

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textildachleuten

Band: 107 (2000)

Heft: 3

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>

Ein neues Material revolutioniert den Kleiderschrank

Die neue Revolution, das sind Textilien, die nicht nur trocken und warm halten, sondern Körperwärme speichern und diese bei Bedarf wieder abgeben. Diese sogenannte Phase-Change-Technologie wird dort eingesetzt, wo grössere Temperaturunterschiede zu bewältigen sind. Schoeller® ComforTemp® gehört mit seinen Erzeugnissen zu den intelligenten Textilien. Diese Innovation hat den Markt revolutioniert. Annett Hauschild, die Kursleiterin des 1. SVT-Kurses im Jahr 2000 freute sich ganz besonders über den Grossaufmarsch. Damit wurde ein Thema anerkannt, das souverän von Dagmar Signer, PR- und Marketing-Verantwortliche der Schoeller Textil AG, Sevelen behandelt wurde.

Weltraum-Technologie

Die Technologie, die hinter temperatenausgleichenden Textilien steht, stammt wie Teflon, Kevlar oder Glaskeramik-Kochfeldern aus der Weltraum-Forschung. Sie basiert auf Phase-Change-Materials und wurde zum Schutz der Astronauten vor extremen Temperaturschwankungen entwickelt. Phase-Change-Materials (PCM) wurden u. a. beim Mondfahrzeug und im Skylab der Apollo-15-Mission eingesetzt.

Um PCM in Textilien einbringen zu können, werden sie in einer Schutzhülle (Mikrokapseln von wenigen Mikrometern Durchmesser) eingeschlossen. Ein Auslaufen während der flüssigen Phase wird damit verhindert. Als Trägermaterial eignen sich Fasern, Beschichtungen und Schaum. Die Mikrokapseln sind wasch-, reinigungs-, bügel- und knitterbeständig.

Dynamische Klima-Kontrolle

Die PCM in den Mikrokapseln reagieren direkt auf Veränderungen der Umgebungstemperatur und passen sich der jeweils aktuellen Wärmesituation an:

«Es wird warm»

Auf einen Temperaturanstieg durch körperliche Aktivität oder wärmere Umgebungstemperatur reagieren die Mikrokapseln mit einer Wärmeaufnahme. Die PCM in den Mikrokapseln verflüssigen sich. Sie entziehen dabei ihrer Umgebung Wärme und speichern die überschüssige Energie.

«Es wird kalt»

Bei einem Temperaturabfall durch eine Ruhephase oder eine niedrigere Umgebungstemperatur geben sie die zuvor gespeicherte Ener-

gie als Wärme wieder ab. Die PCM in den Mikrokapseln verfestigen sich.

Leistung und Klima sind optimal

Die dynamische Klimakontrolle bewirkt ein persönliches Komfortklima im körpernen Bereich. Selbst bei extremen Temperaturschwankungen und abwechselnden Ruhe- und Aktivphasen fühlt sich der Träger dieser Bekleidung wohl. Die Leistungsfähigkeit bleibt dadurch auch bei sehr extremen Bedingungen erhalten.

Sehr hohe Anforderungen

Die Phase-Change-Technologie wird den Textilsektor seit der Lancierung der Membrane mit Sicherheit erstmals wieder einschneidend verändern. Sie ist genial, aber auch sehr komplex in der Umsetzung, anspruchsvoll und damit natürlich entsprechend erklärungsbedürftig im Verkaufsgespräch.

Entscheidend – und der eigentliche Knackpunkt – für eine effektive Funktion von temperatenausgleichenden Textilien ist die richtige Positionierung und Programmierung. Diese liegen eindeutig in den Händen von Hersteller und Industrie.

Für eine wirkungsvolle Klima-Kontrolle müssen folgende Punkte berücksichtigt werden: Jahreszeit, Einsatzbereich, Verarbeitung, die richtige Einstellung der PCM (Temperaturbereich) sowie die richtige Menge an PCM (Zeitfaktor). Diese Punkte werden in einem individuellen Anforderungsprofil ermittelt.

Argumente im Verkauf

Mit dem positionierten Endprodukt leisten Hersteller und Industrie ihren Beitrag zur Kundenzufriedenheit. Jetzt ist der Berater am PoS ge-



PCM – Der Zug rollt

fordert. Für ihn eröffnet sich eine neue, attraktive Verkaufsargumentation, faszinierende Bilder können kommuniziert werden. Das Beratungsgespräch gibt viel her, setzt aber fundiertes Know-how voraus.

