

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 91 (1984)

Heft: 4

Rubrik: Volkswirtschaft

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

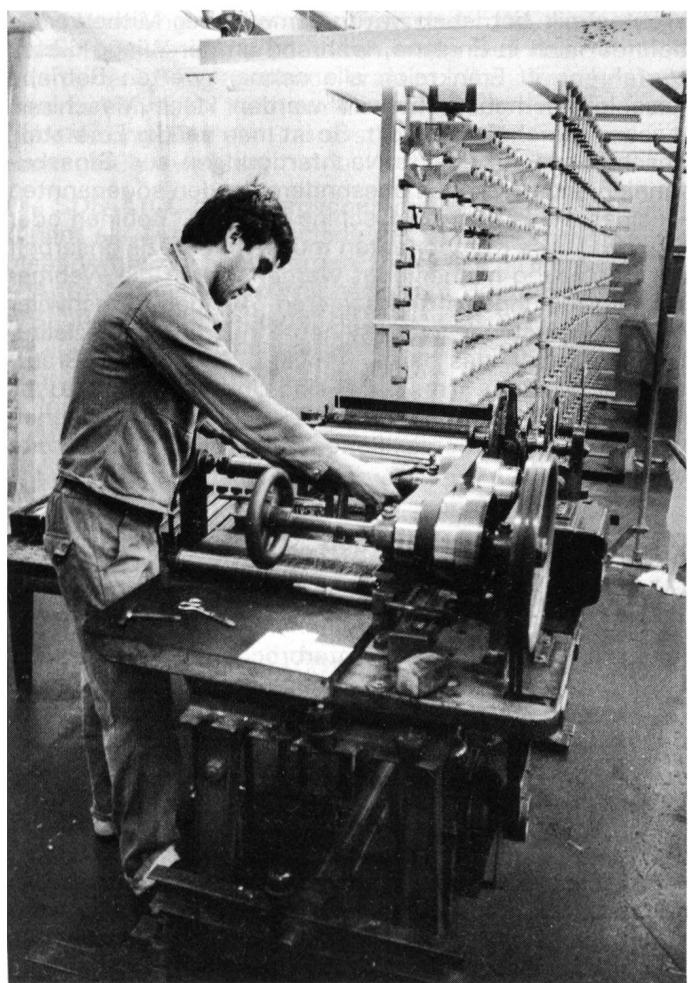
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 23.02.2026

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



Füllen der Bobinen

wirke recht breit, die an der Gesamtproduktion zu nicht ganz einem Drittel beteiligt sind. Die Palette reicht da von den unechten Tüllen bis hin zu elastischen Miederwaren, von glatten Hochhausgardinen bis zu Jacquard-Panels, vom einfachen Schürzenstoff bis zu komplizierteren technischen Wirkwaren, die ihre Verwendung als Filter finden oder sogar im Automobilbau eingesetzt werden. Hauptumsatzträger bei Raschelware sind jedoch die Gardinenkollektionen mit der bekannten Markenbezeichnung «Müratex» für leichtere Qualitäten und «Taco-Decor» für schwere Ware. Der Absatz erfolgt zu 90 Prozent über den einheimischen Detailhandel, 10 Prozent, und zwar ausschliesslich bei «Taco-Decor», wird exportiert. 1982 hatte die Schweizerische Gesellschaft für Tüllindustrie den Geschäftsbereich Dekorationsstoffe der Taco AG übernommen und diesen dann in eigener Regie hergestellt und unter der erwähnten Markenbezeichnung abgesetzt.

