

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

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

**Band:** 75 (1968)

**Heft:** 12

**Rubrik:** Industrielle Nachrichten

### **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:** 01.04.2025

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

wesens. Ferner darf nicht übersehen werden, dass auch in den abbaupflichtigen Branchen nur Betriebe mit vier und mehr Jahresaufenthaltern ihre Bestände reduzieren müssen. Ausserdem wurden seit der letzten Augusterhebung 7300 Ausnahmegewilligungen erteilt, vor allem für Notstände, Forschung, Neugründungen und Betriebserweiterungen. Ohne diese Ausnahmegewilligungen würde sich ein Rückgang der abbaupflichtigen Bestände um rund 4100 ergeben.

Am Bestand der Jahresaufenthalter und Saisonarbeiter waren Ende August 1968 die Bauarbeiter mit 24 % und die Metallarbeiter mit 19 % nach wie vor am stärksten vertreten. Auch die Bestände des gastgewerblichen Personals und der Textil- und Bekleidungsarbeiter waren mit Quoten von 13 bzw. 10 % recht erheblich. Zusammen umfassen diese vier Berufsgruppen zwei Drittel des Bestandes.

Nach der Staatsangehörigkeit standen unter den kontrollpflichtigen ausländischen Arbeitskräften (ohne Grenzgänger) die Italiener mit 66 % nach wie vor an erster Stelle. Mit grossem Abstand folgten die Spanier mit 14 %, die Deutschen mit 8, die Oesterreicher mit 3 und die Franzosen mit 2 %. Aus anderen Staaten rekrutierten sich 7 % der Jahresaufenthalter und Saisonarbeiter.

#### Gegen ein Obligatorium in der Kranken- und Unfallversicherung

Kaum ist die 7. AHV-Revision unter Dach, tauchen neue Vorschläge zur «Verbesserung» unserer sozialen Einrichtungen auf. Da angesichts des grosszügigen Ausbaues der Alters- und Hinterbliebenen-Versicherung auf diesem Gebiet zurzeit nichts zu holen ist, wendet sich das Interesse gewisser Kreise der Kranken- und Unfallversicherung zu. Der eidgenössische Verband «Pro Familia» fordert die Einführung eines umfassenden Obligatoriums für die Kran-

ken-, Unfall- und Mutterschaftsversicherung, wobei die Prämien für diese Versicherung zur Hauptsache durch lohnabhängige Arbeitgeber- und Arbeitnehmerbeiträge analog zur AHV aufgebracht werden sollten. Damit wird auch ein Uebergang zur Familienversicherung vorgesehen. Ein solches Obligatorium hätte Versicherungsaufwendungen von über 4 Milliarden Franken zur Folge, die zu einem Fünftel durch die öffentliche Hand (rund 800 Millionen) und zu zwei Fünfteln (je 1600 Mio) durch Arbeitgeber und Arbeitnehmer aufzubringen wären. Dies bedeutet einen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerbeitrag von je 3,84 oder zusammen 7,68 Lohnprozenten, also viel mehr als heute für AHV, Invalidenversicherung und Erwerbsersatz-Ordnung zusammen. Ein derartiges Projekt ist schon angesichts dieser Zahlen völlig unrealistisch. Aber auch aus grundsätzlichen Erwägungen muss ein Obligatorium mit einer schematischen Konzeption für unsere differenzierten Verhältnisse abgelehnt und zurückgewiesen werden. Es ist nicht einzusehen, weshalb Arbeitgeberbeiträge für eine Krankenpflegeversicherung geleistet werden sollten, die weder mit dem Betrieb noch mit dem Arbeitsverhältnis etwas zu tun hat. Es erscheint auch mehr als fraglich, ob die Mehrheit der Arbeitnehmer bereit wäre, eine zusätzliche Belastung in diesem Ausmass auf sich zu nehmen für Leistungen, die kaum überblickt werden können. Ein totales und das ganze Land umfassendes Obligatorium würde zudem einer zentralistischen, bürokratischen Organisation rufen, welche einen grossen Teil der Gelder beanspruchen würde. Da ausserdem auch verfassungsmässige und rechtliche Bedenken einem solchen Vorhaben entgegenstehen, täten die Initianten gut daran, ihre Kräfte für zweckmässige und realistischere Projekte einzusetzen. Es gilt, solchen Versuchen zur kalten Sozialisierung bereits in den Anfängen zu wehren.

