänteln und Gesellschaftskleidern – eine lebens- und farbenfrohe Wirkung aus. Die Bemühungen der entsprechenden Modeinstanzen tragen allmählich ihre Früchte: die Herrenmode wird farbig. Zum Gesamtbild dieser Schau, die ja die kommende Mode präsentierte, äusserte sich Erwin Tewes vom Deutschen Institut für Herrenmode u. a. wie folgt:

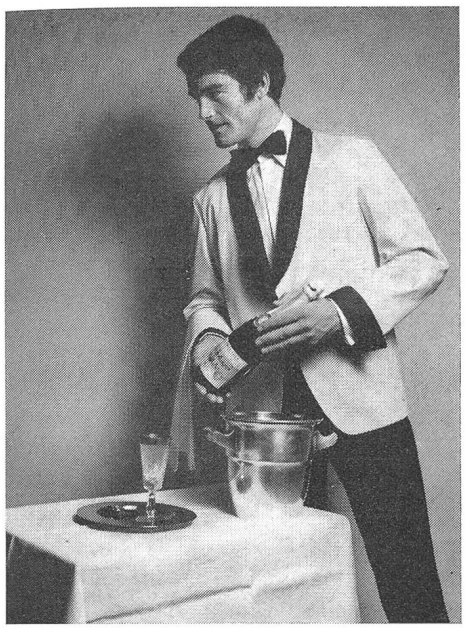
*Die traditionelle Herrenkleidung wird zunehmend vom Trend zur jungen Mode beeinflusst. Ohne ihren extremen Erscheinungen zu folgen, passt sie sich immer mehr der Vielfalt und Dynamik des modernen Lebens an. Sie entspricht der veränderten, freieren Lebensauffassung, die jedem ein grosses Mass an Freizügigkeit und Individualität lässt.*

*Im Vordergrund des aktuellen Modeschaffens steht ein wachsendes Interesse für frische, lebhafte Farben, schlankgeschnittene Formen in leicht geschwungener Linienführung, sportlich-legere Eleganz und phantasiereiche freizeitliche Kleidung.*

*Die vom Deutschen Institut für Herrenmode empfohlenen Farben «Lagune», «Strand» und «Düne» und die unter dem Begriff «swing-line» propagierte Silhouette sind Ausdruck international gültigen Stils. Die Vielfalt der Modelle, Farbnuancen und Stoffarten bietet weiten Spielraum und individuelle Möglichkeiten, sich je nach Gelegenheit, Erfordernis und Stimmung korrekt oder ungezwungen zu kleiden. Der Blazermode ist zweifellos grosse Bedeutung beizumessen. Zu ihrer Belebung eignen sich vor allem die farbenfreudigen und phantasievollen Hemden, Krawatten und Tücher sowie die modernen Sortimente in Strümpfen und Hüten.*

Diese Modeschau mit überwiegend tragbaren Modellen (der Rollkragen ist passé) wurde nun tatsächlich von den drei propagierten Farben beherrscht, die in ihrer Gesamtheit eine bedingte harmonische Wirkung erzielten. Wie erwähnt handelt es sich um *Lagune* = helles, mittleres Blau, *Sand* = weiss- bis orangemeliertes Beige, *Düne* = helles, graumeliertes Grün, wobei «Düne» als Tendenzfarbe gilt.

Wiederum fand der Gemeinschaftsstand *«Forum der Herrenmode»*, als Mittelpunkt des Messegeschehens, besonderes Interesse. Auffallend waren die von den beteiligten Firmen



Warum sollen Kellner immer nur in Schwarz oder Weiss servieren? Hier eine Kellnerjacke in Zitronengelb mit stahlblauen Aufschlägen aus Diolen-Cotton
Modell: Expert Photo: Blaschek

als Schwerpunkte verwendeten vorgeschlagenen Farben; die Wirkungen der farblichen Konzentrationen waren ausserordentlich.

