Zeitschrift: Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 74 (1967)

Heft: 4

Artikel: Strukturprobleme der schweizerischen Textilindustrie

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-676917

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: 09.12.2025

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

Wir unterscheiden folgende Werbearten:

1. *Basis-Fachwerbung*
2. *Kooperative Fachwerbung* (Verbund)
3. *Basis-Publikums- bzw. Verbraucherwerbung*
4. *Kooperative Publikums- bzw. Verbraucherwerbung* (Verbund)

Die *Basis-Werbung* umfaßt Fach- und Publikumswerbung.

Die *Basis-Fachwerbung* für unsere Garne bzw. für die Fertigerzeugnisse, die mit unseren Marken ausgezeichnet werden (Markenpolitik), hat meistens informativen Charakter und stellt unsere Leistungen in bezug auf das textile Angebot im konsumfertigen Produkt den Fachkreisen (Fabrikations- und Handelsstufen) vor.

Die *Basis-Publikumswerbung* für Fertigerzeugnisse aus unseren Produkten, die mit unseren Marken ausgezeichnet werden (Markenpolitik), ist eine eigentliche Verkaufswerbung zugunsten des im Detailhandel liegenden Warenangebotes (Verbrauchsgutwerbung). Sie schafft beim Verbraucher bzw. bei der Konsumentin die Kaufbedürfnisse und hilft dem Detailhandel zu verkaufen. Sie ist oft begleitet von einer kooperativen Publikumswerbung im Verbund mit dem Detaillisten, evtl. auch mit Konfektionären oder Manipulanten.

Als *kooperative Werbung* bezeichnen wir Werbung im Verbund mit einem Partner der Fabrikations- oder Handelsstufen. Wir unterscheiden auch hier Fach- und Publikumswerbung.

Die *kooperative Fachwerbung* hat hier die gleiche Aufgabe wie die Basis-Fachwerbung.

Die *kooperative Publikumswerbung* übernimmt die gleichen Aufgaben wie die Basis-Publikumswerbung. Eine besondere Bedeutung kommt der kooperativen Publikumswerbung mit dem Verteiler (Warenhaus, Fachgeschäft, Versandhaus usw.) zu. Sie führt zum direkten Verkaufsangebot des Fertigproduktes und ist deshalb besonders «konsumentennah». Diese Werbung wird meistens koordiniert mit Verkaufspunktaktionen (Schaufenster und Verkaufsstände usw. im Detailgeschäft).

Markenpolitik

Nachdem wir keine konsumfertigen Güter herstellen, können wir im Rahmen unserer Marketingkonzeption nur durch *unsere Marken,* die wir für Fertigerzeugnisse aus unseren Produkten abgeben, marktaktiv, marktwirksam, marktpräsent, marktbestimmend werden.

Die Abgabe unserer Marken ist an die Erfüllung genau festgelegter Vorschriften gebunden, und zwar:

a) *Gutheißung des Markenpartners durch uns*

b) *Unterzeichnung des Markenrechtsvertrages* (Nylsuisse*, Dorsuisse*, Tersuisse* usw.) und Einhaltung von dessen Bestimmungen

c) *Vorlage des Fertigerzeugnisses zur Qualitätskontrolle und Erteilung des Approvals* durch uns. Einhaltung der im Approval festgelegten Bedingungen

d) *Verwendung unserer Marken in Kombination* mit der anerkannten und eingetragenen Haus- oder Artikelmarke des Markenpartners.

Gestaltung der Etiketten und jeder werblichen Aeußerung gemäß dieser Vorschrift.

Unsere Marken- und Gütezeichen sind:

*Nylsuisse** (für Fertigerzeugnisse aus Nylon runder Querschnitt)

*Dorsuisse** (für Fertigerzeugnisse aus Nylon profilierter Querschnitt)

*Tersuisse** (für Fertigerzeugnisse aus Polyester-Garnen)

*Pontesa** (für Fertigerzeugnisse aus Viscose-Rayonne und Fibranne)

* eingetragene Schutzmarke

Der Werbeabteilung obliegen auch die Aufgaben des Pressedienstes.

Leitbild der Werbung: Durch unsere werblichen Aeußerungen schaffen wir das Leitbild unserer Marken. Das Leitbild von Nylsuisse wird von demjenigen von Dorsuisse oder Tersuisse wohl abweichen, aber durch die geballte Form unserer werblichen Aktivitäten zur einheitlichen und gemeinsamen Leistung der Viscosuisse zurückgeführt. Es ist dies mit ein Grund, warum wir auf die einheitliche und von uns festgelegte Wiedergabe unserer Marken in allen ihren Erscheinungsformen so bedingungslosen Wert legen.

