

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 100 (2020)
Heft: [2]: 150 Jahre Economiesuisse

Artikel: Das Exportwunder aus dem Bergtal
Autor: Kindlimann, Sibyll
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-914529>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.04.2026

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

3 Das Exportwunder aus dem Bergtal

Im 19. Jahrhundert stieg das landwirtschaftlich geprägte Glarus zum am stärksten industrialisierten Kanton der Schweiz auf. Die Textilindustrie verkaufte ihre Produkte bis nach Indonesien. Hinter dem Erfolg stecken Mut, Innovation und konsequente Kundenorientierung.

von Sibyll Kindlimann

«**M**an muss dem Markt den Puls fühlen.» – Die von Conrad Blumer (1817–1882) geäusserte Losung mag in der heutigen, vernetzten Wirtschaftswelt selbstverständlich wirken. Doch wie kam Blumer – ein Textilunternehmer aus dem verkehrstechnisch ungünstig gelegenen Glarner Bergtal – anfangs des 19. Jahrhunderts dazu, diese Einsicht zu äussern? Mit dem «Markt» meinte er nicht einen lokalen Markt, sondern die damaligen Weltmärkte. Er wollte die auf gefährlichen Geschäftsreisen persönlich erworbene Kenntnis dieser Märkte zur Grundlage seiner Handelstätigkeit machen.

Die Glarner Wirtschaftsentwicklung im 19. Jahrhundert ist eng mit zwei wichtigen internationalen Erfahrungen verknüpft. Nachdem der ursprünglich betriebene Getreideanbau im Tal nicht mehr die benötigten Erträge erbracht hatte, gingen die Glarner Bauern zur Graswirtschaft und Viehzucht über. Die Viehzucht war mit Milch und Fleisch nicht nur für den Eigengebrauch wichtig, sondern machte mit dem Treiben ganzer Viehherden über die Alpenpässe auch den Verkauf von Vieh in Italien möglich. Dabei lernten die Glarner die damals bereits hochentwickelten oberitalienischen Märkte kennen, wo man alles kaufen konnte, was es in Europa zu kaufen gab.

Für die Glarner war das ein erhellender Einblick in das Funktionieren des europäischen Handels und zugleich ein Anstoss, unternehmerisch zu handeln und weitere eigene Agrarprodukte ebenso wie Schiefertische und neu Textilien zum Verkauf anzubieten. Vermögende Familien organisierten die Textilproduktion, indem sie Frauen in Heimarbeit spinnen und weben liessen, und gründeten erste Handelsgesellschaften, die mit der Zeit eigene Handelsstützpunkte in Italien einrichteten.

Eine weitere internationale Erfahrung war der Solddienst in Frankreich und Italien, der für viele arme Familien in einer Zeit des Bevölkerungswachstums zur existentiellen Notwendigkeit wurde. Ebenfalls waren es die vornehmen Herren des

Tals, die das Geschäft unternehmerisch aufbauten. Im Solddienst lernten die Glarner aber nicht nur das kriegerische Dreinschlagen, sondern staunten auch über andere Lebensbedingungen, wirtschaftliche und kulturelle Entwicklungen in Frankreich und Italien. Ein anschaulicher Beweis für solche Erfahrungen und ihre Umsetzungen zu Hause ist bis heute der markante Freulerpalast in Näfels, der von Oberst Freuler, Gardekommandant des französischen Königs, im 17. Jahrhundert im Stil eines französischen Schlosses erbaut wurde.

Chancen gepackt

Gegen Ende des 18. Jahrhunderts verlor jedoch der Solddienst seine Bedeutung und fiel als wichtiger Teil der Existenzgrundlage armer Familien und als Einkommensquelle der wohlhabenden Familien weg – für das Glarnerland ein gravierendes soziales und wirtschaftliches Problem. Die Handelsherren suchten nach neuen wirtschaftlichen Möglichkeiten, um diesen Verlust auszugleichen. Als sich anfangs 19. Jahrhundert, ausgelöst durch eine generell stark steigende Nachfrage nach bedruckten Textilien, ein neues Geschäftsfeld eröffnete, griffen sie zu. Aus technischen Gründen konnten aber bedruckte Textilien nicht mehr in Heimarbeit hergestellt werden, sondern erforderten industrielle Produktion in Fabriken. Unternehmerisch denkende Glarner Herren, die bisher Heimarbeit und Solddienst organisiert hatten, erkannten die neuen Chancen. Aus eigener Initiative oder auf Anraten ihrer Handelsstützpunkte in Italien bauten sie die ersten Textildruckereien mit den weit herum sichtbaren «Hänggitürmen» als typischen frühen Glarner Industriebauten. Damit nahm der Textildruck als glarnerischer Industrie- und Exporterfolg seinen Anfang.

