

01
21

textilrevue

100

**EIN JAHRHUNDERT
TEXTILREVUE**

Auftakt ins Jubiläumsjahr

**ORDERPREVIEW HERBST/
WINTER 2021/22**

Erste Bilder und Tendenzen der
Womens-, Mens- und Bodywear

WEITERMACHEN

Transformation oder Disruption?
Was bringt 2021?

04. JANUAR 2021
CHF 19.80



9 770040 486003 01

1921 –
1930

100

100 JAHRE
10 DEKADEN
10 AUSGABEN

EMANZIPATION UND AUFBRUCH
TEXTILE HÄPPCHEN
DER 1920ER-JAHRE

STICKEREI UND BUBIKOPF
KOLUMNE VON STEFAN KELLER

SPORT, MODE UND MEDIZIN
KÜNZLI SWISSSCHUH AG

ZWISCHEN DEN ZEILEN
AUSZÜGE AUS HISTORISCHEN
TEXTILREVUE-AUSGABEN

LOOK DER DEKADE
YANNIK ZAMBONI
STF: «GARÇONNE»

DAS WORT ZUM SCHLUSS



EMANZIPATION UND AUFBRUCH TEXTILE HÄPPCHEN DER 1920ER-JAHRE

(Text) Noémie Schwaller

Die Dekade nach dem Ersten Weltkrieg ist geprägt vom amerikanischen Einfluss, dem Beginn der ersten Emanzipation der Frauen und dem Niedergang der Stickerei-Industrie.

Die Goldenen Zwanzigerjahre, die sich bis zum Börsenkrach 1929 erstreckten, wurden von einem Milieu-Bruch der Jugend und der Kunstwelt markiert. Der neue amerikanische Einfluss, der das Kriegsende mit sich brachte, veränderte das Verlangen nach und Freizeitaktivitäten an sich. Insbesondere die Jungen wollten die Schrecken des Kriegs vergessen und sich in modernen Klubs amüsieren. Die Männer fanden eine neue Eleganz, trugen Nadelstreifen-Anzüge, Budapest, den Hut über dem gegelten Haar, den Gürtel um die Taille und unterschieden sich durch die Wahl des Kragens. «Cocktails ersetzten die Tasse Tee, Dancings wurden geschätzt, Hi-Hat/Charleston, Foxtrott und Black Bottom importiert und neue Kleidung getragen. Geblieben ist das Bild von jungen Mädchen, die in kurzen, fransenbesetzten, bestickten oder transparenten Lamée-Shiftkleidern strahlend zu modischen Rhythmen tanzen.»

Der klaren Linie wurde eine extravagante Stofflichkeit entgegengesetzt: mit Pailletten, Fransen und Federn reich geschmückte Materialien. Die Emanzipation der Frauen durch Kleidung, Make-up und Frisur nahm ihren Lauf, begünstigt durch den Ersten Weltkrieg, da die Frauen nicht zuletzt aufgrund des Männermangels arbeiten mussten. Der untere Knie gekürzte Rock und asymmetrische Schnitte waren nicht die einzige Provokation. Das einengende Korsett wurde abgelegt, nach Stilvorbild Marlene Dietrich Hosen angezogen, der Pagenschnitt gewagt, die Taille begradigt, manchmal eine Zigarette geraucht: Die Frau befreite

sich modisch. Diese neue Ausgelassenheit fand sich vor allem in den Städten und stiess nicht immer auf Gefallen. Die Frisur der modernen Garçonne liess gewisse Männer Frauen und Töchter einsperren, dass sie sich nicht kurzhaarig auf der Strasse blicken liessen, andere brachten dem verantwortlichen Coiffure gleich den Tod.

