

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 98 (1991)

Heft: 12

Artikel: Zukunftsglaube trotz Rezession

Autor: Gantenbein, Hans U.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-679657>

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: 15.04.2026

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

Bemerkenswert auf der Besucherseite der Zuwachs aus den Ländern ausserhalb Hongkongs, insbesondere aus Thailand, Taiwan, Singapur, Malaysia und Australien. In der Rangfolge der Besucherländer stand Hongkong mit rund 9 800 Entscheidern aus Industrie und Handel an erster Stelle, gefolgt von Taiwan (900), Japan (300) sowie Korea und USA mit rund 200. Auch aus Deutschland wurden 100 Besucher registriert, 30 weniger als aus der Volksrepublik China. Der Internationalitätsgrad lag in diesem Jahr bei 22% (1990: 19%).

Der Grossteil der Fachbesucher kam naturgemäss aus 20 verschiedenen Ländern innerhalb der asiatisch-pazifischen Region. Daneben zeigten auch die Europäer – vorwiegend aus West- und Südeuropa – Interesse an der Interstoff Asia: Zum ersten Mal konnten sogar Besucher aus Polen und Jugoslawien verzeichnet werden.

Die 6. Interstoff Asia wird vom 4. bis 6. November 1992 erneut im Hongkong Convention and Exhibition Center stattfinden.

Techtextil Asia

13 Monate vor der avisierten Erstveranstaltung vom 4.-6. November 1992 in Osaka/Japan, findet die Techtextil Asia, International Trade Fair and Symposium for Industrial Textiles, eine unerwartete Resonanz bei potentiellen Ausstellern. Von den etwa 180 Unternehmen, die bis dato Interesse an einer Teilnahme bekundet haben, kommen über 80 von ausserhalb Japans. Die Zielmenge von 130 Ausstellern, davon etwa 50 nicht-japanische Firmen, dürfte damit auf jeden Fall erreicht, wahrscheinlich sogar überschritten werden.

Rund 50 der nicht-japanischen Interessenten haben bisher noch nicht auf der Techtextil in Frankfurt ausgestellt, gegenüber rund 30 Ausstellern in

Frankfurt. Unter den 80 Unternehmen befinden sich sowohl eine grosse Anzahl kleinerer Firmen als auch das Gros der internationalen Marktführer. Zu den kleineren Unternehmen zählen viele Know-how-Lieferanten wie Engineering-Büros.

Technische Universitäten und Institute, aber auch eine Reihe spezialisierter Produzenten, die auf dem asiatischen Markt neue Kunden suchen.

JR ■

Besucherplus für Interstoff

Rund 26 000 Facheinkäufer aus 75 Ländern (Vorjahr: 25 000) und 1160 Aussteller aus 40 Ländern sorgten für einen lebhaften Geschäftsverlauf auf der 66. Interstoff. Damit bestätigte die Interstoff ihre Stellung als verlässliches textiles Handelszentrum, gerade auch vor dem Hintergrund rückläufiger Besucherzahlen auf den anderen europäischen Vormessen dieser Stoffsaison.

Der Besucherzuwachs auf der 66. Interstoff geht in erster Linie auf die rund 11 000 ausländischen Facheinkäufer – das sind ca. 1000 mehr als im vergangenen Herbst – zurück. Damit liegt der Internationalitätsgrad auf der Fachbesucherseite jetzt bei 42 Prozent (Vorjahr: 40 Prozent). Dies trotz einer im internationalen Rahmen durchaus uneinheitlichen konjunkturellen und strukturellen Situation. Neben den traditionell starken west- und südeuropäischen Besucherländern Niederlande, Belgien, Frankreich, Grossbritannien, Österreich, Schweiz, Italien und Spanien war mit über 700 Facheinkäufern (Vorveranstaltung: 300) ein Wachstumsschub aus Osteuropa zu beobachten. Vertreten waren in erster Linie die CSFR, Ungarn, Polen und Jugoslawien.

