

Ein Markt im Umbruch

Autor(en): **Ohk, Klaus Dieter**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1990)**

Heft 82

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795869>

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.

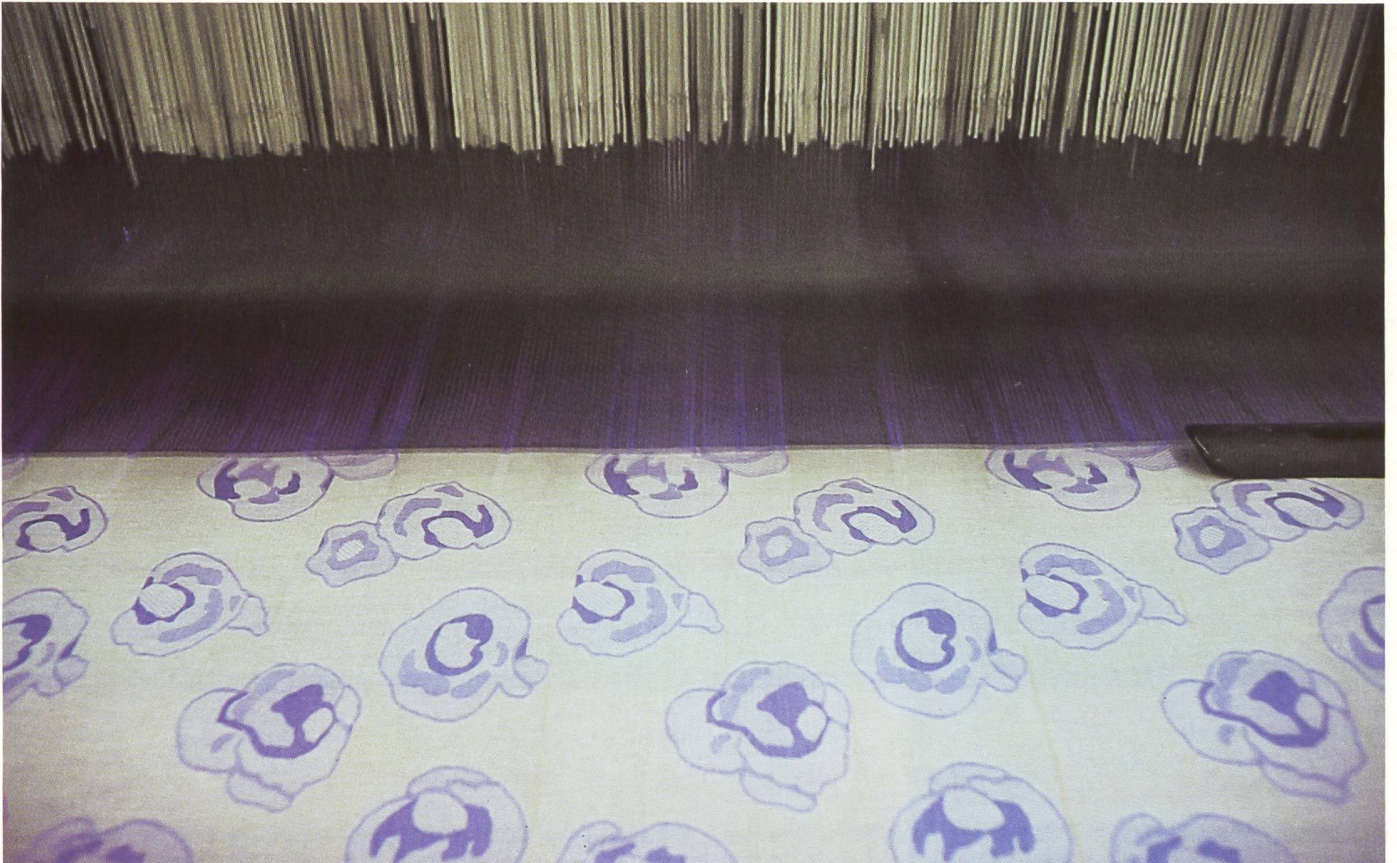
Haftungsausschluss

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.

JACQUARDGEWEBE AUS DER SCHWEIZ

EIN MARKT IM UMBRUCH

TEXT: KLAUS DIETER OHK · FOTOS: PIA ZANETTI



Boller, Winkler

Jacquard: Mal ist es die Königin der Gewebe, ein andermal wieder das Bettelkind – je nach modischen Bedürfnissen. Derzeit stehen Jacquards wieder ganz gross in Mode. Schweizer Jacquardweber mischen bei dem Boom kräftig mit, bevorzugt in den oberen Etagen des Marktes, wo es um die Verwendung besonders feiner Garne, auch edler Fasern geht. Dabei zeigt sich der Angebotsmarkt bei Jacquards aus der Schweiz auf den ersten Blick recht übersichtlich. Weniger transparent ist freilich sein weiterer Verfolg. Ein Gutteil der Schweizer Jacquardgewebe wird von den Herstellern anonym, nämlich über Converter vermarktet. Ausserdem zerstreut sich die Schweizer Jacquardproduktion dank riesiger Exportquoten buchstäblich in alle Welt. Und in den Betrieben selbst rollt unterdessen eine Investitionswelle; die neue elektronische Maschinengeneration rückt an; CAD und CIM sind längst keine Illusionen mehr. Auf den ersten Blick mag dies womöglich qualitativ nivellierend wirken. Aber die Schweizer Jacquardspezialisten sehen darin Herausforderung und Chance zugleich, zweierlei voranzutreiben: Erstens das noch stärkere Ausspielen technischer wie kreativer Intelligenz der Manpower, die in ihren Betrieben vorhanden ist, und zweitens eine noch flexiblere Anpassung an die sich immer schneller wandelnden Marktbedürfnisse, einen Schritt weiter in Richtung Quick response. Jacquard wird dabei nicht mehr ausschliesslich nur als eine anspruchsvolle Webkunst gesehen, der je nach «Trend» mehr oder weniger Markt offensteht, vielmehr als technologisch hochmoderne Methode, «zwei Fäden miteinander zu verknüpfen» und dieser Verknüpfung, je nach Bedarf, ganz schnell wieder ein völlig anderes Gesicht zu verleihen. Versuch der Zustandsbeschreibung eines Marktes, der im Umbruch steckt.

Ob von einem eindeutig profilierenden «Schweizer Modell» bei den Jacquardherstellern gesprochen werden kann, sei dahingestellt. Direkte und starke Konkurrenz erfahren die Schweizer Angebote zuvorderst aus Italien (Como), aber auch aus der Bundesrepublik und Frankreich, von dem punktuell sehr bitteren Wettbewerb aus niedrigpreisigen Drittweltländern einmal ganz abgesehen. Immerhin haben die Schweizer Hersteller aus den Jacquard-Krisen der jüngeren Vergangenheit viel gelernt; man wird sich nicht noch einmal vom Zusammenbruch eines Marktes kalt erwischen lassen. Risikoverteilung als Rezept gegen Verletzlichkeit ist nach unseren Gesprächen der Oberbegriff für die Schweizer Jacquard-Strategie.

Risikostreuung unerlässlich

Risikoverteilung dokumentiert sich dabei in sehr unterschiedlichen strategischen Bereichen:

1 Hinsichtlich der Einsatzbereiche der angebotenen Stoffe; alle von uns befragten Hersteller streben die Abdeckung mehrerer Absatzbereiche an beziehungsweise stehen längst nicht mehr nur auf einem Bein. Marktbesitz in mehreren dieser «end uses» heisst die Parole – DOB-Stoffe, Hemdenstoffe, Krawattenstoffe, Heim- und Haustextilien, was vom Vorhang über den Möbelstoff bis zu Bettwäsche reicht.