Der Siegeszug leichter Kunstfasern wie Rayon und Viskose hatte begonnen, nun auch die Unterwäsche einem ständigen modischen Wechsel zu unterziehen. Man steckte im Übergang von der Massschneiderei zur Masskonfektion bis zur industriellen Fertigung von Bekleidung. Der Baumwoll-Grosshandelspreis lag bei 250 Franken und der Bundesrat verfügte aufgrund seiner ausserordentlichen Vollmachten 1917-22 für die Stickerei einen Mindestlohnsatz. Als beständigste Lohn Differenz erwies sich jene zwischen den Geschlechtern. Bereits die spärlichen Daten aus der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts zeigen, dass beispielsweise in der Baumwollspinnerei die Frauen ein Drittel weniger verdienten als männliche Hilfsarbeiter. Der Frauenanteil aber betrug 1929 in den Textilfabriken 65,3 Prozent, 1923 in der Hutgeflechtindustrie 70 Prozent. Wie im übrigen Europa handelt es sich bei der Textilindustrie auch in der Schweiz um den ältesten Industriezweig, wobei sie sich auf die Nordwestschweiz mit Zentrum Basel und auf die Ostschweiz im Dreieck zwischen Zürich, Glarus und St.Gallen mit Ausläufern in den Aargau und Thurgau konzentrierte. Nach 1929 übernahmen die Maschinen- und die Chemische Industrie die Führungsrolle.

Quellen

Les Éditions Textuel, Histoire des Modes et du Vêtement, 2018; Verein für wirtschaftshistorische Studien, 2019; Historisches Lexikon der Schweiz HLS



Très Parisien, 1925, No. 7, Pl. 1: Création J. Suzanne Talbot - Les Hales, G-P. Jourmard

1921

Der Detailhandel Fachschrift

Gründung der textilrevue, damals zweiwöchentlich unter dem Titel «Der Detailhandel – Fachschrift für die Konfektions- und Wäschebranche, Manufakturwaren, Woll- und Weisswaren, Mercerie, Passementerie, Quincaillerie, Hüte, Stöcke, Schirme, Sportartikel etc.». Druckerei und Verlag befinden sich in Zürich.

Beim Modewechsel 1920-21 verlieren Zehntausende ihre Arbeit, und Tausende von Stickmaschinen werden verschrottet.



Die Schweizer Baumwolldruckerei Hohlenstein imitiert die Batiktechnik, da ihre Stoffe für den Export nach Westafrika bestimmt sind. (Bild: Umschlag- oder Wickeltuch, 1910 - 1929. Hohlenstein Baumwolldruckerei (1859 - 1974). Sammlung Textilmuseum St. Gallen. Jakob Ineichen)



LÉON FOGAL GRÜNDET DIE FIRMA FOGAL UND ERÖFFNET ZWEI JAHRE SPÄTER AM ZÜRCHER LIMMATQUAI EIN ERSTES STRUMPFGESCHÄFT. AB 1938 WIRD FOGAL ZUM ERSTEN SCHWEIZER IMPORTEUR FÜR NYLONSTRÜMPFE. 2015 WIRD DIE SCHWEIZER STRUMPFMARKE VOM BADEMODENHERSTELLER LAHCO ÜBERNOMMEN.



Vor hundert Jahren eröffnete Hans Nabholz in Schönenwerd eine kleine Textilfabrik. Das Nabholz-Logo, eine doppelte Lilie, entlehnen die Macher in den 1950er-Jahren dem Ortswappen von Schönenwerd.



In Florenz gründet der Sattlermeister Guccio Gucci eine kleine Sattlerwerkstatt für Lederwaren und Gepäck. Es folgen diverse Filialen, 1947 lancieren die Italiener – eigentlich aus Ressourcenknappheit – eine Handtasche mit Bambusgriff, der Grundstein für die heutige «Bamboo Bag».

1922



AM 29. MAI STIRBT DER ERSTE TEXTILREVUE-INHABER PLACIDUS JUCHLI (GEB. 1. SEPTEMBER 1858).



Akris

Alice Kriemler (Grossmutter der heutigen Chefs Peter und Albert Kriemler) näht in St. Gallen Schürzen und legt den Grundstein für die Firma namens Akris, ein Kürzel für Alice Kriemler Schoch. Heute ist neben der Ready-to-Wear-Linie die «AI»-Bag das Iconic Piece des international tätigen Luxuslabels. Der Firmensitz ist noch immer in St.Gallen.

Adrian Schild erwirbt die Volkstuch AG, ein in der Kleiderfabrikation tätiges Unternehmen mit eigenen Verkaufsfilialen, als Tuch AG (ab 1972 Schild AG). Im Oktober 2013 wird die Schild AG an Globus verkauft, im Mai 2017 gibt dieser seine Einmarkenstrategie bekannt, wodurch alle Schild-Flächen in Globus-Flächen übergehen.

