Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 81 (1974)

Heft: [5]

Rubrik: Marktbericht

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: 14.09.2025

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

Marktbericht

Rohbaumwolle

In den USA wird das Gesamt-Angebot von Upland-Baumwolle für die Saison 1973/74 mit rund 16,9 Mio Ballen (à 480 lbs. netto) angegeben, was einem Uebertrag von ca. 4,0 Mio Ballen und einer 1973-Produktion von 12,9 Mio Ballen (à 480 lbs. netto) entspricht. Der USA-Inlandverbrauch wird mit 7,5 Mio Ballen und der USA-Export mit 5,7 Mio Ballen (à 480 lbs. netto) vorausgeschätzt. Auf Grund dieser Zahlen wird in den USA der inskünftige Uebertrag eher steigen.

Die statistische Lage stellt sich somit wie folgt (in Mio Ballen):

	1972/73	1973/74	1974/75
Uebertrag: 1. August	20,2	22,9	24,3*
Produktion:			
USA	13,9	13,0	
Andere Länder	28,0	27,8	
Kommunistische Länder	17,9	17,7	
Weltangebot	80,0	81,4	
Weltverbrauch	57,1	57,1*	
Uebertrag	22,9	24,3*	

* Schätzung

Was die langstaplige Baumwolle anbetrifft, so hat das ägyptische «Institute of Cotton Breeding and Research» eine neue vielversprechende Varietät «Giza 45» gezüchtet, die aus einer Kreuzung von Giza 67/69 entstanden ist. Diese wird heute auf rund 560 acres angepflanzt.

In langer Baumwolle ist das Angebot bekanntlich in ägyptischer und Sudan-Baumwolle äusserst knapp, in Peru ist die Lage ähnlich.

Im allgemeinen hält auf dem Weltmarkt die abwartende Haltung mit der Lustlosigkeit unverändert an.

P. H. Müller, 8023 Zürich

Wolle

Die International Wool Textile Organisation (IWTO) und die Australian Wool Corporation (AWC) führen weiterhin Gespräche, um die Wollvermarktung auf eine vernünftige und dauerhafte Basis zu stellen, mit der sowohl Wollproduzenten als auch die Rohwollkäufer befriedigt werden können. Die eben diskutierten Pläne sehen vor, dass die gesamte australische Export-Wolle durch die Australian Wool Corporation auf den Markt gebracht und auf öffentlichen Auktionen als auch im Direktgeschäft verkauft wird. Ziel der in Melbourne heftig diskutierten Reformpläne ist es, die extremen Wollpreisschwankungen, wie sie in den Jahren 1969/73 aufgetreten waren, zu dämpfen, das Vertrauen der Produzenten in die Rentabilität der Wollerzeugung wieder herzustellen und den Wollverbrauchern eine ausreichende Versorgung mit Wolle zu vorhersehbaren Preisen zu sichern. Die IWTO und AWC streben eine «gegenseitige Solidarität und Zusammenarbeit» an.

Bei der Beratung der Reformpläne im Woll-Ausschuss, in dem Wollhändler und Wollverarbeiter aus 26 Ländern vertreten sind, wurde die Besorgnis zum Ausdruck gebracht, dass bei der Anwendung des neuen Vermarktungssystems eventuell nicht alle Abnehmer von Rohwolle den gleich freien Zugang zum Markt bekommen könnten. Ausserdem werden Zweifel laut, ob das Auktionssystem und das Direktgeschäft effektiv nebeneinander bestehen könnte. Auf der anderen Seite wurde eingeräumt, dass die Wollerzeuger ein Anrecht auf eine Sicherung lohnender Erlöse hätten, und dass das Vertrauen der Produzenten auf eine gesicherte Zukunft eine Voraussetzung für eine spürbare Steigerung ihres Wollangebotes sei. Bei den Verhandlungen wurde unterstrichen, dass die Wolle nur eines von verschiedenen Agrarerzeugnissen sei, unter denen der Farmer wählen könne. Seit den 60er Jahren sei die Zahl der «wool growers» in Australien schon um 10 % auf rund 84 000 geschrumpft. (Als «wool grower» gilt jeder Halter von mehr als 200 Schafen.)

Nach anfänglich zögernder Nachfrage trat in Adelaide eine Belebung des Käuferwettbewerbes ein. Vlieswollen und Skirtings schwächten sich bis zu 5 % ab, wobei die letzteren Beschreibungen am wenigsten betroffen waren. Comebacks notierten unverändert, feine und mittlere Merinos notierten allerdings uneinheitlich. Die Hauptkäufer kamen aus Japan; die einheimischen Verarbeiter beteiligten sich nur schwach. Der Handel übernahm etwa 78 % des Angebots, während die Woollkommission unverhältnismässig stark intervenierte und bis zu 15 % übernahm.

In Albury konnten sich die Preise für Merino-Vliese gegenüber den Notierungen von Adelaide und Brisbane knapp behaupten. Merino-Vliese allerdings erwiesen sich als vollfest. Comebacks tendierten knapp behauptet, feine und mittlere Kreuzzuchten gaben ein wenig nach. Angeboten hatte man 11 534 Ballen. 80,5 % übernahm der Handel und 9 % die AWC. Die Hauptinteressenten kamen aus West- und Osteuropa.

