

# Die ersten Hürden sind genommen...

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

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1979)**

Heft 37

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795964>

## **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.

# Die ersten Hürden sind genommen...

## Das TMC ein halbes Jahr nach der Eröffnung

Dass bei einem Unternehmen von der Gröszenordnung wie sie das Textil & Mode Center Zürich (TMC) darstellt, in dem über 200 Anbieter aus sämtlichen Sparten der Textil- und Bekleidungsbranche präsentieren, gewisse Anlaufschwierigkeiten die Anfangsphase etwas überschatten, ist nur natürlich. Erfreulich und gerade bei der heutigen Wirtschaftslage nicht selbstverständlich ist es aber, dass bereits ein halbes Jahr nach der Eröffnung TMC-Verwaltungsratspräsident Josef Schwald anlässlich einer ersten «Bestandesaufnahme» auf insgesamt positive Resultate, steigende Kundenfrequenzen und für eine Reihe TMC-Mitglieder auch auf wachsende Umsatzzahlen hinweisen konnte. In dieser relativ kurzen Zeitspanne hat sich die betriebliche Organisation ausgezeichnet bewährt, traten doch selbst bei stärkster Beanspruchung des Hauses keinerlei ins Gewicht fallende Störungen auf; dies zeigte sich auch in bezug auf die Infrastruktur, deren Institutionen alle in sie gesetzten Erwartungen erfüllt haben.

Das Haus ist gegenwärtig voll belegt, Abgänge wegen Betriebsschliessungen, Liquidationen usw. mussten seit Beginn nur einige wenige verzeichnet werden, Lücken, die sogleich wieder gefüllt werden konnten. Was die Besucherfrequenz anbelangt, konnte J. Schwald keine quantitativen Werte angeben: «Es ist offensichtlich, dass ein Teil der Kunden die Vorteile des TMC erkannt und davon profitiert hat, andere müssen — und das ist eine sehr wichtige Aufgabe — erst noch gewonnen und überzeugt werden. Im allgemeinen lag die Kundenfrequenz aber im Rahmen unserer Erwartungen. Gewisse Verkaufsveranstaltungen wie HEIMTEX, Kinderbekleidung, Bade- und Strandmode waren ein voller Erfolg. Auch während der MODEXPO und den Zürcher Modewochen war das Haus gut besucht. In der Zwischensaison ist der Besuch verhältnismässig



## Die HEIMTEX in Zürich — ein TMC-Grosserfolg!

Die vom 5.–9. Februar im TMC Zürich durchgeführte 21. Heimtextilien-Fachmesse kann für beinahe alle Beteiligten als überraschend grosser Erfolg bezeichnet werden. Gute bis sehr gute Verkaufsergebnisse und eine gegenüber der Herbstmesse deutlich höhere Besucherzahl sind die äusseren Zeichen dieser erfreulichen Entwicklung. Ganz allgemein hat sich gezeigt, dass das Interesse an dieser Veranstaltung zugenommen hat. Dies vielleicht als Folge davon, dass sich das Angebot seit der letzten Messe vergrössert hat und neue Mitglieder aus der Heimtextilienbranche, so aus den Sparten Gardinen, Dekostoffe, textile Bodenbeläge und Möbelstoffe, dazugewonnen werden konnten.

Sehr gute Abschlüsse verzeichneten vor allem die Bettwäschefabrikanten mit attraktiven Spezialitäten sowie die Hersteller von hochwertiger Tischwäsche. Wünsche blieben insofern offen, als man die ausländischen Kunden vermisste. Die geringe zeitliche Distanz zur Frankfurter Messe mag hier eine Rolle gespielt haben, doch wird man sich im TMC ganz grundsätzlich noch mit diesem Problem auseinandersetzen müssen, denn der ausländische Besucherstrom fehlte ja nicht nur an dieser Veranstaltung!...



