

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1997)
Heft: 110

Artikel: An einem neuen Netzwerk gewebt
Autor: Ohk, Klaus-Dieter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796305>

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: 13.04.2026

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

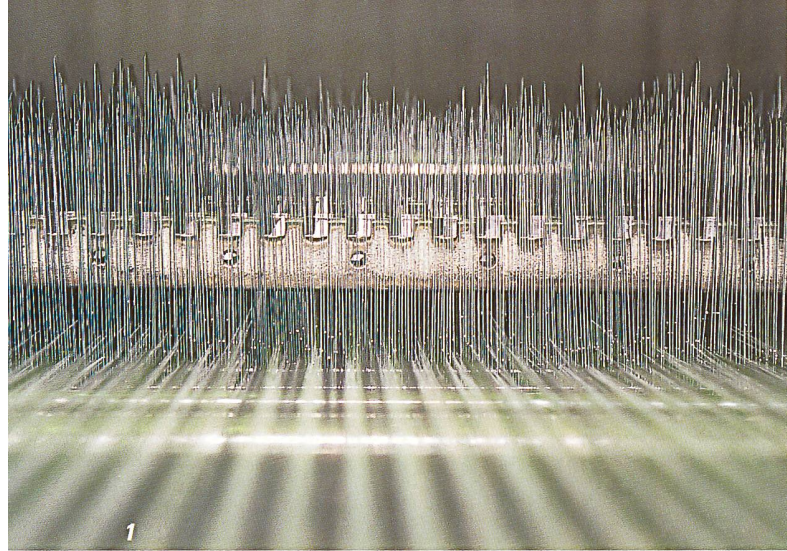
AN EINEM NEUEN

NETZWERK GEWEBT

Roh, das heisst unveredelt, präsentieren sich nach wie vor die Produkte, die Schweizer Rohweber liefern. Immer feiner und umfangreicher sind aber die Leistungen, die man zusätzlich erbringt. Die Basis heisst viermal K: Kooperation, Kommunikation, Konzentration und Kundenzufriedenheit.

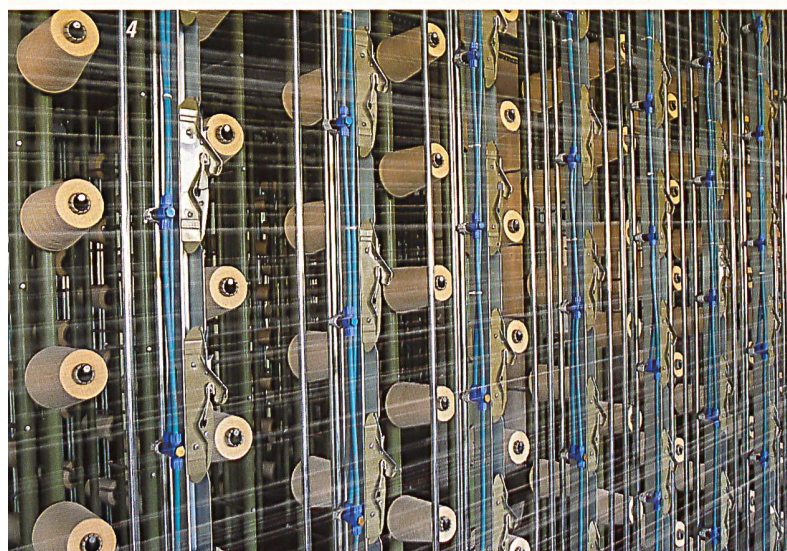
Fritz & Caspar Jenny AG – Webautomat

Text: Klaus Dieter Ohk
Fotos: Pia Zanetti



Die Zeit der Prüfungen war diesmal ungewöhnlich lang gewesen. Seit 1990 etwa stecken die meisten Schweizer Rohwebereien in einer Durststrecke, und zwischenzeitlich aufgeflamnte Hoffnungen auf Besserung haben sich regelmässig als Fata Morgana herausgestellt. Jetzt freilich gibt es handfeste Indikatoren, dass sich die Lage erholt, zumindest konsolidiert. Äussere Rahmenbedingungen wie etwa Frankenkurs und paneuropäische Kumulation verbessern die Wettbewerbsfähigkeit. Auch branchenintern ist Entlastung eingetreten: nach Lagerabbau allenthalben präsentiert sich die Pipeline ziemlich leer, und Bedarf führt wieder direkt zu Aufträgen. Die Rohweberei selbst hat sich in diesem Fegefeuer auch gewandelt, nicht nur indem Kapazitäten abgebaut worden sind und dadurch Druck vom Markt genommen wurde, auch durch konzeptionelle Neuerungen in ihren Angebotssystemen. Zudem haben die Betriebe kostenmässig eine Abmagerungskur hinter sich, die sie nicht selten befähigt, selbst mit Preisen von vor zehn Jahren Geld zu verdienen.

Nicht zuletzt scheinen grundsätzliche Strukturveränderungen im Textilmarkt überhaupt den Rohwebern entgegenzukommen. Schon vor der jüngsten Krise gab es bei ihnen die permanente Diskussion, ob und wenn ja, wie man näher an den Verbraucher herantreten solle, gleichgültig wie man jeweils «Verbraucher» definiert. Mittlerweile sind in diesem Prozess unterschiedliche Lösungen gefunden



- 1 Weber Textil AG – Webeautomat
- 2 Weberei Russikon AG – Schärmaschine
- 3 Feinweberei Elmer – Zettelwalzen



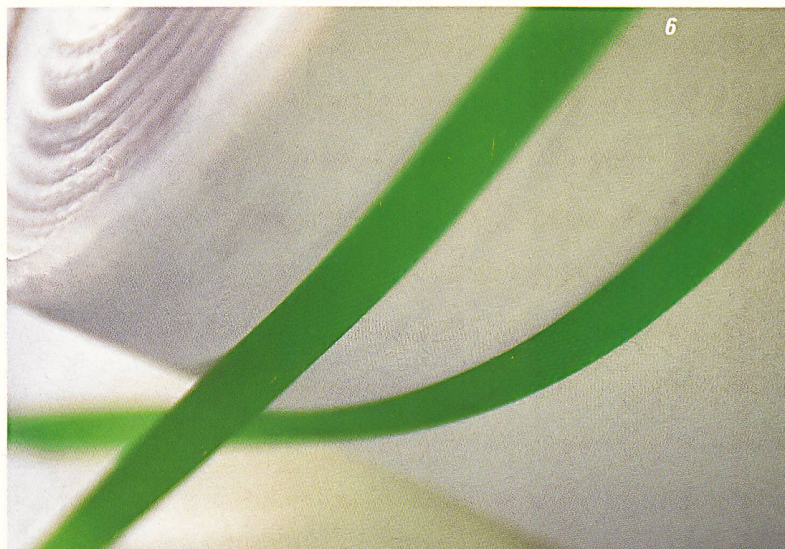
worden, die dieses ermöglichen, ohne dass ein Unternehmen den Charakter des Rohwebers verliert. Für Branchen-Insider hatte es zeitweise fast danach ausgesehen, als ob eine so hochspezialisierte Stufe wie die Rohweberei kaum mehr eine Chance habe im Konzert des Textilmarktes. Jetzt aber kommt Hoffnung ausgerechnet aus einer Ecke, aus der man sie schwerlich vermutet hätte: Das Bemühen der Einzelhändler allenthalben, öfter, kurzfristiger, bedarfsnäher einzukaufen, stärkt erstaunlicherweise die Position der Rohweberei. Und auch die zunehmende Vertikalisierung in den Einzelhandelsstrukturen führt zumindest partiell dazu, dass man sich selbst in dieser Vorstufe der Stoffherstellung plötzlich ganz neuen Gesprächspartnern gegenüber sieht: Grossverteiler des Handels, seien es eigenproduzierende Warenhauskonzerne oder aber die aufstrebenden «kleinen Riesen» mit ihren breit filialisierten Kettenläden, entpuppen sich zunehmend als kommende Kunden für Rohgewebe. Und auch die klassische Klientel der Rohweberei, die Converter, erleben eine gewisse Renaissance – nicht in den traditionellen Strukturen mit ihren vielseitigen und aufwendigen Leistungen und entsprechenden Kosten, sondern ein neuer Typ von Converter, der schnell, lean und hochspezialisiert ein zunehmend wichtigerer Partner für die Hersteller kurzfristiger Mode darstellt.

