

# Notizen

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

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 38

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795992>

## **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.



## Haute Couture mit Schweizer Nouveautés in China

*Wie sehr sich in China die Gepflogenheiten ändern, verkünden nicht nur die Besuche chinesischer Spitzenpolitiker in der westlichen Welt, sondern auch der rege Reiseverkehr, der sich nach dem Reich der Mitte anbahnt. Wie gross bereits die Öffnung nach dem Westen gediehen ist, bezeugt der Abstecher von Pierre Cardin nach Peking, wo er mit seiner Equipe von Mannequins und Dressmen seine Haute Couture-Kollektion Frühling/Sommer 1979 einem höchst interessierten Publikum vorstellen konnte. Dieses in der Volksrepublik erst- und einmalige Ereignis ist auch für die Schweizer Textilindustrie von Bedeutung, denn unter den gezeigten Kreationen sind mehrere aus Schweizer Seiden- und Stickerei-Nouveautés angefertigt.*

*Die Damen-Modelle auf dem Gruppenbild vor der grossen Wandzeitung sind aus bedrucktem Seiden-Crêpe de Chine und Seiden-Mousseline von Abraham, Zürich, gearbeitet.*

### 100 MILLIONEN TEXTILKENNZEICHEN

Rund 100 Millionen Etiketten der SARTEX (Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Textilkennzeichnung) wurden im Jahre 1978 an Bekleidungswaren und an anderen Textilien durch etwa 500 dazu ermächtigte Firmen eingenäht. Der Handel sollte allerdings mithelfen, vermehrt auch importierte Ware mit Textilkennzeichen zu verse-

hen. Nur so kann es gelingen, den Kennzeichnungsgrad zu verbessern, der allerdings in der Schweiz bereits einen hohen Stand erreicht hat. Denn 9 von 10 verkauften Bekleidungsartikeln sind mit einer Rohstoffkennzeichnung und 7 von 10 mit der Pflegekennzeichnung versehen. Dem

Wunsch der Konsumenten nach einem zusätzlichen Pflege-symbol, das über das Trocknen im Tumbler wissenswerte Informationen vermittelt, wird in absehbarer Zukunft Rechnung getragen werden können.

## «mollli»-Mode für Babys und Kinder



Jogging-Dress (Salopette und Blouson) aus Frotté, mercerisierte Bördli mit Kontrasteffekten. (Modell «mollli».)

Kindermode soll in erster Linie funktionell sein, daneben werden aber auch modische Ansprüche an sie gestellt. In ihrer neuen Kollektion hat die Firma Rüegger + Co. AG, Zofingen, «mollli-Kindermode», folgende Schwerpunkte berücksichtigt: Für Babys sieht man in der deutschen Schweiz vor allem intensive Farben (als neuer Ton z.B. Bordeaux) während die Nachfrage in der Westschweiz eher vom französischen Geschmack beeinflusst ist und zarte Pastells, Stikereidessins und verspielte Formen bevorzugt. Für Kleinkinder und Kinder sind die Farben fröhlich und leuchtend mit effektvollen Kombinationen.

Blockstreifen, Fair-Island-Dessins, Strukturen und Noppengarne ergänzen den weiterhin beliebten, in der neuen Kollektion etwas verfeinerten rustikalen Genre. Bequem und pflegeleicht heisst die Devise bei «mollli» auch für die verwendeten Materialien wie für den Schnitt der Modelle. Von Frankreich her zeichnet sich eine etwas körpernähere Tendenz ab, mitunter mit Schulterbetonung. Aktuell sind Blousons, Träger-Salopettes — oft in Fallschirmspringerform — sowie vielfältig kombinierbare Modelle.

