

Stickerei im Blickpunkt

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

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1991)**

Heft 86

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795569>

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.

Stickerei im Blickpunkt

Stickerei: Da vermischen sich Tradition und Moderne, Handwerk und Industrie, Kreativität und Computer, Tüftlei und Kunst. Heimatliche Verwurzelung verbindet sich mit Weltläufigkeit, Selbstbestimmtheit des Einzelkämpfer-Unternehmers mit Bereitschaft zur Kooperation. Ein komplexes Profil prägt den Charakter der St. Galler Stickerei-Industrie. Hier arbeiten, wie häufig in der Schweiz, Spezialisten an Spezialitäten, deren Markenzeichen Kreativität und Qualität darstellen. Zugleich sind Überlebenskünstler am Werk, mit historisch gewachsenem, im internationalen Wettbewerb immer wieder neu geschärften Know how, die in den Wellen der Mode, im Wandel des Zeitgeists, im ökonomischen

Auf und Ab einer unruhigen Weltwirtschaft immer wieder ihren «Stich» zu machen verstehen. Dank der schier unbegrenzten Möglichkeiten ihres Mediums, mit dem auf fast allen denkbaren Stoffen, mit fast allen denkbaren Garnen für fast alle Einsatzbereiche gestickt werden kann. Stickerei, einst der feudalen Oberschicht vorbehalten, schmückt heutzutage Luxusmensch wie Normalverbraucher mit wertvollem Allover oder winzigem Motiv und signalisiert dabei, was schon von jeher ihre Eigenart bildete: Die Anmutung von Edlem, das auf viel Arbeit, Erfindungsgabe und Können basiert – immer etwas Besonderes, nicht Massenmode oder Allerweltschmack.

Die St. Galler Stickerei-Exporteure im globalen Wettbewerb. Profil durch Kreativität, Qualität und ein Höchstmass an Beweglichkeit.