P. Schindler

Volkswirtschaft

Wandlungen in der Textilwirtschaft

Das Märchen vom Textilüberfluss

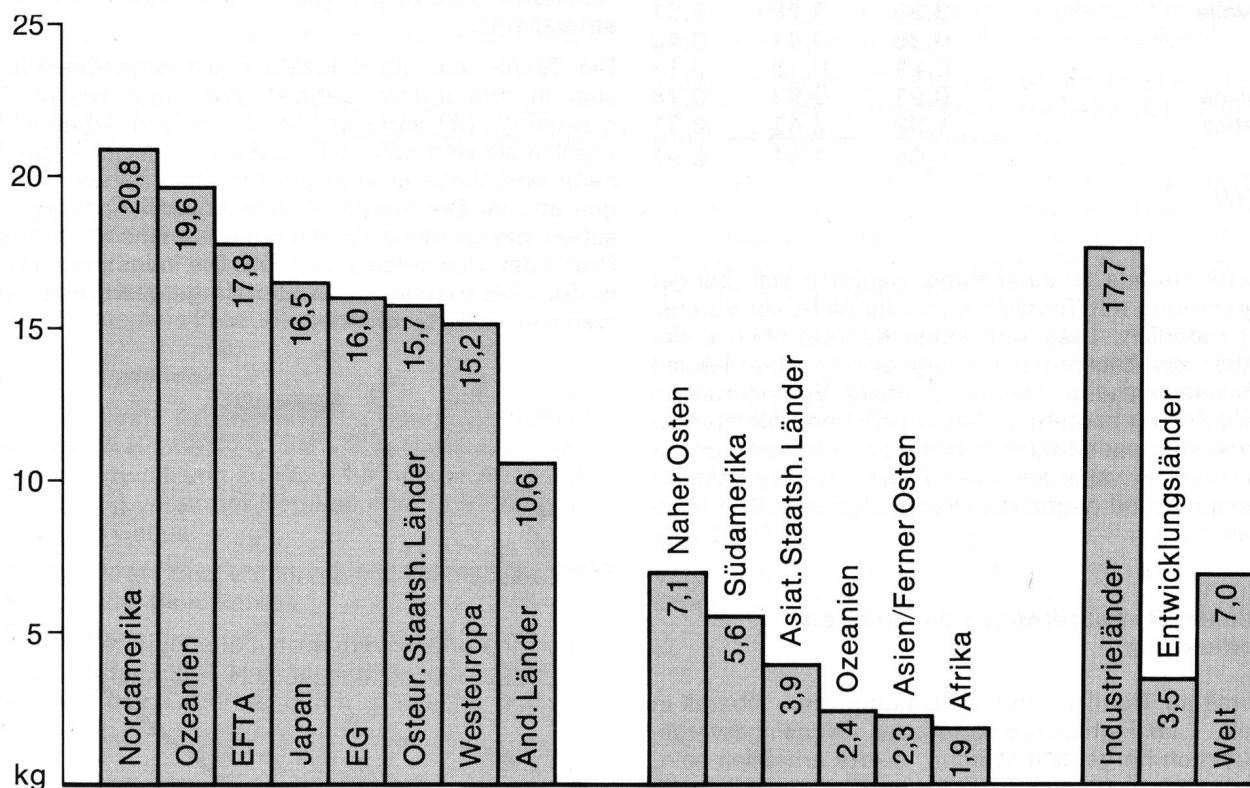
In den traditionellen westlichen Textilproduktionsländern, wo sich die Bevölkerung mehrheitlich eines hohen Lebensstandards erfreut, bestehen bedeutende Überkapazitäten. Sie sind sowohl auf die angeschwollenen Importe billigster Konkurrenzprodukte aus Tieflohnländern der Dritten Welt als auch auf ausserordentliche Erhöhungen der Produktivität der modernisierten Textilbetriebe zurückzuführen. Trotzdem herrscht global noch lange kein Textilüberfluss. Den gesättigten Textilmärkten der westlichen Länder stehen nach wie vor weite Gebiete gegenüber, deren Bewohner kaum mit dem Minimum der lebensnotwendigen Textilien versorgt sind. Weltweit betrachtet haben wir es also nicht mit einem Überfluss an Textilien, sondern mit einem Verteilungsproblem zu tun; dieses wird nur durch bessere Lebensverhältnisse in den Entwicklungsländern zu lösen sein. Das wird einige Zeit erfordern.

Die volle Erfüllung der Textilbedürfnisse wird für grosse Teile der Weltbevölkerung zeit ihres Lebens ein schöner Traum bleiben, der aus finanziellen Gründen keine Verwirklichung erfahren kann. Aber auch in den westlichen Wohlstandsländern, wo zwar ziemlich jeder seinen Grundbedarf zu decken vermag, entspricht die Textilversorgung bei vielen keineswegs den Wunschvorstellungen; man scheint nicht in der Lage zu sein, vom Einkommen mehr Geld für zusätzlich gewünschte Kleider und Anschaffungen für die textile Heimausstattung zu erübrigen. Dabei muss nicht einmal durchwegs die Meinung vorherrschen, zu einer guten Lebensqualität braucht es im Textilbereich ausschliesslich das Beste, Teuerste. Der Konsum qualitativ durchschnittlicher und minderwertiger Textilien – letztere fast im Sinne von Wegwerfware – ist in den letzten Jahren unter den Wohlstandsländern erstaunlich hoch geworden. Die vorwiegend bei gewissen Jugendlichen festzustellende uniformierte Schlampigkeit in der Bekleidung mag eine vorübergehende Zeiterscheinung sein; als märchenhaft im Sinne von «schön» wird man sie kaum bezeichnen wollen.

Pro-Kopf-Verbrauch der Welt von textilen Rohstoffen 1980 (Baumwolle, Schurwolle, Flachs, Cellulosics und Synthetics), nach Regionen und Wirtschaftsräumen (in kg)

Wäre der Textilüberfluss keine Mär, sondern Realität, würde man bestimmt viel mehr gut gekleidete Leute sehen, insbesondere Frauen; immerhin ist einzuräumen, dass man sich während der stark verlängerten Freizeit lieber unkonventionell, lockerer, «lässig» kleidet, was jedoch nicht unbedingt nachlässig bedeuten muss. Es scheint teilweise eben auch zur sogenannten Wohlstandsverwahrlosung zu gehören, dass man sich absichtlich unsorgfältig anzieht, während in armen Ländern der Urtrieb aller Menschen, schöner und attraktiver bekleidet zu sein und das Heim behaglicher und reichhaltiger zu gestalten, ungebrochen anhält. Fehlt am einen Ort teilweise der Sinn, mangelt es am andern eindeutig am Geld.

Quelle: FAO



Genügen die vorhandenen Textilrohstoffe?

Die Weltbevölkerung nimmt zu, die Produktion der Naturfasern ist vom dazu geeigneten, vorhandenen Boden abhängig und lässt sich darum nicht beliebig ausdehnen. Was die Chemiefasern betrifft, die heute bereits knapp die Hälfte der erzeugten textilen Spinnstoffe ausmachen, so kann ihre Produktion mit der Erstellung der entsprechenden Werke fast beliebig ausgeweitet werden. Die Rohstoffbasis der Cellulosics (Zellwolle, Kunstseide) bildet das Holz, jene der Synthetics das Öl.

Man nimmt an, dass sich die Nachfrage nach Textilrohstoffen in den nächsten Jahrzehnten voll befriedigen lässt, wobei der Mehrbedarf fast ausschliesslich mit Chemiefasern zu decken sein wird. In der letzten Zeit musste die Produktion von Cellulosics und Synthetics stark gedrosselt werden, weil die Nachfrage bedeutend geringer war als das Angebot der Chemiefaserhersteller.

