

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

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 77 (1970)

Heft: 6

Artikel: Elektronische Kontrollanlagen für die Textilindustrie [Fortsetzung]

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-678094>

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>

Erst wenn auf die geschilderte Weise der Zielmarktanteil der eigenen Produktion bestimmt ist, kann das *Marketing-konzept* abgefasst werden. Dieses hat in möglichst detaillierter Form die Grundsätze, Richtlinien und Zielsetzungen zu schildern, nach denen sich die Unternehmung im Markt der Zukunft orientieren will. Im folgenden wird stichwortartig skizziert, welche Fragen das Marketingkonzept beantworten sollte:

- Fabrikationsprogramm (traditionsorientiert, bedarfsorientiert, neuheitenorientiert)
- Verkaufsprogramm (Fachsortiment, Bedarfsgruppensortiment, Neuheitensortiment)
- Diversifikation (neue Produkte für alte Kunden, neue Produkte für neue Kunden, alte Produkte für neue Kunden)
- Marketingpolitik (Herstellermarken, Ursprungszeichen usw.)
- Verbandspolitik (Marketing-Support, Branchen-Marketing)
- Marktforschung (Marktanalyse, Marktbeobachtung, Erfolgskontrolle)
- Produktplanung (Technologie, Produktgestaltung, Wertanalyse, Tests, Beschaffungsforschung, Warenpräsentation)
- Verkaufspolitik (Kundenberatung, Kundendienst, Verkaufsförderung, Auftragseinholung, Auftragsbearbeitung)
- Preispolitik (Preisgestaltung, Preisstellung, Verkaufskonditionen, Kulanz, Kundenkredit)
- Werbepolitik (Produktwerbung, Firmenwerbung, Branchenwerbung)

Ein nach diesem Muster aufgebautes Marketingkonzept gibt dem Kader die Möglichkeit, mit grossem Wirkungsgrad, koordiniert und zielstrebig zu arbeiten. Es entbindet die Geschäftsleitung auch von der so unbefriedigenden Improvisation verkaufspolitischer, preispolitischer und werbepolitischer Entscheide im Einzelfall. Ist man sich klar über den langfristig zu bearbeitenden Zielmarkt, den angestrebten Marktanteil, das Fabrikations- und Verkaufsprogramm, die Diversifikationslinien, die Markenpolitik sowie die Verbandspolitik, und verfügt man über die notwendigen Instrumente für Marktforschung und Produktplanung, so werden die sonst meist gefürchteten Gebiete des Verkaufs, der Preispolitik und der Werbung zu blossen Realisierungsfeldern für das klar definierte Marktleistungskonzept.

Dr. Erich Hubacher

Firmennachrichten (SHAB)

Moersdorff-Scherer AG, bisher in Zürich, Fabrikation, Handel und Kommissionsgeschäfte in Woll- und Baumwollgarnen jeder Art usw. Der Sitz wurde nach Schaffhausen verlegt. Dem aus 1 bis 5 Mitgliedern bestehenden Verwaltungsrat gehören an und führen Kollektivunterschrift zu zweien: Paul Beglinger, von Mollis, in Wallisellen, als Präsident, und als Mitglied, Markus Jakob, von Trub, nun in Schaffhausen, zugleich Geschäftsführer. Karl Leemann, von und in Zürich, ist stellvertretender Geschäftsführer mit Kollektivunterschrift zu zweien. Kollektivprokura zu zweien ist erteilt an Walter Schaub, von Boniswil AG, in Zürich; Sergio Crivelli, von Novazzano, in Savosa; Paul Kern, von Gais, in Zürich, und Jean Pierre Widmer, von Valeyres-sous-Rances VD, in Lausanne. Geschäftsdomizil: Ebnetstrasse 65, bei Schoeller, Albers & Co.

Elektronische Kontrollanlagen für die Textilindustrie

(Fortsetzung)

2.6 Qualitätskontrolle

Das zweite wichtige Gebiet, das für den Einsatz des CLAS-SIMAT-Systems in Frage kommt, ist die statistische Qualitätskontrolle.

Diese kann ebenso wie die Garnreinigung nach Mass mit und ohne Klassieranlage durchgeführt werden.

Die Erfassung der Garnfehler erfolgt, falls keine Anlage vorhanden ist, anhand einer Probereinigung. Durch scharfe Reinigung mit einer Garnreinigungsanlage USTER-AUTOMATIC werden alle überhaupt störenden Fehler herausgeschnitten und auf Schaukartons aufgezogen. Je nach der Zuverlässigkeit, die von den Ergebnissen erwartet wird, ist diese Prüfung mit einer entsprechend grossen Garnmenge, mindestens 100 000 m, durchzuführen.

