Zeitschrift: Élégance suisse
Herausgeber: Gesamtverband der schweizerischen Bekleidungsindustrie
Band: - (1974)
Heft: 2

Artikel: Einkäufer beurteilen Schweizer Bekleidung
Autor: Nicolò, Marco de
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-794969

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

EINKÄUFER BEURTEILEN SCHWEIZER BEKLEIDUNG

Ergebnisse zweier Umfragen

Die Schweizer sind anspruchsvolle Konsumenten – auch auf dem Bekleidungssektor. Über das Angebot im Einzelhandel, nicht nur an der weltbekannten Zürcher Bahnhofstrasse, ist der ausländische Tourist erstaunt. Nutzniesser ist nicht zuletzt der Textileinzelhandel, der mit ausländischen Gästen ansehnliche Umsätze erzielt. Verkauft wird zwar nicht nur Schweizer Ware. Vom gesamten Einzelhandelsumsatz in Bekleidungswaren dürfte um ein Drittel auf ausländische Waren entfallen. So ist es nicht ausgeschlossen, dass es dem oder anderen ausländischen Touristen ähnlich ergeht wie jener Schweizerin, die aus Japan zu Geschenkzwecken «japanische» Seidenkrawatten nach Hause brachte und erst nach ihrer Rückkehr erkannte, wofür sie sich unbeabsichtigt blenden liess: für nach Japan exportierte Schweizer Seidenkrawatten!

Was soll damit angedeutet werden? Die Tatsache, dass der Wettbewerb zwischen schweizerischen und ausländischen Bekleidungsindustriellen unerbittlich ist. Ausländische Produzenten bezeichnen die kleine Schweiz mit der anspruchsvollen Kundschaft als Testmarkt. Sich hier durchzusetzen, gilt als Auszeichnung. Der Zwang der schweizerischen Produzenten, die Wünsche des verwöhnten einheimischen Einzelhandels zu erfüllen, spornt zu besonderen Leistungen an, die dem Export nur förderlich sind. Unter solchen Voraussetzungen ist es verständlich, dass das Urteil der schweizerischen Einzelhändler über die inländischen Kleiderproduzenten überaus streng ausfällt. Dieses Urteil kennenzulernen, war das Ziel einer vom Gesamtverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie durchgeführten Erhebung bei rund 400 inländischen Einzelhändlern, die auch das Interesse ausländischer Kunden – Konsumenten, Einkäufer und Einzelhändler – finden sollte.

Heute und morgen

Aus 21 Eigenschaften unterschiedlichster Art galt es von den 400 Befragten jene zu nennen, die beim Kauf schweizerischer Bekleidung zutreffen. In folgender Reihenfolge wurden genannt:

1. Exklusiv
2. Gute Verkaufsförderung
3. Interessante Spezialitäten
4. Gute Werbeunterstützung
5. Preiswert
6. Günstige Liefertermine
7. Pünktliche Auslieferung
8. Grosszügigkeit
9. Differenziertes Angebot
10. Guter Kundendienst

Dem Gesamtverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie ging es nicht nur darum, die effektive Bewertung des Einzelhandels kennenzulernen. Wichtiger ist die Zukunft, die Frage also, welche Eigenschaften der schweizerische Einzelhandel künftig von der schweizerischen Bekleidungsindustrie erwartet. Die statistische Auswertung der Antworten soll und wird auch dazu dienen, Schlussfolgerungen zu ziehen. Im Vordergrund stehen die folgenden 10 Eigenschaften:

1. Modisch und aktuell
2. Sorgfältige Verarbeitung
3. Qualitativ hochwertig
4. Preiswert
5. Pünktliche Auslieferung
6. Gute Passform
7. Gutes Tragverhalten
8. Gutes Pflegeverhalten
9. Günstiger Liefertermin
10. Gute Werbeunterstützung

Es gibt viele gute Gründe...

