

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 105 (1998)

Heft: 3

Artikel: Dem Fortschritt verpflichtet : EMS-CHEMIE

Autor: Zogg, W.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-678150>

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](#)

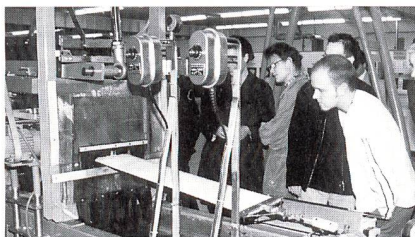
Terms of use

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: 26.03.2026

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

Dem Fortschritt verpflichtet: EMS-CHEMIE



Studierende der STF Wattwil und Zürich bei der Besichtigung des Prüfstandes für Papiermaschinenfilze Foto: EMS-CHEMIE

Exkursion der STF Wattwil und Zürich mit den Studenten der Abteilungen Textilkäufe/Textillogistiker/Bekleidungstechniker zur EMS-CHEMIE April 1998

Polymere Werkstoffe für alle täglichen Bereiche des Lebens: vom modischen Brillengestell über das topaktuelle Uhrengestell bis hin zum Skischuh, und von dort zur Motorradverkleidung, dann hinab in die Urtiefen der Meere zum Tauchcomputer, oder aber auch im Folienbereich für Verpackungen, in der Elektrotechnik und Telekommunikation, aber auch im Automobilbau und noch in vielen anderen Bereichen sind sie tätig.

Ein ganz grosser Bereich betrifft natürlich uns Textiler hautnah: **Synthesefasern** für den Kleiderstoff – und den technischen Bereich sowie thermoplastische Klebstoffe und Fasern für Einlagestoffe. Diesen Bereich durften wir dann auch näher kennenlernen. So erlebten wir hautnah und «schweissnass» die Herstellung der PA-Granulate und der Monofile. Ein eindrückliches Abenteuer inmitten der herrlichen Bergwelt, in der die EMS-CHEMIE eingebettet ist. Nach hinten bewaldete Steilhänge, nach vorne der freie Blick zu den mächtigen Felsgürteln des Calanca und dahinter der «Höchste», die Ringelspitz (3247 m).

Hat vielleicht der ständige Anblick dieses eindrücklichen Bergmassivs die EMS-CHEMIE dazu bewogen, immer bessere Leistungen zu vollbringen? Ist die Urkraft dieses tatkräftigen und leistungsfähigen Schweizer Unternehmens gar in dieser Partnerschaft zu suchen?

A propos Unternehmen/Partnerschaft/ Philosophie usw.

Die EMS-CHEMIE beschäftigt rund 1600 Personen, davon ca. 1200 in Ems. In der PA-Herstellung wird rund um die Uhr gearbeitet, 365 Tage im Jahr.

Man legt grossen Wert auf gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiter (wir haben nur solche kennengelernt), deshalb wird die interne Ausbildung dementsprechend auch stark gefördert. Die EMS-CHEMIE will sich als **Entwicklungspartner** sehen und sie bietet **Nischenprodukte** an. Ihre Partner sind also Spezialisten. Beliefert werden also nur ausgewählte Marktsegmente, nicht jedermann/frau. Die **Qualität** soll kein Thema sein, sondern eine **Selbstverständlichkeit**. Der einwandfreie Kundenservice soll auf dem Markt ihren Bekanntheitsgrad stark erhöhen.

Oberstes Ziel: «zufriedene Kunden»

(Dr. Ch. Blocher: «der Gewinn ist der Massstab, wie gut die Kundenbedürfnisse befriedigt werden konnten»)

Fazit: Es war nicht ein Tag wie jeder andere, es war ein besonderer Tag. Den Abschluss dieses Nachmittages, sozusagen die Folge, war der Besuch des «Torkel in Jenins» mit anschliessendem Bündner-Nachessen.

W. Zogg

S. Oliver

Dynamik auf allen Spuren zeichnet die Firma S. Oliver aus Rottendorf aus. Und das nicht nur in ihrer jungen, meist sportiven Mode. Auf der Überholspur befindet sich S. Oliver als Team-sponsor vom Jordan Grand-Prix-Team mit Ralf Schumacher und Damon Hill. Darüber hinaus sind sie der Hauptsponsor vom Fussballverein Borussia Dortmund und des Basketballclubs S. Oliver Würzburg.

Bekanntgeworden sind sie jedoch nach der «Grundsteinlegung» 1969 mit der Eröffnung eines Geschäftes, Mitte der 70er Jahre mit der Gründung des Labels S. Oliver von dem Inhaber Bernd Freier. Young Fashion wurde endlich zu erschwinglichen Preisen und wertigen Materialien angeboten. Und die Philosophie mit Trends zu agieren und Impulse rechtzeitig in junge und jugendliche Mode umzusetzen und dies zu angenehmen Preisen, blieb konstant bei Bernd Freiers weiteren Aktivitäten. Nachdem die

Hauptmarke gefestigt war, wurde 1987 die Oliver Twist GmbH für die Minis gegründet und die Firma Chikago übernommen, die in Knock Out umbenannt wurde, einer lifestyleorientierten maskulinen Sportswearmode. Erst in den 90er Jahren, als alles auf sicheren Beinen steht, werden weitere Linien Schlag auf Schlag gegründet. Auf neuen Pfaden bewegt sich S. Oliver mit den eher klassischen Linien MEN und WOMEN, die jung interpretiert sind und sehr grossen Anklang finden. Modisch kommerzieller ist dagegen die feminine Chaloc-Kollektion. Für junge sportive Frauen bietet QS seine Produkte an. Um das ganze Feld zu umspannen gibt es seit neuestem die Babykollektion sowie Schuhe und Accessoires.

Das firmeneigene Vertriebskonzept zeichnet alle Linien aus. Reaktionsschnell werden Modetrends in 12 Kollektionen pro Jahr umgesetzt und dem Handel angeboten. Ein grosser Vorteil ist dabei neben der Aktualität die reduzierte Lagerware und damit weniger Kapitalbindung. Die Betreuung und Unterstützung in puncto Marketing, Produktinformation und Events versteht sich dabei von selbst. Immerhin über 300 S. Oliver Stores und Shops-in-Shops profitieren von dieser Leistung und davon viele in der Schweiz.

Hier wurde 1998 die S. Oliver Vertriebs AG Schweiz in Wallisellen unter der Führung von Roland Gnirs und Peter Unternährer für die Produkte S. Oliver, QS, Knock Out und Chaloc gebildet. Beliefert werden 18 Geschäfte, gut verstreut durch die Schweiz, unter anderem drei in Zürich, aber auch in Chur, Wil, Baden, Thun, Basel oder St. Gallen. So sorgt auch die Schweiz dafür, dass der Umsatz der Gruppe von satten 729 Mio. DM Umsatz 1998 gesteigert wird und S. Oliver weiter im Rennen auf der Überholspur bleibt.

Martina Reims



Anzug: S. Oliver MEN, Schuhe: Marc O'Polo