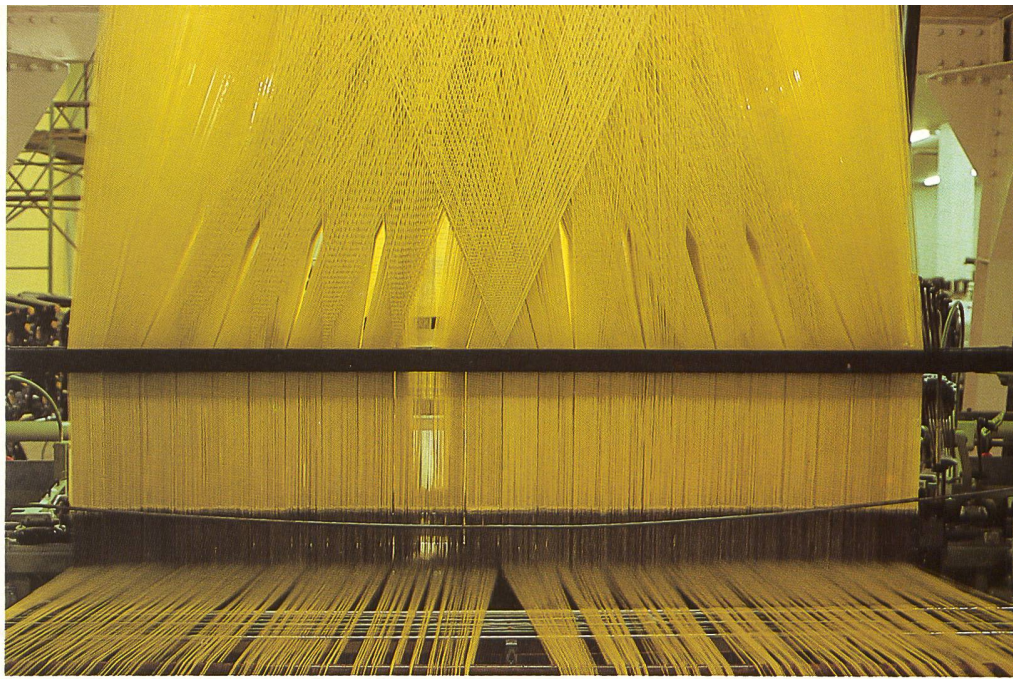
2 Hinsichtlich der Vertriebswege, die angesteuert werden; dabei geht – zumindest partiell – ein Weg weg von der ausschliesslichen Zusammenarbeit mit Convertern und Verlegern hin zur immer stärker verbreiteten Herausgabe einer eigenen Kollektion. Man will näher an den Markt, ins direkte Gespräch mit der Konfektion.

Dabei können sich alle Jacquardweber über – verschiedentlich unverhoffte – Synergieeffekte freuen. Modisch gleichen sich die unterschiedlichen Einsatzbereiche manchmal verblüffend. Ein DOB-Dessin ist beispielsweise auch im Deko-Bereich einzusetzen; zumindest befruchten sich die Aktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen gegenseitig sehr.

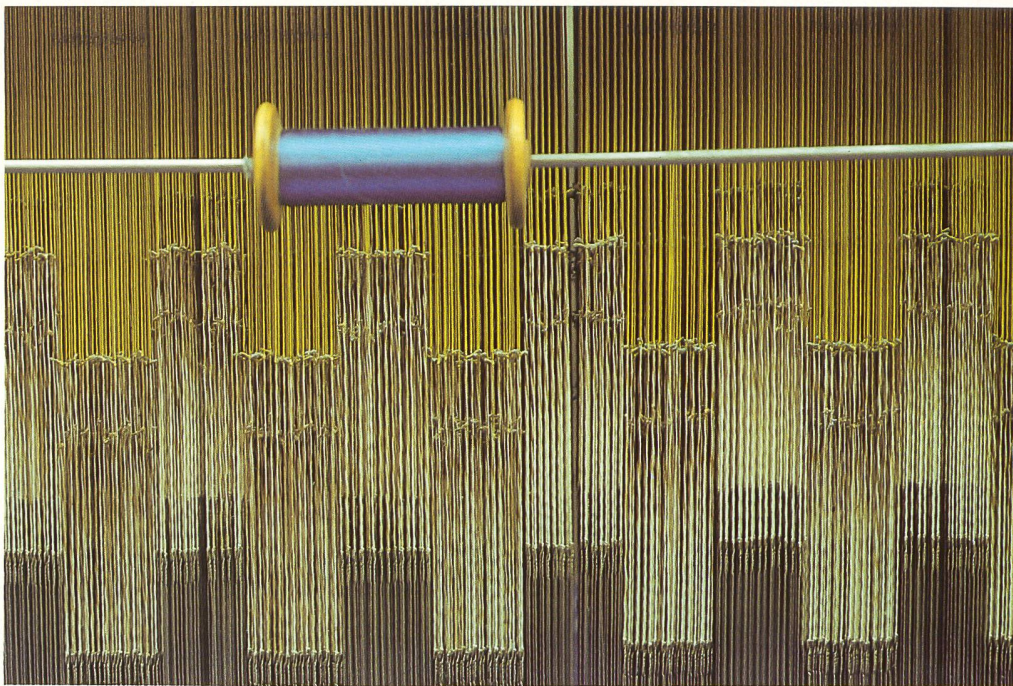
3 Hinsichtlich einer noch breiteren Streuung des Angebots durch intensivierten Export; Risikoverteilung durch Bearbeitung von noch mehr Märkten bringt dabei zugleich grössere Möglichkeiten, mit einzelnen Kunden im jeweiligen Land exklusiv zu arbeiten, was wiederum die Absatzchancen hebt. Zusätzlich spielen die Schweizer Jacquardweber den Heimvorteil der Nachbarschaft zu hochqualifizierten Textilveredlern aus: Druckern, Stickern, Ausrüstungsspezialisten – auch wenn dann ihr Erlös manchmal nur noch ein Zehntel des Verkaufspreises eines Stoffes auszumachen braucht. Immerhin muss man anderswo (wenn überhaupt) weit laufen, um in solch räumlicher und mentaler Nähe wie in der Schweiz so vielseitige und qualitativ adäquate Komplizen für einen gemeinsamen modischen Kraftakt zu finden.

Kreative und technische Kompetenz

In allen Betrieben (auch dort, wo stark mit Convertern zusammengearbeitet wird) ist hohes Augenmerk auf den Erhalt, womöglich sogar den Ausbau der eigenen kreativen Potenz gerichtet. Dabei geht es nicht nur um das Vermögen, «Kundenwünsche technisch zu übersetzen», sondern um tatsächliche kreative Eigenleistung in einem Produktionsbereich, in dem es, womöglich weit mehr als anderswo in der Textilindustrie, auf modische und technische Kompetenz gleichermaßen ankommt. Überraschend hoch ist bei den Schweizer Jacquardwebern Aufwand und Investition, die in Kreativität gesteckt werden. «Wir mustern sehr viel!» So lautet häufig die Antwort auf die Frage, warum Kunden bei ihnen und nicht womöglich bei Vergleichbaren anderswo kaufen. Bei einem grossen Seidenweber kostet der Musterungsaufwand an die 10 Prozent vom Umsatz. Solche Zahlen relativieren das weitverbreitete Vorurteil von der vermeintlichen Schweizer Kreativitäts-Lücke erheblich.