Dr. P. Strasser

## Industrielle Nachrichten

### Der Textilmechaniker

#### Neuer umfassender Lehrberuf für Spinnerei, Zwirnerei und Weberei

Dr. Hans Rudin

Nach längeren Vorarbeiten hat das Eidg. Volkswirtschaftsdepartement den neu geschaffenen Lehrberuf des Textilmechanikers auf den 1. Oktober 1968 in Kraft gesetzt. Mit dem nun vorliegenden Lehrlingsreglement des *Textilmechanikers* sind die bisherigen Lehrberufe des *Spinnereimechanikers*, *Zwirnereimechanikers* und *Webereimaschinen-Vorrichters* zusammengefasst worden. Dementsprechend kann der neue Lehrberuf des Textilmechanikers in einer der drei Berufsrichtungen: a) Spinnerei, b) Zwirnerei, c) Weberei absolviert werden. Nach Bestehen der Lehrabschlussprüfung wird das eidgenössische Fähigkeitszeugnis verliehen, dessen Inhaber berechtigt ist, die gesetzlich geschützte Berufsbezeichnung «gelernter Textilmechaniker» zu führen, unter Angabe der Berufsrichtung «Spinnerei», «Zwirnerei» oder «Weberei».

Zurzeit laufende Lehrverhältnisse in den Berufen des Spinnereimechanikers, Zwirnereimechanikers oder Webereimaschinenvorrichters können vertragsgemäss zu Ende geführt oder im Einverständnis der Vertragsparteien und der zuständigen kantonalen Behörde in Lehrverhältnisse für Textilmechaniker umgewandelt werden.

Der Zweck der Zusammenfassung der bisherigen drei Lehrberufe zu einem die Spinnerei, Zwirnerei und Weberei umfassenden Grundberuf liegt

- in der Schaffung einer allgemeinen Ausbildungsgrundlage,
- in den grösseren Berufsmöglichkeiten des gelernten Textilmechanikers,
- in der attraktiveren Berufsbezeichnung,

- in der einheitlichen Ausbildung an den Gewerbeschulen,
- in der Klarheit für die Berufsberater,
- im besseren Bekanntwerden in der Öffentlichkeit.

Das Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit (Biga) hat grossen Wert auf diese Zusammenfassung gelegt und wurde dabei von den Berufsberatern und den Gewerbeschulen kräftig unterstützt.

Da in der Berufsbezeichnung das Wort «Mechaniker» vorkommt, was auch von vielen Firmen gewünscht wurde, ist die Ausbildung in der mechanischen Werkstätte ausgedehnt worden. Trotzdem beträgt die Dauer der Lehre nur 3 Jahre. Bei der Schaffung des neuen Lehrberufes schwankte man längere Zeit zwischen einer Lehrdauer von 3 oder von 4 Jahren und der Beschluss, die Lehrdauer auf 3 Jahre anzusetzen, erfolgte nur mit knapper Mehrheit.

Die grössten Veränderungen bringt das neue Lehrlingsreglement im Vergleich zum bisherigen Lehrberuf des *Webereimaschinen-Vorrichters*. Der Textilmechaniker der Richtung Weberei muss nun neu 14 Monate in der mechanischen Werkstätte ausgebildet werden. Es handelt sich aber gerade beim «Webereimechaniker» nicht um einen Mechaniker, sondern um einen *Textilfachmann*. Seine Hauptaufgabe wird die Produktion von Textilien sein, nicht die Reparatur von Maschinen. Allerdings gehören zur Produktion selbstverständlich auch die Fähigkeit, einfachere Reparaturen vorzunehmen und sodann vor allem das Einrichten und ständige Ueberprüfen der Maschinen. Wenn eingewendet wird, die Lehre sei zu kurz, um sowohl das Textilgebiet wie auch das mechanische Gebiet voll-



## Mode beginnt mit Garn

Hochwertige Garne  
wirtschaftlich  
herzustellen,  
ist eine besondere  
Stärke der Rieter  
Spinnereimaschinen  
(siehe Rückseite)

