Ein umfassendes Angebot aller Sparten

Autor(en): **Schwald, Josef**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **- (1977)**

Heft 29

PDF erstellt am: **01.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-796045

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.

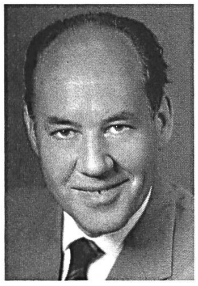
Haftungsausschluss

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Interview mit
Josef Schwald,
Initiant und
Verwaltungsrats-Präsident
des Textil & Mode
Centers Zürich



Ein umfassendes Angebot aller Sparten

« Textiles Suisses »: **Was ist zur Entstehung eines textilen Grosshandelszentrums in Zürich aus der Sicht des Verwaltungsrats-Präsidenten der Genossenschaft Textil & Mode Center Zürich und der Center-Leitung zu sagen?**

●

Josef Schwald: Vor 9 Jahren habe ich zusammen mit einigen zukunftsgläubigen Exponenten aus der Textil- und Bekleidungsbranche das Wagnis unternommen, auf dem Platz Zürich ein Grosshandelszentrum zu gründen, in dem nicht nur die schweizerischen Fabrikanten, sondern auch Agenten und Importeure vertreten sein sollen. Der Idee lag die Überzeugung zu Grunde, dass wir uns von einer sich abzeichnenden Entwicklung nicht treiben lassen dürfen, sondern vielmehr bemüht sein müssen, sie in den Griff zu bekommen. Allgemein wurde erkannt, dass auf dem bisherigen Wege des Verkaufes eine vernünftige, rationelle Abwicklung des Geschäftes vor allem aus verkehrstechnischen Gründen nicht mehr möglich ist. Ein weiterer entscheidender Faktor war aber auch die Tatsache, dass unbedingt ein Weg gefunden werden musste, der einen sinnvolleren, produktiveren Einsatz des heute recht kostspieligen Verkaufspersonals erlaubt. Mit der Schaffung dezentralisierter Verkaufsplätze wurde in Zürich bereits vor Jahren ein erster Schritt in dieser Richtung unternommen. Bald zeigte sich aber, dass eine allseits befriedigende Lösung nur in einem weiteren Schritt, und zwar in Richtung einer absoluten Zentralisierung des Angebotes, also in einem Zusammenfassen eines möglichst grossen Verkaufspotentials der schweizerischen Textil- und Bekleidungsindustrie sowie des Handels unter einem Dach, zu finden ist. Erste Gespräche zwischen Exponenten der Industrie und des Handels ergaben, dass die Interessen beiderseits weitgehend gleich gelagert sind. Allerdings spielte sich in diesem Moment ein wirklich historischer Akt ab, ging es doch darum, die sich hart konkurrenzierende Industrie, den Import und den Handel zu einer gemeinsamen Aktion zu gewinnen. Entgegen allen damaligen Unkenrufen ist dieses *Miteinander* von Industrie und Handel gelungen. Durch die Tatsache noch bestärkt, dass bereits bestehende zentralisierte Verkaufshäuser des Auslandes einen kommerziellen Erfolg ausweisen, wurde denn auch der definitive Entschluss zur Realisierung des Textil & Mode Centers Zürich gefasst.

Worin liegen die Vorteile einer solchen zentralisierten Verkaufstätigkeit, wie sie im Textil & Mode Center Zürich ablaufen wird?

— Nebst dem besagten rationelleren Einsatz des Verkaufspersonals bietet das Center dem Verkäufer den Vorteil einer übersichtlichen Warenpräsentation, einer einwandfreien Erhaltung der Kollektion aber auch ein durch die optimale Infrastruktur im Gebäude bedingtes besseres Verkaufsklima. Andererseits ergeben sich durch das Vorhandensein eines grossen, umfassenden Angebotes an *einem* Ort auch dem Einkäufer ganz gewichtige Vorteile, nämlich eine grössere Markttransparenz, raschere und bessere Vergleichsmöglichkeiten und vor allem eine wesentliche Zeitersparnis bei seiner Einkaufstätigkeit. Dem Interessenten ist somit die Möglichkeit geboten, vorteilhafter, schneller einzukaufen und sein Sortiment auf einer besseren Basis aufzubauen.

Zürich als internationaler Modeplatz soll wieder an Bedeutung gewinnen. Inwiefern wird dazu das Textil & Mode Center Zürich einen Beitrag leisten?

●

— Zürich hat im Verlaufe der letzten Jahrzehnte als Modeplatz an Bedeutung verloren. Bedenkt man indessen die starke Abhängigkeit der schweizerischen Textil- und Bekleidungsindustrie vom Export, so weiss man um die Wichtigkeit jeder exportfördernden Aktion. Mit dem TMC und der MODEXPO, der internationalen Bekleidungsmesse in Zürich, geben wir den schweizerischen Herstellern von Textilien und Bekleidung denn auch ein Instrument in die Hand, das wesentlich dazu beitragen wird, das verlorene Terrain allmählich wieder zurückzugewinnen. Der immerhin beachtliche Ruf der schweizerischen Textilien und Bekleidung, die ausgezeichneten Verkehrsbedingungen zu einem nach modernsten Erkenntnissen im Herzen Europas konzipierten Einkaufszentrums mit einem qualitativ hochwertigen schweizerischen und ausländischen Warenangebot werden Zürich in den Augen des Einkäufers zweifellos wieder aufwerten und zu einem der führenden Modeplätze Europas werden lassen.