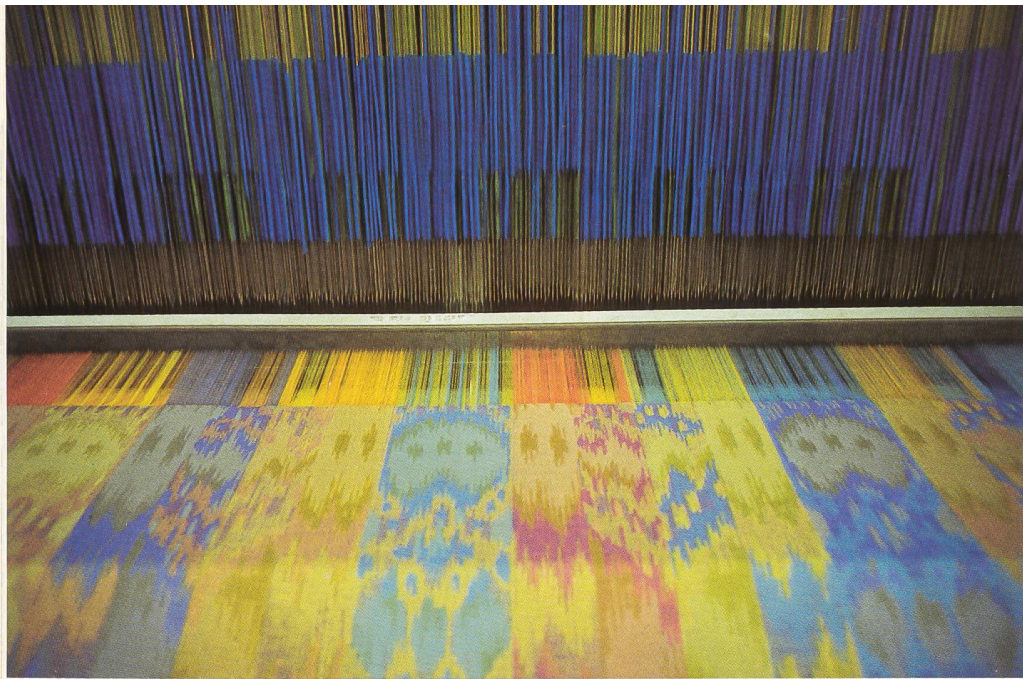


Schubiger + Schwarzenbach ▲

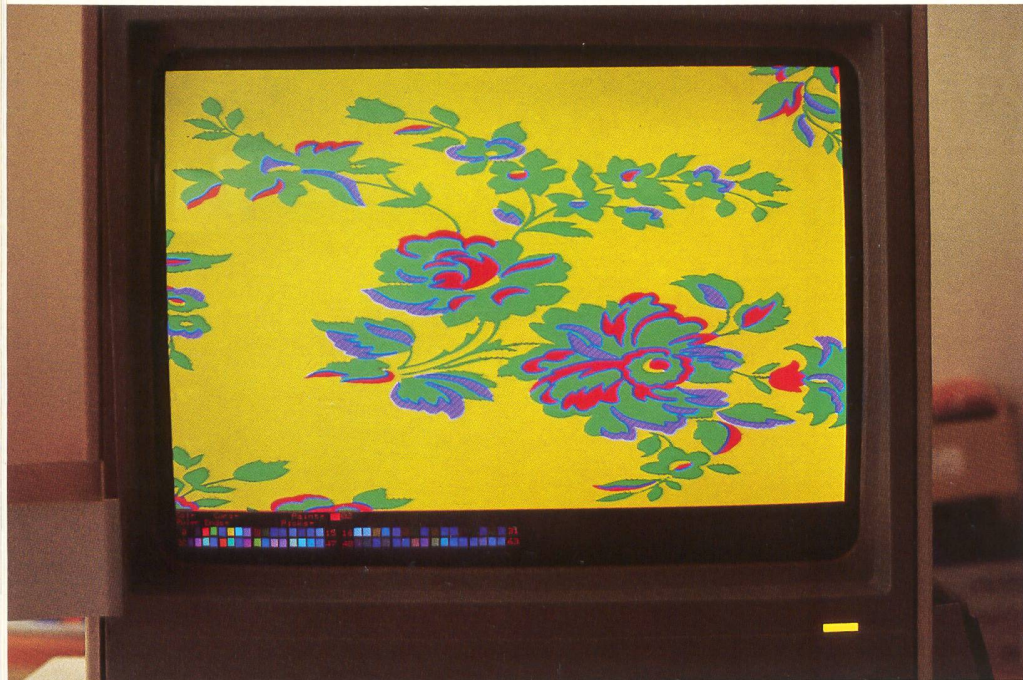


Weisbrod-Zürrer ▲ Gessner ▼

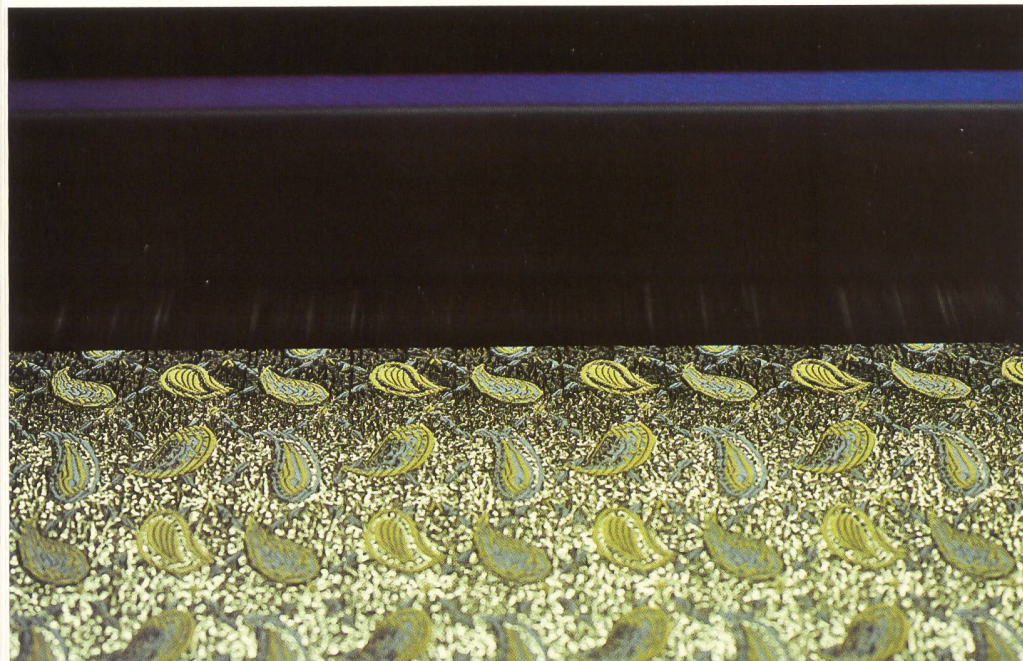




Gessner ▲



Boller, Winkler ▲ Weisbrod-Zürcher ▼



Ungebrochene Investitionskraft

Vervollständigt werden diese Strategien durch ungebrochene Investitionsbereitschaft. Selten anderswo in der Weberei oder in der Textilindustrie überhaupt findet man derzeit so viele Montageplätze, an denen umgebaut und renoviert wird wie in den Jacquard-Betrieben. Elektronische Automaten, Computerdessinierung, Riesenschritte auf dem Weg zum total integrierten CIM werden hier getan. Nach wie vor – und trotz der auch in der Schweiz deutlich gestiegenen Zinsen – schlagen hier die Vorteile eines grossen Finanzplatzes zu Buch. Betriebe, die radikal ihre gesamte Jacquardproduktion auf neue elektronische Maschinen umstellen, halten sich mit solchen die Waage, die (auch aus Sorge vor der plötzlichen Produktionssteigerung) den gleitenden Übergang unter vorübergehender Beibehaltung der bewährten Automaten im Sinn haben. Letztlich laufen aber alle Anstrengungen auf diese Zielvorstellung hinaus: «Der Kunde will nicht mehr drei Wochen warten. Er kommt morgens in den Betrieb, sieht abends die erste Realisation des Besprochenen und reist am nächsten Tag mit dem Coupon unter dem Arm wieder ab.»

Völlig einig ist man sich – bei den Spezialisten – über die gute Zukunft von Jacquard. Es mag zwar, konzediert man, wieder modische Rückschläge geben, die nicht zuletzt durch die eigenen langen Lieferzeiten bedingt sind, die die Konfektion nachgerade zwingen, sich nach Alternativen umzusehen. Immerhin setzt man auf die ausgleichende Wirkung der Diversifikation in der Angebotspalette («irgendwo geht immer was»), rechnet auch fest damit, dass die Modezyklen, die in der Vergangenheit lange Durststrecken gebracht haben, erheblich kürzer werden. «Die hochwertigen Anbieter müssen sich immer schneller von ihren preisgünstigeren Verfolgern abheben. Wenn heute der untere Teil des Marktes aus einem Stofftyp aussteigt, ist die modische Spitze schon wieder dran.»

High Tech und Quick response

Zusehends weniger sieht man Jacquard auch nur als rein modische Erscheinung und löst sich von den überkommenen Vorstellungen über dieses Produkt. «Ich betrachte Jacquard nicht im traditionellen Sinn, sondern auch als Mittel, Fäden zu verkreuzen. Und dabei bietet die Jacquard-Maschine, CAD- und CIM-gesteuert, mehr Schnelligkeit und garantiert auch grössere Flexibilität, quasi per Knopfdruck, von einer Kreuzfahrt auf die andere umzuschalten», meint ein Firmenchef. Unsere Gesprächspartner schwärmen nachgerade von dem «Riesenklavier», das die Jacquardmaschine bietet, von der «technischen und modischen Faszination von Jacquard», von dem «jungen Produkt», auch davon, dass «Quick response und Jacquard extrem gut zusammenpassen».