Positiv bewertete die Mehrzahl der 60 Schweizer Aussteller die 66. Interstoff, die vom 29. bis 31. Oktober 1991 in Frankfurt am Main stattfand. Insgesamt präsentierten 1160 Aussteller aus 40 Ländern ihre Produkte.

Bei den Fachbesuchern aus der Schweiz zeigte sich eine Stabilisierung auf hohem Niveau: rund 550 Besucher informierten sich über die neuesten Trends und plazierten ihre Orders.

Aus der Bundesrepublik Deutschland kamen analog zum Vorjahr etwa 15 000 Facheinkäufer zur 66. Interstoff, davon rund 300 aus den fünf neuen Bundesländern.

Messe Frankfurt,
D-6000 Frankfurt a. M. ■

Zukunftsglaube trotz Rezession

Teils recht konträre Ansichten zu den Chancen der Textilwirtschaft äusserten – aus naturgemäss unterschiedlicher Warte betrachtet – Jörg Baumann von der «création baumann» in Langenthal, Walter Palmers von der Calida AG in Sursee, stf-Direktor Dr. Christoph Haller aus Wattwil sowie ANB-Präsident Xaver Brügger aus Hausen am Albis an der Tagung «Motivation Textilwirtschaft».

Ziel der Veranstaltung war das Erfahren von Überlegungen, wie eine positive Grundhaltung zur schweizerischen Textilwirtschaft von gegenwärtigen und zukünftigen Mitarbeitern und der Öffentlichkeit erreicht sowie gewährleistet werden kann. So fragte der Tagungsvorsitzende Pieter F. Bos (Terlinden Textil-Veredlung AG, in Küsnacht) ob die fehlende Motivation im Kader eine generelle oder nur eine Erscheinung in der Textilwirtschaft sei. Parallel dazu

aber gibt es sehr erfolgreiche Textilunternehmen; wo liegen deren Geheimnisse? Und wo sind die Ursachen des im technischen Bereich fehlenden Nachwuchses zu suchen?

In tiefster Rezession

Jörg Baumann, neben seiner Funktion als Verwaltungsratspräsident seiner «création baumann» auch Präsident der Textilkammer, stellte eingangs fest: «Wir befinden uns in einer tiefen Rezession.» Und bezogen auf seine Firma: «Wir kämpfen wie die Löwen, hoffen aber, dass wir den Umsatz auf Vorjahresniveau halten können.» Als Grund für die Situation gibt er die Konjunkturzyklen an; textile Produkte sind in einer rezessiven Zeit ein Investitions-, in einer hochkonjunkturellen Phase ein Konsumgut.»

Die «création baumann» realisiert rund 54 Mio. Franken Umsatz mit 240 Mitarbeitern in der Schweiz sowie 65 im Ausland.

Im Bereich Produktion realisiert das in Langenthal domizilierte Unternehmen rund 50 Prozent im eigenen Betrieb; Jörg Baumann bevorzugt für sich eine Bereitschaftsweberei statt einer hochrationalisierte Produktion. Im Verkauf spricht er sich grundsätzlich für eine weltweite Präsenz aus. Er gestand auch ein, dass in England und Australien im Verhältnis zu den verkauften Produkten eine «zu gute» Verkaufsorganisation existiere.

In 20 Jahren immer noch Textilien?

Auf die Frage der Motivation Textilwirtschaft meinte Jörg Baumann, dass die Branche halt eine echte Herausforderung sei und «wir nicht auf der zweiten Hälfte sein wollen». Gleichzeitig betonte er, dass das, was heute realisiert werde, gleichzeitig vorbei sei.

Mit dem Blick auf die Zukunft erklärte Baumann: «Wer weiss, ob wir in 20 Jahren noch Textilien verkaufen?» Er stellt sich so durchaus eine Diversifi-



Jörg Baumann, Präsident der Textilkammer sowie Präsident des Verwaltungsrates der «création baumann», Weberei und Färberei AG, Langenthal.

