

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1988)
Heft: 74

Artikel: "Die Textilindustrie muss solidarisch sein"
Autor: Gerber, Rosmarie / Iseli, Heinz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795068>

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: 06.05.2025

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

Mit Heinz Iseli, dem neuen VSTI-Präsidenten, sprach Rosmarie Gerber

«Die Textilindustrie muss solidarisch sein»



Heinz Iseli, Verwaltungsratspräsident der Bleiche AG, Zofingen, ist seit 1. Mai Präsident des Vereins Schweizerischer Textilindustrieller VSTI. Er löste Max Honegger ab. Im folgenden Interview äussert er sich zur Lage der schweizerischen Textilindustrie und den Exportmärkten und skizziert Ideen für seine Verbands-tätigkeit.

Herr Iseli, zur Zeit stehen Schliessungen und Konzentrationsprozesse in der Textilindustrie im Vordergrund. Wirkt sich das nicht negativ auf das Image der Branche aus?

H. Iseli: Leider ist das wahr. Aber der Eindruck ist falsch; unsere Industrie ist gesund. Zwar reduzieren wir Personal und Betriebe, aber das ist ein reiner Gesundungsprozess. Wir stellen eine wesentliche Zunahme der Produktion bei gleichzeitig verbesserter Produktivität fest. Ich bin überzeugt, dass es uns gelingen wird, das Image wieder auf Vordermann zu bringen, wenn wir vermehrt mit positiven Meldungen nach aussen dringen.

Als eines der Probleme der Textilindustrie wird oft eine etwas mangelhafte Kreativität ge-

nannt. Was wollen Sie unternehmen, um z. B. mit Italien gleichzuziehen?

H. Iseli: In Italien herrscht ein anderes modisches Klima. Geht es um Kreativität, müssen wir neidlos den Vorsprung der Italiener anerkennen. Ich denke, wir müssen andere Kriterien in den Vordergrund stellen: auf der ganzen Welt präsent sein, zuverlässig, solid und flexibel.

Am Standort Schweiz wird zudem oft das Lohnniveau kritisiert. Wird dieses nicht durch das tiefe Zinsniveau kompensiert?

H. Iseli: Der Anteil des Kapitals spielt eine geringere Rolle als die Lohnkosten, unter denen alle ausser den vollautomatisierten Betrieben leiden. Wir unterstützen deshalb den Arbeitgeberverband in seinen Bemühungen um höhere Maschinenlaufzeiten.

Wie steht es mit der Nachwuchsförderung?

H. Iseli: Bisher war diese gut. Neu stellen sich mit den geburtschwachen Jahrgängen einige Probleme. Und es gibt zu viele Textilbetriebe in der Schweiz, die keine Lehrlinge ausbilden. Wir freuen uns über den Erfolg der Fachschulen, aber wir brauchen vor allem auch unsere Kader – Meister und Abteilungsleiter.

Wie wollen Sie Lehrstellen attraktiver machen?

H. Iseli: Wir bemühen uns enorm. Ein spezieller Berater des VATI steht den einzelnen Betrieben zur Verfügung. Soeben haben wir auch einen neuen Film fertiggestellt, den jede Firma als Video erstehen kann. Damit sollen Lehrer, Eltern und potentielle Lehrlinge animiert werden. Wir führen auch konstant Betriebsführungen für Abschlussklassen durch. Ausserdem wollen wir die PR forcieren; wir haben da viel nachzuholen. Ein schlechtes Image wirkt sich auch auf die Rekrutierung des Nachwuchses aus.

«ZOLLSCHRANKEN MÜSSEN FALLEN»

Kommen wir zum Textilexport. Muss man davon ausgehen, dass auf die Schweiz massive Probleme zukommen, wenn die EG 1992 ihre Zollschränke fallen lässt?

H. Iseli: Sollten die Schranken tatsächlich fallen, und sollte die Schweiz keine Möglichkeiten finden, sich anzupassen, dann würde es prekär. Die Zölle sollten auch für uns eliminiert werden; dafür müssen sich unsere Vertreter in Bern und Brüssel einsetzen. Am schlimmsten betroffen ist der passive Textilveredelungsverkehr: Wir können rund 40 Prozent der möglichen Kunden in der EG nicht beliefern. Bei weiterer Abkapselung müssten unsere Betriebe noch mehr ins Ausland verlagert werden. Damit wäre ein weiterer Arbeitsplatzabbau verbunden.

Gibt es spezifische Aktionen, die Sie sich zur Exportförderung vorgenommen haben?

H. Iseli: Wir haben die gemeinsame Marke «Swiss Fabric», die wir noch bekannter machen wollen durch Beteiligung an ausländischen Messen; zum andern werden wir uns vermehrt an die ausländische Presse wenden.

«SCHWEIZER PRODUKTE: BODENSTÄNDIG UND HOCHWERTIG»

Wie wollen Sie schweizerische Produkte von ausländischen Konkurrenzartikeln abheben?

H. Iseli: Schweizer Textilprodukte sind bodenständig und hochwertig, Termine werden eingehalten, und wir bieten angemessene Kreativität.

In welchen Märkten wollen Sie Ihre Bemühungen besonders intensivieren?

H. Iseli: Eindeutig ist der Ferne Osten ein Wachstumsmarkt, und auch in den USA sind Reserven zu aktivieren.

Verschiedene Schweizer Unternehmen haben wegen ihrer einseitigen Ausrichtung auf gewisse Exportmärkte Schwierigkei-

ten. Was will Ihr Verband für eine bessere Streuung tun?

H. Iseli: Darum bemühen wir uns sehr; wir waren im letzten Jahr erstmals an der Interstoff in Hongkong; wir sind in Paris, Frankfurt und New York präsent. Natürlich müssen wir auch die Wirtschaftsleute auf unseren Botschaften auf dem laufenden halten, dafür sorgen, dass aus jenen Ländern auch Informationen an unsere Industrie zu-rückfliessen.

Der Ferne Osten hat qualitativ aufgeholt. Was können Sie dagegen ins Feld führen?

H. Iseli: Beim Rohgewebe Baumwolle machen uns die Folgen schwer zu schaffen. Wo der modische Aspekt eine grössere Rolle spielt, ist die Gefahr weniger gross. Vor 20 Jahren litten wir an einem Japan-Trauma; das hat sich erledigt. Vor 25 Jahren haben uns die Chinesen mit feinen Wollstoffen Schwierigkeiten gemacht; die werden heute in China selbst konsumiert. Wir haben sogar zusätzliche Chancen auf jenen Märkten. Korea und Taiwan sind ein Problem; die können grundsätzlich dasselbe produzieren wie wir, aber sie bringen die Stoffe nicht rasch genug auf den Markt.

Wo werden die Schwerpunkte Ihrer Tätigkeit als VSTI-Präsident liegen?

H. Iseli: Wichtig ist, dass die Textilindustrie unter sich solidarisch ist. Wir müssen uns massiv hinter unsere Grundmarke stellen und diese breitest möglich propagieren. Beispielsweise hat dieses Frühjahr die Baumwollindustrie ein neues Markenzeichen kreiert. Das darf natürlich nicht allein, sondern nur zusammen mit dem Zeichen «Swiss Fabric» auf den Markt kommen, auf die gleiche Art, wie die Wollwebereien das Wollsiegel mit dem «Swiss Fabric»-Zeichen kombinieren. Wenn seinerzeit die Idee mit dem Wollsiegel keinen Erfolg gehabt hätte, müssten heute die Schafe den Arabern als Schlachtfleisch verkauft werden.