Die diesjährigen Schweizer Wochen werden unter dem Zeichen der einheimischen Textilindustrie stehen, wobei eine breitere Öffentlichkeit über deren Leistungsfähigkeit, aber auch über die Problemkreise dieses Industriezweiges informiert werden soll. Nach mehrjährigem Unterbruch wird zudem auf eine alte Tradition zurückgegriffen: den Schülern aller Landesteile

— als Konsumenten von morgen — wird in einem Aufsatz- und Zeichenwettbewerb die Möglichkeit geboten, sich mit dem Thema Textil auseinanderzusetzen. Zu einer besseren Bekanntmachung der «Swiss Fabrics» wollen Warenhäuser und Einkaufszentren eigene Schweizer Wochen mit einheimischen Textilprodukten durchführen und nicht zuletzt wird auch die

## Die Schweizer Woche und die Textilindustrie



Direktor Bruno Aemisegger, zweiter von rechts, zeigt den Pressevertretern den Betrieb in Turbenthal.

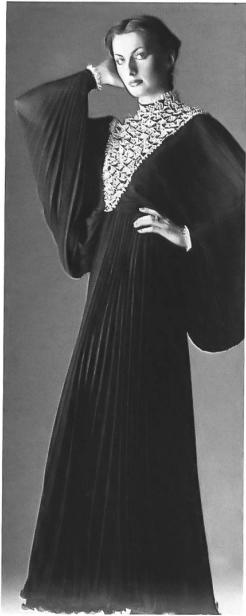


Bei Boller, Winkler AG, Turbenthal misst man der Qualitätskontrolle, die schon beim Garn beginnt, grosse Wichtigkeit bei.

Presse eingeladen, sich für diese wichtige Sache einzusetzen, denn neben der traditionellen grossen Pressefahrt werden noch zwei regionale Veranstaltungen organisiert mit Besuchen bei besonders typischen Schweizer Textilunternehmen. Die erste davon hat bereits in der Ostschweiz stattgefunden mit dem Kennenlernen der beiden dynamischen Firmen Boller, Winkler AG, Turbenthal und Eskimo Textil AG, Pfungen/Turbenthal. Beide stellen vor allem Heimtextilien her — Bettwäsche und Frottierwaren bei Boller, Winkler AG und Heim- und Schlafdecken

bei Eskimo Textil AG. Der grosse Billigimport aus dem Ausland, der im letzten Jahr viel zu hohe Frankenkurs und zudem die Änderung der Schlafgewohnheiten stellen die beiden Unternehmen vor immer neue Aufgaben. Dass sie von beiden Seiten mit dem nötigen Mut und einem erklecklichen Schuss Optimismus angegangen werden, ging aus den Ausführungen der beiden Direktoren, B. Boller und B. Aemisegger hervor. Weiteren Einblick in die Vielschichtigkeit der schweizerischen Textilindustrie boten den Presseleuten die beiden Ver-

bandsdirektoren des VSTI Ernst Nef und IVT Dr. A. Hafner. Aus den Fragen und der Diskussion ging hervor, dass auch die Vertreter der Massenmedien noch etliche Information über «Swiss fabrics» brauchen können.



## Schweizer Stickerei- Spezialitäten im englischen Prêt-à-Porter

England ist für viele Schweizer Textilproduzenten ein recht beachtlicher Markt und selbst preislich höher liegende Spezialitäten sind durchaus gefragt. Beim vorliegenden Modell aus Seiden-Georgette verwendete Ross-Bergo, London, eine Superposé-Ätzt Spitze aus Silberlamé auf Seiden-Georgette von Jakob Schlaepfer + Co. AG, St. Gallen, für die originelle Frontgestaltung des plissierten Abendkleides.

## Ritex neu mit FormCut-Hosen

Die Herrenkleiderfabrik Ritex AG in Zofingen/AG hat von der FormCut SA, Luxemburg, die Schweizer Lizenz für FormCut-Herrenhosen erworben. FormCut-Hosen werden bereits in verschiedenen Ländern — so zum Beispiel in Schweden, Deutschland, England — mit grossem Erfolg verkauft.

