

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 107 (2000)

Heft: 4

Artikel: Mit einem dynamischen Kommunikationsauftritt ins 21. Jahrhundert

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-678274>

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: 12.01.2026

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



Schule für Gestaltung Basel

Textilfachklasse

Die Textilfachklasse der Schule für Gestaltung Basel bildet Gestalterinnen und Gestalter zur Textildesignerin und zum Textildesigner aus. Vom Textildesigner wird heute erwartet, dass er in Personalunion als Produktentwickler, Markt- und Trendforscher, als Mitgestalter bei Produktpräsentationen an Messen und Ausstellungen und als Kundenberater arbeiten kann.

Textildesigner befassen sich mit der Konstruktion der Entwicklung und der Veredelung von Stoffen für den Heimtextil- und den Modebereich. Für einen Textildesigner sind technische Begabung, Sensibilität für Material, Farbe und Form, Kommunikation



Abb. 1: Diplomarbeit Esther Leemann

tions-, Entscheidungs- und Handlungsfähigkeiten wichtige Voraussetzungen.

Während der Ausbildung entwickeln und realisieren die Studierenden aufgrund komplexer Aufgabenstellungen innovative, gestalterische Konzepte. Die Ausbildung fordert die Auseinandersetzung mit

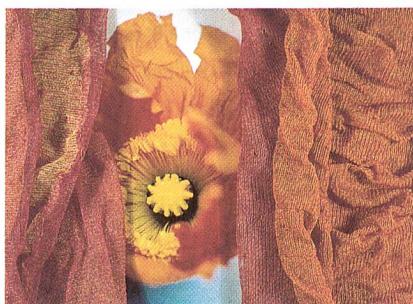


Abb. 2: Diplomarbeit Katharina Bärfuss

kulturellen, sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekten des Designberufs. Die Studierenden lernen so Verantwortung zu übernehmen und diese mit der gestalterischen Tätigkeit zu verbinden.

Die Ausbildung an der Textilfachklasse dauert zurzeit vier Jahre. Sie beinhaltet eine zweijährige breitangelegte textile Basisbildung, ein Berufspraktikum während dem sechsten Semester und die Eidgenössische Lehrabschlussprüfung für Textilentwerfer/innen am Ende des dritten Jahres. Der Erwerb des Eidgenössischen Fähigkeitsausweises ist Voraussetzung für den Eintritt in das vierte Ausbildungsjahr; das mit einer eigenständigen Projektarbeit im siebten Semester und einer umfangreichen Abschlussarbeit im achten Semester zum Kantonalen Diplom der Textilgestalterin führt.

Abb. 1: **Esther Leemann** widmet sich in ihrer Diplomarbeit dem Text (Palidrome) sowie dem textilen Produkt im Bad.

Abb. 2: **Katharina Bärfuss** entwickelt zum Thema «Blütenwelten» aktuelle modische Strick- und Druckstoffe.

*Schule für Gestaltung Basel
Vogelsangstr. 15
CH-4021 Basel*

Mit einem dynamischen Kommunikationsauftritt ins 21. Jahrhundert

Generalversammlung des Textilverbandes Schweiz am 23. 5. 2000 in Glattbrugg

Eine wiederum sehr gut besuchte Generalversammlung meldete bei den Traktanden die Auflösung der Ausgleichskasse der Textil- und Bekleidungsindustrie sowie das neue Kommunikations-Konzept: «Swiss Textiles Promotion». Abgerundet wurde die GV durch das Referat von Dr. Peter Hasler: «Wozu braucht es Spitzenverbände.»

Begrüssung

Präsident Thomas Isler informiert darüber, dass die Integration der Sektionen fast vollendet ist und macht darauf aufmerksam, dass die Jubiläumsstiftungen SFT und SFW von der Staatssteuer, den allgemeinen Gemeindesteuern und der direkten Bundessteuer befreit worden sind. Die Struktur und Organisation der Geschäftsstellen

le schreitet voran in Richtung schlanker, moderner und zukunftsgerichteter Verband.