*Rieter*

Maschinenfabrik  
Rieter A. G.  
CH-8406 Winterthur  
Schweiz

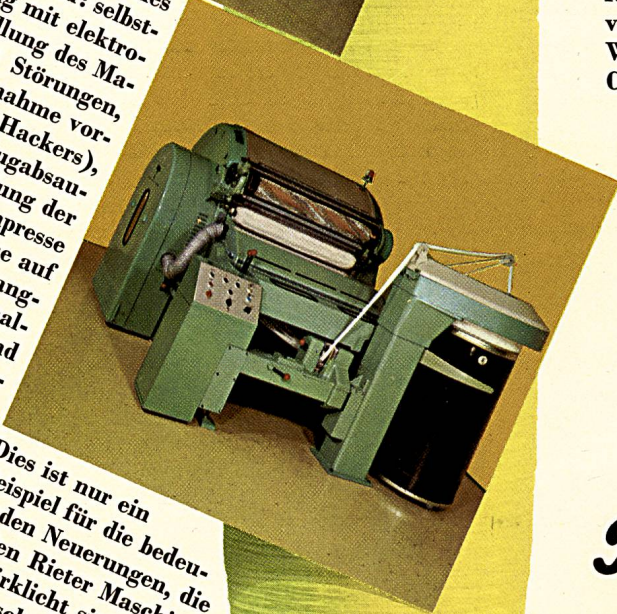
Die Neuerungen der Hochleistungs-karde C1/1, Modell «Cristallina», ermöglichen eine Verbesserung der Bandqualität und eine beträchtliche Produktionssteigerung, und zwar bei vermindertem Arbeitsaufwand. Durch die Umstellung bestehender Karden auf C1/1-Karden konnten denn auch beachtliche Personaleinsparungen realisiert werden. Beim Anschluss an den pneumatischen Abgangstransport wird der Abgang intermittierend abgeführt.



Die C1/1-Karden werden meistens gruppenweise mit einer vollautomatischen Aerofeed®-Anlage zur wickellosen, kontinuierlichen Kardenspeisung kombiniert. Dieses System hat sich in der Spinnereipraxis bestens bewährt, und es bietet bedeutende wirtschaftliche Vorteile. Der Bandtransport ab Karden zur Regulierstrecke D7 bildet den nächsten Schritt in der Automatisierung der Baumwollspinnerei.



Die wichtigsten Neuerungen des Modells «Cristallina» sind: selbsttätige Überwachung mit elektro-pneumatischer Abstellung des Materialtransportes bei Störungen, integrierte Walzenabnahme vorrichtung (anstelle des Hackers), integrale Staub- und Flugabsaugung, komplette Verschalung der Maschine und neue Kanne auf mit stillstehender Kanne auf Rollen (bis 24" x 50"). Ein Langsamgang vermindert die Normalgeschwindigkeit des Ein- und Auslaufes auf 1/5 und erleichtert das Ansetzen der Lunte.



Dies ist nur ein Beispiel für die bedeutenden Neuerungen, die in den Rieter Maschinen verwirklicht sind. Weitere entscheidende Vorteile werden Sie entdecken, wenn Sie unsere Unterlagen näher prüfen. Verlangen Sie noch heute Prospekte für jene Maschinen, die Sie besonders interessieren.

## Garn beginnt mit Rieter Maschinen

Rieter baut leistungsfähige Spinnereimaschinen von hoher Qualität für die Verarbeitung von Baumwolle, Wolle und Chemiefasern

# Rieter

Maschinenfabrik  
Rieter A. G.  
CH-8406 Winterthur  
Schweiz

Seit 1795 dient Rieter dem Fortschritt in der Textilindustrie

## Kritisch beobachtet — Kritisch kommentiert

### Neues über die berufstätige Frau

In der Textil- und Bekleidungsindustrie war es schon immer sehr wichtig, die besonderen Probleme der Frauenarbeit zu kennen und zu studieren. Allerdings ist das in der Regel viel zu wenig getan worden. Nun kann einer kürzlich in der «Schweizerischen Arbeitgeber-Zeitung» veröffentlichten Untersuchung von M. A. von Gunten darüber folgendes entnommen werden:

