TVS : durchzogenes Geschäftsjahr in der Textil- und Bekleidungsindustrie

Autor(en): **Riggenbach, Nathalie**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **119 (2012)**

Heft 4

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-678280

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

TVS – Durchzogenes Geschäftsjahr in der Textil- und Bekleidungsindustrie

Nathalie Riggenbach, TVS Textilverband Schweiz, Zürich. CH

Die Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie blickt auf ein wirtschaftlich schwieriges Jahr zurück. Die Abschwächung der Weltkonjunktur und der deutlich überbewertete Schweizer Franken hat den stark exportorientierten Unternehmen der Branche zu schaffen gemacht. Die Exporte fielen im Vergleich zum Vorjahr um 5,2%. Trotz schwierigem Umfeld ist die Wertschöpfung der Branche um 1,4% gestiegen. Die Aussichten sind jedoch wenig erfreulich. Die Weltwirtschaft wird fragil bleiben und es ist nicht zu erwarten, dass die wichtigsten Referenzwährungen erstarken werden. Der Textilverband fordert in diesem Zusammenhang einen Euro-Mindestkurs von CHF 1,30 sowie ein deutlich aktiveres Vorgehen der Schweizerischen Nationalbank.

Der Exportrückgang in der schweizerischen Textil- und Bekleidungsindustrie verlangsamte sich 2011 zwar, dennoch fielen die Exporte im Vergleich zum Vorjahr um 5,2% auf CHF 2,99 Mrd. Die Importe sind mit einem Minus von 1,1% auf CHF 7,59 Mrd. gesunken. Die Abschwächung des Handelsrückgangs führte 2011 zu einer Erhöhung der Wertschöpfung gegenüber dem Vorjahr um 1,4% auf CHF 1,19 Mrd.

Herausforderung für den Verband auf politischer Ebene

Für den Präsidenten des TVS Textilverband Schweiz, Andreas Sallmann (Abb. 1), ist es von besonderer Relevanz, dass der Verband seine Anliegen und Bedürfnisse in Zukunft klar kommuniziert und sich aktiv für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen einsetzt. Die Textil- und Bekleidungsindustrie brauche national und international bessere wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen. Transparenz und eine möglichst hohe Rechtssicherheit seien insbesondere für KMU unerlässlich. Als Beispiel schilderte Andreas Sallmann die sehr belastende Situation in der Euromed-Zone und die noch fehlende Verknüpfung mit den Westbalkanstaaten. In der Konsequenz würden die Möglichkeiten dieses bilateralen Abkommens heute nur wenig bis gar nicht genutzt.

Keine zusätzlichen Einschränkungen

Flexibilität und Entscheidungsfreiheit sind zwei wesentliche Parameter, um im schwierigen wirtschaftlichen Umfeld erfolgreich agieren zu können. Daher sind staatlich garantierte Mindestlöhne sowie die Festlegung einer Lohnobergrenze aus Sicht des Textilverbands Schweiz klar abzulehnen. Sie würden die Situation zusätzlich erschweren und für die Mitarbeitenden mittel- und langfristig keine Verbesserungen bringen.

Nachhaltigkeit mit Augenmass

Energieeffizienz, Nachhaltigkeit sowie Energie- und Ressourcenschonung sind zentrale Anliegen des Textilverbands Schweiz. Dabei gilt es Augenmass zu wahren. Im Bereich der produzierenden Textil- und Bekleidungsindustrie sind viele Prozesse energie- und ressourcenintensiv. Die Umsetzung einer nachhaltigen Strategie über alle Produktionsstufen ist zeit- und kostenintensiv. Die Mitgliedsunternehmen sind auf gutem Weg.

Berufliche Weiterbildung

Der Verband hat sich auch im vergangenen Berichtsjahr für die Erhöhung der Attraktivität beruflicher Weiterbildung eingesetzt. Schwerpunkte waren die Eigenverantwortung des Einzelnen sowie der Erhalt eines funktionierenden und innovativen Weiterbildungsmarktes ohne Behinderung durch staatliche Regulierungen und Verzerrungen durch Quersubventionierungen.