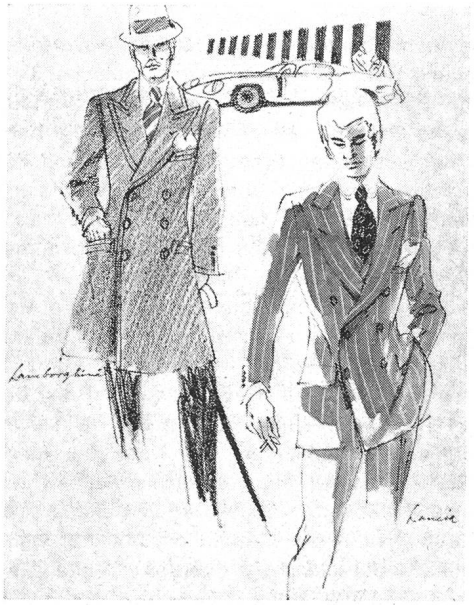
Nach diesen ersten Kontaktnahmen stellte sich für den Berichterstatter die Frage, welche schweizerischen Firmen beteiligen sich an dieser Grossveranstaltung. Wir suchten und fanden: «alba»-Taschentücher, Appenzell; «aldo»-Strickwarenfabrik, Ilanz; Butonia AG, Knöpfe, Zürich; Fehlmann Söhne AG, Bekleidung und Wäsche, Schöftland; «Lehnertüechli», Huber-Lehner AG, Appenzell; Marilus, Krawatten, Zürich; Freizeitmode, McGregor AG, Zürich; Herrenkonfektion RITEX AG, Zofingen; Kunststoffwerk Schätti & Co., Wallisellen; Garnveredlung, Schappe AG, Basel; Sportbekleidung «Sun'day», P. Indermühle, Lausanne; Wildleder-Moden AG, Thalwil, und last not least den Exportverband der schweizerischen Bekleidungsindustrie, Zürich. Einerseits zeigt sich in dieser Aufstellung ein breiter Querschnitt schweizerischen Schaffens, anderseits enthält sie jedoch einen Wermutstropfen, und zwar deshalb, weil der Exportverband nur mit den Mitgliedsfirmen Fehlmann Söhne AG und RITEX AG vertreten war. Diese zwei Unternehmen haben jedoch die Interessen des Exportverbandes in «Köln, der Stadt der Herrenmode» würdig vertreten! Wo blieben aber die anderen schweizerischen Verbandsfirmen? Argumente, wie «ich habe es nicht nötig, nach Köln zu reisen», oder «ich will pausieren», sollen den Grund des Fernbleibens sein. Wenn wir aber berücksichtigen, dass im Jahre 1968 für 74 593 000 Franken Herrenbekleidung in die Schweiz eingeführt, aber nur für 14 681 000 Franken exportiert wurde, so scheint hier doch eine Diskrepanz vorzuliegen, und wenn wir berücksichtigen, dass alljährlich sich immer mehr Aussteller aus den nördlichen EFTA-Staaten in Köln beteiligen, die schweizerischen Firmen jedoch ausbleiben, muss man sich fragen, ob diese Politik im Zeichen der Gemeinschaftswerbung richtig sei.

Dass sich bei der *Bekleidungsmaschinen-Ausstellung* nur zwei schweizerische Firmen beteiligten, dürfte in der Natur der Sache liegen, muss doch unsere Konfektionsindustrie ihren Maschinenpark mehrheitlich aus dem Ausland beschaffen. Der Schwerpunkt dieser Ausstellung lag bei den Industrie-Nähmaschinen, Legemaschinen, Bügel- und Dampfapparaten, die alle in Richtung Automation und Rationalisierung konzipiert sind.

Die Rationalisierung war auch das Grundthema der *Bekleidungstechnischen Tagung.* Oberbaurat Erich Donner befasste sich mit fertigungs- und verfahrenstechnischen Problemen in der Bekleidungsindustrie und mit dem hochaktuellen Thema *Frontfixierung* und Ing. Fr. Koller mit angewandter Arbeitsgestaltung in der Bekleidungsindustrie. Ing. Ingrid Koch äusserte sich über den Einsatz von Tonband- und Bildbandtechnik im Rahmen der Arbeitsunterweisung, und Baurat H. Steuckart referierte über neue Maschinen, Betriebseinrichtungen und Verfahrenstechniken. Der Referent wies darauf hin, dass die Anlernung einer neuen Arbeitskraft zwischen 2000 und 4000 DM koste, auch sei in wenigen Jahren mit Maschineninvestitionen von über 8000 DM pro Arbeitsplatz zu rechnen. Dies sei notwendig, um gegenüber den Niedrigpreisländern konkurrieren zu können.

