Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1986)
Heft: 66

Artikel: Für die Zukunft gerüstet
Autor: Stich, Siegfried P.
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-795633

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

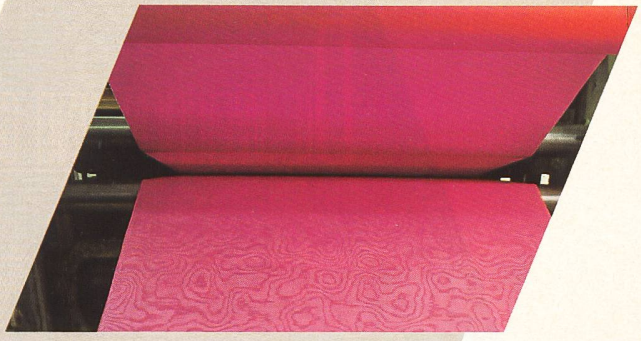
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

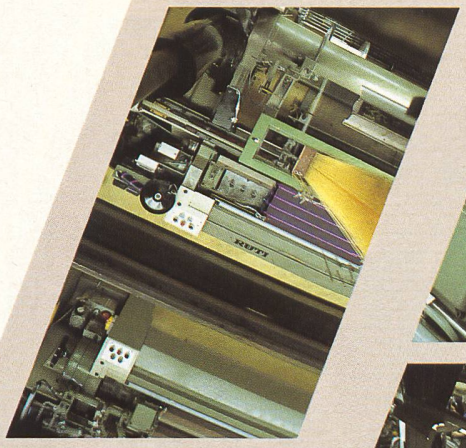
Download PDF: 31.07.2025

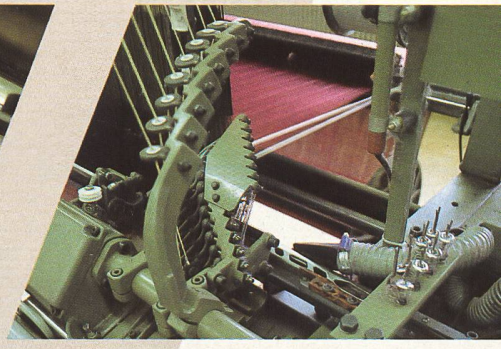
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

FÜR DIE ZUKUNFT GERÜSTET

Die erfolgreiche Geschichte der Weisbrod-Zürrer AG beweist, dass sich handwerkliche Tradition in eine zukunftsorientierte Technologie einbringen lässt







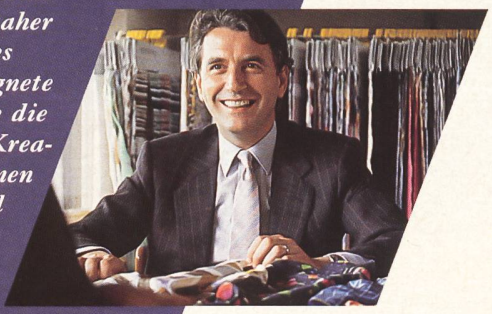
Was der 20jährige, dynamische Jung-Unternehmer Jakob Zürrer 1825 in Hausen am Albis und damit vor den Toren der berühmten Seidenstadt Zürich begann, entwickelte sich im Verlauf der Jahrzehnte zu einem Unternehmen mit einem weltweiten Vertriebsnetz. Nebst der traditionellen Schweizer Qualität wurde vor allem die Kreativität als erfolgsichernde Komponente frühzeitig entdeckt, und es wurde stets darauf geachtet, dass die technologische Entwicklung mit der Zeit Schritt hielt. Traditionsreiches, handwerkliches Können, Erfahrung und unternehmerischer Weitblick für das Machbare sowie die ständige Verpflichtung, dem modisch-eleganten Trend auf der Spur zu bleiben, motivierten die fünf Unternehmer-Generationen, trotz sich ständig verändernden Bedürfnissen ein weltweit marktkonformes Stoffangebot zu bieten. Darauf beruht auch das Vertrauen und die Sicherheit der über 2000 Partner rund um die Welt.

