

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

**Herausgeber:** Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

**Band:** 71 (1964)

**Heft:** 6

**Rubrik:** Aus aller Welt

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 26.04.2025

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

## Aus aller Welt

### Neue Zauberformel: Verbund im größeren europäischen Markt

Auch im Textilverband bleibt das Risiko

Heinz Heiner, Krefeld

Die neue Zauberformel in der von Krisen geschüttelten und dezimierten Textil- und Bekleidungswirtschaft der Bundesrepublik lautet: *Verbund*. Loser, nicht eigentumsmäßiger Zusammenschluß von Textilfirmen in horizontaler oder vertikaler Richtung soll über gemeinsamen Vertrieb, Werbung, Marke, Gütezeichen oder in der letzten Konsequenz über eine Arbeitsteilung in der Erzeugung das Tor zum größeren Markt aufstoßen. Einige Textilverbände haben schon Jahre überstanden; sie werden jetzt als Muster von anderen übernommen. Wir stehen indessen heute wahrhaftig vor einer Flut von Verbundlösungen in der Textilindustrie, die zu einem Teil in die falschen Kanäle gelangen können. Viele Fragen bleiben im wachsenden EWG-Markt noch ohne schlüssige Antwort. Die Vielzahl von kleinen und mittleren Textil- und Bekleidungsunternehmen muß zwangsläufig weiter beschränkt werden, wenn man in der Textilwirtschaft wieder zu geordneten Marktverhältnissen gelangen soll. Wettbewerber von gestern können nicht bedenkenlos im gemeinsamen Verbund Partner von morgen werden. Nur noch die Serienfertigung wird in Zukunft dem massierten Großeinkauf der Kaufhauskonzerne oder dem wachsenden Einfluß der die mittleren Betriebe bedienenden Einkaufsverbände gerecht werden können. Für rationellste Fertigung mit entsprechender Kostendegression und scharf kalkulierten Preisen für den Großkonsum ist die Massenerstellung unabdingbare Voraussetzung. Den Klein- und Mittelbetrieben bleibt noch die Chance der Spezialisierung auf hochmodische, qualitativ überdurchschnittliche, einfallreiche Textilien aller Art.

Manche Firmen sehen ihre Felle wegschwimmen; sie greifen also nach dem Verbund wie ein Ertrinkender nach dem Strohalm. Der fortschreitende Ausleseprozeß in der Textilbranche hat daher verschiedentlich die Verbundbestrebungen vernünftiger Unternehmer in Mißkredit gebracht. Eine Reihe von Textilfabriken, darunter auch altingesessene, blieben auf der Strecke, obwohl die Maschinen modern und rationell gearbeitet haben; der wachsende Importdruck hat renommierten Stoffdruckereien den Todesstoß gegeben; die Zahl der Betriebe in der Baumwollweberei ist von 1954 bis 1963 durch Konkurse, Vergleiche, Umwandlungen oder Umstellungen auf andere Fertigung um über 20 Prozent eingeschränkt worden.

In diese Strukturwandlungen, Aenderung von Marktgewohnheiten und Konzentrationsbestrebungen platzten die vielfältigsten Interessen, die im Verbund eine neue Lösung für den größeren Markt suchten.

Es ist nicht zu bestreiten, daß einige Gruppen auf diesem Gebiet Pionierarbeit geleistet haben. Manche haben sich bewährt, andere sind in den Anfängen steckengeblieben. Die Rotweißgruppe unter Führung des Textilgiganten Schulte & Dieckhoff hatte es mit Wäscheartikeln versucht. Der Werbeaufwand war gewaltig, aber der Verbund platzte bald aus allen Nähten. Der Kreis der Firmengruppen war zu unübersichtlich, nicht genügend aufeinander abgestimmt, zu sehr auf das Horstmarer Großunternehmen zugeschnitten, das immerhin auch die Riesenreklame betrieb. Die Firma Schulte & Dieckhoff geht bekanntlich jetzt konsequent wieder ihren eigenen Weg der Großserie in Strümpfen, Hemden und bald in anderen Textilien des täglichen Bedarfs. Rotweiß dagegen war ein Verbund ins Uferlose; er wurde rasch der neuen Marktkonzeption, die sich für den EWG-Markt logisch