Würde der Textilkonsum mit der Zeit überall den gegenwärtigen westlichen Stand erreichen, sähe dies allerdings etwas anders aus, doch wird diese Entwicklung nicht sehr rasch vor sich gehen. In den reichen Ländern des Westens könnte bei Textilien durchaus ein Minderkonsum pro Kopf der stagnierenden Bevölkerung eintreten, sei es, dass sie weniger lang arbeitet und deshalb auch weniger verdient, sei es, dass sie vom Einkommen weniger Geld für die Bekleidung ausgibt, weil man mehr Mittel für andere Konsumartikel oder teurer werdende Dienstleistungen abzuzweigen hat. Bei gewissen Heimtextilien sind die westlichen Textilmärkte weniger übersättigt; zwar gibt es beispielsweise fast keine Wohnungen mehr ohne textile Bodenbeläge, aber bei der Ausstattung des Heims haben diese Konsumenten doch noch viel mehr unerfüllte Wünsche als bei Bekleidung.

Weltproduktion von textilen Rohstoffen (in 1000 t)

	1980/81	1981/82	1982/83
Baumwolle	14137	15382	14685
Wolle (gewaschen)	1622	1610	1616
Seide	55	57	55
Flachs	591	606	606
Weichhanf/Hartfasern	1188	1143	1143
Jute/Juteähnliche Fasern	4034	3936	3936
Cellulosics	3554	3509	3251
Synthetics	10682	11006	10379
Total	35863	37249	35671

Anteile der Fasern (in %), ohne Hartfasern

	1980/81	1981/82	1982/83
Baumwolle	47,0	48,7	49,0
Wolle	5,4	5,1	5,4
Seide	0,2	0,2	0,2
Cellulosics	11,8	11,1	10,8
Synthetics	35,6	34,9	34,6
Total	100,0	100,0	100,0

Quellen: ICAC, IWTO, AIS, CIRFS

Weltverbrauch von textilen Rohstoffen

Gesamtverbrauch (in 1000 t)	1974	1979	1980
Baumwolle	13332	14211	14586
Wolle	1427	1767	1751
Flachs	816	785	734
Cellulosics	3603	3600	3419
Synthetics	7250	10431	10194
Total	26428	30794	30684

Pro-Kopf-Verbrauch
(in kg)

Baumwolle	3,35	3,28	3,31
Wolle	0,36	0,41	0,40
Flachs	0,21	0,18	0,17
Cellulosics	0,91	0,83	0,78
Synthetics	1,82	2,41	2,31
Total	6,65	7,11	6,97

Quelle: FAO

Ernsthafte Gründe zu einer Panik zeichnen sich bei der Weltversorgung mit Textilien vorläufig nicht ab; vorausgesetzt natürlich, dass sich keine Katastrophen ereignen. Aber die Zusammensetzung der Textilproduktion nach Faserarten wird zweifellos starke Veränderungen erfahren. Zurzeit besteht in den westlichen Wohlstandsländern wieder ein deutlicher Trend nach Naturfaserprodukten, was teilweise auch mit Trend nach Qualitätserzeugnissen, Trend gegen die Wegwerfgesellschaft identisch sein dürfte.

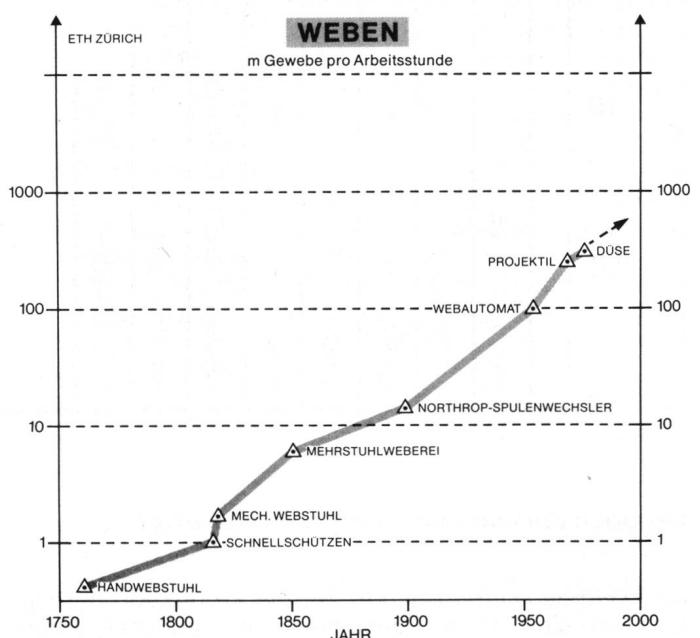
Die industrielle Fabrikation von Textilien und Bekleidung

Der Anteil an Textilien und Bekleidung, die – überall in der Welt – im Familienverband oder im kleingewerblichen Rahmen hergestellt werden, dürfte erheblich sein, lässt sich aber nicht zuverlässig quantifizieren. Allein die von Schweizer Frauen in oft sehr kreativer Weise aus Handstrickgarnen gefertigten Bekleidungsstücke erreichen jährlich schätzungsweise einen Wert von über 500 Millionen Franken.