Ursächlich für die Erholung der Rohweberei ist schliesslich die Tatsache, dass die Kommunikation

innerhalb der Textilkette erheblich verbessert wurde. Wenn aber eher und schneller kommuniziert wird als früher, wenn die Bereitschaft zu enger Zusammenarbeit wächst, dann spielt es zeitlich keine Rolle, wieviele Stufen an der Herstellung eines textilen Produktes beteiligt sind. Im Gegenteil, wenn sich dabei hochflexible Spezialisten zusammenschließen, wird es womöglich noch quicker mit der Quick response. Ein Gesprächspartner hat es auf die simple Formel gebracht: Wenn wir auf Kunden eingehen, kommen wir mit ihnen weiter.

Damit kein falscher Eindruck entsteht: Der Wettbewerb auf dem Sektor der Rohgewebe ist nach wie vor hart. Nur kämpfen die Schweizer mittlerweile wieder mit annähernd gleich langen Spiessen, nachdem Währungs- und Wettbewerbsverzerrungen etwas gemildert sind. Der Schweizer Franken rechnet sich wieder einigermaßen vernünftig gegen Lira, Dollar oder Deutsche Mark. Und die paneuropäische Kumulation hat Tore aufgemacht, durch die Schweizer Produkte wieder besser ankommen bei europäischen Konfektionären, die aus Kostengründen immer mehr zu Auslandsproduktionen gezwungen sind. Denn auch auf dem Sektor der Rohgewebe ist die Exportquote hoch, direkt und erst recht in Form von Fertiggeweben. Die Schweizer Rohwebereien stehen voll im globalen Wettbewerb. Dass ihre Angebote von Tradition her ein hohes Image für Qualität und Innovation besitzen, ist auf dem Weltmarkt unbestrit-

- 4 Weber Textil AG – Zettelgatter
- 5 Tessitura di Stabio SA – Zettel
- 6 Tessitura di Stabio SA – Rohgewebe





- 1 Fritz & Caspar Jenny AG – Docken
- 2 Spinnerei & Weberei Dietfurt – Buntgewebestapel
- 3 Weberei Russikon AG – Plissémuster

ten. Nur hat die Vergangenheit eindeutig gezeigt, dass das alles nicht mehr weiterhilft, wenn ein Preisvergleich zu stark zuungunsten des Schweizer Angebots ausfällt. Diesbezüglich hat man gleichziehen, zumindest aufrücken können, auch dank massiver Einsparungen und Rationalisierung in den Betrieben, auch durch den Einsatz modernster Technologie. Erfolge zeitigen allerdings zuvorderst andere Tugenden. Nach unseren Recherchen in der Schweizer Rohweberei geht es dabei vor allem um viermal «K».

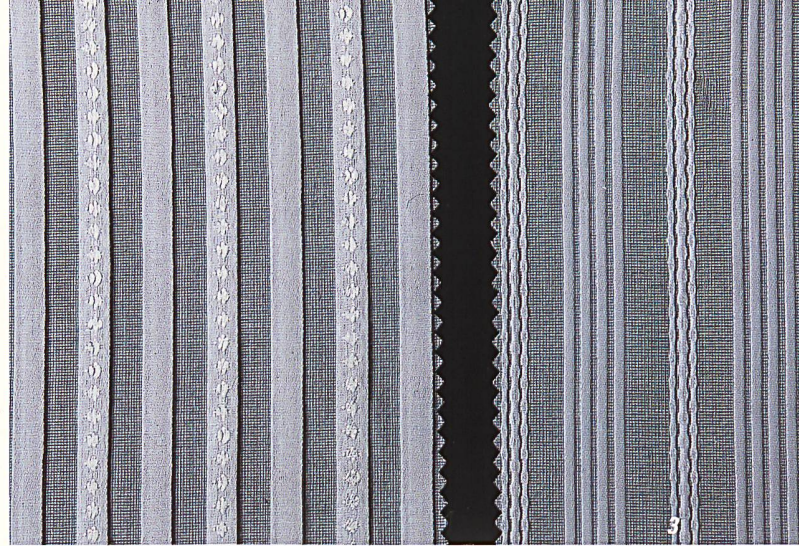
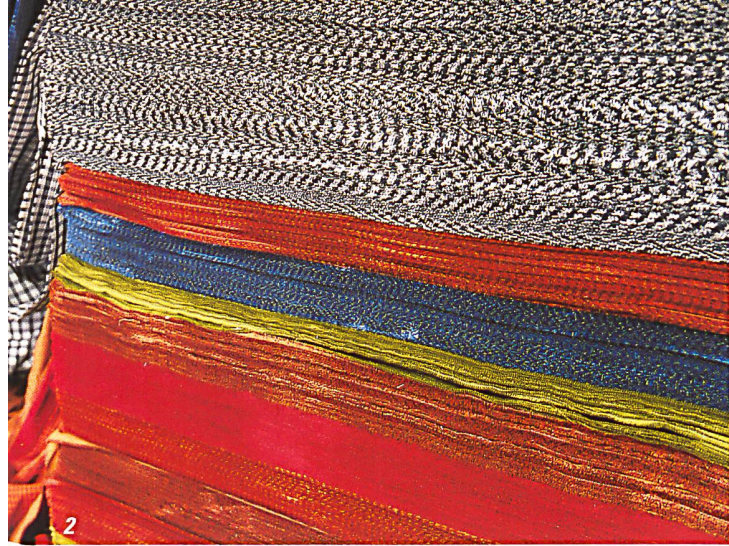
Kooperation ist das wichtigste Schlüsselwort. Der Kunde kommt nicht mehr nur, sieht und bestellt – im günstigsten Fall. Er nennt vielmehr ein Problem oder eine Aufgabenstellung, und man erarbeitet gemeinsam eine Lösung. Die Rohweber haben deshalb kräftig an ihrem Image gearbeitet. Das alte Vorurteil, wonach sie nichts von Mode verstanden, ist mittlerweile ausgeräumt. Den Hintergrund bildet, dass sie es längst nicht mehr nur mit Convertern als Abnehmern zu tun haben. Neuerdings kommen auch Konfektionäre, manchmal sogar Einzelhändler zur Rohweberei. Zweierlei Anstösse treiben dabei die neuen Kunden: Einerseits hat selbst Strassenmode, die massgeblich vom Sport beeinflusst wird, viel mit High tex zu tun, erfordert technologische Entwicklungen, bei denen es beim Garn und beim Rohgewebe schon beginnt; und andererseits zwingt die Vergleichbarkeit der Angebote auf der Stoffstufe die

Konfektion (und grosse Einzelhändler), sich mit ihrem Angebot deutlicher von anderen abzuheben. Man braucht «Specials», und das beginnt häufig schon beim rohen Stoff. Natürlich werden solche Specials am häufigsten noch von den Fertigwebern für ihre Kunden entwickelt. Aber wer über entsprechende Netze verfügt in der Konfektion oder gar im Einzelhandel, schafft sich sein «Mega-Special», indem er hier rohweben lässt, dort die verschiedenen Veredelungsstufen vornimmt und wieder anderswo näht.