Die Einstufung der ausgebrochenen und aufgetafelten Fehler nach Länge und Querschnitt wird durch Vergleich mit den GRADES vorgenommen. Die Anzahl der Fehler wird klassenweise in einer Strichliste zusammengestellt; die endgültigen Ergebnisse werden in das Prüfprotokoll übertragen. Einfacher und sehr viel genauer gestaltet sich die Auswertung mit Hilfe der Klassieranlage. Diese nimmt die Fehlerklassierung automatisch vor und gibt eine vollständige Uebersicht über die Fehleranzahl der einzelnen Klassen. Auch hier ist der nächste Schritt die Uebertragung der Zählergebnisse in das Prüfprotokoll.

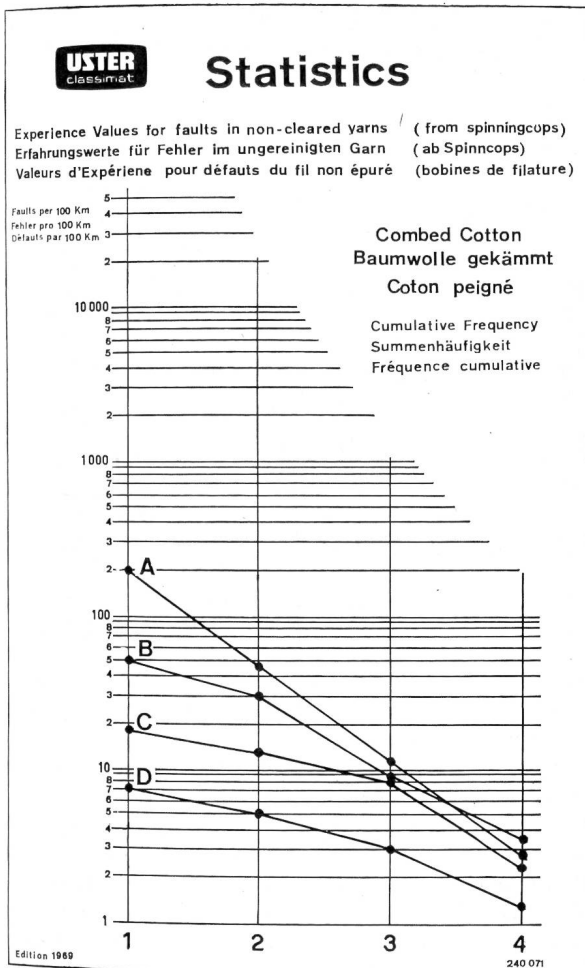
Die Bewertung der Garnqualität erfolgt durch Vergleich der visuell oder messtechnisch erfassten Fehler mit den CLAS-SIMAT-Statistiken oder betriebsinternen Erfahrungswerten.

Dargestellt sind die Statistikwerte folgendermassen:

Auf der Senkrechten sind logarithmisch die Anzahl Fehler pro 100 000 m und auf der Horizontalen die vier Querschnittsklassen aufgetragen. Parameter sind die Längensklassen A bis D.

Die Anzahl Fehler pro 100 000 m stellt einen Mittelwert dar. Dieser Mittelwert ist wie folgt zu verstehen: 50 % aller geprüften Garne weisen höhere Fehlerzahlen und 50 % niedrigere Fehlerzahlen auf. Werden also bei der betriebsinternen Prüfung eines Garnes Resultate in der Grössenordnung des Mittelwertes erhalten, so kann daraus geschlossen werden, dass das gesponnene Garn im wesentlichen im Mittel der erzeugten Garne liegt. Werden bessere Ergebnisse erzielt, bedeutet dies, dass das Garn weniger fehlerhafte Dickstellen aufweist als der Durchschnitt der heute weltweit gesponnenen Garne. Sämtliche Erfahrungswerte für gekämmte und kardierte Baumwolle sowie für Kammgarne beziehen sich selbstverständlich auf das ungereinigte Garn.

Bei der Beurteilung der erhaltenen Prüf- und Messergebnisse der betriebsinternen Prüfungen sind natürlich die Vertrauensgrenzen zu berücksichtigen.



USTER-Statistikwerte für gekämmte Baumwolle

In der Regel sollte für die statistische Beurteilung der Fehlerzahl eine Stichprobengröße gewählt werden, die mindestens 20 Fehler ergibt.

2.7 Schutzmarke USTERISIERT

Zur Unterstützung beim Verkauf von Garnen wurde die Schutzmarke USTERISIERT eingeführt.

