

Notizen

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

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1981)**

Heft 46

PDF erstellt am: **06.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795775>

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.

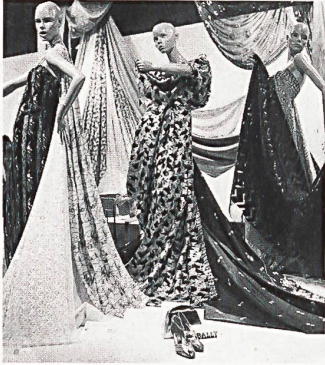
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

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.

NOTIZEN

35 Jahre «Création» an der Schweizer Mustermesse Basel



Ein Blick in die «Création», die grosse Leistungsschau der schweizerischen Textilindustrie.

Die «Création», die stets stark beachtete Leistungsschau der schweizerischen Textilindustrie, konnte an der diesjährigen Schweizer Mustermesse Basel den 35. Geburtstag feiern. An der Presseorientierung erhielt Fred Stauffer, Bern, für sein zehnjähriges Wirken als versierter Dekorateur der «Création»-Halle eine Goldmedaille überreicht, da er – wie es in der Laudatio hiess – immer mit besonderem Flair die Nouveautés in Wolle, Seide, Synthetics, Baumwolle und Stickereien informativ zu gruppieren und ihre Schönheit ins rechte Licht zu rücken wusste. Schuhe von Bally, Handstrickgarne, Taschentücher, Foulards und weitere Accessoires ergänzten auch diesmal die gelungene Ausstellung, die durch die dreimal täglich durchgeführten Modeschauen einen besonderen Anziehungspunkt für das Publikum darstellte. Die gezeigten Kreationen aus «Swiss Fabric»-Textilien waren teilweise Trendmodelle führender Stofffirmen oder stammten aus Kon-

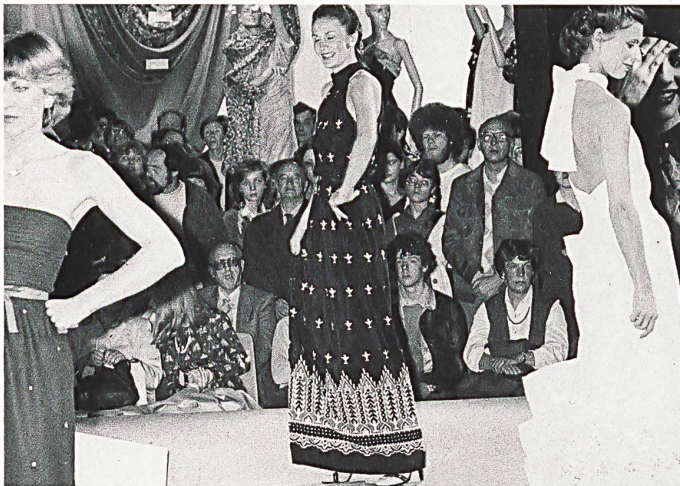
fektionsbetrieben. Für viele Besucher war es besonders interessant, einmal auch Haute Couture-Modelle von Dior, Givenchy und Ungaro mit Stickereien von Jakob Schläpfer AG, St. Gallen, meist auf Stoffen von Abraham AG, Zürich, als Schlussbouquets vorgeführt zu bekommen.

Neben modischen Erzeugnissen der leistungsfähigen schweizerischen Textilindustrie fand die von der Arbeitsgemeinschaft der Textil- und Bekleidungsindustrie für Nachwuchsförderung und Bildungsweesen (ANB) lancierte Wanderausstellung die Aufmerksamkeit vor allem junger Besucher. Sie wurde jedoch auch von Lehrern und Eltern Heranwachsender aufmerksam studiert; denn in Wort und Bild gibt das Informationsmaterial dem Betrachter alles Wissenswerte über die so mannigfachen Berufsmöglichkeiten innerhalb der Textilindustrie bekannt.



Die Wanderausstellung über die Berufe in der Textil- und Bekleidungsindustrie, von den verschiedenen Verbänden zur Gewinnung und Förderung qualifizierter Nachwuchs- und Kaderkräfte organisiert, fand an der Mustermesse grosse Beachtung nicht nur bei den Jugendlichen, sondern auch bei den Eltern und Lehrern.