Welchen besonderen Anreiz bietet der Modeplatz Zürich für den ausländischen Verkäufer und Investor?

●

— Der ausländische Verkäufer trifft in der Schweiz auf einen Markt mit 6 Millionen Konsumenten, die über die höchste Kaufkraft Europas verfügen. Der Textil- und Bekleidungsverbrauch in der Schweiz ist überdurchschnittlich hoch; dasselbe gilt für den Lebensstandard. Der schweizerische Markt verfügt auch von der Industrie her — denken wir an die Stickereiindustrie, die Gewebeerzeugung, an die Bekleidungsindustrie — über einen modisch sehr hohen Standard.
Der Investor findet in der Schweiz ausgesprochen gute politische, wirtschaftliche und soziale Verhältnisse bei sehr grosser Stabilität. Das gibt ihm die Gewissheit, auch langfristig sein Kapital im Center gut angelegt zu haben.

Welche organisatorischen und administrativen Anordnungen werden getroffen, um einen effizienten Ablauf der Geschäftstätigkeit zu gewährleisten?

●

— Als wohl einziges Textil- und Modecenter in Europa wird das Zürcher Center in der Garn-, Gewebe-, Heimtextilien- und Bekleidungssparte der Kundschaft ein umfassendes Angebot in- und ausländischer Provenienz vorlegen können. Diese Vielfalt der Artikel und ihrer Herkunft musste zwangsläufig dazu führen, organisatorisch entsprechende Massnahmen vorzukehren. Im Textil & Mode Center Zürich wurden daher verschiedene Branchengruppen geschaffen, in denen jeweils die entsprechenden Firmen einer Sparte zusammengefasst sind. Diese Gruppen sind völlig autonom und verfügen über ihre eigenen Vorstände und Sekretariate. Die einer Branchengruppe angehörenden Firmen werden auf den einzelnen Stockwerken des Gebäudes zusammengefasst, um so dem Einkäufer auch räumlich ein konzentriertes Angebot unterbreiten zu können. Den verschiedenen Gruppen übergeordnet ist die zentrale Leitung des Centers, der die Aufgabe zukommt, die verschiedenen Interessen der einzelnen Sparten zu koordinieren und dafür zu sorgen, dass die Verkaufstermine im Haus abgestimmt werden und die Verkaufstätigkeiten reibungslos über die Bühne gehen. Die zentrale Verwaltung ist ebenfalls für alle Probleme zuständig, die sich mit Käufern und Mietern ergeben werden, und darüber hinaus für das einwandfreie Funktionieren der Dienstleistungsbetriebe verantwortlich.

Wie ist das Zürcher Center rechtlich organisiert?

●

Die Center-Leitung liegt in den Händen der Organe der Genossenschaft Textil & Mode Center Zürich. Höchstes Organ ist die Generalversammlung, in der jedes Mitglied der Genossenschaft, also jeder Käufer und Mieter,

Alle TMC-Genossenschafter (Käufer und Mieter) gehören einer der folgenden 6 Branchengruppen an:

1 *Interessengemeinschaft der schweizerischen Hersteller von Damen-, Kinder- und Sportbekleidung, Damen und Herrenwäsche.*
2 *Interessengemeinschaft Herrenmode.*
3 *Verband der Konfektionsagenten und Importeure.*
4 *Intertex-Branchengruppe Gewebe und Accessoires.*
5 *Textorama – Verein Schweizerischer Wolle-Seide-Synthetics.*
6 *Branchengruppe Chemiefaser und Garne.*

Tous les coopérateurs TMC (acheteurs et locataires) font partie de l'un des 6 groupes de branches suivants:

1 *Communauté d'intérêts des fabricants suisses de confection pour dames et enfants, de confection de sport et de lingerie féminine et masculine.*
2 *Communauté d'intérêts de la mode masculine.*
3 *Association des agents de confection et importateurs.*
4 *Groupe de branche-Intertex Textiles et Accessoires.*
5 *Textorama – Association suisse Laine - Soie - Fibres synthétiques.*
6 *Groupe de branche de fibres synthétiques et fils.*

All TMC associates (owners and renters) are affiliated with one of the following 6 commercial divisions:

