

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1992)
Heft: 91

Artikel: Ein kleines Stück von grosser Freiheit
Autor: Ohk, Klaus Dieter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795375>

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: 22.02.2026

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

KRAWATTENSTOFFWEBER
(RE)PRÄSENTIEREN:

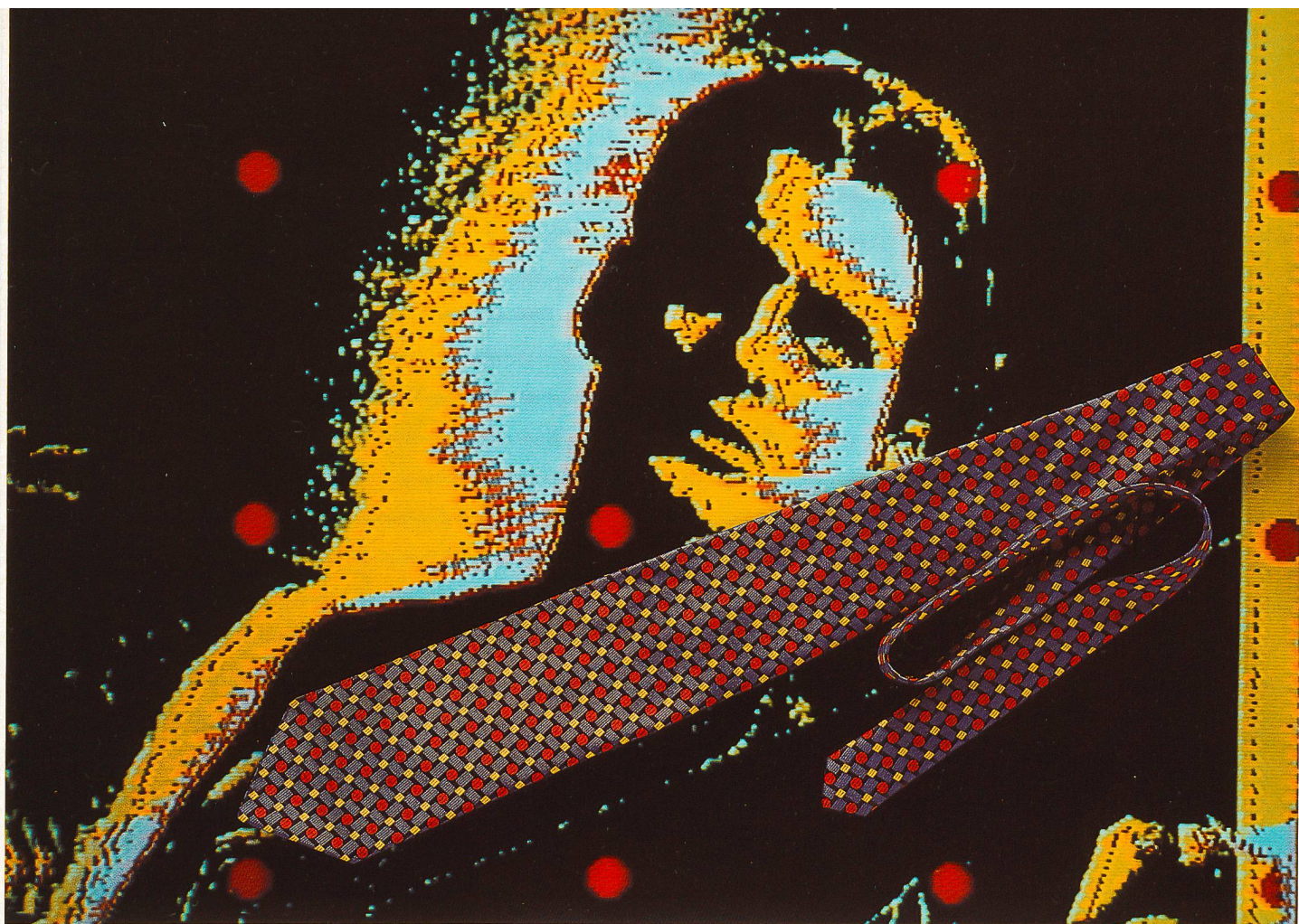
EIN KLEINES STÜCK VON GROSSER FREIHEIT

Text: Klaus Dieter Ohk
Fotos: Roland Aellig



*Überdruckter Jacquard, Micro Fibre
Gessner AG, Wädenswil*

Die Krawatte macht den Mann! So apodiktisch hat es Honoré de Balzac formuliert. Die Krawatte wiederum (und damit angeblich der Mann) wird heutzutage in erster Linie vom Krawattenstoff gemacht, nachdem die "Kunst des Krawattenbindens", mit der obiger Franzose sogar ein kleines literarisches Meisterwerk bestritt, geschrumpft und degeneriert auf zwei, maximal fünf Standard-Knoten und bei der Krawattenform selbst allenfalls massvoll Variation gegeben ist. Schweizer Seidenweber indes machen Krawattenstoffe, mit die anspruchsvollsten auf der Welt, wenn man die Liste ihrer Nobel-Kunden zum Massstab nimmt. Das ist ein Teilaspekt des Textilschaffens, der eher im Verborgenen blüht, sich nicht annähernd so herausragend präsentiert wie etwa das Image der Stickerei,



aber dennoch alles einschliesst, was schweizerische Textilangebote generell charakterisiert: Textiltechnische Höchstleistungen, die sogar gelegentlich an die Grenzen des Machbaren stossen, die Gratwanderung zwischen innovativem Traditionalismus und modischer Extravaganz, was beides neuerdings im emanzipierten Männermode-Markt seinen Platz hat, die Synthese zwischen hohem qualitativem Anspruch und den Tragegewohnheiten eines Konsumenten, der es zuweilen sehr aufwendig, gleichzeitig aber auch bequem und lässig haben will. Die Krawattenstoffweber verfahren dabei nach dem bewährten Prinzip: Nischenmarketing mit profilierten Angeboten, die auch modisch ihren eigenen Stellenwert entwickeln, etwa als Ausgleich zwischen italienischer Innovationskraft einerseits und

dem manchmal etwas vordergründigen germanischen Modewellen-Denken andererseits. Trotzdem stehen sie global im harten Verdrängungswettbewerb: einmal in Konkurrenz zu Billiganbietern, vor allem aus dem Fernen Osten, zum anderen aber auch im harten Wettbewerb zu den Druckstoffen. Und wie immer in solcher Zwickmühle versucht man, aus der Not eine Tugend zu machen, aus dem Nachteil ein positives Profil zu schaffen: Indem man beispielsweise den Krawattenstoff so webt und ausrüstet, dass er wie ein Druck aussieht und sich auch ähnlich weich anfühlt, oder indem man die unnachahmliche Konsistenz eines Jacquardgewebes zusätzlich noch mit der Farbenvielfalt und den Rapportmöglichkeiten eines Drucks verbindet. Denn längst gelöst von überkommenem Modeverhalten hat

*Reinseidenjacquard
Weisbrod-Zürcher AG, Hausen a.A.*

sich der Krawattenstoff einen grossen Freiraum von Gestaltungsmöglichkeiten erobert. Fast alles ist heutzutage erlaubt, von Comics und Kunstmotiven jeglicher Provenienz über Ornamente und Streifenvariationen der lockersten Art bis hin zu Karos und vor allem dem weiten Feld der kleinen Dessinierungen. Und dies auch noch in Farben und Farbkombinationen, von denen man früher nie angenommen hätte, dass sie von einem seriösen Mann umgebunden würden. Es hat erstaunliche modische Entwicklungen gegeben bei Krawatten. Auch was Fasern und Fasermischungen angeht, sind die Möglichkeiten fast explodiert. Aber nur Insider können sich eine Vorstellung davon machen, was an Leistung, auch was an Wettbewerb dahintersteckt bei dem Stück Stoff, das, oft ziemlich gedankenlos aus-

gesucht, das Stück Mann zwischen Hals und Bauch zielt.

Die Schweizer Krawattenweber bilden nur eine kleine Sparte. Ein paar Millionen Meter Stoff kommen im Jahr zustande, die über alle Welt exportiert werden. Weit über 90 Prozent gehen ausser Landes, schwerpunktmässig etwa je zu einem Drittel ins übrige Europa, in die USA und nach Fernost. Die Preise für den Krawattenmeter belaufen sich dabei auf unter 10 bis an die 50 Franken, Beweis dafür, dass selbst relativ kleine Metragen verhältnismässig grosses Geld machen. Betriebswirtschaftlich rechnet sich dies, nur auf wenige Firmen verteilt, weil die Seidenweber auch in anderen Bereichen operieren. Neben DOB-Stoffen und allenfalls Dekostoffen bildet die Krawattenabteilung nur das kleinere Bein. Das macht die Betriebe in der Aus-

