Industrielle Nachrichten

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie**

Band (Jahr): **74 (1967)**

Heft 5

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

gerechnet wird. Auch muß sie für sich das Recht in Anspruch nehmen, in begründeten Einzelfällen mit Sondergesuchen an die Behörden zu gelangen und zur Ueberbrückung von momentanen personellen Engpässen *Ausnahmebewilligungen* zu erwirken. Es wird erwartet, daß derartige Gesuche aus dem Bereich der Textilindustrie von den zuständigen Instanzen mit Verständnis und einer gewissen Großzügigkeit behandelt werden.

Probleme der Stickereiindustrie

Die Stickereiindustrie nimmt im Kreise der schweizerischen Textilindustrie eine besondere Stellung ein, da sie in ganz besonders hohem Maße auf den Export ihrer Erzeugnisse angewiesen ist. Sie liefert regelmäßig über 90 % ihrer Produktion ins Ausland. Dadurch ist sie auch sehr abhängig von ausländischen Einfuhrbeschränkungen. Im Jahre 1966 mußte die Stickereiindustrie als eine der wenigen Textilsparten Exportrückgänge im Vergleich zum Vorjahr in Kauf nehmen. Zu diesem Ergebnis haben unter anderem die von Persien erlassene Einfuhrsperre für Stickereien, ähnliche Maßnahmen des Sudans sowie die prohibitiven, bis 200 % des Einfuhrwertes ausmachenden Importzölle einiger südamerikanischer Länder beigetragen. Auch die britische Importsteuer, die gegen Ende 1966 wieder aufgehoben wurde, wirkte sich nachteilig aus. Auch die ersten Monatsergebnisse des laufenden Jahres lassen erkennen, daß die Exportzahlen des Vorjahres nicht mehr erreicht werden. In einem redaktionellen Artikel geht die «Textil-Revue» den Gründen für die momentane unerfreuliche Situation in der Stickerei nach. Sie erwähnte neben der bereits genannten starken Abhängigkeit von den Exportmöglichkeiten auch die immer spürbarer werdende Konkurrenzierung der schweizerischen Fabrikanten durch die Vorarlberger Sticker. Diese können verschiedene Vorteile für sich in Anspruch nehmen und dadurch ihren schweizerischen Mitbewerbern auf den maßgebenden Auslandsmärkten einen harten Preiskampf, besonders auf Stapelartikeln, liefern. Dieser Kampf scheint ein bedenkliches Ausmaß angenommen zu haben und dürfte der Stickereiindustrie dieseits und jenseits des Rheines wenig förderlich sein.

Wenn die «Textil-Revue» die Zukunftsaussichten der Stickerei auch als unbestimmt bezeichnet, weist sie doch darauf hin, daß auch *erfreuliche Akzente* durchaus nicht fehlen. So vermochten einige Sticker, vorwiegend die Hersteller modisch und qualitativ hochstehender Waren, bedeutende Exporterfolge in Hongkong und Japan zu erzielen. Auch die in den letzten Jahren ständig zunehmenden Ausfuhrzahlen nach Italien werden als Lichtblick bezeichnet. Es bleibt zu hoffen, daß sich solche Lichtblicke mehren werden und daß die schweizerische Stickereiindustrie ihre momentanen Sorgen bald überwinden möge.

Dr. P. Strasser

Industrielle Nachrichten

Guter oder schlechter Ruf der Textilindustrie?

Dr. Hans Rudin

Was weiß die Presse von der Textilindustrie? Was denkt sie davon? Wieviel ist in der Oeffentlichkeit von diesem Industriezweig bekannt? Wie ist das Bild, das die Oeffentlichkeit von der Textilindustrie hat? Ist das sogenannte Image gut oder schlecht? Welches sind die Gründe für den guten oder schlechten Ruf der Textilindustrie in der Oeffentlichkeit? Mit welchen Mitteln könnten die Beziehungen zur Presse und zur großen Masse verbessert werden?

