

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 105 (1998)

Heft: 6

Rubrik: SVT-Forum

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: 30.03.2025

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

dass die Familie Geissbühler mit viel Erfolg, Elan und Begeisterungsfähigkeit ins nächste Jahrtausend gehen wird.

Ein Textiler mag wohl am besten beurteilen und mitempfinden können, wie schwierig es in all den 325 Jahren für einen Textilveredlungsbetrieb in der Schweiz gewesen ist. Urs Baumann, Präsident TVS, bekundete darum besonders seine Hochachtung für die jahrhundertlange erfolgreiche Familientradition. Mit den besten Grüßen und Wünschen vom Textilverband Schweiz und der Schweizerischen Textilindustrie wünscht Urs Baumann auch weiterhin viel Glück und Erfolg.

Betriebsbesichtigung

Es ist nicht selbstverständlich, dass ein Betrieb der Textilveredlungsindustrie für die gesamte Bevölkerung die Türen öffnet. Um so mehr ist dies zu würdigen. Der Einblick in das Herz des

Betriebes widerspiegelt eine Symbiose aus alten und neuen Maschinen, die ihre Arbeit bestens erledigen, die in Anbetracht der auf schweizerische Verhältnisse abgestimmten Mengenvolumen durchaus produktiv und qualitativ einwandfrei arbeiten und die nach modernen Gesichtspunkten umweltgerecht produzieren und zum Teil neuester Bauart sind. Know-how, Ökologie, Wirtschaftlichkeit und ein ausgewogener Maschinenpark garantieren beste Schweizer Qualität und nur damit lässt sich die jahrhundertalte Familientradition erklären.

Veredlungsprogramm

Das Veredlungsprogramm der Gewebe der Geissbühler & CO. AG umfasst die Sparten: Vorbehandlung, Bleichen, Färben, Ausrüstung, Appretur und Beschichtung, diese nach der Zertifizierung ISO N 9001, wobei dieses Zertifikat anlässlich des Festaktes feierlich übergeben wurde.

Stimmungsvoller Ausklang

Eine sehr interessante und gut durchwobene Festgemeinde erfreute sich an einem diskussionsfreudigen Apéro und einem feinen und abwechslungsreichen Nachtessen. So gestärkt durften die Gäste mit der Überzeugung nach Hause gehen, dass die Geissbühler & CO. AG auch für die Zukunft gewappnet ist. *RW*



Fritz Geissbühler mit der Berner Regierungsrätin Elisabeth Zölch

SVT-Weiterbildungskurs Nr. 6

Stretchgewebe

Elastische Gewebe sind für alle an der textilen Kette Beteiligten eine grosse Chance, neue Impulse und Kaufanreize zu setzen. Das Potential ist noch lange nicht ausgeschöpft. Das dieses Potential erkannt ist, zeigte sich deutlich an der ausserordentlich hohen Besucherzahl, die Urs A. Arcon zu seinem SVT-Weiterbildungsseminar in Winterthur begrüßen konnte.

Elastische Kombinationsgarne haben in den 90er Jahren einen sensationellen Aufschwung

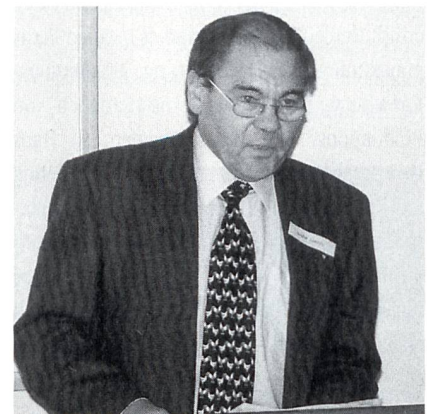
Kursleiter Urs A. Arcon



erlebt. Eine Vielfalt von Textilien sind heute elastisch. Die bedeutendsten Produzenten haben ihre Kapazitäten um das 15-fache gesteigert. Die Anwendungsmöglichkeiten dieser Garne haben sich vervielfacht. Neue Strickmaschinen sind entstanden, die ganz speziell auf die vorteilhaften Eigenschaften von elastischen Kombinationsgarnen abgepasst sind. Weiterentwicklungen stehen bevor. Neue Webautomaten, auf denen vorwiegend Stretchgewebe hergestellt werden sollen, werden laufend den neuen speziellen Anforderungen angepasst. Die Mode stellt sich immer mehr auf elastische Artikel ein. Die Hersteller von technischen Geweben oder Heimtextilien erkennen immer mehr die grossen funktionellen Vorteile von elastischen Stoffen. In dieser Branche hat sich eine enorme Dynamik entwickelt.