Auf besonderes Interesse stiess die dreimal täglich vorgeführte Modeschau mit Modellen aus «Swiss Fabric».



Seit Adam und Eva...

Eine Broschüre für die Nachwuchsförderung, herausgegeben vom Industrieverband Textil (IVT) und dem Verein Schweizerischer Textilindustrieller (VSTI)

«Seit Adam und Eva ... brauchen wir Kleider» heisst es am Anfang in der originell gestalteten Broschüre, und gleich erfährt man, dass aus Textilien nicht nur Kleider gemacht werden, sondern auch Segel, Kletterseile, Computerbänder oder aber viele praktische und verschönernde Heimtextilien. Die Information geht weiter und befasst sich mit der Textilindustrie und ihren Aufgaben und Problemen, den verschiedenen Märkten, dem Textilstandort Schweiz. Darüber hinaus macht die bunt illustrierte Schrift mit den verschiedenen, vielseitigen Textilberufen und den Weiterbildungsmöglichkeiten bekannt. Ebenso wird auf das Markenzeichen «Swiss Fabric» aufmerksam gemacht, unter welchem sich die Schweizer Qualitätstextilien die Exportmärkte sichern wollen. Die attraktiv aufgemachte Schrift ist vor allem für die Nachwuchsförderung bestimmt; sie gibt zudem jedem Interessierten rasch und übersichtlich Auskunft über einen wichtigen Industriezweig der Schweiz. Die lustigen Cartoons zeichnete Jürg Furrer, Konzeption und Gestaltung lagen in den Händen von Graphiker Kurt Büchel.

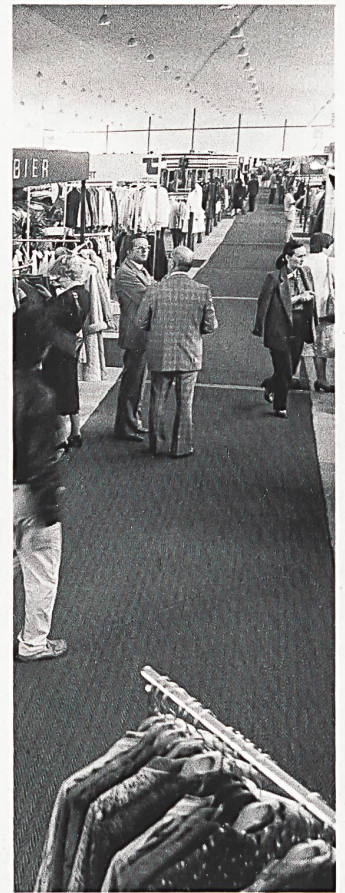
Ruth Hüsey

Meist zufriedene Aussteller an der MODEXPO Zürich

Die MODEXPO, in den Züspa-Ausstellungshallen Zürichs beheimatet, hat sich seit der ersten Veranstaltung 1976 zu einer gern besuchten Institution entwickelt. Heute darf man feststellen, dass die anfängliche Durststrecke überwunden ist und man bei den Veranstaltern recht positiv in die Zukunft blickt. Nicht nur die Ausstellerzahl ist angewachsen, auch der Zustrom der Einkäufer wird grösser, wobei ständig mehr ausländische Besucher verzeichnet werden können, vor allem aus den benachbarten Gebieten der Schweiz, aber auch aus Belgien, Griechenland, Norwegen, Argentinien und anderen Staaten. Waren es an der letztjährigen MODEXPO 196 in- und ausländische Aussteller, die sich in Zürich zum Verkauf ihrer Kollektionen einfanden, so stieg ihre Zahl im April 1981 auf 242. 57% erklärten ihre geschäftlichen Erwartungen erreicht zu haben, bei 8% waren sie sogar übertroffen worden. Vor allem der erste Messetag brachte einen neuen Besucherrekord. 16% der Beteiligten haben besser gearbeitet als an der letzten Modexpo, 48% wiesen ein gleichgebliebenes Ergebnis auf.