Die Chemiefaserindustrie in ihrer Dynamik bietet den fortschrittlichen Unternehmen der Textilindustrie best Gewähr für ein Bestehen in der Zukunft. Die Chemiefaserindustrie befindet sich im Aufbruch. Für eine lang Zukunft wird sie für die Textilindustrie der einzig bestimmende Faktor werden. Sind wir glücklich darüber Die Menschheit der Zukunft wird darauf angewiesen sein statt Wolle, Baumwolle, Flachs und Jute den fruchtbaren Boden für die Ernährung des Menschen zu nützen, während die Chemiefaserindustrie besser, schneller und in genügenden Mengen für die Bekleidung der Menschen für die Herrichtung ihrer Schlafstätten, für die Ausschmückung ihrer Heime, kurz, für die Deckung des gesamten textilen Bedarfes der künftigen Generationen bemüht sein wird.

Die Chemiefaser ist das Textil der Zukunft!

Strukturprobleme der schweizerischen Textilindustrie

Zum Abschluß des Unterrichtsprogramms 1966/67 organisierte der Verein ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie am 24. Februar 1967 im Kasino Zürichhorn ein Gespräch am Runden Tisch, das sich zum Ziele setzte, die Strukturprobleme der schweizerischen Textilindustrie aus der Sicht der Baumwoll-, Seiden- und Wollindustrie zu erörtern.

Der Präsident des Vereins, Herr P. Strebel, begrüßte die 160 Teilnehmer und die Gesprächspartner, die Herren Blumer, Präsident des Schweizerischen Spinner-, Zwirner- und Weber-Vereins, P. Helg, Präsident des Vereins schweizerischer Wollindustrieller, M. Isler, Vizepräsident des Verbandes schweizerischer Seidenstoff-Fabrikanten, G. Spälty, Präsident des Verbandes der Arbeitgeber der Textilindustrie, sowie die die Präsidenten begleitenden Verbandsdirektoren und -sekretäre E. Nef, Dr. Rudin und Dr. P Strasser.

Der Gesprächsleiter, Dr. F. Honegger, Direktor der Zürcher Handelskammer, leitete die Diskussion mit einem Votum über einige Aspekte des gestellten Themas ein. Seit einiger Zeit ist in der Oeffentlichkeit und auch in der Presse viel von Strukturwandel, Strukturkrisen und Strukturproblemen in einzelnen Zweigen der Textilindustrie die Rede. So wurde vor allem im Zusammenhang mit der Plafonierung der ausländischen Arbeitskräfte der Textilindustrie der Vorwurf gemacht, daß sie aus Angst vor einer Strukturkrise starr an der betriebsweisen Ausländerplafonierung festhalte. Dr. Honegger erwähnte einige Bei-

spiele aus Bank- und Presseberichten, um darzulegen, daß sich vor allem in bezug auf die Beschäftigung von ausländischen Arbeitskräften ein Strukturproblem für die Zukunft stellen kann. In diesem Zusammenhang wurde auch daran erinnert, daß noch eine Volksinitiative zur Abstimmung gelangen muß, die den Ausländerbestand auf 10 % der Bevölkerung reduzieren will. Gerade die Textilindustrie hatte noch eine große Aufklärungsarbeit in der Oeffentlichkeit zu bewältigen, weil sie ganz besonders auf die Beschäftigung von ausländischen Arbeitskräften angewiesen ist.

In den letzten Jahren sind für die Textilindustrie vor allem deshalb düstere Prognosen gestellt worden, weil die Textilproduktion immer mehr in die sogenannten Entwicklungsländer abwandert und damit den Industrieländern billige Konkurrenzprodukte offeriert werden. Es wird die Auffassung vertreten, die Herstellung von Textilien sei derart einfach, ja primitiv, daß sie ohne weiteres den Analphabeten oder Leuten ohne jegliche praktische Ausbildung überlassen werden könne. Wenn es so wäre, würde sich zweifellos ein Strukturproblem ersten Ranges stellen. Dieser Ueberlegung liegt aber ein kapitaler Fehler zugrunde — der Fehler nämlich, die heutige Textilindustrie sei eine technisch einfache Arbeit. Die Herstellung von Textilien in einer Qualität, wie sie heute verlangt wird, bedeutet aber eine Aufgabe, die jedem andern hochentwickelten Fabrikationsprozeß gleichgestellt werden kann.