Die frühe und starke Industrialisierung im 19. Jahrhundert bedeutete für viele Glarner eine grosse berufliche und gesellschaftliche Umstellung. Aus dem frei seine Arbeit einteilen-

den Bauern wurde ein vom Fabrikbetrieb bestimmter Arbeiter. Daraus entstehende soziale Probleme der Industrialisierung wie lange Arbeitszeiten, Frauen- und Kinderarbeit konnten dank des speziellen politischen Systems entschärft werden, denn im Kanton Glarus wurden alle Gesetze an der Landsgemeinde demokratisch beschlossen und die Fabrikarbeiter konnten dank ihrer zahlenmässig grossen Stimmkraft ihren Interessen Geltung verschaffen. So entstanden Fabrikgesetzgebungen, die später für die ganze Schweiz als Vorbild dienten.

Der Textildruck beanspruchte aber keineswegs nur einfache Arbeiter, sondern liess neue Berufe wie den Zeichner, den Modelstecher und den Drucker entstehen. Jugendliche lernten bei Hilfsarbeiten die Berufsanforderungen kennen und wurden in den Firmen zu Spezialisten ausgebildet, die in der Folge Eindrückliches leisteten.

Die Beispiele der Firmen Blumer & Jenny in Schwanden und Gebrüder Streiff in Glarus zeigen, wie von den Stützpunkten in Ancona und Triest ausgehend immer weitere Exportgebiete erschlossen wurden. Der wachsende Export wurde dabei von Anfang an bewusst kundenorientiert gesteuert. Grundlage dafür war das Wagnis von schwierigen und oft gefährlichen Geschäftsreisen. Um dem Markt den Puls zu fühlen, bauten die Textilunternehmer zudem ein Netz von «Agenten» in nahen und fernen Ländern auf, die den Handel vor Ort analysierten und organisierten.

Von den bereits aufgebauten Standorten an der Adria aus lag zunächst Südosteuropa in Reichweite, dessen Gebiete wie Griechenland, Rumänien, Serbien und andere im beginnenden 19. Jahrhundert unter osmanischer Herrschaft standen. Die Frauen trugen Kopftücher mit traditionellen Mustern, deren Motive vor allem Rosen in verschiedensten Farbstellungen und gestalterischen Kompositionen waren. Diese Rosentücher wurden ursprünglich vor Ort von Einheimischen gewoben, doch gewobene Produkte waren relativ teuer. Die Glarner Fabrikanten übernahmen die traditionellen Muster gemäss Kundenwünschen und druckten sie auf Baumwolle, was geringere Kosten verursachte und über viele Jahrzehnte von einer treuen Kundschaft akzeptiert wurde. Der islamische Teil der Bevölkerung – sowohl Frauen als auch Männer – bevorzugte Tücher aus feinstem Gewebe mit Bordüren aus Blumen und Koranversen mit arabischen Schriftzeichen, sogenannte Yasmas oder Türkenkappen. Rasch wurden Yasmas für den gesamten Balkan zu einem festen Teil des Produktangebots von Glarner Firmen.

Von Ancona und Triest aus wagten die Unternehmer aber auch früh Vorstösse um den Balkan herum und erforschten und erschlossen das östliche Mittelmeergebiet für Exporte. Auch da handelten sie kundenorientiert und stellten sich voll auf das in den Ländern an den Küsten im Nahen Osten verbreitete Kaschmirmotiv ein, das sich aus einem eingerollten Palmblatt entwickelt hatte. Kaschmirtücher konnten ins gesamte Osmanische Reich rings ums östliche Mittelmeer und zudem bis hinüber in

den Iran und Irak geliefert werden. So wurde das Osmanische Reich für das Glarnerland zum wichtigsten Handelspartner. Es erschloss sich damit für die Glarner Fabrikanten ein riesiges Gebiet, in das sie Handelsverbindungen aufbauen konnten.



Ein Zeichner der Textilfirma Blumer, 20. Jahrhundert.
Bild: Glarner Wirtschaftsarchiv.

Rücksichtsvolle Globalisierung

Auf der Suche nach neuen, noch weiter entfernten Destinationen für den Export schlossen sich mehrere Glarner Firmen zur «India-Gesellschaft» zusammen, um auch nach Asien zu expandieren. 1840/41 unternahm Conrad Blumer, gemäss seiner Überzeugung

«Man muss dem Markt den Puls fühlen», eine zweijährige Orientreise, die ihn über Indien bis nach Java, dem heutigen Indonesien, führte. Unterwegs prüfte er an den Küsten Indiens alle Häfen und schickte in Briefen Einschätzungen über vorhandene Marktmöglichkeiten, über die Qualität der gehandelten Produkte und bezüglich Chancen für den Aufbau von Handelsbeziehungen mit Agenten sowie erste Bestellungen an die Firma Blumer nach Schwanden. Auf Java begegnete Conrad Blumer den einheimischen Stoffen mit Batikmustern, die geometrische Elemente, Glück bringende Symboltiere und die ganze asiatische Pflanzenwelt abbildeten. Hergestellt wurden Batikmuster durch die Einheimischen handwerklich kunstvoll, jedoch in einem sehr teuren Verfahren, das nur für die reiche Schicht der Bevölkerung bezahlbar war.