Dr. Lahmann erteilt der Strick- und Wirkwarenfabrik Lahco AG in Baden das Recht, seine Unterkleidung anzufertigen.

Karl Vögele eröffnet in Uznach eine Schuhmacherwerkstatt, und betreibt ab 1955 Schuhversandhandel. Bis 2018 war die 1960 durch den Eintritt des Sohns Max Vögele gegründete Karl Vögele AG ein reines Familienunternehmen, dann erwirbt die polnische Handelsgruppe CCC die Mehrheit am Schweizer Unternehmen.

VOR HUNDERT JAHREN RICHTETE HEINRICH WOLF IN ZÜRICH AUF DEM MÜNSTERHOF EINE SATTLEREI EIN; SPÄTER «LEDER-LOCHER & CIE».

Die Entdeckung des Grabes des Pharaonenkönigs Tutankhamun lässt exotisch-orientalischen Eklektizismus auf Abendgarderoben überwiegen.

1923

Der Detailhandel (später Textil-Revue und textilrevue) berichtet über eine langsame Wiederbelebung in der deutschen Konfektion, Einfuhrverbote und Leistungsfähigkeit der schweizerischen Industrie, die Pelzmode im Winter 1923 und fragt, «Wie weit kann Indien die Weltbaumwollsituation erleichtern?» sowie «Neue Modegunst für die Metz-Stickerei in Sicht?».

Grieder in Genf



ADOLPHE BRAUNSCHWIG FEIERT DAS 10-JÄHRIGE SEINER ERSTEN FILIALE AUSSERHALB GENFS, 1903 IN LAUSANNE ERÖFFNET, DESSEN POPULATION IN EINER DEKADE UM 50 PROZENT GESTIEGEN WAR. DIE ZWEIGNIEDERLASSUNG WIRD «LA MÉNAGÈRE» GENANNT, DA DER NAME «BON GÉNIE» IN DER WAADTLÄNDISCHEN HAUPTSTADT SCHON VERGEBEN IST.



Vorhang (Muster), 1900 – 1920. Hersteller unbekannt. Sammlung Textilmuseum St. Gallen.

Am 9. November schreibt das demokratische Blatt «Glarner Nachrichten», der liberale Fabrikant Fritz Jenny des Familienbetriebs Fritz+Caspar Jenny in Ziegelbrücke habe «durch die Erkenntnis staatlicher Notwendigkeiten und ein volles Erfassen der sozialen Gesetze seine Parteigenossen um Haupteslänge» überragt. Durch seine Reisen nach England und Amerika löste er seinen engen Blick auf die Heimat. So betrieb er eine fortschrittliche Lohnpolitik und richtete eine Alters- und Pensionskasse für seine Arbeitenden ein. Ende August 2020 muss Jenny Fabrics nach 186 Jahren aufgrund der wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie seine Tore definitiv schliessen.

1924

Textil-Revue Revue-Textile

Helveticum-Zeitschrift für die Textil-Industrie / Revue bi-mensuelle pour l'industrie textile

AM 22. JULI ERFOLGT DIE UMBENENNUNG DES «DER DETAILHANDEL» ZU «TEXTIL-REVUE/REVUE-TEXTILE», DIE AB SOFORT ZWEISPRACHIG ERSCHEINT.

Die Textil-Revue berichtet aus dem amerikanischen Detailhandel, über die eidgenössische Gesetzgebung, über Detailreisen und Hausieren, Rabatt-Gewährung und den Internationalen Mittelstandskongress, «Textildetaillisten gegen Tuchgrossisten», erteilt gratis Rechtsauskünfte für Abonnenten und fragt: «Wie entsteht eine neue Mode?»



Paris Mode, ca.1924, Supplément No. 196, Pl. 884, Fig. 6123, 6124, 6125; Suzanne Francois (...), anonymous.

1924 wird Madame Lanvin für ihre Verdienste im Modebereich zum Ritter der Ehrenlegion ernannt. Im gleichen Jahr lanciert sie «Lanvin Sport» mit bequemerer Freizeit-Kleidung sowie «Lanvin Parfums».