Der Standort Schweiz wird dabei – trotz allen Quereilen um ein Arrangement mit dem sich vollendenden gemeinsamen Markt – kaum als problematisch angesehen, «vorausgesetzt, dass man investitionsmäßig mithalten kann». Viele der Jacquardweber haben längst irgendwie ein Standbein im gemeinsamen Markt, andere sind darauf eingerichtet, im Falle eines Falles schnell eine firmenindividuelle Lösung zu finden. Die hohen Exportquoten (Eigenexporte und die Exporte der Converter zusammengerechnet), die bei den meisten Firmen um die 90 Prozent herum liegen, haben die Schweizer Hersteller kaufmännisch längst zu «Europäern», wenn nicht gar zu Weltbürgern gemacht. «Wir liegen zwischen Como und Krefeld» sagt uns ein Spezialist für Krawattenstoffe und meint dies nicht nur geographisch. Trotzdem und zu Recht ist man stolz auf die gewachsene Schweizer Tradition im Metier, auch auf die Manpower, die man sich dadurch in den Betrieben erhalten hat. Auch die elektronische Revolution werde an diesen Vorteilen nichts ändern. Auf «gespeichertes Wissen und auf Kombinationsfähigkeit» komme es bei der Jacquardweberei besonders an. Die Fähigkeiten des Speichers



Gessner

JACQUARDS:

DIE PRACHT UND DIE HERRLICHKEIT

UND TROTZDEM KEIN WIDERSPRUCH ZUR NEUEN BESCHIEDENHEIT

Joseph Maria Jacquard hat sich unsterblich gemacht, als er 1805 in Lyon den Mechanismus erfand, anders als in der Schaffweberei, wo stets eine Vielzahl von Kettfäden gemeinsam angehoben wird, auch einzelne Kettfäden zu manipulieren. Seine Jacquardmaschine ermöglichte hochschüssige und grossflächige Bindungsmuster, die wegen der hohen Zahl der benötigten Schäfte von der Schaffmaschine nicht mehr bewältigt werden können; dichtere, auch plastische, nur teilweise, also nicht nur über die gesamte Warenbreite gemusterte Stoffe wurden dadurch maschinell möglich.

Jacquardstoff hat das Image eines besonders hochwertigen, teuren, freilich

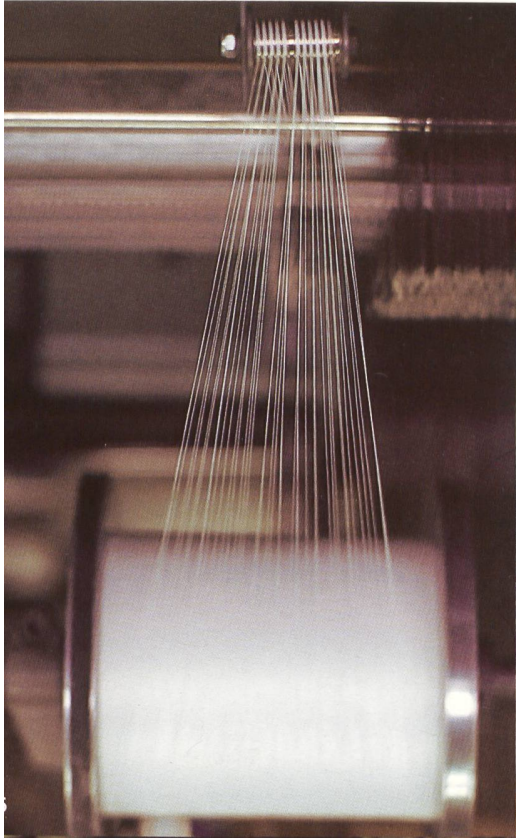
auch – im übertragenen Sinn – «steifen» Gewebes gehabt – tatsächlich ein Widerspruch zu dem viele Jahre vorherrschenden Trend der optischen Lässigkeit, ja Nachlässigkeit des künstlich gealterten Aspektes.

Dieser Trend ist mittlerweile gebrochen. Eleganz und anspruchsvolle Optik sind beim Stoff wieder gefragt. Steht Jacquard aber womöglich im Widerspruch zur «Neuen Bescheidenheit», die nach den Untersuchungen der Marktforscher die Verhaltensweise der Verbraucher in den neunziger Jahren charakterisieren soll? Bestimmt nicht. Vorausgesetzt man schafft es, auch und gerade Jacquardstoffe einzubinden in den Trend der «Sehnsucht nach dem Ursprünglichen», nach «Stoffen, die Erlebniswelten vermitteln, Ausdruck von Individualität, nicht nur etwas fürs Auge darstellen, sondern auch Tast- und Fühlsinn ansprechen» – Trageerlebnis auf der Haut (Studie: Neue Bescheidenheit). Hierzu bieten Jacquards eine ganze Menge vorzüglicher Ansätze.

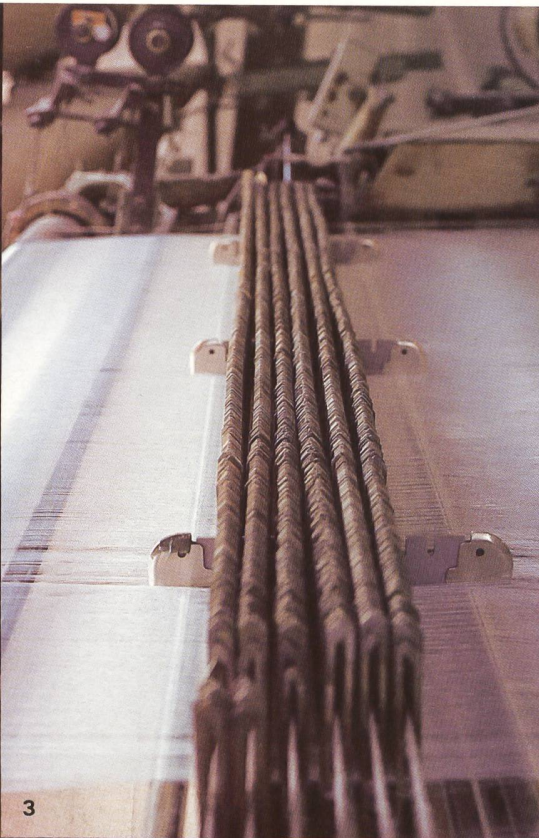
Bleibt freilich der Einwand, Jacquard sei besonders teuer und seiner breiten Marktdurchdringung seien allein schon deshalb enge Grenzen gesetzt. Das traf zweifellos zu, wenn man den Ar-

beitsaufwand in der «Vor-CAD-Zeit» und in der «prä-elektronischen» Maschinen-Phase betrachtet; bei aller Schnelligkeit, die auch seinerzeit schon beim Abweben erreicht worden ist, hat indes die Vorbereitungsphase, vor allem die Musterung, erheblich Zeit, Aufwand und damit Geld geschluckt. Das mag jetzt einfacher, für sich allein gesehen letztlich auch preiswerter geschehen (auch wenn man dabei die Grenzen des Computers berücksichtigen muss). Ins Gewicht fallen freilich nach wie vor die beträchtlichen Investitions- und Abschreibungskosten für elektronische Webmaschinen und Computer-Aggregate. Zumindest auf absehbare Zeit wird Jacquard deshalb nicht «billig»; wegen der schnelleren Reaktionszeiten wird sich freilich für den Abnehmer der «Risiko-Preis» deutlich ermässigen. Und das wiegt schwer in einer Branche, die wegen der langen Pipeline – von der Faser bis zum Ladentisch – erhebliche modische Abschriften zu verkraften hat.