FormCut ist ein neues, patentiertes, schnitt-technisches Verfahren, das zudem den Einsatz einer speziellen Bügelmaschine verlangt, die schon vor einigen Monaten in Zofingen installiert wurde. Die Geheimnisse dieser neuen Schnittform, die auf alle Modellformen angewandt werden können, liegen in einem besonders geformten Schnittkeil und einer Bügeldressur der Hinterhose und dieses Keils. Das bewirkt u.a., dass die Hose auf der Hüfte sitzen bleibt, auf den Oberschenkeln nicht spannt. FormCut bewirkt auch, dass selbst körpernah gehaltene Modelle bequem sind, ohne die Ästhetik zu beeinträchtigen. Ritex hat seine gesamte Hosenproduktion bereits für Frühjahr/Sommer 1979 auf dieses Verarbeitungsverfahren umgestellt, sowohl im Anzugs- als auch im Nurhosen-Bereich.

## Modexpo I/1979 — ein Erfolg mit Verpflichtung

Gemessen an der terminmässigen Koinzidenz mit dem Pariser Prêt-à-Porter und der «Konkurrenzierung» durch das TMC (Textil & Mode Center) dürfen die Besucherzahlen an der 7. Modexpo in Zürich als positive Überraschung gewertet werden. Obwohl die Konjunkturlage in der schweizerischen Bekleidungsindustrie — nicht zuletzt aufgrund der ungünstigen klimatischen Verhältnisse — nicht als unbedingt positiv angesehen werden kann, war die Besucherfrequenz wie auch die Orderbereitschaft besser als im vergangenen Jahr. Den Hauptanteil der Bestellungen machten allerdings mit wenigen Ausnahmen die Saisonsorders aus.

Anlässlich eines der Modexpo vorausgehenden Pressegesprächs wie auch während der Schlusspressekonferenz wurden wiederholt der Stellenwert solcher Modemessen, die Zukunftsaussichten ständiger Ausstellungen und die der schweizerischen Textil- und Bekleidungsindustrie daraus erwachsenden Aufgaben diskutiert. Einhellig war man dabei der Ansicht, dass es sich hier nicht um ein «Entweder-Oder» handeln darf, sondern dass vielmehr beide Institutionen — Messe wie ständige Ausstellung — ihre spezifische Berechtigung haben. Die Messe wird in jedem Fall auf einen gewissen Termin hin grössere Besucherzahlen herbeiziehen als eine ständige Ausstellung, zudem dient sie sowohl für den Einkäufer wie auch für die Fachpresse als wesentliche und beliebte Informationsquelle. Auf der anderen Seite vermag gerade ein TMC die Kontinuität des aktuellen Modeangebots und auch die Legitimation einer Stadt als eigentliches Modezentrum sozusagen «rund um die Uhr» zu etablieren. Voraussetzung für das Gelingen beider Unternehmen — darüber war man sich einig — ist allerdings die jederzeitige kollegiale Zusammenarbeit. Was die Zukunftsaussichten der schweizerischen Bekleidungsindustrie anbetrifft, so war man in den Prognosen recht vorsichtig. Gewünscht wurde ein vermehrter vertikaler Kontakt zwischen Fabrikant und Detailhandel, der es ermöglichen würde, auch kurzfristige Dispositionen zu realisieren. Der Vorwurf, der schweizerische DOB-Fabrikant sei zu wenig flexibel, muss insofern korrigiert werden, als vom Handel her nicht selten ausländische Hersteller bevorzugt werden, denen es dann aufgrund der grösseren Bestellungen und Stammorders leichter fällt, auch sehr kurzfristige Aufträge auszuführen (Lager, grössere Fabrikationskapazität usw.). Ganz allgemein äusserten sich die Besucher wie auch die Aussteller der vergangenen Modexpo aber positiv über das Ergebnis der Messe. Sehr erfreulich waren die zahlreichen Ersteintritte (30%) an der Modexpo I/1979.



