Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 91 (1984)

Heft: 5

Rubrik: Vereinsnachrichten

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: 02.07.2025

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

Südafrika

Auch hier wurde das relativ kleine Angebot unter guter Beteiligung zu 94% geräumt. Feine Qualitäten tendierten etwas höher. Die wichtigsten Abnehmer waren Westeuropa, wie aber auch die einheimische Industrie in der Kapregion.

Neuseeland

In der Woche 14 fand nur eine Auktion statt mit einem Angebot von rund 29000 Ballen. Vlies und Lammwollen zeigten ein etwas schwächeres Preisniveau, Zweitschuren und geringere Qualitätstypen zogen leicht an. Hauptkäufer: Osteuropa, der Kontinent, China, Japan und die lokale Industrie in Neuseeland.

Südamerika

Mangels Angeboten, wie aber auch aufgrund von geringem Kaufinteresse, lagen die Märkte eher ruhig. Es gilt zu beachten, dass trotzdem das hohe Preisniveau stabil blieb.

Mohair

Auf der Kap-Auktion vom 3. April 1984 konnte eine deutliche Preisreduzierung festgestellt werden. Das Angebot von rund 3100 Ballen wurde zwar zu 100% unter guter Beteiligung verkauft, allerdings lagen die Preise zwischen 5–10% niedriger. Seitens der Mohairhändler wird empfohlen, nun zu kaufen. Viele Einkäufer sind jedoch der Meinung, dass das Preisniveau noch weiter nach unten absinken wird.

In der 2. Aprilhälfte findet eine weitere Auktion mit wiederum rund 3100 Ballen statt. Die Ergebnisse dieser Versteigerung werden mit Interesse erwartet, da doch einige Änderungen stattfinden könnten.

In Texas liegen die Preise zur Zeit unrealistisch hoch. Es dürfte allerdings nur eine Frage der Zeit sein, bis sich Texas auch dem Kap-Niveau anpassen muss.

Angora

Einkäufer, welche sich im Angora-Markt bewegen, haben wohl schon lange nicht mehr eine derart schwierige Beschaffungssituation erleben müssen. Am 26. März wurde in China das Preisniveau einmal mehr nach oben korrigiert, im Durchschnitt um plus 10%. Die Gründe für die zur Zeit sehr schwierige Situation werden wie folgt genannt:

- Einmal scheint China eine etwas ungeschickte Prämienpolitik zu betreiben, was zur Folge hat, dass die Züchter nicht mehr stark motiviert sind in Bezug auf die Produktion von Angorahaaren.
- Offensichtlich wurde auch lange von zu hohen Produktionsprognosen ausgegangen und leider auch entsprechend verkauft. Dies hatte dann zur Folge, dass die Verkaufsverpflichtungen nicht mehr erfüllt werden konnten und selbst in angestammten Märkten Kontrakte annuliert wurden.
- Da nach wie vor die Nachfrage in den traditionellen Märkten sehr hoch ist, wird 1984 keine Besserung in Bezug auf Verfügbarkeit wie aber auch in Bezug auf Preise erwartet.

An.

Schweizerische Textilfachschule Wattwil

Dynamische Teppichindustrie

Begriffliches

Innerhalb der vielseitigen Textilindustrie gehören die textilen Bodenbeläge zur Gruppe der Heimtextilien. In den westlichen Textilländern entfallen rund 30–35% der Textilproduktion auf solche Artikel, rund die Hälfte auf Bekleidungstextilien und etwa 10–15% auf Industrietextilien. In der Gruppe Heimtextilien, die neben den textilen Bodenbelägen im wesentlichen Tisch- und Bettwäsche, Vorhänge, Polstermöbelstoffe umfasst, sind die Teppiche die grossen Schwergewichter, gibt es doch solche mit einem Quadratmetergewicht bis 2 Kilogramm und mehr.

Vom teuren Luxusartikel zum preisgünstigen Konsumgut

Teppiche stellten lange Zeit relativ teure Anschaffungen – geknüpfte Orientteppiche gar Luxusprodukte – dar, die vornehmlich in Häusern von gehobenem Niveau anzutreffen waren. Bei den maschinell hergestellten Teppichen dominierte Webware aus Wolle. Mit dem Aufkommen der relativ billigen Chemiefasern und der Einführung neuer Fabrikationsverfahren wurden textile Bodenbeläge für jedermann erschwingliche Gebrauchsgüter. Im sog. Objektsektor (Büro- und Verwaltungsgebäude, Schulen, Hotels etc.) sind sie gleichzeitig zu einem begehrten Baumaterial geworden, das Architekten und Bauherren oft anstelle von Hartböden aus Holz und Stein verwenden. Die Teppichbranche wurde in den vergangenen Jahrzehnten dadurch von einer Dynamik erfasst, wie man sie in der übrigen Textilindustrie grossenteils nur vom Hörensagen kannte.

