

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

**Herausgeber:** Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

**Band:** 100 (1993)

**Heft:** 1-2

  

**Artikel:** VDI-Kongress : Textilien im Automobil

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-677621>

### **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:** 09.01.2026

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

tem nicht aufgeholt ist. Warum lösen diese jetzigen Sparübungen im Bildungsbereich in Wirtschaftskreisen keinen Protest aus? – In den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen herrscht ein gravierender Mangel an hochqualifizierten, modern ausgebildeten Leuten. Aber wird dieser Zustand auf die Bildungspolitik und deren Budgets zurückgeführt? Nur sehr selten. Wann endlich kommen die Politiker auf die Idee, moderne, praktische und effiziente Aus- und Weiterbildungsprogramme z. B. für Arbeitslose auf breiter Basis zu finanzieren? Auch das würde die Wirtschaft revitalisieren!

Ein deutsches Sprichwort sagt: «Wir haben die Erde von unseren Eltern geerbt und von unseren Kindern nur geliehen!» Wer an den Bildungskosten spart, verprasst das Erbe seiner Kinder und schmälert ihre Zukunfts- und Überlebensmöglichkeiten als Land und als Volkswirtschaft.

Die Textilbranche hat in den vergangenen Jahrzehnten eine stürmische Entwicklung hinter sich. Dieser Wirtschaftskreis sieht sich einer Wettbewerbssituation gegenüber, die sich mit keiner anderen Branche vergleichen lässt. Diese Branche ist wie keine auf erstklassige, kreative Leute mit vielseitiger Ausbildung auf hohem Niveau angewiesen, um bestehen zu können. Und gerade diese Branche müsste auf allen Ebenen in das Wissen und Können ihrer Leute investieren wie keine andere, will sie hier in Europa – und nach dem famosen EWR-Entscheid in der Schweiz – überleben. Moderne Technik kaufen kann jeder. Die Frage ist doch, was aus solcher Technik gemacht werden kann, ob Leute da sind, die aufgrund ihrer Ausbildung auch in der Lage sind, das in der Technik verborgene Potential an Anwendungsmöglichkeiten kreativ zu nutzen und zu vermarkten. Dazu braucht es die besten Leute.

### Ausbilden heisst investieren!

Gute Leute hat aber nur derjenige Unternehmer, der in Menschen investiert hat und noch immer vermehrt investiert. Gute Leute wollen nicht ste-

hen bleiben. Sie wollen Möglichkeiten zur Weiterbildung, zu Zusatzausbildungen; sie wollen für ihre persönlichen Anstrengungen in dieser Hinsicht eine Reaktion vom Arbeitgeber, und zwar nicht einmal in erster Linie in Form von höheren Löhnen, sondern in Form von Unterstützung (in welcher Art auch immer), Anerkennung, Anwendungsmöglichkeiten des Gelernten und auch in Form eines Managements, das offen ist für neue Ideen, Hand bietet für etwas gewagtere Projekte, das Innovationen und Entwicklungen sehen und nutzen will, ein Management auch, das sich selbst weiterbildet und nicht einfach stehen bleibt.

Solche Unternehmer behalten auch die Entwicklungen an den Schulen, ob öffentliche oder branchen- und verbandseigene, im Auge. Sie werden sich gegen Sparübungen auf Kosten der Qualität und Modernität wehren; sie werden eine Lehrplangestaltung nach modernsten Kriterien fordern; sie sind diejenigen, die – gerade in Zeiten der Überkapazitäten – den Angestellten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten

anbieten und solche Ausgaben als Investitionen betrachten. Sie wissen, dass Innovationen und technischer Fortschritt als strategische Faktoren jedes Unternehmens nur durch bestens ausgebildete Mitarbeiter zu erreichen sind.