Der beste und einfachste Einstieg ins Verkaufsgespräch ist, beim Kunden abzuklären, ob er an etwas ganz Neuem interessiert ist, einer Ausrüstung, die auf Weltraumforschung basiert und dem modernsten Stand der Technik entspricht.

Ist der Kunde neugierig, folgt umgehend eine Anprobe. Das zu Beginn angenehme kühlende Gefühl wird ihn überraschen. Bereits nach kurzer Zeit (wenn er sich bewegt, im Laden herumgeht, flacht dieser Kühleffekt ab. Das Bekleidungsstück mit schoeller®-ComforTemp® stellt sich auf das aktuelle Körperklima ein. Jetzt will er wissen, was passiert. Die Argumentation kann einsetzen. Noch verblüffender ist der direkte Vergleich: Wenn z. B. ein Handschuh mit dynamischer Klimakontrolle und ein vergleichbarer, herkömmlicher Handschuh gleichzeitig anprobiert werden.

Komfortklima und intelligente Neuentwicklungen

Bei Produkten mit schoeller®-ComforTemp® sind zudem folgende Vorteile integriert, die dem Verkäufer weitere Argumente in die Hand spielen: Atmungsaktivität, Feuchtigkeitsregulierung, antimikrobielle deoline-Ausrüstung (verhindert Bakterien und unangenehme Gerüche) sowie natürlicher Schutz vor belastenden UV-Strahlen (SPF 50+). Attraktiv und anspruchsvoll – die Lancierung von Textilien mit dynamischer Klimakontrolle im Handel wird deshalb von Schoeller unterstützt. Mit Verkaufsschulungen und detaillierten Unterlagen. Mit PoS-Materialien und Coop-Promotionen.

Wenn Herstellung, Konfektion und Verkauf gut aufeinander abgestimmt sind, steht der Kundenzufriedenheit nichts mehr im Wege. Temperatenausgleich und Mikrokapseltechnologie werden zum alltäglichen Nutzen.

Die Markteinführung darf als grosser Erfolg gewertet werden. Und die Zukunftsaussichten werden als äusserst positiv bewertet, zeigen doch alle massgebenden europäischen und amerikanischen Konfektionäre ihr gesteigertes Interesse an schoeller® ComforTemp®-Erzeugnissen und im Herbst 2000 werden folgende Konfektionäre mit derartiger Bekleidung im

Fachhandel vertreten sein: Brunch, Calamar, Corneliani, Gollas, Daniel Hechter, Elite Moden, Gil Bret, John Slim, Lukas Stein, Marc Cain Sports, OD by Odermark, Otto Kern, Pierre Cardin Sportswear, Ravens, Roy Robson, Schneiders, Steiner Swiss, Wellington of Bilmore und Windsor.

Ein informativer und anschaulicher Film vervollständigte die Ausführungen von Dagmar Signer. Die mitgebrachten schoeller®-ComforTemp®-Handschuhe durfte jeder Teilnehmer im Vergleich mit herkömmlichen Handschuhen selbst testen und so den Temperatenausgleich

«life» erleben. Ein «intelligenter» SVT-Kurs fand in einer interessanten und regen Diskussion einen würdigen Abschluss. *RW*

Der Vorstand der SVT begrüsst folgende neue Mitglieder

Augusti-Jane Montserrat, 6304 Zug
Butto Moreno, 8636 Wald
Ege Anita, 8635 Oberdürnten
Fritsche Lucia, 8353 Elgg

SVT-Weiterbildungskurse 2000

10 Tage nach IMB 2000 Internationale Messe für Bekleidungsmaschinen

Leitung: Stefan Gertsch
 Ort: **STF Zürich**
 Wasserwerkstrasse 119
 8037 Zürich
 01 / 360 41 51
 Tag: **Dienstag, 13. Juni 2000**
 17.00 bis ca. 19.30 Uhr
 Programm: **IMB 2000 –
der Branchentreff**
 Die IMB, die Internationale
 Messe für Bekleidungs-
 maschinen und Textilver-
 arbeitung, feiert im neuen
 Jahrtausend einen runden
 Geburtstag. Zum zehnten Mal
 treffen internationale Ausstel-
 ler und Besucher in Köln
 zum wichtigsten Ereignis der
 Branche zusammen. Doch
 nicht alle Interessierte haben
 die Gelegenheit, nach Köln zu
 reisen um sich vor Ort zu
 orientieren. Deshalb gibt es
 den Kurs 10 Tage nach IMB,
 welcher Sie und Ihre Mit-
 arbeiter/innen kompetent
 und kompakt über die Neue-
 rungen informiert.
 Referenten: 17.00–17.45 Uhr
Herr Kurt Zihlmann,
 STF Zürich
 – CAD/Zuschnitt