und konsequent an amerikanische Vorbilder anlehnt, geopfert. Ein bekannter Individualist unter den Textilfabrikanten, der Hildener Textilindustrielle Gert P. Spindler, hat kürzlich geäußert, die meisten Verbundkonstruktionen krankten daran, daß jeder der Beteiligten möglichst viel profitieren, aber nichts von seiner Selbständigkeit und Souveränität aufgeben möchte. Für Spindler ist die Fusion das Endziel jeder Verbundarbeit in ihren möglichen Spielarten. Wir wollen im folgenden einige Beispiele erfolgreicher Textilgruppen herausstellen, die in der Kooperation nicht unbedingt das Allheilmittel, aber immerhin einen Weg aus der Textilkrise gefunden haben.

Der Anteil in synthetischen Gewirken am Hemdenmarkt war in den letzten Jahren steigend, dürfte jedoch 1964 wieder von 70 Prozent in der Spitze auf rund 50 Prozent zurückfallen. Auf jeden Fall sind der Baumwollindustrie große Kapazitäten verlorengegangen. Die Synthetic-Welle hat aber vor allem das Problem der Pflegeleichtigkeit in den Vordergrund geschoben. Die Baumwollindustrie hat sich deshalb mit pflegeleichten Textilien auseinanderzusetzen und ihrerseits Produkte auf den Markt zu bringen, die die Vorteile der Baumwollfaser bieten und die Pflegeleichtigkeit der Synthetics gewährleisten.

Die Kosten für die Entwicklung dieser neuen pflegeleichten Textilien waren sehr hoch und konnten unmöglich von einer einzigen Firma aufgebracht werden. Vor etwa 18 Monaten hatten sich deshalb rund 20 Unternehmen der deutschen Baumwollindustrie in der Gütezeichengruppe «Super-Cotton» im Gütezeichenverband Textilveredlung e. V. (Frankfurt am Main) zusammengefunden. Dies ist ein echter Verbund, von dem alle Beteiligten profitieren.

In Zusammenarbeit mit der Studiengemeinschaft der Textilveredlungsindustrie e. V., Frankfurt am Main, der Textilforschungsanstalt Krefeld und dem Bekleidungs-technischen Institut in Mönchengladbach sind die Anforderungen und Prüfbedingungen für ein RAL-Gütezeichen «Super-Cotton» entwickelt worden. Sie entsprechen bezüglich der Pflegeleichtigkeit dem Wunsch des Verbrauchers an Hemden, Blusen und Sommerkleidern. Bei seiner Zielsetzung wird sich der Verbund aber nicht nur auf rein werbliche Fragen beschränken, sondern auch weitgehend in einen Kollektionsverbund eintreten.

Im Absatz geht die Baumwollindustrie auch Wege, die sogar über die nationalen Grenzen hinwegführen. Der italienische Hersteller von Kleiderstoffen, Wäsche und bügelfreien Hemdenpopelinen, die Cotonificio Legler SpA in Ponte San Pietro (Bergamo), das österreichische Textilunternehmen F. M. Hämmerle in Dornbirn, die deutsche Baumwoll- und Zellwollspinnerei und Weberei Merian & Co. GmbH in Höllstein sowie die beiden schweizerischen Unternehmen, die Stoffel AG in St. Gallen (Hersteller von Regenmantelstoffen und Hemdenstoffen) und die Firma Stotz & Co. in Zürich, die sich seit 20 Jahren auf die Fertigung von Einlagestoffen spezialisiert hat, gründeten 1963 die neue Gütergemeinschaft «Etacol International». Zweck des Verbundes ist die Erschließung eines größeren Marktes über die Grenzen der EWG und der EFTA hinweg durch eine gemeinsame Qualitätsbezeichnung. — Die fünf Firmen wollen ihren Abnehmern gewisse festgelegte Garantien bezüglich Weißgrad, Dimensionsstabilität, Naß- und Trockenknitterwinkel, Heiß-

Chlor-Vergilbung usw. geben und auf dem Gebiete der Forschung zusammenarbeiten und künftig neue Entwicklungen herausbringen. Die «Etacol International» mit ihren fünf Firmen repräsentiert heute eine Kapazität von 200 000 Spindeln und über 6000 Webstühlen sowie die dazugehörigen Veredlungsbetriebe, alles zusammen mit einer Belegschaft von etwa 10 000 Arbeitern und Angestellten. Abgesehen von dem Markenverbund bleiben die einzelnen Firmen selbständig.

