

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1985)
Heft: 64

Artikel: Im Gespräch mit Exponenten der Schweizerischen Textilwirtschaft
Autor: Huessy, Ruth / Isler, Thomas
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795145>

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

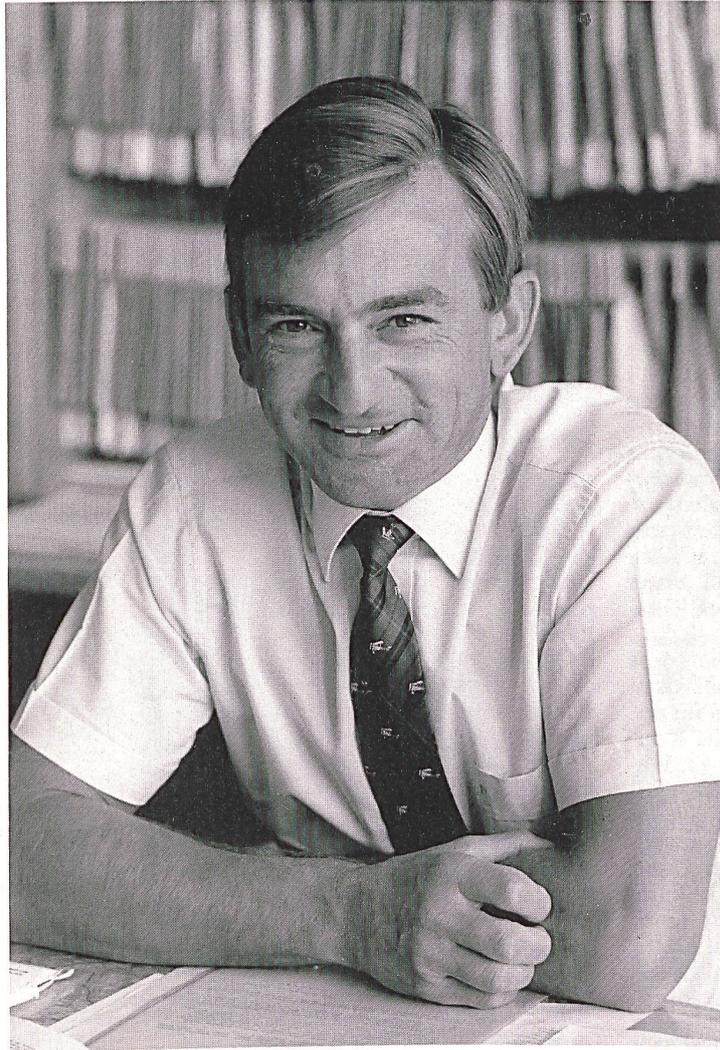
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

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

IM GESPRÄCH MIT EXPONENTEN DER SCHWEIZERISCHEN TEXTILWIRTSCHAFT

HEUTE: RUTH HUESSY MIT THOMAS ISLER



Jung – für schweizerische Verhältnisse sehr jung – ist der Mann, der das Geschick der fast 145 jährigen Weberei Gessner AG, Wädenswil, leitet. Thomas Isler war erst 31 Jahre alt, als sein Vater ihm 1976 die Verantwortung für diese grösste schweizerische Jacquardweberei übertrug, wobei er gleichzeitig auch als Delegierter und seit 1981 als Vizepräsident des Verwaltungsrates amtierem musste.

Seither sind bald 10 Jahre vergangen, und der unbekümmert lachende Manager mit dem immer gegenwärtig scheinenden Schalk in den Augen lässt durchblicken, dass ihm seine Aufgabe gefällt, dass er an ihr gewachsen

ist und dass er mit sich, der Welt und seinem Führungsteam zufrieden ist. Er lässt sich nicht stressen, betrachtet seine Arbeit als tägliche Herausforderung, die ihm viel Spass macht, und führt die immerhin ca. 200 Arbeitnehmer zählende Firma, die jährlich rund 2 Mio. Meter anspruchsvolle Gewebe produziert, in engster Mitarbeit mit den Verkaufsdirektoren der Bereiche Kleiderstoffe, Dekogewebe und Krawatten. Mit Vitalität und Dynamik steuert er das ihm anvertraute Unternehmen auf steten Erfolgskurs und hat heute die Zukunft mit realistischem Optimismus im Visier.