Kommunikation ist dabei der Anfang von allem. Der Abnehmer versucht nicht mehr, den Rohweber unwissend zu halten darüber, wofür er einen Stoff einzusetzen gedenkt. Es wird offen miteinander gesprochen. Die einzelnen Stufen der Textilindustrie, in gar nicht so ferner Vergangenheit noch gegeneinander dicht abgeschottet, verwischen die Grenzen, fokussieren sich gemeinsam auf das, was letztlich zählt – das fertige Produkt und die Wünsche und die Bedürfnisse der Verbraucher. Das setzt allerdings voraus, dass in der Rohweberei nicht mehr nur Techniker, sondern auch Modesachverständige in den Betrieben und beim Verkaufen agieren. Es erfordert vor allem intensivierte Vertriebsanstrengungen. Rohweber präsentieren sich neuerdings auch auf Stoffmessen, und ihr Vertreterstab verkauft nicht selten annähernd weltweit. Das Fegefeuer der Krise hat nicht nur die Betriebe, sondern auch die Menschen in ihrem Denken verändert.



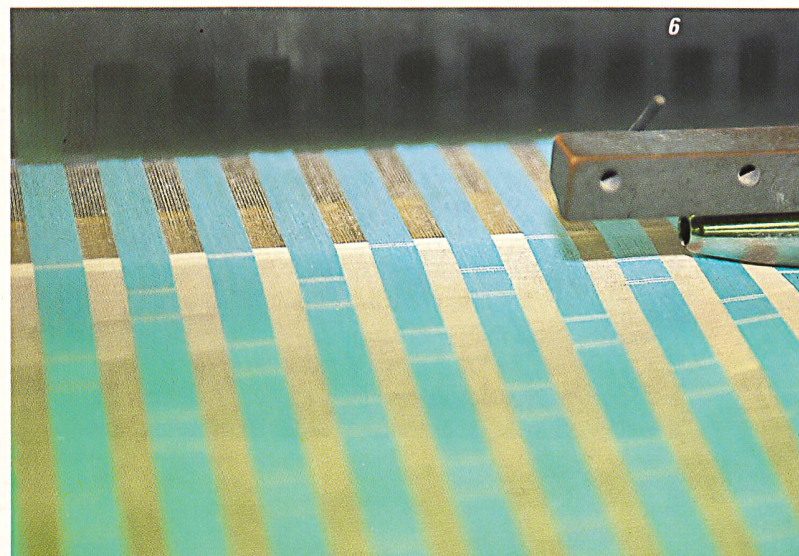
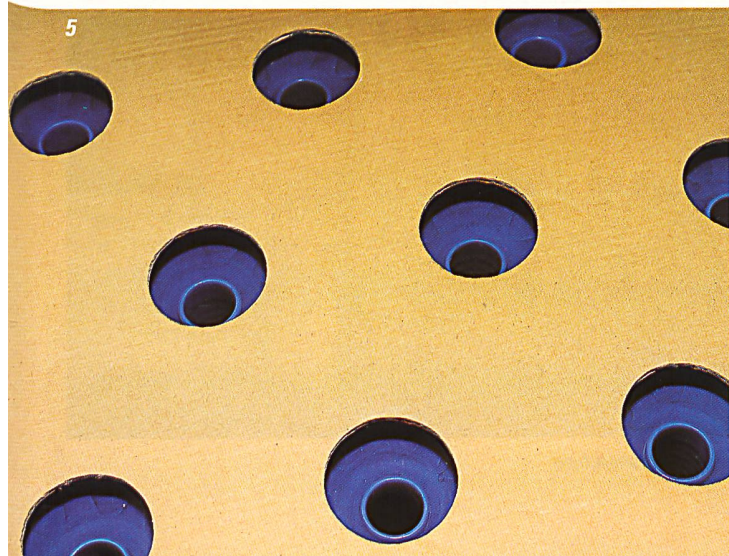
- 4 Spinnerei & Weberei Dietfurt – Zwischenlager
- 5 Weberei Russikon AG – Farbgarnpalette
- 6 Feinweberei Elmer – Webautomat



Konzentration heisst das dritte wichtige Stichwort. Der Wind des Wandels hat die Websäle auch dieser Industriestufe leerer gefegt. Zurück geblieben sind einerseits die in sich starken Betriebe, andererseits ist es zu vernünftigen Zusammenschlüssen gekommen, durch die Synergien und Angebotsergänzungen geschaffen worden sind. Es hat dadurch in der Schweiz keine Riesenbetriebe gegeben, immerhin Grössenordnungen, denen man innere Kraft zutrauen kann – noch gerade klein genug, um flexibel zu reagieren, gleichzeitig gross genug, um rationell produzieren zu können. Und dieses Prinzip, auf das die Weber bauen, funktioniert – richtig organisiert – auch in einem grösseren Firmenverbund. Letztlich entscheidend sind nämlich nicht die Maschinen, sondern die Beweglichkeit derer, die sie zum Produzieren bringen. Und neue Sicht der Dinge führt auch zu einer Neudefinition des Begriffs, der für das Schweizer Textilangebot traditionell höchsten Stellenwert einnimmt: Spezialisierung. Ganz gewiss haben Produktspezialitäten wie hochfeine Gewebe, raffinierte Mischungen oder wie Plissés, Drehergewebe nach wie vor Existenzberechtigung und bilden weiterhin stolze Spitzen des Angebots. Die Spezialisierung eines Unternehmens kann aber genauso gut in der Kundennähe und seiner Schnelligkeit liegen. Und neuerdings nimmt man in diesem Zusammenhang selbst in der Schweiz das Wort Preis in den Mund. Dass die Schweizer – wie auch anders – weiterhin

auf die hohe Qualität ihrer Gewebe und deren gleichbleibenden Qualitätsausfall setzen, versteht sich von selbst. Neu ist aber, dass man diese keineswegs altmodischen, immerhin traditionellen Tugenden mit modernen Kriterien zusammen unter einen Hut zu bringen sucht.