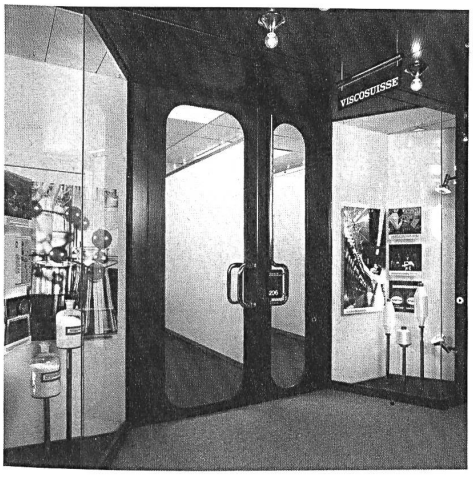
1 *Pool of Swiss manufacturers of women's, children's and sports clothing, women's and men's underwear.*
2 *Men's fashion pool.*
3 *Federation of clothing agents and importers.*
4 *Intertex commercial fabrics and accessoires.*
5 *Textorama – Swiss Wool - Silk - Synthetics Union.*
6 *Commercial division chemical fibers and yarns.*

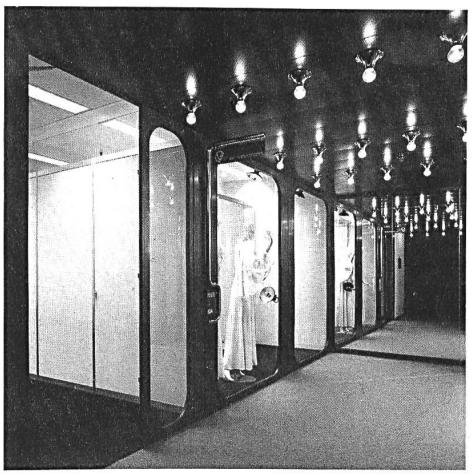
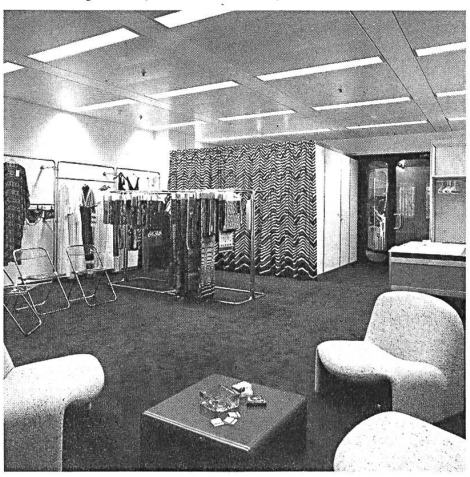
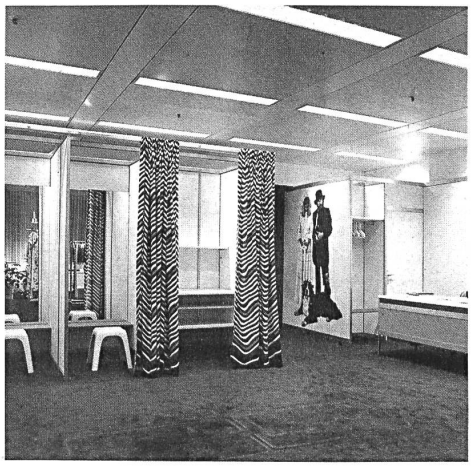
über eine Stimme verfügt. Die Generalversammlung wählt den Vorstand, der sich aus je einem oder mehreren Mitgliedern der einzelnen Branchengruppen zusammensetzt. Diese Zusammensetzung ermöglicht es jeder Sparte, in ihrem Rahmen bei der Gestaltung und Organisation des Centers spezielle Wünsche anzubringen und dafür zu sorgen, dass ihre Interessen auch wirklich vertreten werden.

Welche Aktivitäten sind geplant, um das Textil & Mode Center Zürich auch wirklich zum Tragen zu bringen?

●

— Die Genossenschaft des Centers wird in den kommenden Jahren eine intensive Imagewerbung betreiben, um das Center in der Schweiz, aber auch über die Landesgrenzen hinaus, bekannt zu machen. Die einzelnen Branchengruppen, deren Interesse in bezug auf den Verkauf sehr verschieden liegen, werden ihrerseits auf die Eröffnung des Hauses hin aber auch nachher spezielle und gezielte Aktionen durchführen. Die bisherigen Verkaufswochen für Bekleidung, Gewebe, Heimtextilien usw. werden sicher übernommen werden, jedoch aus ihrer terminlichen Starrheit gelöst. Das neue Center soll ja nicht nur sporadisch seine Verkaufstätigkeit ausüben, vielmehr soll es den rollenden Verkauf das ganze Jahr hindurch fördern. Für den Verkauf ab Stange wird seitens der entsprechenden Branchengruppen eine zusätzliche, intensive Werbung notwendig sein, um die schweizerische und ausländische Kundschaft darauf aufmerksam zu machen, dass am Platz Zürich prompt ab Lager oder kurzfristig hochmodische Ware erhältlich ist. Einerseits wird die Genossenschaft Textil & Mode Center Zürich also eine gezielte Imagewerbung für das Center und andererseits die Branchengruppen, je nach ihren Bedürfnissen und ihrer Leistungsfähigkeit, branchen- und warenbezogene Werbung betreiben.





Die geschmackvoll, übersichtlich und praktisch angeordneten Verkaufsräume ermöglichen eine individuelle Gestaltung zur optimalen Warenpräsentation.