J



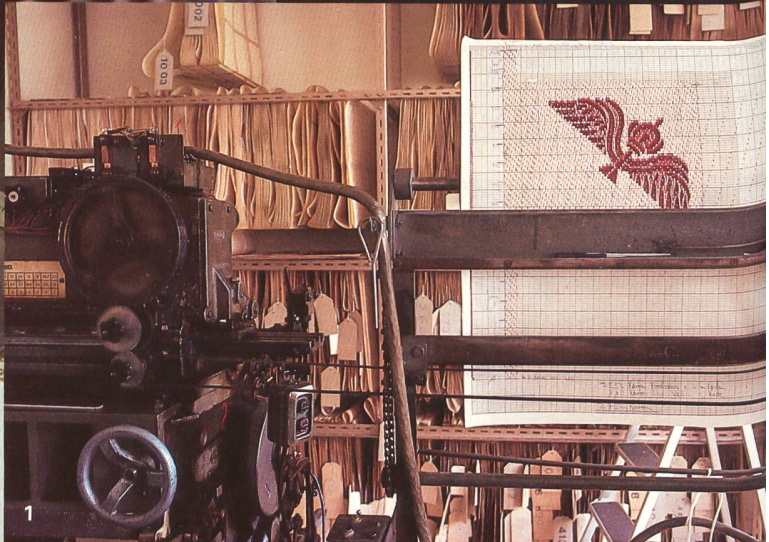
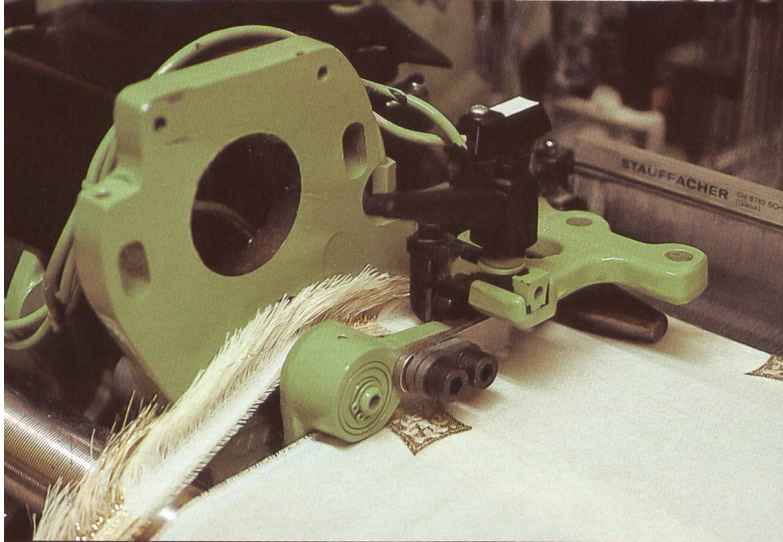
A



C



Q



J

A

C

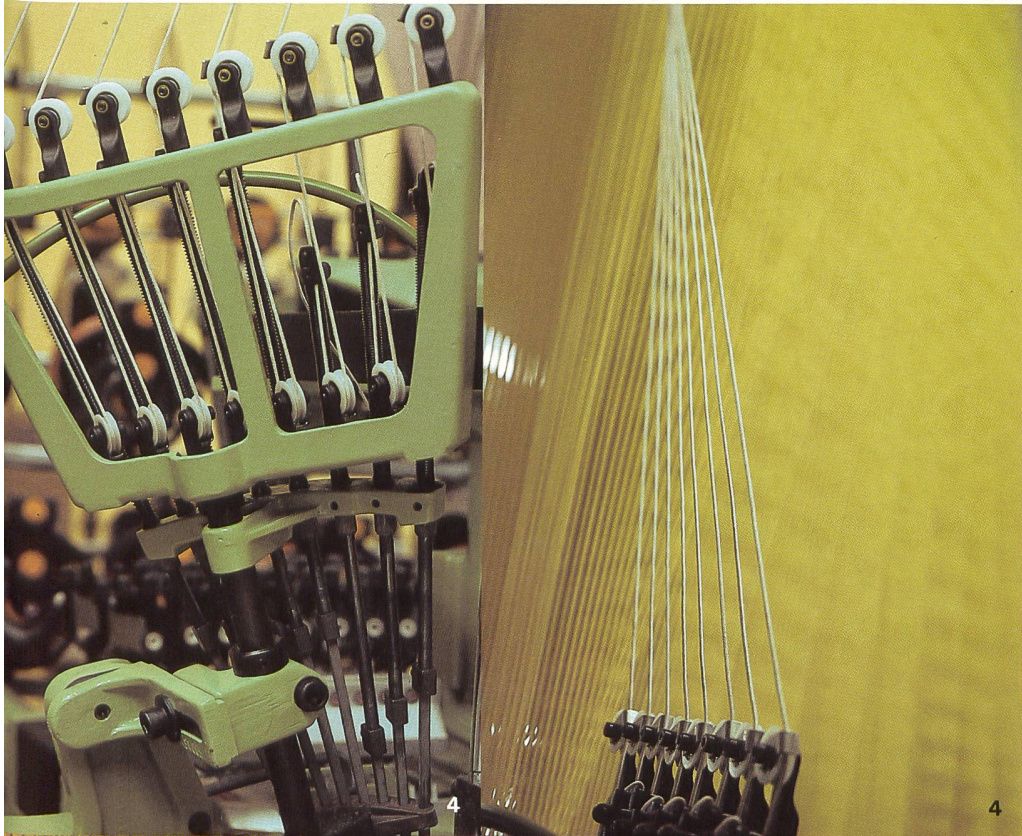
Q

U

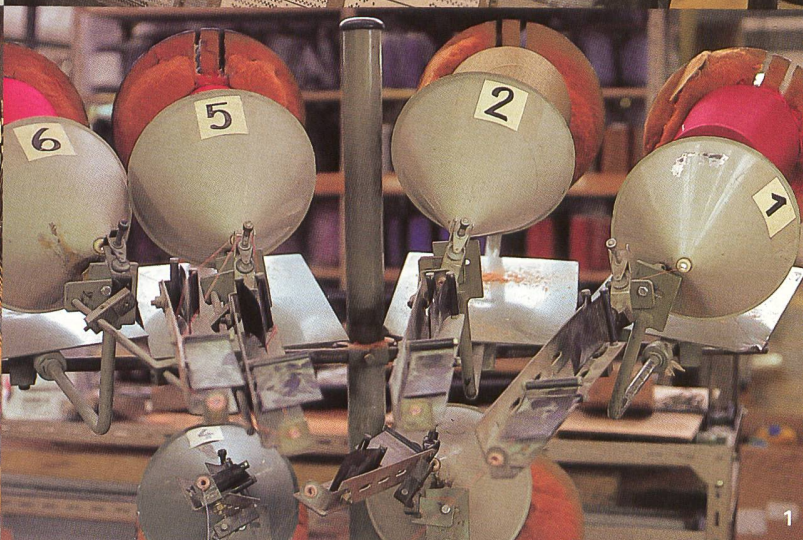
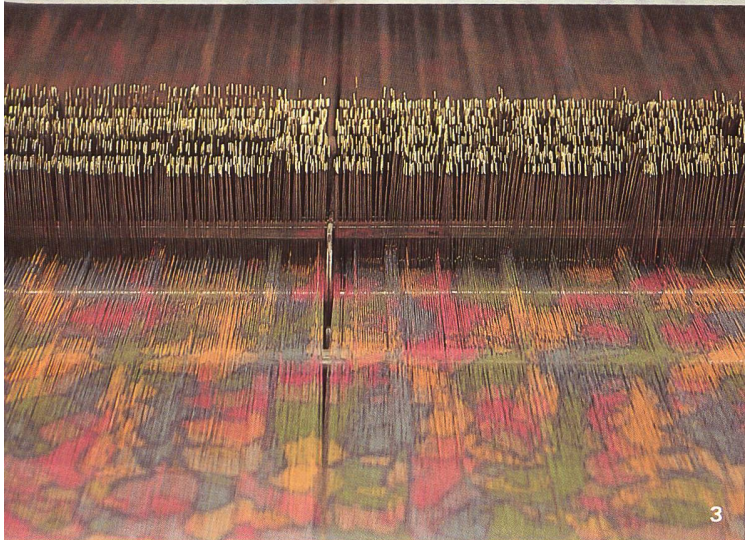
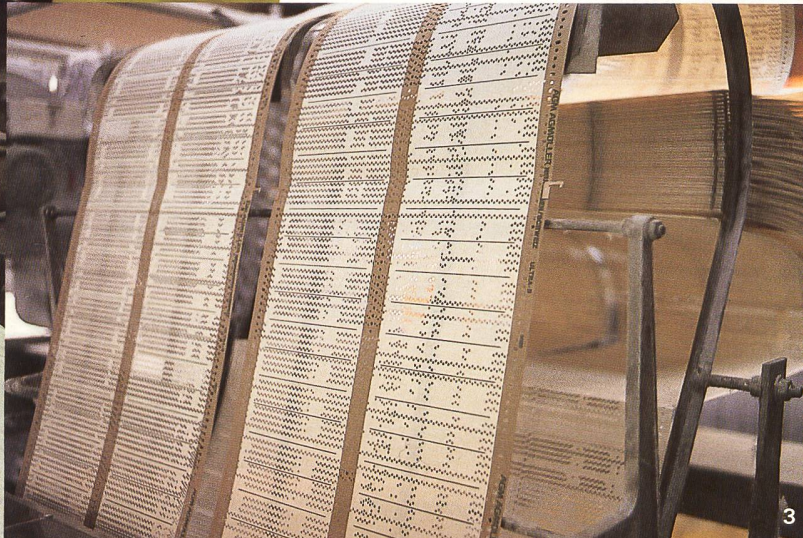
A