1925



Die Textil-Revue berichtet über das moderne Schaufenster, «Reklame ist für den Detaillisten gar nicht so teuer!», Ideen zur Weihnachtsreklame und fragt: «Was bietet die Zürcher Engros-Verkaufs-Woche den Detaillisten?»

Am 23. Juni wird das Jahresabonnement der Textil-Revue auf 6 Franken festgesetzt.

Der Papst verbietet das Tragen der neuen gekürzten Kleider, in den Vereinigten Staaten drohen Frauen Geldstrafen, die Moralapostel drehen durch. Die Mode des kurzen Rocks ist dennoch nicht aufzuhalten.

Mitte der 1920er-Jahre können Frauen sich im kompletten Jean-Patou-Look einkleiden. Auch seine elegante Bademode wird zum Kassenschlager.



Weisbrod Zürcher aus Hausen am Albis feiert das 100-Jahr-Jubiläum: 1825 beteiligte sich der 22-jährige Hans-Jakob Zürcher an der Seiden- und Tuchhandlung seines Paten Mathias Hägi von Heisch und legte damit den Grundstein zur Firma Jakob Zürcher. Heute werden die Stoffe mehrheitlich in Italien gewoben oder eingekauft.

1926



Die Textil-Revue berichtet über Psychologisches von der Schaufensterreklame.

Coco Chanel entwirft den «Little Black Dress». Es handelt sich um eine wadenlange, schlichte schwarze Crèpe de Chine, die als «Kutte, die die ganze Welt tragen würde» bezeichnet wird. Seitdem findet sich dieser Stil in jeder Frauengarderobe.

«Frauen denken an alle Farben ausser an das Fehlen von Farbe. Ich habe gesagt, dass Schwarz alles hat. Weiss auch. Ihre Schönheit ist absolut. Es ist die perfekte Harmonie.»
Coco Chanel



Schminktaste von Lacloue Frères, ca. 1926. Victoria and Albert Museum, London

Gottfried Spiesshofer und Michael Braun in Zurzach eröffnen eine Filiale in ihrer 40 Jahre zuvor in Heubach (Württemberg) gegründeten Miederfabrik (ab 1902 Triumph); sie wird später Finanzzentrale des Konzerns.

**MEINE TOCHTER
IST DIE KASSE MEINES
GESCHÄFTES**

*Was tut Ihre Tochter und wen liebt sie?
Eine Rundfrage von Marcell Lyon*

Ich habe verschiedenen Fachgenossen die Frage vorgelegt, ob ihre Tochter sich für das Geschäft des Vaters interessiert oder nicht, und ob die Wahl eines Gatten auf «geschäftliche Motive» zurückzuführen sei. Damit bekommt das alte Thema «Die Tochter des Geschäftsinhabers» einmal ein neues Gesicht und fachliches Kolorit. Selbstverständlich dürfte es ausgeschlossen sein, dass die Antworten, die auf die Rundfrage eingingen, alle Sonderverhältnisse erschöpfen. Aus den sich dem Sinn nach oft wiederholenden Antworten wurden nur diejenigen ausgesucht, die je für eine «Gruppe» sprechen und als markant bezeichnet werden können. Vielfach ist auch dann, wenn mehrere Töchter in Frage stehen, nur von einer Tochter die Rede, da es eben gerade auf die Eigenart dieser Tochter ankommt und die ganze Familiengeschichte zu weit ablenken würde. Für heute folgen die charakteristischsten Antworten ohne Kommentar. Ich behalte es mir vor, die Schlussfolgerungen noch in einem besonderen Bericht zusammenzufassen.

Der Mitinhaber eines Warenhauses erklärte mir: «Meine Tochter studiert Musik, da sie sehr musikalisch und künstlerisch sehr interessiert ist. Sie zählt erst 18 Jahre, doch kann ich annehmen, dass sie sich eines Tages mit einem prominenten Künstler verloben wird. Das Kaufmannsleben ist ihr viel zu «nüchtern». Dem geschäftlichen Leben bringt sie kein Interesse entgegen.» (...)