Kundenzufriedenheit heisst schliesslich das Ziel, in dem alle Anstrengungen münden. Diese hat mittlerweile eine Dimension erreicht, die über gute Produktleistung weit hinausgeht. Service ist in immer zunehmenderem Masse als wesentlicher Faktor hinzugekommen und bildet zugleich ein sehr weites Feld, das man mit neuen Leistungen besetzt. Innovation wird ein immer wichtigerer Faktor, der den Rohweber weit über einen blossen Auftragnehmer hinaushebt. Rohweberei, die früher ein klar definiertes, eng begrenztes Aufgabenfeld in der textilen Kette darstellte, entwickelt sich zum komplexen Angebotsbündel. Roh, das heisst unveredelt, präsentieren sich nach wie vor die Gewebe, die man liefert; immer feiner und umfangreicher sind aber die Leistungen, die man in den Betrieben zusätzlich erbringt.



Aus dem Tessin «Textiles for Europe»

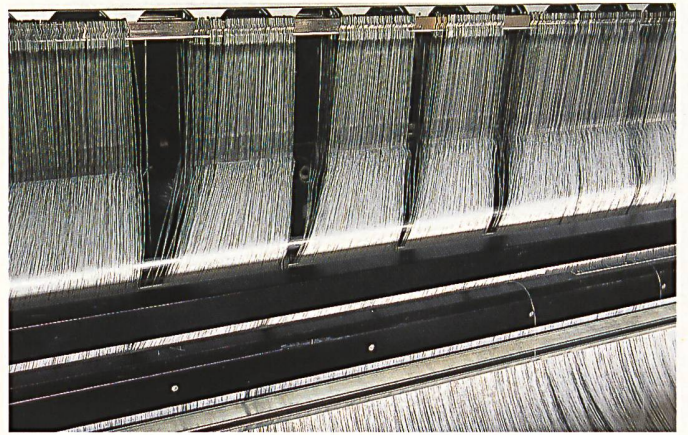
Die Tessitura di Stabio gehört zu einer Gruppe, die wiederum mit fünf weiteren Rohwebern in Europa zusammenarbeitet. Profil ist Schnelligkeit.

Auf dem Lastwagen vor dem Fabrikgelände in Stabio in Sichtweite zur italienischen Grenze steht riesengross Textiles for Europe. Das ist keine Übertreibung, wenn man die Querverflechtungen und Kooperationen der Tessitura di Stabio unweit von Lugano kennt. Zusammen mit dem Converter Rotofil und der benachbarten Tintoria di Stabio bildet die Tessitura eine Gruppe, die wiederum in loser Verbindung, aber höchst effizient, mit fünf weiteren Rohwebereien in Deutschland, Grossbritannien und Österreich zusammenarbeitet. Das ergibt eine Angebotsdimension wirklich europäischen Ausmasses, die 3,5 Millionen Laufmeter im Monat hervorbringt, bietet zugleich ein breitgefächertes Angebot, wobei jeder jeweils die Angebote aller Partner seinen Kunden offeriert. Wenn man Hugo Elsener, Geschäftsführer der Tessitura di Stabio, nach seinen Sorgen fragt, dann kommt eine überraschende Antwort: «Wir haben zu wenig Kapazität – und das, obwohl das Unternehmen permanent wächst; gerade ist wieder eine neue Lagerhalle im Bau.»

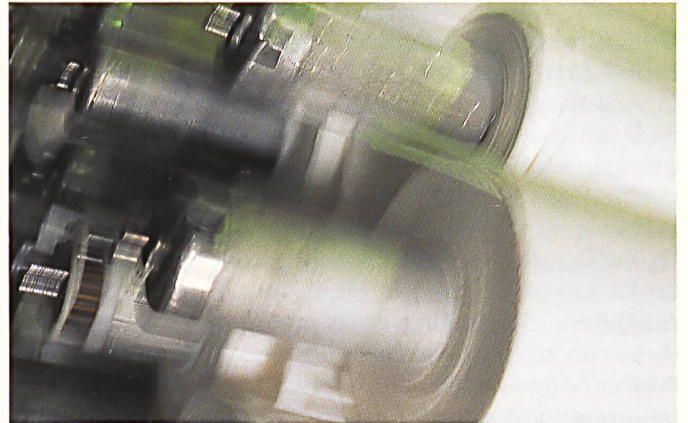
Die Tessitura di Stabio ist ein junges Unternehmen und die Entwicklung seiner Produktpalette lief ziemlich parallel zur technischen Ausstattung, die ständig erneuert worden ist. 1965 hat man mit Schützen-Automaten angefangen. Nach Wasserdüsen- und der ersten Generation von Luftdüsenmaschinen weben heute dort solche der zweiten Generation. Entsprechend hat sich auch die Produktpalette erweitert. Nach Nylon, Futterstoffen

und Basisgeweben für Beschichtungen kamen Medizinalgewebe und solche für die DOB hinzu, zugleich auch Fasern wie Baumwolle, Polyester, Viscose und die verschiedenen Mischgewebe, die auf 136 Automaten mit 70 Beschäftigten verarbeitet werden. Über 80 Prozent der Metrage geht in den Export, in erster Linie nach Italien (Verkauf durch ein Büro in Prato), nach Deutschland (dort vertreten durch Kredit), nach Frankreich (Vertretung) sowie nach Grossbritannien, wo der Partner Downs Coulter den Vertrieb besorgt. 200 Kunden werden geführt; die wichtigsten Geschäfte macht man mit zehn bis zwanzig von ihnen. Und das signalisiert, wie man am liebsten mit den Abnehmern zusammenarbeitet – eng, intensiv, schnell.

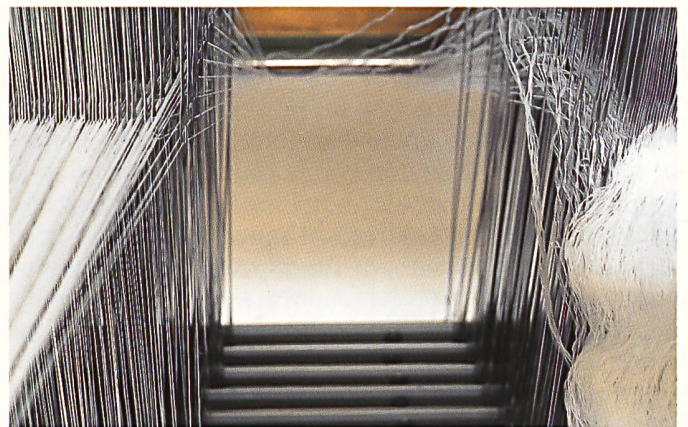
Hugo Elsener, seit 1975 Geschäftsführer in Stabio, beweist, dass man den Begriff «Spezialität» auch in der Schweiz anders definieren kann. Seine Spezialitäten sind Schnelligkeit, Kundennähe, Volumen, auch der Preis. «Wenn wir wirklich schnell aus Aufträgen Gewebe machen und laufend unsere Strukturen anpassen, haben wir auch in zehn Jahren noch gute Chancen – gemeinsam mit einem neuen Typ von Converter, der für die schnelle Mode grosse Mengen mit bescheidenen Margen umzuschlagen versteht.» Elsener ist um die Zukunft der Rohweberei wirklich nicht bange, vor allem indem man verinnerlicht, nicht von «meinem Produkt» zu reden, sondern nach der Devise zu handeln: Wir stellen Dein Produkt her.