## Die Schweizer Hallenhandball-Nationalmannschaft im TMC

Ein TMC-Ereignis besonderer Art stand anfangs Februar dieses Jahres auf dem Programm. Die erfolgreiche Schweizer Hallenhandball-Nationalmannschaft weilte zu Besuch im TMC. Für einmal traten die jungen Leute aber nicht in ihrer Eigenschaft als Sportler auf, vielmehr verlangte man von ihnen « modische Qualitäten », wurden sie doch für ihre Spanienreise zur Weltmeisterschaftsausscheidung von einer Reihe schweizerischer Textil- und Bekleidungsunternehmen gratis neu eingekleidet. **Ernst Nef** vom Verein Schweizerischer Textilindustrieller VSTI und TMC-Verwaltungsratspräsident **Josef Schwald**, die Initianten dieser originellen PR-Aktion, stellten die neu « uniformierte » Mannschaft einem zahlreich erschienenen Publikum vor. So darf man festhalten, dass Schweizer Sport und SWISS FABRICS gleichermassen zu glänzenden Spitzenleistungen fähig sind.



schwach, und hier muss noch einiges getan werden. . . ». Als leider immer noch unbefriedigend muss die Besetzung der Verkaufsräume bezeichnet werden. Noch hat es zu viele Unternehmen, die ihre Räume nur sporadisch besetzen. Hier soll umgehend eine Verbesserung der Situation angestrebt werden.

Da man sich ja eine Anlaufsstufe von ungefähr zwei Jahren gesteckt hat, dürfen diese kleinen Unstimmigkeiten aber zweifellos nicht überbewertet werden. Zudem plant man für die kommende Zeit zahlreiche Sonderaktionen und eine noch verstärkte PR-Aktivität, die einerseits die Mitglieder zu einer besseren Besetzung ihrer Räume bewegen und andererseits auch die Anziehungskraft des Hauses steigern sollen. Ernst Nef vom Verein Schweizerischer Textilindustrieller VSTI und gleichzeitig Chef der TMC-PR-Kommission hat hier wesentliche Pionierarbeit geleistet; man kann bereits auf eine Reihe erfolgreicher Aktionen zurückblicken. Weitere Aktivitäten stehen bevor, so z.B. Non-Stop-Ausstellungen und Modeschauen in der grossen Eingangshalle und nicht zuletzt soll an dieser Stelle auch auf den reich dotierten Veranstaltungskalender hingewiesen werden. Zusätzlich beabsichtigt der Verein Schweizerischer Textilindustrieller als Lizenzgeber der Kollektivmarke SWISS FABRICS, mehrere grosse TMC-PR-Aktionen für die Einkäufer durchzuführen. Ergänzend dazu steht die regelmässige Information der Wirtschafts- und Tagespresse über die Ereignisse im TMC.

Nach Nef kann aber die Belegung des TMC nicht allein Aufgabe der Verwaltung sein, vielmehr müssen sich auch die einzelnen Branchengruppen um das Gelingen des grossen und mutigen Unternehmens bemühen. Die nächsten zwei Jahre werden noch in manchen Belangen eine Bewährungsprobe für das Center darstellen, doch darf die Tatsache, dass die für das erste halbe Jahr gesteckten Ziele zum grössten Teil realisiert werden konnten und dass auch die Erfahrung mit umliegenden ausländischen Center ähnliche Startschwierigkeiten zu Tage gebracht hat, insgesamt durchaus optimistisch stimmen.

Sportliche Vestonvariante in rustikaler Aufmachung.  
(Bugatti/Daman, Ritex for men, Zofingen)



Elegante Anzugsvariante mit markanter Streifen-  
dessinierung.  
(Biaro/Davis, Ritex for men, Zofingen)



## Ein Pressegespräch im TMC-Verkaufsraum von Ritex

Dass sich auch einzelne Firmen um das Gelingen des TMC bemühen, hat die Firma Ritex AG, Zofingen, gezeigt. Sie lud Tages- und Fachpresse zu einem Gespräch, zu einem « Blick hinter die Kulissen », in ihren Verkaufsraum im TMC ein. Eine Aktion dieser Art, die den persönlichen Kontakt mit der Presse in überzeugender Art und Weise herstellt, kann nicht genügend zur Nachahmung empfohlen werden, bietet sich doch hier die Gelegenheit, die Öffentlichkeit über die speziellen Belange und Probleme der eigenen Branche zu informieren. Ergänzend zu den instruktiven Ausführungen der Ritex-Fachleute wurde eine kleine Modeschau mit aktuellen Trendmodellen vorgeführt. Die Firma beabsichtigt, diese Pressegespräche alljährlich durchzuführen.