Teppichboom im Zeichen des Wohlstands

Bei den elementaren Lebensbedürfnissen des Menschen steht die Ernährung an erster Stelle. Es folgen Bekleidung auf dem zweiten und Behausung auf dem dritten Platz. An sich sind textile Bodenbeläge keine lebensnotwendigen Artikel wie beispielsweise die Bekleidung; in der Wohlstandsgesellschaft sind sie beim privaten Konsumenten jedoch zu Favoriten des Wahlbedarfs geworden, wozu die veränderten Lebensgewohnheiten viel beitragen. Der hohe Motorisierungsgrad, der die Fortbewegung des Menschen auf der Strasse in zunehmendem Masse zu einer nervenaufreibenden Qual macht, bewirkt ein zusätzliches Ruhebedürfnis; in der verlängerten Freizeit zieht sich der in unserer hektischen Zeit vielfach gehetzte oder sich selber hetzende Mensch gerne ins eigene Heim zurück, das für ihn meist der einzige sichere Ort der ungestörten Entspannung und Musse ist. Die moderne Behausung wird immer mehr zu einem wichtigen Hort der Erholung vom Alltagsstress, die man möglichst behaglich einrichtet, wobei den Teppichen nach wie vor eine erstrangige Schmuckfunktion zufällt.

Der stark gestiegene Konsum von textilen Bodenbelägen ist aber nicht nur auf deren vermehrte Verwendung im privaten Wohnbereich zurückzuführen, wo Teppiche

teilweise auch als dekorative und schallhemmende Wandverkleidung dienen. Ebenso sehr steht diese Steigerung mit der erhöhten Wertschätzung in Zusammenhang, deren sie sich im Objektbereich erfreuen, der von Jahr zu Jahr bedeutender wird. Es gibt in den Ländern mit hohem Lebensstandard jedenfalls keine modernen Wohn- und Geschäftshäuser ohne textile Bodenbeläge mehr. Mit einem jährlichen Verbrauch von rund 3,5 Quadratmeter pro Kopf der Bevölkerung ist die Schweiz eines der teppichfreudigsten Länder der Welt.

Herstellverfahren und verwendete Rohstoffe

Die handgeknüpften Teppiche, die fast zu hundert Prozent eingeführt und bei uns höchstens als Hobby hergestellt werden, lassen wir hier ausser Betracht. Der erste Teppichwebstuhl soll 1850 geschaffen und in Betrieb genommen worden sein. Dabei wurden verschiedene Webtechniken entwickelt, von denen sich einige so gut bewährten, dass sie heute noch für die Herstellung von Teppichen eingesetzt werden. Hartfaserteppiche, die in Kette und Schuss aus Kokos oder Sisal bestehen, werden als Flachgewebe hergestellt. Die Ware ist beidseitig verwendbar. Ruten-Teppiche sind dreidimensionale Gewebe, die drei Kettsysteme (Polkette, Füll- oder Stofferkette und Bindekette) und Zweischusssysteme (Ober- und Unterschuss) enthalten. Durch das Einlegen einer Stahlrute wird erreicht, dass das Kettgarn nicht nur um den Schuss geschlungen, sondern durch die gleichzeitig eingelegte Metallrute zu einer Schlinge geformt wird. Nach diesem Verfahren werden Bouclé oder Rips fabriziert. Die Füllkette dient als Fundament des Teppichs und festigt den Stand der Schlingen. Auf der Füllkette leigt die Polkette, die mittels Bindekette, Ober- und Unterschuss in das Grundgewebe eingebunden wird. Im Gegensatz zu Bouclé-Ware wird ein Velours mit Ruten gefertigt, die am Ende auswechselbare Messer besitzen. Die über die Rute gelegten Schlingen werden bei diesem Verfahren im Moment des Herausziehens der Rute aufgeschnitten. Auf diese Weise ergibt sich ein plüschartiger Charakter. Die um 1880 erstmals angewendete Axminster-Technik, benannt nach der englischen Stadt Axminster, führt zur Erzeugung von Teppichen, die in Aussehen und Gebrauchswert den handgeknüpften Orientteppichen sehr nahe kommen.Das Flormaterial, meist Wolle, wird ausschliesslich zur Bildung der Oberfläche verwendet. Die Farbenzahl ist unbeschränkt.