Die originell gestalteten Modeschauen fanden bei den Einkäufern – und natürlich auch bei den Aus-

stellern – lebhaftes Interesse, gaben sie doch einen informativen Querschnitt vom ausgestellten Angebot, das man in die drei Gruppen von Sportswear, Klassik und Fancy-Mode gliedern konnte. Recht beachtlich waren die Ordres von Pelzwaren, von mit Pelz gefütterten Steppmänteln und – im Trend der Investment-Mode – auch von Wollmänteln. Nicht schlecht ging zudem das Geschäft mit Sofortware. Dass zugleich mit der MODEXPO auch die avantgardistische Modemesse «SAFT» in einer der Züspa-hallen stattfand, hat sich für beide Ausstellungen sehr positiv ausgewirkt.



Schweizerische und ausländische Firmen boten in übersichtlichen Ständen in den Züsпахallen ihre Kollektion an.

1. World Buyers Week in New York

rh. Von langer Hand vorbereitet, unterstützt von Stadt und Staat, ist Mitte Mai in der Stadt der Superlative, New York, die erste Welteinkäufer-Woche für DOB durchgeführt worden. Der Angriff der amerikanischen Bekleidungsindustrie auf fremde Märkte galt vor allem Europa; man verschickte dafür mehr

NOTIZEN



Mit einem attraktiv aufgezogenen Spiel «Forty Fabulous Years» beschwor man im Fashion Institute of Technology die 40 Jahre amerikanischen Modeschaffens herauf; damit wurde einmal mehr darauf hingewiesen, welchen Einfluss politische, gesellschaftliche und kulturelle Ereignisse auf das Modegeschehen haben.

als 10 000 Einladungen nach Deutschland, England, Skandinavien, Frankreich, Belgien, den Niederlanden und natürlich in die Schweiz. Auch Japan und Südamerika waren in die Grossaktion eingeschlossen worden. Mit einer Million Dollar unterstützte der Staat diese imposante «Buyers Week», an der ungefähr 230 in und um New York City beheimatete Bekleidungsfirmen teilnahmen, die jede wieder 1000 Dollar für das Mitmachen befragen musste. 1000 Hotelbetten waren in der Stadt für die in- und ausländischen Einkäufer reserviert worden, denn wenn man auch am Anfang der Veranstaltung erst 500 Anmeldungen registrierte, kamen im Verlaufe der Schauen mehr und mehr dazu.

Amerika, das erst seit dem Zweiten Weltkrieg die Mode richtig entdeckte und dessen damals entstandene Konfektionsindustrie bis vor kurzem voll mit dem Binnenmarkt beschäftigt war, sieht sich jetzt ähnlichen Problemen gegenüber wie andere Industrienationen. Der ständig zunehmende Import von Bekleidung – vor allem aus dem Fernen Osten –, das Höherklettern der Rohwarenpreise und der Arbeitslöhne haben zu einer Situation geführt, die nach wirksamer Selbsthilfe rief und zu welcher auch die öffentliche Hand ihren Beitrag leistete. Nach der Statistik sind in der Stadt während der drei letzten Jahre 13 000 Arbeitsplätze in der Bekleidungsindustrie verloren gegangen, davon 6500 allein 1980. Das Defizit der inländischen Bekleidungsindustrie erweiterte sich 1980 um 11% auf die Riesensumme von 4,7 Billionen Dollar.

So ist denn dieser Modemarkt der 7th Avenue, genannt Fashion Avenue, zu einem grossangekündigten Ereignis geworden, das nicht etwa in Ausstellungshallen stattfand, sondern in den eigenen Schauräumen der entsprechenden Firmen, wodurch auch persönliche Kon-

takte zustande kamen. Vorgängig der Firmenbesuche konnte man sich in der Parsons School of Design, die sich ebenfalls in der 7th Avenue befindet, in einer riesig aufgezogenen, mit Bildern und Fakten programmierten Video-Schau einen ersten, grundlegenden Überblick über die angebotenen Kollektionen holen.

