

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

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 68 (1961)

Heft: 4

Artikel: Baumwolle auf dem Laufsteg und im Schaufenster

Autor: Baumann, E.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-677050>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

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

Baumwolle auf dem Laufsteg und im Schaufenster

Von E. Baumann

Die Frühjahrsaktionen der Publizitätsstelle der Schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie

Kürzlich hat die Publizitätsstelle der Schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie an einer Pressekonferenz ihr Frühjahrsprogramm bekanntgegeben: 20./21. März: «Rencontre der jungen Mode»; 15. bis 25. April: Beteiligung an der Mustermesse-Sonderschau «Création»; 2. Juni: Pressemodeschau und Empfang für die diesjährige «Maid of Cotton»; 2. Mai bis 17. Juni: Durchführung einer Wanderausstellung, und zur selben Zeit Aktionen mit dem Detailhandel unter dem Motto «Wie wär's mit Baumwolle».

Inzwischen ist in St. Gallen das «Rencontre der jungen Mode» bereits verwirklicht worden. Rund hundert Studierende der Modeabschlußklassen von Fachschulen aus Hannover, Lausanne, Lugano, Wiesbaden und Zürich brachten zwei anregende Tage in ostschweizerischen Textilzentren, wo ihnen durch Betriebs- und Kollektionsbesichtigungen Einblicke in die Erzeugnisse der schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie gegeben wurden. Zur Bereicherung des Programms war ein fröhlicher Wettbewerb veranstaltet worden, der den Schülerinnen und Schülern Gelegenheit gab, ihr eigenes modisches Schaffen unter Beweis zu stellen. Jede der beteiligten Schulgruppen hatte vorgängig von der Publizitätsstelle Material zur Verarbeitung von thematisch umrissenen Modellen erhalten, die bei diesem Anlaß von den Beteiligten selbst vorgeführt und von einer Jury bewertet wurden. Die Gruppe Hannover ging als Siegerin hervor. Die Veranstaltung hat gezeigt, daß in den Modefachschulen des In- und Auslandes wieder ein begabter Nachwuchs vorhanden ist, und daß dieser die Baumwolle und die Stickereien wegen ihrer leichten Verarbeitung und vielseitigen Verwendbarkeit zu schätzen weiß.

Wie in früheren Jahren wird sich die Publizitätsstelle der Schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie während der Mustermesse in Basel vom 15. bis 25. April an der Sonderschau «Création» beteiligen. Rund 70 Baumwollgewebe und rund 60 Stickereien werden aus den einzelnen Firmen ins große gemeinsame Paradeschaufenster der Textilindustrie gerückt. Mit der Ausstellung soll erstmals ein Publikumswettbewerb verbunden werden. Die Besucher sind eingeladen, sich zu den ausgestellten Geweben und Stickereien zu äußern. Vom Ergebnis dieser Befragung erwartet die Textilindustrie für ihr Schaffen wertvolle Hinweise.

Die traditionelle Pressemodeschau der Schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie fällt mit einem Galaempfang für die diesjährige «Maid of Cotton» zusammen. Diese «Baumwoll-Königin» ist eine Erfindung des amerikanischen Baumwollrates, der sich zu einer Zeit, da die Baumwolle auf der Stufenleiter der Mode nicht recht hochkommen wollte, plötzlich bewußt wurde, daß die Mode

bei der Haute Couture beginnt und dann nach unten sikkert, so daß eine Sache, die von der großen Mode aufgegriffen wird, automatisch zu hohen Umsätzen führt. Die Frage war deshalb: Wie kann man der Baumwolle Anerkennung bei der Haute Couture verschaffen? Antwort: Man ziehe dem richtigen Mädchen die richtigen Baumwollkleider an und baue das richtige Public-Relations- und Absatzförderungsprogramm rund herum auf. Das war vor zwanzig Jahren. Die Idee hat sich als richtig erwiesen. Praktisch alle führenden Modeschöpfer in New York, Rom, Paris und London zeigen heute in sämtlichen Kollektionen Baumwolle. Das geht natürlich nicht alles auf das Konto der «Maid of Cotton», aber man kann ihr einen großen Anteil daran zugestehen. Sie und ihre märchenhafte Garderobe haben den Einzug der Baumwolle in die Haute Couture so lebendig gemacht wie keine andere Form der Werbung. Miss Linda Joy Lackey, die «Maid of Cotton» 1961, wird auch am 2. Juni in Zürich eine interessante Kollektion von Baumwollmodellen vorführen.