lastung flexibler und schafft Synergieeffekte, weil nicht "alle Eier in einen Korb gelegt" worden sind. Ihre Grenzen findet die Flexibilität freilich in den Kreativabteilungen: Bezogen auf den Krawattenumsatz des jeweiligen Unternehmens wird hier bis zu zehn Prozent investiert. Klein, aber fein bildet in einer Seidenweberei die Krawattenabteilung ein Geschäft im Geschäft. Was nicht ausschliesst, dass innerhalb dieser Abteilung selbst mitunter kräftig diversifiziert wird: Es werden mit der Krawatten-Kollektion längst auch Hersteller von Westen, von Morgenmänteln, Schirmen, Taschen und anderer Accessoires angesprochen – angesichts der Stoffpreise nur die jeweiligen Nobel-Adressen, verständlicherweise.

Denn obwohl es der Krawatte weltweit fast durchweg gut geht, ist die

Lage in der Buntweberei alles andere als "boomig". Der Grund liegt in der Konkurrenz durch den Druck. Er befindet sich momentan auf der Sonnenseite der Krawattenkonjunktur, was sicherlich Preisgründe, aber auch modische Motive hat. Drucke sind meist preiswerter herzustellen; gleichzeitig erlauben sie grössere Dessin-Vielfalt und vergleichsweise mehr Farbigkeit mit weniger Aufwand. Und ausserdem kommt noch ein wichtiges Argument hinzu: Druckkrawatten sind leichter und weicher, entsprechen diesbezüglich vielleicht eher dem modernen Kleidungsgefühl. Auch bei den Buntwebern, die sich aus Erfahrung ausrechnen können, dass etwa nur alle 15 Jahre eine regelrechte Webwelle aufkommt, zählt man nicht darauf, dass die Imprimé-Krawatte je wieder ganz vom Markt verschwindet. Aber

*Polyester-Jacquard bedruckt
Emar, Schubiger & Schwarzenbach AG,
Uznach*





schon eine kleine Verschiebung, weg vom Druck, würde der Webkrawatte für ihren Absatz ordentlich Luft verschaffen. Denn auch weltweit operieren im Jacquardbereich nur noch relativ wenige Anbieter – vorwiegend in Italien und noch einige Briten dazu.

Abwarten und Tee trinken, bis die Webwelle wiederkommt? Das Rezept verbietet sich, zumal die Betriebe auch in anderen Bereichen, in der DOB, teilweise auch bei Heimtextilien vom weltweiten Konjunkturrückgang getroffen sind. Die DOB oder andere Sparten können nicht so ohne weiteres das Stuhlfutter für die eigentlichen Krawattenkapazitäten liefern. Und nirgendwo im Textilbereich sind die Renditen heutzutage noch so üppig, dass man einen unausgelasteten Overhead problemlos durch-

schleppen wollte. Hilf Dir selbst, lautet deshalb die Devise in den Krawattenabteilungen der Schweizer Seidenwebereien. Und sie tun dies nach unseren Recherchen gemäss folgendem Konzept:

- Gepflegt im qualitativen Sinne und modisch verbreitert werden die "Überqualitäten", die anderswo kaum mehr angeboten werden: Mogador-Qualitäten, reinseiden oder mit Baumwolle, andere extrem hochschüssige Artikel (z.B. pro Zentimeter bis zu 100 Schuss und bis zu 124 Fäden in der Kette), absoluter Luxus, dazu Einzelmotive, die ihrer klaren Kontur wegen mit der Hand patroniert werden, ergänzt durch hochwertige Mischqualitäten, etwa aus Seide/Cashmere, Seide/Leinen oder Seide/Ramie bzw. Seide/Wolle. "Wir haben in den vergangenen fünf

*Reinseidenorganza, jacquardgewebt und bedruckt
Emar, Schubiger & Schwarzenbach AG,
Uznach*

Jahren mehr neue Qualitäten entwickelt als je zuvor."

- Hochschüssige Seidenartikel werden durch neue Ausrüstverfahren optisch leichter, vor allem im Griff weicher und fließender gestaltet. Der Seidenweberei kommt dabei zugute, dass ihren Betrieben oft eigene Ausrüstabteilungen zur Verfügung stehen.

- If You can't beat them, join them! Auch nach dieser Methode verfahren Krawattenstoffhersteller: Auf Jacquardgewebe werden Transfer- und Ätzdrucke aufgebracht, auch bedruckte Ketten eingesetzt, womit man die optischen Vorzüge von Web- und Druckverfahren vereint.

- Zusätzlich wird an immer besseren Ausrüstmethoden gearbeitet, um Seide wasserabstossend und

knitterfreier zu machen, was die edle Schönheit des Grundmaterials zur Geltung bringt und funktionelle Tragfähigkeit zugleich ermöglicht.