Diesen Fragen war das Hauptreferat an der *Frühjahrstagung und Hauptversammlung der Vereinigung schweizerischer Textilfachleute* gewidmet, welche am 22. April 1967 in Zug stattgefunden hat. Carl M. Holliger sprach über «Textilindustrie — in den Augen von Presse und Oeffentlichkeit». Nachstehend seien einige Gedanken des Referenten zusammenfassend wiedergegeben, wobei auch eine kritische Stellungnahme dazu erfolgen soll.

Was weiß «man» über die Textilindustrie?

Der Referent erklärte dazu einleitend sehr kategorisch: «Vor allem die Masse der Zeitungsleser, Radiohörer und Fernsehzuschauer, weniger die Leute von Radio, Fernsehen und Presse, wissen herzlich wenig über die Textilindustrie. Was sie wissen, ist das Allerprimitivste, sind absolute Randerscheinungen und Nebensächlichkeiten, die zumeist heute längst überholt sind. Von jener Zeit, als die Textilwirtschaft offenbar noch keinen so komplizierten Aufbau hatte und das Volk diesem Wirtschaftszweig noch näher stand, existieren heute noch jene Ueberlieferungen, die Ihre Industrie so sehr in Mißkredit bringen.»

Damit hat der Referent tatsächlich auf einen wichtigen und kritischen Punkt hingewiesen. Das Bild und das Wissen, das die Oeffentlichkeit von der Textilindustrie hat, ist nämlich weitgehend durch die Vergangenheit geschaffen worden. Die Textilindustrie war — das hat sich schicksalsmäßig ergeben — die erste richtige Industrie, und sie machte alle Stadien der Frühzeit der Industrialisierung durch. Damals gab es tatsächlich sehr niedrige Löhne, sehr strenge und unangenehme Arbeiten, lange Arbeitszeiten, Kinderarbeit und was dergleichen mehr ist. Noch heute berichten die Lesebücher der Primarschulen im volkskundlichen und geschichtlichen Teil über diese Verhältnisse und wecken die Erinnerungen daran immer wieder aufs neue. Erst in den letzten Tagen erschien z. B. auch in der «Neuen Zürcher Zeitung» eine Abhandlung über den «Spinnerkönig» Heinrich Kunz, worin auf alle Mißstände jener Zeit, insbesondere die extreme Kinderarbeit, hingewiesen wurde. Es ist außerordentlich schwer, diese geschichtliche Hypothek abzubauen. Auch noch vor nicht so langer Zeit, nämlich in den dreißiger Jahren, wurde der negative Eindruck noch einmal verstärkt, als die große Krise die Textilindustrie in ganz besonderem Maße heimsuchte. Dazu bemerkte der Referent: «Dieses Bild wurde durch die Textilkrise der dreißiger Jahre verstärkt, als in der Ostschweiz viele Betriebe in Konkurs gerieten oder wenigstens harte Zeiten durchmachten. Damals wurde auch das Wort von der krisenanfälligen Textilindustrie geprägt, das später von dieser freudig übernommen wurde. Die Bestrebungen der letzten Jahre, die Textilindustrie als zukunftsträchtig und wachstumsfreudig — was sie zweifellos ist — zu präsentieren, fielen auf unfruchtbaren Boden und werden sogar von Wirtschaftskreisen höchstens mit einem mitleidigen Lächeln quittiert.»

Mit der letzten Bemerkung scheint uns der Referent zu weit zu gehen. Es ist zweifellos gelungen, in verschiedenen Kreisen die Meinung zu schaffen, daß große Teile und viele Betriebe der Textilindustrie sehr leistungsfähig sind und eine erfolgreiche Zukunft vor sich haben. Man identifiziert dann eben diese Teile der Industrie oder die einzelnen angesehenen Firmen nicht mit der Vergangenheit der ganzen Industrie.