Es ist nicht leicht, «Maid of Cotton» zu werden. Die grundlegenden Voraussetzungen sind: Die Bewerberin muß in einem der achtzehn Baumwolle anbauenden Staaten Amerikas geboren, im Alter zwischen neunzehn und fünf- und zwanzig Jahren, mindestens 1,65 Meter groß und darf nie verheiratet gewesen sein. Aber die Gewinnerin des Wettbewerbes, der alljährlich im Herbst stattfindet, muß noch eine ganze Menge mehr zu bieten haben als das. Sie muß im In- und Ausland die amerikanische Baumwollwirtschaft repräsentieren, und zwar modisch und diplomatisch. Als praktisch unbekanntes Mädchen muß sie innerhalb weniger Wochen lernen, Kleider vorzuführen, Ansprachen zu halten, mit Botschaftern zu plaudern, sich hübsch photographieren zu lassen, eine Pressekonferenz abhalten zu können, auf dem Fernsehschirm gelöst zu wirken und bei alledem doch wie eine Amateurin aussehen. Das erfordert Schönheit, Charme und gute Schule.

Das wohl bedeutendste Ereignis im Frühjahrsaktionsprogramm der Publizitätsstelle aber ist nicht Miss Linda Joy Lackey, sondern die Durchführung einer Wanderausstellung, in welcher die Baumwollverarbeitung von der Rohbaumwolle zum Endprodukt fesselnd zur Darstellung kommt. Besonderer Wert wird auf das Hervorheben der großen Fortschritte in der Baumwollveredlung gelegt. Die Ausstellung berührt in der Zeit vom 2. Mai bis 17. Juni siebenundzwanzig größere Städte und Dörfer der Schweiz und erfreut sich an den meisten Orten der tatkräftigen Mithilfe lokaler Frauenorganisationen.

Im Bestreben, die Wünsche des Detailhandels mit den Anliegen der größten schweizerischen Textilproduzenten-gruppe sinnvoll zu koordinieren, wird die Publizitätsstelle im Laufe des Monats Mai den Textildetaillisten nicht nur gediegenes Werbematerial für Schaufensterdekorationen zur Verfügung stellen, sondern auch namhafte Beiträge an Saisonmodeschauen leisten.

Die schweizerische Stickerei-Industrie

Von Dr. Paul Stein

Seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges sind die Sankt-Galler Stickereien wieder sehr von der Mode begünstigt. Dank dem glücklichen Zusammenwirken von technischer Entwicklung, künstlerischem Schaffen und ausgesprochener Qualitätsarbeit in allen Stufen der Produktion konnte sich die schweizerische Stickereiindustrie bis heute die Gunst der internationalen Couture erhalten. Auf Grund ihrer genauen Kenntnisse der verschiedenen Stile und des Studiums der unerschöpflichen Quellen der Natur verstehen es die schweizerischen Dessinateure immer wieder, neue Ideen hervorzubringen.

Der Export an Schweizer Stickereien, der mindestens 90 Prozent der Gesamtproduktion ausmacht, hat in den letzten Jahren durchschnittlich 120 bis 130 Mio Franken erreicht. Der Totalexport des Jahres 1960 belief sich auf 133,3 Mio Franken. Der Anteil der Baumwollstickereien betrug 67,2 Mio Franken, wovon die Wäschebesatzartikel 16,2 Mio Fr. und die Baumwollstickereien am Stück oder in Motiven 51 Mio Franken ausmachten. Gegenüber dem Vorjahr ist eine Zunahme von rund 10 Prozent zu verzeichnen, die zum großen Teil auf das gute Geschäft in Blusenfronten zurückzuführen ist. Die Kehrseite dieser Entwicklung liegt in