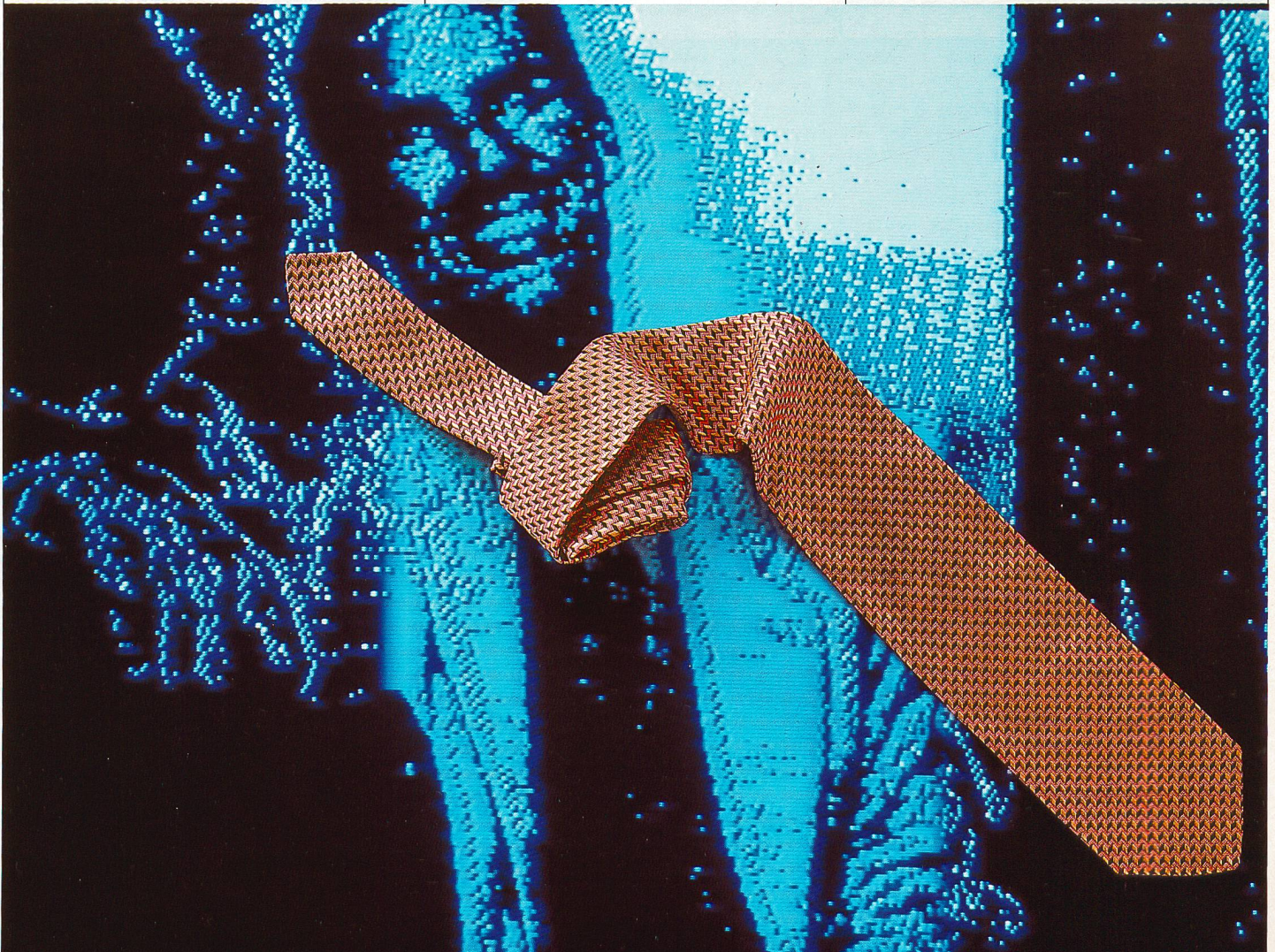
Entscheidend fürs Geschäft ist aber heutzutage nicht nur die Ware, sondern auch Angebotskonzept und Marketing. "Die Kunden wollen nicht experimentieren, sondern ein Programm mit Durchschlagskraft." Man weiss um den "Identitätszwang" eines Anbieters in seinem Marktsegment, um die Notwendigkeit zur Flexibilität, was etwa gleitende Musterung angeht. Und man weiss vor allem auch, dass nicht nur Qualität allein zukunftsträchtig ist, sondern eher die Verbindung von hoher Qualität und modernem Styling. Kontinuierliche Musterung, Kreativität, Ver-

