

# Mode

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **90 (1983)**

Heft 12

PDF erstellt am: **30.06.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Volkswirtschaft

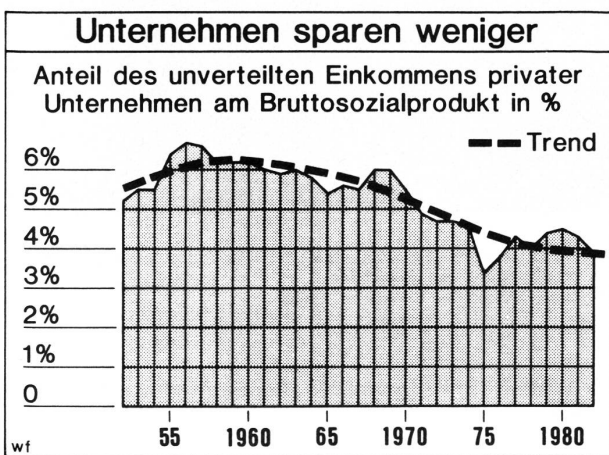
## Verlagerungen im Privatkonsum

Über die vergangenen 10 Jahre hinweg – im Vergleich 1982 gegenüber 1972 – hat sich der private Konsum von Waren und Dienstleistungen in der Schweiz real gesehen um 10% erhöht. Die Wohnbevölkerung ist in der gleichen Zeitspanne im Mittel lediglich um 1,3% gestiegen.

Innerhalb der wichtigsten Ausgabengruppen haben sich allerdings zum Teil beträchtliche Verschiebungen ergeben. So ist zum Beispiel der reale Verbrauch an *Bekleidungsartikeln* um ganze 16% zurückgegangen. Der Aufwand für Dienstbotenlöhne verminderte sich um 15%. Beim Posten Wohnungseinrichtung wurde 13% weniger ausgegeben, für Genussmittel 7% weniger. Interessanterweise hat der Nahrungsmittelkonsum, der im Haushaltbudget nach wie vor am stärksten ins Gewicht fällt, praktisch stagniert; die Zunahme betrug insgesamt 1,8%, was pro Kopf nahezu einem Nullwachstum entspricht.

In anderen Konsumbereichen waren in den letzten 10 Jahren zum Teil erhebliche Zuwachsraten zu verzeichnen. So nahmen die Ausgaben für die Gesundheit und für den Verkehr um je 16% zu. Beim Posten Miete und kleine Unterhaltskosten ist trotz der bescheidenen Bevölkerungsentwicklung eine Steigerung um 20% eingetreten, was unter anderem mit der verbesserten Wohnraumversorgung zusammenhängt. Um je gut 22% erhöhten sich die privaten Aufwendungen für Heizung/Beleuchtung sowie für Bildung/Erholung. Bei den Versicherungsausgaben beträgt die reale Zunahme 29%, bei den Ausgaben im Ausland sogar 66%.

## Nachlassende Selbstfinanzierungskraft der Wirtschaft

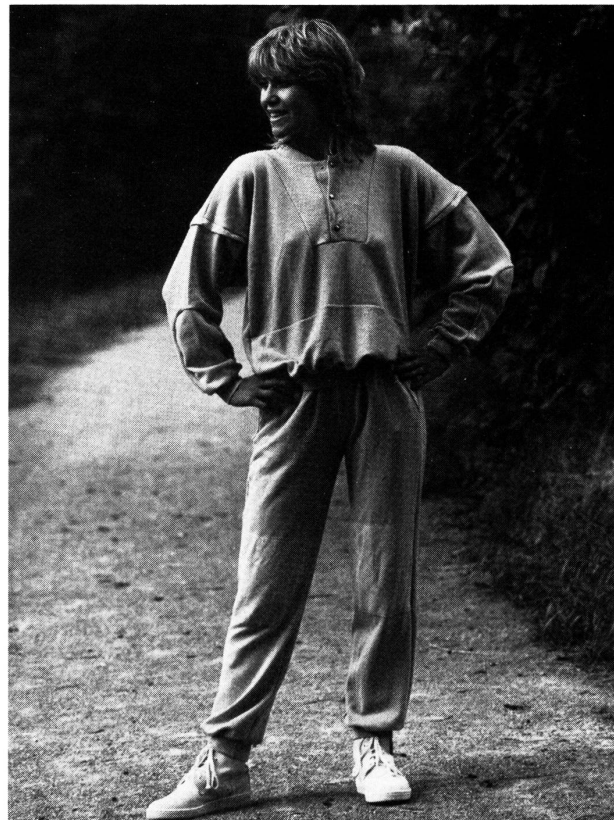


Einmal mehr sind es in erster Linie die Unternehmensgewinne, die von der Rezession stark in Mitleidenschaft gezogen werden. 1982 schrumpften die nicht ausgeschütteten Gewinne der privaten Kapitalgesellschaften um 3,2% und die Dividendenzahlungen an die Haushalte