17.50–18.35 Uhr
Herr Walter Herrmann,
 STF Zürich
 – Näherei
 18.40–19.20 Uhr
Herr Stefan Gertsch,
 Gertsch Consulting Zofingen
 – EDV, Internet, Logistik,
 Transport und
 Dienstleistungen
 Kursgeld: Mitglieder CHF 120.–
 Nichtmitglieder CHF 150.–
 Lehrlinge/
 Studenten CHF 10.–
 Zielpublikum: Bekleidungstechniker,
 Geschäftsführer, Betriebsleiter,
 Gruppenleiter, Lehrlinge in
 der Bekleidungsindustrie,
 Lehrbeauftragte usw.

Anmeldeschluss: 26. Mai 2000

ÖKO-Bilanz Produktionsökologie: Vom Rohstoff bis zum Fertigprodukt

Leitung: Brigitte Moser
 Ort: EMPA, Eidg. Material-
 prüfungs- und
 Forschungsanstalt
 Lerchenfeldstrasse 2
 9014 St. Gallen
 Tag: **Dienstag, 27. Juni 2000**
 14.00 bis ca. 18.00 Uhr

Referenten: **Frau Petra Kralicek,**
 EMPA, St. Gallen
 ↳ Was ist eigentlich eine
 Textil-Öko-Bilanz, Probleme
 und Resultate in Bezug
 auf Textilien, gesetzl.
 Bestimmungen
Herr Alfred Steger,
 Calida AG, Wäschefabrik,
 Sursee
 ↳ Unternehmens-Ökologie /
 Öko-Tex 100
Herr Peter Trefzer,
 Migros-Genossenschafts-
 Bund, Koordinator Marketing
 Bekleidung, Zürich und
Herr Willi Beuth, Institut
 für angewandte Ökologie,
 Köln
 ↳ Erfassung aller ökolo-
 gisch relevanter Daten
 eines Produktes bis zum End-
 produkt
Herr Ernst Hippenmeyer,
 Textilverband Schweiz, Zürich
 ↳ Ein kritischer Blick auf
 die Praxis
 Kursgeld: Mitglieder 150.–
 Nichtmitglieder CHF 190.–
 Zielpublikum: Fachleute aus den Bereichen
 Produktion, Einkauf und Ver-
 kauf, ökologisch interessierte
 Textiler, Handarbeitslehrer/-
 innen und Lehrbeauftragte
Anmeldeschluss: 19. Juni 2000

Pressemitteilung April 2000

Die Bedeutung von SL-Bänder für die Modewelt

Weichheit, Individualität und Formstabilität sind in der heutigen Modewelt von großer Bedeutung. In einem Kleidungsstück möchte man sich wohl fühlen, und es soll auch nach der ersten Wäsche die Qualität vom ersten Tag aufweisen. Man möchte die eigene Persönlichkeit unterstreichen und sich von anderen abheben. Auf den ersten Blick scheinen diese Anforderungen unvereinbar zu sein. Dennoch wird das Kaufverhalten der Kunden durch all diese Kriterien beeinflusst.

Einlagen können erheblich dazu beitragen, die Einheit von Form, Individualität und Weichheit zu erzielen. Für bestimmte Kleidungsstücke oder Anwendungsbereiche sind

spezifische Produkte erforderlich. Sie sorgen beim Kleidungs-träger für mehr Komfort und vereinfacht zudem den Ablauf der Produktion des Kleidungsstücks. Diese Vereinfachung steigert in gleichem Maße eine rationelle Fertigung und die Qualität.

Vilene SL-Bänder wurden speziell für diese Anforderungen entwickelt. Das Freudenberg - Sortiment von Bändern, Stanzbändern und Stanzlingen unterstützt das Kleidungsstück. Die Weichheit wird beibehalten und gleichzeitig die Formstabilität gesichert, ohne zu blockieren.

