

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1988)
Heft: 76

Artikel: Mit eigener modischer Aussage auf den Markt
Autor: Kühner, Claudia
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795089>

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: 14.04.2026

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

MIT EIGENER MODISCHER AUSSAGE AUF DEN MARKT

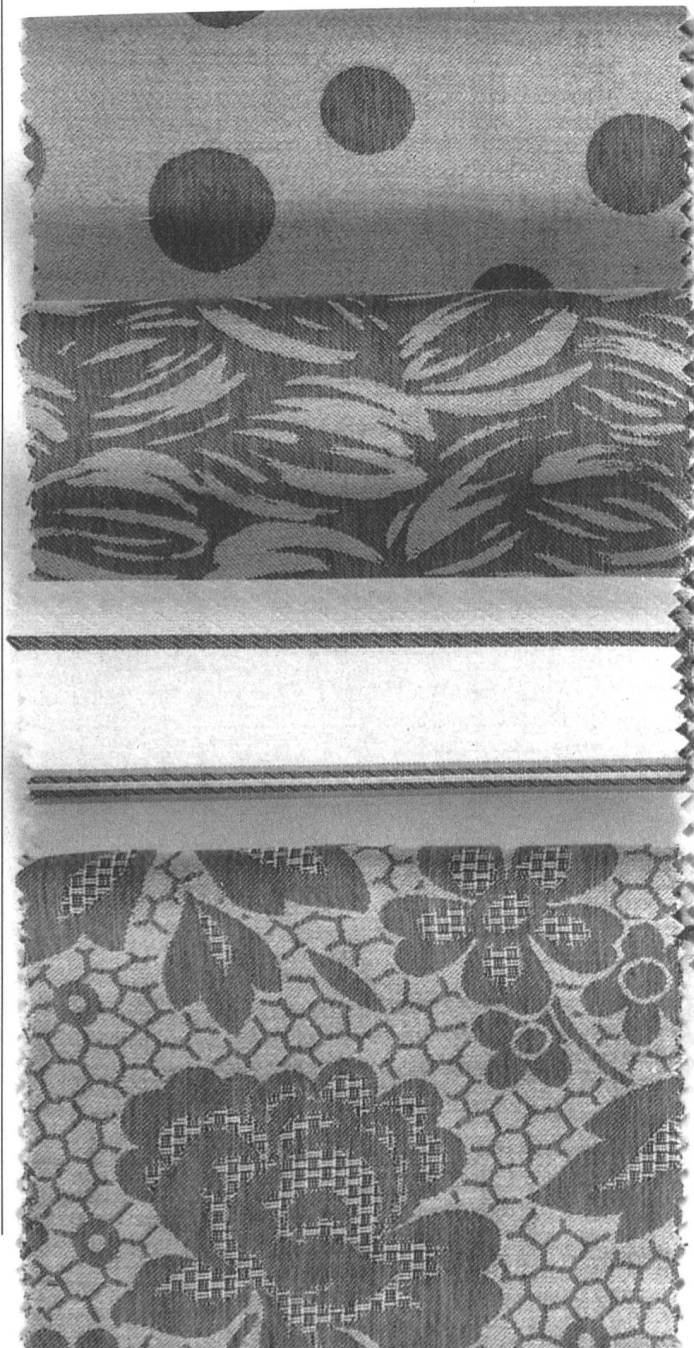
VON CLAUDIA KÜHNER

Die 1857 als Weberei gegründete Habis Textil AG zählt heute zu den führenden Textilunternehmen der Schweiz. Spinnereien in den Kantonen Zürich und Thurgau gehören dazu, eine Roh- und Buntweberei, eine Textildruckerei, Ausrüstung und eine Hochveredlungsanlage. Über dreihundert Mitarbeiter sind bei der Firma beschäftigt, und der Umsatz liegt bei über 40 Millionen Franken. Aber die Verantwortlichen – Rolf Schiess als Inhaber und Präsident des Verwaltungsrates und Heinz Widmer als Geschäftsleiter – denken nicht daran, sich mit dem Erreichten zufriedenzugeben. Die Konkurrenz auf dem Binnen- wie auf dem Weltmarkt ist gross.