Diese Schutzmarke kennzeichnet ein Garn, das mit einer Garnreinigungsanlage USTER-AUTOMATIC elektronisch gereinigt wurde, wobei die Reinigungsgrenze entweder auf Anfrage angegeben wird oder zwischen Lieferant und Abnehmer zu vereinbaren ist.

Bei der Anwendung der Schutzmarke USTERISIERT sind weder der Einsatz der CLASSIMAT-Anlage noch die Eintragung der CLASSIMAT-Werte erforderlich.

Die Verwendung der Schutzmarke ist kostenlos. Durch Anmeldung bei der Firma Zellweger, mit der sich ein Garnlieferant verpflichtet, die oben erwähnten Bedingungen einzuhalten, erhält er das Recht, Garne als USTERISIERT zu bezeichnen, anzubieten und zu verkaufen.

(Fortsetzung folgt)

Helvetische Notizen

Gouverner, c'est prévoir — heisst es immer wieder; sehr oft mit dem Unterton eines Vorwurfes an die Adresse des Bundesrates, der jedoch für einmal mit seltener Bestimmtheit seinen Willen kundgetan hat, die Zügel fest in die Hand zu nehmen, hat er sich doch in der Angelegenheit der Differenzen in der Bundesfinanzordnung direkt an die Räte gewandt, nachdem feststand, dass das neue Regime der Bundesfinanzen auf den Nimmerleinstag hinausgezögert, statt auf 1971 in Kraft gesetzt würde. Höchst selten kommt es vor, wie im vorliegenden Fall, dass sich die Landesregierung in die schleppenden Verhandlungen der Parlamentarier so direkt einschaltet, «um das Verfahren der Differenzbereinigung zu beschleunigen», wie es im 16seitigen Brief an die Mitglieder beider Kammern heisst. Interessant ist in diesem Zusammenhang die Feststellung, wie sich der Bundesrat z. T. unter Preisgabe eigener früherer Stellungnahmen auf die Seite des Nationalrates und in Gegensatz zum Ständerat geschlagen hat: Umbenennung der Wehrsteuer in direkte Bundessteuer und Verzicht auf verfassungsmässige Fixierung der Höchstbelastung für Warenumsatz- und Wehrsteuer. In der Frage der Steuerharmonisierung, deren Dringlichkeit angesichts der bedeutenden Unterschiede von Kanton zu Kanton und von Gemeinde zu Gemeinde immer offensichtlicher wird, scheint man noch längere Zeit auf konkrete Schritte warten zu müssen, da dem Bundesrat eine entsprechende verfassungsrechtliche Kompetenz noch verfrüht erscheint; schade, dass der Bundesrat auf diesem Gebiet nicht auch das Leitseil kräftig in die Hand nehmen und damit auf die Verwirklichung eines — zwar zugegebenermassen kühnen — Unterfangens vorläufig verzichten will.

*

Wie sehr sich die Realisierung mutiger Vorhaben im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten lohnt, zeigt die Entwicklung der nun zehn Jahre alt gewordenen Invalidenversicherung, hinter der die schweizerische Wirtschaft eindeutig steht. Ueber 2000 Arbeitsplätze in geschützten Werkstätten und an die 13 000 Unterrichtsplätze in Sonderschulen konnten geschaffen werden, ganz abgesehen von den rund 2,8 Milliarden Versicherten- und Arbeitgeberbeiträgen, die im Kreis der IV-Berechtigten ausgeschüttet wurden. Der Behinderte hat nicht nur eine materielle Hilfe, sondern vielmehr eine ihm angemessene und befriedigende Stellung in unserer Gemeinschaft nötig. Leben aus Mitleid und Erbarmen ist keine Lösung, so wenig wie Leben nur dank Rentenleistungen auf die Dauer keine befriedigende Lösung darstellt. Die Arbeitsmöglichkeit und noch mehr das Arbeitserlebnis im Alltag verhilft dem Behinderten zu einer echten Gemeinschaft mit den andern. «Eingliederung kommt vor Rente», erklärte Bundespräsident Tschudi, bemesse sich doch der Wert eines Sozialwerkes nicht nach dem finanziellen Umsatz, sondern danach, was mit seinen Aufwendungen erreicht werden kann!

*

Die Firmen- und Gesellschaftsjubiläenreihe wird endlos. Und bald hat man Mühe, Ideen für Festivitäten auszuhecken. Es gibt zwar hundert Arten, ein Jubiläum zu feiern. Echte Originalität ist jedoch rar. Um so mehr verdienen daher Einsichten Anerkennung, Jubiläen mit der Schaffung bleibender oder wirksamer Werte zu verbinden. Zu solch sinnvollen Festivitätsgestaltungen rechnen wir daher bemerkenswerte Beschlüsse wie jene einer bekannten Schokoladen-