R

D



Emar (1)
 Habis (2)
 Schlaepfer (3)
 Schubiger + Schwarzenbach (4)
 Weisbrod-Zürrer (5)



U

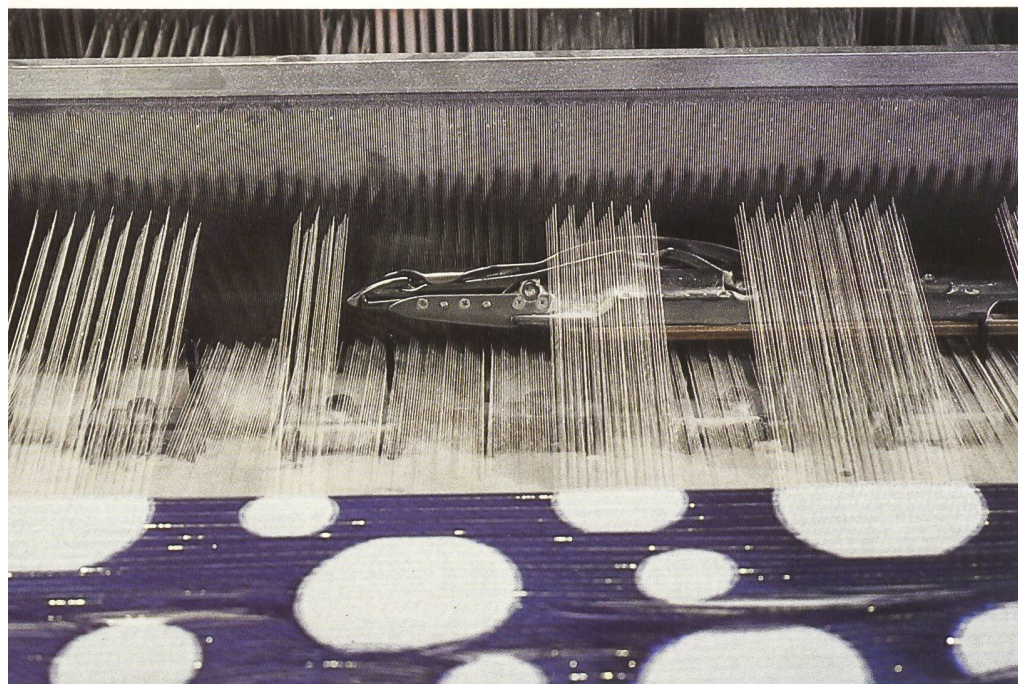
A

R

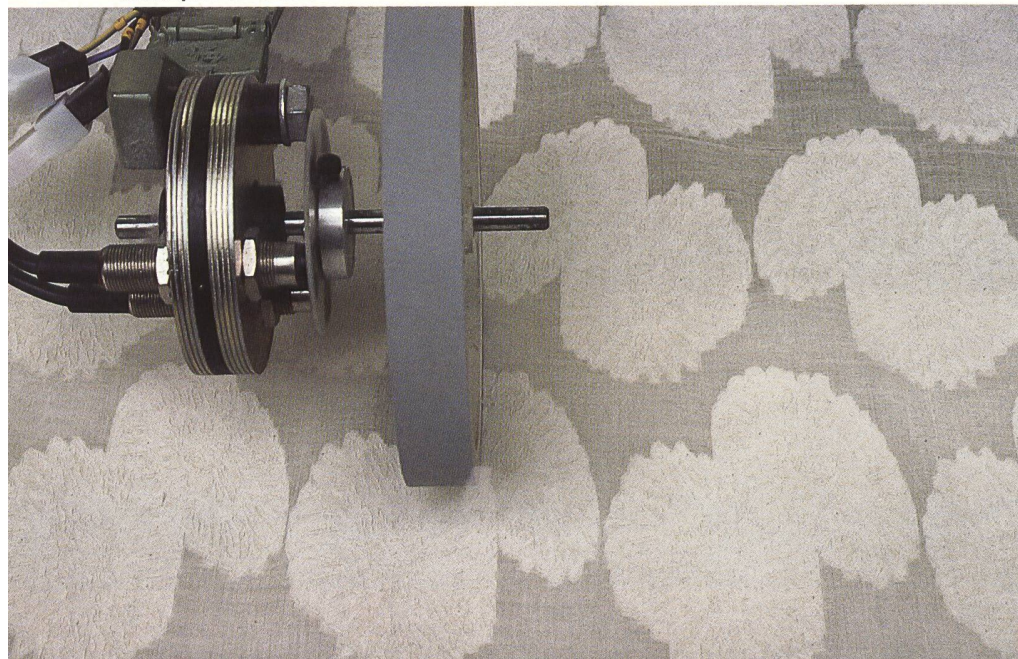
D



Boller, Winkler ▲



Schlaepfer ▲ Habis ▼



könne zwar demnächst der Computer übernehmen, aber die Fähigkeit der Kombination stelle auch künftig höchste intellektuelle und fachliche Anforderungen an die Mitarbeiter.

Schweiz-Bonus ?