Bei stetiger Preisentwicklung war der Markt von Brisbane im allgemeinen fest. Von den 9666 angebotenen Ballen wurden 82,5 % nach Osteuropa und die EWG-Länder verkauft, 9,5 % übernahm die Wollkommission.

Die Preise für grobe Typen blieben in Durban unverändert, die übrigen Sorten gaben bis zu 2,5 % nach. Angeboten wurden 8324 Ballen Merinos, die zu 77 % verkauft wurden.

In East-London gaben die Preise um rund 5 % nach. Angeboten wurden 4334 Ballen Merino-Wollen, von denen 89 % abgesetzt wurden. Die Offerte bestand zu 79 % aus langer, 13 % aus mittlerer und 7 % aus kurzer Wolle sowie aus 11 % Locken.

In Ivercargill kamen die Hauptkäufer aus Europa. Nach einer anfänglichen Aufwärtsentwicklung kamen die Preise schliesslich zu Stillstand. Lammwollen waren geringfügig teurer; Zweitschuren vermochten sich zu halten.

	13. 3. 1974	17. 4. 1974
Bradford in d je kg Merino 70"	267	251
Crossbreds 58" ∅	200	190
Antwerpen in bfr. je kg Austral. Kammzüge 48/50 tip	220	210
London in d je kg 64er Bradford B. Kammzug	240—255	223—238

UCP, 8047 Zürich

Die mittex werden monatlich in alle Welt verschickt. Ob in Zürich, in Togo, in Singapur, in Nicaragua oder in Moskau — die Aktualität der Information verbindet Textilfachleute weltweit.

Literatur

Kollektive Exportpublizität der schweizerischen Textilindustrie (dargestellt am Beispiel der «Exportwerbung für Schweizer Textilien») — Arnold Kappler — Dissertation, Hochschule St. Gallen — 298 Seiten, Fr. 48.— — Verlag Hans Schellenberg, Winterthur, 1973.

Begriffe wie Umwälzung oder Strukturveränderung sind heute vielgebraucht in der Wirtschaft. Nicht nur junge, wachstumsintensive Branchen, sondern auch die traditionsreiche Textilindustrie befindet sich in einer tiefgreifenden Wandlung: Während Produktivitätssteigerungen vor allem in den 50er und 60er Jahren aktuell waren, ist diejenige Erkenntnis neueren Datums, dass eine Erhöhung der Leistungsfähigkeit der textilen Unternehmungen und Betriebe in Zukunft vor allem auf dem Wege der Kooperation und Konzentration zu suchen sei. Dieser Grundsatz liegt auch der St. Galler Dissertation von Kappler zugrunde, worin für die schweizerische Textilindustrie die Möglichkeiten aufgezeigt werden, aktiv und auf kooperativer Basis Exportmarketing zu betreiben.

Die Arbeit von Kappler gliedert sich in sechs Teile. Im ersten Kapitel untersucht er die Bedeutung und Struktur der schweizerischen Textilindustrie und vergleicht diese mit den andern Zweigen der schweizerischen Volkswirtschaft. Der Verfasser weist in diesem Zusammenhange auch auf die wichtigsten textilen Zukunftsprobleme hin. Im zweiten Kapitel werden die heutigen Möglichkeiten der Exportförderung innerhalb der schweizerischen Textilindustrie systematisiert. Das dritte Kapitel umschreibt die Bedeutung der kollektiven Publizität als Bereich der zwischenbetrieblichen Kooperation, eine aktuelle Frage, die sich heute vielen Textilexportfirmen an der Schwelle des zukünftigen gesamteuropäischen Grossmarktes stellt. Einleitend wird die Bedeutung der zwischenbetrieblichen Kooperation festgehalten, die Grundlagen analysiert und die Vorteile den Nachteilen gegenübergestellt. Sodann greift der Autor die kollektive Publizität als Mittel des Exportmarketings heraus, schildert deren mögliche Motive, die Voraussetzungen für die Durchführung und die Vor- und Nachteile dieses Instrumentariums. Ein besonderer Exkurs in Kapitel 4 beleuchtet generell die marktpsychologische und marktsoziologische Bedeutung des Begriffes Image und stellt diesen Faktor wiederum in Beziehung zur schweizerischen Textilindustrie. Im folgenden Kapitel stellt der Verfasser die kollektive Exportwerbeorganisation «Exportwerbung für Schweizer Textilien» vor, der er selbst als Geschäftsführer während 4 Jahren vorstand.

Erstmals erfährt diese Publizitätsorganisation eine umfassende Darstellung. Dass das Organigramm und die verschiedenen Arbeitsmethoden und -techniken auch auf andere Wirtschaftssparten anwendbar sind, erhöht den Wert dieser Arbeit. Eine Wertung der kollektiven Publizität, bezogen auf die heutigen Verhältnisse rundet diesen Abschnitt ab. Kapitel 6 beinhaltet Schlussfolgerungen, die einerseits ein leitbildähnliches, langfristiges Aktionsprogramm und anderseits den Ausbau des Leistungsangebotes der «Exportwerbung für Schweizer Textilien» anvisieren. Im Anhang zeigen 5 verschiedene Checklists (Pressekonferenz, Presseaussendungen, Modereportagen, Store Promotions und Modeschau) die detaillierte Planung und