Auflösung der Ausgleichskasse der Textil- und Bekleidungsindustrie

Infolge von Betriebsschliessungen und Reduktionen in der Textil- und Bekleidungsindustrie Beschäftigten war bei der Ausgleichskasse der Textil- und Bekleidungsindustrie (AK Textil) seit Beginn der Neunzigerjahre ein grosser Rückgang der AHV-Beiträge zu verzeichnen.

Da die Verwaltungskostenbeiträge an die AK Textil abhängig von den AHV-Beiträgen sind, wurden sie mehrmals angehoben. Ein weiterer massiver Anstieg der Verwaltungskostenbeiträge müsste in absehbarer Zeit wieder erfolgen, da die AK Textil sonst in einen finanziellen Engpass geraten würde. Weil die Verwaltungskostenbeiträge im Vergleich mit anderen Ausgleichskassen

schon heute ziemlich hoch sind, ist eine Anhebung für die Mitgliedsfirmen nicht zumutbar. Die Auflösung der Ausgleichskasse der Textil- und Bekleidungsindustrie wird einstimmig genehmigt und vom anwesenden Notar öffentlich beurkundet.

Wahlen

Albert H. Zehnder tritt mit der GV 2000 aus dem Ausschuss zurück, bleibt aber noch bis Ende der Amtszeit im Vorstand.

Ruedi Kircher, Schweiz. Gesellschaft für Tüll-industrie AG, Münchwilen, wird in die AUK gewählt.

Yvo Studer, Rhodia Filtec AG, Emmenbrücke, wird in die KARSO gewählt.

Swiss Textiles Promotion

Roland Weisbrod, Präsident der KPK, berichtet einleitend, wie es zur Idee eines neuen Konzepts ge-

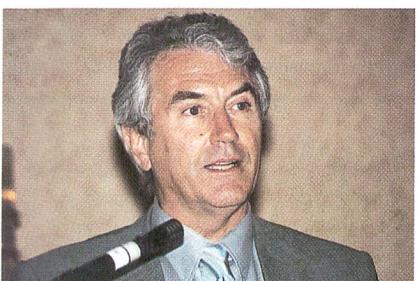
kommen ist. Anschliessend präsentiert die Werbeagentur Advico Young & Rubicam das mit der KPK erarbeitete Konzept «Swiss Textiles Promotion».

Die Kampagne möchte die gegenwärtigen und künftigen textilverarbeitenden Entscheidungsträger ansprechen, Vertrauen in Swiss Textiles wecken, dazu beitragen, aussergewöhnliche Visio-



TVS Präsident Thomas Isler

nen zu erzeugen bzw. dank Know-how Design, Flexibilität und Serviceleistungen zu verwirklichen. Als Positionierungsgedanke steht dabei das zentrale, prägnante und aussagekräftige Versprechen «Don't limit your imagination – get it produced». Parallel dazu erfolgt ein Redesign des CI/CD durch eine Neugestaltung des Swiss-Textiles-Logos. Dieses soll mehr Dynamik, Emotionalität und Zeitgeist ausdrücken. Mit der Schaffung eines prägnanten Markenzeichens in den Farben rot und weiss und klar unterschiedlicher Gewichtung von «Swiss» und «Textiles» soll dies erreicht werden.



Roland Weisbrod

Wozu braucht es Spaltenverbände

Dr. Peter Hasler, Direktor des Schweiz. Arbeitgeberverbandes

Der Wertewandel in der Gesellschaft, der sich durch Leistungsorientierung, Hedonismus, Entsolidarisierung, Vereinzelung, Zerfall von Ehe und Familie, hybride Befindlichkeit, Irrationalität und Widersprüchlichkeit, Kurzfristigkeit und Verantwortungsscheu ausdrückt, beeinflusst in zunehmendem Masse auch die Unternehmen. Um die Unternehmenszielsetzungen wie Langfristigkeit, Transparenz, soziales Verantwortungsbewusstsein, Umweltverträglichkeit, Mitarbeiterorientierung (Arbeit, Motivation, Arbeits-

