

**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition multilingue]

**Herausgeber:** Textilverband Schweiz

**Band:** - (1975)

**Heft:** 24

**Artikel:** Schweizer HAKA-Stoffproduzenten : Bewältigung der wirtschaftlichen Herausforderung

**Autor:** M.N.

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-796501>

#### 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](#)

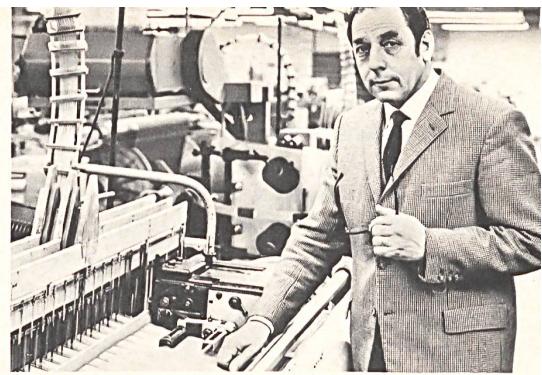
#### Terms of use

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:** 17.02.2026

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

Roger Berger  
Mitinhaber und kaufmännischer Direktor  
der Tuchfabrik H. Berger AG  
Eclépens / VD



**Schweizer  
HAKA-Stoffproduzenten:**

# Bewältigung der wirtschaftlichen Herausforderung

Seit Jahrzehnten nimmt die Textilindustrie im Wirtschaftsleben der Schweiz einen entscheidenden Platz ein, wenn sie auch in bezug auf die Anzahl der Beschäftigten erst an fünfter Stelle steht, so ist sie doch ein weiterer Pfeiler unserer Industrie. Ihr Geschäftsgebaren und die hohe Qualität ihrer Produkte haben Wesentliches zu dem guten Ruf der Schweiz auch auf internationaler Ebene beigetragen. Was die Grösse anbetrifft, so können unsere Unternehmen zwar nicht mit den Industriegiganten gewisser Länder wetteifern, doch ermöglicht gerade die übersehbare Grösse der Firmen eine raschere und bessere Anpassung an die aktuelle Markt-situation. Es ist unbestritten, dass unsere Textil-industrie seit vielen Jahren von der Erfindungsgabe unserer Ingenieure und Maschinenkonstrukteure profitiert. Diese haben dazu beigetragen, dass der technische Standard der Schweiz heute auch auf weltweiter Ebene an der Spitze steht. Der grösste Teil der Unternehmen hat von dieser technischen Überlegenheit Gebrauch gemacht und den Betrieb mit den revolutionären, 1958 auf den Markt gebrachten Hochleistungs-Schützenwebmaschinen modernisiert. In wenigen Jahren wurde damit die Produktion verdreifacht, und die Schweiz sah sich vor die Notwendigkeit gestellt, ausländische Absatzplätze zu suchen, da der inländische Bedarf umfassend gedeckt war. Man fand diese Exportmöglichkeiten hauptsächlich auf dem europäischen Sektor. Es ist klar, dass dabei die EFTA-Länder wegen der wegfallenden Zollschränken zu unseren besten Kunden wurden, und praktisch alle Firmen konnten erfreulich gute Geschäftsabschlüsse auf diesem neuen Markt verzeichnen.

## Reelle Überlebens-Chancen für Schweizer Unternehmen

Im allgemeinen neigt man zu der Auffassung, dass nur Grossbetriebe auf die Dauer überleben können. Dem ist, was Billigartikel und Massenproduktion anbelangt, zuzustimmen, da gerade bei Gabardine, Serge und Unigeweben die Quantität eine wichtige Rolle spielt. Die mittleren und kleinen Unternehmer im HAKA-Sektor sehen sich deshalb vor die Aufgabe gestellt, sich vorwiegend auf modische Artikel zu konzentrieren, im besonderen auf gemusterte Qualitäten, was aber die Produktion hochwertiger Uni-gewebe keineswegs ausschliesst. Conditio sine qua non einer solchen Politik ist offensichtlich die qualifizierte Marktforschung und modische Orientierung, welche es gestatten, die Tendenzen des kommenden Jahres rechtzeitig zu erfahren. Es ist

dabei unerlässlich, sich nach erstklassigen Designern umzusehen, da nur die topmodischen Kollektionen den Firmen ein rentables und rationelles Produktionsprogramm ermöglichen. Im Bestreben, unsere Unternehmen zu unterstützen, wurde vor 10 Jahren der Schweizerische Moderat für Herrenmode gegründet, kompetent geführt durch den renommierten Stilisten Milo E. Legnazzi, Bern. Dieser Schweizerische Mode-rat, zu dessen Gründungsmitgliedern wir gehören, hat es uns erlaubt, unsere Nouveautés-Kollektionen in bezug auf Farbe und Dessin mit einer gewissen Erfolgsgarantie zu gestalten. Er trifft mehrmals pro Jahr zusammen und nimmt dabei Kenntnis von den in Paris durch den Europäischen Moderat gefällten Tendenzentscheiden, in welchem Milo E. Legnazzi aktiv mithilft. Im Augenblick hat sich die Mode auf eine viel klassischere Linie festgelegt, die kleine Dessins und Faux-Unis bevorzugt, auch Nadelstreifen, diskrete feine Streifenmuster und einige wenige verschwommene Prince de Galles. Diese

1 TUWAG, TUCHFABRIK  
WÄDENSWIL AG, WÄDENSWIL  
Hocheleganter Giletanzug aus  
einem Trevira®/Wolle/Leinen-  
Mischgewebe mit Shantung-  
struktur, 400 g.  
(Howald, Wangen a/Aare)

2 TUWAG, TUCHFABRIK  
WÄDENSWIL AG, WÄDENSWIL  
«Passat/Okapi», strukturiertes  
Mischgewebe für sportlichen  
Anzug.  
(Ritex of Switzerland, Zofingen)