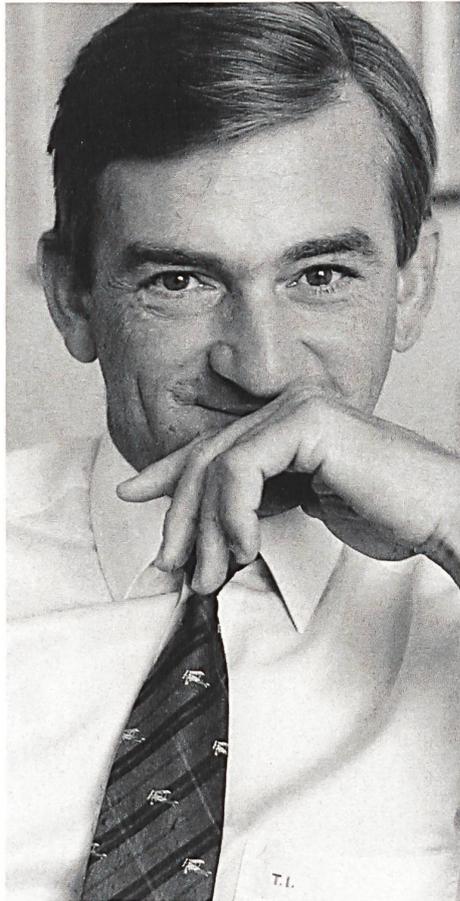
IM GESPRÄCH MIT EXPONENTEN DER SCHWEIZERISCHEN TEXTILWIRTSCHAFT

«BEI UNSEREM FÜHRUNGSSTIL STEHT DIE MENSCHLICHE KOMPONEN- TE AUF DER GANZEN LINIE IM VORDERGRUND»

Thomas Isler sieht seine Hauptaufgabe an der Führungsspitze des Unternehmens nicht in einer «splendid isolation», sondern in einer sehr engen Zusammenarbeit mit dem Kader. Dazu gehören die täglichen Besprechungen mit den hauptverantwortlichen Direktoren ebenso wie die Information des mittleren und unteren Kaderns.

Dieses Unterrichtetsein auf allen Stufen und die jedem Arbeitnehmer übertragene Verantwortung für seine Aufgabe soll dem Mitarbeiter ein Optimum an persönlicher Befriedigung vermitteln und in ihm die Motivation zur bestmöglichen Leistung wecken. Der in der Geschäftsführung übliche, eingehend informierende Stil beugt zudem allen Intrigen oder allfälligen Missverständnissen vor.

«Ich bin meinem Vater sehr dankbar, dass er mit der Auflösung des Verkaufsbüros in Zürich 1938 bereits den Grundstein für das heutige Konzept gelegt hat und die Konzentration der Geschäftstätigkeit in Wädenswil in die Wege leitete», betont Thomas Isler mit Nachdruck. «So lässt sich der enge Kontakt zu allen Bereichen kompromissloser gestalten, der Betrieb ist klarer überblickbar, und die Flexibilität kann optimal gehalten werden. Dies ist umso wichtiger, da wir in den Sektoren DOB-Stoffe und Dekogewebe ausschliesslich nach den Wünschen unserer Kunden produzieren. Die Vertriebskanäle der beiden Bereiche sind zwar leicht verschieden. Der Verkauf der DOB-Stoffe ist exklusiv auf Schweizer Manipulanten ausgerichtet, während die Dekogewebe zu 70% nach den USA (New York), nach Deutschland, Frankreich und Italien exportiert werden, und die übrigen 30% gehen an die wenigen, dafür umso leistungsstärkeren Manipulanten in der Schweiz.»



«MIT DEN FAST AUSSCHLIESSLICH AUF DIE MANIPULANTEN BESCHRÄNK- TEN HANDELSBEZIEHUNGEN SIND WIR IMMER GUT GEFAHREN»

Die Zusammenarbeit mit diesen Grossverteilern ist sehr intensiv und verlangt unablässige Musterung und Neuentwicklung. Pro Jahr werden bei Gessner AG ungefähr 2000 neue Dessins kreiert, wobei auch neue Stoffkonstruktionen eingeschlossen sind. Das Unternehmen legt zwar den Interessenten nur eine auf breiter Grundlage ruhende Pilot-Kollektion vor, auf der dann die entsprechenden Spezialitäten nach der jeweiligen Kollektionsdisposition des Kunden weiterentwickelt und realisiert werden. «Wir gehen bei unseren

Vorlagen sehr selektiv vor und vermeiden wo immer möglich Kollisionen. Es ist seit jeher unser Bemühen gewesen, jedem Manipulanten genau das zu geben, was in seiner Linie liegt. Das schafft Vertrauen und sichert uns eine weitgehende Kundentreue.

