Imagewerbung und Nachwuchsförderung

Autor(en): **Hornung, René**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses - Intérieur**

Band (Jahr): **- (1989)**

Heft 2

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-794867

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

IMAGEWERBUNG UND NACHWUCHSFÖRDERUNG

von René Hornung

Erstmals findet in der Schweiz ein landesweiter «Tag der Textilindustrie» statt. Am 16. September werden 60 Unternehmen der verschiedensten Textil-Branchen auf Anregung des Industrieverbandes Textil (IVT) und unter Mitwirkung vieler weiteren Organisationen der Textil- und Bekleidungsindustrie ihre Fabriktore öffnen und dem Publikum Produkte und Herstellungsverfahren zeigen. Diese landesweite Aktion will mithelfen, ein positives Bild über die Schweizer Textilindustrie zu vermitteln und will die Unternehmen in ihren Bestrebungen um die Nachwuchsförderung unterstützen.

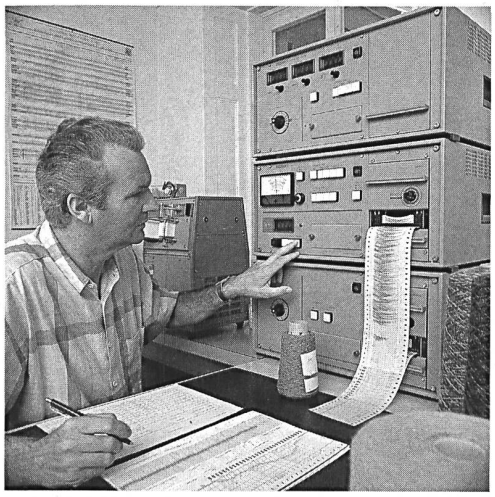
Der «Tag der Textilindustrie» soll «ganz allgemein die Informationslücke zwischen vorgefassten negativen Meinungen über die Branche und deren effektiv hohe Leistungskraft schliessen», schildert IVT-Direktor Dr. Alexander Hafner einleitend die Zielsetzung und die Idee, die hinter dem «Tag der offenen Tür der Textilindustrie» vom 16. September steckt. Sechzig Unternehmen öffnen an diesem Samstag ihre Türen. Erstmals tritt die Branche geschlossen an: Woll- und Baumwoll-, Leinen-, Seiden- und Chemiefaserbetriebe machen mit. Ein eigentliches Novum stellt die gemeinsame Präsentation mit der Bekleidungs-Industrie dar. In der gesamten Deutschschweiz sind die Bürger eingeladen, Unternehmen «bei ihrer Arbeit, in ihrer Erscheinungsform und in ihren Leistungen kennenzulernen», schreibt IVT-Direktor Dr. Alexander Hafner.

Es geht sowohl um eine Produkteschau als auch um die Präsentation der Arbeitsplätze. Das Publikum erlebt mit eigenen Augen, welche Leistungen die Unternehmen der Branche für die Allgemeinheit erbringen, aber auch, welche Probleme sie zu meistern haben. Rundgänge sind wohl am besten geeignet, Sympathien auszulösen, Interesse zu wecken, um Verständnis zu werben und damit auch Konflikte am Standort zu verringern. Betriebsbesichtigungen vermögen den Nachwuchs zu interessieren und haben auch nach innen ihre Wirkung, indem sie das Betriebsklima verbessern, die Mitarbeiter zeigen jeweils mit Stolz ihre Arbeitsplätze. Mit einem Wort: «Ein Tag der offenen Tür schafft gute Stimmung in der Öffentlichkeit.»

Besonders wirkungsvoll wird der «Tag der offenen Tür» in diesem Herbst, weil er gleichzeitig und überregional stattfindet. «Das gibt der Veranstaltung eine landesweite Bedeutung und dokumentiert nach aussen die Zusammengehörigkeit der Branche.» Das Publikum erlebt eine zukunftsgläubige und initiative Schweizer Textilindustrie. «Ein Gegengewicht zu den unerfreulichen Nachrichten über Betriebsschliessungen», kommentiert Dr. A. Hafner. Dem Verband ist es ein Anliegen, das Branchen-Image zu stärken. Die Schweizer Schuhindustrie hatte 1987 eine ähnliche Aktion lanciert. Nun öffnet eine breite Palette von Textilunternehmen ihre Tore – viele zum ersten Mal: 37 der Firmen gehören zur Baumwollindustrie, sieben Unternehmen der Woll- und Seidenstoffindustrie sind dabei, weiter vier Veredlungsbetriebe, drei Bandfabrikanten und eine Leinenweberei. Besonders erfreulich ist auch, dass sieben Unternehmen der Bekleidungsindustrie mitmachen. Doch nicht nur Unternehmen, auch Schulen öffnen ihre Tore: Die Ostschweizer Stickereifachschule in St. Gallen präsentiert sich stellvertretend für die Stickereibranche.

