

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

**Herausgeber:** Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

**Band:** 76 (1969)

**Heft:** 7

**Artikel:** Katalog der Mittel der Nachwuchsgewinnung

**Autor:** Rudin, Hans

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-676890>

### **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:** 24.01.2026

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

*Qualitative Nachwuchsförderung* heisst in diesem Sinne:

- Förderung der Berufswahlreife durch Schule und Berufsberatung
- Berufswahlentscheid unter Berücksichtigung der Eignung und Neigung und auf Grund von sachlichen Informationen
- pädagogisch und methodisch einwandfreie Ausbildung anstatt Ausnützung als billige Arbeitskraft
- gute Arbeitsatmosphäre unter normalen Arbeitsbedingungen
- Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten und Förderung der Tüchtigen und Willigen.

Sind diese Voraussetzungen gegeben, ist mindestens die Gewähr geboten, dass der vorhandene Nachwuchs richtig eingesetzt wird und qualitativ den Erfordernissen der Zukunft entspricht. Leider wird dieser Aspekt angesichts des quantitativen Nachwuchsproblems oft übersehen.

Es ist offensichtlich, dass vor allem der zahlenmässige Mangel an Nachwuchs empfunden wird. In der *quantitativen Nachwuchsförderung* verspricht jedoch ebenfalls nur eine langfristige Politik dauernden Erfolg. Dr. H. Rudin hat schon vor einigen Jahren am Schlusse eines Artikels in den «Mitteilungen über Textilindustrie» folgende zutreffende Meinung vertreten: «Nur eine ganzheitliche, auch auf den Aspekt des Nachwuchses ausgerichtete, zielbewusste Geschäftspolitik kann dauerhafte Resultate erzielen.»

Wir wollen nachfolgend drei Mittel einer solchen langfristigen Nachwuchspolitik herausgreifen:

- *Hebung des Image eines Berufes, einer Branche oder eines Betriebes*

Werbefachleute haben schon lange eingesehen, dass das Image langfristig aufgebaut und durch entsprechende Massnahmen auf allen Gebieten untermauert werden muss. Eine Orientierung über Zahl und Altersstruktur der Kader und Vorgesetzten kann erst erfolgen, wenn eine entsprechende Personalpolitik die Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten attraktiv gestaltet hat. In diesem Zusammenhang sind auch scheinbare Nebensächlichkeiten zu beachten.

Aeltere Männer in einem Nachwuchswerbefilm über die Textilindustrie fördern das Image der Branche bei der Jugend nicht. Der Ruf, in dieser oder jener Firma bzw. in dieser oder jener Branche sei eine hervorragende, von pädagogisch und methodisch ausgezeichneten Lehrmeistern betreute Ausbildung möglich, dürfte hingegen der beste Weg sein, das Image zu verbessern und Nachwuchsprobleme zum Verschwinden zu bringen. Es wäre ein leichtes, noch mehr Beispiele dieser Art anzuführen.

- *Erfassung des Nachwuchsbedarfes*

Prospektivstudien sind heute beinahe eine Modeerscheinung geworden. Obschon die wissenschaftlichen Methoden noch nicht genügend entwickelt sind, um mittel- oder gar langfristige qualitative und quantitative Bedarfsuntersuchungen durchzuführen, könnte allein die Tatsache, dass man sich über die zukünftige Entwicklung einer Branche Gedanken macht, für die Nachwuchs- und Ausbildungsplanung von Bedeutung sein. Brauchen wir in Zukunft die Stufe der heutigen Angelernten noch und in welchem Ausmasse? Entsteht eine neue Kategorie von Angelernten mit andern Anforderungen und anderer Ausbildung? Wieviele ausgebildete Leute mit Berufslehre brauchen wir in 5 bis 10 Jahren? Welche Ausbildungsmöglichkeiten müssen für sie bereitgestellt werden? Wieviele und welche Kaderstellen sind in 10, 20

oder 30 Jahren zu besetzen und welche Aus- und Weiterbildung müssen die betreffenden Leute absolvieren? Diese und viele andere Fragen sollten im Zusammenhang mit einer langfristigen Nachwuchspolitik untersucht und periodisch überprüft werden.