Bild: Hans U. Gantenbein

kation auf Produkte vor, die – auf einen Nenner gebracht – in der Innenraumgestaltung Verwendung finden. Einen wesentlichen Stellenwert dürfte sicher der Sonnenschutz – auf welche Art auch immer – einnehmen. So meinte Baumann in einem Ausblick, dass man sich nicht selbst durch Aussagen einengen, sondern offen sein sollte. Umgesetzt auf seine Firma meinte er, dass man sich beispielsweise auf den Verkauf von «Fensterkleidern» konzentriere.

Standort Schweiz nicht unbedingt falsch

Wenn die «création baumann» auf einen der Bereiche Kreation, Produktion oder Verkauf verzichten müsste, würde Jörg Baumann den zweiten streichen, obwohl «der Standort Schweiz nicht unbedingt falsch ist». Aber: Wie überall haben in der Produktion nur spezialisierte Unternehmen und keine Universalfabriken eine Überlebenschance. So meint Baumann zum gestalterischen Element in seiner Unternehmung: «Wir wollen auch weiterhin im Team (ohne

Stardesigner) kreieren und eine eigene Kollektion haben.» Damit sei es möglich, sich ein eigenes Image anzulegen.

Im Bereich Verkauf gelte es, mit weltweitem Netz möglichst grosse Auflagen zu realisieren.

Für den Verwaltungsratspräsidenten des erfolgreichen Berner Textilunternehmens nimmt die Entwicklung neuer nicht ausschliesslich textiler Produkte eine wichtige Funktion ein. Mit drei Teams arbeitet Jörg Baumann; das Raumteilungs- und -gestaltungssystem «Solu» ist zwischenzeitlich auf dem Markt; mit Italienern arbeitet er zum Beispiel an neuartigen Geweben.

EG-Beitritt Notwendigkeit

Textilkammer-Präsident Baumann stellte zudem fest, dass die Textilregion «Schweiz plus» (Schweiz, Elsass, Süddeutschland, Vorarlberg, Norditalien) in der Just-in-Time-Produktion eine «recht gute» Position habe. So meint Jörg Baumann zur Europafrage, dass «der EWR nichts bringt». Vielmehr sei der EG-Beitritt kein Thema, sondern eine Notwendigkeit. Die vorgängige Abstimmung über den EWR betrachtet er als taktisches Vorgehen.

In der Zukunft werde sich die Branche vermehrt spezialisieren und in den Stärken profilieren. «Bis anhin wollten wir fast zuviel machen», meinte Baumann und hält, wiederum mit Blick auf sein Unternehmen, fest: «Eine erfolgreiche Kreation ohne Partner hat keine Chance.» Wenn es schon nicht mehr möglich sei, dass eine Basisproduktion stattfinden könne, so müsse mindestens die Kreation bis und mit die Prototypenfertigung in der Region «Schweiz plus» verbleiben.

«Eigenimitationen» als Marktchance?

Mit den technischen Möglichkeiten wächst auch die Zahl der Raubkopien von Designs, die mit geänderter Qualität in Billigländern produziert würden. Baumann äusserte sich dahingehend,

dass unter Umständen die «Eigenimitation» künftig zu einem wesentlichen Teil des Geschäftserfolges beitragen könnte. Zur Lohnveredlung meinte Jörg Baumann abschliessend, dass diese unbedingt zu erhalten sei. Ihr Fehlen bedeute den Tod der Branche. Entsprechend wichtig sind «massive Fortschritte» in Veredlung und Druck.