um 5,6%, während etwa die Arbeitnehmereinkommen als weitaus wichtigste Komponente des Volkseinkommens um 7,4% zunahmen. Im Hinblick auf die Bedeutung der unverteilteten Unternehmenserträge für die Finanzierung von Investitionen ist besonders deren langfristige Entwicklung bedenklich: Seit den sechziger Jahren weist ihr Anteil am Bruttosozialprodukt eine sinkende Tendenz auf und ist nach 1970 endgültig unter die 5%-Marke gefallen. Ursache dafür sind sicher nicht höhere Dividenden, denn ihr Anteil ist seit Beginn der siebziger Jahre ebenfalls leicht rückläufig. Die Abschreibungen als weiterer bedeutender Bestandteil des Unternehmenssparens sind ihrerseits einigermaßen stabil geblieben. Gemessen am zunehmend raschen Kapitalverschleiss infolge neuer Technologien und am hohen Kapitalbedarf für die unerlässliche Strukturanpassung hat somit die Selbstfinanzierung der Wirtschaft – insbesondere der Industrie – ein gefährlich tiefes Niveau erreicht. Eine Verbesserung der Ertragskraft der Unternehmen ist unter diesen Umständen vordringlich.

## Mode

### Nylsuisse- und Tersuisse-Jersey für Sport- und Freizeitbekleidung



Atmungsaktiver, grauer Tersuisse-Jogging- und -Freizeitpullover mit Chevreaufsätsen und langer Hose.  
Modell: Merboso AG, CH-8902 Urdorf  
Foto: Stephan Hanslin, Zürich

Modisch und funktionell präsentieren sich die neuen Créations der Viscosuisse für die Sport- und Freizeitbekleidung. Neue Ideen werden dem Stricker aufgezeigt, wie mit entsprechenden Mischungen, gelungenen Bindungsvarianten und auf das jeweilige Einsatzgebiet ausgerichtete Ausrüstungen, optimal Stoffe für jeden Verwendungszweck fabriziert werden können.

Der Hemden- und Blusenkonfektionär legt Wert auf Leichtigkeit, fließende Stoffe und ein optisch einwandfreies Maschenbild. Pflegeleichtigkeit und Tragkomfort sind weitere Voraussetzungen eines erfolgreichen Produktes. Plattierte Single Jerseys, Crêpes, sowie Fangjacquards sind einige der aufgezeigten Möglichkeiten.

Der eigentliche Freizeit- und Sportswear-Bereich vermischt sich durch aktuelle Modetrends immer mehr. Dem trägt die Abteilung Marketing/Musterung Rechnung mit einer Vielzahl an neuen Entwicklungen. Reversible, mehrfarbige Piquées, zweifarbige Feinripp-Längsstreifen, oder bi-elastische, strukturierte Doppeljerseys sind, um nur einige zu nennen, Basisqualitäten einer attraktiven Sportswear-Kollektion.

Besondere Aufmerksamkeit verdienen die Ausrüstungen, sind das nun mikroporös beschichtete Single Jerseys aus Tersuisse mit plattierter Naturfaserabseite, oder mit Silikon-Elastomer beschichtete Allwetter-Gestricke. Einer anwendungsgerechten Ausrüstung, die konsequent auf den Endzweck hinzielt, muss bereits bei der Konzeption des Artikels Rechnung getragen werden.

Durch ausgedehnte Versuche mit Nylsuisse und Tersuisse, konnten in Verbindung mit Naturfasern und Elasthan, funktionelle und marktgerechte Maschenwaren entwickelt werden.

Unsere Spezialisten stehen Ihnen für weitere Auskünfte jederzeit gerne zur Verfügung.