Die europäische Zusammenarbeit zwischen Teppichfabrikanten führte zu verschiedenen Vertriebs- bzw. Kollektionsverbunden. Die zur Girmes-Gruppe gehörende Grefrath Velour GmbH (Grefrath bei Krefeld) hat vor einiger Zeit zusammen mit der Vlaamsen Tapijtweverij, Kortrijk, eine Vertriebsgesellschaft in Grefrath unter dem Namen «VTW-Grefrath GmbH» gegründet. — Ein gemeinsames deutsch-britisches Teppichwerk haben die OKA-Teppichwerk GmbH (Hamel) und die T. F. Firth & Sons Ltd. (Brighouse) unter dem Namen «OKA Firth & Sons GmbH» in Hameln aufgebaut. — Im Jahre 1961 hat das Teppich-Vorwerk der Vertriebsgesellschaft France Tapis, Paris, die mit einem Marktanteil von über 40 Prozent die bedeutendste Gruppe französischer Teppichfabrikanten umfaßt, in einem Abkommen den Alleinverkauf ihrer Teppicherzeugnisse für Frankreich übertragen.

Auf dem Deckensektor haben sich kürzlich die IBENA-Textilwerke (Boholt) mit dem wohl prominentesten italienischen Deckenhersteller, der Woldeckenfabrik Somma, Somma-Lombardo (Varese), zu einer Partnerschaft zu-

sammengeschlossen. Ein ähnliches Abkommen wurde mit der ausschließlich auf Reiseplacards spezialisierten französischen Weberei Leplat-Nollet getroffen, die im Wollzentrum Roubaix ansässig ist.

Auch die Mode ist einem Strukturwandel unterworfen. Neben der schöpferischen Inspiration des Gestalters ist es der Stoff, der in seiner vielfältigen Erscheinungsform an Bedeutung gewinnt. Nicht der sprunghafte Wandel der Modelinie ist für die heutige Situation maßgebend, sondern das subtile Zusammenspiel von Stoffmode und Schnitt-Tendenzen in gegenseitiger Anregung und Entwicklung. Diese Erkenntnis veranlaßte die Baumwollindustrie Erlangen-Bamberg AG, mit einer Reihe namhafter Konfektionäre des In- und Auslandes im März 1964 eine Interessengemeinschaft ins Leben zu rufen. Das Ziel ist, durch regen Gedanken- und Erfahrungsaustausch gemeinsam einen Beitrag für die Entwicklung der Mode zu leisten.

Zieht man Bilanz aus diesem buntgewobenen Reigen der Textilwirtschaft, dann muß man als außenstehender Beobachter bekennen, daß sich die fortschrittlichen Unternehmer trotz offensichtlichen Pannen in allen Textildbereichen bemühen, den Verbund — nicht um jeden Preis — marktgerecht anzuwenden. Eine Patentlösung zum Weiterbestehen unrationeller Fertigungen ist er beileibe nicht. Die fortschrittlichen Unternehmer indessen werden ihn als brauchbares Instrument für spezielle Qualität und Großserie im größeren Markt anzuwenden verstehen.