## Viscosuisse-Texturgarne für neue Sommer-Jerseys

Wie die neuen Modetendenzen des Sommers 1980 sich in der Praxis für den Wirker bewerkstelligen lassen, erläutert die von der Marketing-Abteilung der Viscosuisse AG, Emmenbrücke (Schweiz), einem auserwählten Kreis von interessierten Partnern vorgestellte Anregungskollektion. Die darin gezeigten Tersuisse®- und Nylsuisse®-Jerseys — jacquard-gewirkt oder mit modischen Druck-Dessins versehen — beweisen, dass durch das Einsetzen verschiedenartigster Synthetic-Garne top-modische bis avantgardistische Effekte erzeugt werden können.

Sie zeigt auch auf, mit welchen Garnen dieses verhaltenbrillierende, seidig-schillernde Sommer-Stoffbild 1980 erzielt werden kann. Mit glänzend profilierten Tersuisse®- oder Nylsuisse®-Texturgarnen, mit einer spezifischen Kombination von feinen, monofilen Endlosgarnen und Texturgarnen, mit Astro-gefärbten, glänzenden Nylsuisse®-Pontina-Garnen, ergänzt durch Multicolor-Effekt oder durch eine spezielle Synthese der letzteren mit Viscose-, Nylsuisse®-Knit-Deknit- und Tersuisse®-Garnen. Daneben ergeben auch hochgedrehte Tersuisse®-Garne seidig-glänzende Möglichkeiten.

## Bewegtes Geschäftsjahr 1978 der H.E.C. Beteiligungs AG, Aarwangen

Die an der letzten Generalversammlung vom 28. Juni 1978 der H.E.C. Beteiligungs AG, Aarwangen, erwähnte Umstrukturierung wurde im Herbst 1978 realisiert, d.h. die Firmen H. Ernst + Cie AG, Wollgarnefabriken, Aarwangen, und die H.E.C. Spinnerei AG, Caslano, sind wieder vollumfänglich im Besitz der H.E.C. Beteiligungs AG und damit auch deren Tochtergesellschaften Bürgin AG, Hölstein, Garnimport GmbH, Renningen (BRD), Tricomain-Handarbeiten AG, Aarwangen, und die Drittelsbeteiligung an der Kammzugfärberei AG, Zofingen.

Dank der auf 10% erhöhten Dividende der H. Ernst + Cie AG sind die Erträge der H.E.C. Beteiligungs AG gegenüber dem Vorjahr wesentlich höher, allerdings auch die zwar einmaligen Kosten im Zusammenhang mit der Umwandlung. Der Reingewinn ermöglicht die Ausschüttung einer unveränderten Dividende von 5%.

Der Geschäftsverlauf 1978 der Beteiligungen war erschwert, einerseits durch die Schweizer Frankenaufwertung und andererseits durch den Brandfall in der Spinnerei in Caslano von Ende August. Diese Ereignisse fanden ihren Niederschlag in einem Umsatz- und Cashflowrückgang von je 9%.

Die Erträge, die 1979 in die H.E.C. Beteiligungs AG eingehen, liegen trotzdem auf dem Niveau von 1978 und damit erheblich über dem der Vorjahre. Nachdem die Kosten 1979 niedriger sein werden, sind — mindestens kurzfristig — die Voraussetzungen für eine positive Entwicklung gegeben.



Die Gewinnerin des ersten Preises:  
Frau Rose-Marie Scheidegger aus Basel;  
sie trug an diesem Abend das gleiche Kleid  
wie ihre Puppe.