Nicht wegzudenkende Bestandteile der Herrenmodewoche sind die *Rahmenveranstaltungen,* wie z. B. diejenigen des IWS, des Internationalen Baumwollinstitutes, der Glanzstoff AG, der Farbwerke Hoechst AG, wie auch das CDH-Fachgespräch.

Das *Internationale Baumwollinstitut* präsentiert das europäische Programm für Herren-Freizeitkleidung aus reiner Baumwolle: «Casual Cotton 1970». Die Leitkollektion, aufgebaut von den Designern Tom Gilbey, London; Jacques Gross, Paris, und Sighsten Herrgard, Stockholm, wurde durch die daraus entwickelten Modelle von 70 Konfektionären aus 13 Ländern ergänzt. Unter der Aussage, dass die Freizeitkleidung unkonventionell und fröhlich sein muss, vor allem aber bequem, dürfte dem Beobachter aufgefallen sein,



Die hier gezeigten Modelle von Angelo Litrico, Rom, wurden an der Modeschau des Trevira-Herren-Studios vorgeführt; sie zeigen deutlich steigende breite Revers

dass diesen Forderungen nachgekommen wird und die propagierten Ideen in abgewandelter Art zum Bestandteil dieser Modesparte wurden. Tatsächlich ist der Phantasiereichtum innerhalb der Gewebegattungen unerschöpflich, reicht er doch vom Twill, Gabardine, Whipcord und Tricotine bei Hosen, Jacken und Mänteln bis zu federleichten Façonnés und Jacquarddamasten, Brochés und Stickereien im Hemdensektor. Die Modelle der diesjährigen Veranstaltung waren etwas dezenter als auch schon, was sich positiv auf die Kauflust auswirken dürfte. «Casual Cotton 1970» hat eine gute Note verdient.

Im Mittelpunkt der weiteren Veranstaltungen standen die *Herren-Jerseyanzüge.* Anlässlich des letztjährigen Pressegesprächs der *Glanzstoff AG* wurde vorausgesagt, dass bis in fünf Jahren der Marktanteil von Herren-Jersey innerhalb der Herrenbekleidung 15 bis 20 % betragen werde, wobei bereits für 1969 der Anteil in der Schweiz auf 5 bis 8 % zu schätzen sei. Nun zeigt sich aber, dass diese Entwicklung sich doch nicht so schnell vollzieht. Seitens der Glanzstoff AG wurde erklärt, dass nur Teilerfolge zu registrieren seien, denn nur 4 bis 5 % der männlichen Bevölkerung nehmen Mode bereitwillig auf. Dies ist eine ehrliche und klare Darstellung dieser Entwicklung – eine Darstellung, die der Glanzstoff AG hoch anzurechnen ist. Dass sie aber unbeirrt und in richtiger Zukunftsgläubigkeit auf ihr Ziel weiterarbeitet, zeigte sich auch in einem Kurzreferat von Marketingleiter H. Lang, der u. a. sagte: «Diese kleine, aufgeschlossene Trägergruppe ist eminent wichtig. Man muss ihre begrenzt meinungsbildende Kraft verstärken, und zwar durch ein verbrauchspsychologisch richtig eingesetztes Marketing.» Im weiteren präsentierte die Glanzstoff AG die «Rex-Gildo-Kollektion», eine Set-Kollektion, hergestellt von 16 Firmen, die es dem modisch interessierten Mann ermöglicht, sich abgestimmt «von der Socke bis zur Krawatte» zu kleiden. Dann aber wies die Glanzstoff AG auf eine stiefmütterlich behandelte Kleidung hin, nämlich auf die Berufskleidung. Auch hier wurde ein Verbund von sechs Firmen gegründet, die die Marke «Expert-Kleidung für den Beruf aus Diolen-Cotton» propagieren, wobei ein Marktanteil von 10 bis 15 % als gesichert betrachtet wird. Sehr gross wurde die «Diolen-Markant-Trendhose» herausgestellt. Auch hier handelt es sich um einen Verbund von sechs Firmen; ihre Produktion beträgt 700 000 Hosen.