Text: Klaus-Dieter Ohk
Fotos: Pia Zanetti



SWISS MADE
EMBROIDERY

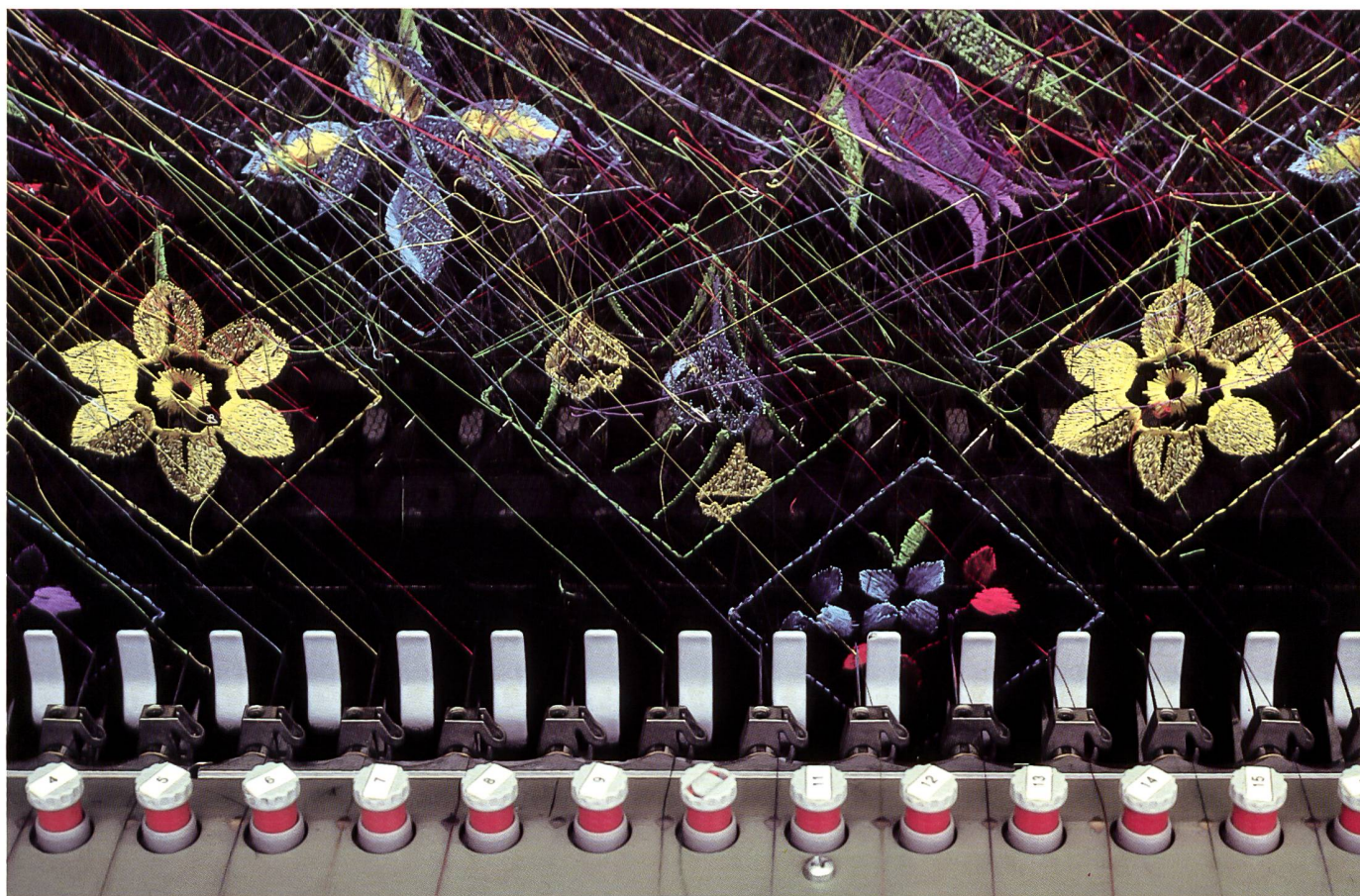
Im textilen Schaffen sind die Sticker womöglich eine kleine Gruppe, nur zuweilen voll ihre ganze Kunst ausspielend, etwa wenn es um Prunkstoffe für die internationalen Couturiers und Stilisten geht. Oft sind sie Zulieferer, Begleiter bei der Konfektionierung anderer, dominierender Stofftypen, dabei immer aufwertende Applikation, die ein Kleid, ein Wäschestück, das Sweatshirt, Hut oder Schuh, die Bettwäsche oder den Vorhang und was auch immer wertvoller, modisch witziger macht. Riesenumsätze von vielen Milliarden, wie sie von anderen Textilsparten erwirtschaftet werden, sind mit Stickerei-Export schwerlich zu erreichen. Und trotzdem rangiert die Bedeutung der Ostschweizer Stickerei-Exporteure weit höher, als die nackten Umsatz- und Betriebszahlen auszuweisen vermögen. Aus St. Gallen werden immerhin mehrere Prozent der Weltproduktion von Stickerei exportiert. Ostschweizer Stickerei-Exporteure sind in mehr als 90 Ländern der Welt vertreten. Und ausserdem unbestritten Klassen-erster in der internationalen Einschätzung, was Kreativität und Qualität ihrer Erzeugnisse angeht.

Stickerei ist ein Nischenmarkt. Das beweist schon die Statistik. Gut 40 Firmen sind in der Vereinigung Schweizerischer Stickerei-Exporteure (VSSE) zusammengeschlossen. 251 Mio Schweizerfranken hat im vergangenen Jahr der Export-Umsatz betragen, der über 90 Prozent des Gesamtumsatzes ausmacht: hochprozentig geht die Ausfuhr nach Europa, darüber hinaus aber nach Fernost, in die arabischen Länder, nach Nordamerika, Südamerika. 40 Prozent des Umsatzes wurde dabei mit Bändern, Galons gemacht, 30 Prozent mit Motiven und nur noch 26 Prozent mit Allover-Ware. Und diese Exporte weisen eine riesige Preisspanne auf – von weit über 1000 Schweizerfranken für Couture-Stickerei bis zu wenigen Franken bei Besatzware. Und ausserdem ist ihr Einsatzbereich nachgerade riesig: von eleganter Tageskleidung, über Cocktail- und Abendkleidung bis hin zu Blusen, Smokinghemden und vor allem bis zu Damenwäsche. Dazu noch Bettwäsche, Gardinen, Tischwäsche und Sets, Frotté und Taschentücher, Schuhe und noch vieles mehr. Bei Motiven von der Sweatshirt-Applikation über aufwendige Adelswappen bis hin zu Emblemen und Rangabzeichen, auf die der Uniformträger, vom General bis zum Feuerwehrmann ungern ver-