Die Inhaberin eines Modesalons in der Provinz schilderte ihre Tochter folgendermassen: «Es ist vielleicht das Unglück unserer heutigen Zeit, dass die jungen Mädchen immer mehr danach drängen, einen Beruf zu ergreifen, resp. ihre Bildung mit akademischem Studium abzuschliessen. Meine Tochter «muss selbstverständlich» studieren. Dadurch ist sie mir sehr entfremdet; sie wohnt in der Universitätsstadt, wo sie sich wahrscheinlich auch verheiraten wird. Sie wünscht, dass ich mich einmal zur Ruhe setze und das Geschäft verkaufe.» (...)

Als Beispiel für die im Geschäft nicht ausgehenden Töchter hier noch zum Schluss die Angaben des Inhabers eines Strumpf- und Handschuhgeschäftes: «Wenn ich heute heiraten und eine Tochter bekommen würde, so würde ich meine Tochter so beeinflussen – aus wahrer eigener Überzeugung heraus – dass sie für einen modernen Geschäftsbetrieb Interesse hegt. Aber meine Tochter hat als Kaufmannstochter eigentlich zu zeitig das Licht der Welt erblickt. Sie wurde in einer Zeit geboren, wo der Handel mit Strümpfen und Handschuhen nichts Besonderes war, und wir mussten damals noch allerlei Nebenartikel führen, um uns überhaupt über Wasser halten zu können. Eine so scharfe Spezialisierung, wie wir sie heute durchführen, galt damals als phantastisch, und Ladengestaltung und Geschäftsorganisation liessen nach üblicher Schablone – an heutigen Anschauungen gemessen – viel zu wünschen übrig. Ich wäre sehr beleidigt gewesen, hätte man mich einen Krämer genannt, aber heute gebe ich zu, dass ich damals nicht viel mehr war. In meinem Unterbewusstsein habe ich es vielleicht schon eher gespürt, denn ich hatte eine geradezu krankhafte Abneigung davon, meine Tochter in dieser Atmosphäre zu erziehen. Im Gegenteil bildete ich mir viel darauf ein, dass ich sie – obgleich sich die Eltern sehr einschränken mussten – aufs Lyzeum schicken konnte. Wir vermieden es, von geschäftlichen Dingen zu sprechen, wenn die Tochter dabei war, und lebten den Schwärmereien einer «höheren Tochter», die wir sowenig wie möglich an die Funktionen des Vaters erinnern wollten, denn oft genug erzählte das Kind, dass es in der Schule gehänselt wurde, weil der Vater Strümpfe verkaufe usw., während die anderen Väter doch etwas ganz anderes seien. So ist meine Tochter in eine Welt mit törichten Vorurteilen hineingewachsen, jeder Kaufmannsgeist ist ihr ängstlich vorenthalten worden, und ihre Erziehung war ganz auf ihre Lieblingsneigung, auf die Musik, abgestimmt. Dass sie nichts für das väterliche Geschäft übrig hat, ist mir sehr verständlich. Ich weiss nicht, woran es liegen mag, ob die Beseitigung des Vorurteils gegenüber der erwerbstätigen Frau

oder die heutige Ausbildung des Handels zur Handelswissenschaft, oder die Entwicklung des Verkaufs zur Verkaufskunst wesentliche Anteile daran hat, dass ich heute nichts besseres tun könnte, als eine Tochter für die kaufmännische Laufbahn vorzubereiten. Und ich bin dessen sicher, dass hunderte Mädchen höherer Stände meine Tochter jetzt darum beneiden würden, dass sie einmal ein so erstklassiges, neuzeitliches Spezialgeschäft übernehmen kann. Klingt das nicht wie der Wandel von Wolle zur Seide? Apropos: Meine Tochter ist mit einem Zahnarzt verheiratet gewesen und wird nun nach einem Jahr schon geschieden. Die Leute erlauben sich einen recht schlechten Scherz; sie sagen: «Der (Zahnarzt) hat ihr wahrscheinlich nur immer in den Mund gesehen: Hätte er mehr auf ihre Strümpfe gesehen, wäre sie der Materie gewachsen gewesen.» Aber was verstehen die Leute davon!» (...)