Da die Computer in fünf Sprachen Auskunft gaben, tauchten auch hier keine Schwierigkeiten auf. Für die gezeigten Modelle hatten im März fünf Fotografen mit zehn Mannequins neunhundert Kleidungsstücke aufgenommen. Diese Bilder wurden auf platinfarbene Platten – ähnlich den Schallplatten – gespeichert. Die Projektion auf den Bildschirm erfolgte durch Laser-Strahlen. Eingeweihte wollen voraussehen, dass solche Video-Schauen zu neuen Verkaufstechniken führen, indem sich der Konsument auf dem TV-Bildschirm die aktuellen Modekollektionen vorführen lässt, um dann seine Wahl zu treffen und seine Bestellungen aufzugeben.

Um den internationalen Einkäufern weitere Attraktionen zu bieten, wurde ein Empfang bei Gouverneur Hugh Carey, der sich sehr um das Exportprojekt bemüht hatte, organisiert. Im Metropolitan Museum of Art, wo der Anlass stattfand, war den Gästen gleichzeitig die Möglichkeit geboten, eine chinesische Ausstellung mit Gewändern, Stickereien und Stoffen aus früheren Jahrhunderten anzuschauen, die einen fantastischen Reichtum an Textilerzeugnissen längst vergangener Zeiten zeigten.

Eine Wäscheschau, von Enka präsentiert, brachte Lingerie für Tag und Nacht aus den verschiedenen Enka-Fasern, die sich besonders gut für die weichen, schimmernden und leichten Dessous eignen.

«Forty Fabulous Years», eine Art modernes Musical, machte mit der Entstehung der amerikanischen

Modeindustrie 1940 und ihrer Kreationen in den letzten vierzig Jahren bekannt – eine Studie, die in ihrer gelungenen Aufmachung grossen Beifall erntete.

Was die amerikanische Mode anbelangt, unterscheidet sie sich kaum von der europäischen. Man orientiert sich vorwiegend in Paris und adaptiert die Trends nach den Ansprüchen der Amerikanerin. Allerdings gibt es auch in New York eine beachtliche Avantgarde-Stilisten-gruppe, die ihre Kreationen in teils recht aufwendiger Art entstehen lassen, so dass 1000 und mehr Dollar für ein solches Kleidungsstück keine Seltenheit sind. Natürlich gibt es unter den Top-Leuten des «Ready to Wear» Namen, die auch in Europa bestens bekannt sind, wie etwa Geoffrey Beene, Bill Blass, Oscar de la Renta, Ralph Lauren, Calvin Klein, Anne Klein, Halston, Perry Ellis und wie sie alle heissen.

Diese verarbeiten denn auch immer wieder Schweizer Stoffe, wobei Namen wie Abraham, Riba Seiden, Gessner, Stehli, Fisba und Mettler erwähnt wurden.

Bestände jetzt nicht eine Möglichkeit, nachdem die amerikanische Bekleidungsindustrie ihren Exportwillen kundgetan hat und mit ihren Modellen Europa zu erobern bestrebt ist, mit «Swiss Fabric» – mit all den qualitativ und modisch führenden Nouveautés – vermehrt den amerikanischen Markt zu gewinnen? Auf jeden Fall sollte man die sich anbahnende Entwicklung gut im Auge behalten – denn in der heutigen Zeit sind Marktlücken rar, weshalb es die bestehenden rasch zu entdecken gilt.



Die im Fashion Institute of Technology bis zum 11. Juli dauernde Ausstellung mit Kleidern und Textilien des 1871 in Granada geborenen Künstlers Mariano Fortuny y Madrazo, der in der Zeit von Poiret (1906) bis Balenciaga (1949) seine unkonventionellen Modelle und prachtvollen Stoffe schuf, fand bei den internationalen Einkäufern grosses Interesse.

100 Jahre PKZ – eine Jubiläumsfeier mit besonderem Charakter

Die Herrenkonfektionsfirma Burger-Kehl + Co. AG, Zürich (PKZ), hat in Bern ihr 100jähriges Bestehen gefeiert und zu diesem Anlass über 200 Gäste aus der Wirtschaft, der Industrie, den Behörden und der Presse eingeladen. Im Zentrum der interessanten Tagung stand eine Vortragsreihe über die Lage und die Entwicklung des Fachhandels jetzt und im Jahre 2000. Verwaltungsratspräsident Walter M. Burger wies in seiner Begrüssungsansprache auf die stark veränderten und in stetem Wandel stehenden Umweltbedingungen hin, die den Handel heute stark belasten und vor wesentliche Probleme stellen. Er betonte vor allem die Wichtigkeit der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Staat.