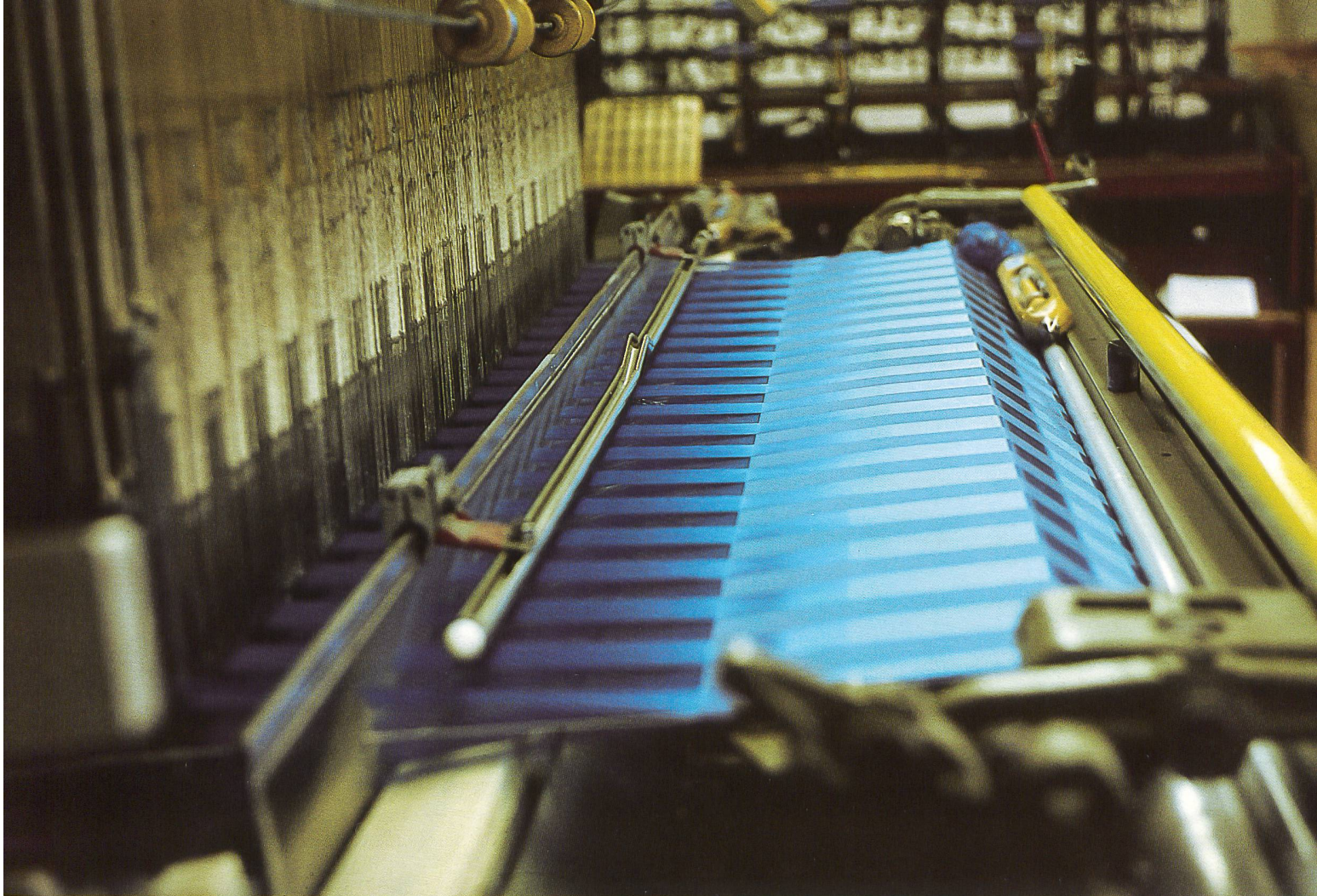
Ob die Jacquardweber bei ihren Kunden einen «Schweizer-Bonus» geniessen, ist bei ihnen selbst umstritten. Einig ist man sich hingegen, dass Liefertreue (sowohl was Warenausfall wie Termine betrifft) und Exklusivität, die sich aus den relativ kleinen Metragen ergibt, die die Schweizer Hersteller in den jeweiligen Abnehmerländern unterbringen müssen, auch die gewachsene Tradition, die den äusserst nützlichen Rückgriff auf umfangreiche Musterbibliotheken ermöglicht, Gründe darstellen, die Kunden bewegen, auch bei sonst vergleichbaren Angeboten Schweizer Lieferanten vorzuziehen. Man sieht sich auch hinsichtlich Beweglichkeit und Vielseitigkeit im Vorteil, weist auf das konkurrenzfähige Preis/Leistungs-Verhältnis hin und ist ausserdem überzeugt, dass man modisch-kreativ durchaus mithalten könne. Unverwechselbares Profil erhalten Schweizer Jacquardangebote durch Spezialitäten, die anderswo so und in der Auswahl oder überhaupt nicht zu erhalten sind. Vor allem im Zürcher Raum befinden sich die Betriebe, bei denen die alte Tradition des Seidenplatzes Zürich weiterlebt – mit aufwendigsten und hochwertigsten seidenen Geweben, die überall auf der Welt in den Couture- und Stilistenkollektionen wiederzufinden sind. In der St. Galler-Region herrscht Jacquardweber vor, die auf die feine Baumwolltradition dieser Gegend aufbauen. In der Innerschweiz arbeiten Unternehmen, die sich beiden Bereichen gleichermassen zugeordnet fühlen. Mittlerweile haben Jacquardkrisen und Umstrukturierungen den Schweizer Jacquardmarkt so durcheinandergewirbelt, dass solche räumlichen Zuordnungen aber letztlich nur noch historische Bedeutung besitzen.

Flexibilität und Exklusivität

Gemeinsam ist allen Schweizer Jacquardherstellern: Naturfasern, teilweise auch Edelfasern, sind (trotz des starken Vordringens der Synthetics auch in der Schweizer Jacquardweberei) ihr Geschäft. Exklusives und Ausgefallenes beschreibt ihr Angebotsprofil: «Wenn etwas Besonderes gesucht wird, sind wir der richtige Ort». Dekostoffe in internationalen Nobelhotels und in den Schlössern europäischer Königshäuser oder arabischer Potentaten, auch die starke Repräsentanz in der Stoffauswahl der französischen und italienischen Couture und der Stilisten sind Zeuge für die modische Aktualität der Angebote. Und darüber hinaus gibt es (soweit man dies in einer, auch hinsichtlich Kopien, äusserst mobilen Welt überhaupt noch sagen kann) einige Spezialitäten, bei denen den Schweizern gewachsene Tradition, womöglich sogar Erstgeburtsrecht zuerkannt werden muss: Da sind einmal die extrem hochfeinen, seidenen Fahnenstoffe, die ein Spezialist in alle Welt exportiert, da sind auch hochschüssige Deko-Jacquards in extrem komplizierten und vielfältigen Farbdrukken, Bettwäschequalitäten aus bestem Jacquard-Satin, bei denen nur ganz wenige Konkurrenten weltweit mithalten können, da sind Jacquard-Kett- und Schuss-Scherli oder aber das weite Feld der anspruchsvollen Krawatten-, Hemden- und Damenbekleidungsstoffe aus Seide, Baumwolle, Leinen, Wolle oder aber Viscose und Polyester.

Gewachsene Jacquard-Tradition

Zu den Erfindern der Jacquardweberei haben die Schweizer nicht gehört; bei den meisten der Betriebe hat Jacquard freilich seit vielen Jahrzehnten Tradition. Entstanden meist aus Handwebereien oder Verlagsgeschäften, Anfang vergangenen Jahrhunderts, hat sowohl die weltpolitische als auch die technologische Entwicklung ihre Spuren bei ihnen hinterlassen. Mehrere der Unternehmen betreiben auch heute noch



Weisbrod-Zürrer

DIE JACQUARDSPEZIALISTEN

BOLLER, WINKLER AG, TURBENTHAL, über 150 Jahre alt, betreibt Spinnerei und Weberei. Die Produktion umfasst 1,3 Millionen Kilo Baumwollgarne sowie bei Geweben gut 4 Millionen Laufmeter hochwertige DOB-, Hemden- und Dekostoffe sowie Bett- und Frottierwäsche, die, zur High-class-Marke ausgebaut, direkt und weltweit vertrieben wird. Das Unternehmen ist dabei, die Jacquardproduktion komplett umzustellen und zu modernisieren. 1990 werden mit 92 Maschinen (elektronisch, CAD) 1,8 Millionen Laufmeter produziert. Jacquard-Satin ist dabei auch ein wichtiger Bestandteil der Kollektion. Technische Daten: insgesamt 55 Mio Schweizer Franken Umsatz – 45 Mio in der Weberei, davon 20 Mio bei Bett- und Frottierwäsche, sowie 10 Mio in der Spinnerei; 172 Automaten, davon 92 für Jacquardgewebe.

EMAR AG, OBERARTH, ist ein Unikat in der Schweizer Jacquardweberei. Das Unternehmen hat sich auf Jacquard-Krawattenstoffe aus Polyester spezialisiert, die ausschliesslich auf

schwarzen oder weissen Ketten hergestellt werden. Stärke und Profil bildet die umfangreiche Musterung; jährlich werden 800 bis 1000 neue Muster entwickelt, praktisch alle zwei Monate geht man mit einer neuen Kollektion in den Markt. Das Unternehmen, das streng durchrationalisiert ist, vertreibt sein Angebot direkt und in 35 Länder. Derzeit wird eine Damenstoffkollektion, ebenfalls ausschliesslich aus Polyester, aufgebaut. Technische Daten: 850 000 Laufmeter im Jahr, 30 Jacquardmaschinen. Umsatz gut 5 Millionen Schweizer Franken.

GESSNER AG, WÄDENSWIL, ist einer der traditionsreichsten Jacquardspezialisten; das Unternehmen besteht seit knapp 150 Jahren. Der Nouveauté-Hersteller ist traditionell stark in Seide, verarbeitet aber auch feine Baumwolle und synthetische Fasern. Der Hauptanteil des Umsatzes von rund 40 Millionen Franken entfällt auf Damenstoffe, die ausschliesslich über Converter vertrieben werden; namhafteste

Couture-Häuser gehören zu den Abnehmern. Ein gutes Drittel des Umsatzes wird mit Deko- und Einrichtungsstoffen Erlöst. Ein Viertel kommt von Krawattenstoffen, bei denen man mit einer eigenen Kollektion und unter eigenem Namen an den Markt geht. Technische Daten: 100 Webmaschinen (CAD), 2,5 Millionen Laufmeter jährlich.