Warum wurden Kombinationsgarne entwickelt?

Bei den Kombinationsgarnen wird das Elastan gestreckt und mit einem weiteren, nicht elastischen Garn umwunden. Die Herstellungsverfahren sind nach Lazlo Shagy, Kesmalon AG, Tuggen, je nach gewünschten Eigenschaften sehr unterschiedlich. Elastan erfüllt Funktionen,



Lazlo Shagy, Kesmalon AG, Tuggen

die leistungssteigernd sind. Es erhöht den Komfort. Es hat sichtbare Vorteile – Artikel mit äusserst attraktiver Optik. Beim Kauf eines Kleidungsstückes sind heute nicht nur der Markennamen, die Optik und die modische Komponente ausschlaggebend, sondern der Griff wird immer entscheidender. Kombinationsgarne haben zudem wesentliche Vorteile. Sie haben eine wesentlich bessere Scheuerfestigkeit und Reisskraft. Die Passform, der Tragekomfort, die Formstabilität, die Pflegeleichtigkeit und die Eleganz werden bedeutend verbessert. Das Material kann einer höheren Belastung standhalten und die Lebensdauer eines Kleidungsstückes wird verlängert. Robert Schmid von der Hacontex AG geht davon aus, dass die Zuwachsraten weiterhin überdurchschnittlich hoch bleiben werden, und dass sich die Kombinationsgarne

und ihre Einsatzmöglichkeiten stetig verbessern und erweitern werden, denn die Möglichkeiten von Funktion und Komfort sind noch längst nicht ausgeschöpft.

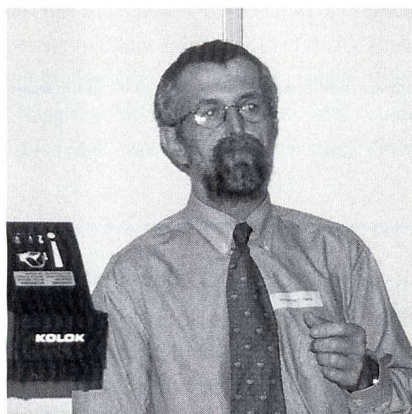


Robert Schmid, Hacontex AG

Eigenschaften von elastischen Garnen

Elastische Gewebe stellen hohe Anforderungen. Damit alle in sie gesetzten Erwartungen auch erfüllt werden können, bedarf es in allen Fertigungsstufen grosser Erfahrung, Produktions-Know-hows und spezielle Installationen von Produktions- und Hilfsaggregaten, so Hans Hyrenbach von der Lauffenmühle. Die Dehnung und vor allem die Rücksprungkräfte, die in elastischen Geweben je nach beabsichtigter Endbenützung eingebaut werden, erlauben es, Artikel mit sehr hohem Tragekomfort und einer speziell angepassten Funktionalität zu entwickeln. Um ein elastisches Gewebe gut zu verstehen, ist es

wichtig, dass man die einzelnen Punkte, die ein am Markt erfolgreiches Gewebe ausmachen, kennt und richtig bewertet. Die wichtigste Entscheidung bei der Anlage des Artikels ist die Festlegung auf die gewünschte Elastizitätsrichtung. Sie ist massgeblich vom gedachten Einsatzzweck abhängig. Die Kosten werden im hohen Masse vom eingesetzten Garn bestimmt. Generell lässt sich aber sagen, dass hohe Elastizität die Kosten erhöht. Das gebrauchtsrelevanteste Kriterium allerdings stellt das Rücksprungverhalten, oder anders gesagt, die bleibende Dehnung dar. Ohne einen schnellen, weitestgehenden Rücksprung der Ware nach Inanspruchnahme der Elastizität in die Ausgangslänge wären ausgebeulte Knie oder Ellenbogen die äusserst unansehnliche Folge. Dies würde künftige Kaufentscheidungen sicher negativ beeinflussen. Je grösser die maximale Elastizität einer Ware und damit die Dehnungsreserve beim



Hans Hyrenbach, Lauffenmühle

Tragen, desto unkritischer ist die Rücksprungfrage. Bekleidung aus Stretchartikeln muss im Interesse einer problemlosen Akzeptanz durch den Endverbraucher voll dem Trend zur leichten und einfachen Pflege entsprechen.