- *Ausbildungsplanung und Ausbildungspolitik*

Die Beschäftigung mit langfristiger Nachwuchsförderung führt automatisch zur Ueberprüfung und Anpassung des Ausbildungssystems, wie wir soeben festgestellt haben. Die Textilindustrie hat rechtzeitig erkannt, dass die Zersplitterung in viele Berufslehren weder quantitativ noch qualitativ einen Beitrag zur Nachwuchsförderung darstellt. Es bleibt nur zu hoffen, dass auch die Bekleidungsindustrie in ihrem Interesse eine Konzentration der Lehrberufe vornimmt.

Die Erfahrungen der Berufsberatung, insbesondere in der Laufbahnberatung und bei Berufswechslern, zeigen immer wieder, dass grundsätzlich eine breite Grundausbildung mit vielfältigen Spezialisierungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten angestrebt werden sollte. Im Zeitalter der beruflichen Mobilität gilt: Je enger der berufliche Einstieg und die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten sind, desto eher wird der Beruf oder gar die Branche verlassen.

#### *Zusammenarbeit mit der Berufsberatung*

Die langfristige Sicht in der Nachwuchsförderung und Nachwuchsplanung soll nicht hindern, dass man jedes Jahr der Nachwuchsgewinnung sein besonderes Augenmerk schenkt. Immerhin treten jährlich rund 80 000 Jugendliche ins Berufswahlalter. Durchschnittlich geht dabei jeder zweite Jugendliche durch die Hände der Berufsberatung. Wesentlich mehr werden von den Massnahmen der Berufswahlvorbereitung durch Schule und Berufsberatung erfasst (Schulbesprechungen, Betriebsbesichtigungen, berufskundliche Vorträge, Elternabende und andere Veranstaltungen). Im Zusammenhang mit dieser grossen Arbeit, die jedes Jahr geleistet wird, ist der Begriff Nachwuchswerbung verpönt. Das Ziel aller Anstrengungen ist die Förderung der Berufswahlreife. Was zählt, sind möglichst viele zutreffende Informationen und Einblicke in die Berufswelt. Berufsbilder, Diaserien, Filme, Betriebsbesichtigungen und Schnupperlehren sind bewährte Mittel dazu. Wir freuen uns, feststellen zu können, dass sowohl in der Textil- als auch in der Bekleidungsindustrie der Wille zur Zusammenarbeit mit der Berufsberatung, sei es bei der Herstellung der geeigneten Mittel als auch bei der Durchführung gezielter Massnahmen, vorhanden ist.

### **Katalog der Mittel der Nachwuchsgewinnung**

Dr. Hans Rudin

#### **1. Nachwuchsorientierte Personal- und Geschäftspolitik**

##### *a) Das Image des Unternehmens*

Für die Anwerbung von Jugendlichen und Personal überhaupt ist der Gesamteindruck, den das Unternehmen gegen aussen macht, sehr wichtig. Wenn eine Firma den Eindruck erweckt, modern und fortschrittlich zu sein, wird sie in der gesamten Personalbeschaffung weniger Schwierigkeiten als andere haben. Es kommt dabei auf alle Aeusserungen gegenüber der Oeffentlichkeit an, vor allem auch auf die Werbung und Reklame. Diese bestimmt ja sehr oft die Meinung über die Firma.

**b) Aktive Personalpolitik**

Dazu gehört in erster Linie der Ausbau der internen Ausbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten. Darüber soll aber in einem nächsten Abschnitt noch eingehender gesprochen werden. Ferner gilt es, die Arbeitsbedingungen auch hinsichtlich der Gewinnung junger Leute zu regeln. Nachdem die Verdienstragen und die Freizeit- und Ferienregelungen eine grosse Rolle spielen, ist diesen Punkten ganz spezielle Beachtung zu schenken. Ein besonderes Problem sind die Lehrlingslöhne. Dass auch das Betriebsklima und die Arbeitsatmosphäre für die Anwerbung junger Leute von entscheidender Bedeutung sind, steht ausser Zweifel.