1. Im Durchschnitt ist das Lebensalter der Frau fünf bis acht Jahre länger als dasjenige der Männer. Die Frauen sind also widerstandsfähiger und ausdauernder.
2. Die physische und intellektuelle Leistungsfähigkeit bewahren sich die Frauen besser und länger. Sie sind also im Alter bessere Arbeitskräfte als die Männer und sollten eigentlich nicht früher, sondern später als die Männer pensioniert werden (das ist wenigstens der logische Schluss aus der angeführten Tatsache).
3. Die Untersuchungen haben ergeben, dass die Frauen ihren Höhepunkt zwischen 45 und 60 Jahren erreichen.
4. Ebenso scheinen die Untersuchungsergebnisse zu zeigen, dass nach dem 40. Altersjahr — nach einer oft durch Depressionen, Nervosität und Mutlosigkeit ge-

kennzeichneten Uebergangsperiode — für die Frauen eine neue Periode der «Euphorie, der Aggressivität, der Objektivität und der Disponibilität, vor allem aber auch eine psychologische Ausgeglichenheit beginnt».

5. Die Absenzen der Frauen sind nach dem 40. Altersjahr nicht höher als die ihrer männlichen Kollegen. Vor dem 40. Altersjahr allerdings betragen ihre Absenzen rund das Doppelte der männlichen Arbeitskräfte.

Ansichts dieser Tatsache ist es wohl angebracht, dass einzelne althergebrachte Ansichten über die berufstätige Frau und das Problem des Alters neu überdacht und revidiert werden sollten. Insbesondere sollte man sich in der Textil- und Bekleidungsindustrie mehr um das sog. Problem der beruflichen Wiedereingliederung der Frauen kümmern. Dabei geht es darum, dass Frauen, deren Kinder nun erwachsen und die im Haushalt nicht mehr voll ausgefüllt sind, sich wieder einer ganz- oder teilzeitlichen Berufstätigkeit widmen wollen. Wie manche Firmen berichten, handelt es sich dann um sehr zuverlässige und wertvolle Arbeitskräfte. Um diese zu gewinnen, braucht es allerdings manchmal gewisse Anstrengungen hinsichtlich der Schaffung eines geeigneten Arbeitsplatzes, der Zeiteinteilung und der Entlohnung. Wenn man aber die obgenannten Tatsachen und Untersuchungsergebnisse anerkennt, liegt es auf der Hand, dass sich das Einstellen solcher Bewerberinnen lohnt. Beim gegenwärtigen angespannten Arbeitsmarkt sollten gerade die Betriebe der Textil- und Bekleidungsindustrie diese Möglichkeit noch voll ausnützen.

Spectator

ständig zu erlernen, so ist darauf hinzuweisen, dass der gelernte Textilmechaniker nach absolvierter Lehre nicht fertig ausgebildet ist. Die Ausbildung muss zunächst im Betrieb und dann an einer Textilfachschule, was die Regel ist, fortgesetzt werden. Auf eine solche vieljährige Ausbildungszeit gerechnet, sind 14 Monate Werkstattausbildung relativ kurz.

Es handelt sich beim Lehrberuf des Textilmechanikers um einen *Kaderberuf*. Dies wird im Reglement ausdrücklich festgehalten. Es heisst dort: «Die Lehre dauert 3 Jahre. Sie bildet bei Eignung die Grundlage für den Besuch einer Textilfachschule und für Kaderstellungen in der Textilindustrie» (Art. 1, Absatz 3 des Lehrlingsreglementes).

Die *Gewerbeschulausbildung* erfolgt an den Gewerbeschulen Rüti ZH, Wattwil, Zofingen und Langenthal in den dort bestehenden Textilklassen. Gegenwärtig ist ein Normallehrplan für die Gewerbeschulen in Ausarbeitung, um das Schulprogramm für den Textilmechaniker möglichst genau festzulegen.