Sybille Kessler, Kesmalon AG, Tuggen

Bewegungsfreiheit und Komfort

Kleidungsstücke sollten bequem sein und dem Träger eine grösstmögliche Bewegungsfreiheit garantieren. Sybille Kessler von der Kesmalon AG, Tuggen, erläutert auf demonstrative Weise, dass ein Vorbild für elastische Stoffe stets die menschliche Haut darstellt. Denn die meisten Bewegungen des Körpers erfolgen vertikal, horizontale Bewegungen gibt es nur sehr wenige. Und genau diese Eigenschaften können dank dem modernen Stretchgewebe umgesetzt werden.

Regula Walter

SVT-Kurs Nr. 7 «Textilien einer neuen ökologischen Linie»

Für Textilien ist weltweit gesehen immer noch Baumwolle der wichtigste Rohstoff. Baumwolle als ursprünglich natürliche Faser kann aber auch problematische Seiten haben. Dies, wenn der Anbau in Monokulturen erfolgt und entsprechend pflanzenschutz- und düngerintensiv ist. Zudem wird Baumwolle in vielen Drittweltländern angebaut, d. h. Billiglohnländern mit schlechten sozialen

Bedingungen und z. T. Kinderarbeit. Ein weiterer Kritikpunkt ist das Ausrüstungsprozedere unter Einsatz unzähliger Chemikalien. Ziel des gut besuchten SVT-Kurses unter Leitung von Brigitte Moser bei der Firma COOP in Wangen war es, sich dieser Probleme bewusst zu werden und mit Hilfe von fachkundigen Referenten nach Lösungsansätzen zu suchen.

Erfahrungen mit einem BioRe-Produkt, das Projekt Maikaal

«Es gab keine grossartig angelegten strategischen Pläne, die uns zu diesem Projekt veranlassten», so Patrick Hohmann von der Remei AG. Massgebend war die Gesinnung, nur in Partnerschaften zu arbeiten und wesentlich an Entwicklungen beteiligt zu sein, welche Raum für Individuen schaffen und einem aktuellen Bedürfnis entsprechen. Sensibilisiert durch die aktuellen globalen ökologischen Probleme sah die Remei AG zusammen mit ihrem Partner Maikaal in Indien eine Chance, es mit biologischem Baumwollanbau zu versuchen. Ziele des Projektes sind unter anderen die Förderung des biodynamischen Baumwollanbaus und die Produktion von Kleidern in Indien unter Berücksichtigung von Mensch und Umwelt. Produzentenseitig sieht die Remei AG ihre Auf-

gabe vor allem darin, menschenwürdig, umweltbewusst, qualitätsbewusst sowie preisgerecht zu agieren. Konsumentenseitig sollen die Bedürfnisse preisgerecht und unter Förderung der Lebensqualität erfüllt werden. Der Erfolg des Maikaal Projekts beweist auf eindrückliche Weise, dass es nicht unbedingt notwendig ist, die Welt masslos zu zerstören, um ein Produkt herzustellen. Im Gegenteil, es ist sogar möglich, gestaltend in die Natur einzugreifen, um Mensch, Tier und Umwelt in einem gesunden Verhältnis zueinander zu stellen.



Patrick Hobmann, Remei AG

Coop Natura Line

Die Zielsetzung von Coop Natura Line besteht laut Brigitte Zogg vor allem darin, eine eigenständige, ökologische Pionierleistung zur Erfüllung der Wünsche von Konsumentinnen und Konsumenten zu erbringen. Dies unter der Beachtung von Wirtschaftlichkeit, Konkurrenzfähigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung. Die Textilien sollen auf höchstem Ökostandard angeboten werden, d. h. nur Baumwolle aus biologischem Anbau einzusetzen und dennoch modisch und preislich konkurrenzfähig sein. Ziel ist es zudem, eine einmalige ökologische textile Kette aufzubauen, mit durchgehender Transparenz, die die Rückverfolgbarkeit des Ökologieversprechens ermöglicht und garantiert. Alle ins Gesamtprojekt integrierten Verarbeitungsstufen und -glieder sind ökologisch eingebunden. Nebst der Baumwolle aus biologischem Anbau gibt es keine Färbung und Veredelung mit Formaldehyd. Es wird kein Chlor und auch kein Chlordioxid für die Bleichung verwendet. Zudem wird auf ökologisch und toxikologisch schädliche Schwermetalle und auch gentechnisch veränderte Organismen gänzlich verzichtet. Die Verpackung besteht grösstenteils aus Karton, d. h. sie ist rezyklierbar. Seit 1997 wird die ganze textile Kette vom

Anbau bis zum fertigen Produkt durch das Institut für Makroökologie nach den EU-Richtlinien kontrolliert.