Das eigentliche Tagungsthema «Der Fachhandel im Jahr 2000» wurde anschliessend in vier Vorträgen eingehend analysiert. Rudolf W. Boos (Prognos, Basel), Dominique Georgeon (Printemps SA, Paris), Josef Zumstein (Jelmoli SA, Zürich) und Prof. Bruno Fietz (Universität des Saarlandes), gingen vor allem Marketing- und Imagefragen, Zukunftsaussichten und Nachfragestrukturen im Fachhandel auf den Grund.

Es hat sich gezeigt, dass der Konsument heute zunehmend qualitativ höher stehende Produkte verlangt und in seinem ganzen Einkaufsverhalten viel anspruchsvoller geworden ist. Gerade im Bekleidungssektor kommt eine starke Hinwendung zu ausgesprochen funktionellen Qualitäten hinzu.

Grosse Bedeutung wurde auch der gründlichen und branchenspezifischen Personalausbildung beigegeben. Ein gut geführtes Verkaufsgespräch sei durch nichts zu ersetzen. Im weiteren zeigte man sich von der Notwendigkeit überzeugt, das Fachgeschäft so intensiv wie möglich in allen Bereichen aufzuwerten.

75 Jahre Viscosuisse

Die Viscosuisse AG, Emmenbrücke, feierte im Mai ihr 75jähriges Bestehen. Das Unternehmen, welches 1906 mit der Produktion von Crinol «künstlichem Rosshaar» und 1907 mit der Herstellung von Kunstseide begann, hat sich im Laufe der Zeit zum grössten Schweizer Chemiefaserproduzenten mit Stammhaus in Emmenbrücke sowie Werken in Widnau, Wattwil, Niederlenz und Cardiff (GB) entwickelt.

Viscosuisse-Generaldirektor Dr. Erich Sievers zeichnete in seiner Jubiläumsansprache den Wandel auf, den das grösste luzernische Industrieunternehmen seit Mitte der fünfziger Jahre miterleben durfte. Hypothesen aus einer Zeit des schrankenlosen Optimismus seien

NOTIZEN

heute in Frage gestellt, denn das Potential des Wirtschaftswachstums sei in den letzten Jahren sehr viel bescheidener geworden. Als Grund ist auch die starke Verteuerung der Rohstoffe, der Energie, aber auch das gestörte Gleichgewicht der Zahlungsbilanzen zwischen den Industriestaaten einerseits und den OPEC-Ländern andererseits zu sehen.

Die Erfahrungen der Vergangenheit zeigen, wie wichtig – bei der raschen Entwicklung der Technologie – die Flexibilität, die Voraussicht und die Leistungsbereitschaft sind. Dr. Sievers meinte rückblickend, dass es der Viscosuisse gelungen sei, sich trotz widriger Verhältnisse zu behaupten, gerade weil der Modernisierung der Technologie frühzeitig grösste Aufmerksamkeit geschenkt wurde, weil die Strukturprobleme der europäischen Chemiefaserindustrie schon in den «guten» Jahren einer Lösung zugeführt wurden und weil auf allen Stufen ein Verantwortungsbewusstsein geschaffen wurde, dass alle Viscosuisse-Mitarbeiter für eine gemeinsame Zukunft tätig seien.

Somit dürfte die Viscosuisse, welche im vergangenen Jahr eine totale Produktion von 53 000 Tonnen synthetischen Garnen einen konsolidierten Umsatz von 425 Millionen Franken erarbeitete, gestrost in die Zukunft blicken.

Diese zuversichtliche Feststellung war denn auch die Grundhaltung des Jubiläumsaktes in Emmenbrücke.