Wieder andere sehen eine Strukturkrise der Textilindustrie in der Tatsache, daß die Zahl der Betriebe in den letzten Jahren ständig zurückgegangen ist. Wenn diese Feststellung auch zutrifft, so darf man nicht vergessen, daß trotz dem Rückgang der Zahl der Textilunternehmen der Umsatz und die Produktion pro Beschäftigtem in den letzten Jahren stark zugenommen hat.

Hochschullehrer verkünden die Theorie, daß nur sogenannte Wachstumsindustrien gefördert werden sollten, also solche, welche die höchste Produktivität und Rendite nachweisen können. Was die Produktivität anbetrifft, darf sich die Textilindustrie mit andern Industrien ohne weiteres messen. Die Investitionstätigkeit der Textilindustrie ist vielleicht nicht so spektakulär wie in andern Industriezweigen. Das liegt aber am besonderen kontinuierlichen Charakter der Investitionen. Richtig ist, daß trotz der hohen Produktivität die Rentabilität der Textilunternehmen in der Regel zu wünschen übrigläßt. Das mag vor allem damit zusammenhängen, daß der Wettbewerbsgrad in der Textilindustrie bedeutend höher ist als in den übrigen Industriezweigen. Ein ausgeprägter Wettbewerb zählt aber zu den volkswirtschaftlich positiven Merkmalen einer Industrie, und zwar auch dann, wenn diese Auswirkungen in der Gewinn- und Verlustrechnung der einzelnen Unternehmungen nicht erfreulich sind.

Immer wieder wird auch auf den Eliminations- und Konzentrationsprozeß in weiten Bereichen der Textilindustrie hingewiesen. Dazu ist festzuhalten, daß einzelne Fälle von Liquidationen nicht verallgemeinert werden dürfen. Wenn — wie übrigens auch in andern europäischen Ländern — Textilbetriebe geschlossen werden mußten, so darf daraus nicht auf eine tiefgehende Strukturkrise der Textilindustrie geschlossen werden. Die Gründe für die Liquidationen sind nicht auf einen Nenner zu bringen.

Auch von einem eigentlichen Konzentrationsprozeß in der schweizerischen Textilindustrie ist bisher noch nicht viel zu spüren. Es ist allerdings zuzugeben, daß sich insbesondere in den USA, aber auch in Frankreich und in Deutschland deutliche Konzentrationsbestrebungen in der Textilindustrie abzeichnen — eine Entwicklung, die auch in der Schweiz Spuren hinterlassen wird.

In der an die Ausführungen von Dr. F. Honegger anschließenden Diskussion galt es zunächst, die derzeitige Struktur der schweizerischen Textilindustrie zu umschreiben. Es zeigte sich sehr deutlich, daß keine allgemein gültigen Strukturkriterien für die verschiedenen Textilzweige gelten. Uebereinstimmend wurde allerdings festgestellt, daß die Zahl der Textilbetriebe eher zu groß und die Betriebseinheit zu klein ist. Anhand von Beispielen konnte allerdings belegt werden, daß auch kleine Textilfirmen durchaus in der Lage sind, sich zu behaupten, sofern sie sich auf die Herstellung von Spezialartikeln beschränken. Für automatisierte Betriebe ist aber eine bestimmte Größe notwendig, um die beträchtlichen fixen Kosten tragen zu können.

Zur Ertragslage wurde in der Diskussion auf die beträchtlichen Unterschiede von Firma zu Firma aufmerksam gemacht, was auf das verschiedenartige Produktionsprogramm, den unterschiedlichen Maschinenpark und nicht zuletzt auf die unternehmerische Führung zurückzuführen sei. Im übrigen wurde bestätigt, daß die Ertragslage auch ein Ebenbild des scharfen Wettbewerbes darstelle, wie er selten in einer andern Industrie anzutreffen sei.

Mit Befriedigung wurde von den Gesprächspartnern vermerkt, daß die Konkurrenzfähigkeit der schweizerischen Textilindustrie gegenüber dem Ausland nach wie vor erhalten sei und erstaunlicherweise auch gegenüber den EWG-Ländern, bei deren Belieferung doch beträchtliche Zolldiskriminierungen in Kauf genommen werden müßten. Die Exportzahlen haben sich in den letzten Jahren durchaus befriedigend entwickelt, was nicht nur der Preiswürdigkeit, sondern insbesondere auch der Qualität der Produkte der schweizerischen Textilindustrie zuzuschreiben sei. Daraus schlossen die Gesprächspartner auf die große Bedeutung, welche der Qualität der Erzeugnisse der Textilindustrie nach wie vor zukommt.