Wir sind überzeugt, daß es mit der Zeit gelingen wird, den jetzt noch schwarzweiß gefleckten Ruf der Textilindustrie mit der Zeit durch geeignete Aufklärung und Information grundlegend zu verbessern. Dazu bedarf es aber nicht nur großer Anstrengungen der Verbände, sondern auch jedes einzelnen Betriebes. Wenn jeder einzelne Betrieb einen guten Ruf hat, dann hat ihn sicher auch die ganze Industrie.

Wie sind die Beziehungen zwischen Textilindustrie und Presse?

Dazu drückte sich der Referent sehr pointiert aus. «Ich erzähle Ihnen wirklich nichts Neues, wenn ich sage, daß diese Beziehungen der Textilindustrie, unter der ich hier die gesamte Textilwirtschaft verstanden wissen möchte, herzlich schlecht sind. Es ist Aufgabe der Textilindustrie, die Beziehungen zur Oeffentlichkeit zu pflegen. Es ist an ihr, die spezifischen textilen Probleme an das Licht der Oeffentlichkeit zu tragen.»

Mit dieser allzu zugespitzten Stellungnahme geriet der Referent zweifellos ein wenig neben die Wirklichkeit. Man kann zwar nicht sagen, daß die Beziehungen der Textilindustrie zur Presse besonders intensiv seien — sie sind aber auch nicht besonders schlecht. Auf der Ebene der Verbände können die Beziehungen zur Presse sogar als recht gut beurteilt werden. Anderseits bestehen zwischen den einzelnen Firmen und der Presse nicht sehr enge Beziehungen. Der Grund liegt darin, daß die große Menge der Textilfirmen mittlere und kleinere Betriebe sind, welche weder eine spezielle Stabsstelle mit solchen Aufgaben betreuen können, noch sich getrauen, als mittlerer Betrieb die Presse in Anspruch zu nehmen. Es herrscht in vielen Kreisen der Textilindustrie in dieser Hinsicht eine vielleicht allzu große Bescheidenheit.

Allzu große Bescheidenheit?

Diese Bescheidenheit führte auch dazu, daß die wenigsten Textilfirmen ihre Gebäude angeschrieben haben. Dazu bemerkte C. M. Holliger mit Recht: «Ich möchte hier ein Beispiel zitieren: Jedes Kind in der Schweiz kennt die Stoffels-Tüechli, und die Hausfrau weiß, daß Aquaperl ebenfalls eine Stoffel-Ausrüstung ist. Aber wo sitzt eigentlich die Firma Stoffel? In St. Gallen, in Lichtensteig, in Mels oder in Elgg? Jedenfalls fahren täglich 5779 Motorfahrzeuge mit rund 9000 Personen an einer Stoffel-Fabrik in Elgg vorbei. Das sind im Jahr etwa 3,3 Millionen Menschen. Aber nur die wenigsten von ihnen dürften wissen, daß dieser Fabrikbau eine Stoffel-Fabrik ist: nirgends findet sich ein Firmenzug oder eine Leuchtreklame an diesem Fabrikgebäude. Doch dies ist nur ein Einzelfall unter Hunderten. Ich selbst reise hin und wieder den kleineren Betrieben der Textilindustrie nach, um mich mit den Unternehmern über ihre Probleme zu unterhalten. Aber an den wenigsten Orten fand ich bei meinem ersten Besuch die Fabrik auf Anhieb, da sie nicht angeschrieben war. Meine Damen und Herren, dieses verschämte Versteckenspielen hat nichts mit Bescheidenheit zu tun, sondern ist eine sträfliche Unterlassung in einer Zeit der integralen Firmenwerbung. Im übrigen: Wenn man etwas ist und leistet, darf man stolz auf seinen Betrieb hinweisen. Man stelle sich einmal vor, was es heißen würde, wenn an den Straßen von Zürich nach St. Gallen oder an den entsprechenden Bahnlinien jede Textilfabrik groß angeschrieben wäre: Man sähe ja vor lauter Textilindustrie nichts mehr anderes.» Es wäre schon ein großer Schritt vorwärts, wenn die einzelnen modernen und gutgeführten Textilfirmen in der Oeffentlichkeit, und sei es nur durch die Anschrift der Firma, bekannter würden.