### Die Herbst-zeitlosen von Esprit



Foto: Uli Rose  
Kollektion Fall 1983

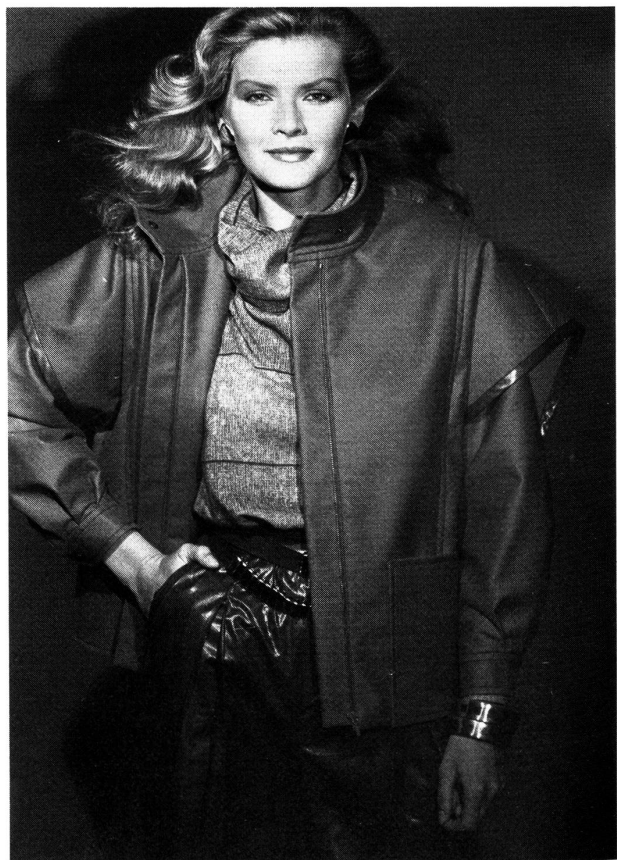
Sie haben gut lachen, die fröhlichen Herbstmädchen von Esprit. Sie tragen weich-zarte Sweat-Shirts mit verspielten Kragenpartien und pull-over-Shirts, am Rande ge-

steppt, aus leichtem Baumwoll-Tricot. Dazu passend romantische Schlabberröcke, Cat-Hosen und Stulpen.

Der Lockenkopf (zweite von rechts) trägt bequeme Tricot-Laufhosen zur Schau und einen kuschelig-warmen Blouson mit Kapuze ... für jeden Fall. Die Farben: Pfirsich, Framboise, Acqua, Corralrot, Lemmon und natürlich auch Schwarz und Grau.

Herbstmode, die das Herz wärmt. Von Esprit, erhältlich in Boutiquen und Modehäusern in der ganzen Schweiz.

### Kleiderstoffkollektion von Christian Fischbacher Co AG



Jacke aus Baumwoll-Gewebe mit Molton-Effekt dazu bedruckte Wollmousseline-Bluse (Bois-Töne)  
Christian Fischbacher Co AG, St. Gallen

Für Winter 1984/85 werden drei Farbthemen hervorgehoben:

#### «Les Bois»

Diese Gruppe von Naturtönen beinhaltet warme Beigenüancen, rotstichige Braunvarianten und ein Winterweiss. Sie erinnern an getönte Hölzer. Diese Farben gewinnen an Gehalt, wenn sie durch die Rosttöne aus der Lackgruppe ergänzt werden.

### «Les Laques»

heisst eine Serie von reichen, warm leuchtenden Winterkolorits: ein Rost, ein Lila, ein Rot, ein Gitaneblau sowie ein heller Olive- und Okerton. Man findet diese Farben in orientalischen Lack- oder westlichen Email-Arbeiten der 20er Jahre wieder.

### «Les Maquis»

Wir ihr Name besagt (Dickicht), handelt es sich bei dieser Gruppe um verschiedene gelbstichige oder lodenfarbige Grüntöne, die noch durch ein Marine ergäntzt werden.

In der Dessinierung der Kleiderstoff-Druck-Kollektion von FISBA zeichnen sich drei Richtungen ab:

### «Die Konkreten»

nennt sich die Hauptgruppe der Dessins. Sie sind eine Weiterentwicklung der «Konstruktiven» des letzten Winters. Verbindungen von klaren Flächen, Kreisen und Linien ergeben kühne geometrische Kompositionen. Das Spiel mit Form und Farben vermittelt ein neues Raumgefühl.

### «Die Faux Unis»

Wir ihr Name besagt, sehen diese gedruckten Muster interessanten Webbildern gleich.

### «Oberflächenveränderungen»

Ein aktueller Modetrend führt zu Oberflächenveränderungen hin, die durch Beschichtung oder durch Druckeffekte hervorgerufen werden. Unruhige, weich ombrierende Raster sowie Inspirationen von Holz, Rinde und Kork prägen das neuartige Bild dieser Gruppe.

Bei den Materialien unterscheidet FISBA zwischen zwei Bildern:

### Luxus als Leitbild, «Allure» oder «Nobler Chic»

Zur Erweiterung dieser Gruppe von feinen uni und bedruckten Wollgeweben hat FISBA der Kollektion eine aussagekräftige Serie von glatten Geweben im Woll-Polyester Mix mit Seidenoptik beigefügt. Ein neuer, seidenähnlicher Crêpe de Chine sowie ein Jersey runden diese Gruppe harmonisch ab.