Haute Couture

Martin Leuthold (Abb. 2), Art Director der Firma Jakob Schlaepfer beleuchtete anschliessend «Die Zukunft der Couture Jakob Schlaepfer entwickelte sich innerhalb eines Jahrhunderts von einem traditionellen Stickereiproduzenten zu einem innovativen Unternehmen, das kontinuierlich textile, ästhetische und technische Grenzen sprengt.

Unter der kreativen Leitung von Martin Leuthold entstehen pro Jahr zwei Prêt-à-Porter und zwei Haute Couture Kollektionen. Bis zu 300 Kreationen bilden eine Kollektion, die auf der ganzen Welt Anklang findet. Renommierte Modehäuser wie Chanel, Dolce & Gabbana, Louis Vitton und Marc Jacobs zählen auf die Opulenz und die funkelnden Verführungen, für die Jakob

Abb. 1: Präsidenten des TVS Textilverband Schweiz, Andreas Sallmann

Abb. 2: Martin Leuthold, Art Director der Firma Jakob Schlaepfer

Abb. 3: Emanuel Forster, CEO der Firma Forster Rohner AG

Schlaepfer steht. Die enge Zusammenarbeit mit den Kunden befruchtet die Kreativität und bereichert beide Seiten.

Den Grundstein zum heutigen internationalen Unternehmen legt Rudolf Vogel 1904 in St. Gallen. Vier Jahre darauf tritt Jakob Schläpfer der Firma bei und führt sie später unter seinem Namen weiter. In den sechziger Jahren erwirbt Jakob Schläpfer unter der Leitung von Robert Schläpfer das Patent für die maschinelle Pailettenproduktion. Die schillernden Stoffe begeistern die Modewelt und verschaffen dem St. Galler Unternehmen weltweite Anerkennung. Heute sind technische Errungenschaften, wie Inkjet-Druck und High-Tech-Lasercut etablierte Verfahren und erweitern die Palette. Das stetige Streben nach technischen Herausforderungen und der Anspruch sich selbst zu übertreffen definiert Jakob Schlaepfer als Synonym für innovative Textilien.

Nicht nur die Modebranche erfreut sich an den vielfältigen Kreationen. Seit 2008 entwirft das Designteam jedes Jahr zusätzlich eine Interior-Kollektion. Illustre und üppige Tapeten, innovative Vorhangstoffe und textile Überraschungen zur Raumgestaltung werden präsentiert. Mittlerweile gehört der Interior-Bereich zu einem festen Bestandteil des Unternehmens und verzeichnet grosse Erfolge.

Bisher als Hersteller von Halbfabrikaten bekannt, kreiert Jakob Schlaepfer nun auch Accessoires. Die poetischen Objekte werden wie alle anderen Kollektionen im Atelier in St. Gallen entworfen. Erhältlich sind sie in den Jakob Schlae-pfer-Bambola Boutiquen in Zürich und St. Gallen, als auch online unter www.jakobschlaepfer.com. Somit wird den Kunden die Möglichkeit eröffnet, sich mit einem einzigartigen Jakob Schlaepfer Produkt zu schmücken.

Forster Rohner Mood Board S/S 12

«C'est le matériel qui inspire le couturier», so wird erzählt, soll einmal Christian Dior dem Grossvater des heutigen CEO's Emanuel Forster in Paris eröffnet haben.

Dieser Satz ist für Forster Rohner auch heute noch Grundlage des Wirkens mit der Haute Couture und dem Prêt-à-Porter. Doch was für eine ungeheure Herausforderung dieser einfache Satz darstellt! Es ist die Aufforderung, mit den Stickereien die ganz grossen Createure der Modewelt zu faszinierenden, einzigartigen Kollektionen zu inspirieren, immer wieder aufs Neue, Saison für Saison. «C'est le matériel qui inspire le couturier» oder, wie Sarah Mower über Miuccia Prada nach deren Catwalk Show in Mailand im Februar 2008 schrieb: After glimpsing a piece of lace in her studio and at first ignoring it, she found the handmade fabric crept up on her, to the point where it took over almost the entire collection. «I thought using a little bit here and there is tacky, so we've had all Switzerland working on couture lace. They're in shock,» Prada laughed after the show.