### Ein Puppenfest im Mövenpick des Textil & Mode Center (TMC)

Der von der «Les Boutiques Mövenpick» im TMC lancierte Puppenwettbewerb ist auf ein überraschend grosses Interesse gestossen. Er wurde Ende 1978 gestartet und sollte ursprünglich bis zum 31. Januar 1979 dauern. Der ausserordentlich zahlreichen Teilnehmerinnen wegen verlängerte man dann die Frist bis zum 15. Februar. Dabei ging es darum, eine möglichst originelle und aussergewöhnliche Puppe (20–50 cm gross) zu kreieren. Inspirierend auf die Teilnehmerinnen wirkten hier zweifellos auch die im TMC Mövenpick ausgestellten antiken Puppen. Insgesamt hatte die sechsköpfige Jurie schliesslich unter 151 eingereichten kleinen Kunstwerken zu wählen. Idee, Ausführung und Originalität waren die Kriterien bei dieser letzten schwierigen Auswahl. Der erste Preis — eine Reise nach London mit Aufenthalt für zwei Personen — ging an Rose-Marie Scheidegger (2. Rang: Elisabeth Flueler; 3. Rang: Valerie Rüegg). Als kleine Trostpflasterchen wurden zudem die ersten 45 Teilnehmerinnen des Wettbewerbes zum grossen Puppenfest ins TMC Mövenpick eingeladen. Die eigentliche Preisverteilung fand anschliessend an ein Nachtessen im Fashion-Club Annabelle statt, an der alle Teilnehmerinnen teilnahmen. Hier wartete noch eine Überraschung besonderer Art auf die zahlreichen Gäste: Peter W. Loosli mit seinem Marionetten-Theater.

Dieser Anlass zeigt erneut, wie sich Mövenpick bemüht, in der unmittelbaren Umgebung des TMC neue Kontakte zu schaffen, aber auch mit originellen Aktivitäten die Szene zu beleben.

### Aus Publizitätsstelle wird Schweizer Baumwoll-Institut

Die ehemalige Publizitätsstelle der schweizerischen Baumwoll- und Stickerei-Industrie, St. Gallen, verfügt jetzt auch über einen Showroom im Textil & Mode Center und nennt sich neuerdings *Schweizer Baumwoll-Institut*. Dadurch ist mitten im textilen Geschehen ein Auskunftszentrum der schweizerischen Baumwoll-Industrie und des Internationalen Baumwoll-Instituts errichtet worden, das Informationen über das Baumwollangebot aus Schweizer Produktionen — vom Garn bis zum fertigen Stoff — ausgibt und ebenfalls über Baumwoll-Modetrends aus internationaler Sicht orientiert.

Zusätzlich sind wechselnd Neuheiten aus den Verkaufskollektionen von Schweizer Produzenten zu sehen, wobei bis jetzt sechs Daueraussteller zu verzeichnen sind. Auch werden vom neuen Schweizer Baumwoll-Institut gratis Dekorationsmaterial und Konsumenten-Informationsblätter über «Swiss Cotton» in drei Sprachen abgegeben.

### Schweizer Textil-Woche in Freiburg i.B.

*In der ersten Aprilwoche führte das Freiburger Stoff- und Aussteuerhaus Kausch eine «Schweizer Woche» durch, in der das Angebot an Schweizer Textilien im Vordergrund stand und sämtliche Schaufenster ausschliesslich Schweizer Produkte zeigten.*

*Anlass zu dieser Sonderverkaufsveranstaltung ist die Tatsache, dass vor 30 Jahren zum ersten Mal nach dem Krieg wieder Schweizer Textilien importiert werden konnten, die damals — wie heute — Massstäbe für Qualität, Verarbeitung und Mode gesetzt haben. Bei einem Pressegespräch, an dem auch der Schweizer Konsul Hans Sennhauser mit Gattin teilnahm, wies Geschäftsführer Dr. Strathmann auf die enge, freundschaftliche Beziehung des Hauses Kausch zur Schweiz hin und betonte, dass etwa 30% des Gesamtangebotes aus der Schweiz kämen. Auf die Frage, ob nicht der hohe Kurs des Schweizer Franken die Preise stark erhöhe, meinte Strathmann, dass die hervorragende Qualität der Schweizer Textilien nach wie vor gutes Geld und in diesem Fall auch den guten Franken wert sei. Dies wisse die anspruchsvolle Kundin sehr genau.*