### Produktionsfaktor Bildung

Obwohl inzwischen das Wissen um den Zusammenhang von Ausbildungsstand und Produktivität als betriebswirtschaftliche Selbstverständlichkeit gilt, werden Aus- und Weiterbildung noch immer in erster Linie als Unkosten angesehen. Bildung ist ein Produktionsfaktor! Und auch hier liegt noch viel nutzbares Potential brach: nämlich der Schritt vom Wissen zum Handeln nach diesem Wissen, sei dies im eigenen Unternehmen, im Verband, Kanton oder Bund. Jetzt bei der Ausbildung Geld sparen zu wollen, hiesse, die teuerste, kostspieligste und gefährlichste aller möglichen Sparvarianten zu wählen!

Dr. Anita M. Dürr, Glattfelden ■

## VDI-Kongress: Textilien im Automobil

**Fast 20 m<sup>2</sup> Polsterstoffe und Bodenbeläge in einem neuen Fahrzeug der Mittelklasse veranschaulichen die besondere Bedeutung, die die Automobilhersteller inzwischen als Partner der Textilindustrie und ihrer Zulieferer wie der Maschinenhersteller erlangt haben. So zeigte denn auch die ausserordentlich grosse Resonanz des Düsseldorfer Kongresses, dass hier seit Jahren eine Lücke bestand, obwohl Textil- und Fahrzeughersteller seit Beginn der Automobilentwicklung Partner sind.**

Dass die Automobilbauer auch im Modengeschäft tätig sind, war eine Botschaft der International Colour Authority, die sich laut und deutlich an Hersteller wandte, die als erste das richtige Design in den richtigen Farben anbieten. Sie sind die Gewinner. Dieselbe Botschaft stellt andererseits unter den schwierigen aktuellen Marktbedingungen zweifellos eine Herausforderung an die Automobilindustrie dar. Mit die-

ser Feststellung eröffnete William Benjamin den VDI-Kongress «Textilien im Automobil – Ideen entwickeln, Konzepte anwenden», der am 14. und 15. Oktober 1992 bereits zum zweiten Mal mit rund 500 Teilnehmern in Düsseldorf stattfand.

Umweltverträglichkeit einerseits sowie Markterfordernisse und Wettbewerbsdruck andererseits zwingen immer wieder zu neuen strategischen

Denkansätzen und innovativen Entwicklungen. Eine Erkenntnis, die der VDI-Kongress deutlich machte: Die Ansprüche der Automobilkunden steigen ständig, weil wir uns gerade in Deutschland einem freien und offenen Automobilmarkt stellen müssen, der von hartem Wettbewerb geprägt ist. Andererseits hat der Käufer seine Prioritäten bei der Kaufentscheidung geändert. Sicherheit und Komfort sowie Umweltfreundlichkeit verdrängen zunehmend emotionale Kriterien wie Styling oder Leistungssteigerung. Höherwertige Ausstattungen auch bei kleineren Fahrzeugen erfordern neue, vor allem ressourcenschonende Lösungen.

In diesem Zusammenhang spielen die Komponenten der Karosserie-Innenausstattung eine immer wichtigere Rolle. Technische Textilien und Textilverbundstoffe ersetzen heute aufgrund ihrer besonderen Eigenschaften ökologisch und kommerziell ungünstige Materialien. Auch die passive Sicherheit im Automobil konnte nur mit Hilfe der Entwicklung technischer Textilien mit speziellen Werkstoffkennwerten auf das heutige hohe Niveau angehoben werden.

Vor diesem Hintergrund wurde auf dem VDI-Kongress eine entscheidende Frage diskutiert: Wer ist künftig Kunde der Textilindustrie? Eine Analyse der Beziehungen und Entwicklungsaufgaben in der Autoindustrie brachte die Diskussion auf den Punkt: Kunde ist und bleibt der Fahrzeugkäufer. Von seiner Zustimmung zu einem Produkt hängt der wirtschaftliche Erfolg aller an der gesamten Wertschöpfungskette Beteiligten ab. Der Prozess der Umwandlung partnerschaftlicher Zusammenarbeit in eine echte Wertschöpfungsgemeinschaft bleibt auf der Tagesordnung.