Blumer erkannte, dass auch die einfache Bevölkerung gerne Batik-Sarongs tragen wollte und eine Nachfrage für eine weniger teure, aber ebenso perfekte Variante vorhanden wäre. Er nahm originale Muster mit und überlegte auf der Heimreise, wie er mit dem Model-Druckverfahren, das im Glarnerland üblich geworden war, die gleiche Qualität erzielen könnte. Er fand die Lösung und begann sofort nach der Heimkehr, Stoffe mit spiegelbildlichen Modellen auf beiden Seiten zu bedrucken, was hohe Präzision auf allen Stufen des Verfahrens verlangte, aber doch billiger war und zu sehr guten Resultaten führte. Batikstoffe aus dem Glarnerland wurden von den Kunden in Java rasch akzep-



Ein Stecher (oben) und ein Stoffdrucker der Textilfirma Blumer, 20. Jahrhundert. Bild: Glarner Wirtschaftsarchiv.

tiert und qualitätsmässig als ebenbürtig empfunden. Das war entscheidend, denn Batik war nicht einfach ein farbiger Kleiderstoff, sondern ein bewusst gestaltetes Element mit tragendem Bezug zum Weltbild und zu den Gottheiten. Die Glarner verstanden und respektierten das. Batik konnte als wichtiger Anteil des Glarner Exports nach Asien und später auch nach Afrika geliefert werden, ohne dass die einheimische Produktion daneben zerstört wurde – eine rücksichtsvolle Variante von Globalisierung.

Trotz dieser starken Ausrichtung auf ferne Destinationen wurde auch Europa als Absatzmarkt stets berücksichtigt und mit spezifischen Produkten beliefert. Im 19. Jahrhundert gab es noch keine Verbreitung von Informationen durch Fotos in Zeitungen, doch bestand ein starkes Interesse an Bildinformation. Während einiger Zeit befriedigten Bildertücher diese Neugier. Über Bildertücher konnte man erfahren, wie Bauwerke, z.B. der Eiffelturm oder das Bundeshaus in Bern, konkret aussahen oder wie eine Kriegsszene in der Schlacht von Solferino verlief. Es ist erstaunlich, was alles zum Sujet für ein Bildertuch werden konnte und von den Glarnern textil anschaulich gemacht wurde.

Mit Innovation aus der Krise

Der Mut im Erkunden von Marktchancen durch weltweite, gefährliche Geschäftsreisen, die ausserordentliche Präzision, die konsequente Ausrichtung auf Kundenwünsche und die innovative Kreativität beim Austüfteln von erfolgreichen technischen Verfahren mit einfachsten Mitteln trugen im 19. Jahrhundert dazu bei, dass der Kanton Glarus zum am stärksten industrialisierten Kanton der Schweiz wurde. Die Industrie gab zwei

Dritteln der Bevölkerung eine Existenzgrundlage und wurde vom Wirtschaftshistoriker Walter Bodmer als «glarnerisches Wirtschaftswunder» bezeichnet.

Doch das Wunder währte nicht ewig. Anfangs des 20. Jahrhunderts brach die Textilindustrie im Glarnerland ein. Die Gründe waren vielfältig. Im Ersten Weltkrieg stürzte das Osmanische Reich zusammen, wodurch der grosse offene Handelsraum für die Glarner Textilindustrie wegbrach. Die aufsteigenden europäischen Kolonialmächte gingen zu einer protektionistischen Handelspolitik über und liessen in ihren Einflussgebieten nur noch eigene Landsleute Handel betreiben. Der aufkommende maschinelle Druck in Grossbetrieben mit künstlichen, chemisch entwickelten Farben konkurrenzierte und verdrängte den traditionellen Handdruck von Glarner Firmen.

Viele Glarner Industrielle liessen sich indes durch die gewandelten Verhältnisse nicht entmutigen, sondern suchten nach neuen Lösungen. Im technischen Bereich des Textildrucks konnte eine Firma durch neue Verfahren weiterhin aktiv sein und bedruckt heute noch mit modernen Methoden teure Seiden- und Baumwollstoffe. Andere Industrielle versuchten, die erworbenen Stärken, vor allem Kundenorientierung, Präzision und innovative Kreativität, auf neue Branchen zu übertragen, vom Bau elektrischer Apparate über die Skifabrikation bis zur Chocolaterie und zur Helikopterentwicklung. Damit bleibt die Glarner Wirtschaft bis heute ein Vorbild für die Schweiz. ◀

Sibyll Kindlimann

ist Leiterin des Glarner Wirtschaftsarchivs in Schwanden.