## Pro und contra Zusammenarbeit

Umkehr läuft parallel mit der aktuellen Wirtschaftslage, in welcher der Konsument seine Garderobe der ungewissen Situation anpasst und deshalb eher ein qualitativ hochwertiges Kleidungsstück sucht, das er mehrere Jahre zu tragen gedenkt. Wie präsentiert sich nun die Lage der kleineren und mittleren Schweizer Betriebe im Sektor der HAKA-Textilien? Als Beispiel diene unsere Firma, die Tuchfabrik H. Berger AG, Eclépens/VD. Von mittlerer Grösse, beschäftigt das Unternehmen heute 180 Mitarbeiter und schon vor mehreren Jahren hat man sich entschlossen, ausschliesslich hochmodisch dargestellte und qualitativ einwandfreie Ware herzustellen, um so eine befriedigende Rentabilität zu erreichen. Der Erfolg liess dabei nicht auf sich warten und wir konnten — wie unsere Geschäftsfreunde in der deutschsprachigen Schweiz — sehr gute Abschlüsse in ganz Europa und in Übersee verzeichnen. Wie sieht es heute aus? Bis zum Herbst 1974 waren alle Betriebe vollbeschäftigt, die meisten auf einer Basis von drei Schichten. Seit dieser Zeit hat sich die Situation vollkommen geändert, entsprechend der weltweiten wirtschaftlichen Rezession und des ungünstigen Wechselkurses des Schweizer Frankens. Was die wirtschaftliche Rezession anbetrifft, so glauben wir an keine spürbare Besserung vor dem Herbst 1976, sogar vielleicht dem Frühling 1977. Es ist klar, dass diese veränderte Situation uns in Unsicherheit stürzt und uns zu Rationalisierungsmaßnahmen sowie zu Produktionseinschränkungen zwingt, an die noch vor Jahresfrist niemand gedacht hätte. Es geht im Moment in erster Linie darum, diese ungünstige Periode mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln zu überbrücken, dies im Beben, den Hauptharst unseres Personals beibehalten zu können.

Vorerst ist es interessant, festzustellen, dass sich unter den Fabrikanten eine gewisse Zusammenarbeit angebahnt hat. Diese stellt ein Problem dar, welches wir schon seit einigen Jahren mit mehr oder weniger Erfolg zu lösen versuchen; jedenfalls sind die von einigen Gruppen erreichten Resultate auf den ersten Blick nicht überzeugend, es sei denn, es handle sich um eine Fusion, die allerdings von jedermann gefürchtet wird. Trotzdem ist ein Versuch in dieser Richtung durchaus wünschenswert, und deshalb hat der Gesamtverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie am 25. September die wichtigsten Textilfabrikanten der Schweiz zu einem Gespräch am runden Tisch eingeladen, wo die verschiedenen Schwierigkeiten des einzelnen in aller Offenheit diskutiert werden konnten. Der positive Ausgang dieser Konferenz bestand darin, dass sich die Konfektionäre bereit erklärt haben, nach Möglichkeit vermehrte die schweizerische Textilproduktion zu berücksichtigen, unter der Voraussetzung, dass diese unter denselben Preisbedingungen die gleichen Vorteile bietet wie die ausländische Konkurrenz. Von unserer Seite her sollen alle Anstrengungen unternommen werden, damit wir eine moderne und attraktive Kollektion vorlegen können, die zudem noch den Vorteil eines rascheren und unmittelbareren Service hat.

Der Franken eine weitere Ursache unserer Exportschwierigkeiten ist. Was uns anbelangt, so sind wir überzeugt, dass unsere Regierung alles in ihrer Macht Stehende unternommen hat und weiter unternommen wird, um den Kurs des Frankens um einige Prozent unter das gegenwärtige Niveau zu senken. Verständlicherweise freuen sich die Importeure über den hohen Kurs unserer Währung, da diese ihnen sehr erfreuliche Preise für die ausländische Ware einbringt, doch sollten sie dabei nicht vergessen, dass zwei Fünftel unserer Bevölkerung direkt oder indirekt vom Exportgeschäft leben. Werden diese zwei Fünftel auch dann noch in der Lage sein, die importierten Güter zu kaufen, wenn sie ihre Existenzgrundlage verloren haben? Nein, die Schweiz war und ist zu allen Zeiten auf das Einkommen aus dem Exporthandel angewiesen.

## Beweglichkeit führt zum Ziel

Eine spürbare Schmälerung des Exporthandels würde eine nationale Katastrophe bedeuten. Unsere Behörden sind sich dessen sehr wohl bewusst, und der Beitritt zu der europäischen Währungsschlange wäre ein erster Schritt auf dem Weg zu einer Normalisierung und Stabilisierung des Schweizer Frankens. So bleibt schliesslich uns, den Tuchfabrikanten, nur eine Lösung übrig, nämlich den Stier bei den Hörnern zu packen und sich dem Kampf offen zu stellen. Das bedeutet eine eventuell notwendige Umstrukturierung des Betriebes, um die Kosten nach Möglichkeit zu senken und gleichzeitig Ware untadeliger Qualität zu wettbewerbsfähigen Preisen fristgerecht zu produzieren. Wir glauben, dass darin die einzige wirksame Massnahme besteht, sich in dieser seit dem letzten Krieg schwierigsten Zeit unseres Landes durchzusetzen. Wir sind davon überzeugt, dass gerade die kleinen und mittleren Betriebe unserer Branche bei der Gestaltung dessen, was wir Zukunft nennen, ein wichtiges Wort mitreden werden.

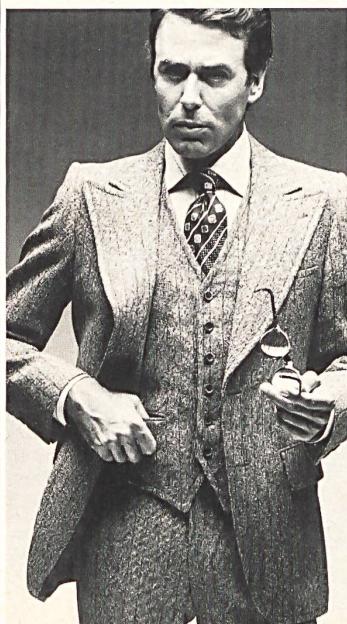
## Einfluss der Wechselkurse

Der überbewertete Schweizer Franken ist eine weitere, sehr komplexe Angelegenheit, und es bedarf eines sehr schlauen Kopfes, der es wagen wird, in dieser Hinsicht die Perspektiven für die nächsten zwei Jahre vorauszusagen. Eines steht fest: Wenn die weltweite Krise zum Teil schuld ist an unserer gegenwärtigen Baisse, so muss andererseits zugegeben werden, dass der erhöhte Kurs des Schwei-

