

Bleiche AG, Zofingen : markantes Glied in der Kette der schweizerischen Wollindustrie

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1974)**

Heft 17

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-796365>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Bleiche AG, Zofingen—markantes Glied in der Kette

der schweizerischen Wollindustrie

Die schweizerische Wollindustrie hat in den vergangenen 15 Jahren entscheidende Wandlungen durchgemacht. Eine Konzentration der Betriebe führte zu einem zahlenmässigen Schrumpfungsprozess, waren 1972 doch nur noch 17 Unternehmen der Kammgarnweberei und Tuchfabrikation zu verzeichnen (1959 stand die Zahl bei 30). Dafür stieg der durchschnittliche Umsatz pro Firma um das Dreifache auf ca. 12 Millionen Fr., und der grösste der Betriebe konnte 1972 eine vierzigmal höhere Umsatzsumme buchen als die kleinste der Fabriken. Diese Zuwachsrate war aber nur möglich durch die fortschreitende, intensive Modernisierung und Rationalisierung der Unternehmen. Die konventionellen Webstühle wurden in der Zeitspanne 1959-1972 auf ein Sechstel verringert (von 2410 auf 420), dafür setzte man modernste, leistungsfähige schützenlose Webmaschinen ein. In der gleichen Periode schränkte sich auch der Personalbestand ein, denn anstatt 5100 Beschäftigten waren es nur noch deren 3200, was einer Reduktion um 40 % gleichkommt. Was die Produktion anbelangt, liegen für die gleiche Zeitrechnung folgende Zahlen vor: 1959, ein Jahr vor dem einseitigen Zollabbau im EWG- und EFTA-Raum, fabrizierte man in der Schweiz 4600 t Gewebe, wovon ungefähr die Hälfte Streichgarn-, die anderen 50 % Kammgarnstoffe waren. 1972 registrierte man eine Produktion von 6240 t, doch nur noch 20 % davon gehörten Streichgarnartikeln an. Gesamthaft in Längenmassen ausgedrückt, wurden 1972 in der Schweiz 13,1 Millionen Meter Kammgarn- und Streichgarnweberei hergestellt, und der Umsatz stieg auf 201 Millionen Fr. an. Die Wollstoffindustrie exportiert rund 45 % ihrer Produktion. 1972 gingen davon 60 % in die EFTA-Staaten, 30 % in die EWG-Länder und 10 % in andere Gebiete. Natürlich werden alle Anstrengungen unternommen, die Exportquoten zu vergrössern und weitere Absatzmärkte zu gewinnen. Es sind vor allem die modisch hervorstechenden, qualitativ hochstehenden Gewebe und Maschenwaren, welche reelle Chancen im Exportgeschäft haben.

Die Wichtigkeit, die man der Wollindustrie beimisst, dokumentierte sich auch im Entschluss der Schweizerischen Textilkammer, welche an ihrem 1. Pressetag im November 1973 den Besuch zweier im Oberaargau liegender, Wolle verarbeitender Unternehmen organisierte. Über die erste Betriebsbesichtigung bei der Teppichfabrik Melchnau AG, Melchnau, ist bereits in der «Textiles Suisses Intérieur» Nr. 9 eingehend berichtet worden. Hier soll über den zweiten Betrieb, die **Bleiche AG, Zofingen** geschrieben werden. Dieses Textilunternehmen, das Hans Roth-Lerch im Jahre 1932 übernahm, musste fast von Grund auf neu eingerichtet und organisiert werden, standen doch die meisten Webstühle, die Zettlerei und Zwirnerie wie die Spulerei und Schlichterei wegen der herrschenden Krise still. Zielstrebig wurde der Betrieb im Laufe der Jahre ausgebaut, vertikalisiert, modernisiert und rationalisiert. Heute umfasst die Bleiche AG nicht nur eine der leistungsfähigsten Webereien, sondern auch eine Kammgarnspinnerei, eine Zwirnerie, eine Appreturabteilung und eine Färberei. Das jüngste Kind des Unternehmens ist die Strickerei, um der grossen Kundschaft auch mit Maschenware dienen zu können. Die weitsichtige und grosszügig denkende Leitungsspitze unterzeichnete mit der Schweizerischen Decken- und Tuchfabriken AG Pfungen/Turbenthal vor mehr als Jahresfrist einen Zusammenarbeitsvertrag, der die Verkaufs- und Produktionskapazität dieser beiden finanziell voneinander völlig unabhängigen Unternehmen um eine beachtliche Prozentzahl vergrösserte. Die Bleiche AG verzeichnet zwei Produktionsprogramme. Einerseits werden modische und hochwertige HAKA-Gewebe und -Maschenware hergestellt, andererseits fabriziert man qualitativ wertvolle DOB-Stoffe und Gestrick im Nouveauté-Genre, deren modische Aussage auch im Ausland stark beachtet wird. Durch die schon sehr früh aktivierte Verkaufsorganisation im In- und Ausland ist der Absatz ständig ver-