Das seit rund dreissig Jahren unter der Bezeichnung Tufting-Technik bekannte Produktionsverfahren ist im Prinzip ein Stick-Vorgang. Tuftingähnliche Erzeugnisse entstanden erstmals während der Einwanderungs-Epoche in Amerika: Die Frauen der damals unter mühsamsten Verhältnissen lebenden Farmer stellten aus Resten von Kerzendochten Decken her, indem sie diese Reste schlingenförmig in einfache Leinengewebe einstickten und auf diese Weise Decken erhielten. Aber erst 1950 wurde die Tufting-Maschine erfunden, welche die mechanische Fabrikation von bis zu fünf Meter breiter Ware ermöglicht. Einer modernen Tufting-Maschine wird das heute meist aus Chemiefasern – früher aus Jute – bestehende Grundgewebe (auch Trägergewebe genannt) so zugeführt, dass es waagrecht auf der Einstichplatte aufliegt. Die durch Exzenter bewegten und mit Polgarn versehenen Nadeln stechen durch das Grundgewebe, wobei unterhalb der Einstichplatte das Florgarn durch Haken so lange in der gewünschten Schlingenhöhe gehalten wird, bis die Nadeln wieder nach oben gleiten. Auf diese Art werden über die Teppichbreite Schlingen gebildet. Tufting-Teppiche werden nicht nur als Schlingenflor-, sondern auch als Schnittflor-Ware hergestellt.

Eine wichtige Gruppe bilden schliesslich seit über zwanzig Jahren die nach der Nadelfilztechnik hergestellten Bodenbeläge. Hier werden Faservliese auf speziellen Nadelmaschinen mechanisch verdichtet und meist in ein Grundgewebe, sei es aus Chemiefasern oder aus Jute, eingenadelt. Das Fasersystem wird anschliessend mit einer Kunstharz-Dispersion behandelt, dann getrocknet und gehärtet und dadurch schnittfest gemacht. Nach dem Walkprinzip fabrizierte Filze kannte man schon sehr früh. So soll Noah den Boden seiner Arche mit Wolle belegt haben, die er aus dem Rücken der Schafe zupfte. Als die Tiere die Arche verliessen, stellte er fest, dass sie die Wolle zertrampelt, gewalkt haten. Auf diese Weise sei der erste Filz entstanden, sagt die Legende. Nadelfilze sind deshalb besonders preisgünstig, weil direkt aus den Fasern ein textiles Flächengebilde hergestellt werden kann; der Umweg über das Garn entfällt bei diesen «Non wovens».

Überkapazitäten in Westeuropa

Die hochproduktiven Tufting- und Nadelfilzmaschinen mit einem täglichen Ausstoss von mehreren hundert Quadratmetern und die Verwendung von im Vergleich zu Wolle billigen Chemiefasern hatten im Teppichbereich eine eigentliche Evolution zur Folge. Maschinell fabrizierte textile Bodenbeläge gibt es heute für jedes Portemonnaie; der teuerste Artikel kann zehn- bis fünfzehnmal so viel kosten wie der billigste. In Westeuropa wurden in den vergangenen drei Jahrzehnten Kapazitäten aufgebaut, die weit über den in dieser Zeit um das Mehrfache gestiegenen Bedarf hinausgehen. Dadurch ist es insbesondere bei Tufting- und Nadelfilzware zu einem Preisdruck gekommen, der bei vielen Firmen das Überleben über kurz oder lang in Frage stellt. Nach den mehr als nur sieben fetten Jahren läutet schon vielen Firmen das Totenglöcklein. Die Gesundschrumpfung der Branche, die vom Markt her bewirkt wird, heisst auch in der Zukunft für manches Unternehmen eher Zutodeschrumpfung und damit Ausscheiden aus dem Markt. Von dieser nicht aufzuhaltenden Entwicklung profitiert der private Konsument, dem ein riesiges Angebot überaus preisgünstiger Artikel zur Verfügung steht. Nur Unternehmen mit einer in jeder Hinsicht hervorragenden Leistung, qualifiziertem Kader und gut ausgebildeten Arbeitern vermögen diesen unbarmherzigen Verdrängungsprozess längerfristig zu überstehen und gar an der internationalen Spitze mitzumarschieren.