**Forster Willi+Co. AG, St. Gallen
Nachstickerei**

**Jakob Rohner AG, Rebstein
Stickerei-Fabrikation**



zichtet. Viele kleine Artikel und ein aufgefülltes Anforderungsprofil, je nach Kunde und Einsatzbereich, auch viel Beratungs- und Service-Arbeit. Kaum ein Geschäft bei dem auf einen Schlag der maschinenfüllende Grossauftrag geschrieben werden kann. Und dazu noch gerechnet, dass nicht nur Kunden in aller Welt, also auf langen Wegen, sondern auch Kunden mit den unterschiedlichsten Geschmacksrichtungen bedient sein wollen – vom prunkvollen Lacroix über den eher puristischen Armani bis zum grossen Miederwaren-Multi beispielsweise und ausserdem noch der fernöstliche, der arabische, der amerikanische und der afrikanische Geschmack.



Man muss viel arbeiten wollen, auch sehr flexibel sein, um diese Vielfalt einigermassen rentabel unter einen Hut zu bringen. Schön, je nach Geschmacksrichtung, muss die Stickerei allemal sein; nicht immer darf sie auch angemessen kosten; sie muss auch noch rationell verarbeitet werden können; und Grossabnehmer erwarten schliesslich Zulieferung nach der Methode «Just in time»: je nachdem, welche Wäsche-Serie wo gerade durch die Konfektionsbänder läuft – es sollen rechtzeitig dafür die Stickerei-Besatzartikel vor Ort sein. Denn Zeit ist Geld; die Lieferung von der Hand in den Mund spart den Unternehmern Zinsen.

Stickerei-Industrie, so gesehen, ist kein Feld für Gross-Investoren. Anders als anderswo in Industrien ist Betriebsgrösse nicht unbedingt ein Vorteil. Sowohl der Riesenauftrag wie die 50-Meter-Metrage muss auf einer 10- bis maximal 21-Yards-Maschine abgestickt werden. Wer dieses Produkt modisch und zugleich qualitativ gut, dazu noch technologisch perfekt anbieten will, braucht die Bereitschaft, intensiv auf den jeweiligen Kunden einzugehen, ihm individuelle Problemlösung zu bieten, die oft erst vor Ort beim Kunden entwickelt werden kann. Bei Stickerei geht es nicht nur um Kapital und Arbeit; sie setzt darüber hinaus auch noch viel Erfahrung und noch mehr Liebe zum Produkt voraus.

**Forster Willi+Co. AG, St. Gallen
Stickerei in Produktion**



**Bischoff Textil AG, St. Gallen
Finissage, Ausschneiden**

Erst recht Flexibilität ist unverzichtbar. Die St. Galler Stickerei-Exporteure sind entsprechend strukturiert. Einige sind reine Converter – ohne einen einzigen Stich selbst zu sticken; andere bilden Mischformen mit eigener Stickerei plus Lohnkapazität. Keiner von ihnen fabriziert hundertprozentig selber. Erst diese enge Verflechtung zwischen den kaufmännischen Verbindungen und der kreativen Potenz, über die jeder Exporteur verfügen muss, zusammen mit einem gewissen Anteil eigener Produktion und vor allem der Zuarbeit durch auswärtige Spezialisten, dazu dann noch Heimarbeiterinnen, die fürs Ausschneiden zuständig sind, macht die Flexibilität und Vielfalt, die bei St. Galler Stickerei geboten wird, möglich. Und diese wiederum braucht eine gewachsene Infrastruktur: Erstens Menschen, die diese Arbeit bereitwillig verrichten, zweitens vor