## «Les Boutiques Mövenpick» verwöhnende Gastlichkeit im TMC Zürich

Bei der Konzeption der Restaurantbetriebe im neuen Textil & Mode Center Zürich wurden die verschiedensten Wünsche in Betracht gezogen und an alle Ansprüche gedacht, die an einem solchen Ort besonders vielfältig auftauchen und befriedigt werden sollten. **Mövenpick**, im In- und Ausland ein Begriff für versierte Gastlichkeit mit nie versiegender Ideenquelle, die kulinarische Langeweile überhaupt nicht kennt, war sich schon beim Planen klar,

dass nur verschiedene Restaurants den divergierenden Bedürfnissen entgegenkommen konnten. «Les Boutiques Mövenpick» sind denn auch in drei Räumlichkeiten unterteilt, die dem letzten Stand moderner Gastronomie entsprechen, wobei der phantasievolle Rahmen bei allen drei Etablissements stets wieder eine Parallele zum Textil & Mode Center zieht. Das eigentliche Zentrum ist das Restaurant «En Vogue» mit 70 Sitzplätzen,

### Veranstaltungskalender 1979

Ein permanentes Angebot und zahlreiche Einkaufsveranstaltungen sind das attraktive Merkmal des TMC. Der Kalender sieht folgende Daten vor:

Schweizer Modewochen			
Haupttour	26.	3.-11.	4.79 Damenmode
MODEXPO	8.	4.-10.	4.79
TMC-Dessous	8.	4.-10.	4.79 Salon de Lingerie/ Corseterie/Homewear/ Costumes de Bain
INTERTEX			
Haka Vormusterung	24.	4.-27.	4.79 Herrenstoffe
INTERTEX	7.	5.-11.	5.79 Stoffe
Hauptmusterung	21.	5.-23.	5.79
	28.	5.-	1. 6.79
Schweizer Stoffschau	7.	5.-11.	5.79 Stoffe
	21.	5.-23.	5.79
Zutatenmesse	6.	6.-	7. 6.79 Zutaten
INTERTEX			
Nachmusterung	25.	6.-27.	6.79 Stoffe
Accessoires-Messe im TMC	24.	6.-26.	6.79 Accessoires
Schweizer Modewochen Nachtour	20.	8.-22.	8.79 Damenmode
Einkaufstage Bademode	20.	8.-24.	8.79 Bademode
INTERTEX Nachmusterung	27.	8.-29.	8.79 Stoffe
TMC-Dessous	27.	8.-31.	8.79 Salon de Lingerie/ Corseterie/Homewear/ Costumes de Bain
Einkaufstage			
Kinderbekleidung	27.	8.-31.	8.79 Kindermode
Einkaufswoche IG			
Herrenmode im TMC	19.	8.-21.	8.79 Herrenmode
HEIMTEX	3.	9.-	7. 9.79 Heimtextilien
Schweizer Modewochen			
Haupttour	10.10.-	26.10.79	Damenmode
MODEXPO	14.10.-	16.10.79	
TMC-Dessous	14.10.-	16.10.79	Salon de Lingerie/ Corseterie/Homewear/ Costumes de Bain
INTERTEX			
Haka-Vormusterung	30.10.-	2.11.79	Herrenstoffe
INTERTEX			
Hauptmusterung	12.11.-	16.11.79	Stoffe
	26.11.-	30.11.79	
	3.12.-	5.12.79	
Schweizer Stoffschau	12.11.-	16.11.79	Stoffe
	26.11.-	28.11.79	
INTERTEX			
Zutatenmesse	11.12.-	12.12.79	Zutaten