3



4



5

**3 SCHILD AG, TUCH- UND DECKENFABRIKEN BERN UND Liestal, Liestal**  
Tundragrünes Gewebe aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) diente zur Anfertigung dieses «Young Men country»-Anzugs.  
(Schild, Luzern)

**4 TUWAG, TUCHFABRIK WÄDENSWIL AG WÄDENSWIL**  
Sehr modischer Anzug aus reinem feinem Flanell mit Nadelstreifen, «Pallas/Okapi». (Ritex of Switzerland, Zofingen)

**5 SCHILD AG, TUCH- UND DECKENFABRIKEN BERN UND Liestal, Liestal**  
Giletanzug aus einem Mischgewebe 70% Wolle/30% Synthetik mit feinem Streifen; in Tundragrün oder Grau-Polarblau erhältlich.  
(Schild, Luzern)

## Bewältigung der wirtschaftlichen Herausforderung

Nicht leicht — wie könnte es anders sein — haben es auch die schweizerischen HAKA-Stoffproduzenten mit der gegenwärtigen Konjunkturlage fertig zu werden. Die Kaufzurückhaltung der Konfektionäre, des Einzelhandels und der Konsumenten scheint sowohl im Inland als auch im Ausland noch nicht abzuklingen. Hinzu kommt der teurer gewordene Franken, der die schweizerischen Anbieter im internationalen Konkurrenzkampf empfindlich benachteiligt. Diese wenig verheissungsvollen Voraussetzungen zwingen die schweizerischen HAKA-Stoffhersteller mehr denn je, mit besonderen Leistungen das gegenwärtige Wellental zu überbrücken und einer besseren Zukunft entgegenzusehen. Verschiedene Voraussetzungen, mit der Herausforderung fertig zu werden, sind immerhin gegeben: die Betriebsgrössen (durchwegs mittelgrosse Firmen), die sich daraus ergebende Beweglichkeit, die hohen Rationalisierungsinvestitionen in den letzten Jahren, der hohe Qualitätsstandard, die modische Aussagekraft der Kollektionen und die langjährigen Exporterfahrungen. Wie führende HAKA-Stoffhersteller in der Schweiz dieses Know-how in der schwer zu meistern Gegenwart einsetzen und wie sie die Zukunft beurteilen, wollen 6 Fragen der «Textiles Suisse» zu ergründen suchen.

M.N.

Mit «Veränderte Bekleidungsgewohnheiten in der Männerwelt» überschrieb kürzlich ein bekannter Schweizer HAKA-Fabrikant mit qualitativer und modisch hohem Niveau in seiner Kundenzetschrift einen Beitrag. Von Leicht-Programm in pflegeleichten Oberstoffen und von unkonventioneller Kleidung ist dann die Rede, obwohl dieser Konfektionär bisher eher konventionelle Kleider herstellte. Findet dieser Trend auch in Ihrer Stoff-Kollektion seinen Niederschlag?

1

Die Kosten zwingen zur Straffung der Sortimente; gleichzeitig müssen in einer Zeit rückläufiger Konjunktur die individuellen Wünsche der Konfektionäre mehr denn je berücksichtigt werden. Wie reagiert der Stoffhersteller auf diese Herausforderung?

2

Der kleine inländische Absatzmarkt zwingt den schweizerischen Hersteller, dem Export grosse Aufmerksamkeit zu schenken. Der Konjunkturrückgang trifft zwar auch die ausländische Konkurrenz. Für den Schweizer Fabrikanten kommt der teurer gewordene Franken hinzu. Wie haben sich die beiden exporthemmenden Faktoren auf Ihre wichtigsten Exportmärkte ausgewirkt?

3

Zweifellos erschweren auch die Importe von Fertigkonfektion aus Niedrigpreisländern Ihre Absatzmöglichkeiten im westeuropäischen Raum. Lassen sich diese Exportländer nicht als neue Absatzgebiete für Schweizer Stoffe gewinnen?

4

Ist Schweizer Qualität immer noch ein wirkungsvolles Verkaufsargument?

5

Mit einer Frage, so schwer sie zu beantworten ist, müssen auch Sie sich als Stoffhersteller stets befassen: Wie ist die Zukunft — kurz- und mittelfristig — für Ihren Betrieb zu beurteilen?

6

Max Treichler-Kaiser  
Direktor der Tuchfabrik Wädenswil AG  
Wädenswil



Unser Unternehmen hat seit Jahren zu den Förderern der unkonventionellen, legeren, aber trotzdem gepflegten und eleganten Bekleidung gehört. Unsere Kollektionen der vergangenen Jahre umfassten denn auch in hohem Masse sehr viele hochmodische, leichtgewichtige und pflegeleichte Gewebe, vorwiegend mit hohem Chemiefaseranteil. Ich bin aber der Meinung, dass die gegenwärtige Rezession ihren Einfluss auch auf diesem Sektor in zunehmendem Umfang geltend macht: Der Nachfragertritt nach eher klassischen, ruhigen und diskreten Dessinierungen in dezent-eleganten Farben ist unverkennbar. Hand in Hand mit dieser Entwicklung geht der Wunsch nach einem breiten Angebot in Geweben aus Naturfasern, beispielsweise aus reiner Schurwolle. Diese Geschmacks- und Qualitäts-Verlagerung findet ihren Niederschlag auch in der vermehrten Nachfrage nach Anzügen. Unsere neue Kollektion für Winter 1976/77 hat dieser Entwicklung Rechnung getragen. Nebst einem etwas reduzierten Angebot an unkonventionellen, pflegeleichten Geweben enthält sie eine grosse Anzahl klassischer und halbklassischer Dessinierungen in Qualitäten mit sehr hohem Naturfaseranteil.