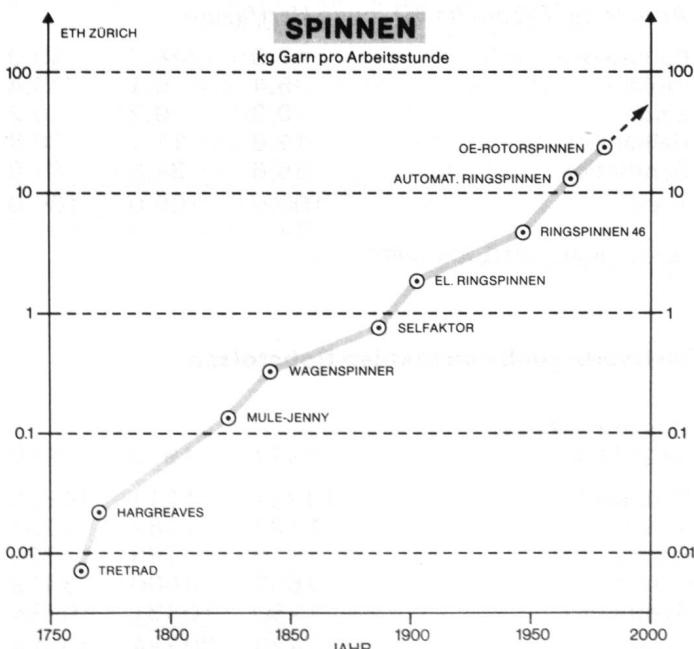
Die industrielle Fabrikation von Chemiefasern ist an keinen bestimmten Standort gebunden, diejenige der weiteren Stufen immer weniger. Der Transport der Ware fällt nicht mehr entscheidend ins Gewicht, weder zeitlich (Flugfracht) noch kostenmäßig (große internationale Konkurrenz). Speziell die immer noch sehr arbeitsintensive Bekleidungsfabrikation wurde in den letzten Jahren sukzessive nach Ländern verlegt, wo billige Arbeitskräfte in Massen zur Verfügung stehen. Aber auch die bedeutend kapitalintensivere Textilindustrie hat heu-

te beträchtliche Schwergewichte in sogenannten jungen Ländern, wo man mit gleichen Maschinen gleiche Rohstoffe verarbeitet wie in den traditionellen Industriestaaten.

Die Textil- und die Bekleidungsindustrie des Westens sind in den letzten Jahrzehnten stark zusammengeschrumpft. Mit weniger Maschinen und Arbeitnehmern erzielen sie eine höhere Produktion. Speziell in der Spinnerei und Weberei sind die Produktivitätsverbesserungen enorm. Die teuren Maschinen und Apparate erheischen aus wirtschaftlichen Gründen eine Produktion im Drei- oder Vierschichtenbetrieb. Die Investitionstätigkeit ist für viele Firmen zur Existenzfrage geworden; wer zu wenig investiert, scheidet aus.



Im internationalen Vergleich der Lohn- und Sozialkosten der Textilindustrie stand die Schweiz 1983 an erster Stelle vor allen europäischen Ländern und vor den USA und Japan. In den Entwicklungsländern machen diese Kosten etwa 15–20% der schweizerischen aus. Die Investitionen zur Steigerung der Produktivität führen zu einer Erhöhung der Kapitalkosten und einer Reduktion der Lohnkosten. Die Kapitalkosten können in einem vollautomatisierten Textilbetrieb bis das Dreifache der Lohnkosten betragen; der Lohnkostenvorteil der Entwicklungsländer wird damit weitgehend kompensiert. Die kapitalintensiven Anlagen müssen jedoch rund um die Uhr, das heißt etwa 8000 Stunden pro Jahr, in Betrieb sein, damit sie rentieren. Für die Bedienung solcher Anlagen braucht es nur noch wenige Leute, vornehmlich gut ausgebildete Spezialisten mit solidem textilem Grundwissen.



Umlenkung der Handelsströme

Im Welttextilhandel, der sich während der letzten zwanzig Jahre gesamthaft in erfreulicher Weise ausgedehnt hat, gilt es zwischen drei grossen Gruppen zu unterscheiden. Die nachstehende Gegenüberstellung zeigt, was die Textilindustrie in Industrie-, Entwicklungs- und Staatshandelsländern in groben Zügen kennzeichnet.

1. Industrieländer

Hohe Löhne und Sozialleistungen. Betriebe sollten des-

halb im Drei- oder Vierschichtenbetrieb produzieren können, um wirtschaftlich zu sein. Im modischen Bereich führend.

Gute Kaufkraft und entsprechend hoher Textilkonsum pro Kopf der Bevölkerung.

Seit zehn Jahren mehr Textilien und Bekleidung aus Entwicklungsländern eingeführt als nach solchen ausgeführt. Früher umgekehrt.

Zunehmende Stillegung von Betrieben und Verlust von Arbeitsplätzen, hervorgerufen durch die grossen Importe aus Tieflohn- und Billigpreisländern, den Preisdruck von Waren aus Staatshandelsländern, aber auch durch die gestiegene Produktivität.

2. Entwicklungsländer

Billige und billigste Arbeitskräfte im Überfluss. Vorläufig hauptsächlich Herstellung von Stapelartikeln, jedoch sukzessive Entwicklung zu Ware für höhere Ansprüche. Modernisierung veralteter Betriebe oder Schaffung neuer Fabriken im Gange.

Geringe Kaufkraft und entsprechend kleiner Textilkonsum pro Kopf der Bevölkerung.

Kleine Importe. Eigene Industrie durch hohe Zollmauern und nichttarifarische Handelshemmnisse geschützt. Ausdehnung des Exportes durch staatliche Massnahmen gefördert.

3. Staatshandelsländer

Löhne und Sozialleistungen bedeutend tiefer als in den Industrieländern. Grossenteils veralteter Produktionsapparat. Modernisierung von Betrieben eingeleitet.