**2. Ausbau der Ausbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten**

Der Ausbau kann auf verschiedenen Stufen erfolgen, die von unten nach oben hin folgen:

- a) Systematische Anlernung
- b) Berufslehren
- c) Meister- bzw. Angestelltenfortbildung  
(interne und externe Kurse, Tagungen, Lehrgänge)
- d) Höhere Berufsausbildung  
(Fachschulen, Techniken usw.)
- e) Führungskurse

**3. Aufklärung und Information**

Hier stehen folgende Mittel zur Verfügung, die je nach Art von den Verbänden oder einzelnen Firmen eingesetzt werden können:

- a) Inserate  
(Lehrstelleninserate, allgemeine Inserate in Lehrlingsbeilagen usw.)
- b) Broschüren, Berufsbilder, Prospekte
- c) Presseartikel und Pressereportagen
- d) Radio- und Fernsehbeiträge
- e) Vorträge und Filmvorführungen, Dia-Serien  
(insbesondere spezifische Berufsfilme)
- f) Elternabende und Orientierungsveranstaltungen
- g) Berufsberater tagungen
- h) Betriebsbesichtigungen  
(Tage der offenen Türen)
- i) Betriebspraktiken  
(Schnupperlehren)
- k) Persönliche Kontakte mit Jugendlichen, Eltern, Lehrern und Berufsberatern

**4. Grundlagen der Berufswahl**

Abschliessend sei noch auf die Bestimmungsfaktoren bei der Berufswahl, wie sie statistisch ermittelt wurden, hingewiesen: Für die Berufswahl sind drei Faktoren entscheidend. Erstens die Ausbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten, zweitens Verdienst und Freizeit, drittens die Attraktivität der Arbeit.

**Regionale Aktionen für die Nachwuchswerbung  
Goodwill-Schaffung und Image-Verbesserung**

Dir. J. Zimmerli, Murgenthal

Bevor ich auf die in den letzten Jahren von der Textil- und Bekleidungsindustrie im Bezirk Zofingen durchgeführten Aktionen zu sprechen komme, möchte ich unseren Bezirk, den wir gleichzeitig als Region betrachten, kurz vorstellen.

Als westlichster Bezirk unseres Kantons Aargau grenzen wir im Norden an den Kanton Solothurn, im Westen an den Kanton Bern und im Süden an den Kanton Luzern. Folgende wichtigsten Ortschaften liegen im Bezirk Zofingen: Zofingen, Oftringen, Rothrist, Aarburg, Murgenthal, Vordemwald, Strengebach, Safenwil, Kölliken.

Dank der geographisch günstigen Lage hat sich auch die Industrie und davon speziell die Textil- und Bekleidungsindustrie sehr stark entwickelt. Noch im 19. Jahrhundert war unsere Industrie mehr oder weniger die einzige Industrie im Bezirk. Wir finden Gründungen, die 200 Jahre zurückgehen, und auch die heute bedeutende Strickereiindustrie hat sich von Aarburg aus stark ausgedehnt.

Die nachstehende Aufstellung zeigt die Anteile der einzelnen Industriegruppen, wie sie heute innerhalb der im Handels- und Industrieverein Zofingen zusammengefassten Unternehmen vertreten sind:

Textil- und Bekleidungsindustrie	36 %
Papierindustrie inklusiv	
Graphisches Gewerbe	20 %
Metall- und Maschinenindustrie	20 %
Chemische Industrie	13 %
Bau- und Holzindustrie	10 %
Diverse (Banken, Versicherungen usw.)	1 %

Die grosse Gruppe der Textil- und Bekleidungsfirmen, die sich bei allen Aktionen seit 1966 beteiligte, verteilt sich wiederum auf nahezu alle Sparten unserer Industrie:

Spinnerei/Weberei	7 Betriebe
Strickerei	5 »
Elastikweberei/Miederindustrie	5 »
Färberei/Ausrüsterei	3 »
Bekleidungsindustrie	2 »
Posamentenindustrie	2 »

Total 24 Betriebe  
mit rund 4500 Beschäftigten

Wie aus der geographischen und verkehrspolitischen Situation hervorgeht, steht die an und für sich grosse Gruppe der Textil- und Bekleidungsindustrie doch auch stark im Einflussgebiet der benachbarten Regionen, von denen ich Olten, Aarau, Langenthal nennen möchte. Zu der industriell dichten Belegung dieser Regionen kommen noch die grossen staatlichen Dienstleistungsbetriebe und kantonalen Verwaltungen, die sich vor allem personalpolitisch auswirken.