Produktwerbung und Ruf

In der Regel macht die Werbung für ein Produkt auch die Firma als solche bekannt. Ein gutes Produkt seinerseits verbessert auch den Ruf der Firma, die es herstellt. Der Referent an der VST-Tagung behauptete hier allerdings das Gegenteil: «Doch die beste Textil-Markenartikelwerbung und das beste Image textiler Markenartikel vermögen nicht das Bild, das sich Presse und Oeffentlichkeit von diesem Industriezweig machen, zu verbessern.» Wir glauben, daß dieses Urteil nicht zutrifft. Ausgezeichnete Produkte, die unter dem Namen der Herstellerfirma bekannt sind, werben auch für die Firma als solche, und die hervorragende Qualität der Schweizer Textilprodukte

Kritisch beobachtet – Kritisch kommentiert

Textilfeindliche Mode

Die Mode ist der Motor der Textilindustrie. Diese Aussage ist bestimmt richtig, denn die Mode schafft die Nachfrage. Die saisonmäßigen Veränderungen von Schnitt und Farbe in den textilen Fertigerzeugnissen, also die Arbeit der Couturiers und Konfektionäre, ist die grundlegende Substanz aller Vorarbeiten, angefangen bei der Web- und Wirkwarenherstellung und im weitern Sinne bei der Garnfabrikation wie auch bei der Textilveredlungssparte. Diese Zweige stellen wiederum an die Textilmaschinen-Hersteller ihre Forderungen nach Maschinen, die dem rapiden Wechsel der modischen Belange rasch folgen können. «Die Phantasie der Modeschöpfer wirkt direkt auf den Textilproduzenten und über diesen auf den Maschinenbauer» (aus dem Vortrag von Generaldirektor M. Steiner, Winterthur, gehalten an der Textiltechnischen Herbsttagung des VDI vom 14. bis 16. Oktober 1966 in Lindau/Bodensee).

Dies sind klare Gegebenheiten mit schicksalshaften Ausstrahlungen, die von den Faser-, Gewebe- und Wirkwarenproduzenten aufgefangen werden müssen — besonders dann, wenn eine Moderichtung nicht einschlägt. Daß dies der Fall sein kann, bewies seinerzeit die sogenannte Sackmode, die nur für die superschlanken Mannequins geschaffen war. Normalproportionierte Frauen konnten jenem Schrei nicht folgen, obwohl die Frauenwelt gerne bereit ist, die verschiedensten Modeströmungen mitzumachen — eine Betätigung, «die sehr aufregend sein muß».

Heute stehen wir wieder vor einer ähnlichen Situation. Kurz, kürzer, am kürzesten vollzieht sich die Minimode. Aesthetisch oder unästhetisch? — wer entscheidet diese Frage! Wer kann bzw. darf diese kurze Garderobe tragen? Bestimmt gutgewachsene 16jährige Mädchen. Und die übrige Frauenwelt?

Wie damals die Sackmode, wird nun die Minimode in allen Modeschriften in üblicher Art propagiert. Es wird sich nun zeigen, ob diese kurzen Röcke, die ja so wenig Stoff benötigen, sich nicht hemmend auf den allgemeinen Verkauf auswirken werden, denn es besteht die Möglichkeit, daß die breite Käuferinnenschaft zurückhaltend bleibt. Und das Resultat? Siehe oben.

Dies sind Probleme, die auch die Modejournalistinnen und Modejournalisten zu persönlichen Stellungnahme verpflichten. Wenn auch die Mode als Spiegel der Zeit gilt, stehen doch volkswirtschaftliche Faktoren auf dem Spiel, und aus diesem Grunde könnten die Repräsentanten der Modepresse, dank ihres Wissens und ihrer Tätigkeit, wegleitend wirken.