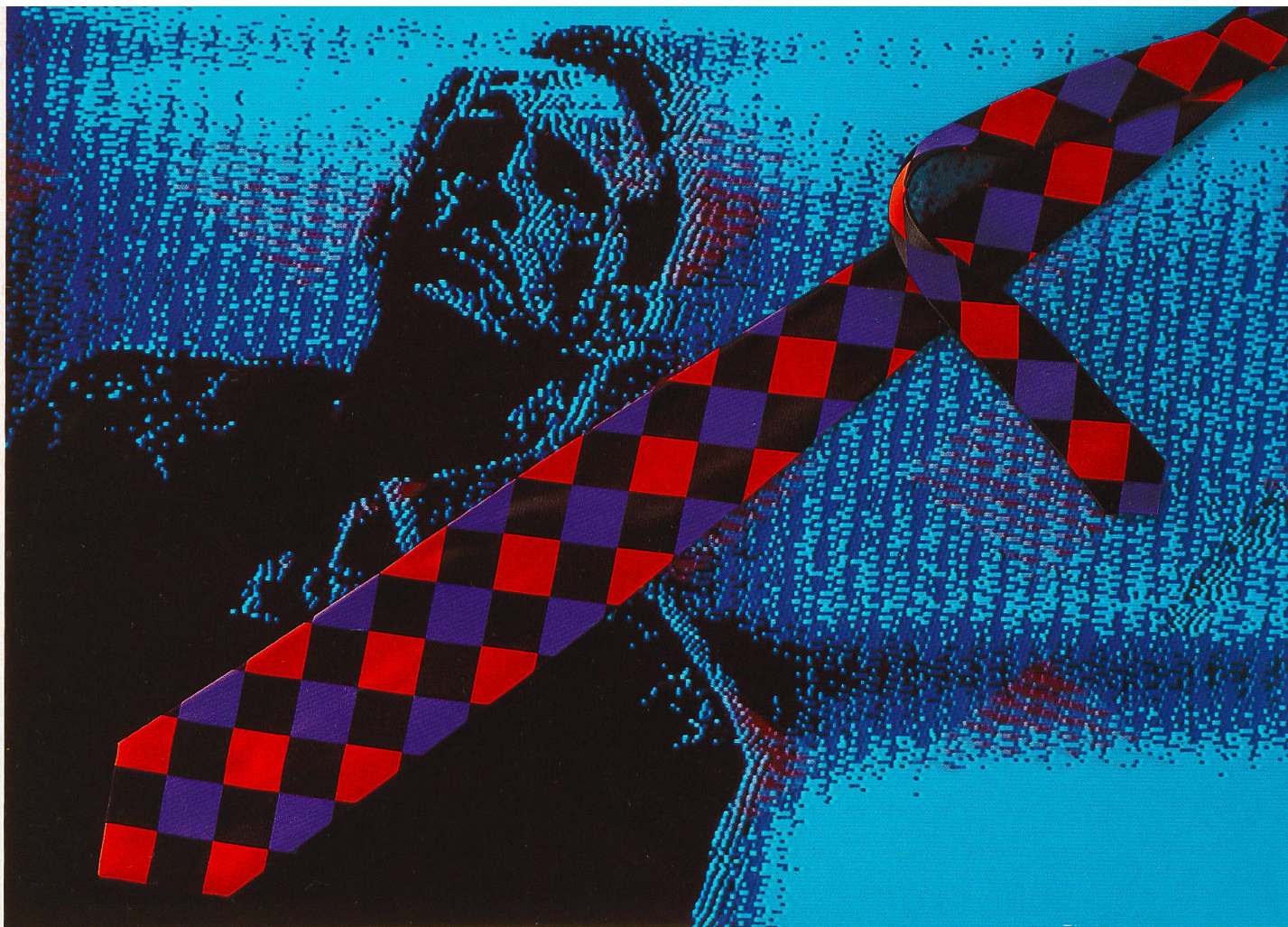
feinerung der Vertriebsstruktur, offensives Marketing – das sind erfolgversprechende Zielsetzungen. Untersucht man die aktuelle Stimmungslage der Krawattenweber, so mischen sich Sorgen und Zuversicht.