**Jakob Schlaepfer+Co. AG, St. Gallen
Design Atelier**

.....

allem auch Menschen, die das Know how und die Fertigkeit dafür besitzen. Es reicht eben nicht nur aus, mit modernen Stickerei-Automaten ein textiles Produktionssystem in die Hand zu bekommen, das hinsichtlich Flexibilität und Vielfalt der Gestaltungsmöglichkeiten führend in der textilen Landschaft ist. Man braucht auch die Menschen, die damit umzugehen, seine vielen Möglichkeiten auszuspähen verstehen: die Kreativen, die Neues erdenken und Traditionelles umdenken, die Mode- und EDV-Spezialisten, die es punktgenau auf die Diskette bringen, qualitätsbesessene Techniker, die die Stickmaschine einrichten und beaufsichtigen. Von der Heimarbeiterin, deren Denkart nicht nur von Menge, sondern auch von Akkuratess bestimmt wird, und erst recht von den Veredlern, die mit Stickerei seit Jahrzehnten umgehen können, von den Garnlieferanten, auch den Maschinenherstellern in der Umgebung ganz zu schweigen.



**Naef Nüesch AG, Flawil
Muster-Stickerei**

**Interspitzen AG, Oberbüren
Stickereimotiv**



**Interspitzen AG, Oberbüren
Stickerei für Lingerie**



.....

Deshalb ist ein Rückgriff auf die Geschichte von St. Gallen und der benachbarten Kantone bei der Betrachtung der heutigen Bedeutung der Ostschweizer Stickerei-Industrie unumgänglich. Hier stecken nämlich nicht nur die Wurzeln dieser Industrie, sondern auch die Lebensadern, aus denen sie sich heute noch nährt. Nur so wird auch der Vorsprung deutlich, den St. Gallen bei Stickerei besitzt: Die gewachsenen Geschäftsverbindungen und die eingespielte Logistik, die noch aus Zeiten der Leinwandproduktion herrührt, die «Ora et Labora»-Mentalität, die einst die irischen Mönche den alemannischen St. Gallern eingebleut haben, der Sinn für die kleinen Dinge, jene Watchmaker-Mentalität, auch die Genügsamkeit und Gutwilligkeit, die selbst heute noch bei den «reichen» Schweizern zu spüren ist. Nicht zuletzt auch das Streben nach Selbstbestimmung, nach Unabhängigkeit, das auch den kleinen Lohnsticker dazu veranlasst, Unternehmer, sein eigener Herr zu sein – trotz des Risikos und obwohl in der Fabrik als Angestellter viel einfacher zu arbeiten wäre. Nicht zu vergessen, dass über die Jahrhunderte in St. Gallen für die Stickereiverbände, Unterstützungsvereine, Solidaritätsfonds entstanden sind, die das Überleben der Kleinbetriebe, auch jenseits von staatlicher Mithilfe, gesichert haben. Und dass diese Tradition auch heute noch fortlebt, beispielsweise in Form der Stickereifachschulen, in denen man unverdrossen daran arbeitet, auch in Zukunft kompetenten Nachwuchs für die Stickerei heranzuziehen.

Denn Stickerei-Export und Stickerei brauchen nicht nur mentale Voraussetzungen; sie sind mittlerweile auch eine hochtechnologisierte Industrie. 541 Stickmaschinen arbeiten derzeit in der Ostschweiz; vor 20 Jahren waren es noch 850. Trotzdem ist die Produktionskapazität deutlich gestiegen. So technisiert, nachgerade automatisiert freilich, wie etwa die Spinnerei, wird Stickerei nie werden. Personalkosten werden notgedrungen immer einen hohen Anteil behalten. Und trotzdem ist industrielles Denken, penible Kostenrechnung mit zunehmender Kapitalintensität längst auch bei der Stickerei eingekehrt. Auch in modernen Betrieben sieht man heute noch Menschen, die mit der Hand Schiffli einfädeln. Auch in Spitzenbetrieben stehen die Automaten häufig still, weil die Rüstzeiten, gemessen an den Arbeitszeiten, noch sehr hoch sind. Die eigentliche Revolution in der Stickerei hat sich eher im Vorfeld des Stickvorgangs abgespielt: In Form von CAD, beim Computer, der die Zeichenvorlage in die Disket-

