Vision Textil

Autor(en): **Ohk, Klauus Dieter**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **- (1992)**

Heft 91

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795378

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

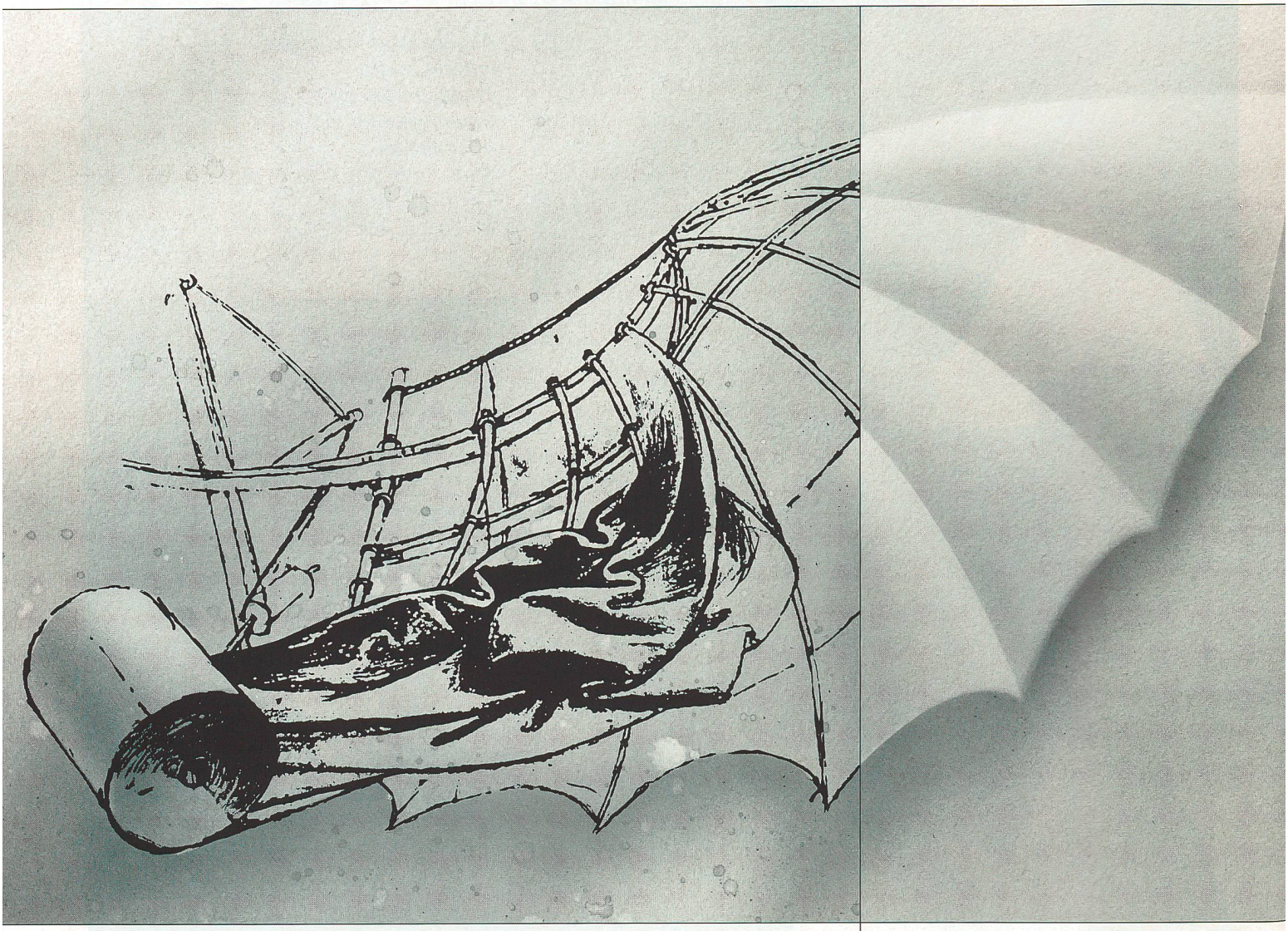
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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

http://www.e-periodica.ch

Vision Textil

Bestandesaufnahme bei der Schweizer Textilindustrie, Tour d'horizon mit Stärken- und Schwächen-Analyse, und als Ergebnis Leitsätze für die schwierigen 90er Jahre.



Visionen entwickeln (Flugmaschine, nach einer Skizze von Leonardo da Vinci, 15. Jh.)

Konkrete Pläne machen, ist oft eine heikle Sache; in unplanbaren Zeiten werden sie schnell Makulatur. Eine Vision zu entwickeln, macht dagegen viel Sinn; sie bildet bleibende Leitlinie und Leuchtturm für die Richtung, in die das Unternehmen streben soll. Ihre "Vision textil" haben Schweizer Unternehmer jetzt entwickelt: Mit gründlicher Selbstanalyse, einem ausführlichen Tour d'horizon, mit Offenheit untereinander auch als potentielle Mitbewerber und mit dem festen Willen, auch neue Wege, auch in partnerschaftlicher Zusammenarbeit zu gehen. In Klausur haben Textilindustrielle zusammengesessen, führende Köpfe aus Spinnerei, Weberei sowie der Veredlungs- und Stickerei-Industrie. Fazit ihrer Referate und Diskussionen – selbstgemacht, nicht zugekauft – ist die Basis für ein Branchenleitbild geworden, das, demnächst ausformuliert, klare Ziele definiert und zugleich auch einen Raster abgibt für firmenindividuelle Leitbilder und Zukunftsvisionen. "Vision textil" ist ein

Beweis dafür, dass die Schweizer Industrie zumindest ebenso innovativ ist wie die in anderen europäischen Ländern, auch dafür, dass die Textiler innerhalb der verschiedenen Schweizer Industriesparten mit an der Spitze rangieren, wie ihnen kürzlich erst wieder eine Studie der Konjunkturforschungsstelle der Eidgenössisch-Technischen Hochschule attestiert hat. Und trotz allem Wenn und Aber, das keineswegs unter den Teppich gekehrt worden ist, gibt die "Vision" auch ein klares Bekenntnis ab zum Textilstandort Schweiz.

