

# New export and sales promotion methods

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): - **(1977)**

Heft 32

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-796101>

## **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.

# New export and sales promotion methods

Switzerland is a country heavily dependent upon exports, and the prosperity of its economy is largely governed by the world economic situation. One would have thought then that "export promotion" would have played a vital role in the policy and behaviour of most firms for quite some time now. In fact, however, a great many firms seem to have done nothing about it until the world-wide recession with its well-known effects such as ● falling demand ● insufficient utilization of output capacity ● depressed prices ● declining profits gave them the necessary impetus.

In trying to solve the problem firms soon realized that they were largely on their own. Admittedly the state comes to their aid in some fields with various measures such as for example the export risk guarantee, the export financing scheme or the work of commercial attachés at certain Swiss embassies, but these bear no comparison with the tremendous state export promotion that neighbouring industrialized countries can count on.

Awareness of this fact led the Association of Swiss Wool Textile and Silk Fabric Manufacturers (VSWS) to lend a favourable ear to proposals for setting up a work group for the promotion of the export trade and the appointment of foreign trade delegate of its own. The collective policy and action aimed at is however for the time being still hampered in many cases by all too individualistic behaviour. To try and bring wool, silk and synthetics all under the same roof is not particularly easy; in addition the various target groups (women's and men's wear fabrics and home textiles) differ greatly from one another as well as demanding different geographical emphasis.

One of the first and at the same time one of the most worthwhile tasks of the work group was therefore the listing of the desires and needs of VSWS members. The Near and Far East as well as North America appeared to them far and away the most interesting and the most promising target areas. And it is these areas

HANS S. BISCHOF  
AG Stünzi Söhne, Horgen



that the association's own trade delegate Oscar Knapp has been appointed to prospect and develop.

Naturally he cannot carry out the actual sales activities for firms. It is up to him, on the other hand, to find and work out the whole framework of conditions governing textile exports. A first report on the North American market was already sent to members, i.e. individual firms, several months ago. Both objective and subjective impressions have shown that marketing possibilities exist, especially in the USA. As a result of this, a number of firms recently presented their production programme to potential North American customers at an exhibition in New York organized in cooperation with the Swiss Office for the Development of Trade and the Swiss Consulate.

Naturally the "Export Business" work group will not limit its activities only to the above-mentioned markets. After deciding on requirements, other markets will be tackled; however in many countries certain conditions have been noted that make successful marketing practically impossible. This is the case for example of a large part of Africa.

Even Japan, which only a short while ago played a leading role, today gives rise to doubts. In industrialized regions nearer home, on the other hand, there are still considerable untapped reserves. What is extremely important however is the way in which the marketing instrument is used and the individual markets are worked. There is no doubt that the industrialized countries of Europe and North America are very receptive to novelties and specialities. It is therefore up to Swiss industry and individual firms to produce these. To discover and point out the potential outlets is however the responsibility of our work group.

If this kind of collective thinking can be continued and extended, then the VSWS's Work Group for the Promotion of Export Business can make an invaluable contribution to the further development and prosperity of its members.

## Neue Wege der Export- und Absatzförderung

Handeln wird vorläufig allerdings noch mancherorts durch eine allzu individualistische Haltung behindert. Wolle, Seide und Synthetics unter einen Hut zu bringen, ist nicht unbedingt einfach, sind doch die Absatz-Zielgruppen (DOB, HAKA und Heimtextilien) voneinander sehr verschieden und verlangen demnach eine unterschiedliche geographische Gewichtung.

So ist es denn eine der ersten und zugleich vornehmsten Aufgaben der Arbeitsgruppe gewesen, die Anliegen der VSWS-Mitglieder zu formulieren. Für eine kollektive Abklärung der Marktchancen sind ihr vorerst der Nahe und Mittlere Osten sowie Nordamerika als die interessantesten Zielgebiete erschienen. Dazu ist der verbandseigene Handelsdelegierte Oscar Knapp eingesetzt worden.

Natürlich kann er den Unternehmen die eigentliche Verkaufstätigkeit nicht abnehmen. Ihm obliegt hingegen die exakte Abklärung der Rahmenbedingungen für das textile Exportgeschäft. Eine erste Arbeit über den nordamerikanischen Markt ist den Mitgliedern, d.h. den einzelnen Firmen, bereits vor Monaten zugegangen. Objektive und subjektive Eindrücke haben dabei ergeben, dass in den USA durchaus Absatzchancen bestehen. Als Ausfluss dessen haben

kürzlich eine Reihe von Firmen ihr Produktionsprogramm in New York auf einer Ausstellung unter Mithilfe der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung und dem Schweizer Konsulat den interessierten amerikanischen Abnehmern präsentiert. Selbstverständlich wird die Arbeitsgruppe «Exportgeschäft» ihre Aktivitäten nicht nur auf die genannten Absatzgebiete beschränken. Nach Abklärung der Bedürfnisfrage sollen künftig weitere Märkte erschlossen werden; allerdings sind für eine ganze Reihe von Ländern bereits von vornherein Kriterien zu beachten, die eine erfolgsversprechende Bearbeitung fast verunmöglichen. Das gilt beispielsweise für grosse Teile Afrikas.