WEISBROD-ZÜRRER AG HAUSEN AM ALBIS

Weisbrod-Zürrer ist in kreativer und technischer Hinsicht auf die Herstellung anspruchsvoller Gewebe ausgerichtet. Durch konsequente Nutzung des technischen Fortschritts werden Spezialitäten nicht nur in Spitzenqualität, sondern auch rationell hergestellt.

DIE WEICHEN SIND GESTELLT

«Wir sind in kreativer und technischer Hinsicht auf die Herstellung komplizierter Gewebe ausgerichtet. Trotzdem haben wir uns quantitativ für 1986 das Ziel gesetzt, rund 1 Mio. Meter hochwertige, seidene Stoffe herzustellen. Wir glauben an die Leistungsfähigkeit unserer Kreation, die auf weltweit aufgespürte Trends und Entwicklungen rasch reagiert. Durch konsequente Nutzung des technischen Fortschritts wollen wir unsere Spezialitäten nicht nur in bester Qualität, sondern auch rationell herstellen. Neben der Qualität gilt es aber, auch eine grosse Beweglichkeit innerhalb unserer Struktur sicherzustellen. Daher war es mir ein grosses Anliegen, durch geeignete Führungsinstrumente die Flexibilität und die Kreativität im Unternehmen zu gewährleisten und den Mitarbeitern möglichst grosse Selbständigkeit zu bieten. Ich bin mir bewusst, dass dieser Führungsstil hohe Anforderungen an Management und Mitarbeiter stellt, aber dieser Einsatz lohnt sich.»



Ronald Weisbrod, Delegierter des Verwaltungsrates

ZWEI FAMILIENNAMEN – EINE GESCHICHTE

Der 1805 geborene Firmengründer Jakob Zürrer war just 20 Jahre alt, als er in Hausen am Albis die erste Seidenfabrikation auf der Landschaft begann. Elf Jahre später beschäftigte er bereits über 1000 Heimarbeiter. Das spricht für die beispiellose Dynamik und die rasche Entwicklung des jungen Unternehmens. 1912 entstand die Zürrer & Co. mit den Geschwistern Dr. Robert Zürrer, Fanny Weisbrod-Zürrer und Witwe E. Zürrer-Syfrig. Damit trat der zweite Familienname erstmals in Erscheinung. 1938/39 erfolgte die Umbenennung in Weisbrod-Zürrer Söhne und gleichzeitig die Übernahme durch Hubert, Richard und Hans Weisbrod, 1964 die Umwandlung in eine Familien-AG und 1967 der Eintritt der fünften Generation durch Ronald Weisbrod, der 1983 Delegierter des Verwaltungsrates wurde.

FÜR DIE ZUKUNFT GERÜSTET

Gewaltige technische Veränderungen trennen die Gegenwart von der Heimarbeiterperiode der Gründerzeit. Geblieben ist die Freude an hochwertigen und technisch komplizierten Geweben; geblieben ist aber auch die an sich selbst gestellte Maxime: durch Kreativität und hohe Qualitätsnormen den weltweit aufgebauten Ruf zu wahren und das Vertrauen auf allen Kontinenten auszubauen.

Ein deutlicher Schritt in diese Richtung war der 1985 erstellte Neubau für den Webereisaal in Hausen am Albis und der Kauf von modernen Greifer-Webmaschinen in Schaft- und Jacquard-Technik. Diese rund drei Millionen Franken beanspruchende Investition optimiert die flexible Eigenproduktion der vielseitigen Angebotspalette. Im Bereich Textil werden heute 140 Mitarbeiter beschäftigt, die mit ihrem traditionsreichen Know-how entscheidend zum Erfolg beitragen. Als ein typisches Beispiel sei hier der berühmte «Hand-Moiré» von Weisbrod-Zürrer erwähnt, eine absolute Weltexklusivität.

Das Volumen an hochwertigen Stoffen verlangt einen weltweiten Vertrieb. So erstaunt der 84%ige Exportanteil keineswegs. Mit einem Gesamtumsatz von 40 Mio. Franken im Jahr 1985 zählen die Marktsegmente Prêt-à-Porter de Luxe und die hochgenrige Konfektionsbranche zu den stärksten Umsatzträgern. Der enge Kontakt mit den Kunden, das subtile Eingehen auf die differenzierten Marktbedürfnisse, unter Wahrung einer hohen Exklusivität, machen das Besondere aus, das sich mit dem Begriff Weisbrod-Zürrer seit Jahrzehnten verbindet.