Brigitte Zogg, Coop Natura Line

Markt für Ökotextilien

Der Weltbedarf an Textilien liegt zurzeit bei ca. 40 Mio. Tonnen pro Jahr mit einem realen Anstieg von ca. 2% pro Jahr. Prof. Dr. Urs Meyer von der ETH Zürich bezeichnet als wichtigsten Grund für Kundentreue nicht den Preis oder den Konkurrenzdruck, sondern die Qualität und die Verfügbarkeit. Die Ressourcen müssen geschont werden, was zunehmend in Richtung Ökotextilien führt.

Anfang der 90er Jahre wurden die ersten Ernten mit biologisch angebauter Baumwolle eingebracht. Trotzdem gibt es Firmen, die seit über 20 Jahren Ökotextilien anbieten. Dies macht deutlich, wie wenig der Ökogehalt im Endprodukt ersichtlich und überprüfbar ist. Den ökologischen Konsumenten gibt es per se nicht, denn wie in vielen anderen Bereichen des täglichen Lebens werden Entscheidungen nicht nach konsequent gleichen Wertvorstellungen getroffen. Daher ist es wichtig, die Konsumentinnen und Konsumenten auf die bestimmten ökologischen Eigenschaften aufmerksam zu machen und sie dafür zu sensibilisieren.

Probleme und Lösungsansätze in der Produktentwicklung

Wenn der Handel ökologische Produkte anbieten will, muss unter heutigen Voraussetzungen eine stabile Wertschöpfungskette aufgebaut werden, welche ökologische Verarbeitung auf jeder Stufe garantiert, so Dr. Marion Tobler von der ETH Zürich. Die Wachstumsrate im Sektor Ökotextilien beinhaltet sowohl eine qualitative wie eine quantitative Seite. Die Wachstumsrate wird vom Angebot durch das langsamste Glied in der Kette, dem Anbau, bestimmt. Andererseits



Prof. Dr. Urs Meyer, ETH Zürich

kann eine kritische Masse am Markt nur erreicht werden, wenn mehr Anbieter ökologische Produkte entwickeln, um den einzelnen Verarbeitungsstufen eine Auslastung im ökologischen Bereich zu ermöglichen. Nur so können Prozesse wirtschaftlich ausgeführt werden. Dazu können verschiedenste Marktstrategien eingesetzt werden. Grundsätzlich muss der Umsatz gesteigert werden können. Dabei helfen sowohl konsequent ökologische Produkte als auch etwas weniger ökologische, aber immer gute Produkte.

Regula Walter



Dr. Marion Tobler, ETH Zürich

Der Vorstand der SVT begrüsst folgende neue Mitglieder

Beutel Michael, 8482 Sennhof
Gandini Sibylle, 8055 Zürich
Gisep Domenica, 8512 Thundorf
Kälberer Karin, 8422 Pfungen
Kredit Peter-Alexander, D-42369 Wuppertal
Mittelberger Manfred, D-88131 Lindau
Moser Fritz, 8890 Flums
Raas Carlo, 9545 Wängi
Regittinig Reinhold, A-6830 Rankweil
Rigo Susanne H., 8302 Kloten
Schiess Corinne, 9630 Wattwil
Semmler Werner, 6301 Zug
Suter Iris, 5606 Dintikon
Wullschleger Marcel, 9100 Herisau

SVT-Kurs Nr. 9 Informatik

Wie präsentiert sich eine textile Unternehmung erfolgreich im Internet - Lösungskonzepte und Erfahrungsbericht

Der SVT-Kurs Informatik beschäftigt sich mit dem Thema einer erfolgreichen Internet-Präsentation von Unternehmungen. Dazu wurden von Kursveranstalter Stefan Gertsch verschiedene Referenten eingeladen.