● Global herrscht Konjunkturfllaute, zugleich – nicht nur bei Textil – ein Überangebot. Lichtblicke in Form einzelner prosperierender Märkte sind selten geworden. Es herrscht allenthalben unerbittlicher Verdrängungswettbewerb, bei dem alle möglichen Mittel eingesetzt werden, zuvorderst natürlich der Preis. Parallel dazu vollzieht sich eine Verlagerung der textilen Warenströme. Nicht nur vorübergehende konjunkturelle, auch langfristig strukturelle Veränderungen bahnen sich an.

● Zuversichtlich stimmt hingegen die Entwicklung bei der Krawatte an sich, die sich allen Unkenrufen zum Trotz als wahrer Überlebenskünstler, in einzelnen Märkten sogar als strahlender Umsatzsieger erwiesen hat – wenn auch, wie die Buntweber zugeben müssen, in erster Linie als Druckkrawatte. Entgegen allen Verleumdungen, etwa als "Strick am Hals" oder als "bourgeoises Relikt", trägt fast jeder heute noch eine Krawatte – wenn auch nicht mehr zu jeder Gelegenheit. Jede Anti-Krawatten-Welle der Vergangenheit (etwa die Mode der Rollkragenpullover) hatte prompt wieder eine Krawatten-Welle (seinerzeit die breiten Formen) zur Folge, und selbst mit den Jeans koexistiert die Krawatte längst. Auch daran erweist sich: Mode baut auf Abwechslungsbedürfnis und Eitelkeit.