Wie kam es zur Interessengemeinschaft, und welches Ziel haben wir uns gesteckt?

Der erste Schritt zur Zusammenarbeit innerhalb der Textil- und Bekleidungsfirmen unseres Bezirks geht auf die Ausstellung «Textil hat Zukunft» im Kanton Baselland im Jahre 1964 zurück. Der Besuch der damals ersten Ausstellung hat bei einzelnen Herren unserer Industrie den Funken für die heute erfreuliche Zusammenarbeit gezündet.

Anfänglich stand allein die Nachwuchsförderung im Vordergrund. Wir haben aber bald erkannt, dass die Nachwuchswerbung nicht mit Erfolg betrieben werden kann, wenn die Bevölkerung, Lehrerschaft und Abschlussklassenschüler und auch die Behörden unsere Textil- und Bekleidungsindustrie nur von der Spinnradromantik her kennen oder aber das längst veraltete Schulwandbild unserer Industrie seinen Einfluss ausübt.

Wir haben das ernsthafte Anliegen, die Textil- und Bekleidungsindustrie der breiten Bevölkerung so zu zeigen und nahezubringen, wie sie heute ist (oder sein soll...): aufgeschlossen, modern, beweglich, anpassungsfähig, rationell eingerichtet, leistungs- und konkurrenzfähig auch gegenüber dem Auslande.

Das sehr weit gesteckte Ziel kann nicht mit einer einzelnen Aktion und nicht in einer kurzen Zeitspanne erreicht werden. Falsche Vorstellungen und teilweise begründete negative Einstellungen gegenüber unserer Industrie müssen in einem langfristigen Programm widerlegt werden. Wir waren uns auch bewusst, dass wir nicht zuwarten konnten, bis auf gesamtschweizerischer Verbandsbasis eine ausgedehnte, längst notwendige Public-Relations-Aktion für unsere Industrie eingeleitet wird, sondern wir schritten zur Tat.

Die Geschlossenheit von 24 Firmen kann in einem begrenzten Raum, in ihrer Region, zu der sie durch die täglichen Begebenheiten ihre Beziehungen hat und pflegen muss, sehr viel unternehmen. Im Interesse der Einheit dieser zusammengeschlossenen Firmen müssen aber während den Aktionen die Einzelinteressen in den Hintergrund treten.

### Durchgeführte Aktionen

- 1966 Berufsausstellung «Textil hat Zukunft» in der Sporthalle Zofingen
- 1967 Mithilfe beim Kurs der kantonalen Erziehungsdirektion «Die Berufswahlvorbereitung in den Abschlussklassen»  
Mitarbeit bei der Herbsttagung der Aargauer Berufsberater in Zofingen
- 1968 «Tage der offenen Türe in der Textil- und Bekleidungsindustrie»  
Unterhaltungsabende «Textil hat Zukunft» in Zofingen, Kölliken, Safenwil, Murgenthal
- 1966 bis 1968 gemeinsame Beteiligungen in Spezialbeilagen der Tagespresse für die Berufswahl der Jugend: Was wird aus mir?

### Orientierung über die einzelnen Aktionen

**1966 Berufsausstellung:** In der Sporthalle Zofingen haben wir unsere Industrie während einer Woche sämtlichen Abschlussklassen des Bezirks und der Bevölkerung vorgestellt.

Im *technischen Teil* hatten die Gruppen Spinnerei/Zwirnerei, Weberei, Färberei/Ausrüsterei, Strickerei/Wirkerei, Konfektionsindustrie, Elastik-, Posamenterie-, Etiketten- und Bandindustrie ihre modernsten Maschinen und Apparate aufgestellt und in Betrieb durchgeführt.

Die Besucher hatten somit Gelegenheit, die wichtigsten Maschinen unserer Industriegruppe auf engstem Raum (zirka 2000 m<sup>2</sup>) bei der Arbeit zu besichtigen. Für die Schulklassen fanden spezielle Führungen nach einem vereinbarten Fahrplan statt.