Zufriedene Aktionäre bei E. Schubiger + Co. AG, Uznach

Bei der ordentlichen Generalversammlung der Aktionäre der Firma E. Schubiger + Co. AG, Uznach, konnte man eine allgemeine Zufriedenheit feststellen. Nach der umsichtig vorgenommenen Umstrukturierung unter dem neuen Management von Hans S. Bischof hat das Unternehmen wieder Aufwind bekommen, und der Präsident des Verwaltungsrates, Dr. jur. Alfred Schubiger, äusserte sich erfreut über das gut verlaufene Geschäftsjahr und den endlich wieder erwirtschafteten, angemessenen Gewinn, wodurch es möglich geworden ist, eine Dividende von 5% auszurichten. Die anwesenden Aktionäre stimmten den Anträgen des Verwaltungsrates oppositionslos zu und wählten einstimmig als neues Verwaltungsratsmitglied Paul Wyss, Mitglied der Konzernleitung der Siber-Hegner Co. AG, Zürich.

Hans S. Bischof erläuterte in seiner kurz gefassten Ansprache die Unternehmerrziele der Schubiger-Gruppe, wies auf die vorgenommenen Umstellungen hin und deutete an, dass nach dem bereits erfolgreichen ersten Quartal 1981 wohl auch

der weitere Verlauf des neuen Geschäftsjahres optimistisch beurteilt werden dürfe. Er dankte dem Verwaltungsrat – und vor allem dem Präsidenten – für die aktive Unterstützung des vorgekehrten Massnahmenpaketes und für das Vertrauen, das man dem neuen Management und allen Mitarbeitern entgegengebracht hat.

Gutbeschäftigte Bekleidungsindustrie trotz stagnierendem Bekleidungsexport

Es war zu erwarten, dass der hohe Stand des sehr guten Exportjahres 1980 im ersten Quartal 1981 nicht ganz gehalten werden konnte. Wie dem Communiqué des Gesamtverbandes der Schweizerischen Bekleidungsindustrie zu entnehmen ist, betrug die Exporteinbusse 1,4%, was heute ein Exportvolumen im Sektor Bekleidung von 158,3 Mio. Franken ausmacht. Dieser Rückschlag ist vor allem auf die rückläufige Konjunktur – auf den wichtigsten europäischen Märkten – zurückzuführen.

Auch der inländische Einzelhandel lässt eine gewisse Unsicherheit und Zurückhaltung erkennen. Dennoch ist die Beschäftigungslage gut, und die Textilindustriellen blicken zuversichtlich in die Zukunft. Die Produktion konnte im vergangenen Jahr um 6% gesteigert werden, bei den Wirk- und Strickwaren verzeichnete man sogar eine überdurchschnittlich hohe Umsatzsteigerung von 9,2%. DOB und HAKA blieben hinter den Erwartungen zurück. Als hauptsächlichstes Problem wird in dieser Industriebranche immer wieder die Personalrekrutierung genannt. Die restriktive Ausländerpolitik des Bundes führte zu einer bedrohlichen Austrocknung des Arbeitsmarktes.

Eine wertmässige Zunahme von 8,6% stellt man bei den Importen fest, mengenmässig nahmen sie jedoch leicht ab. Erstaunlich ist, dass die Exportpreise wesentlich weniger stark als die Importpreise gestiegen sind.

Die grösste Zunahme kommt erwartungsgemäss aus dem asiatischen Raum. Der Anteil Asiens an den schweizerischen Bekleidungseinfuhren beträgt heute 17,5% und hat damit einen neuen Höchststand erreicht.

Eine neue Textilfaser bei Bayer AG

Eine neuartige Technologie hat es der Forschungs- und Entwicklungsabteilung der Bayer Faserspate ermöglicht, sehr feine Fasern in den Stärken 0,1–0,6 dtex herzustellen. Diese Faser (ATF 1041) befindet sich bereits in der Industrie-Erprobung und bringt sowohl in der Garn- wie

der Artikelentwicklung interessante Neuheiten. Eine aussergewöhnlich gute Gleichmässigkeit und hohe Festigkeit auch bei feinsten Ringgarnen sind nur einige der Vorteile dieser aktuellen Qualität.