Das Thema Jersey nahm beim *Gespräch der Handelsvertreter* (Bundesfachabteilung Haka im Hauptverband Deutscher Textilhandelsvertreter CDH) einen aufschlussreichen Verlauf, denn das praxisnahe Gespräch bewies, dass eben die Handelsvertreter an der äussersten Front tätig sind. Nach der Einführungsansprache durch den Vorsitzenden W. E. Mulch und zwei Kurzreferaten wurde für Jersey ein eigenes Markt- und Modekonzept verlangt, wie auch die Forderung aufgestellt, es sei besonders in den Frauenzeitschriften der Herren-Jersey «mundgerecht» zu machen, denn zum grössten Teil bestimme immer noch die Frau, was der Mann zu tragen habe. Ein interessantes Votum wurde durch Franz J. Swoboda, Vorsitzender des Bezirksverbandes Köln-Bonn der Fachgemeinschaft Textil und Bekleidung, in die Diskussion geworfen. Er verglich die Bekleidung mit dem Bau eines Hauses. Beim Erstellen eines Hauses werden zuerst die Grundmauern erstellt, deshalb sei bei der Bekleidung das Hemd mit den Grundmauern zu vergleichen, und nur wenn diese Gesichtspunkte berücksichtigt würden, könne eine neue und funktionsgerechte Herrenkleiderkonzeption aufgebaut werden. Diese Aeusserungen erzeugten eine selten lebhafte Diskussion, und dem Votanten wurde zugestanden, dass er auf den Kern dieser Sache hingewiesen habe.

Auch beim traditionellen *Trevira-Podiumsgespräch* stand das Problem Herren-Jersey im Mittelpunkt. Umsichtig führte der Gesprächsleiter, Werner Matt (Hoechst), die Aussagen und die Diskussionen immer wieder in die wirtschaftlichen Sphären. Vorweg sei vermerkt, dass die Gesprächsteilnehmer, nämlich die international bekannten Modeschöpfer Pierre Cardin, Paris; Hardy Amies, London; Nino Cerutti, Italien; John Weitz, New York; Colin Woodhead, London, und Dolf Selbach, Deutschland, recht brav und konventionell gekleidet waren, also auch mit der Krawatte. Natürlich plädierten

Diese Abbildung zeigt einige Beispiele aus der Leitkollektion von Tom Gilbey für die Kollektion «Casual Cotton 1970»

sie für eine neue Herrenmode, jedoch die herkömmliche Mode sei schrittweise zu modernisieren. Die Modernisierung sei unumgänglich, denn in ihr spiegeln sich die Zeiterscheinungen, und deshalb sei der Jersey zu bejahen. Anstatt aber eine neue zusätzliche Kleidung zu schaffen, habe man einfach die Kammgarngewebe imitieren wollen. Werner Matt stellte jedoch den Entwicklungsablauf, wirtschaftlich gesehen, in das richtige Licht, denn mit der Imitierung von Kammgarngeweben wollte man das Risiko nicht zu hoch spielen. Abschliessend sagte Colin Woodhead, man soll mit Jersey geduldig, aber beharrlich den Verbraucher ansprechen, und Pierre Cardin vertrat die Ansicht, dass der Couturier in Uebereinstimmung mit dem Zeitgeschmack und den Vorstellungen des Verbrauchers die verschiedenen Komponenten in Einklang zu bringen habe.

Als Krönung des Podiumsgespräches wickelte sich anschliessend die Modeschau des *Trevira-Herren-Studios* ab. Wiederum wurden neue Akzente demonstriert, die manchem Konfektionär wertvolle Anregungen vermitteln. Wie bereits erwähnt: Die Herrenmode 1970 wird farbig – und an dieser Schau spielten die Farben eine überragende Rolle, und zwar im dezent abgestimmten Quantitätskontrast. Diesmal folgten die Modelle nicht in loser Reihenfolge, sondern in geschlossenen Gruppen der einzelnen Modellisten. Während ihre Modelle auf dem Laufsteg vorgeführt wurden, erschienen sie selbst im Bild auf einer grossen Leinwand. Dieser Effekt war durchschlagend. Nun, auch bei den Modellisten vollzieht sich ein Umbruch. Bis anhin wurden die Damen auch von Herren bekleidet; bei dieser Modeschau kreierten Damen auch «ihre» Herrenmode. Alles in allem, die Darbietungen des Trevira-Herren-Studios waren wiederum ein besonderes Ereignis.