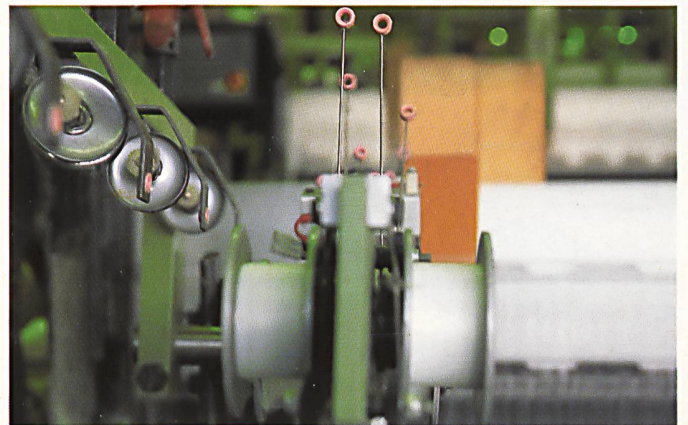
Webautomat



Zettelwalzen



Einzieherei



Detail Webmaschine

Kreative Rohgewebe

Bei der Fritz & Caspar Jenny AG, Ziegelbrücke, wird viel getan, um das Rohweber-Image aufzupolieren. Neustrukturierung als Signal.

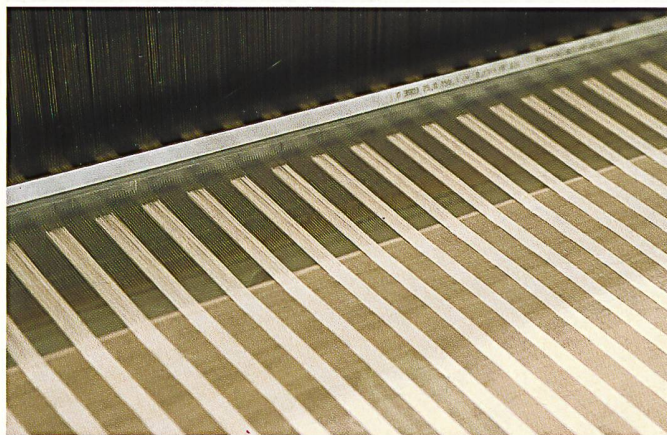
Creative Rohgewebe: Das Wort ist berechtigt bei Fritz & Caspar Jenny AG. Der Rohweber mit seinen 160 Automaten ist auf Gewebe für Sports- und Activewear, auch Schutzkleidung spezialisiert, besitzt zudem Profil bei Geweben mit überdrehten Zwirnen, kriegt jederlei gewebte Effekte und Strukturen hin und hat ausserdem Kompetenz bei Mischungen mit Tencel. Das Unternehmen, das über eine eigene Spinnerei verfügt, die auch Fremdkunden bedient, setzt seinen ganzen Ehrgeiz darein, an der Spitze der technischen Entwicklung und der Stoffinnovationen zu marschieren.

In den vergangenen Jahren ist auch die Jenny AG durch schwere Zeiten gegangen. Man hat in Ziegelbrücke Kapazität abgebaut und ins Ausland verlagert. Aber jetzt tritt man mit einer klaren Botschaft an den Markt: Es geht weiter. Es gibt keinen Stellenabbau mehr. Und dass Caspar Jenny, Sohn von Fritz Jenny, also einer aus der Familie, den Vorsitz in der Geschäftsleitung übernimmt, setzt zusätzlich ein Signal. Zugleich werden Spinnerei und Weberei in eigenständige Gesellschaften umgebaut. Dies mit dem Ziel, sich noch flexibler und effizienter auf anspruchsvollen Märkten zu bewegen. Die bestehende AG wird sich hauptsächlich der Verwaltung der Immobilien widmen. Die bisherigen Synergien des Spinn-Weberprinzips werden selbstverständlich weiter genutzt.

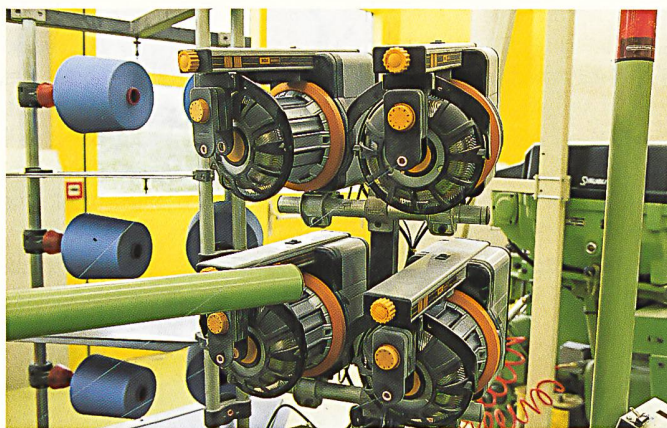
Die Jenny AG webt in Einsatzbereichen, die derzeit von der Nachfrage der Verbraucher begünstigt sind: Man produziert besonders

dichte, zugleich atmungsaktive Baumwollgewebe für Sportswear, bei denen schon das Rohgewebe auf die spätere Veredlung abgestimmt sein muss. Einen Wachstumsmarkt verspricht man sich auch bei Mischungen mit Tencel. Matt/Glanz- und andere Effekte sowie aufwendige Strukturen zählen seit Jahren zum Repertoire. Und mit hochfeinen Hemden- und Blusenstoffen, wo man übrigens auch Mitinhaber eines Bügelfrei-Verfahrens ist, und Deko-Stoffen aus flammhemmenden Garnen hat man ohnehin traditionell ein starkes Bein im Markt.

Kunden der Jenny AG sind Converter, oft des neuen Typs, Drucker, teilweise auch Konfektionäre, wobei streng darauf geachtet wird, dass kein Vertriebskanal den anderen stört. «Kunden, die wir aufgeben mussten, kommen zurück». Das ist einerseits auf die verbesserten Rahmenbedingungen zurückzuführen, andererseits auch auf schlechte Erfahrungen, die diese anderweitig gemacht haben: schlechter Qualitätsausfall, Zwang zu hohen Metragen, wenig Flexibilität und Schnelligkeit. Letzteres im Positiven sowie Service und Kreativität sind wiederum gerade die Kriterien, die man bei Jenny für sich in Anspruch nimmt. Es gilt vor allem die Einladung, gemeinsam mit Kunden neue Gewebe zu entwickeln. Verkaufsleiter Markus Hofmann ist davon überzeugt, dass die Marktnähe der Stoffproduktion in den kommenden Jahren enorm an Stellenwert gewinnt.



Webautomat



Detail Webmaschine



Flyerspulen



Tuchkontrolle

Eins greift ins andere

Weber Textil AG Aarburg setzt auf Diversifikation: Rohgewebe, Fertiggewebe, Konfektion, was alles wieder in die Kernkompetenz mündet – Rohweberei.

Weber Textil AG hat in seiner Geschichte schon viele Höhen und Tiefen erlebt und überlebt. Derzeit wird in Aarburg konsolidiert, mit einem Unternehmenskonzept, das auf drei Säulen ruht: Rohweberei, deren Angebot viele Spezialitäten aufweist, Fertiggewebe, wofür die Produktpalette genau eingegrenzt ist, konfektionierte Ware, wobei man sich hier auf Bett- und Tischwäsche sowie auf massgefertigte Vorhänge konzentriert. Weber Textil setzt also auf Diversifikation, die dadurch wieder Sinn macht, dass dabei eins ins andere greift und letztlich wieder in die Kernkompetenz mündet – die Rohweberei.