wo in gefälligem Rahmen nicht nur der Geschäfts lunch in ruhiger Atmosphäre eingenommen werden kann, sondern ebenso bei einem exklusiven Diner wichtige Abschlüsse gefeiert oder neue Verbindungen angeknüpft werden können. Die immer wieder variierte Speisekarte und eine wohldotierte Weinliste bringen verwöhnende Abwechslung in das kulinarische Geschehen, sei es bei den Tagesspezialitäten oder den Schlemmereien. Der «Fashion Club Annabelle» ist als Bar-Restaurant mit Clubcharakter gestaltet, der bereits zu einem beliebten Treffpunkt der Einkäufer und Aussteller geworden ist. Hier trifft man sich zum Apéritif oder zu einem Drink, isst eine der appetitlichen Kleinigkeiten, die im «Deli-Corner» angeboten werden, und hat vielleicht auch einmal Zeit, die antiken Puppen mit ihren Garderoben aus vergangenen Zeiten, welche das Lokal zieren, zu bewundern. Als Kontrapunkt werden immer wieder Fotos berühmter moderner Mode-Fotografen den Blick in die unmittelbare Mode-Gegenwart lenken.

Quasi als «gastronomisches Atelier» kann die «Backstube» angesehen werden, in deren Mitte — also ein interessanter Blickpunkt — der Backofen steht, aus dem laufend frisches Gebäck und weitere Spezialitäten kommen, um die hungrigen Gäste zu verwöhnen. Zusätzlich ist in dieser Gaststätte für die besonders Eiligen auch ein Salatbuffet, ein Sandwich-Stand, eine Eisdiele und der schon erwähnte «Deli-Corner» vorhanden, wo täglich neue Kreationen lanciert werden, deren Designer der Küchenchef mit seiner Equipe ist. Wer sich **rasch** verpflegen will, wird die «Backstube» aufsuchen, wo selbst Nicht-raucher ihre rauchfreie Ecke finden.

Obwohl das Textil & Mode Center nur dem Fachpublikum, den Einkäufern aus aller Welt und den Ausstellern mit ihrem Personal offen steht, kann in «Les Boutiques Mövenpick» **jeder Gast, auch derjenige der mit Mode überhaupt nichts zu tun hat, Einlass finden**. Verschiedene Mode-Veranstaltungen in den Restauranträumlichkeiten sorgen sogar dafür, dass die Verbindung Publikum/Modeleute gefestigt wird und man auch in der Umgebung des TMC vom Geschehen in seinem Innern spricht. So findet jeden **letzten Donnerstag des Monats ein Mode-Diner** statt, bei dem neueste Mode einmal dem Konsumenten und nicht dem Einkäufer vorgeführt wird, während die Gäste gleichzeitig mit raffiniert zusammengestellten Köstlichkeiten aus Küche und Keller verwöhnt werden. Auch originelle Wettbewerbs in Verbindung zur Mode werden in «Les Boutiques» durchgeführt. So ging kürzlich einer zu Ende, der zum Kreieren einer originellen, handgearbeiteten Puppe aufforderte. Über diesen Anlass werden wir in der nächsten Ausgabe berichten. Um den Ring für den Gast zu schliessen, hat **Mövenpick** auch für leicht erreichbare Hotelunterkunft gesorgt. Das «rote» Telefon in «Les Boutiques» verbindet direkt mit der Reservation des «Holiday Inn» in Opfikon, damit man sich mühelos ein Zimmer bestellen kann. Während man bei einem Drink noch letzte Geschäftsgespräche erledigt, ist der Hotelbus schon unterwegs, um die Gäste im TMC abzuholen.



▷ Δ  
Ein architektonisch phantasievoller Rahmen und verwöhnende Gastronomie kennzeichnen die drei Mövenpick-Etablissements im Textil & Mode Center Zürich.

▷  
Jeden letzten Donnerstag des Monats findet ein Mode-Diner für interessierte Konsumenten statt.

▷▷  
Recht einladend wirkt bereits die Terrasse zum Mövenpick-Restaurant «En Vogue».