Mit diesen beiden Veranstaltungen leisteten die Farbwerke Hoechst AG an die diesjährige Herrenmodewoche ihren wesentlichen Teil. Und nun soll nach der Aussage von Direktor H. Hoerkens in Köln eine *Designer-Akademie* geschaffen werden, wobei als Trägerinnen dieser Institution «Köln, die Stadt der Herrenmode» und die deutsche Haka figurieren werden. Zweifellos dürften die jeweiligen Podiumsgespräche ihre Impulse auf diese Akademie ausstrahlen.

Abschliessend kehren wir nochmals zu unseren schweizerischen Ausstellern zurück. Der Schwerpunkt ihrer Geschäftstätigkeit in Köln lag, einzelnen Sprechern zufolge, im Bereich der Kontaktnahme und Kontaktpflege. Dank des star-

ken Auslandsbesuches konnten viele neue Verbindungen, vor allem mit Grossbritannien, Oesterreich, Frankreich, den skandinavischen Ländern und auch mit Südamerika, aufgenommen werden. Aber auch deutsche Einkäufer zeigten stärkeres Interesse für schweizerische Herrenkleidung als in den Vorjahren. Obwohl Interesse und Nachfrage das gesamte Angebot der schweizerischen Firmen betrafen, wurde Freizeitkleidung besonders stark beachtet. Die Kölner Herrenmodewoche sei die wichtigste Messe für diese Branche, erklärten verschiedene Firmensprecher. P. H.

## Rührige Vorarlberger Textilindustrie

(UCP) Obwohl die Dornbirner Messe sich von einer auf das Textilgeschehen ausgerichteten zu einer allgemeinen Mustermesse entwickelt hat, nimmt die Vorarlberger Textilindustrie jeweils die Chance wahr, um für ihre Belange und Produkte zu werben.

An der Eröffnung der 21. Dornbirner Messe ergriff Präsident Mayer-Gunthof das Wort, um zu einigen aktuellen Fragen der österreichischen Wirtschaft Stellung zu nehmen. Indem er sich direkt an den anwesenden Minister Otto Mitterer wandte, warnte der Präsident der Industriellenvereinigung davor, ständig von einer Ueberhitzung der österreichischen Konjunktur zu reden und bedauerte das Schlagwort, das bis zu den höchsten Stellen hinauf gebraucht werde. «Die österreichische Wirtschaft fühlt sich in einer temperierten Konjunktur sehr wohl und würde auch noch stärkere Hitzegrade vertragen.»

Die Fremdarbeiterfrage spielt auch in Oesterreich eine gewisse Frage, obwohl in der umgekehrten Richtung wie z. B. in der Schweiz. Mayer-Gunthof meint, dass man weniger Bürokratie in der Erteilung von Bewilligungen für Fremdarbeiter erwarten dürfte. Von der Arbeiterkammer Vorarlberg wurde hingegen betont, dass die Frage der Fremdarbeiter in Vorarlberg als gelöst betrachtet werden könne, denn in diesem Bundesland seien rund 15 % der Beschäftigten Ausländer. Zwar wende sich die Arbeiterkammer in keiner Weise gegen die Hereinnahme von Fremdarbeitern, doch müsse sie darauf bestehen, dass die Ausländer unter den gleichen Bedingungen arbeiten, wie die einheimischen Arbeitskräfte. Im Bundesdurchschnitt beschäftigt Oesterreich etwa 7,5 % ausländische Arbeitskräfte.

Am österreichischen Textilexport ist das Land Vorarlberg mit rund 40 % oder 2 Milliarden Schilling beteiligt, während sich die Gesamtausfuhr 1968 auf 5 Milliarden Schilling bezifferte. Im vergangenen Jahr erreichte die Vorarlberger Textilindustrie eine Exportsteigerungsrate von 14%; an diesem Ergebnis sind alle exportierenden Firmen ungefähr gleichmässig beteiligt.