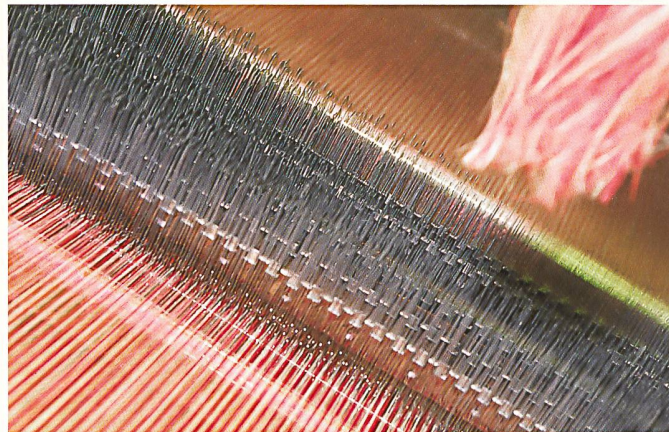
Sie ist das Standbein, gut für die Hälfte des Umsatzes und rund 70 Prozent der produzierten Metrage. Mit ihren 72 Projekttil- und Greifermaschinen deckt sie vom Verdeckstoff für Cabrios über Technische Gewebe, Filtergewebe bis zu feinsten Voiles eine reiche Produktpalette ab. Es gibt Ausbrenner, aber auch daunendichte Gewebe, Molton und Satin; ausserdem laufen Cord, Seersucker genauso wie Borkencrêpe und modische Hemdenstoffe auf den Maschinen mit Breiten zwischen 190 und 390 Zentimeter. Die Garnpalette, die zugekauft wird, führt Baumwolle an, aber auch Polyester, Viscose, Micro-Modal, Wolle, Leinen sind vertreten und natürlich Lycra-Mischungen, wobei man sich mit elastischen Stoffen ein hohes Renommee erarbeitet hat. Den Verkauf besorgt ein eigener, internationaler Aussendienst, massgeblich unterstützt vom Ver-

kaufsdienst. Auf Qualität und Liefertreue ist ebenso Verlass wie auf die Flexibilität des Unternehmens und die Bereitschaft, Nouveautés mit den Kunden schnell zu entwickeln: innert 24 Stunden, so's denn sein muss, wird eine Mustermetrage abgewebt.

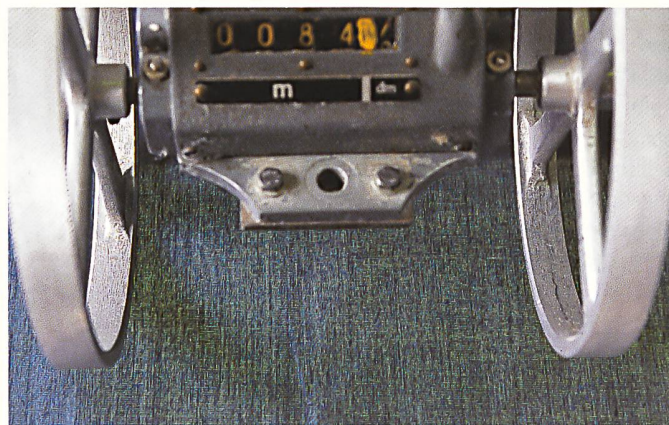
Das Profitcenter für Fertiggewebe stützt sich auf die Kompetenz der Rohweberei und bringt das notwendige Know-how für die Ausrüstung dazu. Es gibt Kollektionen für Bettwäsche und Tischwäsche, die sich auf eigenentwickelte Farben und Dessinierungen stützen, natürlich auch die modernen Ausrüstungsverfahren berücksichtigen – was von der Pflegeleichtausrüstung bis zur gebrauchsspezifischen Beschichtung reicht. Dies zeigt sich auch in den Technischen Geweben.

Weber Textil geht mit seinem Angebot auch bis zum Endverbraucher: mit der Bettwäschemarke «Wetex of Switzerland», mit Spezialitäten wie Sylkin (aus Micro-Modal), gewebtem Seersucker oder hochfeinem Satin. Der Vertrieb erfolgt über Grossverteiler, den Versand- und Fachhandel oder direkt im Objektgeschäft, massgeblich im Spital-, Zentralwäscherei- und Gastrobereich. Auch für vermeintliche Kleinigkeiten ist man sich nicht zu schade: Man bietet – Lieferzeit zehn Tage – Tischwäsche nach Mass, auch Vorhangnäherei nach Mass.

Massgeschneiderte Lösungen sind überhaupt das Konzept von Kurt Franzi, der in Aarburg die Geschäfte leitet.



Webautomat



Warenkontrolle



Konfektionierung Molton



Zettelmaschine

Erfolg mit hohen Feinheiten

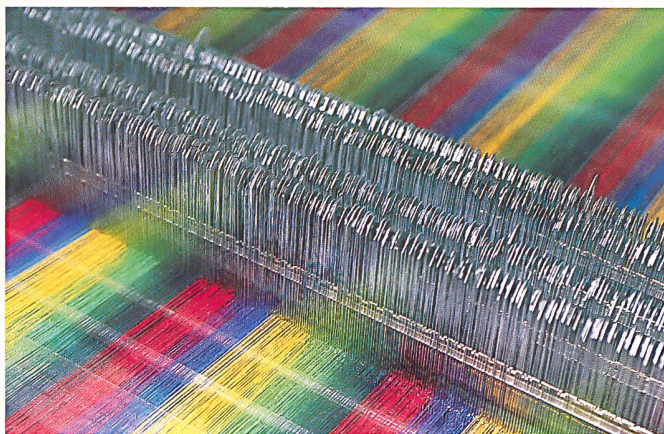
Die WR Weberei Russikon, Russikon, ist wieder aus dem Schneider. Konzept: Selbst feinste Rohgewebe zu marktverträglichen Preisen.

«Uns geht's heute gut.» Und es ist keine Übertreibung, was die beiden Geschäftsführer der Weberei Russikon, Edwin Keller und Josef Lanter, sagen. Allerdings hat das Unternehmen schlimme Zeiten hinter sich. Trotzdem ist es gelungen, einen der hochwertigsten Bunt- und Fantasie-Rohweber der Schweiz zu erhalten, der in der Vergangenheit, als er noch zur Walsler-Gruppe gehörte, deren Handelshäuser Albrecht & Morgen (Alumo) sowie Hausamann & Moos, echte Spitzenadressen, mit Star-Qualitäten beliefert hat. Mit einem mutigen Management-Buyout wurde die Rettung eingeleitet. Nachdem ein wichtiger Abnehmer vergangenes Jahr zudem die Aktienmehrheit, die davor bei den Banken gelegen hatte, übernahm, ist man auf Erfolgskurs und besitzt nicht nur wieder einen Textiler als Hauptaktionär, sondern – über ihn – beste Voraussetzungen für einen internationalen Vertrieb.