Auch Japan, welches bis vorkurzem eine dominierende Rolle spielte, gibt heute zu Zweifeln Anlass. In näher gelegenen Gebieten liegen demgegenüber noch erhebliche Reserven. Dabei kommt es jedoch sehr darauf an, wie die Marketing-Instrumente eingesetzt und die einzelnen Märkte bearbeitet werden. Sicher sind die Industrieländer Europas oder Nordamerikas empfänglich für Neuheiten und Spezialitäten. Solche zu kreieren, ist Aufgabe unserer Industrie und des einzelnen Unternehmens. Die möglichen Absatzwege zu erforschen und aufzuzeigen, soll hingegen Aufgabe unserer Arbeitsgruppe sein.

Wenn diese Art kollektiven Denkens sich weiter durchzusetzen vermag, so wird die Arbeitsgruppe zur Förderung des Exportgeschäftes im VSWS einen echten Beitrag zur Weiterentwicklung und zum Wohlergehen seiner Mitglieder leisten können.

Die Schweiz ist ein stark exportabhängiges Land, dessen Gang der Wirtschaft weitgehend von der weltwirtschaftlichen Entwicklung bestimmt wird. Man sollte deshalb meinen, dass der Begriff «Exportförderung» schon in früheren Jahren eine wesentliche Rolle im Denken und Handeln der meisten Unternehmen gespielt hätte. Anscheinend hat aber bei vielen Firmen erst die weltweite Rezession mit den bekannten Auswirkungen wie ● Rückgang der Nachfrage ● schlechte Auslastung der Produktionskapazität ● gedrückte Preise ● ungenügende Erträge den Anstoss dazu gegeben, der Exportförderung ernsthaftere Beachtung zu schenken.

Bei der Problemlösung stösst das einzelne Unternehmen aber rasch auf die Tatsache, dass es in seinen Bestrebungen weitgehend auf sich allein angewiesen ist. Wohl lässt ihm der Staat mittels verschiedener Vorkehren, so z.B. mit der Export-Risikogarantie, der Exportfinanzierung oder der Tätigkeit der an einigen Schweizer Botschaften eingesetzten Handelsdelegierten, eine gewisse Hilfe zuteil werden, doch diese steht in keinem Vergleich mit der massiven, staatlichen Exportförderung, die in umliegenden Industrieländern betrieben wird.

Diese Erkenntnis hat im Verband Schweizerischer Woll- und Seidenstoff-Fabrikanten VSWS dazu geführt, dass Vorstösse zur Gründung einer Arbeitsgruppe zur Förderung des Exportgeschäftes und die damit verbundene Anstellung eines verbandseigenen Aussenhandels-Delegierten auf fruchtbaren Boden gefallen sind. Das angestrebte kollektive Denken und

Abraham AG	8034 Zürich
Bégé SA	8021 Zürich
H. Berger SA	1349 Eclépens
Bleiche AG	4800 Zofingen
F. Blumer + Cie	8762 Schwanden
Bosshard-Bühler + Co. AG	8620 Wetzikon
Rudolf Brauchbar AG	8022 Zürich
Dublanc + Co.	5649 Althäusern
Emar Seidenstoffweberei AG	6414 Oberarth
Gessner AG	8820 Wädenswil
H. Gut + Co. AG	8039 Zürich
F. Hefti + Co. AG	8776 Hätzingen
Max Kirchheimer Söhne + Co.	8039 Zürich
J. Meier AG	8855 Wangen
H. Moser + Co. AG	3360 Herzogenbuchsee
Paul Reis + Co. AG	8134 Adliswil
Riba Seiden AG	8039 Zürich
Schild AG	3027 Bern / 4410 Liestal



Schoeller Textil AG	4552 Derendingen
E. Schubiger + Co. AG	8730 Uznach
Robt. Schwarzenbach + Co. AG	8800 Thalwil
Schweiz. Decken- und Tuchfabriken AG	8422 Pfungen
Seidenwebereien Gebr. Näf AG	8022 Zürich
Seidenweberei Filzbach AG	8876 Filzbach
Seidenweberei Winterthur	8730 Uznach
Siber-Wehrli AG	8604 Volketswil
Stehli Seiden AG	8912 Obfelden
AG Stünzi Söhne	8810 Horgen
Tuchfabrik Sevelen	9475 Sevelen
Tuchfabrik Spinner + Co. AG	4410 Liestal
Tuchfabrik Truns AG	7166 Trun
Tuchfabrik Wädenswil AG	8820 Wädenswil
Arthur Vetter + Co.	8702 Zollikon
Weisbrod-Zürcher AG	8915 Hausen a. A.
Wollweberei Rothrist AG	4852 Rothrist
Wollweberei Rütli AG	8782 Rütli