te oder direkt in die Maschine überträgt. Wo möglich ist bald sogar die Übertragung eines Designs per Scanner möglich. Auch andere Visionen haben die Ostschweizer Sticker nicht nur im Kopf, sondern in Vorbereitung: Der Exporteur, der per EDV mit seinem Kunden kommuniziert, sodass der Kunde per Computer in die Kollektion des Stickers hineinschaut. Gerade die jungen Unternehmer in der Stickerei-Industrie entpuppen sich zusehends als Technologie-Freaks: aus eigener Begeisterung, aus Kosten- und Rationalisierungsgründen, nicht zuletzt aber auch, weil sie wissen, dass qualifizierte Mitarbeiter künftig nur an modernen Arbeitsplätzen Spass an der Arbeit entwickeln werden.

Maschinen und Computer sind freilich nur eine, wenn auch sehr wichtige Komponente für die Qualität eines Stickprodukts. Der Puncher am Computer, der exakt die Stiche setzt, die Verwendung von feinen Garnen, die Regelmässigkeit eines Stickmusters, auch dass es nicht franzt, dass es akkurat ausgeschnitten ist, bilden wichtige Qualitätskriterien. Und das ist gut und wichtig für die Ostschweizer Stickerei-Exporteure. Allein vom Maschinenpark können die St. Galler nämlich ihren Anspruch auf Vorsprung nicht ableiten. Die Schweizer

Stickmaschinen werden schliesslich längst in alle Welt exportiert. Verstärkte Anstrengungen beim Design und noch mehr Service, sind die «battlefields», die künftig noch mehr über ihren Markterfolg entscheiden. Darin, in dem engen Kundenkontakt, in der gemeinsamen Design-Entwicklung sehen sie ihre Präferenz am Markt, die ihnen auch in Zukunft die Nase vorn halten soll. Flexibilität und Lieferbereitschaft auch für kleine Mengen, exklusive Dessinierung, die oft das «Spezial» für den Kunden einschliesst, damit wollen sie reüssieren. Deshalb sind viele der St. Galler Sticker stolz darauf, dass ihre Unternehmen letztlich klein sind. Und deshalb setzen auch die grossen Exporteure alles daran, ihre Betriebe in kleine, flexibel und selbstständig operierende Einheiten zu gliedern. Kurze Entscheidungswege und schnelle Reaktion – das sind die Kriterien, die auf die Familienunternehmen in und um St. Gallen zutreffen und die sie resistent machen, auch in schwierigeren Zeiten, wie sie die Stickerei immer wieder einmal erlebt.

Kompetenz und schnelle Entscheidungswege, auch das ist ein Vorsprung, auf den die St. Galler Stickerei-Exporteure setzen. Service schlägt Preis. Das ist eine wichtige Maxime für Anbieter aus einem Hochlohnland. Dass ausserdem Kreativität und Qualität stimmen, setzt man als selbstverständlich voraus.

Unbestrittene Könige im internationalen Anbietermarkt sind die Ostschweizer Stickerei-Exporteure deswegen längst nicht. Fast in jedem Land der Welt existieren einheimische Sticker, in unterentwickelten Regionen auch noch ein preisgünstiges Handstick-Angebot. Global gesehen ergeben sich für die St. Galler folgende Wettbewerbs-Konstellationen:

- Im europäischen Markt, der den Hauptmarkt für die Ostschweizer Stickerei-Exporteure darstellt, bilden die Vorarlberger Sticker von jenseits des Rheins die stärksten Konkurrenten. Bis in die 30er Jahre dieses Jahrhunderts hinein hat ein reger Austausch zwischen den beiden Regionen stattgefunden. Jetzt steht man miteinander im Wettbewerb, wenn es um die Aufträge geht. Die Ostschweizer sehen dabei ihren Vorteil in grösserer Kreativität und Qualität.