*Jacquard auf fil à fil Kette, reine Seide
Gessner AG, Wädenswil*

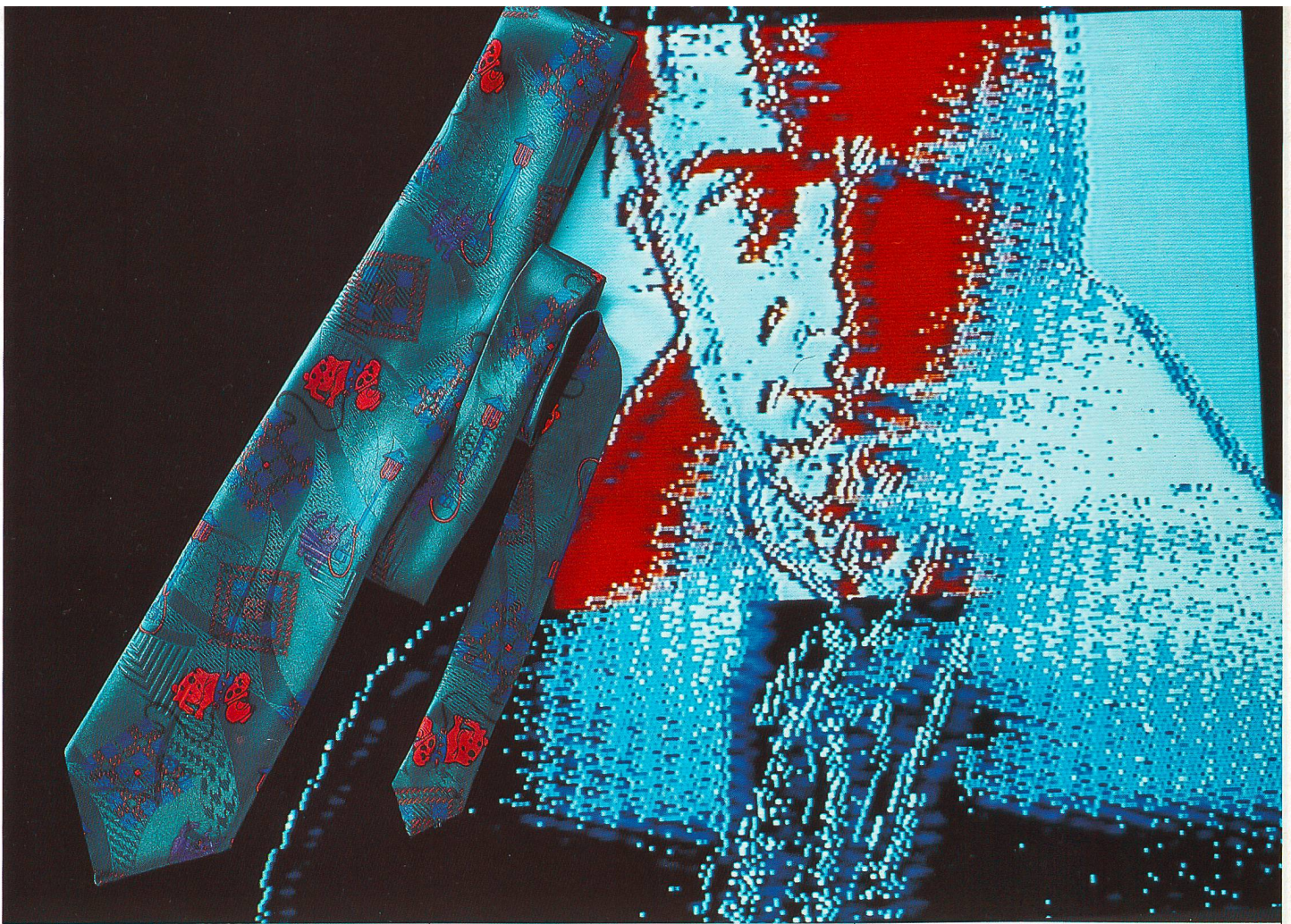




Reinseidener Satin
Weisbrod-Zürer AG, Hausen a.A.



Reinseidener Ottoman
Gessner AG, Wädenswil



*Überdruckter Jacquard aus Polyester
Emar, Schubiger & Schwarzenbach AG,
Uznach*

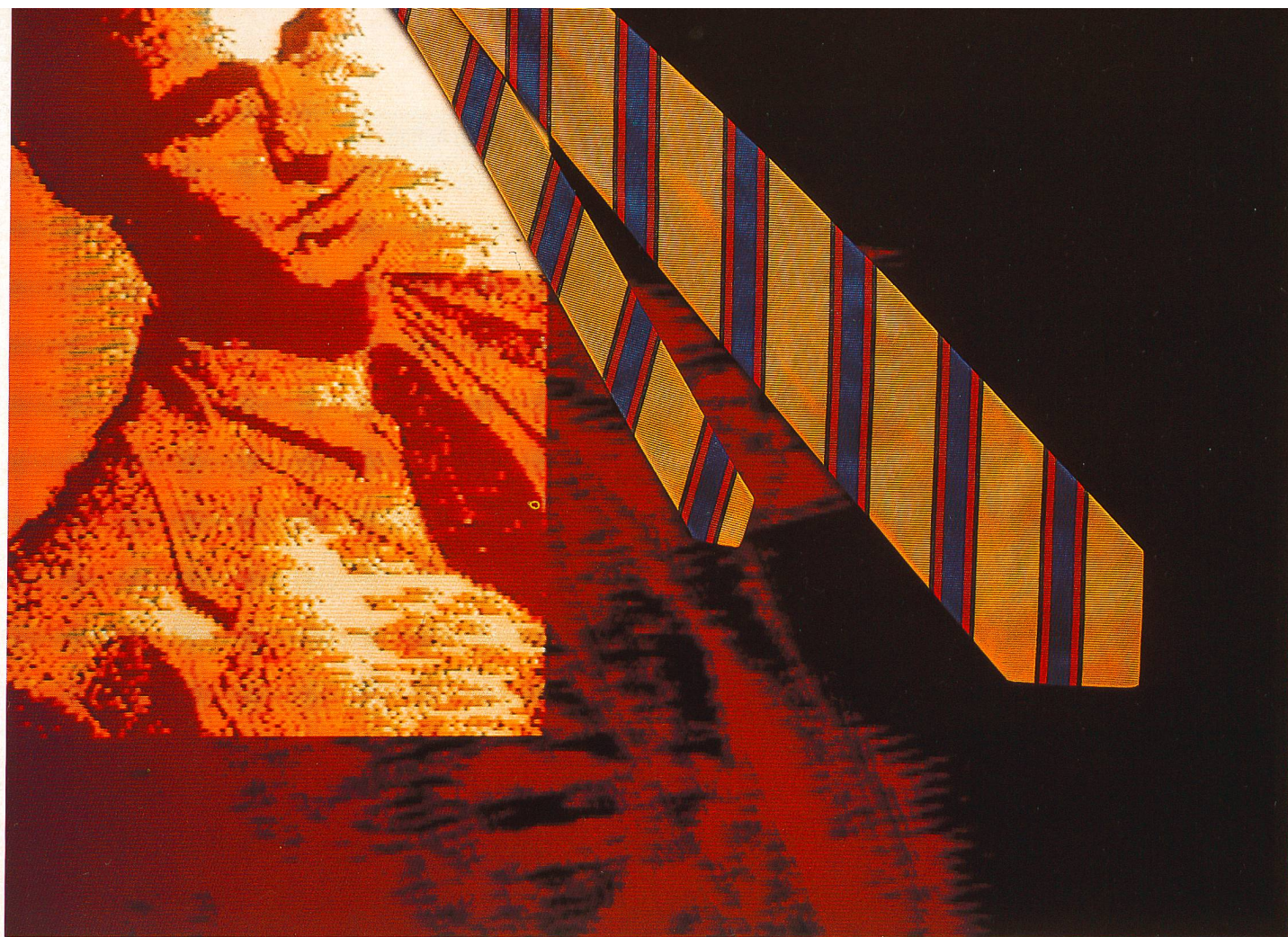
● Sorgen macht wiederum die Entwicklung des direkten Abnehmermarkts, die Krawattenkonfektion. Weltweit vollzieht sich eine Entwicklung, wonach grosse Einzelhandelsketten immer mehr dazu übergehen, unter Ausschaltung der Konfektionsstufe, selbst Krawattenstoffe einzukaufen und in eigener Regie konfektionieren zu lassen. Umso aufmerksamer beobachten deshalb die Krawattenstoffhersteller die "Kumulation der Margen", die bei mehreren Fertigungsstufen die Preise manchmal unverhältnismässig in die Höhe treiben können mit dem Ergebnis, dass sich bestimmte obere Qualitätsstufen selbst aus dem Markt herauskalkulieren. Grob gerechnet macht der Krawattenstoff, das eigentlich Wesentliche am Endprodukt, nurmehr ein Drittel des Endpreises eines Konfektionärs und womöglich nur