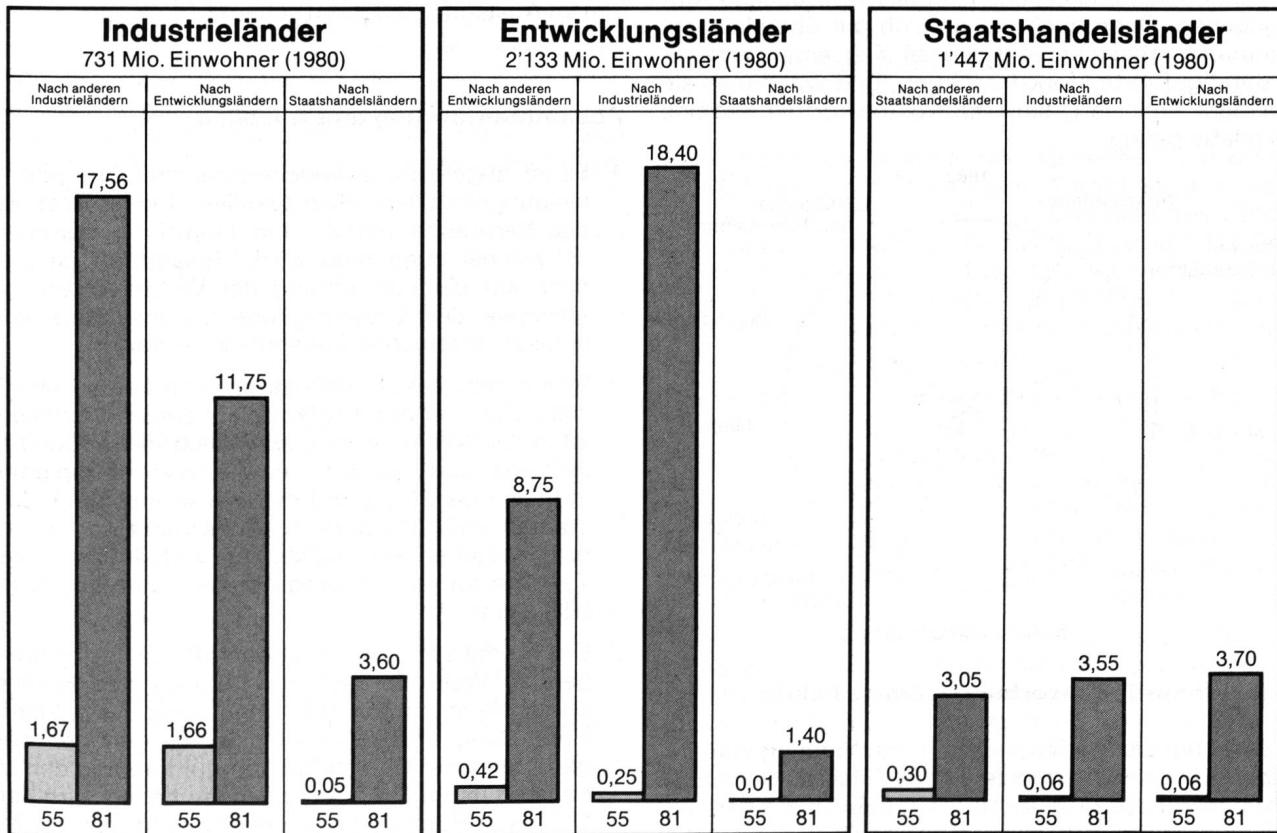
Kaufkraft erheblich niedriger als im Westen. Textilverbrauch in den europäischen Staatshandelsländern wesentlich höher als in den asiatischen.

Der Staat bestimmt, was produziert und auf den Markt gebracht wird, und der Staat regelt Ein- und Ausfuhr. Eigene Industrie wird vollkommen abgeschirmt gegenüber der ausländischen Konkurrenz. Die tiefen Exportpreise werden vom Staat festgelegt.

Die Textilindustrie der westlichen Industrieländer hat beträchtliche Marktanteile an die Entwicklungsländer verloren. Der Protektionismus wuchert in fast allen Staaten in bedenklicher Weise. Das sogenannte Multifaseraabkommen (MFA) bzw. Welthandelsabkommen des GATT vermochte weder die Beschäftigungs- und Ertragslage, noch die Exportmöglichkeiten der Textilindustrie der westlichen Länder zu verbessern.

Veränderung der Handelsströme 1955/1981
Exporte von Textilien und Bekleidung, in Mia. \$ fob.

Quelle: UNO, GATT, COMITEXTIL



Total Export in Mia. \$

	1955	1981	Zunahme in Mia. \$ in %
Industrieländer	3,38	32,91	29,53 = 874
Entwicklungsländer	0,68	28,55	27,87 = 4099
Staatshandelsländer	0,42	10,30	9,88 = 2352

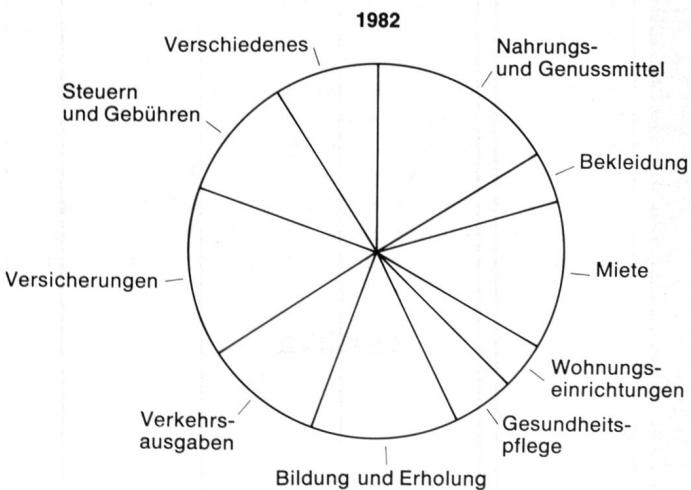
Gutes Marketing von erstrangiger Bedeutung

Wer stets die richtige Ware zum richtigen Preis zur richtigen Zeit dem richtigen Kunden im richtigen Land anzubieten vermag, verfügt zweifellos über das richtige Marketing. Ein solches Marketing muss das ständige Ziel jeder Unternehmensleitung sein. Es lässt sich nicht mehr allein mit dem noch vielfach praktizierten Fingerspitzen-

gefühl schaffen, sondern es sind umfassende Entscheidungsgrundlagen nötig. Vom Marketing hängen weitgehend Beschäftigungslage und Rentabilität ab.