Die Inhaberin eines Kinderbekleidungsgeschäftes erklärte: «Meine Tochter ist oft die linke, oft auch die rechte Hand des Geschäftes; ist sie die linke, so bin ich die rechte, und ist sie die rechte, so bin ich die linke Hand des Geschäftes. In dieser Weise ergänzen wir uns gegenseitig und so haben wir uns das Leben praktisch eingerichtet, denn immer gesteigerteste Konzentration für das Geschäft zu verwenden, ist weder lebensbejahend noch zur Höchstleistung ermutigend. Vorläufig sind wir miteinander «verheiratet»; ein dritter im Bunde erschiene uns als Ablenkung.» (...)

Der Inhaber eines Manufakturwarengeschäftes in der Provinz sagte: «Sie wissen gar nicht, was die persönliche Fühlungnahme in der Provinz bedeutet. So ein Kind kann die ganze neue Generation in ein Geschäft einführen. Und da sie in diesem Berufe aufgewachsen ist, hat sie grosse Neigungen dazu. Besonders liegen ihr die Bureauarbeiten, doch sehe ich es lieber, dass sich meine Tochter im Laden betätigt, eben weil das «Fühlungnehmen» mehr Kapital für ein Geschäft bedeutet als Erledigung der jedem möglichen Schreibearbeit.» (...)

Kurz und bündig erklärt ein Korsett-Spezialist: «Meine Tochter ist die Kasse meines Geschäftes.» (...)

Zahlreich werden die Prinzipalstöchter

als Vertrauensperson, als Leiterin des Ateliers und sonstiger Werkstätten-Abteilungen gerühmt. Es fällt dabei diese Antwort des Inhabers eines Textilwarengeschäftes auf: «Meine Töchter sind gute Hausfrauen; als solche wurden sie schon, als sie noch kleiner waren, von der Mutter erzogen. Denn das Endziel der Frau bleibt es, Hausfrau zu werden, gleichviel, ob sie weiterhin berufstätig ist oder nicht (...)»

Den Abschluss soll eine Zuschrift bilden. Der Inhaber eines Gardinen- und (eigentlich eine nicht richtige Zusammenziehung!) Inneneinrichtungs-Geschäftes schrieb mir folgendes: «Meine Tochter ist seit 6 Jahren in meinem Geschäft tätig. Nun meine ich, sie müsse den Blick weiten, neue Ideen für die Entwicklung des Geschäftes sammeln und einmal in der Welt Umschau halten. Infolgedessen habe ich die verschiedenartigsten Anzeigen beantwortet und auch schon selbst inseriert, wobei ich es erstrebte, meine Tochter in einem Geschäft unterzubringen, d. h. an grösseren Plätzen. Aber alle Mühe war vergeblich, denn sie, die Tochter eines angesehenen Geschäftsmannes, hatte immer das Gefühl, als müsse sie sich zu sehr unterordnen, als solle sie Verkaufskräften gleichgestellt oder eine möglichst anspruchslose, d. h. billige Verkäuferin werden. Ich habe den Eindruck, als ob wirklich bedeutende Geschäfte selbst eine entlegene Konkurrenz in der Provinz fürchten und zur Mitausbildung der Prinzipalstöchter nicht neigen.»

**Nr. 16 | 8. Jahrgang | Zürich
17. April 1929**



**DAS MODERNE
GESCHÄFTSLEBEN SEI DER
TOD DES IDEALISMUS!**

*Mein Freund, der Einkäufer
Ein Interview von Dr. O. Bergmann*

«Sag einer, das moderne Geschäftsleben sei der Tod des Idealismus! Ich habe das auch lange geglaubt und einen Erfinder, der in der Dachkammer fror, einen lyrischen Dichter, der die Qual des Hungers besang,