**Interspitzen AG, Oberbüren
Färbe-Apparat, Overflow**

**Naef Nüesch AG, Flawil
Plotter**

**Forster Willi+Co. AG, St. Gallen
Design-Atelier**





**Forster Willi+Co. AG, St. Gallen
Steinschweissen**



**Jakob Schlaepfer+Co. AG, St. Gallen
Ausschneiden**



**Bischoff Textil AG, St. Gallen
Schiffli-Kontrolle**

**Forster Willi+Co. AG, St. Gallen
Lorraine-Stickerei**

- Im Zug des zusammenwachsenden europäischen Marktes entwickeln sich französische, italienische, auch spanische Anbieter, zumindest in einzelnen Marktsegmenten, als zunehmende Konkurrenten der Schweizer.

- Und über all diesen Anbietern schwebt irgendwie das Damoklesschwert der fernöstlichen Konkurrenz, die über den Preis in die Märkte zu dringen versucht.

Aber: Konkurrenz belebt das Geschäft. Die Einstellung der St. Galler zu ihren internationalen Mitbewerbern, auch zur Konkurrenz im eigenen Land, ist durchaus zwiespältig. In einem engen Markt sind alle untereinander Gegner. Wie sähe es freilich aus, wenn es in St. Gallen nur noch eine Handvoll Stickerei-Exporteure gäbe? Dass der Standort generell darunter litte, wäre die unausweichliche Konsequenz. Ähnlich ist die Einschätzung auch gegenüber den ausländischen Mitbewerbern. Ein grösseres Angebot schafft grösseres Interesse für eine Ware, die sich auch als textiles Produkt gegen andere textile Offerten wehren muss: Spitzen, Drucke und was auch immer, je nach Mode. Der Markt für Stickerei wächst allenfalls nur noch punktuell. Die oder jene Mode mag in dieser oder jener Artikelgruppe mal einen Stick-Boom entfachen, mal nicht. Trotzdem fehlt der Stich, den ein Anbieter als Auftrag gewinnt, irgendwie dem anderen. Das ist keine sehr spassige Situation. Aber die Ostschweizer haben gelernt, damit zu leben.

Überall und in allen denkbaren Einsatzbereichen bei Stickerei präsent zu sein, ist das Konzept der St. Galler Exporteure. Breite Risikostreuung ist lebensnotwendig. Die jüngere Vergangenheit hat die Wende vom Allover zum Besatz mit sich gebracht, auch den Motiv-Boom. Wenn die Ostschweizer nicht frühzeitig auch auf diesem Markt präsent gewesen wären – weg vom



Fenster! Und wie stände es um einen Fabrikanten, der sich früher einmal fahrlässig zu sehr auf den derzeitigen Baissemarkt der bestickten Taschentücher verlegt hätte? Überall mitzuhalten, auch momentan wenig prosperierende Artikelgruppen, beispielsweise die gestickten Kragen, weiterzupflegen, ist das Konzept. Und dazu kommt ausserdem, dass sich viele Stickerei-Exporteure längst auch ein zweites Bein zugelegt haben: Diversifikation in Artikelgruppen und Produkte, die Synergieeffekte bringen, Coordinates, irgendetwas anderes, das zum angestammten Angebot passt.

Wechselhaft wie die Mode-Gunst für die einzelnen Einsatzbereiche der Stickerei hat sich in der Vergangenheit auch die regionale Absatzentwicklung gestaltet. Europa war und ist (ganz früher waren es einmal die USA gewesen) in jüngster Zeit der Hauptmarkt für die St. Galler

Stickereien. Aber da war auch einmal der Nigeria-Boom, bei dessen Erwähnung die Sticker heute noch glänzende Augen bekommen. Da gab es die verschiedenen Haussen in den arabischen Märkten, von denen man jetzt nur noch träumen kann. Da ist Südamerika einmal ein sehr wichtiger Markt gewesen, was heutzutage wegen der Einfuhrbestimmungen ziemlich am Boden liegt. Um so wichtiger ist es, weltweit vertreten zu sein, auch an Orten, die sich momentan als nicht so trüchtig erweisen.