Vor einem kleinen, aber sehr interessierten Publikum wagte Herr Martin Kaiser von der Online Consulting AG den Einstieg in ein sehr interessantes Thema. Die Frage war, wie präsentiert sich eine textile Firma erfolgreich im Internet. Der Weg ins Internet führt über ein 4-Stufen-Modell. Die erste Stufe stellt die Konzeption dar. Zuerst sollte ein Konzept erstellt werden unter Berücksichtigung der folgenden Anhaltspunkte: Zielgruppen, graphische Vorgaben, Corporate Design, Inhalte, angestrebter Kundennutzen, Einbindung bestehender Applikationen, Sprache usw. Nach einer ausführlichen Konzeption kann in einer zweiten Stufe die Realisation in Angriff genommen werden. Zuerst sollte ein Screendesign entworfen werden. Dies sollte in einem Zusammenspiel von Kreativität und Technik erfolgen. Dann stellt sich die Frage ob Animationen, wenn ja in welchem Umfang, eingeführt werden sollen. Zuletzt sind noch interaktive Applikationen wie Online-Formulare, online Berechnungen oder Bestellsysteme einzubringen. In einer dritten Stufe sollte der Serverbetrieb sichergestellt werden. Die Unternehmung trifft hier die Entscheidung, über welchen Server ihre Adresse laufen soll. In einer vierten und letzten Stufe sollte man sich über die Werbung Gedanken machen. Die Adresse sollte in Internet-Suchdiensten eingetragen werden, möglich wäre zudem eine Präsenz auf Zielgruppen-Plattformen. Zudem sollte die Adresse möglichst kundenfreundlich und einfach gewählt werden. Eine weitere Möglichkeit ist die sogenannte Bannerwerbung im Internet auf Seiten, die von der entsprechenden Zielgruppe häufig konsultiert werden.

Das Marketingtool Internet

Inwieweit hängt Marketing mit dem Internet zusammen? Im folgenden sollen die vier klassi-

schen Marketinginstrumente näher betrachtet werden. Im Bereich der Marktleistung stellen sich folgende Fragen: Können Sie mit dem Medium Internet Ihre Produkte verbessern, neue Produkte schaffen und anbieten, neue Dienstleistungen anbieten oder bestehende Dienstleistungen verbessern? Für die Produkte stellt sich die Möglichkeit der Integration von Internet-Technologie, es könnte zum Beispiel ein Wartungs- und Fehlererkennungssystem mit automatischer Übermittlung per Internet etabliert werden. Für die Dienstleistungen bieten sich neue Möglichkeiten im Support, es können Berichte, Anleitungen und Checklisten heruntergeladen werden oder es besteht die Möglichkeit, Berechnungsprogramme online laufen zu lassen. Für den Preis bietet sich über das Internet ein neuer Vertriebskanal, dies stellt eine Chance zur Differenzierung dar. Die Preise lassen sich nun auch im internationalen Vergleich darstellen. In der Marktbearbeitung, insbesondere im Verkauf, kann das Medium Internet die Marktposition verbessern, den Verkaufsprozess unterstützen, Verkaufsabschlüsse herbeiführen und die Beziehungen zu den Kunden verbessern. Die Unternehmung hat die Möglichkeit, sich im Markt unabhängig von ihrer Grösse und ihrem bisherigen geographischen Markt zu positionieren. Die Unternehmung kann im Internet umfassende Informationen und interaktive Anwendungen publizieren und damit den Verkaufsprozess aktiv unterstützen. In Bezug auf die Promotion kann das Internet als Verkaufsförderungsinstrument dienen, z. B. als Schulungsmedium, als Argumentationshilfe oder als Erweiterung der «Points of Sale». Die Unterlagen sind über Internet für alle Verkäufer direkt abrufbar, zudem können die Mitarbeiter direkt auf der eigenen Webseite örtlich und zeitlich unabhängig geschult werden. Das Internet kann auch einen neuen Verkaufs- und Distributionskanal darstellen, sowohl für den Kunden als auch für den Mitarbeiter, um Informationen bekannt zu geben. Im Internet können Online-Bestellmöglichkeiten angeboten werden, denn ein Internet-Shop ist weltweit präsent und

zudem sieben Tage in der Woche während 24 Stunden geöffnet und sehr kostengünstig. Durch das Internet erhalten alle Marketinginstrumente eine neue Dimension, die unbedingt genutzt werden sollte.

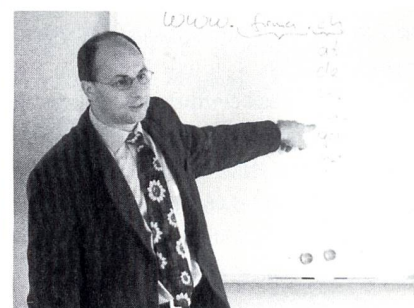
Ausbauschritte und Pflege

Wenn eine Internet-Homepage erst einmal erstellt worden ist, ist vor allem die Pflege dieser Homepage von grosser Bedeutung. Die Pflege ist kostengünstig, selbstständig, jederzeit, örtlich unabhängig und ohne EDV-Fachwissen möglich.