Beim Textilmarketing gilt es besonders zu berücksichtigen, dass der Markt von Land zu Land, ja manchenorts auch innerhalb eines Landes, sehr verschieden ist, dass die Jugend nirgendwo den gleichen Geschmack hat wie die im Erwerbsleben Stehenden, dass die Senioren mit der fortschreitenden Überalterung bald so zahlreich sind wie die Junioren, jedoch meist über mehr Geld – teilweise viel mehr Geld – verfügen als diese. Es ist deshalb nicht zu verstehen, dass sich die Textilwerbung lange Zeit so stark auf die Jugendlichen ausrichtete und den potentiellen Seniorenmarkt vernachlässigte. Die drei Gruppen der Jugendlichen, der Erwerbstätigen und der Senioren haben sehr unterschiedliche Bedürfnisse, und diese sind nicht nur bei hochmodischen Artikeln einem unaufhaltsamen Wandel unterworfen.

Keine der meist mittelständischen Textilfirmen ist so gross, dass sie ihr Marketing über eine Vielzahl von Ländern erstrecken könnte, sondern sie muss sich auf einige wichtige Märkte konzentrieren. Beim Marketing ist eine zwischenbetriebliche Kooperation besonders angezeigt, sei es, dass man wichtige Daten über einzelne Märkte austauscht, sei es, dass man gemeinsame Marktstudien anstellt. So hat eine bedeutende Branchenorganisation des VSTI, der Verband Schweizerischer Teppichfabrikanten (VSTF), Ende 1983 bei der Schweizerischen Gesellschaft für Marketing eine Marktstudie über den einheimischen Teppichverbrauch in Auftrag gegeben. Denn auch der an sich gut überblickbare Binnenmarkt erheischt von Zeit zu Zeit eine systematisch durchgeführte Marktforschung, und wenn man sie miteinander finanziert, sind die Kosten für die einzelne Firma relativ gering.



Uneinheitliche Textilwerbung – Swiss Fabric

Der Kampf um die Marktanteile mittels Werbung wird im Textilbereich sehr unterschiedlich geführt. Der Werbeaufwand der Faserproduzenten ist teilweise zwar beträchtlich, bezieht sich aber immer nur auf das eigene Produkt, bei den Chemiefasern individuell auf die eigene Marke, bei den Naturfasern kollektiv auf Erzeugnisse aus Wolle, Baumwolle, Seide, Leinen usw., deren Produzenten auf ihre Verkäufe eine gewisse Abgabe entrichten und die entsprechenden Mittel über eine gemeinsame Zentrale einsetzen. Weltweit am besten bekannt ist wohl das Wollsiegel des International Wool Secretariat (IWS), für das die Schafzüchter wichtiger überseeischer Länder jährlich mehr als 200 Millionen Franken aufbringen.

Die Textilwerbung ist also weitgehend faserbezogen. Eine allgemeine Werbung der Faserhersteller für den vermehrten Textilkonsum gibt es nicht. Die Werbung von Grosshandel, Konfektionsindustrie und Textildetailhandel erfolgt in erster Linie für bestimmte Artikel, wobei man sich Kostenbeiträge der Faserproduzenten, soweit sie in Betracht gezogen werden können, gerne gefallen lässt.

Die vom Verein schweizerischer Textilindustrieller (VSTI) im Jahre 1969 geschaffene Kollektivmarke Swiss Fabric garantiert die hervorragende Qualität der damit versehenen Schweizer Textilerzeugnisse und stellt gleichzeitig auch ein Herkunftszeichen dar. Diese faserunabhängige Kollektivmarke wird von über 200 Unternehmen der Textilindustrie geführt und ist speziell im Export nicht mehr wegzudenken, während ihr Bekanntheitsgrad im Inland noch sehr verbesserungsfähig erscheint. Der VSTI intensiviert 1984 seine Anstrengungen zur besseren Bekanntmachung von Swiss Fabric, nicht zuletzt an der Schweizer Mustermesse in Basel, die sich von jeher eines grossen Konsumentenzustroms erfreut. Von ausschlaggebender Bedeutung, ob Swiss Fabric bei der einheimischen Konsumentenschaft zu einem Begriff werden kann, ist indessen die Haltung des Textildetailhandels. Diese Kreise neigen aus verschiedenen Gründen einstweilen nicht dazu, Swiss Fabric im Einkauf zu begünstigen, und es wird deshalb noch erheblicher Anstrengungen aller daran Interessierten bedürfen, um diesem Qualitätszeichen im eigenen Land jene Beachtung und jenes Vertrauen zu sichern, die man ihm im Ausland seit Jahren schenkt.