Papier ist geduldig, könnte man meinen, und auch, dass es derzeit Europa-, sogar weltweit um die Textilindustrie nicht zum besten steht. Und als spezifisch schweizerisches Problem existiert zudem noch die Sache mit EWR bzw. EG, bei dem sich die Textiler – hoffentlich erfolgreich – als echte "Europäer" erweisen. Keine Illusion macht man sich in der Schweiz auch über die Begrenztheit des kreativen Marktsegments. Man weiss zudem um die Gefahr, die durch die Abwanderung der Bekleidungsindustrien entsteht, der "Nähmaschinen-Nomaden" und deren zunehmend globalen "sourcing", am liebsten nicht allzu weit gelegen vom jeweils aktuellen Produktionsstandort. Dennoch wollen die Schweizer ihre Stärken weiter stärken: Die horizontale Firmengliederung, die sie anpassungsfähig macht vor allem, auch die seit jeher gepflegte flexible Ausnutzung des Maschinenparks. Europa wird für sie auch in Zukunft oberste Priorität als Abnehmermarkt behalten; dahinter taucht als Zukunftsmarkt mit wachsender Bedeutung der Ferne Osten auf; hinsichtlich Osteuropa jedoch hegt man – mittelfristig – keine übertriebenen Erwartungen. Und man weiss vor allem, dass die Zukunft der Schweizer Textilien nur im Bereich der Qualität liegen kann – Qualität als Teil von Exklusivität.

Solche Vision mögen viele haben. Die wichtigste Basis für eine zukunftsträchtige "Vision textil" ist freilich längst in die Tat umgesetzt: Trotz rezessiver Absatzlage, trotz vielfach schlechtem Cash flow bei den Unternehmen ist die Investitionskraft in der Schweizer Textilindustrie ungebrochen; bei vielen Unternehmen sind sogar deutliche Investitionssteigerungen im Konzept. Dazu kommt jetzt die "Vision textil" und ein neues "Wir"-Gefühl, das, schon mit der Gründung eines gemeinsamen Verbandes, Textilverband Schweiz (TVS), begonnen, die mühsam erarbeitete Ideallinie zum Prüfstein im täglichen Geschäft werden lässt. Das Wort muss jetzt Fleisch werden. Gemäss gemeinsamer Überzeugung setzen die Schweizer an diesen Punkten zuvorderst die Hebel an:

– Profilierung durch Kundennähe! Das ist eine der vorrangigsten Aufgaben. Kundenorientierte Organisationen, Flexibilität und Schnelligkeit müssen künftig noch stärker herausgestellt werden. Motto: Den Kundennutzen immer in den Vordergrund stellen.

– Modisch an der Spitze bleiben! Verbrauchernähe, dauerndes Einfühlen in die Zielgruppen und ihre Lifestyles sind in Zukunft unverzichtbar, auch für Produktionsstufen weit abseits der Ladentheke. Gegebenenfalls können deshalb Produktentwicklungen gemeinsam mit dem Abnehmer durchgezogen werden. "Wenn über Mode gesprochen wird, darf man auch in der Zukunft nicht an der Schweiz vorbeigehen."

– Spezialisten für hohe Qualität bleiben! Das Schweizer Qualitätsprofil soll ungebrochen hochgehalten werden. Es bleibt deshalb auch in Zukunft beim bewährten Nischenmarketing.

– Die Logistik ausbauen! Hohe Service- und Lieferbereitschaft setzen entsprechende Logistik voraus. Damit muss auch das Image von Stetigkeit und Verlässlichkeit weiter gepflegt werden.

– Eine Basisproduktion in der Schweiz behalten! Zwar kommt man nicht ganz darum herum, Auslandsproduktion zu betreiben. Durch eine flexible, wenn auch womöglich künftig begrenztere Basisproduktion in der Schweiz und im europäischen Markt soll indes die Voraussetzung geschaffen bleiben, kreative Leistung und Innovation durch eigenes Produktions-Know-how abzustützen. Tenor: Die Marktanteile, nicht unbedingt alle Produktionskapazitäten erhalten.

– Die Vorreiter-Rolle im Umweltbereich ausbauen! In der Schweiz sieht man Investition in den Umweltschutz nicht nur als lästigen Kostenfaktor, sondern zugleich auch als eine Chance für künftigen Absatzerfolg.

– Mitarbeiterorientierte Führungskonzepte pflegen! Noch gezielter soll künftig auf "Unternehmenskultur" hingearbeitet werden, auf kooperativen Führungsstil, gezielte Mitarbeiterförderung und konsequente Nachwuchspolitik. Es soll ein neues Branchengefühl entstehen: Textil macht Spass.

– Sich laufend anpassen, radikaler werden! Effizienz und Controlling bleiben für die Unternehmen überlebenswichtig. Es werden deshalb einfachere Organisationen und Wege gesucht, gezielte Bündelung der personellen, finanziellen und sachlichen Ressourcen angestrebt. Dabei muss der eigene Standort regelmässig neu in Frage gestellt und bewertet werden.

Jedes Unternehmen braucht eine Vision: Als Haltepunkt und als mutiges Fernbild für die schwierigen 90er Jahre. Das ist das Fazit der Beratungen. Mit ihrer Bestandsaufnahme hat die Schweizer Textilindustrie den entscheidenden Schritt dazu schon getan.

Klaus Dieter Ohk