*Konsul Sennhauser gab einen kurzen Überblick über die Textilindustrie der Schweiz, die an vierter Stelle stehe, 40 000 Beschäftigte habe und einen Export von 1,052 Milliarden Franken aufweise. Er betonte die ausgezeichneten Handelsbeziehungen zwischen der Schweiz und der Bundesrepublik Deutschland, wobei die Schweiz im Jahr 1978 Waren im Wert von 9,5 Milliarden nach Deutschland ausgeführt und Waren im Wert von 14,4 Milliarden importiert habe.*

*Seniorchef Dr. Carl Kausch berichtete in launigen Worten vom Wiederaufbau nach dem Zweiten Weltkrieg und erinnerte daran, dass ein Schweizer Architekt das Haus Kausch als eines der ersten auf der Kaiser-Joseph-Strasse so hervorragend konzipiert und gebaut habe, dass es noch heute allen Ansprüchen genüge. Das Haus Kausch führte im Zusammenhang mit der «Schweizer Woche» ein Preisausschreiben durch, an dem sich jedermann beteiligen konnte. Zehn wertvolle Preise, darunter ein Wochenende für zwei Personen in St. Gallen, ein Festessen für die ganze Familie und Warengutscheine waren zu gewinnen.*

### Salon de Lingerie, Corseterie, Homewear, Costumes de Bain im TMC

60 Aussteller mit insgesamt 120 Marken waren vertreten an der vom 5.3.–9.3.79 durchgeführten Dessous-Messe im TMC (Textil & Mode Center, Zürich). Über den Verkaufserfolg äusseren sich die Messeteilnehmer unterschiedlich. Während verschiedene Firmen die Besucherfrequenz als kaum unterscheidbar vom normalen TMC-Betrieb bezeichnen, werteten andere Unternehmen die Messe als durchschlagenden Erfolg. Ganz allgemein sind die Erwartungen aber durchaus erfüllt worden, wobei der gekonnt und sehr attraktiv präsentierten Modeschau in der Eingangshalle des TMC wesentliche Bedeutung auch auf die Orderbereitschaft zugemessen wird. Wenn bei manchen Firmen nicht im Rahmen einer Verkaufsmesse geordert wurde, so liegt — nach Aussage verschiedener Messeteilnehmer — der Grund darin, dass gerade in dieser Branche der ausgesprochene Service, die individuelle Bedienung von vorherrschender Bedeutung ist. Die Messe als Ausstellung trägt hier eher Informationscharakter für den Einkäufer. Man trägt sich nun mit der Absicht, eine eigentliche TMC-Dessous-Interessengemeinschaft zu gründen. Bereits wurde ein Gründungsausschuss gebildet, der bis Ende August ein entsprechendes Konzept ausarbeitet.

## Schweizer Unternehmen im Zeichen des Exportes

Wenn — wie in der Schweiz — 40% des Bruttosozialproduktes aus dem Export von Waren und Dienstleistungen resultieren, muss wohl nicht mehr speziell auf die lebenswichtige Notwendigkeit unablässig florierender Aussenhandelsbeziehungen hingewiesen werden. Wie diese jedoch rasch in Mitleidenschaft gezogen werden können, zeigten im letzten Jahr die Auswirkungen der Wechselkursinstabilität sowie der

unverhältnismässig hohe Frankenkurs, welche die Schweizer Wirtschaft in tiefgreifende Schwierigkeiten stürzten. Die Intervention des Bundes und die ergriffenen Exportförderungsmassnahmen brachten dann eine Milderung der prekären Situation, so dass gewisse Industriezweige bereits wieder eine Verbesserung der Lage, verbunden mit geringen Aufwärtstrends, konstatieren können.