Es ist richtig, dass in einer rezessiven Zeit jeder Fabrikant gezwungen ist, seine Produktion möglichst rationell zu gestalten, was zur Folge hat, dass er seine Sortimente optimal straffen muss. Dies muss aber keinesfalls gleichbedeutend sein mit einer Schmälerung des Angebotes an die Kunden. Aufgrund eines in den Grundqualitäten, das heißt in bezug auf die verwendeten Rohstoffe und Garnqualitäten stark gestrafften Sortimentes, bieten wir eine vielfältige Palette von Dessinierungen und Farben an und sind daher in der Lage, innerhalb unseres Bereiches — nämlich der Spezialisierung auf HAKA-Gewebe — den heute häufig und sehr kurzfristig auftretenden Wünschen unserer in- und ausländischen Abnehmer voll zu entsprechen.

Als traditionsgemäss stark exportorientiertes Unternehmen mit einem Auslandanteil von zwischen 75 und 80 % sind wir von den erwähnten Faktoren — überwerteter Schweizer Franken und allgemeiner Konjunkturrückgang — naturgemäß stark betroffen. Dazu kommt, dass gewisse europäische Märkte, wie beispielsweise Grossbritannien und Italien, durch unbewältigte innere Probleme wirtschaftlicher und politischer Art an Aufnahmefähigkeit für unsere Produkte zusehends abnehmen. Ferner ist seit einigen Jahren eine Verlagerung von Konfektionsbetrieben aus Europa nach Ländern mit grossen Arbeitskraftreserven festzustellen. Trotz dieser Entwicklung werden aber von uns alle europäischen Märkte weiterhin sehr intensiv bearbeitet. Dazu haben wir aber unsere Exportorganisation vor einiger Zeit auf ein weltweites Verkaufsnetz ausgebaut. Die bisher insbesondere auf überseesischen Märkten erzielten Erfolge berechtigen uns — trotz der erwähnten exporthemmenden Faktoren — zu einem Optimismus.

Die Importe von Fertigbekleidung aus Niedrigpreisländern wie beispielsweise Hongkong, Taiwan oder Korea sowie aus Staatshandelsländern stellen den schweizerischen Geweberhersteller tatsächlich vor eine äusserst schwierige Aufgabe. Diese Exportländer kommen für schweizerische Produzenten nur in sehr wenigen Ausnahmefällen als mögliche Abnehmerländer in Frage. Meistens verhindern aber Importrestriktionen, von äusserst hohen Schutzzöllen bis zur vollständigen Importsperrre eine Einfuhr schweizerischer Textilien. Die Schweizer Exporteure unternehmen daher grosse Anstrengungen, um sich neue, mögliche Drittmarkte zu erschliessen.

Diese Frage möchte ich auch heute mit Überzeugung bejahen. Im Bewusstsein, dass es in einem rohstoffarmen Land wie der Schweiz, dessen Wirtschaft zudem noch unter einer stark überbewerteten Währung leidet, niemals möglich sein wird, auf den internationalen Märkten zu den preisgünstigsten Anbietern zu gehören, ist die Qualität absolut von erstrangiger Bedeutung. Unter Schweizer Qualität in diesem Sinne verstehe ich aber nicht nur die Qualität des Gewebes — dass diese hochwertig sein muss ist selbstverständlich und Voraussetzung für jede erfolgreiche Tätigkeit — sondern ebenso einen erstklassigen Service sowie absolute Termintreue und Zuverlässigkeit. Wer diese Bereiche erfolgreich bewältigt, wird auch in Zukunft Bereitschaft für die Aufnahme von «Schweizer Qualitäten» feststellen dürfen.

Bei allen sattsam bekannten Schwierigkeiten und Problemen einer Rezessionsperiode bietet doch die gegenwärtige Marktlage gerade dem mittelgrossen Betrieb eine echte Chance. Diese Chance heisst: Beweglichkeit! Eine unserer kurz- und mittelfristigen Zielsetzungen ist daher, auf kurzfristig sich abzeichnende Trends sowohl bezüglich Dessins und Farben sowie auch Qualitäten und auf Bekleidungsgewohnheiten sehr rasch und wirksam zu reagieren. Wem es gelingt, solche Marktlücken rechtzeitig zu erkennen und innert kürzester Zeit sein Angebot entsprechend zu modifizieren, dem bietet sich gerade in einer Zeit kurzfristiger Dispositionen eine Reihe zusätzlicher Möglichkeiten. Voraussetzungen hierzu sind: leistungsfähiges Marketing, bewegliches Management und vollstufige Produktion von der Rohfaser bis zum fertigen Gewebe im eigenen Betrieb.



Louis F. Späti  
Direktor der F. Hefti + Co. AG  
Haetzingen



Peter Schild  
Teilhaber der Schild AG  
Tuch- und Deckenfabriken  
Bern und Liestal, Liestal

Unter « pflegeleicht » wird vielfach — wenn nicht meistens — « Polyester-Baumwolle » verstanden, ein Sektor, auf dem die Wolltuchweberei kaum je leistungsfähig sein dürfte. Unser Lightweight-Programm in Poly-wool ist jedoch gut ausgebaut, nur ist unter dieser Rubrik in den letzten Jahren eher weniger als früher verkauft worden, zugunsten von Jeans und anderen — eben uns fremden Freizeitartikeln. Der klassische Lightweight-Sommeranzug ist meines Erachtens eher zurückgegangen. Unsere Kollektion enthält aber auch Stoffe im « Leinen-Charakter », welche sich ins Freizeitkonzept gut einfügen lassen. Die neuesten Modetrends aber deuten auf ein Wiedererwachen der klassischen Bekleidung hin.

Die sogenannte Leger-Bekleidung hat sicher ihren festen Platz in der Garderobe des modebewussten Mannes gefunden. In letzter Zeit lässt sich jedoch wieder ein deutlicher Trend zum eleganten Anzug feststellen. Selbstverständlich haben wir auch in unserer Kollektion versucht, Qualitäten für die leger Freizeitbekleidung zu entwickeln. So führen wir zum Beispiel sportlich dessinierte und weich ausgerüstete Stoffe, die sehr gut im Freizeitbereich eingesetzt werden können, daneben auch eine breite Palette von Hosenstoffen, die im Trend der Freizeitmode eine grössere Nachfrage gefunden haben. In der Sommerkollektion bieten wir Leichtgewichte in modischer Dessenierung an, die in einem Leichtprogramm der Konfektionäre gut eingesetzt werden können.

