

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1982)
Heft: 51

Artikel: Der Verein Schweizerischer Textilindustrieller jubiliert
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795473>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.01.2025

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

Der Verein Schweizerischer Textilindustrieller jubiliert



Max Honegger
Präsident des Vereins
Schweizerischer Textil-
industrieller

Ernst Nef
Direktor des Vereins
Schweizerischer Textil-
industrieller



Die Hundertjahr-Feier des Vereins Schweizerischer Textilindustrieller VSTI in Interlaken entfaltete sich zum einmütigen Bekenntnis der Solidarität eines Industriezweiges, der im Laufe einer langen Zeitspanne oft durch Krisensituationen geschüttelt wurde, jedoch mit Unternehmertum, Innovation und kreativem Potential sein Boot immer wieder auf Erfolgskurs steuern konnte.

Max Honegger, Präsident des VSTI, betonte in seiner Begrüssungsansprache zur einleitenden Vortragstagung, dass man in Zukunft noch vermehrte Anstrengungen für eine engere Kooperation vornehmen werde und in offenen Gesprächen nach konstruktiven Lösungen der hängigen Probleme zu suchen bestrebt sei. Die positive Haltung der Industrie, wie sie ebenfalls am Jubiläumstag dargelegt werde, möge auch den anwesenden Schülern der schweizerischen Textilfachschulen Mut und Zuversicht für die Zukunft geben. In den Diskussionen, die jedem Vortrag folgten, zeigte sich, dass gerade die Jugend ihre eigenen Gedanken über die heutige Situation hat und mit recht offenen Fragen an die Referenten reagierte, was oft zu einem Schmunzeln im Auditorium führte.

Nach dem interessanten, intensiven Arbeitstag der Jubiläumsveranstaltung folgte ein Abend der Entspannung, des gesellschaftlichen Beisammenseins und der persönlichen Kontaktnahme. Über 500 Gäste leisteten der Einladung Folge. Die Anwesenheit von Bundespräsident Fritz Honegger, der als ehemaliger Präsident des VSTI mit der Textilindustrie besonders eng verbunden ist, sowie der beiden Staatssekretäre Jolles und Probst, aber auch verschiedener Vertreter des Bundesamtes für Aussenwirtschaft und der kantonalen Behörden sowie nicht zuletzt die Präsenz von Botschaftern aus verschiedensten Staaten bewies, dass man den Belangen der schweizerischen Textilindustrie an entscheidenden Stellen mit wachem Sinn gegenübersteht.

Die festlichen Roben der Damen stellten der schweizerischen Textilindustrie das beste Zeugnis für ihre Kreativität aus, ebenso die vielbeklatschte, mitreissend inszenierte Modeschau der Fédération Française de la Couture mit Modellen führender Modeschöpfer in Paris, alle aus Schweizer Nouveautés gearbeitet, eine Einlage übrigens, welche die Commission Européenne Promotion Soie als grosszügiges Geschenk offerierte.

Dass dieser Grossanlass der Hundertjahr-Feier des VSTI zu einem ungetrübten Erfolg wurde, ist das Verdienst von Direktor Ernst Nef, der mit seinem Mitarbeiterstab in unermüdlicher Arbeit das Programm aufgestellt hat und für dessen reibungslosen Ablauf besorgt war. Ihm und seinen Helfern sei dafür auch an dieser Stelle gedankt.



Die schweizerische Textil- und Bekleidungswirtschaft: im gleichen Boot – wohin?

Bewusst verzichteten die Veranstalter auf historisierende Rückblicke und auf Laudatien über vergangene Leistungen. Vielmehr wollte der Vortragszyklus und die anschliessende Diskussion Denkanstösse zur Lösung von Gegenwartsproblemen vermitteln. Zum Tagesthema «Die schweizerische Textil- und Bekleidungsindustrie: im gleichen Boot – wohin?» nahmen vier Referenten aus verschiedenen Sparten der Textilwirtschaft Stellung.



Stürmische See

In seinem mit Humor gewürzten Kurzreferat beleuchtete *François Loeb*, Delegierter des Verwaltungsrats der Loeb AG, Bern, das Thema aus Sicht des Detailhandels. Volle Kleider- und Wäscheschränke hätten zu einer Marktsättigung geführt. Händlerische Flexibilität und ein «Ideenmarketing», das auf den wechselnden Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher aufbaue, sei nun das Gebot der Stunde. Um



François Loeb, Bern
Delegierter des Verwaltungsrats der Loeb AG (Warenhäuser)

auch bei rauherem Seegang erfolgreich zu sein, müsse die Textilwirtschaft vermehrt auf Veränderungen eingehen, die das Konsumverhalten beeinflussen. Dem jüngsten Trend zu natürlichen Materialien und Do-it-yourself-Textilien lägen emotionale Reaktionen zugrunde. Diese gälte es zu erfassen. Das textile Angebot sollte einerseits auf wandelnde Trends eingehen; andererseits versuchen, Ideen zu geben, wie mit Textilien das Leben angenehmer gestaltet werden könne. Die Chance der Textilwirtschaft liege eindeutig in der Kreativität, in den neuen Impulsen, im Begehen neuer Wege, die manchmal zwar steinig seien, aber auch zu neuen Ufern führten.