Ein Anfang wurde in Berlin gemacht. Unter dem Motto «Mode ist für alle da!» demonstrierten 25 vollschlanke Mannequins auf dem Berliner Kurfürstendamm. Dazu schrieben u. a. die «Düsseldorfer Textil-Mitteilungen» am 14. April 1967: «Die modebewußte Frau wisse nicht, was sie kaufen soll, weil ihr nicht die entsprechenden Größen angeboten würden.»

Spectator

im allgemeinen ist gerade das, was positiv zum Image der Textilindustrie beiträgt. Erfahrungen auf dem Nachwuchssektor beweisen, daß Firmen, die eine angesehene und gutbekannte Marke fördern, viel weniger Schwierigkeiten haben, Nachwuchs anzuwerben, als Firmen, die anonyme Produkte verkaufen.

Image beeinflußt Nachwuchsgewinnung

Die vielleicht wichtigste Auswirkung des Image einer Industrie ist diejenige auf dem Arbeitsmarkt. Personalbeschaffung und Nachwuchsgewinnung werden entscheidend vom Image einer Firma und eines Industriezweiges beeinflußt. In der Textilindustrie haben sich die Personalprobleme außerordentlich zugespitzt. Gerade im Hinblick auf die Personalanwerbung und die Nachwuchsgewinnung hat man begonnen, sich sehr ernsthaft mit der Frage des Rufes der Textilindustrie zu beschäftigen. Zunächst einmal wäre es sehr wichtig, sich innerhalb der Textilindustrie selber zuversichtlicher zu zeigen. Wir können dem Referenten zustimmen, wenn er bemerkt: «Wenn die Textilindustrie stets über das Personalproblem klagt, so muß man sich in Ihren Kreisen nicht verwundern, daß sich potentielle Arbeitskräfte die Frage stellen: Wieso arbeiten viel zu wenig Leute in der Textilindustrie? Offenbar ist in dieser Branche die Lücke besonders groß. Ganz natürlich ist die Antwort, die allerdings verschieden lauten kann: 1. Sind die Arbeitsbedingungen unhaltbar oder nicht zumutbar? 2. Gibt es in dieser Branche zu wenig Schweizer, so daß man unter den Ausländern in der Minderheit ist, und 3. ist der Verdienst in der Textilindustrie erheblich kleiner als in anderen Zweigen?»

Die Nachwuchspropaganda und Berufsaufklärung der Verbände muß zweifellos noch ganz gewaltig intensiviert werden, um solche Fragen gar nicht aufkommen zu lassen. Allerdings genügen Aufklärung und Propaganda allein nicht; auch die tatsächlichen Verhältnisse müssen vielerorts noch verbessert werden.

Goodwillschaffung

Der Referent, der selber der Textilindustrie gegenüber sehr positiv eingestellt ist, betonte zu diesem Punkt: «Vor allem ein Anliegen ist von ausschlaggebender Bedeutung: die Textilwirtschaft unseres Landes als das hinzustellen, was sie eigentlich ist: ein moderner und durchaus lebensfähiger Teil der schweizerischen Wirtschaft, bei dem sich gewisse Straffungen aber zweifellos aufdrängen werden. Erst dann kommt das öffentliche Bewußtsein, daß diese Industrie vorhanden ist und es auch verdient, für ihre Leistungen gewürdigt zu werden. Selbstverständlich muß die Textilwirtschaft dann auch bestrebt sein, dieses Vertrauen zu rechtfertigen, indem sie mit ihren Produkten in jeder Beziehung konkurrenzfähig bleibt: preislich, qualitativ und nicht zuletzt servicemäßig.»