Die ersten Arbeiten für die Saison Spring/Summer 2012 begann bereits vor zwei Jahren. Dabei ging es noch nicht um die Stickereien selbst, sondern vielmehr um die Vision oder vereinfacht gesagt um die Atmosphäre. Die Frage, womit sich die Menschen im Spring/Summer 2012 befassen, was sie dann beeinflussen und faszinieren wird, was sie emotional berührt, stand ganz im Zentrum. Es sind kulturelle Ereignisse, Ausstellungen, Filme, Jubiläen, Bücher, Reisedestinationen aber auch wirtschaftliche und emotionale Stimmungen und Bedürfnisse.

Auch damals entstanden die Mood Boards Spring/Summer 2012. Stichwörter waren unter anderem «relaxingly fresh & extraordinary pretty, inspirations from 50ies jewels, stylized & glamorously poetic» wie auch «strong & beautiful, dominating contrast, inspirations from archived arts & crafts, inventive, young, poetic, contemporary, artistic casual». Darauf aufbauend entwarfen die Designer die Stickereikollektion Spring/Summer 2012.

Neben dem eigentlichen Dessin spielen auch Materialitäten und Stick- und Ausrüsttechniken eine entscheidende Rolle. Der ökonomische Fokus darf dabei nicht verloren gehen. Denn, so kreativ eine Idee auch ist, sie muss «fit for purpose» sein; sie muss, zumindest im Prêt-à-Porter, industriell umsetzbar sein und in finanzieller Reichweite der jeweiligen Kunden liegen, sonst bleibt es bei einem catwalk show-piece, wenn überhaupt.

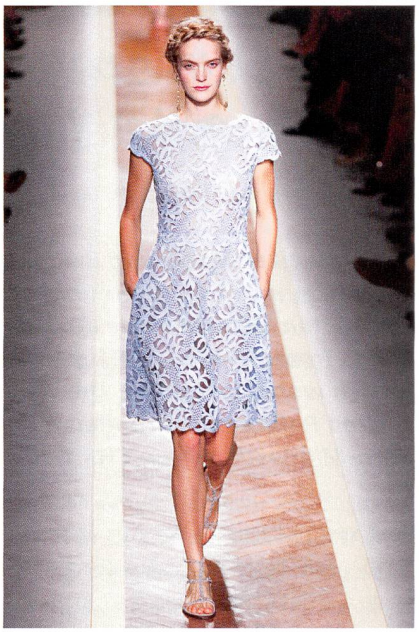

Abb. 4: Forster Rohner – Catwalk Valentino

Vor über einem Jahr wurde die Stickereikollektion Spring/Summer 2012 den Kunden zum ersten Mal gezeigt; mit dem lange vorbereiteten Ziel, den Createur in eine Traumwelt zu verführen und bei ihm einen kreativen Prozess auszulösen. Die Mood Boards und die Kollektionen werden angereichert durch intensive Arbeiten mit Archivmaterial, Fotographien und Stickproben. Diesem laufenden Versuch, bei den Createuren einen Funken zu zünden, muss die Fähigkeit folgen, diesen Funken zu einem wahren Feuer an Kreativität zu entfachen, das ganze Kollektionen erfassen kann und so einen bleibenden Eindruck in der Mode hinterlässt. Alles muss dann schnell gehen, sehr schnell. Sonst erlischt das zarte Flämmchen der Kreativität rasch. Dies bedingt eine unglaubliche Service-Bereitschaft, ein erstklassiges Team in Design und Produktion und unterstützenden, flexiblen Ausrüstern bzw. Partnern in der ganzen textilen Kette. So klein diese textile Kette in der Schweiz in den letzten Jahren leider geworden ist, so schlagkräftig ist sie nach wie vor.

Während die Stickereiproduktion für die Wäschekonfektion, die eine starke technische Komponente aufweist und viel längere Entwicklungszyklen zulässt, an günstigere Standorte abgewandert ist (Forster Rohner hat eigene grosse Werke in China und Rumänien für Stickereien für die Lingerie), so zählen in diesem Spitzensegment des Prêt-à-Porter nach wie vor die unschlagbaren Eigenschaften von «Made in Switzerland».