Es war sehr erfreulich, aus der Diskussion über die derzeitige Lage der schweizerischen Textilindustrie den Schluß ziehen zu dürfen, daß in der schweizerischen Textilindustrie von einer Strukturkrise oder von tiefgreifenden Strukturwandlungen nicht die Rede sein kann. Es wurde allerdings nicht verschwiegen, daß einige diesbezügliche Probleme zu bewältigen sein werden, die sich aber auch in andern Industrien früher oder später stellen werden.

Die teilweise fehlende vertikale Gliederung in der Textilindustrie — in der Wollindustrie ist sie noch am ehesten anzutreffen — wurde nicht unbedingt als Nachteil empfunden. Vertikalorganisierte Textilunternehmen können wohl billiger offerieren und die Lagerschwankungen weitgehend vermeiden. Auf der andern Seite sind sie aber unbeweglicher, äußerst kapitalintensiv und marktempfindlicher. Einige Seitenhiebe gegen die Veredlungsindustrie mit ihren starren Tarifen konnte in diesem Zusammenhang nicht unterbleiben.

Das Gespräch am Runden Tisch zwischen Textilindustriellen und Verbandsleitern verlief recht lebendig über die Frage der Auswirkungen der Fremdarbeiterplafonierung. Neben der Ansicht, die bundesrätlichen Maßnahmen hätten ihre wohltuenden Wirkungen insbesondere auf die Rationalisierungs- und Modernisierungsmaßnahmen nicht verfehlt, überwog die Meinung, daß bei der großen Abhängigkeit der Textilindustrie von ausländischen Arbeitskräften die kritische Schwelle bei einem Abbau von 12 % erreicht sei. Insbesondere diejenigen Firmen fühlen sich stark betroffen, die seit längerer Zeit rationalisierten, neue Maschinen anschafften und deshalb nicht mehr in der Lage sind, den bereits früher durchgeführten Personalabbau jedes Jahr weiterzuführen. Ein Marschhalt sei deshalb dringend nötig, und ein Uebergang zu einem freiheitlicheren Plafonierungssystem hätte stufenweise zu erfolgen, um die Auswirkungen auf dem Arbeitsmarkt und auf das Lohngebilde in engen Grenzen zu halten.

Ganz besonders hervorgehoben wurde von den Gesprächspartnern die zwischenbetriebliche Zusammenarbeit, die in den letzten Jahren große Fortschritte erzielt hat. Ein Kränzchen wurde dem initiativen Verein schweizeri-

scher Wollindustrieller gewunden, dessen Vertreter überzeugend dargelegt haben, was mit einer besseren und engeren Zusammenarbeit unter den Firmen zu erreichen ist.

In diesem Zusammenhang kam auch die Ausbildung und Nachwuchsförderung zur Sprache, wobei anerkannt wurde, daß auf diesem Gebiet einiges geleistet wird, aber immer noch ein weites Betätigungsfeld offenläßt.

Das Gespräch ließ naturgemäß die Antwort auf viele Fragen offen. So wurden nur am Rande die Probleme angeschnitten, die mit der mangelnden Ausnützung des Maschinenparks und der sich daraus ergebenden vermehrten Schichtarbeit im Zusammenhang stehen. Auch die Frage, ob die Fabrikation von eigentlichen Stapelartikeln noch eine Chance habe oder ob unsere Textilindustrie nicht zuviel verschiedenartige Artikel herstelle, konnte aus zeitlichen Gründen und in Anbetracht der Fülle des zu bewältigenden Stoffes nur angetönt werden.

Die Vielgestaltigkeit der schweizerischen Textilindustrie ist im Textilgespräch deutlich zum Ausdruck gekommen. Patentlösungen für die Strukturprobleme, die nicht ande Art sind als in anderen Industrien, gibt es kaum.

Zusammenfassend darf die Diskussion am Runden Ti für sich in Anspruch nehmen, dargelegt zu haben, d kein Grund zu Pessimismus vorhanden ist. Es beste durchaus reale Chancen für die schweizerische Tex industrie, die in der Diskussion besprochenen Strukt probleme zu bewältigen. Notwendig sind dazu ein ges des, initiatives und zukunftsgläubiges Unternehmert gut ausgebildetes und geschultes Personal und straff ganisierte, initiative Verbandsorganisationen.