Während der Hochkonjunktur wäre eine Sortimentsschaffung sehr verlockend gewesen. Dadurch hätte die Produktivität mit den zur Verfügung stehenden Mitarbeitern gesteigert werden können. Wir haben die individuellen Wünsche der Kunden jedoch immer berücksichtigt. Durch eine Straffung der internen Kosten allgemein, z.T. auch durch eine auf Individualität ausgerichtete Anpassung des Maschinenparks, ist es möglich, den Wünschen der Konfektionäre nachzukommen, d.h. Spezialartikel auch zu reduzierten Kosten herzustellen.

Wir versuchen dieser Herausforderung zu begegnen, indem wir Schwerpunkte in unserer Kollektion setzen. Eine gewisse Spezialisierung wird unumgänglich sein. Steter Kontakt mit dem Markt und den Kunden erlaubt uns, auf die Wünsche der Kunden mit Spezialmusterungen einzugehen. Andererseits ist es wichtig, die Kollektionsbreite zu beschränken, um eine rationelle und kostengünstige Fertigung zu ermöglichen.

In der ehemaligen EFTA war der Konkurrenzdruck trotz der auch damals schon relativ hohen Schweizer Preise erträglich, da unsere bedeutendsten europäischen Konkurrenten der EWG angehörten. Mit der Angliederung an die EWG fällt der Zollschatz schon heute kaum mehr ins Gewicht und der weiterhin gestiegene und steigende Kurs des Schweizer Frankens wirkt sich immer stärker aus. Verkäufe in Stapelartikeln lassen sich momentan im Ausland wie in der Schweiz nur zu nicht mehr kostendeckenden Preisen tätigen. Unser Exportanteil beträgt zwei Drittel des Umsatzes. Wir sind also gezwungen unsere Exportmärkte zu halten, um weiterbestehen zu können. Eine Verschiebung auf neue Exportmärkte wird angestrebt, kostet aber viel Zeit und Geld. Als Überbrückung versuchen wir, mehr an die bestehende Kundenschaft zu verkaufen. Um den Preisdruck zu entlasten, suchen wir ferner nach günstigeren Rohmaterialien. Nur wenn unsere Kollektionen besser sind als die der Konkurrenten, gibt es für uns Verkaufschancen. Hochmodische Ware jedoch kann unsere Kapazität nur teilweise auslasten. Da mit einem weltweiten Anstieg der Nachfrage kurzfristig nicht zu rechnen ist, besteht als wirkungsvolle Hilfemöglichkeit nur die drastische Kürzung der europäischen Importe von Textilien und Konfektion aus Billigpreisländern.

Nachdem der inländische Absatz zufolge der starken ausländischen Konkurrenz zurückgegangen ist, muss der Export vermehrt forciert werden. Die Schwierigkeiten beim Exportgeschäft werden vor allem durch den hohen Kurs des Schweizer Frankens verursacht. Bei uns hat sich der Anteil des Exportes in den letzten Jahren stark erhöht, was mit einer starken Zunahme unserer Verkaufsanstrengungen auf gewissen Märkten verbunden war. Im weiteren versuchen wir, auch auf den neuen Märkten Fuss zu fassen, und neue Kunden zu gewinnen. Wir haben unsere Werbung entsprechend ausgerichtet.

Billigpreisländer als Absatzmärkte für uns sind problematisch. Staatshandelsländer sind schwierig zu bearbeiten; uns fehlt das erfahrene Personal dazu. Unterentwickelte Länder können meistens unsere Preise nicht bezahlen. Auch ist in diesen Ländern das Fabrikationsrisiko sehr hoch, ausgenommen, wenn Akkreditive vor Versandbereitschaft eröffnet werden. Japan beispielsweise sucht sehr hochwertige Ware, die von anderen Niedrigpreisländern wieder nicht gefragt ist. Eine spezielle Musterung ist leider sehr aufwendig. Ihre Frage ist interessant und wird uns nach reiflicher Überlegung und etwas Zeit einen Weg finden lassen.

Wir haben schon verschiedene Male versucht, unsere Qualitäten in diesen Exportländern zu verkaufen. Es hat sich aber gezeigt, dass unsere qualitativ hochstehenden Stoffe für diese Art von Konfektion zu teuer sind. Meistens werden unsere Qualitäten für den Binnenhandel benötigt.

« Schweizer Qualität » wird heute leider eher gleichgestellt mit « teure Qualität ». Auf dem Herrenstoffsektor haben wir unseren meisten mittteleuropäischen Konkurrenten gegenüber heute auch kaum noch qualitative Vorteile zu bieten. Unsere Stärke liegt aber in der Zuverlässigkeit der Qualität (Konstanz), sowie auch in der Zuverlässigkeit im Einhalten der Liefertermine. Prompte Auskünfte, verständnisvolle Beweglichkeit für Kundenwünsche und Risikofreudigkeit werden vom Exportkunden dem althergebrachten « Qualitätsbegriff » vorgezogen.

Die Schweizer Qualität ist im Prinzip noch ein wirksames Verkaufsargument, das jedoch in Europa etwas an Wirkung verloren hat. Einen guten Namen hat die Schweizer Qualität immer noch im Nahen, Mittleren und Fernen Osten.

Kurzfristig braucht es noch einiges Durchstehervermögen. Die Rezession und die Aufwertung des Schweizer Frankens sind rascher als erwartet über uns gekommen. Die Fixkosten und personellen Anpassungen konnten nicht parallel zum Preis- und Nachfragezusammenbruch gedrosselt werden. Wir werden weiterhin von Reserven borgen müssen. Mittelfristig müssen sich die Währungsverhältnisse günstig für uns entwickeln. Wir werden die Produktionskosten und Vorräte auf allen Stufen der neuen Erkenntnis angepasst haben. Gesamthaft gesehen also versprechen wir uns für unseren mittelgrossen Betrieb gute Zukunftsmöglichkeiten. Wünschenswert wäre noch folgendes: Entwicklungsländer werden mit Niedrigzins-Krediten zum Aufbau ihrer Wirtschaft geradezu überflutet. Sie profitieren dadurch vom neuesten Stand der technischen Produktionsmittel. Falls wir in den Genuss von Investitions-Anleihen zu ebenso niedrigen Zinssätzen kämen, könnten unsere Produktionsanlagen häufiger erneuert werden. Durch die daraus resultierende Senkung der Produktionskosten würde unser Angebot preislich konkurrenzfähig. Daraus würden auch gesicherte Arbeitsplätze bei hohem Lohnniveau resultieren.