Der Verband trägt zum Gelingen dieser landesweiten Veranstaltung bei, indem er den teilnehmenden Firmen Werbemittel zur Verfügung stellt. So präsentiert sich die Branche nach aussen einheitlich. Die Inserate vermitteln ein geschlossenes Erscheinungsbild, sie unterstreichen die Zusammengehörigkeit. Die Betriebe plazieren ihrerseits nach eigenen Möglichkeiten und Bedürfnissen Werbung in den lokalen Medien, sie werden auch hierbei von ihren Verbänden unterstützt. Den Unternehmen werden auch Broschüren zur Verfügung gestellt, u. a. «Profil für Textil», sowie ein Plakat, auf dem

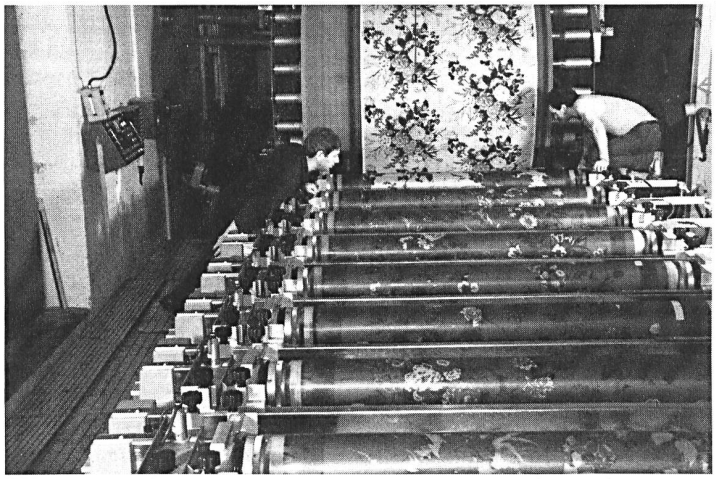
1

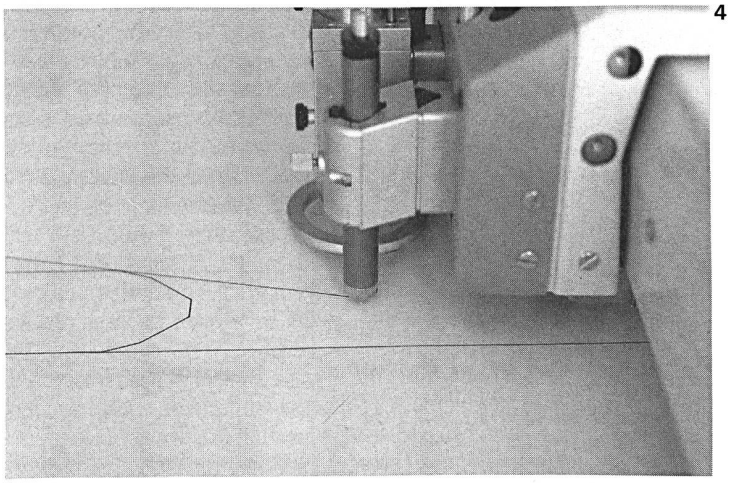


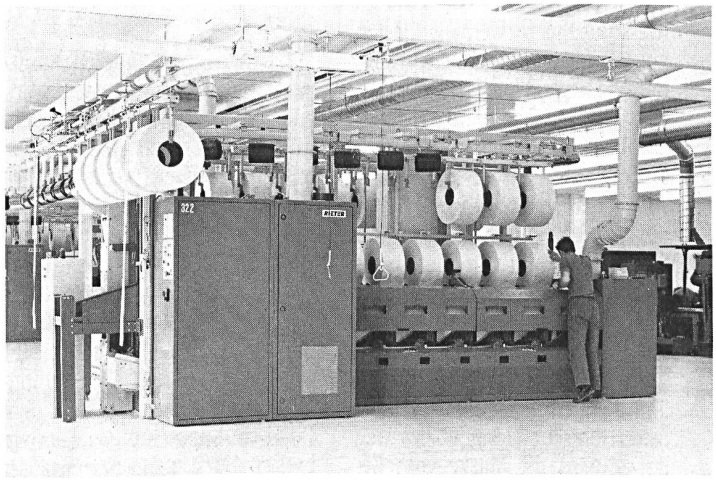
2

1 Eskimo Textil AG, Turbenthal Überprüfungsgerät zur Kontrolle der Garne und somit Gewährleistung eines reibungslosen Produktionsablaufs.
2 Spinnerei + Weberei Dietfurt AG, Bütschwil; Elektronische Unterstützung für Dessinierung und Produktion.
3 Heberlein Textildruck AG, Wattwil Der Rotationsfilmdruck ist die moderne Form des kontinuierlichen Textildruckes mit vielen Variationsmöglichkeiten; hier als Beispiel eine 12-Farben-Maschine.
4 Otto Kauf AG, Ebnat-Kappel Computer Integrated Manufacturing: der Plotter beim Aufzeichnen eines Schnittmusters.
5 Hermann Bühler AG, Winterthur «Weltpremiere» Über einen automatischen Wickeltransport wird in Paketen zu 8 Wickeln ein Stockwerk überbrückt und die Kämmaschine automatisch beschickt.

die Textilberufe übersichtlich dargestellt sind. Informationsmittel über Weiterbildungsmöglichkeiten liegen ebenfalls bereit.
Schon vor diesem 16. September zeigen fünf Textilunternehmen in den Regionen Winterthur und Toggenburg anlässlich einer Pressefahrt den Medienvertretern ihre Produktion. Verschiedene Betriebe öffnen ihre Türen dieses Jahr allerdings nicht zum ersten Mal: Eskimo Textil AG in Turbenthal hatte im vergangenen Jahr drei Tage lang zur Besichtigung die Tore offen, 2500 Leute hatten sich umgeschaut. Da waren speziell auch Behördenmitglieder aus dem Tösstal eingeladen, «damit man sich einmal persönlich kennenlernt», wie Eskimo-Direktor Ralph Aemisegger ausführt. Auch dieses Jahr beteiligt sich der Turbenthaler Betrieb wieder am Tag der offenen Tür, «aus Solidarität zu den Betrieben in der Region und zur Branche».