Klein, aber fein. Diese Kennzeichnung charakterisiert die Weberei Russikon. 94 moderne Automaten, 82 Beschäftigte, zwischen drei und vier Millionen Meter Jahresproduktion – so lauten die Unternehmensdaten. Hochfein wird es, wenn man das Garnsortiment betrachtet, das ein- und zwei-bäumig, sechs- bis achtfarbig im Abschluss verwebt wird: Farbige Garne beginnen bei Nm 68, gehen über 100 und 170/2 sogar bis 200 und 340/2 und schwingen sich auch bei Rohgarnen ab Nm 50 in höchsten Feinheiten auf. Ergebnis sind teilweise superfeine Hemden- und Kleiderstoffe, Doppelgewebe, Plissés,

aber auch höchstschüssige technische Gewebe, wie man sie beispielsweise für die Vorlagetücher von Juwelieren braucht. Im Schwerpunkt wird in Russikon Baumwolle verarbeitet, aber auch ein Mischgewebe 80/20 Baumwolle/Wolle gehört zur Spezialität.

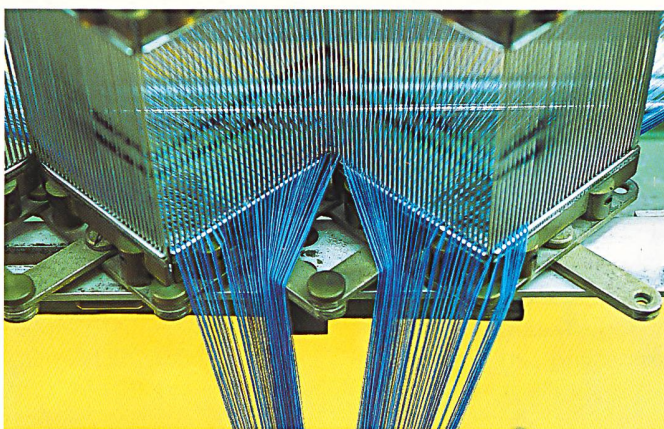
Die WR Weberei Russikon bietet Spitzenqualität, natürlich auch zu entsprechenden Preisen. Die hohe Flexibilität und Produktivität (84 Prozent Anlagenutzeffekt), auch Einsatz von CAD soll indessen das Unternehmen befähigen, seinen Kunden, rund 20 Converter, selbst schönste Rohgewebe in Preislagen zu bringen, die im anspruchsvollen Marktsegment letztlich noch «konsumig» sind. Kundenorientierung wird deshalb grossgeschrieben in Russikon, und was den Kunden nützt, zahlt sich auch wieder für das Unternehmen aus. «Wenn es weiterläuft, wie seit 1996, brauchen wir uns keine Sorgen mehr zu machen um die 'neue' Weberei Russikon.» Trotzdem beobachten Edwin Keller und Josef Lanter die weitere Entwicklung der Qualitätsstandards draussen am Markt mit Argusaugen. Selbst für kleine Rohweber besteht da schnell die Gefahr, dass die Luft in der Marktspitze dünn wird.



Webautomat



Geschärter Kettbaum



Schärblatt



Plissémuster

Mehr als nur eine «Textil-Vision»

Elmer und Dietfurt arbeiten unter dem Dach der Textil Vision Holding zusammen und bilden damit die grösste Rohweber-Gruppe in der Schweiz.

Einerseits hat da eine private Investorengruppe die Vision gehabt, Rohweber-Kapazität am Standort Schweiz zu sichern; andererseits gab es zwei moderne Webereien, die sich, jeweils für sich allein, schwer getan haben am Markt. Das Ergebnis ist die Textil Vision (Holding) AG, Zug, die vergangenen Oktober gegründet worden ist und seit diesem Zeitpunkt praktisch operiert. Sie bildet das Dach für die einstige Feinweberei Elmer AG, Wald, und die Spinnerei & Weberei Dietfurt AG, Bütschwil, eigentlich sogar mehr als nur ein Dach: sie ersetzt sie. Kopf der Gruppe ist Dr. K. Lienhard, Delegierter des Verwaltungsrats, und als operativer Direktor fungiert Hans Frischknecht, der davor an der Spitze der Elmer AG gestanden hat. Der Textil Vision gehört die Dietfurt AG hundertprozentig, die wiederum 78 Prozent ihrer tschechischen Tochterbetriebe hält; an der Elmer AG ist die Textil Vision mit 67 Prozent beteiligt. Mit dem Zusammenschluss ist die grösste Rohweber-Gruppe der Schweiz entstanden: 400 Automaten, ebenso viel Beschäftigte, 52 Millionen Schweizer Franken Umsatz und 13 Millionen Laufmeter Produktion, ein neuer, starker Faktor im Markt.

Das Modell Textil Vision ist konsequent verwirklicht worden. Da hat nicht eine Firma die andere übernommen, was allein schon wegen des Faktors Mensch oft zu Friktionen führt, es ist vielmehr ein neues Dach-Unternehmen entstanden, das zwei andere integriert. Synergien bringt die Zusammenlegung durch Konzentration: Verkauf

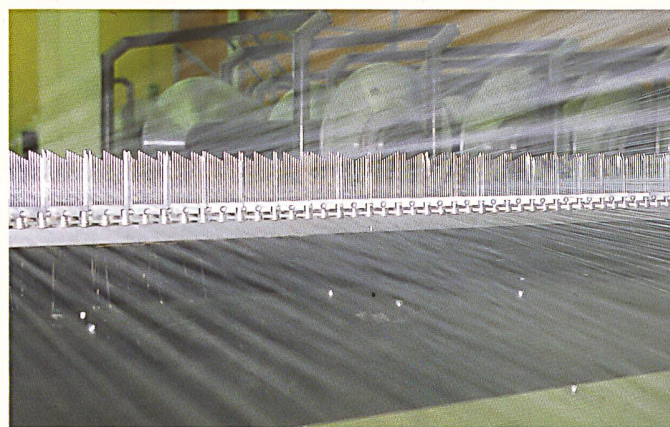
und Logistik der Gruppe sind bei Dietfurt zusammengefasst, die Overheads des Finanz- und Controllingbereichs sitzen bei Elmer. Und nur ein einziger Logistikapparat entscheidet, wo jeweils die Produktion eines Auftrages stattfinden soll. Folgerichtig besitzen die Verkäufer Visitenkarten, bei denen auf der einen Seite Elmer, auf der anderen Dietfurt (jeweils mit Hinweis auf Textil Vision) steht.

An der Qualität der Ware lässt Hans Frischknecht keine Zweifel: «Wir garantieren die gewohnten Standards.» Beide Webereien (ISO 9001 zertifiziert) sind bereits in der Vergangenheit qualitativ, auch in der Produktpalette streckenweise deckungsgleich gewesen. In diesen Segmenten bietet der Zusammenschluss neue Möglichkeiten, viel flexibler am Markt zu operieren. Textil Vision verfügt über eine grosse Bandbreite bei den Angeboten, in preislicher Hinsicht, was die gängigen Stofftypen angeht bis hin zu ausgefallenen Spezialitäten. Sie ist auch ein Beweis für den Glauben an den Textilstandort Schweiz.