Teppichproduktion und Teppichverbrauch in Europa

Die grössten fünf europäischen Fabrikanten von Maschinenteppichen waren 1982:

	Mio. m²
Belgien	217
BR Deutschland	135
Grossbritannien	132
Holland	59
Frankreich	47

Diese fünf Länder sind gleichzeitig auch die grössten Verbraucher, aber in etwas anderer Reihenfolge. Die Zahlen für 1982:

	Mio. m²
BR Deutschland	189
Grossbritannien	169
Frankreich	94
Holland	44
Belgien	41

Produktion und Verbrauch waren in den letzten Jahren leicht rückläufig, doch zeichnet sich nun eine gewisse Wiederbelebung des Marktes ab, wobei die Erholung vorerst fast ausschliesslich den Privatmarkt betrifft. Im Objektbereich dürfte die Durststrecke einige Zeit anhalten.

Wie ihre Kollegen des Bekleidungssektors sehen sich auch die europäischen Fabrikanten der Teppichbranche wegen ungenügender Auslastung der Betriebsanlagen mehr und mehr gezwungen, das Exportgeschäft auszudehnen. Dies erfordert eine erstklassige Marketing-Organisation; bei den textilen Bodenbelägen, bei denen teilweise auch modische Aspekte zu berücksichtigen sind, ist der Geschmack der Konsumenten in den einzelnen Ländern ebenfalls sehr unterschiedlich. Selbst in Europa bestehen von Land zu Land erhebliche Abweichungen. Im Norden ist der Teppichverbrauch bedeutend höher als im Süden, was einerseits auf die ungleiche Kaufkraft der Verbraucher zurückzuführen sein dürfte, mehr aber wohl doch, wie bei der Bekleidung, auf die klimatisch bedingten, unterschiedlichen Lebensgewohnheiten.

Der Pro-Kopf-Verbrauch in den fünf grössten europäischen Teppichproduktionsländern wurde wie folgt errechnet:

	m²
Belgien	4,1
BR Deutschland	3,2
Holland	3,1
Grossbritannien	3,0
Frankreich	1,7

Der europäische Teppichaussenhandel

Alle namhaften Produktionsländer textiler Bodenbeläge haben einen bedeutenden Aussenhandel in beiden Richtungen; der internationale Austausch solcher Artikel wird innerhalb der Europäischen Freihandelszone (EG und EFTA) weder durch Einfuhrzölle noch durch mengenmässige Beschränkungen behindert. Dem Teppichhandel stehen viele Lieferquellen zur Verfügung; die Teppichindustrie ist in diesem Käufermarkt mit 300 Millionen Konsumenten gezwungen, in jeder Beziehung Höchstleistungen zu vollbringen.

Die fünf wichtigsten europäischen Teppichexporteure waren 1982:

	Mio. m²
Belgien	196
Holland	52
BR Deutschland	34
Grossbritannien	17
Frankreich	10

Die fünf wichtigsten europäischen Teppichimporteure waren 1982:

	Mio. m²
BR Deutschland	88
Frankreich	57
Grossbritannien	54
Holland	38
Belgien	19

Orientierungshilfen für den Verbraucher

Für den Laien ist es praktisch unmöglich, die Eignung eines Teppichbodens für einen bestimmten Verwendungszweck zu erkennen. Deshalb wurde eine Kennzeichnung des Verwendungsbereiches bei Teppichböden mit entsprechenden Symbolen geschaffen. Mit der Bezeichnung Ruhebereiche sind Qualitäten gekennzeichnet, die sich in erster Linie für Schlafzimmer eignen und für trockene Räume, die nur wenig und vor allem nicht mit groben Schuhen begangen werden. Mit Wohnbereich ist gekennzeichnet, was die normale Belastung eines Wohnzimmers aushält, während Qualitäten Arbeitsbereich den Beanspruchungen in Büros, Empfangshallen, Läden usw. gerecht werden. Die kleinen Zusatzsymbole kennzeichnen die Eignung für zusätzliche Beanspruchung und können in Spezialfällen sehr wichtig sein. Es seien erwähnt: rollstuhlgeeignet, feuchtraumgeeignet, treppengeeignet, antistatisch, geeignet für Fussbodenheizung.