### «Protection» und Zweckmässigkeit

Hier liegt die Betonung auf funktionell. Diese Gruppe ist vor allem für den Sportswearbereich geeignet. Der FISBA-Popeline, ein Gabardine/Duveline-Gewebe sowie ein neuer einseitig beschichteter Molton sind sprechende Beispiele für den hohen Qualitätsstandard der Schweizer Baumwoll-Gewebe.

Zu den meisten Druckdessins offeriert FISBA die passenden Unifarben.

## Die Herren-Bekleidung wird farbiger



Die neue Givenchy-Kollektion, Paris, riskiert ein harmonisches, vorsichtiges Farbenspiel. Die vielfach graue Welt dürfte bei den Herren längst auch ausserhalb des Freizeit-Bereiches etwas bunter und freundlicher werden. Die neuen Givenchy-Anzüge und Mäntel setzten diese Tendenz mutig durch. Bei der neuen Herbst-/Winterkollektion werden dumpfe und rauchige Töne durch warme, lebhaftere Kontraste ergänzt. Der Strassenanzug harmonisiert sogar in einer gewissen farblichen Übereinstimmung mit der sportlichen Bekleidung und der Maschinenmode.

Die Blau-Skala nuanciert vom Blaugrau bis ins Veilchenblau, oft mit einem rosafarbenen Stich, der auch noch ein diskretes Violett hervorbringt. Der Grünton mit der Tendenz zu Mossgrün oder Kaki, gleitet häufig in Gelb über, das dadurch einen senffarbenen Akzent erhält. Das Braun bewegt sich zwischen gelbbraun, der warmen Farbe der Erde und dem «bois de rose» (rotbraun). Die Givenchy Übergangs-, Winter- und Regenmäntel sind dank ihren Raglanärmeln äusserst bequem. Ihr Material besteht vielfach aus Leinen oder wasserfestem Popelin. Oft sind sie mit reiner Wolle gefüttert und damit beidseits tragbar. Die neuen Jacken mit zwei Knöpfen weisen englische, tiefe Schulterpartien auf und sind

meistens gefüttert. Die Taschen sind aufgenäht und teilweise mit Klappen versehen. Die Hosen, mit oder ohne Bundfalten, sind gratlinig, haben eine Weite von 21 cm und weisen einen kleinen Revers auf.

Bei der Maschen- und Sportswear zeigen sich diese Grundtendenzen der neuen Givenchy-Mode verstärkt. Unser Bild zeigt: Dunkelgrüne, bordeaux karierte Kaschmir-Jacke mit 2 Knöpfen; kleinkariertes, hellgrünes Baumwollhemd; grüne Flanellhose; imprägnierter kaki Regenmantel; Seidenkravatte mit kleinen Motiven; bordeaux Kaschmir-Schärpe; Dunkelbraune Lederschuhe und Gürtel.

Flora Press

## Tagungen und Messen

### «Die überseeischen Industrieländer als Absatzmärkte der Schweizer Exportindustrie»

Referat von Botschafter Klaus Jacobi, Delegierter des Bundesrates für Handelsverträge, vor der zehnjährigen Jubiläums-Generalversammlung der Kooperationsgemeinschaft SWISSEXPORT, Bern, 30. September 1983

Als Ihre Kooperationsgemeinschaft vor zehn Jahren geschaffen wurde, wählten Sie den Bürgerstock als Geburtsstätte. Einerseits betrachte ich dies als Symbol für den Weitblick, der Initianten und Mitgliedfirmen Ihrer Gemeinschaft schon damals anzeignete. Sie sahen bereits vor Ausbruch der ersten Ölkrise voraus, dass für die während den sechziger Jahren recht verwöhnte schweizerische Exportwirtschaft schwierigere Zeiten anbrechen würden, und Sie beschlossen, durch eine Institutionalisierung der zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit im Export Ihre Kräfte zu vereinen, um den Kampf um ausländische Marktanteile trotz härter werdendem internationalem Konkurrenzkampf weiterhin erfolgreich bestehen zu können. Andererseits wurde Ihre Kooperationsgemeinschaft mit der Wahl Ihres Geburtsortes in einem unserer Urkantone geradezu symbolhaft dem Gedanken der kollektiven Selbsthilfe, die ein tragendes Element nicht nur schweizerischer Exportförderung, sondern unserer Staatspolitik schlechthin darstellt, in vorbildlichem Masse gerecht. Wir messen der Tätigkeit Ihrer Gemeinschaft im Bundesamt für Aussenwirtschaft aber nicht nur aus diesem Grund einen speziell hohen Stellenwert zu, sondern auch deshalb, weil Ihre Mitglieder vorwiegend aus kleineren und mittleren Unternehmen bestehen, die eine besonders wichtige Stütze unserer Volks- und Exportwirtschaft darstellen. Dementsprechend ist es für mich eine besondere Ehre und eine grosse Freude, Ihnen zu Ihrem zehnjährigen Jubiläum die Glückwünsche und Grüsse der Bundesbehörden zu überbringen, und ich darf Ihnen versichern, dass wir die gute und konstruktive Zusammenarbeit mit Ihrer Kooperationsgemeinschaft ausserordentlich schätzen. Ihre Anliegen und Anregungen stellen für uns stets eine wertvolle Bestärkung oder Herausforderung dar und geben uns bedeutsame Impulse für unsere eigene Tätigkeit. Wieweit unsere beidseitigen Prioritäten überein-