Diese Art von Imagewerbung bewährt sich nicht nur bei Eskimo. Auch die Heberlein-Textildruck AG in Wattwil hat mit einem solchen Anlass gute Erfahrungen gemacht: Hier hatte man zuletzt vor zwei Jahren, zum 150-Jahr-Jubiläum des Unternehmens, die Türen geöffnet. Damals strömten in Wattwil rund 6000 Leute durch die Textil-Druckerei. Schon etwas länger – acht Jahre – ist es her, seit sich die Hemdenfabrik Otto Kauf in Ebnat-Kappel im Toggenburg zuletzt der Bevölkerung präsentiert hatte. Im Betrieb organisiert man diesmal Produkteschau und zeigt Ausbildungsmöglichkeiten. Urs Kauf nennt hier ein wichtiges Stichwort zum Tag der offenen Tür: Lehrlings-Rekrutierung und Nachwuchsförderung. Auch bei Heberlein legt man darauf einigen Wert: «Wir haben zwar schon die 40-Stunden-Woche, aber eben Schichtbetrieb», da sei die Nachwuchsförderung besonders schwierig, erklärt Geschäftsführer Rolf Oswald.
Die Spinnerei Hermann Bühler AG in Winterthur/Sennhof will vorweg zeigen, «wie stark sich in einem modernen Textil-Unternehmen die Arbeitsbedingungen gewandelt haben, vom handwerklichen zum ‹Brain›-Arbeitsplatz», erklärt Paul Schnepf, Direktor Kommerz. Dieses Unternehmen präsentiert sich dem Publikum jetzt überhaupt zum ersten Mal. Mit Betriebsbesichtigungen ist man sonst sehr zurückhaltend. Der Aufwand für solche Publikums-Präsentation ist allerorts erheblich. «Langfristig lohnt sich das», ist Rolf Oswald von Heberlein überzeugt – «und zwar nach innen wie nach aussen. Die Bevölkerung der Region sieht, was wir herstellen, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Betrieb sind stolz, ihre Arbeitsplätze zeigen zu dürfen.»
Zu sehen gibt es in den Betrieben natürlich nicht bloss Produkte, die die Bevölkerung aus dem Alltag kennt; vorgestellt werden auch modernste Maschinen und Verfahren. In den Hallen der Spinnerei und Weberei Dietfurt werden die Bewohner der Region beispielsweise mit High-Tech konfrontiert. Da gibt es das Computer Integrated Manufacturing (CIM) zu bestaunen: Webmuster aus dem Computer und elektronische Gewebekontrolle. «Wenn wir das alles zeigen, ist natürlich klar, dass unter den Besuchern auch Leute aus Konkurrenzbetrieben sein werden», sagt der Marketing-Leiter des Betriebes, Heinrich Schiesser. Überhaupt ist High-Tech in fast allen Betrieben wichtiges Stichwort, das von seiten der Besucher auf grösstes Interesse stossen dürfte.


3


4


5