Die Eignungsbereiche sind im übrigen nur eines von zahlreichen Kriterien, die in der persönlichen Beratung des Teppichkunden eine grosse Rolle spielen. Das Teppichangebot ist in bezug auf Rohstoffzusammensetzung, Herstellungsverfahren, Gewichtsklassen, Gebrauchseigenschaften usw. so vielfältig, dass nur der Fachmann wissen kann, welcher Artikel im einzelnen Fall der bestgeeignete wäre. Es ist dabei nicht allein die Zweckbestimmung des Raumes, sondern auch die Benutzungsfrequenz zu berücksichtigen.

Dass textile Bodenbeläge auch zunehmend im Freien verwendet werden – auf Balkonen, Terrassen, als Schwimmbecken-Umrandungen usw. – sowie als «künstlicher Rasen» in Sporthallen oder auf Sportplätzen zum Einsatz gelangen, wobei wieder ganz andere Kriterien massgebend sind, sei ergänzend auch noch erwähnt. Und schliesslich wäre auch noch auf die textilen Bodenbeläge in den Verkehrsmitteln (Eisenbahnen, Autos, Schiffe, Flugzeuge) hinzuweisen, an die wieder andere Anforderungen gestellt werden.

Es versteht sich von selbst, dass bei der Anschaffung textiler Bodenbeläge auch an deren Pflege gedacht werden muss. Nicht alles ist so pflegeleicht wie es etwa den Anschein macht bzw. wie man diesen Anschein zu erwecken pflegt. Auch hier ist gute Beratung wichtig.

Der Teppichmarkt Schweiz

Vom Gesamtumsatz der schweizerischen Teppichfabriken in Höhe von 213 Mio. Franken entfielen 1983 rund 143 Mio. auf Inland- und 70 Mio. Franken auf Auslandverkäufe. Der Exportanteil der relativ jungen Teppichindustrie an ihrer Gesamtproduktion macht somit bereits rund 33% aus. An den Verkäufen von textilen Bodenbelägen waren Webteppiche 1983 noch mit rund 22% beteiligt, während etwa 61% auf Nadelflorteppiche (Tufted) und etwa 17% auf Nadelfilz-Bodenbeläge entfielen.

Es wurden rund 23000 t bzw. 13,4 Mio. m² textile Bodenbeläge in der Schweiz produziert und fast 27000 t ausländische Konkurrenzprodukte für 260 Mio. Fr. importiert (davon waren 2200 t geknüpfte Orientteppiche für 173 Mio. Fr.) Die Einfuhr von Nadelfilz-Belägen im Gewichte von ebenfalls 2200 t machte wertmässig 13 Mio. Fr. aus.

Am schweizerischen Verbrauch maschinell hergestellter Teppiche (also ohne Knüpfteppiche und Nadelfilze) war die einheimische Produktion 1983 nur mit 41% beteiligt. Der Pro-Kopf-Verbrauch von textilen Bodenbelägen ist in der Schweiz mit 3,5 m² nach wie vor einer der höchsten der Welt.

Die jetzige schweizerische Teppichproduktion beträgt zwar mehr als das Fünffache jener vor zwanzig Jahren, aber mit einem Anteil von nur zwei Fünfteln am inländi-

schen Markt geben sich die einheimischen Teppichfabrikanten begreiflicherweise nicht zufrieden, wie sie anderseits selbstverständlich auch im Export ständig neue Absatzkanäle suchen.

Marktstudie des schweizerischen Teppichfabrikanten-Verbandes (VSTF)

Ein Markt kann noch so klein sein wie der schweizerische, aber auf das so oft gelobte Fingerspitzengefühl ist auch hier zu wenig Verlass. Umfassende Marktstudien für sich allein sind jedoch für viele Firmen zu teuer, weshalb man sie meist unterlässt und weiterhin auf Vermutungen angewiesen bleibt. Oder eben auf das Fingerspitzengefühl. Marktstudien werden indessen durchaus erschwinglich, wenn man sie gruppenweise oder im Rahmen eines Verbandes durchführt.