Die Panel-Teilnehmer (v.l.n.r.): Vinzenz Losinger (Verwaltungsratspräsident und Delegierter der Losinger AG, Bern), Franz Hamburger (Verwaltungsratspräsident der Reichenbach + Co. AG, St. Gallen), Ralph Stoeklin (Direktor der Walter Stoeklin AG, Dornach), Dr. Christian Gasser (Verwaltungsratspräsident der Mikron Holding AG, Biel), Staatssekretär Dr. Paul R. Jolles (Direktor der Eidgenössischen Handelsabteilung), André Geiser (Administrateur — Directeur Produits Sandoz SA, Paris, Président de la Chambre de Commerce Suisse en France), Dr. Franz Lütolf (Generaldirektor des Schweizerischen Bankvereins, Basel), Fürsprecher Mario Ludwig (Direktor der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung, Zürich und Lausanne).

Wie weit die behördlichen Vorkehrungen und die Selbsthilfe der Schweizer Firmen zu der heutigen, etwas optimistischeren Lage beigetragen haben, zeigte ein Panel-Gespräch unter der Leitung von Staatssekretär Dr. Paul R. Jolles, Direktor der Eidgenössischen Handelsabteilung. An der jährlich wiederkehrenden Tagung unter dem Motto «Das Wirken der Schweiz im Ausland» anlässlich der Schweizer Mustermesse Basel hatten sich diesmal prominente Vertreter der Maschinen- und der Textilindustrie sowie der Baubranche zu einem Rundgespräch im Festsaal der Schweizer Mustermesse Basel eingefunden, das die Bilanz über die seither gemachten Erfahrungen einer engeren Partnerschaft zwischen offizieller Exportförderung und privater Unternehmer-Initiative ziehen sollte. —

In seiner Einführungsansprache wies Staatssekretär Jolles vor allem auf die Bestrebungen der Behörden hin, günstigere Rahmenbedingungen für die Schweizer Exportwirtschaft zu schaffen, wie beispielsweise die Aufrechterhaltung eines offenen Welthandels-Systems unter Bekämpfung jeglichen Protektionismus, durch die Öffnung neuer und schwieriger Absatzmärkte (OPEC-Staaten oder China), durch die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit, wobei hier jedoch nicht an eine Exportsubventionierung gedacht wird. Dafür sind durch die währungspolitischen Massnahmen, durch den Ausbau der

Exportrisiko-Versicherung tragbarere Bedingungen für die Schweizer Exportunternehmen geschaffen worden.

Nicht zuletzt haben die spezifischen Exportförderungsmassnahmen wie die Schaffung eines entsprechenden Dienstes auf der Eidgenössischen Handelsabteilung, die Verstärkung der Wirtschaftsdienste der schweizerischen



Botschaften, der Einsatz von besonderen Handelsdelegierten und Handelsassistenten und die durch das Politische Departement in Zusammenarbeit mit der Handelsabteilung erfolgte Ausbildung von eigentlichen Wirtschaftsdiplomaten weitergeholfen. Auch die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung baute ihre Dienstleistungen wesentlich aus, und der Bundesbeschluss über die Milderung wirtschaftlicher Schwierigkeiten machte zusätzliche Mittel für die Auslandwerbung und das Messewesen frei.

### *Die Schweizer Textilindustrie hat es schwerer*

Die anwesenden Fachleute aus den verschiedenen Wirtschaftsgebieten sprachen sich alle positiv über die getroffenen Vorkehrungen aus, sind doch durch die dargebotenen Hilfeleistungen in ihren Aussenhandelsbeziehungen bereits gewisse Fortschritte erkennbar. Allerdings stellen sich die zu überwindenden Exportschwierigkeiten nicht für alle Bereiche gleich. Gerade die Textilindustrie sieht sich — weil ihre hochwertigen Spezialitäten rasch einmal zur Luxusware gestempelt werden — auf gewissen Märkten vor fast unüberwindliche Schwierigkeiten gestellt. Wie Franz Hamburger, Verwaltungsratspräsident der Reichenbach + Co. AG, St. Gallen, zugleich Präsident der Vereinigung Schweizerischer Stickerei-Exporteure und des Verbandes Schweizerischer Garnhändler- und Gewebe-Exporteure, darstellte, sind von