HABIS TEXTIL AG, FLAWIL, ist ein Unternehmen, das webt, färbt, druckt und veredelt; angegliedert sind Spinnereien sowie Partnerbetriebe für die Bettwäschekonfektion und den Vertrieb von Berufskleidung. Das Produktionsprogramm umfasst DOB-Stoffe (Kleider-, Blusen- und Nachwäschestoffe), Hemdenstoffe, dazu Stoffe für Berufsbekleidung, Textilien für den Spitalbedarf sowie konfektionierte Bett- und Tischwäsche. Knapp ein Drittel der Gesamtproduktion wird über Converter vertrieben. Verarbeitet werden Baumwolle, Viscose, Leinen und Wolle. Technische Daten: Jahresproduktion insgesamt 4 Millionen Laufmeter



Emar

D I E J A C Q U A R D S P E Z I A L I S T E N

(ohne den – erheblichen – Zukauf). Die Jacquardproduktion – 30 Maschinen – umfasst 800 000 Laufmeter; mehrheitlich für DOB, Nachtwäsche, etwas Hemden und Deko. Umsatz insgesamt 44 Millionen Schweizer Franken.

SCHLÄPFER AG, TEUFEN, 140 Jahre alt, gehört zu den kleinen, aber feinen Anbietern von Geweben. Das Schwergewicht des Angebots liegt bei hochwertigen modischen DOB-Stoffen, zusätzlich Hemdenstoffe, die ausschliesslich über Converter vertrieben werden. Ein starkes Bein besitzt das Unternehmen ausserdem bei Gardinen und Dekostoffen, die direkt an Verleger, aber auch an Drucker geliefert werden. Spezialität der Firma sind hier drei Meter breite Jacquardgewebe für nahtlose raumhohe Vorhänge. Verarbeitet werden sehr feine Baumwollgarne, extrem feine Leinengarne sowie Polyester und Viscose. Etwa die Hälfte der Produktion entfällt (wertmässig) auf Jacquardgewebe. Technische Daten: 70 Automa-

ten, davon 32 für Jacquardgewebe. Rund 10 Millionen Schweizer Franken Umsatz.

SCHUBIGER + SCHWARZENBACH AG, UZNACH, kommt mit zwei Kollektionen an den Markt, die getrennt entwickelt, aber gemeinsam vertrieben werden. Bei «Schubiger» dominiert hochwertige, garngefärbte Seide; unter «Schwarzenbach» wird eine jüngere, preiswertere Kollektion aus Azetat/Viscose bzw. Baumwolle lanciert. Der Vertrieb der Fashion-Gewebe erfolgt mehrheitlich direkt an den Konfektionär; ein Teil der Produktion geht aber auch an Sticker bzw. Converter. Das Unternehmen setzt konsequent auf Jacquard, was in erheblichen Investitionen in einen neuen Maschinenpark (elektronisch, CAD) zum Ausdruck kommt. Technische Daten: 20 elektronische Automaten (bis Jahresende installiert) mit einer Jahresleistung von 800 000 Laufmetern; dazu kommen noch 600 000 Meter Schafgewebe. Der Umsatz beträgt rund 25 Millionen Schweizer Franken.

WEISBROD-ZÜRRER AG, HAUSEN AM ALBIS, 1825 gegründet, zählt qualitativ und kreativ zur Angebotsspitze der Schweizer Weberei. Produktionsschwerpunkt sind heute DOB-Stoffe (33 Mio Umsatz), Krawattenstoffe (7 Mio) und Dekostoffe (1 Mio). Im DOB-Bereich werden auch Stoffe hinzugekauft. Der Löwenanteil der Produktion wird direkt an die Konfektion vertrieben, ein Teil läuft über Converter. Primär wird Seide verarbeitet, aber auch Azetat/Viscose, Polyester und Baumwolle. In allen Angebotsbereichen, vor allem bei Krawatten, Zusammenarbeit mit internationalen Spitzenmarken. Spezialitäten des Hauses, teilweise weltweit einzigartig, sind extrem hochschüssige Fahnen- und Bekleidungsstoffe aus garngefärbter Seide. Technische Daten: Jährlich 250 000 Laufmeter Jacquardgewebe bei insgesamt 1 Million Meter Gesamtproduktion. Umsatz 41 Millionen Schweizer Franken.

Schaft- und Jacquardweberei zusammen, was reizvolle Coordinate-Möglichkeiten ergibt. Einige haben sich komplett auf Jacquardweberei spezialisiert. Ein Unternehmen ist vollstufig angelegt – von der Spinnerei bis zur kompletten Ausrüstung; die meisten weben ausschliesslich, verfügen allenfalls noch über begrenzte Ausrüstungsmöglichkeiten. Gerade angesichts der Vielfältigkeit und der Flexibilität ihres Angebots betrachten sie es als viel vorteilhafter, bei der Stoffveredlung jeweils mit Spezialisten zusammenzuarbeiten, mit denen man zuweilen auch über finanzielle Beteiligungen, in jedem Fall aber durch jahrelange Kooperation verbunden ist: Der Drucker, der ein besonderes «Händchen» für die gerade gefragte Spezialität aufweist, der Ausrüster, der hundertprozentig das gerade gewünschte Finish zu bieten imstande ist, der Sticker, der Rang und Name hat für die gerade gefragte Applikation. Und bei den Vorprodukten bedient man sich ohnehin am besten der Schweizer Spinnereien. Beharrlichkeit und Flexibilität erweist sich nicht nur im Angebot, auch bei den Produktionsmethoden der Schweizer Jacquardspezialisten.



Schlaepfer ▲

Kooperation mit Convertern

Ein Kapitel, das man bei Gesprächen mit Aussenstehenden gern ausklammerte, war lange Zeit die Zusammenarbeit der Weber mit den Convertern. Man sah sich dabei vor der Wahl zwischen Abhängigkeit und Konkurrenzsituation. Das Tabu ist mittlerweile gefallen. Man spricht offen über diese Zusammenarbeit, sieht deren Berechtigung, auch ihre wertvolle Funktion: «Kreativität ist mehr als Mustern, bedeutet auch Verkaufen, schliesst mithin die genaue Kenntnis eines sehr komplexen Marktes ein. Die Funktion der Converter ist dabei unverzichtbar.» Auf der anderen Seite macht man aber auch kein Hehl aus den Anstrengungen, sich – zumindest in Teilbereichen des Angebots – auf eigene Beine zu stellen, eine eigene Kollektion herauszugeben und sich – auch auf Messen – damit direkt am Urteil des Marktes zu messen; nicht selten sieht man darin auch die Chance zu einem massvollen Trading up. Trotzdem bleibt die Zusammenarbeit mit dem Converter, jahrelange und vertrauensvolle, wie überall beteuert wird, eine wesentliche Stütze des Geschäfts der Schweizer Jacquardweber, nicht selten auch der Grund, warum sie überhaupt weiterexistieren. Denn gerade in einer Zeit unerbittlichen Wettbewerbs zeigen sich die Vorteile dieses Systems der Arbeitsteilung. In dieser Kooperation stellen die Jacquardweber auch weitaus mehr dar als reine Lohnproduzenten; modisch bringen sie – wenn auch anonym – ihre eigene Kreativität in die spätere Converter-Kollektion mit ein. «Es ist ein Geben und Nehmen.»



Gessner ▲▼

Und die Praxis beweist, dass – fair gehandhabt – sowohl Zuarbeit für einen Converter als auch eine eigene Kollektion konfliktfrei nebeneinander existieren können. Nicht selten sind die Jacquardweber teilweise sogar selbst auch Converter, kaufen zu, lancieren Kollektionsteile, die ihr eigenes Angebot abrunden – vor allem in dem Bereich, in dem sie kostenmässig und preislich nicht mithalten könnten. Beider Leistung, die des Converters und die des Webers mit der eigenen Kollektion, stärkt letztlich nur die Bedeutung des gesamten Angebotes.

Die Branche der Jacquardweberei in der Schweiz kann freilich nicht nur pauschal gesehen werden. Je nach Einsatzbereich der Stoffe stellen sich Konkurrenzsituation und Auslastungsgrad durchaus unterschiedlich dar, und selbst innerhalb desselben Einsatzbereichs differiert manchmal die Absatzlage.

Die Jacquardweberei ist zwar nur ein kleiner Teil der textilen Facette, die die Schweiz zu bieten hat. Aber sie ist ein Bereich, der das Angebot erst rund macht, mit Blick auf ein komplettes und vielfältiges Textangebot, das vor allem zwei Stärken ausspielt – Qualität und Exklusivität.