Langanhaltender Beifall der großen Zahl von Zuhöre bewies, daß solche Gespräche unter Textilindustrie und der Austausch von Gedanken zwischen den ve schiedenen Sparten der Textilindustrie sehr erwüns sind.

Herr A. Eugster dankte den Gesprächspartnern u dem Leiter der Diskussion für die interessante und a regende Aussprache, die hoffentlich ihre Früchte trag wird.

Werbungen in der Textilindustrie

Anmerkung der Redaktion: Die Werbung ist ein lebenswichtiger Faktor. Sinnvolle Werbungen von Firmen und Verbänden können in vielfacher Art nützlich sein, als momentane Aktionen wie auch als solche, die auf die Zukunft ausgerichtet sind. Nachfolgend weisen wir auf drei Werbungen hin, die als vorbildlich anzusehen sind. Es handelt sich um einen Anlaß der Publizitätsstelle der schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie sowie um eine Aktion, an der die Zürcherische Seidenindustrie-Gesellschaft beteiligt war, und last not least um eine Nachwuchswerbung der Spinnerei an der Lorze.

Erfolgreiches 8. Rencontre europäischer Modefachschulen

Das jährlich stattfindende «Rencontre europäischer Modefachschulen» gehört zur Tradition im Veranstaltungskalender der Publizitätsstelle der schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie. Der diesjährige Wettbewerb fand am 27. Februar statt. Die zu diesem textilen Wettstreit geladenen Schulen erhielten aus den neuen Kollektionen der schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie bestimmte Gewebe zugestellt, die auf Grund der Wettbewerbsbestimmungen, jedoch nach eigenem modischen Empfinden, zu gestalten waren. Die Kreationen wurden durch eine internationale Jury gewertet. Die nachstehenden Ausführungen beschreiben den festlichen St.-Galler Anlaß:

Es knisterte vor Spannung im großen Saal des Hotels Ekkehard in St. Gallen, als die Leiterin der Publizitätsstelle der schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie, Fräulein Dr. Ethel Kocher, die große internationale Gästeschar begrüßte und damit den Modewettstreit der fünf Modefachschulen von Arnhem, Berlin, London, Lugano und Rom eröffnete. Nach den Erfahrungen der vorangegangenen Rencontres durfte man mit verschiedenen Ueberraschungen rechnen, denn die angehenden Modeschöpfer wußten bis jetzt mit verblüffender Sicherheit, die ihnen zur Verfügung gestellten Baumwollstoffe und St.-Galler Stickereien und Spitzenmaterialien mode- und themagerecht zu verarbeiten. Die hochgesteckten Erwartungen wurden nicht enttäuscht, denn schon der Anfang war vielversprechend mit einem Strandensemble, für das Arnhem aus gelbem Frottierstoff ein mit Guipure verziertes Strandhemdchen kreiert hatte. Rom eroberte sich beim sportlichen Freizeitanzug, bestehend aus einem grünen Baumwollgabardine-Kurzmantel mit «Patronengürtel» und einem fröhlichen Hosenanzug aus Baumwoll-Buntgewebe, die meiste Punktzahl, während Arnhem für seinen Trenchcoat aus lackiertem, kariertem Baumwollgewebe mit entsprechender Regenschutzmütze und assortierten, aus gleichem Material verfertigten «Fischerstiefeln» sich die Lo beeren holte. Zum Schul- oder Bürodress verarbeitete Lo don den mehrfarbigen Baumwolljacquard «en biais» einem Tablierrock mit kurzem Jäckchen und kombinier eine Baumwoll-Truttorettebluse mit hochansteigende Turtleneck dazu für das Topmodell. Mit einem gelbe Baumwollpiquémantel und dem im Hemdchenstil geschn tenen farbigen Handdruckkleid war Arnhem nochma

Das prämiierte Strandensemble aus gelbem Frottierstoff mit Guipure der Modefachschule Arnhem

Photo: P. Kopp

siegreich, während Lugano mit einem eleganten Zeltmantel aus bedrucktem Baumwollsatin und einem im gleichen Druckdessin gehaltenen Voilekleid in Empirelinie zum Zuge kam. Rom wurde mit einem Pluderhosenanzug aus bedrucktem Baumwollsatin und mit einem festlichen Ensemble (Guipuremantel über einem gelben, mit Volants abgeschlossenen Minikleid, dem Applikationen die persönliche Note gaben) wiederum Sieger. London konnte mit einem Stickereimodell, dessen schmales Cape eine helm