In Ergänzung zur langjährigen Zusammenarbeit mit Manipulanten und Exporteuren, mit denen gemeinsam Kollektionen im gehobenen bis exklusiven Genre entwickelt werden, ist nun seit zwei Jahren eine eigene Kollektion hinzugekommen. Unter der Bezeichnung «Fashion Style» werden modische Stoffe – Unis und Buntgewebe – der mittleren und oberen Preisklasse für Hemden, Blusen, Nachtwäsche, Röcke und Kleider mit sportlichem Touch produziert. Hinzu kommen noch Bettwäsche, Klinikwäsche, technische Gewebe und Stoffe für Berufs- und Schutzbekleidung sowie für Uniformen. Heinz Widmer erläuterte die Beweggründe für die eigene Kollektion: «Wir sehen sie als Ergänzung zur Produktion für die Manipulanten, nicht als Konkurrenz. Uns ging es vor allem darum, das Marktrisiko breiter zu verteilen und die Wertschöpfung zu erhöhen. Eine eigene Kollektion macht uns unabhängiger von der jeweiligen Marktlage, denn wir

Die Habis Textil AG in Flawil weist von allen vertikalen Textilunternehmen in der Schweiz die grösste Vielfältigkeit auf – sie reicht vom Garn bis zur Veredlung. Um gerüstet zu sein für den europäischen Binnenmarkt ab 1992 und um im schwierigen Textilmarkt bestehen zu können, hat das Unternehmen in den letzten Jahren grosse Investitionen vorgenommen und sich auch mit einer eigenen Stoffkollektion auf den Markt gewagt. «Fashion Style» nennt sie sich und will vor allem den modebestimmten Bedürfnissen noch besser gerecht werden.

Beispiele aus der «Fashion Style»-Kollektion Herbst/Winter 89/90



müssen bei unserer Grösse das Produktionsvolumen voll ausschöpfen.»

Sich abheben von dem, was andere machen, heisst bei Habis die Devise. Die Konzentration auf Stoffe für Freizeitmode bringt auch mit sich, dass die Vielfalt, die nach Meinung der Unternehmensleitung in den letzten Jahren etwas gross geworden war, gestrafft wird. Im Vordergrund stehen der sportliche Baumwollstoff und in der mittlerweile dritten Eigenkollektion Winterbaumwolle und Baumwoll-Viscose-Gemische; die Muster werden bestimmt von Punkten, Streifen, Grafitti und Folklore.

Die «Fashion Style»-Kollektion geht fast zur Gänze in den Export. Die Produktion für die Manipulanten macht heute noch etwas über 30 Prozent des Umsatzes aus und ist im Vergleich zu früher spürbar zurückgegangen. Ihre Märkte finden die Habis-Stoffe vor allem im europäischen Ausland. Der Aufbau des Vertriebsnetzes ist zum grössten Teil abgeschlossen.

Im Leitbild des Unternehmens heisst es, in einer Zeit der raschen Veränderungen und der Vielfalt müsse die Fähigkeit zu überdurchschnittlichen Leistungen noch ausgeprägter werden. Was unter anderem auch bedeutet, die Kapazität den Marktbedürfnissen anzupassen und trotzdem kostendeckend arbeiten zu können. Dazu Heinz Widmer: «Früher galt eine Lieferfrist von zwölf Wochen inklusive Ausrüstung; heute wollen die Kunden zehn bis acht Wochen.» Und solchen Kundenwünschen muss nachkommen, wer als verlässlicher Lieferant überleben will. Um den Ansprüchen gerecht zu werden, hat die Habis Textil AG in den letzten Jahren mit einem