Die *Modeschau* in aufgelockerter Form zeigte mit betriebs-eigenen Mitarbeitern die textilen Erzeugnisse im täglichen Leben, beim Sport und in der Freizeit.

Mit der *Produkteschau*, dem Schaufenster unserer Industrie, kam die Vielfalt und auch der hohe Qualitätsstandard unserer Produktionen zur geschlossenen Darstellung.

2500 Schüler der Abschlussklassen aus dem Bezirk und aus angrenzenden Ortschaften haben die Berufsausstellung mit ihren Lehrern besucht, und an den Abenden durften wir eine Besucherzahl von 5000 bis 6000 Personen registrieren.

Mit der Bearbeitung einer umfangreichen Sonderbeilage von zwölf Seiten im «Zofinger Tagblatt» konnten wir die Bedeutung unserer Industriegruppe und die beruflichen Ausbildungsmöglichkeiten in den verschiedenen Sparten darlegen. Jeder Schüler hat diese Sondernummer, zusammen mit einem kleinen Geschenk und selbstverständlich mit einem Imbiss, gerne entgegengenommen.

**1967 Kurs der kantonalen Erziehungsdirektion «Die Berufswahlvorbereitung in den Abschlussklassen»**

Am 4. September 1967 veranstaltete die Erziehungsdirektion des Kantons Aargau für alle Primar- und Sekundarlehrer des Bezirks Zofingen einen Kurs mit dem Thema «Die Berufswahlvorbereitung in den Abschlussklassen». 80 Lehrerinnen und Lehrer, die regelmässig eine 7. und 8. Schulklasse führen, haben an diesem Kurs teilgenommen.

Der erste Vortrag galt dem Thema «Zur Methodik der Berufswahlvorbereitung in den Abschlussklassen» — Referent: F. Frei, Vorsteher des Kant. Amtes für Berufsbildung, Luzern, und Verfasser des «Leitfadens zur Methodik der Berufswahlvorbereitung in den Abschlussklassen der Volksschule».

Mit einer ersten Schulklasse wurde die «Allgemeine Berufswahlvorbereitung» behandelt, und in drei gleichzeitig laufenden Demonstrationslektionen bereiteten die Lehrer ihre Schulklassen auf die Berufsbesichtigungen vom Nachmittag in folgenden Gruppen vor: Kammgarnspinnerei und Weberei, Herrenkonfektionsindustrie, Strickerei- und Wirkereiindustrie.

Die Vorbereitung dieser speziellen Lektionen erfolgte in Verbindung mit den Textil- und Bekleidungsfirmen des Bezirks, die den Lehrern für ihre Lektionen das erforderliche Material sowie den Teilnehmern eine Zusammenfassung der Fabrikationsabläufe und Berufsübersichten (Lehrprogramme und Entwicklungsmöglichkeiten) zur Verfügung stellten.

Der Nachmittag war den *Berufsbesichtigungen* in den gleichen Branchen gewidmet. Die Kursteilnehmer hatten Gelegenheit, mit den Schulklassen die Berufsbesichtigung in den Betrieben mitzerleben und die Schüler bei den Rundgängen zu beobachten.

In diesem Zusammenhang darf auf das Thema «Berufsbesichtigung» hingewiesen werden. Anlässlich dieses Kurstages kam die Bedeutung der guten Vorbereitung der Schulklasse durch den Lehrer besonders zur Geltung. Am Morgen hatte die Schulklasse Gelegenheit, sich allgemein mit dem betreffenden Betrieb, seinem Fabrikationsprogramm (Rohmaterial, Fabrikationsprozess, Handel) und den vorkommenden Berufen vertraut zu machen, damit am Nachmittag das Schwergewicht auf die *Besichtigung der Berufe an der Arbeit* gelegt werden konnte.