Für Ärmel-, Rock- und Hosensäume, Halsausschnitte, Bünde, Armlöcher, Kanten und vie-

les mehr gibt es Lösungen, die der gewünschten Qualität des Kunden entsprechen und sich ideal in die Produktion eingliedern lassen.

So stehen dem Bekleidungshersteller hunderte Variationen von SL-Bändern zur Auswahl. Die Freudenberg-Berater unterstützen den Kunden dabei die für ihn ideale Lösung zu finden.

Auf der IMB in Köln stellt Freudenberg unterschiedliche SL-Produkte bei Herstellern von Maschinen und Fixiermaschinen mit praktischen Anwendungsbeispielen vor.

Freudenberg Vliesstoffe KG
Interlining Division
69465 Weinheim / Germany
Kontakt: Marie-Odile Moya
Abteilung Int. Marketing
marieodile.moya@freudenberg.de
Telefon 06201/80-6848
Telefax 06201/88-6848

Designers' Saturday 2000

Am 4. und 5. November 2000 findet in Langenthal der 8. Designers' Saturday statt. An dieser seit 1987 zum ersten Mal initiierten und weit über die Landesgrenzen hinaus anerkannten Designplattform nehmen 32 etablierte Firmen aus dem In- und Ausland teil. Unter dem Motto «Einstellung Darstellung – Ausstellung zum Werkstück und Werkplatz» stellen die Unternehmungen ihre Produkte, Prototypen und Ideen in den Bereichen Möbel, Licht und Lampen, Textilien, Teppiche und Sanitärtechnik vor. Die Ausstellung findet in den Produktionsstätten der Langenthaler Gründerfirmen statt und gewährt am Samstag, den 4. November, dem Fachpublikum und am Sonntag, den 5. November 2000, dem designinteressierten Publikum einen interessanten Blick hinter die Kulissen.

Die ansprechende Ausstellung von Design ist ein, wenn nicht das zentrale Anliegen des Designers' Saturdays. Die diesjährigen teilnehmenden Firmen erhielten deshalb an der ersten Informationsveranstaltung im März einen Einblick davon, welche Ausstellungsformen der Designers' Saturday als Anspruch erhebt.

Design ausstellen heisst Design aussetzen

Claude Lichtenstein, Gastreferent und Konservator des Museums für Gestaltung, Zürich, betonte in seinem Referat dann auch die animative Aufgabe von Design-Ausstellungen. Nicht die autistische Selbstbeschäftigung, sondern die Fähigkeit, Produkte in einen Gesamtzusammen-

hang zu stellen und von aussen neu zu betrachten, müsse das angestrebte Ziel jeglicher Darstellung sein. «Design ausstellen ist mehr als Design vorstellen. Design auslegen ist Design dem Interesse aussetzen», so fasst Claude Lichtenstein seine Ausführungen abschliessend



zusammen. Welche Haltung und Einstellung die diesjährigen Teilnehmer gegenüber ihrem Designanspruch pflegen, wird am 4. und 5. November in Langenthal sichtbar werden.

Veranstaltungshinweis Designers' Saturday 2000

**Samstag, 4. November 2000,
for professionals only,
09.00 Uhr bis 18.30 Uhr, Eintrittskarten zu bestellen im Design Center mit Designers' Saturday Night ab 18.00 Uhr**
**Sonntag, 5. November 2000,
für das designinteressierte Publikum
10.00 Uhr bis 18.00 Uhr, Eintritt pro Person CHF 10.– (Kinder bis 16 Jahren gratis), ab Anfang Oktober zu beziehen im Design Center**

«mittex» Online

**Alle Fachartikel und
Informationen
auf Ihrem Bildschirm.**

**Lesen und sich
informieren.**

www.mittex.ch

Triumphierend die Spitzen auf den Globus gesetzt

Treffsicher landete die Spitze, mit der die Firma Spiesshofer & Braun im Jahre 1886 in Heubach, Württemberg, ihren «Triumph»-Zug startete, in Korsetterien und das von einer Scheune aus.

Seit der Zeit wurde mit neuen durchsichtigen Materialien, wie gesponnenes Glas und Zelluloid und Beschichtungen herumexperimentiert.