Gestrickte wie gewobene Artikel aus der Bayer-Textilfaser Dralon ATF 1041 zeichnen sich zudem durch einen ausserordentlich weichen und textilen Griff, einen angenehmen Lüster und ein auffallend gutes Deckvermögen aus. Nach dem erfolgreichen Industrieversuch wird die Faserspate der Bayer AG ihr Angebot um diese Feinstititer-Faser erweitern.

Fortschritte in der Textilkennzeichnung

In der Schweiz benützen 432 Firmen die von der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für Textilkennzeichnung (Sartex) kontrollierten Etiketten. Wie an der ordentlichen Generalversammlung Präsident F. Häberli (Bern) ausführte, wurden 1980 rund 101 Millionen Etiketten oder 6 Millionen weniger als im Vorjahr in Textil- und Bekleidungs-erzeugnisse eingenäht. Dieser Rückgang ist auf die wirtschaftliche Rückbildung vor allem in der Bekleidungsindustrie zurückzuführen.

Die Sartex ist Mitglied der «Ginetex», des Dachorgans der der Sartex entsprechenden Organisationen in westeuropäischen Ländern und in Israel. Die Ginetex, seit 1979 unter schweizerischer Leitung, unternimmt grosse Anstrengungen zur Mitgliederwerbung. Am weitesten fortgeschritten sind die Verhandlungen mit Spanien und Neuseeland. Diese Länder dürften auf Jahresbeginn 1982 der Ginetex beitreten.

Rolf Langenegger, Sekretär der Sartex, konnte im Anschluss an die Präsidialansprache eine positive Bilanz der Rohstoff- und Pflegekennzeichnung in der Schweiz ziehen. In einer Umfrage bei 1000 Hausfrauen erreichte der «Waschbottich» als Symbol eine Beachtung von 96,2 Prozent. Bezüglich des Waschens im Automat sind die Pflegesymbole von 99,1 Prozent(!) der Befragten richtig interpretiert worden. Ferner wurde ein Bedürfnis nach einem fünften Symbol, für das Tumblerrocknen, festgestellt. Die Markterhebung belegte weiter, dass praktisch 95 Prozent der in der Schweiz dem Konsumenten angebotenen Bekleidungsartikel mit einer Rohstoffkennzeichnung versehen sind, bei der Pflegekennzeichnung sind es 90 Prozent. Die Gesamtergebnisse haben sich in den letzten Jahren laufend noch verbessert. Die in der Schweiz freiwillig eingegangene Verpflichtung zeigt einen derart hohen Auszeichnungsgrad, dass von optimalen Resultaten der Bemühungen gesprochen werden darf.

Personalmangel führt zu Umstrukturierungen in der Bekleidungsindustrie

Ein immer akuter werdender Personalmangel bewog die in Zürich ansässige Charles Bollag Söhne AG (175 Mitarbeiter, 11 Mio. Franken Umsatz), ihre Produktion bis Ende 1981 schrittweise einzustellen und im Tessin, in Stabio, neu aufzubauen. Ein Grossteil des in Zürich freierwerbenden Personals hat bereits wieder einen Arbeitsplatz gefunden, zahlreiche Mitarbeiter haben aber auch beschlossen, ihren Wohn- und Arbeitsort nach Stabio zu verlegen. Für Härtefälle besteht ein Sozialplan.

Gleichzeitig ging die Charles Bollag Söhne AG ein Kooperationsabkommen mit der Firma Hess AG, Herrenbekleidung in Amriswil, ein (400 Mitarbeiter, 24 Mio. Franken Umsatz). Auch diesem Unternehmen, einem der bedeutendsten Bekleidungshersteller der Ostschweiz, bereitet die Personalrekrutierung immer grössere Sorgen.

Im Mittelpunkt des Kooperationsabkommens steht der Erwerb einer dritten Herrenbekleidungsfabrik, der R. Zulauf AG, Mendrisio (90 Mitarbeiter, 5 Mio. Franken Umsatz). Das gut eingearbeitete Personal der R. Zulauf AG wird nach entsprechender Umschulung Grundstock des neuen Betriebes in Stabio sein. Die Kollektionen sowie die Marktaktivitäten der beiden Firmen Charles Bollag Söhne AG und Hess AG sollen aber durch das Kooperationsabkommen überhaupt nicht tangiert werden.