## Tagungen

### Die Textilindustrie im Zeichen des Strukturwandels

Referat von Textil-Ingenieur Norbert Gyr, Langenthal,  
gehalten anlässlich der Hauptversammlung der VST 1964

Unsere Wirtschaft und im besonderen die Textilindustrie stehen heute im Zeichen einer Strukturwandlung größten Ausmaßes. Es vergeht kein Monat, in welchem nicht Berichte über Schwierigkeiten und Betriebseinstellungen mehr oder weniger bekannter Textilunternehmen veröffentlicht werden. Diese Welle, die in den letzten zehn Jahren z. B. in Frankreich ca. 300 Textilbetriebe und in Deutschland von 1957 bis 1960 500, d. h. nahezu jeden zehnten Betrieb der Textilindustrie dahinraffte, ist noch nicht zum Stillstand gekommen. Unsere schweizerischen Unternehmungen konnten sich bis heute, dank der vorhandenen Reserven, relativ gut halten.

Die Beschäftigungslage in der schweizerischen Textilindustrie ist bei großem Arbeitermangel allgemein gut. Die Ertragslage jedoch wird mit einigen Ausnahmen als mittelmäßig bis dürrig bezeichnet. Der Konkurrenzkampf ist in ständiger Zunahme begriffen.

Wie wir alle wissen, geht die Tendenz bedeutender Großverteiler heute immer mehr darauf aus, dort in der Welt einzukaufen, wo die günstigsten Einkaufsbedingungen herrschen, z. B. für Badkleider Israel, für Stoffe Japan oder Portugal, für Konfektion Hongkong. Gestatten Sie mir in diesem Zusammenhang ein Beispiel: Ein Großverteiler kaufte Sporthemdenstoffe 5 % unter dem schweizerischen Kaufpreis in Japan und ließ sie 65 % billiger als in der Schweiz in Hongkong konfektionieren. Die Hemden sind qualitativ der Schweizer Ware in diesem Genre ebenbürtig. Viele von Ihnen werden sagen: es ist unmöglich, diese Artikel noch bei uns herzustellen. Wir wollen die Ursachen dieser Unterschiede kurz untersuchen.

5 % Preisdifferenz im Gewebe können auch wir unterbieten, wenn wir im großen fabrizieren. 65 % billigere Konfektionskosten sind schwerer zu erreichen. Wenn wir aber wissen, daß der Konfektionär in Hongkong nur ein

Drittel der Fertigungszeit unserer hiesigen Konfektionäre benötigt, so ist daraus ersichtlich, was noch zu machen ist. Sicher sind unsere schweizerischen Konfektionäre nicht weniger tüchtig als ihre asiatischen Kollegen, aber um so zu arbeiten, benötigen sie dauernd Großaufträge, um sich entsprechend einrichten zu können.

Lassen Sie mich noch einen kurzen Seitenblick auf die Entwicklung im Handel werfen, bevor ich auf unsere Textilindustrie zurückkomme. Der Handel hat längst begriffen, daß er gegen die großen Kaufhauskonzerne, Genossenschaften und neuerdings Diskonthäuser nur bestehen kann, wenn er sich mit Einkaufsgesellschaften zusammenschließt, welche zu ähnlichen Bedingungen einkaufen wie diese. Durch den besonderen Kundenservice, den solche Einzelhandelsgeschäfte gegenüber den Großverteilern zu bieten haben, lösen sie ohne Schwierigkeiten bessere Preise. Was haben wir in der Textilindustrie in dieser Hinsicht bis heute getan?

Einzelne Betriebe haben ihr Artikelprogramm bereinigt, arbeiten mit anderen zusammen oder haben sich auf gewisse Artikel spezialisiert. Diese verhältnismäßig geringe Anzahl Firmen arbeiten meist mit befriedigendem Erfolg, sie behaupten ihren Marktanteil und können vertrauensvoll in die Zukunft blicken. Ein großer Teil der schweizerischen Textilunternehmen ist jedoch den verschärften Wettbewerbsbedingungen der Zukunft nicht gewachsen. Wie wollen diese bei einer Aufsplitterung des Artikelprogrammes in viele Kleinpartien einer Konkurrenz begegnen, die dank ihrer Auflagen und rationellen Arbeitsweise zu Preisen offeriert, die von ihnen nicht zu erreichen sind?

Und hier sind wir an dem Punkt, welcher uns so schwerfällt. Wir müssen, um in Zukunft mit Erfolg arbeiten zu können, alte Ressentiments über Bord werfen und uns mit Herstellern ähnlicher oder gleicher Produkte