noch ein Zehntel des Endverkaufspreises im Laden aus.

Dennoch ist die enge Zusammenarbeit, die Partnerschaft mit der verarbeitenden Stufe, sehr wichtig. In den beidseitigen Diskussionen entstehen nicht selten die besten Neuentwicklungen. Es kommt nicht von ungefähr, dass die namhaftesten europäischen Couturiers, auch Stilisten weltweit, in der Schweiz Krawattenstoffe für ihre Kollektionen einkaufen. Das sind solche neue, spezielle Produkte in modischer und qualitativer Hinsicht. Aber auch für den herkömmlichen Krawattenkonfektionär als Kunde strahlt dabei etwas ab: Know-how und Informationsvorsprung, den der Krawattenweber vor einem anderen besitzt, der nicht ständig mit einem Stilisten eines Couture- oder Marken-Hau-

ses am Tisch sitzt, um gemeinsam Qualitäten und Dessinierungen zu entwickeln.

Das schliesst freilich nicht aus, dass sich die Krawattenstoffhersteller vermehrt selber um direkte und handfeste Marktkennntnisse bemühen, zumindest was die Mode angeht. Besuche bei den führenden Männermode-Messen (Pitti Uomo, Herren-Mode-Woche, Sehm) sind unverzichtbar, auch für die Weber-Information. Denn der Markt wächst über die Stufen hinweg immer enger zusammen. Nicht zuletzt die gleitende Musterung sorgt dafür.



Modisch wird es auch bei der Krawatte – wie anderswo – in nächster Zukunft bestimmt keine eindeutig dominierende Richtung geben, eher eine Multimode, die Verschiedenem, auch Gegensätzlichem gleichzeitig Raum lässt. Dabei eröffnen sich den Buntwebern, die derzeit mit den Kollektionen für Herbst/Winter 1993/94 beschäftigt sind, erste Lichtblicke. Die Mode kommt ihnen wieder entgegen:

- Die Farbe bleibt das dominierende Element: Viele Farben, auch kräftige Farben und klare Kontraste. Die Armani-Unfarbigkeit, auch die Pastelle, sind rückläufig.

- Dabei vollzieht sich auch ein deutlicher Wechsel in den Farbfamilien: Analog zur Entwicklung in der Männeroberbekleidung erhalten Blautöne wieder einen neuen Stellenwert. Rot behält weiter Dominanz. Grün (von Efeu bis Smaragd) wird wichtiger.

- Bei den Musterungen geht der Trend weg von den wilden, flächigen Dessinierungen zu kleineren Rapporten: Allover, Micromuster, Karos und vor allem wieder Streifen.

*Ottoman in reiner Seide
Weisbrod-Zürrer AG, Hausen a.A.*

- Die Kett-Dominanz macht einer stärkeren Betonung des Schusses Platz.

- Und vor allem: Die glatten Bindungen weichen voluminösen. Die Krawatte wird strukturierter, dreidimensionaler – analog zur eher sportlichen Optik der Männerkleidung.

Wenn das kein gutes Zeichen ist für edle buntgewebte Seidenkrawatten: sie dürfen wieder mehr zeigen, was in ihnen steckt.