1896 wurde der Name «Triumph» zur Marke stabilisiert. Anfang des neuen Jahrhunderts gab es nun die erste Revolution. Die Frauen wurden von den Fischbeinen befreit. Nun gab es von der Firma die ersten Hüftgürtel.

Die Schweiz hatte es nun der Firma angetan und in Zuzach wurde der Hauptsitz stabilisiert und ist es bis heute geblieben. Von hier wurde das weltweite Netz gebildet und die wirtschaftlichen als auch die kreativen Fäden gezogen. Schon jetzt waren sie in Europa die Nummer eins in der Korsetterie.

Konfektionierte Innovationen

Dann kam 1942 endlich der Durchbruch. Howard Hughes erfand für die Schauspielerin Jane Russel den BH und kurze Zeit später Louis Réard den Bikini.

Triumph sorgte ab nun dafür, dass diese Innovationen für alle Frauen zugänglich wurden und formten sie weiter, insbesondere durch Lycra in ein anschmiegsames Modell. Und dies wurde direkt in viele Länder vertrieben. Frauen in Belgien, Grossbritannien, Schweden, Italien, Finnland, Norwegen, Dänemark, Österreich und in den Niederlanden konnten sich an den bequemen Entwicklungen erfreuen.

In den Sechzigern ging es dann weiter mit der Expansion. Neben Spanien, Griechenland, Frankreich und Portugal wurde nun der östliche Markt erobert. Triumph war hier eine der ersten Firmen, die ein spezielles Design- und Grössenkonzept für diesen Markt entwickelte.

In den Siebzigern kamen dann weitere Innovationen in Form von Bademoden und Lingerie, welche mit den neuesten technischen Entwicklungen verwirklicht wurden. Dazu wurde Anfang der Siebzigerjahre in Wien-Neustadt in Österreich, wie schon in Heubach und Hongkong, ein Technologiezentrum errichtet.

Des weiteren kamen Beteiligungen und Lizenzvergaben in Brasilien sowie in Australien und Südamerika hinzu.

Endlich das starke Geschlecht berücksichtigt

In den Achtzigern kamen dann endlich die Männer zum Zuge – mit der Kollektion HOM, die als erstes mit in Kolumbien und Argentinien platziert wurde.

Interessant ist weiter, dass die Produkte von Triumph international nicht nur den körperlichen Produkten entsprechen, sondern dass sie auch von der ökologischen Seite optimiert und zum Beispiel biologisch abbaubar oder recycelbar sind.

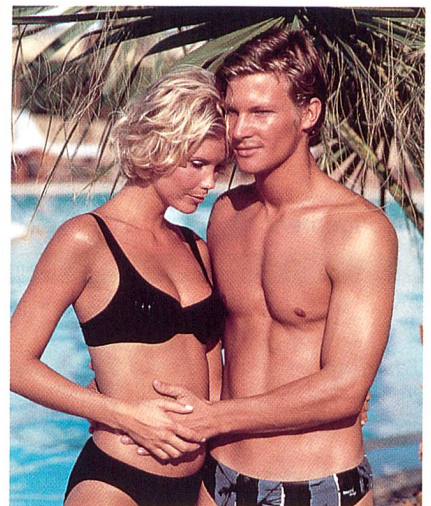
In den letzten zehn Jahren nun wurden die verschiedenen Marken in jedem nur erdenklichen Land der Erde positioniert.

Und deren sind es einige. So werden unter dem Segment «Fashion» die feine Dessous-Serie «Amourette» mit viel raffinierter Spitze und aktuellen Modifarben angeboten, vervollständigt mit den preiswerteren «Lillyets» und den «Bijou».

Push Up's – Das Segment «Form & Beauty» steht für mehr klassische, modisch funktionelle Unterwäsche, das Sport-BH-Sortiment «tri-action» bietet absolute Spitzentechnik in verschiedenen Funktionsstufen und das Trikotagen-Programm «Be-Happy» verspricht Bequemlichkeit. Daneben steht die Mamabel-Kollektion mit funktioneller aber attraktiver Umstandswäsche. Des weiteren existiert eine komplette Kollektion von soft-BH's mit den Serien wie «Super Soft», «Soft Secret», «Soft Sense» und «Simply Soft», wobei letzteres der erste patentierte BH ganz ohne Nähte ist, welcher sich exakt durch die Körperwärme der Trägerin deren Figur anpasst. Breit gefächert ist ebenfalls das Homewear-Angebot sowie die Palette der Nachtwäsche.