dass einem der Magen knurrte, und einen Sänger, dem auf seine himmlische Stimme sogar der Betreibungsbeamte borgte, mit ähnlicher frommer Scheu betrachtet, wie der arabische Viehhändler seine tanzenden Derwische. Ich habe in dem besseren Teil meiner Seele erst recht dem Mammon geflucht, als ich dann sehen musste, wie der erste sein Patent verwertete und prompt dem dreifachen Weh des Weins, des Weibes und des Würfelspiels verfiel, wie der zweite als Reklamechef einer Seifenfirma im Auto bei mir vorfuhr und der dritte sich einem Mäzen zur Kurzweil verdingte und dessen Launen ertrug, wie ein Hofnarr Augusts des Starken. Heute glaube ich wieder an Idealismus; seit ich nämlich meinen Freund N.N. kenne, Einkäufer eines grossen Textilhauses. Wenn Idealismus darin besteht, eine Sache mit ganzer Hingebung um ihrer selbst willen zu tun, so ist mein Freund der reinste Idealist, den es geben kann, und ich untersage künftig allen Aussenseitern der Gesellschaft, diese Domäne für sich allein zu beanspruchen, nur weil sie nicht so viel Geld verdienen wie er.»

**Nr. 40 | 9. Jahrgang | Zürich
1. Oktober 1930**



ZUR ERINNERUNG

Personal der Firma Juchli & Beck

In unserer letzten Ausgabe hatten wir schon kurz die Trauerbotschaft von dem Ableben unseres Seniorchefs Herrn Carl Beck-Hefti verzeichnet. Vor 6 Jahren ist ihm der Gründer der Firma, Herr Placidus Juchli, im Tode vorangegangen und sei uns im Andenken an unsere beiden hochverehrten Chefs ein kurzer Rückblick gestattet.

Im Jahre 1885 kaufte Herr P. Juchli die Lithographieanstalt und Buchdruckerei von J. Alexander, Zürich, Trittligasse 20/22, welche er am gleichen Platz unter der Firma P. Juchli weiterbetrieb. 1892 trat Herr Carl Beck in das Geschäft als Teilhaber ein und gelang es der rastlosen, energischen Tätigkeit der beiden Herren bald, dem Geschäft eine immer grösser

werdende Ausdehnung zu geben. Als die Lokalitäten für den Betrieb zu klein geworden waren, wurde im Jahre 1896 das Haus Rennweg 38/40 erworben und das Geschäft dorthin verlegt. Eine weitere, bedeutende Vergrösserung erfolgte 1899 durch den Ankauf der Buchdruckerei von Cotti's Witwe. Der Betrieb umfasste jetzt ausser Lithographie und Akzidenzdruck, den Zeitungsdruck, sowohl im Lohn, als auch im eigenen Verlag. Wir erwähnen hier nur die bekanntesten Blätter, als «Schweiz. Submissionsanzeiger», «Schweiz. Maler- und Gipsermeisterzeitung», «Schweiz. Wirtezeitung», «Detailhandel» später «Textil-Revue» genannt und neuerdings «Schweiz. Automobilgewerbe». Wer Gelegenheit hatte, Einblick in das Geschäft zu nehmen, wird wissen, mit welcher Ausdauer und Zähigkeit die beiden Herren das vorgesteckte Ziel verfolgten. Trotz aller Strenge waren sie aber ihrem Personal gegenüber von väterlicher Güte und hat sich Niemand in Notfällen vergeblich an sie gewandt. Nur ein Beispiel soll ihre Herzengüte zeigen. Als im Weltkrieg das Blei derart hoch im Preise stand, dass eine Druckerei mit dem Verkauf alter Schriften sich nicht nur neues Schriftmaterial anschaffen, sondern auch noch einen grossen Gewinn erzielen konnte (infolge damaliger Valutaverhältnisse) liessen sich die Herren Juchli & Beck durch kein noch so hohes Angebot zum Verkauf ihrer alten Schriftbestände bewegen, da ihnen der Gedanke, dass damit Menschen getötet oder verstümmelt werden könnten, unerträglich war.

Das Verhältnis zwischen den beiden Teilhabern, welche 30 Jahre gemeinsam sorgten und strebten, war ein vorbildliches und wurde noch enger durch die Verehelichung von Fräulein M. Beck mit Herrn W. Juchli, seit 1922 Mitinhaber der Firma.

Wir alle wissen, in diesem Geschäft galt Treue um Treue und so soll es auch Fernhin bleiben.

Viel zu früh für uns alle, sind sie dahingegangen. Es bleibt nichts übrig, als der Dank derjenigen, die ihnen im Leben nahestanden.

