Literatur

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **93 (1986)**

Heft 5

PDF erstellt am: **04.06.2024**

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

Literatur

Personalzeitungen – eine unterschätzte Mediengrossmacht!

Untersuchungen haben ergeben, dass in der ganzen westlichen Welt Betriebe nach Überwindung der schlechten wirtschaftlichen Zeiten verstärkt zur innerbetrieblichen Kommunikation ansetzen. Eines der dabei benutzten Mittel ist die Personalzeitung. In der Tat gibt es hierzulande etwa 500 solcher Publikationen. Damit ist die Personalzeitungsdichte in der Schweiz im europäischen Vergleich ausserordentlich hoch. Knapp die Hälfte der gesamten Schweizer Bevölkerung wird auf diese Weise publizistisch erreicht – kein Wunder also, dass die Gesamtheit der Personalzeitungen eine Mediengrossmacht darstellt. Um so wichtiger ist es, detaillierte Kenntnisse darüber zu besitzen. Diese stellt Dr. Andreas Thommen in seiner jüngsten Schrift mit dem Titel «Alles über Personalzeitungen» in eindrücklicher Weise zusammen; sie ist erschienen als Nr. 4/1986 der von der Wirtschaftsförderung herausgegebenen wirtschaftspolitischen Mitteilungen.

Unter Auswertung der Ergebnisse einer europäischen Umfrage zeigt der Autor ein Röntgenbild des Personalzeitungswesens auf. Der Vielfalt von Gestaltung und Aufmachung sind kaum Grenzen gesetzt; unverkennbar ist der Trend zur einfach schlichten aber aussagekräftigen Personalzeitung. Exklusives hat sie zu bieten, insofern über Themen berichtet wird, die den Betrieb direkt und indirekt angehen. Früher vielfach despektierlich als «his master's voice» apostrophiert, ist der Freiraum und damit die Glaubwürdigkeit der Personalzeitungen erheblich grösser geworden. Auch wird deren gemeinschaftsbildender Effekt heute weitherum hoch geschätzt. Mit wachsendem Bewusstsein der Sozialpflichtigkeit des Unternehmens ist die Personalzeitung zu einem Kommunikationsmittel geworden, dessen Bedeutung unvermindert noch anwächst. Dessen Kosten stehen – Thommen betont – in keinem Verhältnis zum unmessbaren Gewinn, den die Personalzeitungen, richtig konzipiert und redigiert, für einen Betrieb, für eine Unternehmung, für Unternehmungsgruppen und Verwaltungen langfristig zu leisten imstande sind.

mit tex
Zielgerichtete Werbung = Inserieren in der «mittex»

SVT Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Chancen und Gefahren der schweizerischen Textilindustrie im Weltmarkt

Vortrag: 12. Generalversammlung, Hotel Zentrum Töss, Winterthur, 25. April 1986

1. Einleitung

Meine bisherige Berufstätigkeit in der Beratung textiler Unternehmen hat mich in Kontakt gebracht mit Textilbetrieben im europäischen Ausland, in Lateinamerika, im Nahen, Mittleren und Fernen Osten und im Ostblock. Es liegt deshalb nahe zu überlegen, welche Chancen und Gefahren für die schweizerische Textilindustrie im weltweiten Textilmarkt bestehen, und ich hoffe, Ihnen ein objektives Bild zeichnen zu können.

Wir sind uns sicher bewusst, dass der Anteil der schweizerischen Textilindustrie an der Weltproduktion mengenmässig klein ist. Die Textilindustrie nimmt aber in unserm Land immer noch einen wichtigen Platz ein. Die Produkte unserer Textilindustrie liegen zum grösseren Teil im höherwertigen Bereich und haben im Export einen sehr guten Ruf. Gleichzeitig ist unsere Textilindustrie die unerlässliche Basis für die Textilmaschinenindustrie, die mit ihrem ausgezeichneten Namen auf dem Weltmarkt der zweitgrösste Textilmaschinenexporteur ist.

Ich möchte Sie im folgenden nicht mit Zahlen oder Tabellen belasten, da speziell im internationalen Vergleich solche Zahlen mit Vorsicht zu betrachten sind. In meinen Ausführungen möchte ich daher auf Trends und Schwerpunkte hinweisen, die mir für die Zukunft der schweizerischen Textilindustrie von Bedeutung erscheinen.

2. Weltmarkt bzw. Exportmärkte der schweizerischen Textilindustrie

Unsere Textilindustrie ist in sehr vielen Bereichen tätig, in denen die Konkurrenzsituation auf dem Weltmarkt höchst unterschiedlich ist. Ein Vergleich der Chancen und Gefahren muss deshalb die verschiedenen Produktbereiche berücksichtigen.

Auf dem Gebiet der Chemiefasern und Texturgarne sowie im Bereich der stark an Bedeutung gewinnenden technischen Textilien sind die Konkurrenten in den Industrieländern Europas, in den USA und Japan zu finden, und Niedriglohnländer treten auf diesem Markt kaum in Erscheinung. Die Konkurrenten produzieren deshalb unter ähnlichen Bedingungen.

Die Wettbewerbssituation auf dem Gebiet der Bekleidungs- und Heimtextilien ist wesentlich differenzierter, da auf diesem Markt Produzenten in Entwicklungsländern, in Schwellenländern wie Taiwan, Südkorea und Brasilien, in Staatshandelsländern und Industrieländern um Marktanteile kämpfen.