An der diesjährigen Dornbirner Messe wurde wieder eine attraktive Modeschau veranstaltet, die sich grossen Zustroms erfreute. In acht Bildern wurde ein «Einkaufsbummel in Vorarlberg» versinnbildlicht. Die einzelnen Bilder waren überschrieben: Einkaufsbummel, Reise, Schulanfang, Sportplatz, Jagdausflug – Trachtenfest, Wintersport, Feste – Cocktail. In allen Gruppen wurden die Damen-, Herren- und Kindergarderoben mit den dazu gehörigen Accessoires gezeigt. Die Bilder wurden vom Tanzpaar Rosemarie Humpeler und Marcel Schmid gekonnt und fröhlich eingeleitet. In der Gestaltung der Dornbirner Messe-Modeschauen lassen sich die Leute jedes Jahr etwas Neues einfallen.

## Internationale Messe «Für das Kind» 1969

Die Internationale Messe «Für das Kind», Köln, findet von Freitag, 24. bis Sonntag, 26. Oktober 1969 in den Hallen 12 und 13 des Kölner Messegeländes statt. Für diese Veranstaltung, die in diesem Herbst zum 15. Mal stattfindet, haben sich bereits jetzt – acht Wochen vor Messebeginn – 412 Aussteller und 23 zusätzlich vertretene Firmen aus 16 Ländern angemeldet. Der Auslandsanteil am Gesamtangebot beträgt 25 %. In allen Warengruppen des Messesortiments erwartet den Handel ein breit gefächertes internationales Angebot.

Die Internationale Messe «Für das Kind», Köln, begann im Jahre 1960 mit 225 in- und ausländischen Ausstellern und präsentierte erstmalig das gesamte Angebot des Baby- und Kinderbedarfs. Der Industrie und dem Handel vermittelte diese Veranstaltung damals zum ersten Male eine Vorstellung von Ausmass und Bedarf dieses jungen Verbrauchermarktes. Die Zusammenfassung des Angebotes in Köln bewirkte ausserdem eine weitgehende Spezialisierung bei der Produktion und beim Einzelhandel.

Die Kölner Messe «Für das Kind» ist heute der führende internationale Markt der Branche, der den gültigen Ueberblick über die Produktion des ganzen Jahres gewährt. Im modischen wie auch im wirtschaftlichen Bereich hat diese Veranstaltung allen Fachsparten der Kinderausstattungsbranche einen lebhaften Auftrieb gegeben, wie dies durch die wachsende Bedeutung der Teilmärkte Kindermöbel, Kinderwagen, Kinderkleidung, Wäsche und textile Ausstattung zum Ausdruck kommt.

## Internationale Frankfurter Herbstmesse

24. bis 27. August 1969

(Schlussbericht)

Verlauf und Ergebnis der Internationalen Frankfurter Herbstmesse führen zu der Feststellung, dass die ihr vorangegangenen zuversichtlichen Prognosen keinesfalls pauschal eingetroffen sind. Zwar erhielt diese Messe zweifellos starke Impulse von der insgesamt günstigen Konjunkturlage sowie von der Erwartung auf weiter steigende Verbrauchereinkommen und auf ein gutes Weihnachtsgeschäft.

Das Messeangebot an *Textilien und Bekleidung* stand vornehmlich im Zeichen kurzfristiger Bedarfsdeckung und Sortimentsergänzung noch für das Weihnachtsgeschäft. Unter den Haustextilien standen Tischdecken, Haushaltswäsche und Frottierwaren einschliesslich Badeartikel im Vordergrund der Nachdispositionen. Stark beachtet wurden Kollektionen in modischer Boutiquerichtung. Auch für Neuheiten auf dem Bettensektor zeigte sich Aufnahmebereitschaft. Bekleidung, Mode und nicht zuletzt Neuentwicklungen der Schirmindustrie profitierten gleichfalls vom kurzfristigen Bedarf an Spezialitäten und Accessoires.