Zusammenfassung und Ausblick

1. Es ist ungewiss, in welchen der drei Gruppen – Bekleidungstextilien, Heimtextilien, Industrietextilien – der Verbrauch mittel- und langfristig stärker oder schwächer zunehmen wird. Gesamthaft ist im Hinblick auf die Vermehrung der Weltbevölkerung und teilweise der Erhöhung des Lebensstandards eine langsam erfolgende Zunahme zu erwarten.
2. Von einem Textilüberfluss an sich kann keine Rede sein. Der von der Kaufkraft abhängige Textilkonsum ist in der Welt sehr unterschiedlich; der Bogen spannt sich von rund 2 kg pro Kopf der Bevölkerung und Jahr in Indien bis 20 kg und mehr in westlichen Industriestaaten und Ölländern. In Anbetracht der international bestehenden Konkurrenzverhältnisse werden Textilien für den privaten Konsumenten immer relativ billig sein.
3. Die Produktion der Textilrohstoffe sollte einem steigenden Weltverbrauch an Textilien und Bekleidung durch die entsprechende Anpassung der industriellen Herstellung von Chemiefasern zu genügen vermögen. Basis der Chemiefaserproduktion, die den Mehrkonsum hauptsächlich zu decken haben wird, ist das Öl. Der verfügbare Boden reicht nicht aus, die Naturfaserproduktion stark zu erhöhen. Der Anteil der Wolle wird trotz gleichbleibender Erzeugung bald auf 3–4% absinken.
4. Die Textilindustrie der traditionellen Herstellerländer wird es selbst bei weiteren Verbesserungen der Produktivität schwer haben, der Konkurrenz der jungen Länder, die den internationalen Wettbewerb verfälscht, erfolgreich zu begegnen. In der westlichen Textilindustrie dürfte die Konzentration zu grösseren Betrieben mit weniger Arbeitnehmern forschreiten.

Die Kapitalkosten steigen und machen in durch rationalisierten Betrieben bald bedeutend mehr als die Lohnkosten aus.

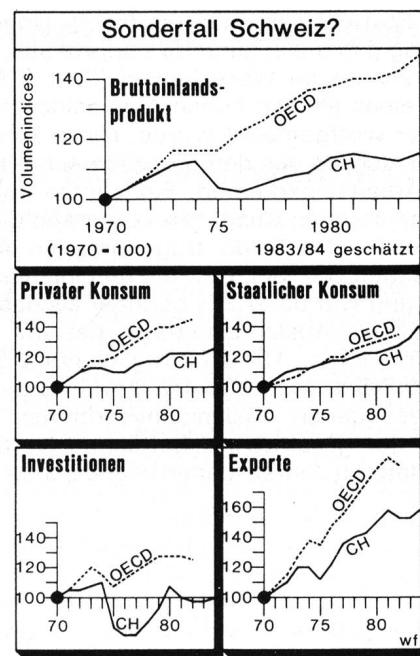
5. Längerfristig sollten die Entwicklungsländer ihren Textilkonsum zu steigern vermögen; sie werden ihn so viel als möglich mit eigenen Erzeugnissen decken. Der Protektionismus wird zunehmen; Freihandel im wahren Sinne des Wortes, wie die Schweiz ihn praktiziert, dürfte auch in Zukunft Seltenheitswert haben. Weitere derart tiefgreifende Handelsumlenkungen wie in den vergangenen zwanzig Jahren werden die am meisten bedrohten Industrieländer des Westens ihrerseits durch protektionistische Massnahmen ein-dämmen.
6. Den entscheidenden Vorsprung im textilen Verdrängungsprozess werden jene Unternehmen haben, die über ein ausgefeiltes Marketing verfügen. Dass sie auch rationell produzieren, versteht sich von selbst. Nicht die Maschinen werden jedoch den Ausschlag geben, sondern Menschen mit geistigen Leistungen. Die Nachwuchsförderung muss deshalb auf allen Ebenen noch viel ausgeprägter erfolgen. Sie stellt eine Investition dar, die nicht weniger wiegt als jene für Maschinen und Elektronik.
7. Textilwerbung muss sein. Die Faserproduzenten werden weiterhin vornehmlich ihr eigenes Produkt propagieren und die allgemeine Textilwerbung eher vernachlässigen. Mit der Kollektivmarke Swiss Fabric hält die schweizerische Textilindustrie einen Trumpf in der Hand, der im Ausland oft sticht, im Inland bisher jedoch zu wenig ausgespielt werden konnte. Es ist durchaus positiv zu werten, dass rund 200 Firmen aller Sparten der Schweizer Textilindustrie das Qualitätszeichen Swiss Fabric führen. Im internationalen Konkurrenzkampf gibt es keine vergleichbare Kollektivmarke.

Ernst Nef

(Gekürzte Fassung. Originalartikel beim VSTI erhältlich)

Wachstumsschwache Schweizer Wirtschaft

Die Schweiz hat in den 70er Jahren einen stärkeren Trendbruch des Wirtschaftswachstums erlebt als irgend ein anderes westliches Industrieland. 1948–1973, ein Vierteljahrhundert lang also, wuchs das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) nahezu um 5% im Jahresmittel. Für 1973–1983 ergibt sich noch ein Zuwachs von 0,2% pro Jahr, was praktisch einem Nullwachstum gleichkommt. Die Entwicklung des schweizerischen BIP und seiner Komponenten seit 1970 ist im Vergleich zu den OECD-Ländern insgesamt denn auch deutlich unterdurchschnittlich. Dem Anstieg des privaten Konsums setzte das nurmehr minime Bevölkerungswachstum Grenzen. Beim staatlichen Konsum vermochte die Schweiz am besten mit den übrigen Industrieländern mithalten – eine eher fragwürdige Leistung. Äußerst bedenklich mutet dagegen die ausgeprägte Investitionsschwäche unserer Wirtschaft an. Sie ist Ausdruck markant verschlechterter Rahmenbedingungen für die Unternehmen und bildet die entscheidende Ursache des Wachstums-einbruchs. Erstaunlich gut haben sich die Exporte entwickelt – besser als alle inländischen Nachfragekompo-



nenten. Dass die Schweiz auch hier unter dem OECD-Mittel bleibt, liegt an den schwächeren Zuwachsraten zu Beginn der 70er Jahre und am massiven Exportrückgang von 1975.