Deregulierung seit Jahren notwendig

Der «Sonderfall Schweiz» hat für Walter Palmers, Präsident des Verwaltungsrates der Calida AG in Sursee, ausgedient. Und: «Die Industrie muss ins Ausland gehen.» Palmers kritisierte die lange unklare Position des Bundesrates. Zum Wettbewerb führte er an, dass eine Deregulierung seit Jahren notwendig ist. Privilegien müssten aufgegeben werden; der freie Wettbewerb müsse in allen Bereichen spielen. Als Folge sieht er einen notwendigen Strukturwandel in der Textil- und Bekleidungsindustrie; Investitionen lohnen sich demnach nur noch im Ausland. Um dennoch das Funktionieren von Märkten und Unternehmen zu gewährleisten, müssten die Transporte von der Strasse auf die Schiene verlegt und damit die Bahnen zu massiven Investitionen gezwungen werden.

Als Technologiezentrum nicht ausgedient

Walter Palmers sprach sich für mehr Risikofreundlichkeit im Unternehmertum aus. Das Vollkaskodenken müsse abgelegt und durch ein kompilierendes Denken ersetzt werden. Er meinte, dass Probleme von morgen nicht mit Rezepten von gestern zu lösen seien. Dennoch hat die Schweiz nach Palmers als Technologiezentrum nicht ausgedient. Seine Aussagen illustrierte er mit Entscheidungen aus seinem Unternehmen und forderte schliesslich, dass die Zulieferindustrie ins Ausland nachziehen müsse.

In der Diskussionsrunde stellte Walter Palmers klar, dass Spezialitäten wei-



Walter Palmers, Präsident des Verwaltungsrates der Calida AG, Sursee.

Bild: Hans U. Gantenbein

terhin in der Schweiz zu fertigen sind. Als Standorte beispielsweise für Konfektion und Stickerei sieht er klar das Ausland. Wichtig aber der Auftritt unter einer eingeführten Markenbezeichnung. Denn: «Der Schweizer und Westeuropäer ist auch in einer Rezession markenbewusst.»

Klar verneinte Palmers die Feststellung, dass seine Produkte nicht know-how-lastig seien, und nur dank gutem Marketing auf dem Markt so grosse Durchdringung erreichen.

Lohnnivellierung findet statt

Angesprochen durch einen Votanten wurde auch die Verlagerung von betrieblichen Problemen ins Ausland. Wohl wurde eingestanden, dass im Kaderbereich Engpässe existieren. Demgegenüber ist für Calida aber der Gewinn im Bereich der tieferen Lohnkosten bedeutend. Palmers illustrierte mit einem Beispiel aus seiner Unternehmung, dass 30 Prozent der Produktkosten bei einem in der Schweiz gefertigten Stück der Sparte Löhne zuzuschreiben sind. Bei einer gleichwertigen Produktion im Ausland liegt der Anteil

bei rund einem Drittel, was eine Reduktion des Vergleichspreises um einen Fünftel ausmacht.

Walter Palmers stimmte zu, dass in den nächsten 20 Jahren eine Lohnnivellierung in Europa stattfindet. Diese erfolge in Portugal sicher rascher als in Ungarn, in der Türkei rascher als in Russland. Calida versucht dementsprechend in den nächsten rund zehn Jahren «das Geschäft» in den heutigen Standortländern zu machen. Nachher wird die Produktion einfach verlagert.

Abschliessend stellte Palmers fest, dass ein EWR den passiven Veredlungsverkehr nicht löse; er fordert von der Textilwirtschaft aktives Engagement bei der Deregulierung des Arbeitsmarktes.

Ausbildung und Nachwuchsrekrutierung zentrale Aufgabe

In den Nachmittagsreferaten stellten Direktor Dr. Christoph Haller die Schweizerische Textil-, Bekleidungs- und Modefachschule sowie Weissbrod-Zürcher-AG-Direktor Xaver Brügger, Präsident der Arbeitsgemeinschaft der Textil- und Bekleidungsindustrie für Nachwuchsförderung und Bildungswesen ANB, ihre Schule mit den überarbeiteten Strategien und Ausbildungskonzepten beziehungsweise -programme vor. Brügger verwies dabei auch auf die von Mai bis Oktober 1993 im Technorama Winterthur geplante Sonderausstellung Textilfutura.

Hans U. Gantenbein ■