Um die Zukunft zu meistern, müssen wir unsere Marktanstrengungen weiterhin verstärken. Eine gewisse Chance besteht sicher darin, dass wir gut auf die Wünsche unserer Kundschaft eingehen können und unser Sortiment entsprechend anpassen. Andererseits bedingt dies, dass sich unser Sortiment in bestimmten Grössen hält, um eine Zersplitterung der Produktion zu vermeiden. Sämtliche Rationalisierungsreserven müssen ausgeschöpft werden, damit wir in Zukunft konkurrenzfähig bleiben.

## Verkauf

Verkaufsleitung Schweiz: Herr Georges Brandt; Verkaufsleitung Export: Herr Karl Erich Krohn; Verkauf Inland: Herr Camille Jeannotat; Verkauf Export: Herr Erwin Weiss.

## Fabrikationsprogramm

HAKA: Gewebe in klassischer, halbmodischer und modischer Richtung für Hosen, Blazer, Sakos und Anzüge, sowie für Leger-Bekleidung. Extra-Kollektion für Überseemärkte. DOB: Klassische Uni-Palette für Röcke, Hosen und Hosenkostüme. Spezialitäten: Stoffe für Ski- und Wandersport, insbesondere bi-elastische Qualitäten für funktionelle Bekleidung.

## Legende

1. « Alba », Covercoat — 2. « Ashford », feiner Millerayé — 3. « Abadan », gepflegter Streifen — 4. « Alamos », kleingemustertes Ge-

F. HEFTI + CO. AG, HAETZINGEN

webe — 5. « Festival », gestreifter Flanell — 6. « Belmont », aktueller, schwerer Panama — 7. « Boston », gebrochenes Fischgrat-Dessin — 8. « Boston », Karos auf rustikalem Grund — 9. « Boston », sportliches Streifendessin — 10. « Acapulco », diskretes Karo-Dessin — 11. « Arkansas », interessante Optik durch Fil-à-Fil — 12. « Arkansas », Black and White-Thema — 13. « Acapulco », Punkt- und Streifendessin — 14. « Acapulco », klassischer Nadelstreifen.



SCHILD AG, TUCH- UND DECKENFABRIK, Liestal

Verkauf

Herren Robert Kiefer, Max Biedermann + Walfried Wetzel.

34. Interstoff: Halle 4, Gang C,  
Stand 40 353.

auf sportlichen als auch auf eleganten Dessins, DOB: Hochmodische Stoffe in reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) und diversen Mischungen für Mäntel und Kostüme, uni und gemustert.

Legende

1.-13. Kleiner Ausschnitt durch die modisch und klassisch aufgebaute HAKA-Kollektion aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) für Anzüge, Vestons und Einzelhosen in den Gewichten 500 g bis 540 g.

Fabrikationsprogramm

HAKA: Gewebe aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) in Kammgarn und Streichgarn sowie in Wolle/Polyester-Mischungen für Anzüge, Einzelhosen, Skihosen, Vestons, Mäntel und Uniformen. Das Hauptgewicht liegt auf gemusterten Stoffen, sowohl



TUWAG, TUCHFABRIK WÄDENSWIL AG, WÄDENSWIL

34. Interstoff: Halle 8 Obergeschoss, Gang D, Stand 81 462.

Verkauf

Herren Dir. Max Treichler-Kaiser (Verkaufsleiter), Gastone Ghisleni (Inland), Hans Sturzenegger (Export), Marc Faizant (intern).

Fabrikationsprogramm

Breites Spektrum von klassischen bis sehr modischen Herren-Oberbekleidungsstoffen aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) für Anzüge, Sakkos und Hosen sowie leicht- und mittelpewichtige Gewebe für klassisch/elegante Stadtmäntel. Spezialität: Modisch/elegante Kombinationen Ton in Ton abgestimmt für Veston/Hose oder Veston/Gilet/Hose.

Legende

« Elégance » 450/60 g, reine Schurwolle (Wollsiegel-Qualität), Kette und Schuss: Kammgarn-Vollzwirn; in den Trendfarben: Grau-« Silver », Braun-« Brasil », Oliv-« Sisal », Blau-« Rauchblau ».



## TUWAG, TUCHFABRIK WÄDENSWIL AG, WÄDENSWIL

34. Interstoff: Halle 8 Obergeschoss, Gang D, Stand 81 462.

### Fabrikationsprogramm

Grosse Palette von klassischen bis hochmodischen Herren-Oberbekleidungsstoffen für Hosen, Blazer, Sakkos, Anzüge und Mäntel aus Trevira®/reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität), Trevira®/Schurwolle/Leinen sowie Trevira®/Schurwolle/Viscose. Spezialität: Coordinates für den neuzeitlichen Bekleidungsstil.

### Verkauf

Herren Dir. Max Treichler-Kaiser (Verkaufsleiter), Gastone Ghisleni (Inland), Hans Sturzenegger (Export), Marc Faizant (intern).

### Legende

1. « Mondial », 55 % Trevira®/45 % reine Schurwolle (Wollsiegel-Qualität), in Kette und Schuss, 3-fach gezwirnt — 2.
2. « Madison », aktuelle Dessins für modische Blazer und Sakkos 400 g, 55 % Trevira®/45 % reine

### Schurwolle (Wollsiegel-Qualität)

— 3. Einige Beispiele aus der umfangreichen Uni- und Halb-Uni-Kollektion in Gewichtslagen von 430-500 g, erhältlich in einer grossen Farbpalette von klassischen bis hochmodischen Farbtönen.

1

2

3

4

5



## FABRIQUE DE DRAPS H. BERGER SA, ECLÉPENS / VD

### Verkauf

Herren Roger Berger, Oskar Wiederkehr + Rudolf Gmunder.