Der Dialog mit den fast 500 Teilnehmern hat gezeigt, dass diesem Kongress für alle Beteiligten in der Automobilindustrie auch in Zukunft besondere Bedeutung zukommen wird. Der Fachbeirat «Ausstattungs-textilien, technische Textilien und Textilverbundstoffe» in der VDI-Gesellschaft Textil und Bekleidung (VDI-TXB) hat deshalb mit dem 14. und 15. Oktober 1993 bereits den nächsten Termin festgelegt.

pd-VDI, D-4000 Düsseldorf ■

## 1. «Tectextil Asia» 1992 in Osaka

**Mit mehr als 10 000 Besuchern aus 23 Ländern und 112 ausstellenden Unternehmen aus 12 Nationen hat die erste «Tectextil Asia – International Trade Fair & Symposium for Industrial Textiles» in Osaka – als Plattform für technische Textilien in Asien einen beachtlichen Erfolg erzielt.**

Das Interesse an dieser Pionierveranstaltung bestätigen beide Joint-Venture-Partner Messe Frankfurt GmbH und Osaka International Trade Fair Commission in ihrer Strategie, dem Frankfurter Thema «Tectextil» auch im asiatischen Markt ein Forum zu schaffen.

### Asiatisches Forum

Mehr als 360 Fachbesucher waren von ausserhalb Japans nach Osaka angereist. An erster Stelle stand Korea (135), gefolgt von Taiwan (86) und USA (22) sowie weiteren asiatischen Ländern, u. a. China mit 19 Fachbesuchern. Bemerkenswert war das starke Interesse auch aus Europa (49), hier lagen Deutschland (16) und Frankreich (10) ganz vorn. Die Befragung der Besucher ergab, dass die Mehrheit dem gehobenen bis mittleren Management bzw. den Entwicklungsabteilungen ihres jeweiligen Unternehmens angehörten.

### Zufriedene Überseeaussteller

Das hohe Entscheidungsniveau der Fachbesucher spiegelt sich in der grossen Zufriedenheit der asiatischen, europäischen und amerikanischen Aussteller wieder: Insgesamt 148 Unternehmen (häufig im Rahmen von Joint Ventures) waren vertreten. Japanische Firmen betonten die fällige Etablierung einer Fachmesse für technische Textilien. Europäische Unternehmen zeigten sich positiv überrascht hinsichtlich der Quantität und vor allem der Qualität der geknüpften Kontakte. Man habe einen aufnahmefähigen Markt für technische und hochtechnische Textilien vorgefunden, der eine grosse Offenheit und Experimentierfreudigkeit zeige. So präsentierten einige japanische Firmen neue Projekte sogar noch im Entwicklungsstadium. Alle Produktsegmente

der «Tectextil»-Nomenklatur waren gut vertreten. Vor allem die japanischen Faserhersteller zeigten fast durchweg neue Produkte.

### Rahmenprogramm

Das die Messe begleitende Symposium mit den Themenschwerpunkten «Zukunftstendenzen» sowie «Umwelt- und Recyclingaspekte» fand Zuspruch beim Fachpublikum, ebenso die parallel stattfindenden Foren und Firmenpräsentationen. Zur Veranstaltung 1994 werden basierend auf den Erfahrungen der Erstveranstaltung die thematischen Schwerpunkte noch gezielter auf den Markt Japan/Asien zugeschnitten.

### 1994

Die nächste «Tectextil Asia» wird vom 5. bis 7. Oktober 1994 wiederum auf dem Intex-Messegelände in Osaka stattfinden. In Angleichung an die «Tectextil» Frankfurt, die 1993 um den Bereich «Composites» erweitert wird, übernimmt die zweite «Tectextil Asia» deren Nomenklatur. Grosses Interesse an der Veranstaltung zeigt auch die Maschinenindustrie. Mehrere Unternehmen kündigten bereits auf der Erstveranstaltung ihre erneute Teilnahme an der 1994er «Tectextil Asia» an.

JR ■

## Outsourcing

Am 4. und 5. Mai 1993 findet Outsourcing, Fachkongress zum effizienten DV-Einsatz im Unternehmen, statt. Auf dem Kongress werden Chancen und Möglichkeiten des Outsourcings diskutiert und erläutert.

Praxisorientiert nehmen Anwender, Dienstleister und Wissenschaftler Stellung zu aktuellen Fragen wie Outsour-