Natürlich ist das Abnehmerpotential auch Schwankungen unterworfen. Da geben Kunden aus irgend einem Grund ihren Betrieb auf, und andererseits kommen neue Leute auf den Markt – nicht nur schweizerisch, sondern international gesehen –, die in ihren kreativen Intentionen für uns interessant werden könnten. Dann suchen wir selbstverständlich das Gespräch und den Kontakt mit ihnen.»

«DIE BETREUUNG LANGJÄHRIGER GESCHÄFTSPARTNER STEHT AN ERSTER STELLE»

Diese Devise ist vor allem in Zeiten produktiver Überbeanspruchung, wie gerade jetzt, für die treuen Abnehmer von besonderer Bedeutung, die dann von einer eventuellen Kontingentierung weniger betroffen werden, haben ihre Ansprüche doch absolute Priorität; ein Konzept, das auch durch den Verwaltungsrat abgesegnet worden ist. Deshalb ist ein Druck von aussen auf die Geschäftsleitung undenkbar.

«In den letzten fünf Jahren konnten alle drei Abteilungen eine erfreuliche Umsatzsteigerung verzeichnen, jedes Jahr mehr, als es der Erwartung entsprach. Dies geht allerdings nicht auf eine Vergrößerung der Produktion zurück, sondern auf die kontinuierliche Wertsteigerung der hergestellten Artikel. Dies gilt auch für 1985. Die Nachfrage nach hochwertigen Qualitäten in edlen Naturfasern hat das Niveau noch mehr angehoben, wobei das Rohmaterial Reinseide in den letzten 2–3 Jahren zum Verbrauchsgut Nummer eins geworden ist, nachdem wir in den frühen 70er Jahren kein Kilogramm Seide mehr verarbeiteten. Reinseidenartikel stehen jetzt nicht nur bei den DOB-Stoffen und den Krawattengeweben im Vordergrund, sondern sind vermehrt auch im Deko-Bereich anzutreffen. Teure Ware, aber schön!» Die Begeisterung darüber ist bei Thomas Isler echt.

Anteilmässig macht die Seide in der Gesamtproduktion 40% aus, die Baumwolle 25–30%, der Rest ist aufgeteilt in Synthetics, Wolle, Leinen, die vor allem für Mischgewebe aktuell sind.

«DIE KRAWATTENSTOFF-ABTEILUNG ARBEITET AUF VOLLTOUREN»

Im Bereich Krawattenstoffe, wo man eigene Vertriebsnetze ausgebaut hat, kann man sich nicht über Auftragsmangel beklagen. Seit 1972–1974 hat die Marktlage nie mehr so rosig ausgesehen wie heute. Die Gessner AG betreut seit der Übernahme der Naef-Kollektion zwei Krawattenstoff-Kollektionen, die auf den Hauptmärkten der Welt getrennt angeboten werden: als Naef-Fashion-Kollektion und als Gessner-Division-Kollektion; auf den Sekundärmärkten präsentiert man sie gemeinsam. Auch bei der Krawattenproduktion ist ein Trading up festzustellen, da sich der Prozentsatz an Reinseidenstoffen ebenfalls vergrössert hat. Der Jahresumsatz macht etwa 30% des Gesamtumsatzes des Unternehmens aus.

«ANGENEHMERE ARBEITSBEDINGUNGEN SCHAFFEN MOTIVIERTE ARBEITNEHMER»

Der 1979 in Betrieb genommene Fabrikneubau, der neben der alten Produktionsstätte gebaut worden war, hat sich in seiner ganzen Konzeption bewährt. Die Betriebsabläufe sind effizienter geworden, unproduktive Arbeit ist ausgeschaltet, und durch die angenehmeren Arbeitsbedingungen an den rationell gestalteten Plätzen zeigt sich das ganze Personal motivierter in seiner Arbeit. Die Renaissance der Jacquardgewebe in den letzten Jahren hat es der Unternehmensführung auch ermöglicht, früher als vorausgeplant, Neuinvestitionen vorzunehmen und alte Webstühle durch 40 neue Hochleistungsmaschinen zu ersetzen. So ist in der ganzen Weberei kein Webschiffchen mehr anzutreffen, da jetzt nur noch modernste Greifermaschinen ihr schnelles Werk verrichten.