### Fabrikationsprogramm

Neben Uni- und Halbstandardqualitäten eine modische Kollektion für Herrenbekleidung in Trevira®/Wolle und reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) für Anzüge, Vestons, Hosen, in modernen und klassischen Dessins und Farben. Marken-Artikel «Triforce», 3-fach gezwirnt, 55% Trevira®/45% reine Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) 470/490 g/lfm. Wir verfügen über eine Kammgarnspinnerei, Weberei, Färberei und Ausrüstung.

### Legende

1.-7. HAKA-Gewebe aus Trevira®/Wolle in den Gewichtsklassen von 310 g bis 490 g für Kleider, Vestons und Einzelhosen in teils modischer, teils klassischer Ausmusterung — 8.-14. Einige Beispiele aus der hochwertigen reinen Schurwoll-Kollektion (Wollsiegel-Qualität) für gediegene Herrenkonfektion.



#### Verkauf

HAKA: Herren Erich Wyss + Jürgen Gehrken.

#### Fabrikationsprogramm

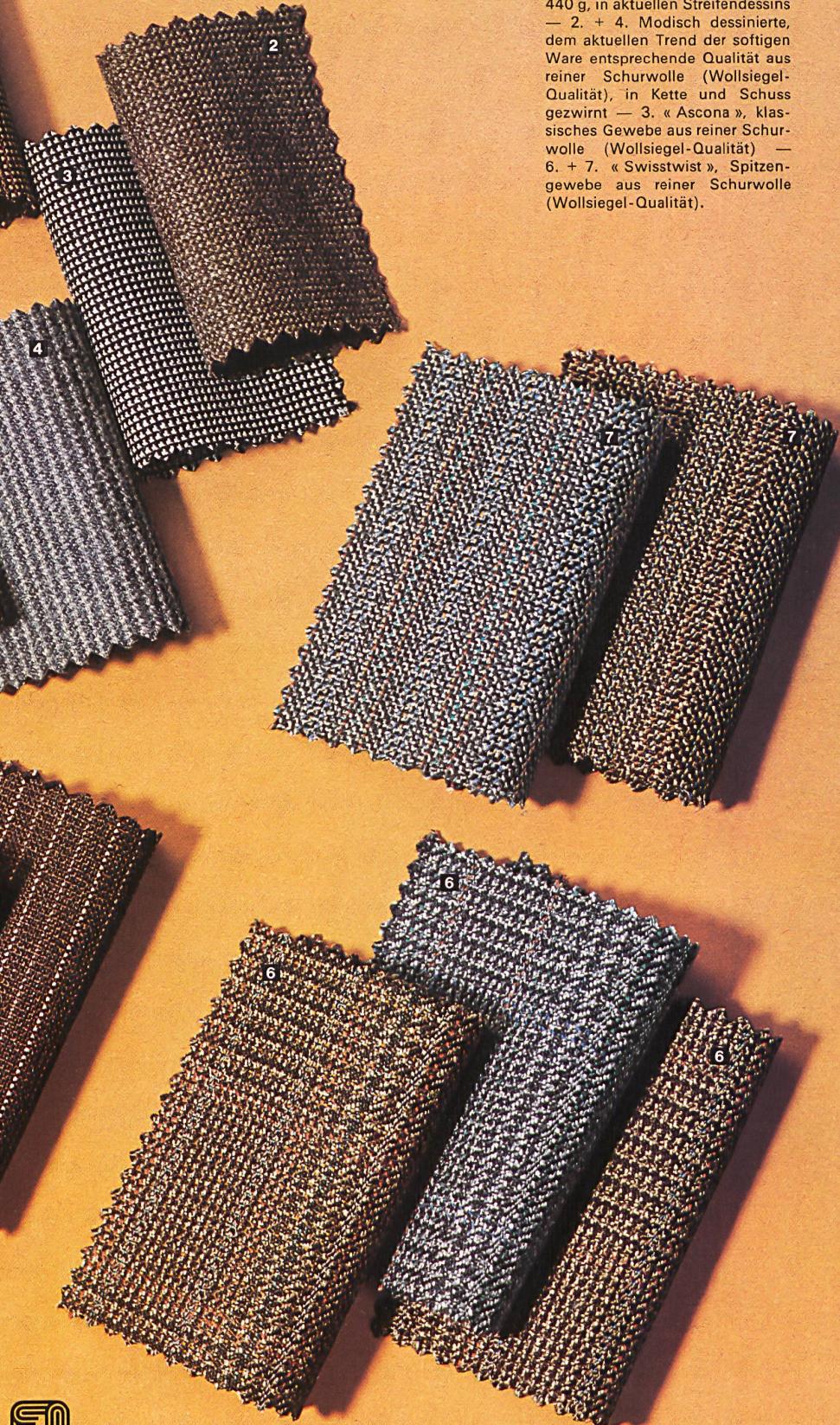
HAKA: Gewebe und Jerseys aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) und Wolle/Polyester-Mischungen für Anzüge, Hosen und Sportswear in uni und gemustert.

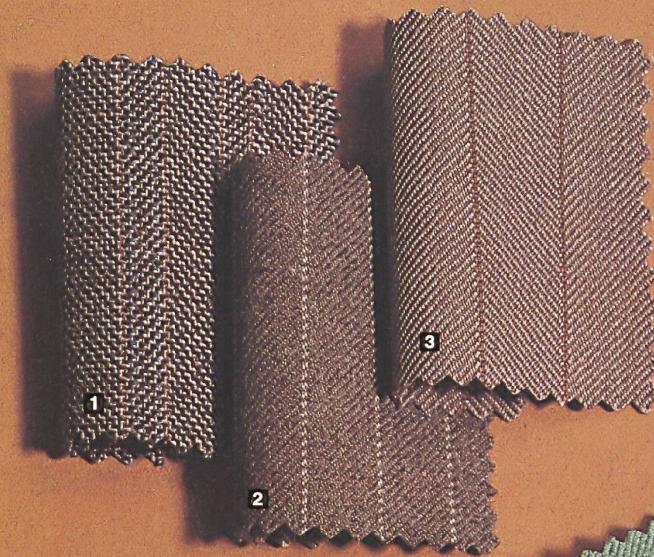
#### Legende

1. + 5. « Air Twist » aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität), 440 g, in aktuellen Streifendessins — 2. + 4. Modisch dessinierte, dem aktuellen Trend der softigen Ware entsprechende Qualität aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität), in Kette und Schuss gezwirnt — 3. « Ascona », klassisches Gewebe aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) — 6. + 7. « Swisstwist », Spitzengewebe aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität).