Er schlägt vor, die Textilindustrie solle eine zentrale Informations- und Pressestelle schaffen. Dieser Vorschlag wäre gewiß einer näheren Prüfung wert. Wenn die Publizität gegenwärtig oft geringer als wünschbar ist, so liegt das weitgehend an der Ueberlastung der wenigen Leute in den Textilverbänden, die heute schon dieses Gebiet pflegen. Anderseits sind gewisse Erfahrungen mit zentralen Pressestellen und deren Kosten und Wirksamkeit auch nicht gerade ermutigend. Eine solche Pressestelle müßte unter einer ganz hervorragenden Leitung stehen, damit ein adäquater garantiert wäre.

Der Referent hatte nur das Thema der Beziehungen zwischen Textilindustrie und Presse bzw. Oeffentlichkeit zu behandeln. Aus dieser Sicht lag das Schwergewicht seiner Empfehlungen logischerweise auf dem Gebiete von Publizitätsaktionen. Die Publizität bedarf aber immer entsprechender materieller Voraussetzungen: Was in der Presse veröffentlicht wird, muß den tatsächlichen Verhältnissen entsprechen. Wenn die Textilindustrie ein günstiges Image schaffen will, dann müssen in den einzelnen Betrieben auch gute und günstige Verhältnisse herrschen. Ein gutes Image muß also von unten nach oben aufgebaut werden. Große Werbekampagnen, die mehr versprechen, als dann in einzelnen Firmen gehalten werden kann, bewirken das Gegenteil dessen, was angestrebt wird. Solche Werbung könnte sich als Bumerang erweisen.

Auf dem Wege zu einem guten Image

Es sind uns zahlreiche moderne, fortschrittliche und aufgeschlossene Firmen bekannt, die in ihrer Region einen ausgezeichneten Ruf und ein günstiges Image haben. In diesen Regionen ist auch der Ruf der Textilindustrie als Ganzes günstig. In gewissen Gebieten haben sich die Textil- und Bekleidungsfirmen zusammengetan, um Presse, Behörden und Oeffentlichkeit zu informieren und zu beeinflussen. Die hervorstechendsten Beispiele sind die Textil- und Bekleidungsfirmen im Kanton Baselland und die Textil- und Bekleidungsbetriebe der Region Zofingen. Durch Berufsausstellungen, Presseempfänge, Broschüren, Betriebsbesichtigungen und weitere Veranstaltungen konnten überraschende Erfolge errungen werden. Diese Beispiele zeigen, daß zusammengefaßte und energische Anstrengungen ziemlich rasch zum angestrebten Erfolg führen können.

Demonstration eines Beispieles

Als Abschluß der vormittäglichen Veranstaltung legte Direktor *J. Zimmerli*, Firma His & Co. AG, Murgenthal, die Anstrengungen der Textil- und Bekleidungsfirmen der *Region Zofingen* dar. Mit einer großen Berufsausstellung im Jahre 1966 konnte ein entscheidender Durchbruch erzielt werden. In einem sehr stark besetzten Industriegebiet hat der Zusammenschluß der Textil- und Bekleidungsfirmen dazu geführt, daß die Konkurrenzstellung gegenüber den anderen Gruppen wesentlich verbessert wurde. Man hat sehr viel und in positivem Sinne über die Textilbetriebe dieser Region geschrieben, und die öffentliche Meinung hat sich stark mit diesem Industriezweig befaßt. Die Kontakte mit den Behörden sind soweit verbessert worden, daß die Textilindustrie heute als Thema für Berufsberatertagungen und als Musterbeispiel für Betriebsbesichtigungen durch die Lehrerschaft gewählt worden ist.

Die Textilindustrie steht erst am Anfang der Bemühungen, sich das Image einer modernen, fortschrittlichen und aufgeschlossenen Industrie zu schaffen. Wenn auch das besprochene Referat viel überspitzte Aussagen enthielt, wirkte es doch in einem Kreis von über 200 Textilfachleuten aufrüttelnd und vermittelte eine Reihe neuer Einsichten und eine Fülle wertvoller Anregungen.

