Zeitschrift: Élégance suisse
Herausgeber: Gesamtverband der schweizerischen Bekleidungsindustrie
Band: - (1974)
Heft: 1

Artikel: Rückblick und Ausblick
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-794960

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: 17.07.2025

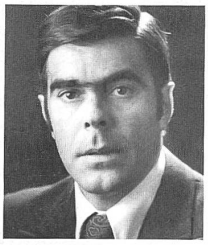
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

RÜCKBLICK UND AUSBLICK
Gestiegene Exportanteile

Drei erfolgreichen Firmen der schweizerischen Bekleidungsindustrie haben wir vier Fragen gestellt:

Walter M. Burger
PKZ Burger-Kehl & Co. AG, Zürich

Produktionsprogramm: Anzüge, Vestons, Hosen, Woll- und Baumwollmäntel für Herren.



Urs Naegeli
A. Naegeli AG, Tricotfabriken, Berlingen und Winterthur

Produktionsprogramm: Gewirkte und gestrickte Freizeitbekleidung für Damen, Herren und Kinder; Unterwäsche, Pullover und Pyjamas.

Hanspeter Bollag
Valéry AG, Blusenfabrik, Bern

Produktionsprogramm: Damenblusen.

Wie haben sich Ihre Exporte im Jahre 1973 entwickelt?

Unsere Aktivitäten im Ausland waren mit einer Zuwachsrate von 39% recht erfolgreich. Die Unterschiede sind allerdings von Land zu Land sehr gross. Starken Minuszahlen stehen spektakuläre Pluszahlen gegenüber. Besonders gut verkauft haben wir – neben dem traditionellen englischen Markt – nach Südafrika, Japan und Portugal.

Unser Export konnte im Jahre 1973 um 30% gesteigert werden und betrug rund 12% vom Gesamtumsatz. Der Umsatz mit unserem früheren Hauptexportgebiet Amerika war leider etwas rückläufig, dies vor allem wegen der Dollar-Schwäche. Diese Einbusse konnte mit einem stark gesteigerten Umsatz nach Österreich mehr als wettgemacht werden. Neu dazugekommen ist der japanische Markt. Nach wie vor schlecht vertreten sind wir im ganzen EWG-Raum, wobei mit Deutschland ein bescheidener Anfang gemacht worden ist. Insgesamt exportieren wir nach 24 Ländern.

Unsere Exporte wiesen im Jahre 1973 steigende Tendenz auf. Erreichte doch der Exportanteil 40% unserer Produktion. Österreich ist unser Exportkunde Nr. 1, dicht gefolgt von den skandinavischen Ländern. Als erstes EWG-Land haben wir in Belgien erste Verkaufserfolge buchen können.

Mit welchen Produkten waren Sie im Export besonders erfolgreich?

Vom Artikel ausgehend, stellen wir eine fühlbare Stärkung des Anzugsgeschäftes fest; allerdings zu Lasten der Sportkombination. Im Genre sind es die besten aber auch teuersten Artikel, die uns die grössten Erfolge brachten. Als typisches Beispiel sei Japan erwähnt, wohin wir, neben einer bedeutenden Zahl sehr anspruchsvoller Baumwollmäntel, beachtliche Mengen an feinsten Cashmere-Mänteln verkauften.

Den grössten Erfolg hatten wir mit unserer Homewear-Kollektion GERRY GREEN, speziell mit unserem Baumwoll-Plüsch «Star-Velours». An zweiter Stelle liegen Plüsch-Pullover und Rollkragenleibchen. Im weitern haben wir mit einem der grössten japanischen Textil-Unternehmen einen Lizenzvertrag für unsere Freizeit-Kollektion GERRY GREEN unterzeichnet, sodass wir den japanischen Markt nicht mehr direkt beliefern können. Der Export an Wäsche ist klein.

Da wir nur Blusen herstellen, können wir hier eher im Stil unterscheiden. Schweden, Norwegen und Österreich kaufen bei uns den jungen modischen Stil, während beispielsweise Dänemark, Grossbritannien und Belgien den konservativen Genre bevorzugen. Dies hängt zwar weitgehend von der Persönlichkeit des entsprechenden Vertreters ab.

Haben die starken Preissteigerungen auf Wolle und Baumwolle Ihre Kollektionen beeinflusst?

Die Frage muss klar bejaht werden, indem die Kollektionen vom Material her eine Verschiebung nach unten erfahren haben. So wurden z.B. Cashmere-Mäntel ersetzt durch Mischungen von Wolle mit Kamelhaar. Desgleichen wurden einzelne hochwertige reinwollene Gewebe ersetzt durch Mischungen. Durch diesen Abstieg in tiefere Qualitäten, konnten die Preise wenigsten stabil gehalten werden.

Im allgemeinen nein! Nach wie vor verarbeiten wir hauptsächlich Baumwolle und sehr wenig Wolle. Die Preissteigerung in Baumwolle ist bekanntlich weltweit, aber wir sind überzeugt, dass gute Qualität, sorgfältige Verarbeitung und eine modische Kollektion zu mittleren Preisen nach wie vor gefragt sind. Aber auch wir machen uns Sorgen um die Preisentwicklung der Rohstoffe und fürchten einen verschärften Wettbewerb.

Reine Wolle können wir des hohen Preises wegen aber auch von der Pflege her nicht verkaufen. Bei Baumwolle sind wir auf Mischgewebe ausgewichen, um die Preiserhöhungen aufzufangen.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Exporte im laufenden Jahr?

Wir haben berechtigte Hoffnung, unseren Exportanteil im laufenden Jahr zum mindesten halten zu können. Allerdings werden sich auch weiterhin Verschiebungen ergeben zwischen den bestehenden Märkten. Neue Märkte, die wir seit Jahren systematisch aufgebaut haben, werden mithelfen, Ausfälle auf den traditionellen Märkten auszuglätten. Schwierigkeiten sind namentlich zu erwarten durch sinnlose Dumping-Offerten von Fabrikanten, die aus dem «letzten Loch» pfeifen.

Wir sind eher optimistisch, doch wie gesagt fürchten wir stückmässig eine kleine Einbusse. Auf der anderen Seite wird sich beim Konsument das Qualitätsdenken wieder in den Vordergrund stellen, da die «Billig-Preis-Artikel» durch den Aufschlag der Rohstoffe prozentual noch teurer werden. Die modische und bequeme Hausbekleidung ist aber von vielen Frauen noch kaum entdeckt worden. Wir erwarten wieder vermehrt amerikanische Einkäufer und versuchen, mit anderen Ländern Lizenzverträge abzuschliessen. Dank dem Zollabbau im EWG-Raum hoffen wir, dieses Jahr den Umsatz mit unseren Nachbarländern zu steigern.

Grossbritannien und USA werden wohl auch im laufenden Jahr währungsbedingt keine grossen Orders in Schweizer Franken plazieren können. Wir rechnen hingegen mit einer nochmaligen Umsatzsteigerung im EFTA-Raum, inkl. Portugal, aber auch – dank dem Zollabbau im EWG-Raum – in Belgien und Deutschland, falls wir in diesen Ländern unser Firmenkonzept für junge modische Ware durchzusetzen vermögen.