Der Zufall will es, dass nur kurz zuvor im Nachbarland Österreich, dem wichtigsten Exportmarkt der schweizerischen Bekleidungsindustrie, beim österreichischen Einzelhandel eine Umfrage über das Image der Schweizer Bekleidung durch das Fachblatt «Österreichische Textil-Mitteilungen» durchgeführt wurde. Die Ergebnisse gelangten in einer schweizerischer Mode gewidmeten Beilage an die Öffentlichkeit. Vorweg stellte die Moderedaktorin dieser Textilfachzeitung unter dem Titel «Es gibt viele gute Gründe, (oft) nach Zürich zu fahren» fest:

«Man schätzt in der Schweiz einen eigenen Stil der Kundenbetreuung. Die Einkäufer sollen nicht in eine amerikanisierte Atmosphäre kommen, so modern sich die einzelnen Unternehmen auch fühlen. Alles ist auf einem gewissen soliden Charme angelegt, einer breiten Behaglichkeit. Kontakte, die sich Zeit zum Reifen gönnen, können bis zur Freundschaft gedeihen, die dann sogar zu einer heute höchst selten gewordenen Tragfähigkeit gelangt. Es ist ein ganz bestimmter Kreis von Einkäufern, der diese Ambiance liebt und deshalb immer wieder kommt. Doch die Schweizer Bekleidungsspezialisten wissen, wie wichtig es für sie ist, auch die an Zürich bisher nur wenig oder gar nicht gebundenen Einkäufer anzusprechen. Immerhin hat sich nämlich die Struktur der textilen Landschaft der Schweiz erheblich verändert. Einige gut organisierte Grossbetriebe haben Substanz gewonnen, um auch international in breiter Front mitreden zu können. Eine beachtliche Anzahl mittlerer und kleinerer Betriebe hat unter Beweis gestellt, dass ihre Lenker Vollblutprofis sind, die keinen Vergleich zu scheuen brauchen. Wer jahrelang in Zürich nicht zu Besuch war, erfährt rasch die Notwendigkeit umzudenken. Neue Programme, neue Konzepte sind an der Tagesordnung. Was dabei überzeugt, ist nicht nur die Wendigkeit des raschen Anpassens, die hier triumphiert. Es sind vielmehr klare, überzeugende Antworten auf die differenzierten Ansprüche eines gewandelten Marktes, die es wichtig im Einkäuferinteresse machen, Angebote und Anbieter sorgsam zu beobachten, um nichts zu verpassen. Was und wie man Mode hier artikuliert, ist sehens- und hörenswert.»

Überwiegend gute Erfahrungen

Aus den Ergebnissen der Umfrage seien nur zwei Beispiele hervorgehoben:

- Auf die Frage «Welche Erfahrungen haben sie beispielsweise mit Schweizer Ware gemacht?» hatte der österreichische Einzelhändler mit «gut», «befriedigend» oder «unbefriedigend» zu antworten. Zwei Drittel nannten «gut», und lediglich 6% waren nicht zufrieden.
- Wie oft klagt der Einzelhandel über unpünktliche Lieferungen? In dieser Hinsicht ist der österreichische Einzelhandel mit den schweizerischen Bekleidungsindustriellen zufrieden. Für über vier Fünftel gelten sie als pünktliche Lieferanten.

Bemängelt wird von vielen österreichischen Einzelhändlern, dass sie von den schweizerischen Vertretern nicht häufig genug besucht werden. Fast 60% der österreichischen Textileinzelhändler reisen selbst in die Schweiz. Dies ist höchst erfreulich. Die Tätigkeit des Reisenden gilt es zwar nicht zu unterschätzen, an Bedeutung wird sie aber eher verlieren. Der Einkäufer wartet nicht auf die Anbieter, er sucht sie auf, wenn immer möglich dort, wo sie in grosser Zahl Gewähr für Markttransparenz bieten. Diesem Ziel soll auch das auf dem Weg von Zürich zum nahegelegenen Flugplatz geplante Textil- und Mode-Center Zürich dienen, in dem unter einem Dach über 300 in- und ausländische Firmen der Textil- und Bekleidungsindustrie ihre Kollektionen permanent vorlegen werden. Um auf die Umfrage des Gesamtverbandes der Schweizerischen Bekleidungsindustrie zurückzukommen: 4 von 5 schweizerischen Textileinzelhändlern erblicken im Textil- und Mode-Center eine Erleichterung ihres Einkaufs. Noch attraktiver als bisher wird aber damit auch die Reise der ausländischen Bekleidungseinkäufer nach Zürich werden.

Marco De Nicolò