Die Entwicklung der jüngsten Zeit zeigt, daß im Textilsektor die Wettbewerbsbedingungen härter geworden sind und sich der Konkurrenzkampf verschärft hat. Trotzdem gibt es viele Betriebe, deren Geschäftsgang durchaus befriedigend ist und die ihre Zukunftsaussichten positiv beurteilen. Allerdings hat sich die Kluft zwischen leistungsstarken und leistungsschwachen Betrieben in der letzten Zeit weiter vergrößert. Wo aber eine tüchtige Führung auf allen Gebieten — Absatz, Sortiment, Fabrikation, Organisation, Personalführung — mit modernen, neuzeitlichen Methoden arbeitet, kann der Erfolg nicht ausbleiben. Die großen Investitionen, die laufend gemacht werden, legen Zeugnis von der Ertragskraft fortschrittlicher Textilbetriebe ab und beweisen, daß auch die Zukunft mit Zuversicht beurteilt wird. Mit der Zeit werden diese Anstrengungen auch im Image der Textilindustrie ihren Niederschlag finden. Das enthebt die Textilindustrie indessen nicht der Pflicht, die Publizität nach Möglichkeit zu pflegen, denn das Gute wird heute nicht von selber bekannt, sondern man muß es bekannt machen.

Produktion und Verbrauch von Zellulose- und Synthesefasern

Das *internationale Rayon- und Synthesefaserkomitee* in Paris teilt mit, daß der voraussichtliche Pro-Kopf-Weltverbrauch von Baumwolle, Wolle, Zellulose- und Synthesefasern im Jahre 1966 sich auf 5,6 kg beläuft, was einer Erhöhung von 2 % gegenüber 1965 entspricht. Der Verbrauch von Zellulose- und Synthesefasern allein stieg beinahe um 100 g auf über 1,7 kg.

Die Weltproduktion aller textiler Fasern reduziert sich dagegen zum erstenmal seit 5 Jahren. Der Anteil der Zellulose- und Synthesegarne und -fasern stellt 33 % der Gewichtsproduktion dar (1965 etwas mehr als 29 %).

Weltproduktion

(in 1000 Tonnen)

	Baumwolle	Wolle	Zellulose endl. Garn	Zellulose Stapelfasern	Synthesefasern bzw. Garn	Synthesefasern bzw. Garn Total	Total
1964	11 295	1499	1337	1978	1687	5002	17 796
1965	11 546	1484	1380	1991	2034	5405	18 435
1966	10 284	1495	1370	1980	2450	5800	17 579

Für die Weltproduktion von Zellulose- und Synthesegarn und -fasern ist eine Erhöhung von 7,3 % registriert und erreicht 5 800 000 Tonnen. Alle großen Weltzonen sind an diesem Zuwachs beteiligt.

Produktion von Zellulose- und Synthesegarnen und -fasern

(in 1000 Tonnen)

		1964	1965	1966	% 1966/65
Weltproduktion		5002	5405	5800	+ 7,3
Vereinigte Staaten		1287,5	1498,6	1625,7	+ 8,5
Japan		832,6	883,5	976,8	+10,6
Westeuropa		1776,0	1813,1	1903,7	+ 5,0
Die wichtigsten Länder Westeuropas	Bundesrepublik Deutschland	437,2	468,7	492,4	+ 5,1
	Großbritannien	374,3	391,2	399,9	+ 2,3
	Italien	313,6	294,8	321,0	+ 8,9
	Frankreich	240,5	217,2	235,2	+ 8,3

Dem sehr kleinen Rückgang der Zellulosegarne und -fasern stelt sich die Weiterexpansion der synthetischen Garne und Fasern von 21 % gegenüber.

Die Gesamtproduktion von Westeuropa, den Vereinigten Staaten und von Japan sank 1966 gegenüber 1965 um 2 % für endloses Zellulosegarn wie auch für Stapelfasern. Die drei erwähnten Gebiete zeigen beträchtliche Unterschiede; der Weiterexpansion Japans steht die europäische Produktionsverminderung gegenüber.

