# Internationaler Seidenkongress in Paris

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **77 (1970)**

Heft 6

PDF erstellt am: **30.05.2024**

**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**

nen, der Einsatz von Fernsehkameras zur Lagebestimmung von Warenfehlern, die Entwicklung von neuen Verfahren bei der Stanztechnik, der Versuch, in den Grössen veränderliche Stanzmesser zu konstruieren, der Einsatz von Laserstrahlen zum Zuschneiden von Textilien. – Während sich die meisten der genannten Neuentwicklungen noch im Zustand der Erprobung befinden, werden die modernen Stanzverfahren bereits in einer Reihe von europäischen Betrieben mit gutem Erfolg eingesetzt.

## Internationaler Seidenkongress in Paris

Vom 11. bis 15. Mai tagte in Paris auf Einladung von Jules Hureau, Präsident der französischen Delegation, der XI. Kongress der Association Internationale de la Soie (AIS). Staatssekretär Bernard Lafay begrüsste im Namen der französischen Regierung an der Eröffnungsversammlung die 250 Kongressteilnehmer, die aus 23 Seide produzierenden und verarbeitenden Ländern zusammenkamen.

Der Kongress befasste sich mit folgenden Punkten:

- Rücktritt von H. Morel-Journel, der während mehr als 12 Jahren dem Verband vorstand und zum Ehrenpräsidenten ernannt wurde.
- Wahl von P. W. Gaddum, Grossbritannien, zum Präsidenten. Ernennung der zwei Vizepräsidenten: H. Weisbrod, Schweiz, zum ausführenden und R. Pila, Frankreich, zum zweiten Vizepräsidenten mit der besonderen Aufgabe, Produktionsprobleme zu lösen.
- Annahme mehrerer Reorganisationsmassnahmen im Hinblick auf das Präsidium und das Vizepräsidium; Schaffung einer neuen Kategorie «assoziierter Mitglieder» für Einzelfirmen; Verbesserung des Informationsbulletins mit dem Ziele, die Auflage zu erhöhen und die Bestrebungen der verschiedenen Länder, in welchen Seide produziert, verarbeitet und verbraucht wird, bekanntzumachen.
- Arbeiten der Kommissionen und Arbeitsgruppen des Internationalen Seidenverbandes, die sich mit wirtschaftlichen und technischen Problemen von der Seidenerzeugung über die Spinnerei bis zur Couture und dem Detailhandel befassten und den Seidenhandel, die Fabrikation und Veredlung von Seidenstoffen sowie den Import von Seidengeweben aus dem Fernen Osten einschlossen.

Es wurde erkannt, dass das gegenwärtig wichtigste Problem in diesem Zusammenhang eine Frage der Produktion ist, um dem wachsenden Bedarf in Japan und den Verbraucherländern im Fernen Osten und den Vereinigten Staaten zu genügen. Die Produktion von Cocons und Grèges muss in den nächsten zehn Jahren verdoppelt werden. Um dieses Ziel zu erreichen, bedarf es einerseits verstärkter Anstrengungen der grossen Produktionsländer im Fernen Osten (Japan, China, Korea und Indien) und anderseits einer rationelleren Organisation der Entwicklungspläne der Seidenzucht in verschiedenen mittelöstlichen und afrikanischen Ländern, besonders im Libanon, in Tunesien, Algerien, Marokko, der Zentralafrikanischen Republik und der Republik Malgache.

In diesem Zusammenhang gab N. Faure, Vertreter der FAO, die Bereitschaft seiner Organisation bekannt, gut fundierte Pläne dieser Länder zu unterstützen, sofern sie durch die AIS und die Internationale Kommission für Seidenzucht gutgeheissen werden.

Die Aktionen zur Förderung des Verkaufs von Seide sind besonders darauf ausgerichtet, die Eigenschaften der Seide bei der jungen Generation bekannt und beliebt zu machen. Um dies zu erreichen, beschloss der Verband, mit allen verfügbaren Mitteln die Einfuhr der neu geschaffenen internationalen Seidenmarke zu unterstützen.

Zum Schluss wurde im Beisein eines Vertreters der entsprechenden Stelle in Brüssel eine Informationstagung über die Probleme der Seide in der EWG abgehalten. Der nächste Kongress der AIS wird im Frühling 1973 stattfinden.

Die Schweiz war am Seidenkongress in Paris mit einer grossen Delegation vertreten, die unter der Leitung des Zürcher Seidenindustriellen Robert H. Stehli stand. Zusammen mit H. Morel-Journel wurde R. H. Stehli die Verdienstmedaille der AIS zugesprochen. Damit wurden die grossen Verdienste gewürdigt, die sich R. H. Stehli, der AIS seit deren Gründung angehörend und ihre Geschicke als Nationaldelegierter während langer Zeit in massgebender Weise mitbestimmend, um die internationale Seidenorganisation erworben hatte. Neuer Nationaldelegierter der Schweiz in der AIS ist Hans Weisbrod (Hausen am Albis). VSTI

## Marketing in der Textilindustrie

Immer mehr beginnt sich auch in der Textilindustrie die Erkenntnis durchzusetzen, dass das Produktionsdenken allein den Unternehmungserfolg in der Zukunft nicht mehr zu sichern vermag. Die heutige Epoche der Wohlstandsgesellschaft und der Diskontinuität verlangt gebieterisch das *Denken in Märkten, in Kunden, in Kaufmotiven, in Neuheiten, in Diversifikation.* Es gilt also, vom Markt her zu produzieren, d. h. die Unternehmungsleistungen marktgerichtet zu gestalten und marktgerecht zu erbringen.

So zu denken und zu handeln vermag nur, wer sich von den herkömmlichen Konzepten der Unternehmungsführung löst und erkennt, dass der Erfolg einer Unternehmung weder in der Vergangenheit noch in der Gegenwart begründet ist, sondern nur in den Märkten der Zukunft. Marketing bedeutet deshalb im wesentlichen das *Erkennen der künftigen Marktentwicklungen*, der langfristigen Markttrends, und die *Anwendung dieser Erkenntnisse bei der Führung der eigenen Unternehmung,* die ja auch stets nur als eine Führung in die Zukunft aufgefasst werden kann.

Magyar* charakterisiert das Marketing als die Beachtung der folgenden drei Hauptpunkte: Kundschaft, Neuerung und Systematik. Mit dem letzten Stichwort stellt er klar, dass

* Magyar K. M., Marktziele einer neuzeitlichen Unternehmungspolitik. Verlag E. Löpfe-Benz AG, Rorschach, 1969