Bei den Berufsbesichtigungen in den Betrieben soll dem Schüler Gelegenheit geboten werden, einen möglichst umfassenden Ueberblick über die Tätigkeit der einzelnen Berufe zu erhalten. Das Gespräch des Schülers mit dem Berufstätigen, und zwar vom Lehrling über die verschiedenen Kaderstellen bis zum Betriebsleiter, weckt das Interesse. Auch während der Besichtigung soll der Schüler selber angesprochen werden, und wo es aus Gründen der Unfallgefahr zulässig ist, Maschinen betätigen und einzelne Arbeitsoperationen ausführen. Allein die Betätigung einer Abstellvorrichtung bei Fadenbruch hilft mit, die Aufmerksamkeit der Schüler zu wecken. Speziell die Lehrlinge sollen selber zu Worte kommen und aus ihrem täglichen Erleben in der Sprache der Jugendlichen zu den Schülern sprechen. Es liegt im Interesse des Betriebes, wenn diese Gespräche vor den Besichtigungen mit den Lehrlingen behandelt werden, damit sie nicht unvorbereitet vor einer Schülergruppe zu Worte kommen müssen.

Dieser Kurs hat eindeutig gezeigt, dass auch auf diesem Wege das Interesse der Lehrerschaft und auch der Jugend an unserer Textil- und Bekleidungsindustrie geweckt werden kann.

**1967 Mitarbeit bei der Herbsttagung der Aargauer Berufsberater in Zofingen**

Um auch den Berufsberaterinnen und Berufsberatern die notwendige Uebersicht über die Berufe der Textil- und Bekleidungsindustrie zu geben, stand die Herbsttagung der Aar-



gausischen Berufsberatungsstelle vom 25. Oktober 1967 im Zeichen dieser Industriegruppe.

Im Hinblick auf die Schweizerische Tagung der Berufsberater anlässlich der ITMA wurde das Vormittagsprogramm der Tagung in Zofingen speziell gestaltet und umfasste folgende Vorträge:

- Die wirtschaftliche Bedeutung und die aktuellen Probleme der schweizerischen Textil- und Bekleidungsindustrie (Dr. E. Fahrländer, Aarburg)
- Mode und ihre Einflüsse auf die Textil- und Bekleidungsindustrie (R. Menzi, Liestal)
- Organisation einer Spinnerei/Weberei und die Funktionen der einzelnen Kaderstellen (K. Zwicky, Aarburg)

Zum Abschluss des reichbefruchteten Vormittages fand die Besichtigung der modernen Spinnerei in den Textilwerken Weber & Co. AG, Aarburg, statt.

Der Nachmittag gab den Berufsberaterinnen und Beratern Gelegenheit zu Berufsbesichtigungen in den Betrieben unseres Bezirks.

Wie bei den Berufsbesichtigungen mit den Schulklassen und Lehrern vom 4. September 1967, wurde auch hier Wert auf das Gespräch mit den Berufstätigen aller Stufen gelegt, damit der Berufsberater in seiner Funktion als Berater der Jugendlichen Einblick in das Schaffen des Einzelnen und über deren Ausbildungsgang bekam.

Diese zweite Tagung fand in Verbindung mit der Arbeitsgemeinschaft der Textil- und Bekleidungsindustrie für Nachwuchsförderung statt.

#### *1968 «Tage der offenen Türe in der Textil- und Bekleidungsindustrie»*

Die «Tage der offenen Türe» vom 6. bis 18. Mai 1968 sollten wiederum dem interessierten Publikum den Blick in das tägliche Leben der Betriebe, an den Arbeitsplatz der Familienangehörigen, in die berufliche Tätigkeit und Aufstiegsmöglichkeit aller Sparten der Textil- und Bekleidungsindustrie freigeben.

Die Öffnungszeiten der einzelnen Betriebe wurden örtlich und zeitlich abgestimmt, und auch die einheitliche Betreuung und Bewirtung konnte weitgehend erreicht werden.

Als Werbegeschenk schufen wir zu diesem Anlass ein hübsches Kalendertüchli, das bestimmt auch anderweitig Anwendung finden könnte, da die Betriebe immer wieder in die Lage kommen, ihren Besuchern eine kleine, geeignete Gabe zu verabreichen.

In der ersten Woche haben wir über 5000 Besucher durch die Betriebe geführt, und nach Abschluss der Aktion waren es rund 8000 Besucher.

Die Abendstunden, während denen in den Betrieben speziell gearbeitet wurde, fanden besonders grosse Beachtung durch das Publikum, und auch am Samstagnachmittag war der Besuch gut. Unerwartet hohe Besucherzahlen stellten an die Betriebe kurzfristig grosse Anforderungen, und da und dort konnten die vorgesehenen paketweisen Führungen nicht mehr aufrechterhalten werden.