Der VSTF hat einen entsprechenden Beschluss in seiner Generalversammlung vom 3. Juni 1983 gefasst. Nach den erforderlichen Vorarbeiten des VSTF-Vorstands mit dem Forschungsinstitut der Schweizerischen Gesellschaft für Marketing (GfM) konnten im Herbst die Befragungen vorgenommen und bereits im Dezember die Ergebnisse vorgelegt werden. Ende Januar fand dann eine eingehende Besprechung aller Beteiligten statt und schon der GV 1984 will der Vorstand des VSTF nach sorgfältiger Prüfung der Angelegenheit – im Februar wurde noch ein Werbebüro beigezogen – Antrag zu den sich aufdrängenden Massnahmen stellen.

Die GfM nahm im Auftrage des VSTF zwei Befragungen vor, eine telefonische bei 200 Architekten der deutsch- und der französischsprachigen Schweiz und eine Bevölkerungsbefragung mit 1000 persönlichen Interviews, aufgeteilt nach den Regionen Westschweiz, Alpen/Voralpen, Mittelland und Ostmittelland. Es wurden dabei 114 Interviewer eingesetzt. Die in alle Details gehenden Ergebnisse füllen zwei dicke Ordner; sie können beim VSTF gegen angemessene Entschädigung bezogen werden.

Blick in die Zukunft

Die Teppichindustrie bleibt eine dynamische Industrie. Aber der Kuchen, um den sich viele Tüchtige streiten, wächst nicht mehr so rasch – wenn überhaupt – wie in den sechziger und siebziger Jahren, als eine eigentliche Wohnwelle über die westlichen Wohlstandsländer hereinbrach.

Vorsicht ist bei Prognosen immer angebracht. An der Intercarpet 1983 in Wien wurden Schätzungen diskutiert, nach denen der Teppichverbrauch 1984 nahezu jenen von 1980 erreichen würde. Es wären dies 495 Mio. m² Tuftingware, 61 Mio. m² Webware und 119 Mio. m² Nadelfilzartikel. Man wird sehen...

Auch die Teppichbranche steht seit einigen Jahren einem ausgesprochenen Käufermarkt gegenüber. Ein gutes Marketing ist wichtiger denn je. Eine Konsolidierung der bisherigen Marktposition darf schon als Erfolg gewertet werden. Eine Verbesserung der oft unbefriedigenden Verhältnisse wäre in vielen Fällen durch eine engere, längerfristig ausgerichtete Zusammenarbeit erreichbar.

Wenn jeder Kunde seinen Lieferanten nur nach dem momentan günstigsten Preis bestimmt und dieser Lieferant es mit seinem Lieferanten der Vorstufe seinerseits so hält, statt dass man ständig zusammenarbeitet und dadurch für alle eine Rationalisierung mit einem angemessenen Ertrag erreicht, so ist dies kein gutes Marketing.

Es gibt positive und negative Beispiele genug, die zeigen, welchen Ausschlag das Marketing im Textilsektor für Erfolg oder Misserfolg haben kann. Befriedigende Erträge werden nie mit Unterbietung bei den Preise erreicht; es sind dazu vielmehr Überbietungen nötig, Überbietungen bei den effektiven Leistungen.

Den entscheidenden Vorsprung im textilen Verdrängungsprozess, der seit einigen Jahren nun auch den Teppichsektor erfasst hat, werden jene Unternehmen haben, die über ein ausgefeiltes Marketing verfügen. Dass sie auch rationell produzieren, versteht sich von selbst. Nicht die Maschinen werden jedoch den Ausschlag geben, sondern Menschen mit geistigen Leistungen. Die Nachwuchsförderung muss deshalb auf allen Ebenen noch viel ausgeprägter erfolgen. Sie stellt eine Investition dar, die nicht wenigerrr wiegt als jene für Maschinen und Elektronik. Auch für das Marketing sind Computer überaus nützliche Geräte, aber denken werden sie eben nie können. Wir brauchen wegen der laufenden Verbesserung der Produktivität zwar immer weniger Arbeitskräfte; neben einer hochleistunsfähigen automatisierten Fabrikation sind jedoch vermehrt hochqualifizierte Menschen mit einem guten textilen Grundwissen und einem Schuss Begeisterung für ihren Beruf erforderlich.

Ernst Nef

(Gekürzte Fassung eines am 22. März 1984 in der Schweizerischen Textilfachschule Abteilung Zürich gehaltenen Referates)

Fernöstlicher Besuch an der Schweizerischen Textilfachschule

Ein Beitrag zur Entwicklungshilfe

Am 15. März besuchten 6 Damen und 6 Herren aus dem Fernen Osten, alles Fachleute aus Textilveredlungsbetrieben, die STF. Nebst dem grossen Maschinenpark und den vielseitigen Möglichkeiten für praxisnahe Versuche schien sie vor allem das europäische Ausbildungssystem zu beeindrucken.