Sehr modisch und avantgardistisch präsentieren sich die Bademoden-Kollektionen sowie die Herrenmarke HOM mit der gesamten Produktpalette.

Wichtig sind des weiteren die exklusive Wäschemarke «Valisere» mit besonders wertvollen Dessous sowie die spezielle Slip-Marke Sloggi für Damen und für Herren.



Satte Gewinne

Wirtschaftlich steht der Konzern gesund da. Im vergangenen Geschäftsjahr belief sich der Gesamtumsatz international auf 2,4 Mrd. Schweizer Franken (im Vorjahr 2,24 Mrd. Franken). Der grösste Umsatz pro Land wird nach wie vor in Deutschland mit 400 Mio. CHF erzielt. In der Übersee Gruppe (Ferner Osten, Südamerika) wurde jedoch der stärkste Wachstum mit 12,3% auf 1,2 Mrd. CHF erzielt. Der schweizerische Gesamtumsatz stieg um rund 2% gegenüber dem Vorjahr. Interessanterweise stieg der Umsatz mit den Markenprodukten, wobei das Geschäft mit Eigenmarken für Grosskunden hinter den Erwartungen zurückblieb. Ein Grossteil der Investitionen von 52,7 Mio. Franken wurden in Fertigungs-, Lager-, Versand-, und Informatikbereichen getätigt. Insgesamt beschäftigt Triumph 35 634 Mitarbeiter, zusätzlich mehrerer tausend Produktionsmitarbeiter.

So sind die reizvollen Kreationen für verführerische Momente auch in Zukunft über den ganzen Globus gesichert. *Martina Reims*

English Text

Latest news	avantex – a New Fair With special Aims	3
Weaving	Shadow Velours weaving and its pattern possibilities Major Savings in time and material Reduce operating costs and any wastage The reluctant champion Terry Fabrics – Lighter, Fast Dry and Environmental Friendly .14	4 8 12
Textile Testing	Measurement of the Active Barrier Function of Phase Change Materials in Textiles	15
IMB 2000	IMB 2000 – the World-wide Largest Fair for Garment Making Machines New by VEIT ZSK Shows an Innovative Way for Higher Customer Value	17 19 20
Management	The Use of Value Adding Potentials by Means of Dynamic Simulation Manger Talks Distribution and Industry	21 23
Fashion	2 nd Fashion Day in Zurich Kind + Jugend in Cologne	24 25
Fairs	Strico on Texcare International Texcare International Techtextil North America in Atlanta	25 26 26
Economy	Textile Activity Gaining Momentum in Europe	27
Conferences	Burnability of Textiles 6 th Greizer Textile Conference 39 th Chemical Fibre Conference in Dornbirn World Congress Polypropylene in Textiles	27 29 29 29
Book Shelf	Textile Testing in Textile and Clothing Industry Directory of German Manufacturers of Technical Textiles for the Automotive Industry	30 31
News in Brief	Generation Change and Production Move Joint-Venture for schoeller-ComforTemp FIZ concentrates Special Knowledge on CDs	31 32 33
Personal	Erwin Pfarrwaller (1911–1993) – Father of the Projectile Weaving Machine	33
SVT-Forum	A new Material – a Revolution for the Clothing Sector New Courses New Members	34 35 35

Impressum

Organ der Schweizerischen Vereinigung von Textilfachleuten (SVT) Zürich

107. Jahrgang
Wasserwerkstrasse 119, 8037 Zürich
Tel. 01 - 362 06 68
Fax 01 - 360 41 50
E-Mail: svt@mittex.ch
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»: redaktion@mittex.ch
Postfach 355
Ebnaterstrasse 5, CH-9630 Wattwil
Tel. 0041 71 988 30 31
Fax 0041 71 985 00 34

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

Inserate «mittex»: inserate@mittex.ch
Regula Buff, Mattenstrasse 4
4900 Langenthal
Tel. 062 - 922 75 61, Fax 062 - 922 84 05
Inseratenschluss: 20. des Vormonats

Druck Satz Litho

Sticher Printing AG, Reusseggstrasse 9,
6002 Luzern
E-Mail: printing@sticher.ch