BLEICHE AG, ZOFINGEN

34. Interstoff: Halle 4, Gang B,  
Stand 40 220.





#### Verkauf

Herren Arnold Stucki + Eduard Haefliger.

#### Legende

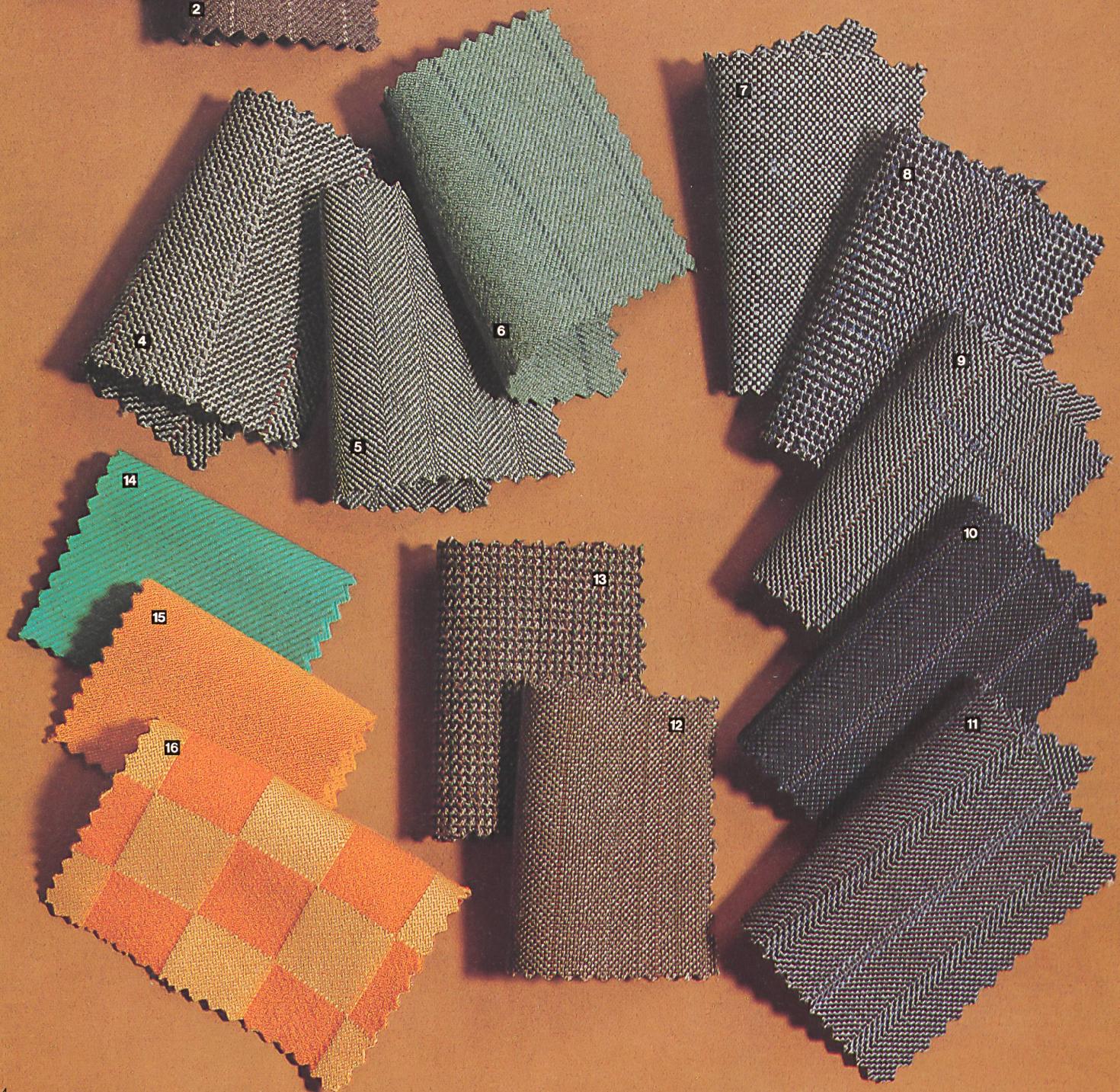
1. + 12. 470 g, 45 % Wolle/55 % Trevira® — 2. + 6. 420 g, reine Schurwolle (Wollsiegel-Qualität)  
— 3. + 5. + 7. + 9. + 10. + 11.  
420 g, 45 % Wolle/55 % Trevira®  
— 4. + 8. + 13. 510 g, 45 % Wolle/55 % Trevira®, 3-fach gewirnt.

Stoffe für Sportbekleidung: 14.  
Längs-elastisch, 610 g, 46 %  
Wolle/4 % Lycra®/50 % Nylsuisse® — 15. + 16. Bi-elastisch,  
610 g, 40 % Wolle/8 % Lycra®/  
52 % Nylsuisse®.

#### Fabrikationsprogramm

Gewebe für Herrenoberbekleidung, Freizeit- und Sportbekleidung, Uniformstoffe.

SCHMID TEXTIL AG, GATTIKON / ZH



Verkauf

Herren Roland S. Bürgi, Walter Dütschler, Remi Grollimund + Hans C. Vondeling.

Fabrikationsprogramm

Einfach- und doppel-elastische Gewebe-Neuheiten für den Skisport. Hochwertige Kammgarn-Unigewebe aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) und Wolle/Trevira® für DOB und HAKA. Leichte Gewebe aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) und Wollmischungen für Druckzwecke.

Legende

1. Crêpe-Georgette mit Satin-Absseite aus reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität)/Trevira® — 2. Feiner Granité aus Wolle/Trevira® — 3. Bi-elastischer Skistoff mit glänzender Oberseite und warmer Rückseite für Tiefschneehosen — 4. Neuartiges Stretchgewebe mit warmer Rückseite für Tiefschneehosen — 5. Flanellartiger Serge aus Trevira®, texturiert, und reiner Schurwolle (Wollsiegel-Qualität) für Damen- und Herrenhosen; Marke «Liberation».



1

2

3

4

5