grössert worden. So erzielte man 1972 einen Umsatz von 63 Millionen Fr., an dem das Schweizer Verkaufsgeschäft mit 47 %, dasjenige mit der EFTA mit 43 % und die EWG und andere Länder mit 10 % beteiligt sind. Die dynamische Führung des Unternehmens ist darauf bedacht, den Verkauf äusserst beweglich zu halten, damit Verlagerungen sofort aufgefangen werden können.

Im ganzen Unternehmen herrscht ein sehr fortschrittlicher Geist. Der Produktivitätssteigerung wie der Wertschöpfung schenkt man grösste Beachtung. Da man seit Jahren nurmehr modische Nouveautés auf beiden Sektoren kreiert und die Materialsortimente wirtschaftlich konzentriert, ist auch ein Optimum der wirtschaftlichen Fertigung erreicht worden. Im vergangenen Geschäftsjahr lag die Produktion bei 1,8 Millionen kg Wolle und Chemiefasern, was ca. vier Millionen Metern Herren- und Damenstoffen entspricht. Das ergibt am schweizerischen Branchenumsatz gemessen 28 %. Die Produktivitätssteigerung bei einem fallenden Personalbestand ist der gesunden Investitionspolitik und den durchgreifenden, personalsparenden Rationalisierungsmassnahmen zu verdanken. Fabrizierte man 1960/61 mit 763 Mitarbeitern 1 680 900 Meter Gewebe, so sind es 1972/73 mit 650 Beschäftigten bereits 4 Millionen Meter oder umgerechnet pro Person 6100 Meter.

Das ausgezeichnete Arbeitsklima, das im Betrieb verspürt wird, resultiert nicht zuletzt daraus, dass man den Mitarbeitern die ihnen entsprechende Verantwortung überträgt, und sie nach ihren Fähigkeiten einzusetzen versucht. Auch schenkt man der Lehrlingsausbildung und der Nachwuchsförderung grösstes Augenmerk. Mit sehr bewusster und klarer Zielsetzung schaut man optimistisch und gut gerüstet in die Zukunft, denn die sechs folgenden Punkte, denen man in der Firma nachlebt, zeugen von dem gesunden, dynamischen, aber auch menschlich klugen Führungsstil:

Stoffe: Bleiche AG, Zofingen.
Modelle: (oben) Altessa-Pomme SA, Glattbrugg, (unten) Fretex Arthur Frey AG, Wangen b. Olten.



- 1 Erarbeiten eines erforderlichen Ertrages von 10% Cash Flow zur langfristigen Existenzsicherung des Unternehmens.
- 2 Flexible Anpassung an die Bedürfnisse des Weltmarktes auf dem Gebiete der ertragreichen modischen Damen- und Herrenstoffe.
- 3 Permanente Verbesserung der Produktionsmittel und optimale Auslastung der kapitalintensiven Anlagen.
- 4 Weitere Steigerung der Produktivität durch transparente Kostenplanung und Überwachung, sowie durch eine klare Ablauforganisation.
- 5 Verwirklichung der Bedürfnisse der Menschen nach Selbstentfaltung durch einen zeitgemässen kooperativen Führungsstil nach dem Prinzip der Delegation von Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortungen.
- 6 Klare, offene Informationspolitik gegenüber der Öffentlichkeit und Weiterausbau der sozialen Stellung des Unternehmens innerhalb der Region.