Die Fachmesse für *Raumausstatter und Bodenleger* wurde allgemein als guter Erfolg gewertet. Sie war an allen Tagen von zahlreichen Fachleuten besucht. Das Interesse galt sowohl dem Angebot der anwesenden grossen Hersteller, vor allem von Bodenbelägen und marktwichtigen und aktuellen Kollektionen von Dekorations- und Möbelstoffen, aber auch den zahlreichen technischen Hilfsmitteln und Geräten für Montage und Pflege. Das grosse Bedürfnis nach eingehender Fachinformation spiegelte sich im intensiven Besuch der Leistungsschau Raumausstattung, dem Mittelpunkt der Fachmesse, mit ihren zahlreichen Beispielen für harmonische

Raumgestaltung wider. Das ausgiebige Programm mit richtungweisenden Expertenvorträgen, Dia- und Bildschaudemonstrationen im Informationszentrum der Leistungsschau wurde stark frequentiert.

**Heimtextilienmesse ab 1971**

Anlässlich der Internationalen Frankfurter Herbstmesse 1969 haben die Frankfurter Messedirektoren C. Th. Steidle und H. Wittrock die Pläne ihrer Gesellschaft bis zum Jahre 1971 bekanntgegeben. Darin ist die Kombination zweier Massnahmen vorgesehen, nämlich die Schaffung einer selbständigen Heimtextilienmesse ab Januar 1971 und der Ersatz unmodern gewordener Hallen durch zwei grosszügige Neubauten, die zugleich zusätzliches Flächenangebot bringen werden.

Für eine selbständige Heimtextilienmesse sprachen nicht nur der Wunsch und das Marktgewicht dieser Branche selbst, sondern auch die zahlreichen Anmeldungen neuer Interessenten und Vergrösserungswünsche alter Aussteller.

Auf die Heimtextilienbranche entfielen schon bisher 37 000 m², also nahezu ein Viertel der gesamten belegten Bruttofläche der Frankfurter Frühjahrmesse. Zusammen mit den bereits vorliegenden Anforderungen werden von der neuen Messe nahezu 50 000 m² belegt werden. Die Heimtextilien-Fachmesse soll jeweils am zweiten Mittwoch im Januar beginnen und 5 Tage dauern; ihr erster Termin lautet also 13. bis 17. Januar 1971.

**«Spoga»**

(UCP) Die Kölner Messegesellschaft und die Handelskammer Deutschland–Schweiz luden die Presse nach Magglingen ein, um sie über die Internationale Fachmesse für Sportartikel, Campingbedarf und Gartenmöbel «Spoga», die vom 19. bis 21. Oktober 1969 in Köln stattfindet, zu orientieren. Auf einer Fläche von etwa 94 000 m² zeigen rund 890 Unternehmen auf 27 Ländern Erzeugnisse aus oben rubrizierten Fachgebieten. Darunter befinden sich 322 Aussteller und 115 zusätzlich vertretene Firmen aus dem Ausland. Die Schweiz ist mit 9 Ausstellern und 7 zusätzlich vertretenen Firmen anwesend. Genannt wurden: Arova Sport AG, Schaffhausen; La Béroche SA, Chez-le-Bart (NE); Paul Böhlen, Zürich; Roger Egger, Nyon; Ever-Plast, Rümikon; A. Glatz, Frauenfeld; Regent Sports (Europe) GmbH, Aarau; Scubapro Eu. AG, Zürich, und Tobler & Co. AG, Altstätten.

In seinen Ausführungen legte Messedirektor Dr. Robert Krugmann die Grundgedanken der «Spoga» dar. In den vergangenen Jahren haben sich die Lebens- und Arbeitsdedingungen im Sinne einer immer grösseren Ausweitung der Freizeit verändert. Daraus hat sich auch für den Bereich der Sport- und Freizeitbetätigung *eine* Saison in Permanenz gebildet. In Köln werden sowohl den Herstellern als auch den Verbrauchern eine Fülle von einschlägigen Informationen vermittelt. So ist u. a. ein Angebot von fast 200 Firmen der *Sport- und Freizeitbekleidung* zu sehen, das einen umfassenden Ueberblick vermittelt.