Produktion von Zellulosegarn und -fasern

(in 1000 Tonnen)

	Westeuropa		USA		Japan		Total	
	Endlosgarn	Stapelfasern	Endlosgarn	Stapelfasern	Endlosgarn	Stapelfasern	Endlosgarn	Stapelfasern
1964	434	814	353	297	135	355	922	1466
1965	431	768	374	318	139	365	944	1451
1966	422	720	363	326	141	375	926	1421

Die Produktionszunahme von Synthesefasern und -garnen macht in den drei Gebieten weitere Fortschritte; die europäische Produktionsexpansion von 24 % ist die größte, gefolgt von Japan mit rund 12 % und den USA mit etwas weniger als 12 %.

Produktion von Synthesegarn und -fasern

(in 1000 Tonnen)

	Westeuropa	USA	Japan	Total
1964	528	638	342	1508
1965	614	806	380	1800
1966	761	937	460	2158

Rohstoffe

SKT-123-123.28-9

Neue Chemiefasern

Prof. Dr.-Ing. *P.-A. Koch*, F.T.I.

Erweiterte Fassung des Vortrages auf der Textiltechnischen Herbsttagung der VDI-Fachgruppe Textiltechnik (ADT) in Krefeld am 20. Oktober 1966

Dem hier vorgelegten Bericht über Neuerungen auf dem Gebiet der Chemiefasern seien einige allgemeinere Fakten vorangestellt. Der Anteil der Gruppe der vom Menschen geschaffenen Fasern an der Weltproduktion unserer textilen Faserstoffe beträgt heute über 30 %, wenn wir uns hierbei auf die eigentlichen Bekleidungsfasern beziehen, d. h. die Bastfasern und Hartfasern, als Rohstoff vornehmlich der Seilerei, außer Betracht lassen. Der wirtschaftliche Durchbruch der Chemiefasern bis zu dieser heutigen Bedeutung erfolgte im Verlauf der letzten 30 Jahre, wie *Tabelle I* veranschaulicht, während der gegenseitige Anteil der einzelnen Chemiefaserarten aus *Tabelle II* ersichtlich wird. Wir dürfen wohl ohne Ueberheblichkeit sagen, daß die

Chemiefasern in der heutigen Zeit unentbehrlich

geworden sind, unentbehrlich einmal, um den ständig zunehmenden Bedarf an Textilfasern zu decken für eine ständig wachsende Menschheit, unentbehrlich zum anderen, um auch jene z. T. völlig neuartigen Anforderungen erfüllen zu können, die unsere hochentwickelte Technik an Faserstoffe und Textilien stellt, welchen indessen die Naturfasern nicht oder nur unvollkommen zu entsprechen vermögen. Hierzu seien nur wenige, für sich sprechende Zahlen genannt: Gegenwärtig wächst die Bevölkerung der Erde täglich um 150 000 Menschen, was nicht nur durch eine ständig steigende Zahl der Geburten, sondern auch durch die verlängerte Lebenserwartung in den zivilisierten Ländern bedingt ist. Bei einer Weltbevölkerung von derzeit etwa 3,3 Milliarden Menschen entspricht dies einem jährlichen Zuwachs von 1,7 %. Der Weltbedarf an Textilien hingegen stieg in den letzten Jahren um etwa 4,5 % je Jahr, als Folge nicht nur der Bevölkerungszunahme, sondern zusätzlich der höheren Ansprüche an die Lebensführung und wegen des Anstieges der Kaufkraft in den zivilisierten Ländern[1]. Dieser laufende Mehrbedarf ist ohne Mithilfe der Chemiefasern nicht zu decken.

Die *hervorstechenden Eigenschaften der Chemiefasern*, die sie gegenüber den Naturfasern unentbehrlich machen, seien durch einige Hinweise aufgezeigt: Die Chemiefasern haben die Naturfasern in Feinheit erheblich unterboten (bis unter 0,5 den. = 0,055 tex; superfeine Glasfasern: 1 μm