Schweizer Vierer

Mit einer Ruderweltmeisterschaft verglich der Referent aus der Sparte Herrenoberbekleidung die heutige Situation auf dem Textil- und Bekleidungsmarkt. Nach *Walter Schild*, Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats der Schild AG, wäre der schweizerischen Textilwirtschaft und ihren vier Ruderern – Textilindustrie, Bekleidungsindustrie, Einzelhandel und Staat – bei gleichen Rennbedingungen ein «Sieg» durchaus möglich. Im internationalen Vergleich mit den meisten anderen Industriestaaten sei das



Walter Schild, Luzern
Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats der Schild AG (Herrenkonfektion)

Schweizer Boot jedoch benachteiligt. Handelserschwernisse, Strukturwandlungen in der Fremdarbeiterregelung, fehlende Standardaufträge, nicht zuletzt auch seitens der öffentlichen Dienste, und veränderte Bekleidungsgehnheiten machten dem Herrenkonfektionär zu schaffen. Der Anzug, ein Stützpfiler der schweizerischen Haka-Produktion, weise einen alarmierenden Umsatzrückgang auf. Dagegen nehme Légère-Bekleidung an Bedeutung laufend zu und begünstige so Importe aus Billiglohnländern. Gerade in Zeiten der Rezession wäre es deshalb besonders wünschbar, dass die Kollektivmarke «Swiss Fabric» mehr Beachtung fände und der Solidaritätsgedanke innerhalb des Viersers zum Tragen käme.

Im gleichen Boot

«Sitzen wir (tatsächlich) im gleichen Boot?» – fragte *Michel Brunshawig*, Mitinhaber der Fach Einzelhandelshäuser *Bon Génie* und *Griender Les Boutiques*. Abgesehen vom rückläufigen Textilkonsum sind seines Erachtens die Probleme und möglichen Problemlösungen der verschiedenen Wirtschaftszweige ganz unterschiedlicher Natur. Während das Hauptproblem der Industrie ihre Konkurrenzfähigkeit im Bereich der Kosten sei, müsse der Handel sich über Produkt-Selektionierung und Zielgruppen-Segmentierung profilieren. Die Verlagerung der Bekleidungsgehnheiten von Gross- auf Kleinkonfektion hätte eine Umstrukturierung



Michel Brunshawig, Genf
Mitinhaber der Firmen *Bon Génie* – *Griender Les Boutiques* (Textildetailhandel)

des Detailhandels eingeleitet und den Grossverteilern ermöglicht, in den Textilmarkt einzubrechen. Zwar sei der Spezialhandel nicht völlig zum Verschwinden verurteilt; er müsse sich jedoch zukünftig vermehrt durch Diversifikation und zielgruppengerechte Sortimente abheben. Über Erfolg oder Misserfolge entscheide letztendlich die Qualität des Marketing. Als derzeitige Hauptbezugsquellen des Schweizer Spezialhandels nannte der Referent Frankreich, Italien, Deutschland und England sowie die USA für Lingerie, Home- und Sportswear. Dagegen beinhalte das Geschäft mit dem Fernost für den kleinen oder mittleren Händler viele Nachteile, die den Preisvorteil stark einschränkten. Auch die Schweiz sei dank traditionell hoher Qualität und teilweise modischer Aussage eine Bezugsquelle des Spezialhandels. «Ich habe nur einen Wunsch, der gleichzeitig eine Hoffnung ist, dass die Beziehungen zwischen dem Schweizer Textilhandel und der Industrie unseres Landes in den nächsten Jahren enger geknüpft werden», sagte Michel Brunshawig abschliessend.

Kooperation im Teppichmarkt

In seinem fachlich fundierten Referat zeigte *Hans Bernegger*, Direktor der Grosshandelsfirma *Belcolor Teppich AG*, Kooperationsmöglichkeiten auf, die der eher stagnierenden Branche neue Impulse vermitteln könnten. Als soliden Grundstein für eine weitere Zusammenarbeit sei die vom Verein Schweiz. Linol- und Teppichhändler anfangs der 60er Jahre eingeführte Fachausbildung zu werten. Die Stärke der schweizerischen Teppichproduktion liege zu einem guten Teil in der Weberei. Zur Erhaltung dieses Produktionszweiges sei ein gut ausgebildeter Handel, der Ideen und Leistungen und nicht nur Preise verkaufen könne, wichtig. Im Tuftingbereich könnte die Industrie möglicherweise den Preisvorteil ausländischer Hersteller durch Produktabsprachen, Sortimentsteilung und Zusammenlegung produktionstechnischer Abläufe ausgleichen. Die voraussichtliche Absatzstruktur werde sich schwerpunktmässig vom Erstbedarf auf den Ersatzbedarf verlagern.