In allen Bereichen wird der einkaufende Handel die Verwendung neuer Werkstoffe und Herstellungsmethoden beobachten und prüfen können. An der letzten «Spoga» wurde der Besuch von 5000 Ausländern aus 48 Staaten registriert. Die Kölner Messegesellschaft unternimmt in aller Welt Werbeanstrengungen, um das internationale Fachpublikum auf diese Messe hinzuweisen.

An der diesjährigen «Spoga» werden eine Reihe von Fachvorträgen gehalten, die sich mit den Belangen des Absatzes dieser Branche beschäftigen. So sprechen der Absatzpsychologe Dr. Ernest Dichter, USA, über das Verbraucherverhalten und die Kaufmotivation im Sport- und Freizeitmarkt, der Futurologe Dr. Bruno H. Jonzeck, BRD, über die soziologischen Voraussetzungen für die Entwicklung von Sport und Freizeit und die daraus abzuleitenden geschäftlichen Folgerungen, und Dipl.-Volkwirt C. H. Baumann, BRD, über aktives Marketing im Fachhandel und Entwicklungen der Absatzwege für Sport- und Freizeitartikel.

## Tagungen

### Schweizerischer Spinner-, Zwirner- und Weber-Verein

Die diejährige Generalversammlung des Schweiz. Spinner-, Zwirner- und Weber-Vereins) (SSZWV) wurde am 24. Juni 1969 in Flims durchgeführt. Es waren zahlreiche Gäste von befreundeten Verbänden anwesend. Im Zentrum der zu behandelnden Geschäfte standen die Statutenänderungen des Gesamtverein. Diese wurden einstimmig genehmigt. Sie haben zur Folge, dass die an sich schon sehr flexible und liberale Organisationsstruktur des SSZWV weiter geöffnet wird. Es wird in Zukunft möglich sein, neben den als Sektionen ausgebildeten Untergruppen auch Unterverbände mit eigener Rechtspersönlichkeit zu schaffen. Dies ist von besonderer Bedeutung im Hinblick auf die Konzentrationsbewegung im Verbandswesen der schweizerischen Textilindustrie. Der SSZWV bietet damit befreundeten Organisationen die Möglichkeit, sich ihm anzuschliessen, ohne ihre eigene Selbständigkeit aufgeben zu müssen. Der SSZWV repräsentiert schon heute die bedeutendste Gruppierung der Textilindustrie: über 1 Mio Spindeln produzieren jährlich gegen 40 Mio kg Garn, und gegen 12 000 Webmaschinen produzieren jährlich mehr als 150 Mio Laufmeter Gewebe. Die Ausrüstkapazität der Vertikalbetriebe ist beachtlich. Verschiedentlich sind auch eigene Konfektionsbetriebe den Mitgliedfirmen des SSZWV angeschlossen. Der überragende Hauptanteil des schweizerischen Garn- und Gewebeexportes stammt von den Produktionsstätten der Mitgliedfirmen. Die beschlossenen Statutenänderungen bedeuten daher einen wesentlichen Schritt im Rahmen der Zusammenarbeit unter den Textilverbänden.

Im Anschluss an die Generalversammlung hielt Herr Professor H. W. Krause, dipl. Ing. ETH, ein äusserst interessantes Referat über Zukunftsperspektiven textiler Fertigung. Das Referat soll in geeigneter Fassung publiziert und damit einem weiteren Kreis von Interessenten zugänglich gemacht werden.

### Die schweizerische Konfektions- und Wäscheindustrie zu aktuellen Problemen

Der *Schweizerische Verband der Konfektions- und Wäscheindustrie* hielt unter der Leitung seines Präsidenten, J. Amez-Droz, die 48. ordentliche Generalversammlung in Zürich ab. In seiner Begrüssungsansprache nahm der Vorsitzende Stellung zu den wesentlichsten Problemen und Aufgaben, die es in diesem lebenswichtigen Wirtschaftszweig zu bewältigen gilt.

Eine Entschärfung der *Zolldiskriminierung* zwischen *EWG* und *EFTA* ist in absehbarer Zeit kaum zu erwarten. Damit droht der leistungs- und konkurrenzfähigen Bekleidungsindustrie der Gefahr, traditionelle und bedeutende Absatzmärkte (vor allem Westdeutschland und die Niederlande)