Die UNIDO, eine Organisation der Vereinten Nationen, hat die industrielle Entwicklung zum Ziel. Ein Teil ihres Programmes als «direkte Entwicklungshilfe am Mann»

sind seit 1970 auch die Schulungszyklen über Farbgebung bei den zwei Basler Chemiekonzernen Ciba-Geigy und Sandoz. Zu dieser 2½-monatigen Ausbildung werden alle 2 Jahre rund ein Dutzend Fachleute aus Entwicklungsländern selektioniert. Die Heimatländer der diesjährigen Gruppe sind: Burma, China, Indien, Thailand, die Philippinen, Sri Lanka, Bangladesh und Nepal. Das gemeinsame Ziel, aus der Fülle des angebotenen Wissens möglichst grossen Nutzen zu schöpfen, verband die heterogene Schar; – Völkerverständigung nicht nur zwischen Ost und West, sondern auch zwischen den verschiedenen östlichen Ländern.

Der systematische Aufbau der Ausbildung auf Grundschule, Berufslehre und fachlicher Weiterbildung kennzeichnet unser Ausbildungssystem. Trotz ständig freundlichem Lächeln war an den staunenden Gesichtern abzulesen, wie gross die Kluft sein muss zwischen dieser praktisch unbeschränkten Wissensvermittlung und dem eigenen, mühseligen Bildungsweg dieser lernbegierigen jungen Leute aus Staaten, in denen jegliche Basis an solider beruflicher Grundausbildung fehlt.

Auch beim Rahmenprogramm, dieses Jahr durch Sandoz zusammengestellt, lag das Schwergewicht auf Besichtigungen von Betrieben der Textilveredlungs- und faserherstellenden Industrie. Die kulturellen Eindrücke sollten aber nicht fehlen: die fernöstlichen Besucher erzählten begeistert von Bern, Luzern und (wie könnte es anders sein) vom «Morgestraich».

Auf den ersten Blick mögen die entstandenen Kosten von rund 250000 Franken hoch erscheinen, welche die beiden Basler Chemiekonzerne und die Eidgenossenschaft je zur Hälfte tragen. Wie Dr. R. Gross von Sandoz jedoch erklärte, ist bei dieser Art des «in plant trainings» eine direkte Erfolgskontrolle möglich und Entwicklungsgeld äusserst sinnvoll angelegt.

R. Peisker

Wir entwickeln Spezialzwirne mit unseren Kunden.
E. RUOSS-KISTLER AG
Baumwollzwirnerei
Kantonsstrasse 55
Tel. 055 67 13 21
8863 Buttikon
Telex 875 530

Färberei Schärer
seit 1876
Färberei für Garne aller Art Mercerisation
Joh. Schärer's Söhne AG, 5611 Anglikon-Wohlen
Telefon 057 6 16 11

Warum Stelleninserate in der «mittex»?

Sehr geehrte Damen und Herren

Mutationen im Personalbereich sind kostspielig und mit grossen Umtrieben verbunden. Die Rekrutierung eines Kaderangestellten oder einer Fachperson kosten den Betrieb manchmal vier- bis fünfstellige Summen.
Um so wichtiger ist die Planung und der richtige Einsatz der Medien. Damit sparen Sie Geld und viel Zeit. Dürfen wir Sie in diesem Zusammenhang auf die Dienstleistungen der Textilfachzeitschrift Mittex hinweisen? Sie vermittelt Ihnen als einziges Organ Kontakte zu technischen Fachleuten der gesamten schweizerischen Textilindustrie wie Spinnereien, Zwirnereien, Webereien, Wirkereien, Ausrüstung und Konfektion sowie Textilmaschinenindustrie.
Alle Anzeigen können individuell gestaltet werden und erscheinen als Seitenteile. Die Preise sind äusserst günstig.
Profitieren Sie von den Vorteilen, die Ihnen diese Fachzeitschrift bieten kann. Disponieren Sie künftige Stelleninsertionen in der Mittex – Bindeglied zwischen Ihnen und Ihrem zukünftigen Mitarbeiter.

Ihre Textilfachzeitschrift Mittex