stimmen, illustriert der kürzliche Aufenthalt des Vorstehers des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes in Japan und Hong Kong. In Tokio wird SWISSEXPORT diesem Besuch in Kürze mit einer Ausstellung folgen, in Hong Kong ist sie uns vorausgegangen. In diesem Sinne möchte ich die Tatsache, dass Sie als Tagungsort zur Feier des zehnjährigen Jubiläums Bern gewählt haben, nun ebenfalls als Symbol betrachten und zwar für die gute Zusammenarbeit, die sich zwischen Ihnen und der Bundesverwaltung im allgemeinen und dem Bundesamt für Aussenwirtschaft im speziellen in diesen zehn Jahren entwickelt hat und die auch in Zukunft unsere Beziehungen kennzeichnen soll.

Das Thema meines Referates «Die überseeischen Industrieländer als Absatzmärkte der Schweizer Exportindustrie» hat ebenfalls etwas mit Weitsicht zu tun und zwar nicht nur wegen der grossen geographischen Distanz zwischen dem Produktionsstandort Schweiz und diesen Ländern. Meinem Thema liegt vielmehr auch die Neuordnung der

### Prioritäten der offiziellen schweizerischen Exportförderung

zugrunde, auf die ich einleitend kurz eintreten möchte. Nachdem die schweizerische Exportförderung ihre Mittel in den siebziger-Jahren mit einer gewissen Priorität in den Dienst einer besseren Erschliessung der Märkte der Staatshandels- und Entwicklungsländer stellte, wobei zu letzteren auch die OPEC-Staaten zählen, beschlossen 1982 das Bundesamt für Aussenwirtschaft und die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung im Einvernehmen mit den konsultierten Branchenverbänden, eine Schwerpunktverlagerung zugunsten der USA und Japans vorzunehmen.

Neben der Überlegung, dass es gegenwärtig nicht sinnvoll ist, in überschuldeten, von Konsolidierungen bedrohten Ländern, die für die ERG stets mit grossen Risiken und Kosten verbunden sind, mehr zu tun, als zur Wahrung des Besitzstandes nötig ist, sprachen namentlich die folgenden Argumente für diese Prioritätsverlagerung:

- 1) Diese Länder zahlen in der Regel nicht nur bar, sondern in konvertiblen Währungen.
- 2) Das industrielle und wirtschaftliche Potential der USA und Japans ist enorm und seitens der Schweiz noch nicht genügend ausgeschöpft.
- 3) Die beträchtliche und namentlich in Japan weiter zunehmende Kaufkraft der Bevölkerung; Japan und USA zusammen stellen die Hälfte der Kaufkraft des OECD-Raumes und mehr als ein Drittel der gesamten Weltkaufkraft dar.
- 4) Die unserem Stand weitgehend entsprechende Stufe der technischen Entwicklung, die eine gemeinsame Basis für einen forschungs- und innovationsstimulierenden Austausch von «know-how» ergibt.
- 5) Die Verpflichtung beider Länder auf eine grundsätzlich liberale Aussenwirtschaftspolitik, wobei mit Bezug auf Japan es auch darum geht, möglichst grossen Nutzen aus dessen Marktöffnungsbemühungen zu ziehen, und
- 6) die grosse Distanz zum Produktionsstandort Schweiz sowie die kulturellen und sprachlichen Barrieren vor allem in Japan, aber auch die grosse Vielfalt regionaler Teilmärkte in den USA, die es gerade kleinen und mittleren Firmen recht schwer machen, diese Länder zu bearbeiten.