NOUVEAUTÉS

IN KREATIVER VIELFALT - EXKLUSIV UND MODISCH-ELEGANT

Die angesprochene Vielfalt gilt für Herstellungstechnik und Material gleichermassen. Schaft- und Jacquard-Webmaschinen verarbeiten Seide, aber auch Kunstseide, Zellwolle, synthetische Fasern, Baumwolle oder Leinen als modisch-aktuelle Beimischung. Eine zukunftsgerichtete Zielsetzung ist die stärkere Förderung der Seidenstoffe. Das Spektrum reicht von Uni über kunstvoll ausgearbeitete Drucke bis zu Schaft-Mustern und den unbegrenzten Möglichkeiten der Jacquard-Weberei. Rund die Hälfte des Nouveautés-Angebots stammt aus eigener Produktion.

EIN FLEXIBLER PARTNER

Die breite Absatzstruktur – mit den wichtigsten Märkten Bundesrepublik Deutschland, Schweiz, Japan, Grossbritannien und Frankreich – erhöht die Vielfalt der Anforderungen, die von Kundenseite an das Unternehmen gestellt werden. Dazu kommt der verstärkte Termindruck, der die Modebranche prägt. Tatsachen, die eine ausserordentlich flexible Strategie verlangen. So besteht bei Weisbrod-Zürrer AG nicht nur ein enorm breites Farbsortiment im Uni-Angebot, sondern die Stärke des Unternehmens zeigt sich in einem ausserordentlich grosszügigen Lagersortiment. Seit zehn Jahren wird der Fantasiebereich durch interessante Buntgewebe und Drucke systematisch ausgebaut. Nahezu einmalig ist der Hand-Moiré, der viel Fingerspitzengefühl und generationenaltes Know-how verlangt.

V.l.n.r.: Nouveautés-Gewebe aus reiner Seide | Festliche Fantasiegewebe | Krawattenstoffe | Fahnen- und Klerusstoffe aus reiner Seide.

TRADITIONSREICHE SPEZIALITÄTEN

STOFF FÜR ANNÄHERND EINE MILLION SEIDENKRAWATTEN PRO JAHR

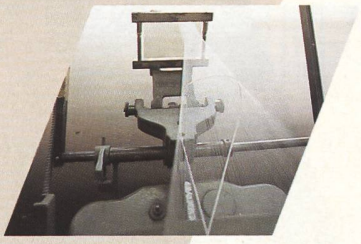
Sie hat schon ihre eigene Geschichte, die Krawatte – und damit hat sie auch der Krawattenstoff in seiner wohl einmaligen Vielfalt. Man schrieb das Jahr 1907, als ein Kunde aus England konkret bei Weisbrod-Zürrer Stoffe für diesen Männerschmuck – oft die einzige Zierde im eher tristen Herrenmodebild – auswählte. Aus diesen bescheidenen Anfängen entwickelte sich ein Angebotsprogramm, das zu den schönsten textilen Kreationen zählt, vorwiegend in reiner Seide ausgeführt, in kleinerem Umfang auch in diversen edlen Mischungen. Krawattenstoffe sind nicht nur etwas vom Schönsten, sondern in der Herstellungstechnik etwas vom Kompliziertesten. Hier sorgt das enorme Know-how für besonders exklusive und phantasievolle Stoffe. Heute partizipiert dieser Angebotsbereich mit rund 17% am Gesamtumsatz Textil.

RASCHES REAGIEREN BLEIBT ENTSCHEIDEND

Bei den Krawattenstoffen sind rollende Musterungen schon seit Jahren Selbstverständlichkeit. Neumusterungen müssen daher in kurzer Zeit realisiert sein. Speziell geäusserte Kundenwünsche dürfen nicht auf sich warten lassen. Hier kommt Weisbrod-Zürrer seine hohe Flexibilität zustatten. Die Hauptabsatzmärkte sind Europa, Amerika und Fernost. Als Exklusivität wären die Stoffe für die Lanvin-Kollektion zu nennen, aber eine ganze Reihe klingender Namen sind traditionsreiche Partner: Nina Ricci, Hardy Amies, Perry Ellis, Polo – um nur einige zu nennen.