Erfahrungsbericht

Anschliessend an die Einführung über die Grundlagen des Internets und die Möglichkeiten der Gestaltung einer eigenen Homepage durch Herrn Martin Kaiser konnte Kursleiter Stefan Gertsch Herrn Rolf Traxler von der Traxler AG zur Präsentation eines Erfahrungsberichts begrüssen. Der Erfahrungsbericht stellte den Bezug zwischen Theorie und Praxis auf eine sehr interessante Weise dar und brachte allen Teilnehmern die bis dahin etwas abstrakte Materie näher.

Regula Walter



Herr Martin Kaiser, Online Consulting AG



Der Kursleiter Stefan Gertsch

English Text

Highlight	International Textile Week	3
Spinning	Possibilities for the Increasing of Flyer Production by Reduction of Roving Turns per Meter	4
Nonwovens	The Aquajet Spunlace-System	7
Quality Management	Quality Management in the Textile Industry	8
Technical Textiles	«Proact»-Fabrics by Eschler	9
Textile Economy	Textile Trade with MOE-Countries is Increasing Above Average	10
	Prognoses in Cotton Production – Behind the Previous Year	11
Conferences	37. International Chemical Fibre Conference	12
	50 years Training of Spinning and Twisting Experts at STF	13
	39. IFKT-Congress	14
	5. Greizer Textile-Symposium	15
	4. World-Congress: Recovery, Recycling, Re-Integration	15
Fairs	ITMA '99	16
	Domotex Hannover 1999	16
	IMB 2000	17
	Interstoff Autumn '98	17
	Techtextile Asia '98	19
	Hometextile 1999	20
Fashion	2. Fashion-Conference Switzerland	21
News in Brief	New Babcock High-Tech Carpet-Plant	24
	Zellweger Uster – Investment in new Technology	24
	Sohler AIRTEX at Bangkok	24
	Sulzer Rüti – Projectile Weaving Machines for Germany	25
	World-Wide Reputation for Öko-Tex Standard 100	25
	Picanol – Growth in the First Part of 1998	25
	Rhovyl A. S.+ – Antibacterial Fibre	25
	Hamel Celebrates 75. Anniversary	25
	325 Years Geissbühler & Co. AG	26
SVT-Forum	Stretch Fabrics	27
	Textiles in an Ecological Line	28
	How can a Company be Present in the Internet? Concepts and Experiences	30

Impressum

**Organ der Schweizerischen
Vereinigung von
Textilfachleuten (SVT) Zürich**

105. Jahrgang
Wasserwerkstrasse 119, 8037 Zürich
Tel. 01 - 362 06 68
Fax 01 - 360 41 50
Postcheck 80 - 7280

gleichzeitig:

**Organ der Internationalen
Föderation von Wirkerei- und
Strickerei-Fachleuten,
Landessektion Schweiz**

Redaktion

Dr. Roland Seidl, Chefredaktor (RS)
Edda Walraf (EW)
Dr. Rüdiger Walter (RW)
Regula Walter (rw)
weitere Mitarbeiterinnen:
Claudia Gaillard-Fischer (CGF), Pfaffhausen
Martina Reims, Köln, Bereich Mode

Redaktionsadresse

Redaktion «mittex»
c/o STF
Ebnerstrasse 5, CH-9630 Wattwil
Tel. 0041 71 988 26 61
Fax 0041 71 985 00 34
E-mail: redmittex@bluewin.ch

Büro Portugal

Dr. Lubos Hes, Universidade do Minho
P-4800 Guimarães,
Fax +351 53 514 400
E-mail: luboshes@eng.uminho.pt

Redaktionsschluss

10. des Vormonats

Abonnement, Adressänderungen

Administration der «mittex»
Sekretariat SVT

Abonnementspreise

Für die Schweiz: jährlich Fr. 46.–
Für das Ausland: jährlich Fr. 54.–

Inserate

Regula Buff, Mattenstrasse 4
4900 Langenthal
Tel. 062 - 922 75 61, Fax 062 - 922 84 05
Inseratenschluss: 20. des Vormonats
E-mail: buff.regula@spectraweb.ch

Druck Satz Litho

Sticher Printing AG, Reussseggrasse 9,
6002 Luzern