bedingungen, menschliche Verantwortung) sowie offene Kommunikation verwirklichen zu können, kann auch auf die Unterstützung von Verbänden zurückgegriffen werden. Zu deren wichtigsten Beiträgen zählen in diesem Zusammenhang: Stimme der Wirtschaft, Bündelung der gemeinsamen Interessen, geschlossenes Auftreten, Konzentrierung der Fachkompetenz, politische Arbeit, Gesprächspartner Politik und Verwaltung, Gesprächspartner Arbeitnehmerorganisationen, Gesprächspartner Medien, Internationale Schaltstelle, Treffpunkt von Menschen, Information der Mitglieder sowie Zusammenarbeit mit anderen Organisationen.

Die Verbände selbst können wiederum gestärkt werden durch eine Konzentration auf das Kerngeschäft, die Verstärkung der Kommunikation, die Einbindung der Mitglieder, eine Effizienzsteigerung, bestmögliche Profis sowie eine herausragende Medienarbeit. *RW*



Dr. Thomas Schweizer

Verhaltenes Geschäftsjahr 1999 für die Lantal-Gruppe

Stärkung der Marktposition mit der neuen Tochterfirma Rohner Textil

Die Lantal-Gruppe hat am 1. 12. 1999 die St. Galler Möbelstoffweberei Rohner Textil AG übernommen. 1999 war für Lantal Textiles ein verhaltenes Jahr, wie Urs Baumann, Verwaltungsratspräsident der Lantal-Gruppe, an der Pressekonferenz in Langenthal ausführte. Während sich das Geschäft mit Textilien für Bahnen und Busse sehr erfreulich entwickelte, war der Bereich Flugzeug-Textilien leicht rückläufig.

Schwieriges Umfeld im Geschäftsbereich Flugzeug-Textilien

Rund 90% des Gruppenumsatzes erwirtschaftet Lantal mit Verkehrstextilien, davon rund vier

Fünftel im Flugzeugsektor. Dieser Bereich litt im vergangenen Jahr allerdings unter den schlechten Jahresabschlüssen der Fluggesellschaften. In diesem Umfeld werde es immer schwieriger, erfreuliche Zahlen zu erarbeiten, sagte Urs Baumann weiter. Die Flottenumrüstungen werden immer weiter hinausgezögert und die Interieurs bleiben länger im Einsatz. Dies habe sich insbesondere negativ auf die Auslastung der Flachgewebe-Weberei der Lantal-Gruppe ausgewirkt.

Positive Entwicklung im Geschäftsbereich Textilien für Bahnen und Busse

Dagegen verlief das Geschäft mit Textilien für Bahnen und Busse sehr gut. Die vor ein paar Jahren begonnenen Aktivitäten im nordamerikanischen Markt hätten sich sehr positiv entwickelt, sagte Urs Baumann weiter. Lantal konnte die Kapazitäten in der Veloursweberei in Melchnau ausbauen.

Bewährte Kooperationen im Geschäftsbereich Objekt-Textilien

Im Teppich- und Stoffbereich für den Objektsektor konnte Lantal gemeinsam mit ihren Vertriebspartnern und mit neuen Produkten einen erfreulichen Mengenzuwachs erwirtschaften. Allerdings ist der Preisdruck in diesem Markt zurzeit besonders gross.

Obschon das vergangene Jahr eher verhalten verlief, wurden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Lantal-Gruppe erneut mit einem grosszügigen Jahresbonus am positiven Geschäftsergebnis beteiligt.

Die Auftragslage stimme für die Geschäftsentwicklung des laufenden Jahres optimistisch, sagte Urs Baumann. Es brauche aber einen verstärkten Einsatz, um gleich viel zu erreichen wie vor einigen Jahren. Deshalb werden auch in diesem Jahr wieder grössere Investitionen in der Schweiz und den USA getätigt. *RW*



Urs Baumann