Die Bedeutung der Teilzeitarbeit

Rund 13% des in Industrie-, Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben beschäftigten Personals unseres Landes übt eine Teilzeitarbeit aus. Das geht aus Daten der Beschäftigungsstatistik für das 3. Quartal 1983 hervor, die vom Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit Biqa erstmals veröffentlicht worden sind. Knapp 7% der Beschäftigten leisten 50–89% der betriebsüblichen Arbeitszeit, 6% weniger als 50%.

Die Bedeutung der Teilzeitbeschäftigung ist in der Schweiz damit höher als etwa in Italien und in Frankreich (unter 10%), ähnlich wie in Deutschland und in den USA, aber geringer als in Dänemark, Schweden und Norwegen (über 20%). Wie im Ausland ist Teilzeitarbeit auch hierzulande besonders im Dienstleistungssektor verbreitet, und zwar mit einem Anteil von 18% am Beschäftigtentotal.

Mit knapp 7% ist der Anteil der Teilzeitbeschäftigten im 2. Sektor (Industrie, verarbeitendes Gewerbe, Bauwirtschaft) deutlich geringer; einzelne Industriezweige weisen allerdings Quoten von mehr als 10% auf (Nahrungsmittel, Bekleidung, Schuhe, Graphisches Gewerbe, Uhren), während das Baugewerbe nur auf 2% kommt. Im 2. Sektor sind rund 30% aller Teilzeitkräfte tätig, im Dienstleistungsbereich 70%.

Mit dem Ausland verflochten

Im vergangenen Jahr verkaufte die Schweiz dem Ausland Waren und Dienste im Wert von schätzungsweise 71 Mrd. Franken. Das entsprach nicht weniger als einem

Drittel des Bruttonsozialproduktes (BSP). Ungefähr denselben Betrag gab unser Land für Importe aus, wobei der Einfuhrüberschuss im Warenhandel (über 7 Mrd. Franken) durch einen ähnlich hohen Aktivsaldo im Dienstleistungssektor wettgemacht wurde. Hinzu kam ein noch höherer Überschuss aus den grenzüberschreitenden Kapital- und Arbeitseinkommen: Einnahmen von über 15 Mrd. Franken standen Ausgaben von knapp 6 Mrd. Franken gegenüber; der Saldo trug immerhin 4,3% zum schweizerischen BSP bei, d.h. die rein inländische Wirtschaftsleistung war um 4,3% geringer als das BSP. Dieser zusätzliche «Auslandsbeitrag» hat im Laufe der Jahre zugenommen. 1948 betrug er noch 2%, 1960 2,4%, 1970 3,5% und 1980 4%. Er röhrt hauptsächlich von den gestiegenen Auslandsinvestitionen her. Rund ein Fünftel der gesamtwirtschaftlichen Nettoersparnis fand in den letzten Jahren keinen inländischen Investor.

Mode



Rote Tersuisse-Bluse aus pflegeleichtem und knitterarmem Crêpe mit Stehkragen, verdeckter Knopfleiste und Betonung des eingesetzten Fledermausärmels mittels gesteppter Längsleiste

Modell: Linea Inessa/Ines Blusen AG, CH-9032 Engelburg

Schmuck: Amapola AG, CH-8004 Zürich

Foto: Louis A. Burger, Zürich

Hut- und Mützenmode Frühjahr-Sommer 1984:

Männer machen Mode – natürlich mit Hut!



Freizeithut, flache Form, aus Leinen/Viscose
Fürst AG, 8820 Wädenswil

Mode soll Spass machen, den entspannten Lebensstil unserer Zeit reflektieren. Junge Menschen wollen sich als echte Individualisten von Älteren abheben – und diese reifen Semester geben sich ihrerseits bewusst jung ... kein Wunder, dass die Jugend auf nostalgische Vorbilder aus Filmen der Fünfzigerjahre zurückgreift, quasi als Reaktion auf ihre «jungen» Eltern.

Ähnlich ergeht es dem Hut, der als Symbol persönlicher Ausstrahlung und neu entdeckter Eleganz zum MUST der jungen Generation avanciert. Man(n) hat den Hut wieder entdeckt, trägt je nach Lust und Laune unterschiedliche Kopfbedeckungen im Zeichen eines neuen Selbstverständnisses.

Fashionable Humphrey-Bogart-Stil

Humphrey Bogart macht Mode – sein aus vielen Filmen bekannter, breitrandiger Filzhut führt diesen Frühling die modische Hitparade an. Aus feinem Haar- oder Wollfilz, aus feinen Woll-, Leinen- oder Baumwollqualitäten, aus Naturstroh oder Strohgeflecht, immer wirkt er attraktiv und etwas abenteuerlich. Den Bedürfnissen unserer Zeit angepasst, ist er federleicht, knautschbar und super komfortabel. Die Kopfpartie ist für 1984 etwas niedriger modelliert; ähnlich den neuen Automodellen, die ebenfalls weniger hoch als Oldtimer der Fünfzigerjahre sind.

Man(n) trägt den Bogart zum Cityanzug, zur sportlichen Kombination, zum Trench- und Autocoat, aus Stroh auch zu Jeans und lässiger Freizeitgarderobe.