«QUALITATIVES WACHSTUM WIRD VOR QUANTITATIVES GESETZT»

Nach Thomas Isler wird die jetzige Unternehmenspolitik auch in Zukunft in ähnlichem Rahmen fortgesetzt. Man wird die technischen Fortschritte minuziös verfolgen, sich bemühen, den Maschinenpark den jüngsten Errungenschaften anzupassen, die Leistungskapazität des Betriebes jedoch nicht aufzublähen; denn bei Gessner AG ist man darauf bedacht, das Wachstum vor allem auf der qualitativen Seite zu fördern und in jenen Bereichen, welche die Stärke des Unternehmens sind, führend zu bleiben. Die Flexibilität des Betriebes ist für die Unternehmensleitung eine Selbstverständlichkeit, cleveres Marketing ein unbedingtes Muss, um bei entsprechenden Entwicklungen sich gleich einschalten zu können und auf andere Produktelinien umzuschalten, sollte dies eine sich abzeichnende Situation erfordern. Schon jetzt kommt es vor, dass gerade leerstehende Webstühle mit anderen Produkten ausgelastet werden, wie beispielsweise auf den Krawattenwebmaschinen ab und zu modische Jacquard-Schirmstoffe hergestellt werden, oder wenn der Trend nach seidigfeinen Dekogeweben verlangt, man die Fabrikation derselben auf die Webstühle für DOB-Stoffe verlegt, um optimale Resultate zu erlangen. Der sehr aktive Verwaltungsrat hat sich mit diesem Konzept ebenfalls einverstanden erklärt und unterstützt die Bestrebungen der Führungsspitze kompetent.

«DIE MITARBEIT IN BERUFSVERBÄNDEN UND IN DER POLITIK MACHT MIR SPASS»

Thomas Isler entzieht sich auch nicht der Mitarbeit in den Berufsverbänden, wo er Vizepräsident des Vereins Schweizerischer Textilindustrieller (VSTI) ist, dazu Präsident der Arbeitgebergruppe der schweizerischen Seidenstoffwebereien und Vorstandsmitglied des Zentralverbandes als Vertreter der Seidenwebereien. Er findet den Gedankenaustausch in diesen Gremien sehr interessant, da er immer wieder gleich-

gelagerte Problemstellungen antrifft, wie sie ihn im eigenen Unternehmen beschäftigen. Vor zwei Jahren – nach dem plötzlichen Hinschied von Hans Weisbrod – ist dem jungen Manager auch das Präsidium der Zürcher Seidenindustrie-Gesellschaft übertragen worden. «Eine rein ehrenamtliche Position», meint er lächelnd, «die mir kaum Arbeit macht.»

Ganz abseits von seiner beruflichen Tätigkeit widmet sich Thomas Isler mit viel Engagement der Gemeindepolitik in seiner Wohngemeinde Rüslikon. Seit 1974 war er dort Gemeinderat, zuerst vier Jahre Finanzvorstand, und mit 33 Jahren machte man ihn bereits zum Gemeindepräsidenten, ein Amt, das er jetzt schon acht Jahre betreut. «Man kann nicht immer schimpfen, sondern soll sich selber für Verbesserungen einsetzen und sich aktiv an der Gemeindepolitik beteiligen», ist seine Ansicht, der er mit Akribie nachlebt. «Mir macht diese Arbeit auf jeden Fall Spass!»

«MEIN PRIVATLEBEN GEHÖRT MEINER FAMILIE UND MIR»

Wenn es um sein Privatleben geht, verhält sich Thomas Isler konsequent verschlossen. Glücklich mit seiner Frau und den Kindern in seinem Heim, möchte er seine private Sphäre in jeder Beziehung gewahrt sehen. Zur Entspannung, und um sich fit zu halten, treibt der Unternehmer Sport, wenn es die Freizeit erlaubt, rudert im Klub und auch für sich im Sommer, läuft viel und spielt Squash. Im Winter erholt er sich beim Skifahren von seinen vielen Verpflichtungen. Als Absolvent der Handelshochschule St. Gallen – er schloss dort mit dem lic. oec. ab – hat er seit seinen Studentenjahren sich immer sportlich betätigt und möchte dies jetzt nicht missen, auch wenn die Zeit dazu manchmal eher karg bemessen ist.