**Nr. 40 | 9. Jahrgang | Zürich
1. Oktober 1930**

LOOK DER DEKADE YANNIK ZAMBONI «GARÇONNE»

Erster Look «Garçonne» von Yannik Zamboni, Alumni der STF Schweizerische Textilfachschule – seit 1881 Teil des textilen Netzwerks der Schweiz.

«In den 1920er-Jahren waren Frauen hauptsächlich zur Unterhaltung da. Sie schmissen den Haushalt, fungierten als Geburtsmaschinen und unterhielten die Männer mit Musik, Film und sexuell. Alles andere galt als unerhört. Die Garçonne liess sich das nicht gefallen», erklärt Yannik Zamboni die Inspiration zu seinem Look, mit dem er gesellschaftliche Normen und das binäre Geschlechter-System brechen möchte. «Es ist ein Aufruf, allen Formen von Gender Platz zu lassen, sie zu akzeptieren und wertzuschätzen. Die Gesellschaft ist verantwortlich für Veränderung. (Garçonne) soll feministische Menschen im Kampf für Gleichberechtigung aller Geschlechter in einer Gesellschaft vereinen, die nach wie vor patriarchal aufgebaut und gesteuert ist, und die das Patriarchat lehrt, normalisiert und zelebriert», so der Designer, der 2016 an der STF den Studiengang Fashion Specialist BP abgeschlossen hat. Nach einem Praktikum bei Feng Chen Wang in London und einem Bachelor of Arts in Modedesign an der FHNW Basel (März 2020) hat er letztes Jahr sein Label Maison Blanche gegründet. Seither ist Yannik «back to the roots» an der STF und nutzt als Incubator die Infrastruktur der Schule.

Für die Umsetzung wurden aus Nachhaltigkeitsgründen nur gebrauchte oder Vintage-Materialien verwendet; Lager- und Archivmaterial oder Restbestände. Zum Einsatz kam viel Wolle, ein Standardmaterial der 1920er-Jahre, insbesondere in der Winterbekleidung. Der multifunktionale Look ist von der Ski- und Bademode dieser Dekade inspiriert und besteht aus acht Teilen.



Konzept

100 Jahre; 10 Dekaden; 10 Schulen; 10 Looks. Die Geschichte der textilrevue ist auch die Geschichte der Schweizer Textilindustrie, deren Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden – und nicht zuletzt der Nachwuchsförderung: die der Schweizer Ausbildungsstätten. In Zusammenarbeit mit 10 Schweizer Talentschmieden schauen wir auf die Modetrends des letzten Jahrhunderts zurück und präsentieren die Neuinterpretation zukunftsgerichtet an Avatars – in 2D im Magazin und in 3D in Bewegtbild auf den digitalen Kanälen.

Die Schule

Die STF Schweizerische Textilfachschule steht für nachhaltige Bildungskompetenz rund um den gesamten Lebenszyklus von Textil-, Fashion- und Lifestyleprodukten. Sie bietet von der Grundbildung bis hin zum Master zahlreiche Aus- und Weiterbildungen an und positioniert sich mit dem «STF-LAB» als Bildungsdienstleisterin mit drei Businessfeldern. Im Gründerzentrum «Incubator & Makerspace» liegt der Fokus auf geteilter Infrastruktur und gegenseitiger Inspiration. Im «Think Tank & Consulting» wird die Schule zur Denkfabrik, Fachexperten können für Themenbereiche «gemietet» werden und bieten Management auf Zeit. stf.ch/maisonblanche.swiss

Design: Maison Blanche by Yannik Zamboni (Alumni der STF), im Auftrag der STF

Material und Infrastruktur: STF Schweizerische Textilfachschule

Assistent: Chris Cong Fässler

Nähhilfe: Timea Luana Panier

Siebdruck: Martin Schlegel TDS

Textildruckerei Arbon GmbH

Model: David Beer @scout-model

3D Scan & Clean-up:

My3Dworld GmbH

3D Motion Design: Niko Eriksson

Hintergrundbild: iStock/Belterz

Linke Seite

Bild: Flavio Leone

Assistenz: Chris Daeppen



«Kleidung hat viel wichtigere Aufgaben, als uns nur warm zu halten; sie verändert unseren Blick auf die Welt und den Blick der Welt auf uns.» Virginia Woolf