#### *Unterhaltungsabend «Textil hat Zukunft»*

Diese Herbstveranstaltungen hatten den Zweck, die Vielfalt der in unseren Betrieben erzeugten textilen Produkte in unterhaltender Form einem breiten Publikum vorzuführen. Um auch einzelne Zweige, die in der Modeschau weniger zur Geltung kamen, besser zur Darstellung zu bringen, wurde ein «Textiltoto» mit fünf Spielen durch die Lehrtöchter und Lehrlinge unserer Betriebe veranstaltet. An jedem Abend wurden die Spiele neu ausgetragen, und die tippen-

den und gewinnenden Besucher konnten am Schluss der Veranstaltung ihre Preise in Form von Gutscheinen zum Bezug von Textilprodukten im Detailhandel des Bezirks entgegennehmen.

Die von der «Fashion Organization Zurich» inszenierte Schau in acht Bildern mit betriebseigenen «Stars» hat bei den Besuchern regen Anklang gefunden, und auch Rico Peter als Conferencier hat die Totospiele mit der Modeschau geschickt verbunden.

Anlässlich der Unterhaltungsabende fand jeweils eine gedrängte Produkteschau statt, die allen Besuchern nochmals die einzelnen Firmen und ihr Fabrikationsprogramm in Erinnerung rief.

Alle fünf Unterhaltungsabende in den Ortschaften Zofingen (zwei), Köllikon, Safenwil und Murgenthal waren ausserordentlich gut besucht, und mit den «Tagen der offenen Türe» standen unsere Betriebe und damit einmal mehr die Textil- und Bekleidungsindustrie vielerorts im Mittelpunkt des Gesprächs.

#### **Schlussbetrachtungen**

Die gemeinsamen Aktionen haben zwischen den 24 Firmen im Bezirk Zofingen zu einer erfreulichen Zusammenarbeit und zu einer gegenseitigen Unterstützung auch in andern Belangen des täglichen Geschäftslebens geführt.

Aktionen, wie sie seit 1966 im Bezirk und in der Region durchgeführt wurden, kommen aber nicht ohne einen gewissen finanziellen Aufwand, aber noch viel weniger ohne persönlichen Einsatz und Idealismus von tatkräftigen Mitarbeitern zustande. Wir haben in unserem Bezirk das Glück, eine Kommission von elf Herren zu besitzen, die alle bei den gestellten Aufgaben immer wieder zur Verfügung stehen.

Nachwuchswerbung, Goodwill-Schaffung, Image-Verbesserung haben nur Erfolg, wenn die gesamte Textil- und Bekleidungsindustrie in unserem Lande einmal selbst und auf allen Stufen an die Zukunft glaubt und darnach handelt. — Die negativen Ausstrahlungen wirken vielfach, und auch das ewige Jammern ist nicht für die Nachwuchswerbung bestimmt. Stellen wir das Positive in den Vordergrund; andere Branchen haben auch ihre Sorgen, aber sie sprechen weniger davon und es wird noch weniger darüber geschrieben.

Wir haben gesunde und vorwärtsstrebende Unternehmen und Unternehmer in unseren Reihen.

Jeder von uns wurde einmal vor die Frage gestellt, welche Laufbahn wir wählen wollen. Wir haben uns zur Textil- und Bekleidungsindustrie bekannt, und nun geht es darum, dass sie weiterbesteht.

*«Textil hat Zukunft»*

#### **Die Anlernung in der Textilindustrie**

Inès Meier, Betriebspsychologin, Luzern

«Gib einem Hungernden einen Fisch, so sättigst du ihn für einen Augenblick; lehre ihn aber fischen, so wird er sein Leben lang essen können.» (Verfasser unbekannt)

#### *Grundlagen der Instruktion*

Dieses Zitat stellt uns mitten hinein in den grossen Problembereich der Ausbildungsarbeit, die einerseits auf das Wirken des im Betriebe tätigen Menschen ausgerichtet ist, aber andererseits ebenso sehr auf die Notwendigkeiten der Wirtschaft. Des einen Lebensvoraussetzungen sind abhängig von