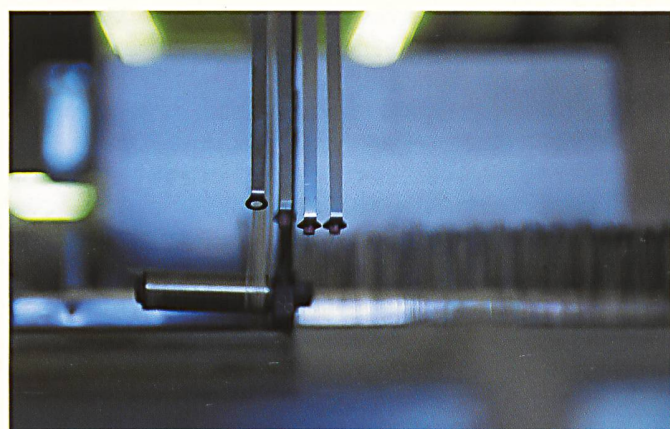
Einig ist man sich, konsequent Rohweber zu bleiben. Am liebsten für Baumwolliges und das möglichst fein. Aber die Garnpalette umfasst auch Polyester, Wolle, Polyamid, Viscose, speziell auch Tencel, bietet darüber hinaus allerlei Fasermischungen bis hin mit Seide, Leinen oder Ramie. Unter dem Dach der Gruppe kann man neuerdings auch alle gefragten Webbreiten anbieten – von 90 Zentimeter bis vier Meter.



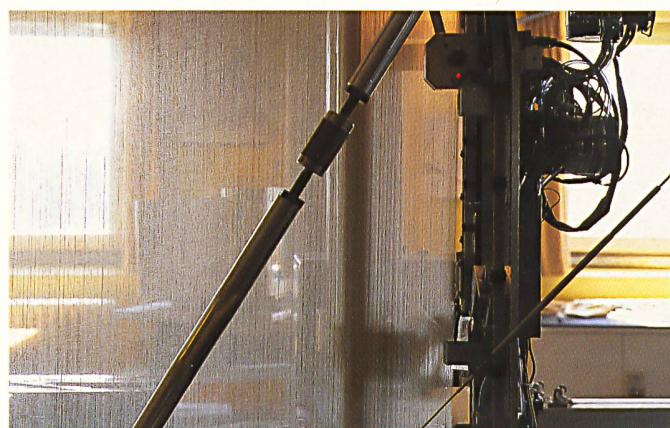
Zettelgatter



Zettelmaschine



Webmaschine



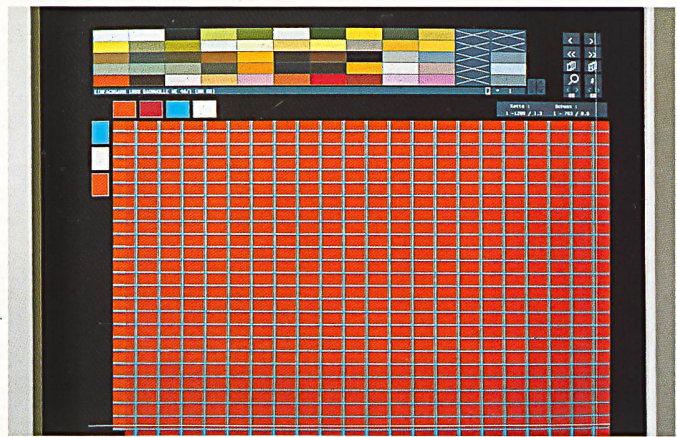
Einzieherei

Unter der Fahne der gemeinsamen Leistungsfähigkeit sollen aber die einstigen individuellen Spezialitäten keineswegs untergehen! Dass Elmer hohe Reputation für komplizierte Drehergewebe besitzt, auch für Plissés und dass man beides auch in relativ kleinen Mengen ordern konnte, während Dietfurt auf seine Arabertücher, Sudantops und Guthras besonders stolz war und auch für Daunendicht-Ware einen Namen besitzt, soll das gemeinsame Unternehmen nur stärken. Und auch das Joint-venture, das Dietfurt in Tschechien eingefädelt hatte, tut der Leistungskraft der Gruppe gut.

Textil Vision operiert in dem Spannungsfeld, in dem alle Schweizer Textiler zurecht kommen müssen: Einerseits sollen Nischen besetzt werden, andererseits reicht Hochspezialisiertes schwerlich, die Betriebe zu füllen. Die Unternehmensgruppe tut deshalb das eine, ohne das andere zu lassen. Mit ihren Rohgeweben kann Textil Vision fast die gesamten Marktbedürfnisse abdecken. DOB und Haka, im weitesten Sinne, Lingerie, Dekostoffe, Haustextilien. Stark engagiert man sich vor allem bei Stretchgeweben, was sogar bis zu bi-elastischen Drehern reicht. Als wichtiges Standbein wird Tencel gewertet. Aber auch Voiles und gewebter Seersucker gehören in das Sortiment.

Textil Vision hat guten Grund, zuversichtlich in die Zukunft zu schauen. Vor allem der Frankenkurs und die paneuropäische Kumulation haben deutliche Entlastung gebracht. Aber auch der

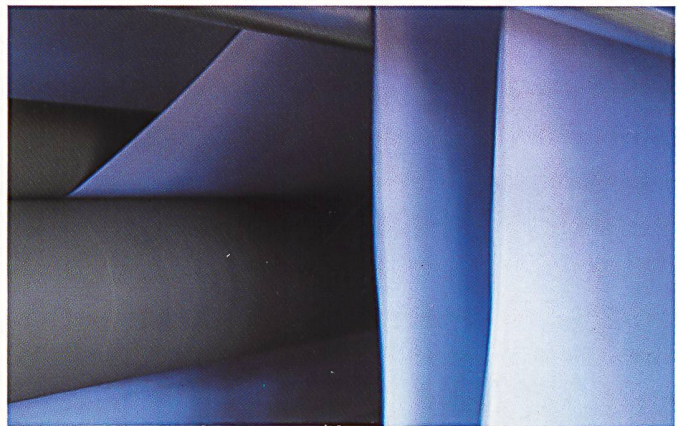
Textilmarkt selbst zeigt sich wieder aufnahmebereiter. «Es sind auf der Angebotsseite Kapazitäten weggefallen, und bei den Abnehmern tendieren die Lager gegen null.» Die Verkaufsmannschaft im Haus und die Vertreter draussen sehen wieder Land. Und vor allem im Export (Anteil 40 Prozent) gibt es wieder Konsumanstöße. Und mit dem «Glauben an die Sache» besitzt man auch im übertragenen Sinne eine Textil Vision.



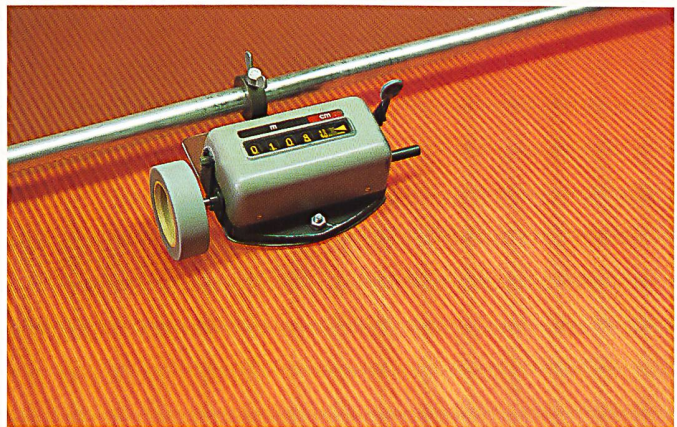
Buntgewebe auf Computer



Schussgarnzubringer



Legemaschine



Gewebekontrolle