Hans Bernegger, St. Gallen
Direktor der *Belcolor Teppich AG* (Teppiche, Heimtextilien)

Anstelle von Verdrängungstaktiken wäre jetzt ein Marketing angezeigt, das den Teppichboden von seinem nivellierenden «Baustoff-Image» löse. «Könnten nicht Handel und Fabrikation mit einem gezielten Marketing für Teppiche oder Heimtextilien allgemein den Konsumenten mit kreativer Motivation ansprechen?», fragte der Referent. Im weiteren sei mit praxisfremden Konsumentenschutzbestimmungen niemandem gedient. Aussagen auf prüftechnischer Basis könnten nie die fachtechnische Beratung ersetzen. Es sei deshalb zu hoffen, dass weitere legislatorische Bemühungen nach dem Gebot der Vernunft verfahren werden. Zusammenfassend stellte Hans Bernegger fest: «Der Teppichhandel ist interessiert an einer starken und lebensfähigen schweizerischen Teppichindustrie. Er ist bereit zur Kooperation mit dem Hersteller in gemeinsam interessierenden Fragen der Creation und des Marketing – unter Voraussetzung der Wettbewerbsfähigkeit und der klaren Abgrenzung der unterschiedlichen volkswirtschaftlichen Aufgaben von Produktion einerseits und Handel und Verteiler andererseits.»



Ansprache von Bundespräsident Fritz Honegger

In seiner Gratulationsadresse betonte Bundespräsident Fritz Honegger die Notwendigkeit zu unternehmerischem Mut, Risikobereitschaft und Ausdauer. Vergangener Schwierigkeiten ungeachtet sei die Lage derzeit günstiger. Dank Spezialisierung und gut überblickbaren Betriebsgrössen habe es die schweizerische Textilindustrie verstanden, sich ihre Konkurrenzfähigkeit zu erhalten. Die Kollektivmarke «Swiss Fabric» geniesse im Ausland ein hohes Ansehen. Ihr Bekanntheitsgrad habe sich verstärkt. Es sei zu hoffen, dass sich im Inland bald ähnliche Erfolge abzeichnen. In diesem Zusammenhang dankte der von 1970 bis 1976 als VSTI-Präsident amtierende Magistrat dem Direktor des VSTI, Ernst Nef, für seine Leistungen.

Bundespräsident Honegger zeigte Verständnis für den Wunsch der exportorientierten Textilindustrie nach besseren Rahmenbedingungen. Im internationalen Vergleich liege die schweizerische Wirtschaft jedoch günstig. Tiefe Inflationsraten und eine restriktive Geldpolitik seien die wichtigsten politischen Werkzeuge. Zwar bestehe die Gefahr einer ernsthaft zunehmenden Arbeitslosigkeit. Trotzdem sehe der Bundesrat keine Veranlassung für Stimulierungsprogramme. «Investitionen sind der Schlüssel zu einem selbsttragenden Wiederaufschwung», sagte der Bundespräsident wörtlich. Eine Stärkung der internationalen wirtschaftlichen Zusammenarbeit sei mehr denn je nötig. Es gelte nun, Risikofreudigkeit, schöpferische Innovation und partnerschaftliche Zusammenarbeit zu verstärken, Alternativen zu finden. Die Jubiläumskonferenz böte Gelegenheit dazu.





Haute Couture in Interlaken

Einen seltenen Genuss erwartete die festlich gekleideten Bankettgäste am Gala-Abend im Kursaal. Mit der Commission Européenne Promotion Soie als Sponsor hatte es sich die französische Haute Couture nicht nehmen lassen, zum VSTI-Jubiläum 90 der schönsten Modelle aus den Kollektionen Herbst/Winter 1982-83 nach Interlaken zu entsenden. Damit sollte, so M. Jacques Mouclier, Président Délégué de la Fédération Française de la Couture, die traditionelle Verbundenheit der französischen Couture-Häuser mit der schweizerischen Textilindustrie zum Ausdruck gebracht und gewürdigt werden. Dass diese gegenseitig stimulierende Zusammenarbeit immer wieder zu kreativen Spitzenleistungen anregt, zeigte das von Bernard Trux und Norbert Schmitt hervorragend inszenierte Defilee. In geschmackvoll arrangierten Tableaux präsentierten die von Starcoiffeur Alexandre frisierten Hausmannquins der Häuser Balmain, Pierre Cardin, Emanuel Ungaro, Givenchy, Grès, Hanae Mori, Jean-Louis Scherrer, Lanvin, Nina Ricci, Philippe Venet und Yves Saint Laurent einen Querschnitt der neuesten Couture-Mode aus Schweizer Textilien: Textile Träume, von Meisterhand aus edlem Seidenmaterial geschaffen, aus Taft und Moiré, aus Crêpe de Chine und Crêpe Chiffon, mit kunstvoll ausgeführten Stickereien geschmückt. Das glanzvolle Schauspiel endete in einer enthusiastisch applaudierten Impression von schwarzer Seide und schimmernder Paillettenstickerei.