WEISBROD-ZÜRRER AG

Div. Textil
Damenstoffe, Krawattenstoffe, Fahnenstoffe
Mitarbeiter: 140
Umsatz: 40 Mio. SFr.
Exportanteil: 84%
Anteil Eigenproduktion: ca. 50%



Div. Loring
Produkte für Baby-Hygiene und Monatshygiene der Frau
Mitarbeiter: 120
Umsatz: 31 Mio. SFr.
Exportanteil: 12%
Eigenproduktion: 100%

WICHTIGE DATEN

1825 *Gründung durch Jakob Zürrer*
1850 *Bau des ersten Fabrikationsgebäudes*
1870 *2. Generation: Oberst Theophil Zürrer-Schwarzenbach*
Erste mechanische Webmaschine
1892 *Erste eigene Stromerzeugung mit Wasser vom Türlersee*
1898 *Fusion mit Weberei Mettmenstetten*
1905 *3. Generation: Theophil Zürrer-Syfrig*
1938 *4. Generation: Eintritt der Söhne der Tochter Fanny Weisbrod-Zürrer.*
Umbenennung in Weisbrod-Zürrer Söhne
1957 *Übernahme der Loring AG, Fabrik für Damen- und Babyhygiene und Erweiterungsbau in Mettmenstetten*
1967 *5. Generation: Eintritt von Ronald Weisbrod*
1983 *Neubau Produktionshalle Loring in Mettmenstetten*
Fusion von Loring AG mit Weisbrod-Zürrer AG
Strukturierung in 2 Divisions:
Textil und Loring (Damen- und Baby-Hygiene)
1984 *Übernahme der Aktienmehrheit der H. Gut + Co. AG, Zürich*
1985 *Neubau Weberei-Saal Hausen am Albis*

DIE EIGENE HANDSCHRIFT BEWAHRT

Die kreative Vielfalt der Weisbrod-Zürrer AG stellt die Unternehmensleitung vor keine leichte Aufgabe, gilt es doch, viel produktspezifische Eigenheit unter ein gemeinsames Dach zu bringen. Doch ist es in geschickter Weise gelungen, allen Kollektionen den Charakter und die eigene Handschrift des traditionsreichen Hauses zu bewahren. Das verlangt besonders viel Sorgfalt beim Suchen nach den besten Produktions- und Einkaufsmöglichkeiten. So konzentriert sich der solide finanzierte Seidenweber auf hochwertige, komplizierte Produktbereiche und tritt bei Stapelware als weltweiter Converter auf. Dieses verantwortungsvolle unternehmerische Handeln schaffte das Vertrauen, welches tragfähige Basis für eine erfolgreiche Partnerschaft bleibt.

Siegfried P. Stich

FAHNEN-, TRACHTEN- UND KLERUSSTOFFE – EINE BESONDERHEIT MIT HANDWERKLICH ANMUTENDER PRODUKTION

Wenn auch der 5%ige Umsatzanteil nicht spektakulär ist, so gehört gerade dieser Angebotsbereich untrennbar zur Geschichte des Unternehmens. Jede in der Schweiz existierende Vereinsfahne aus reiner Seide kommt aus Hausen am Albis, denn der bei Weisbrod-Zürrer produzierte reinseidene Fahnendamast ist eine uneingeschränkte Exklusivität und damit ein traditionsreiches Spitzenprodukt. Aber auch Stoffe für Hissfahnen gehören zu den Spezialitäten des Unternehmens.

RISIKOABSICHERUNG DURCH DIVERSIFIKATION

Nachdem im textilen Bereich das modische Element mit seinen Reizen, aber auch seinen Risiken im Vordergrund steht, wurde 1957 ein unternehmerischer Entscheid zur Absicherung der Zukunft durch den Kauf der Loring AG getroffen. Damit war der Weg frei für eine Produktion, die keine modischen Aspekte aufweist, sondern typisches Konsumgut ist: Damen- und Babyhygiene. Dank modernster Produktionsmethoden hat sich diese Division zur führenden Unternehmung in der Schweiz entwickelt. Der Absatz erfolgt durch Grossverteiler ausschliesslich im Inland. 1985 wurden mit 120 Mitarbeitern rund 31 Mio. Franken Umsatz erreicht.