Als Unterlage, um Jünglinge für den neuen Lehrberuf zu gewinnen, ist ein *Gruppenberufsbild* in gedruckter Form und mit Illustrationen versehen, ausgearbeitet worden. Dieses wird vom Schweiz. Verband für Berufsberatung Anfang 1969 offiziell herausgegeben und an alle Berufs-

berater der Schweiz versandt werden. Die Textilfirmen werden Gelegenheit haben, solche Exemplare beim VATI zu bestellen.

Der Bestand an Lehrlingen der nun im Textilmechaniker zusammengefassten bisherigen Berufe (Spinnereimechaniker, Zwirnereimechaniker, Webereimaschinen-Vorrichter) belief sich Ende 1967 auf rund 70. Damit handelt es sich nun um den weitaus wichtigsten und bedeutendsten Lehrberuf in der Textilindustrie. Für die Heranziehung von neuen Kadern für die Spinnerei-, Zwirnerei- und Webereindustrie ist es von grösster Wichtigkeit, diesen Lehrberuf weiter bekannt zu machen und ihm möglichst viele junge Leute zuzuführen. Es ist zu hoffen, dass alle mit der Lehrlingsausbildung betrauten Angehörigen der Textilindustrie sich dieser Aufgabe mit Begeisterung widmen. Gewisse Kritiken, die am neuen Lehrberuf mit Recht angebracht werden, sollen nach den Absichten des BIGA sorgfältig geprüft und den Erfahrungen der nächsten Zeit gegenüber gestellt werden. Das Lehrlings- und Ausbildungsreglement soll nach einer gewissen Zeit der Erprobung den inzwischen noch zutagegetretenen Erfordernissen angepasst werden. Auch um diesen Lehrberuf noch besser zu gestalten und in eine definitive spätere Form zu giessen, bedarf es der Mitarbeit aller.

### Baumwollwerbung in der Schweiz

#### Die Wandlung des Baumwoll-Image bei der Schweizer Konsumentin

Das Studium in- und ausländischer Markterhebungen und Konsumententests zeigte, dass Baumwolle von konservativen Merkmalen behaftet war und riskierte, hinter dem dynamischen Eindruck der Synthetics, der durch eine massive Werbung systematisch geschaffen wurde, bald zurückzustehen. Synthetics stellten sich als moderne Faser vor, während die Baumwolle im Verbraucherdenken wohl den Platz einer bewährten, jedoch nicht länger einer zeitgemässen Faser einnahm.

Im Frühjahr 1966 wurde in Zusammenarbeit zwischen dem International Institute for Cotton und der Publizitäts-

stelle der Schweizerischen Baumwoll- und Stickerei-Industrie das Internationale Baumwollzeichen in der Schweiz eingeführt. Zum ersten Mal hatte damit die Baumwolle ein einheitliches Erkennungszeichen, das vor ihr bereits die Wolle und die Synthetics besaßen. Die Einführung des Zeichens bot zugleich die Chance, eine Image-Korrektur für Baumwolle vorzunehmen, was in der Werbekampagne unter dem Motto «jung sein in Baumwolle» zum Ausdruck kam.

Mit «jung sein» wollte die Publizitätsstelle nicht nur die jungen Bevölkerungskreise ansprechen, sondern zugleich ausdrücken, dass jeder Träger, gleich welchen Alters, sich darin «jung fühlen» kann. Das Motto wurde zu-

dem durch eine sehr spezifische Werbegestaltung unterstützt, die es dank ihrer Besonderheit bei der Modelldarstellung dazu brachte, dass zugleich auch für das Internationale Baumwollzeichen ein hoher Aufmerksamkeitswert geschaffen werden konnte, was in Lesewertuntersuchungen bestätigt wurde. Die von der Gesellschaft für Marktforschung durchgeführten Lesewertuntersuchungen (GFM-Trend) erbrachten den Beweis, dass die Baumwollanzeigen vom Publikum gesehen und verstanden werden. Im weiteren erbrachte ein vom gleichen Marktforschungsinstitut durchgeführter Slogan-Test das Ergebnis von der guten Akzeptabilität des Werbemottos «jung sein in Baumwolle». Die Wirksamkeit der Werbekampagne erhielt eine praktische Bestätigung durch die erwiesenermassen guten Verkaufsergebnisse für die in den Anzeigen abgebildeten Baumwollartikel.

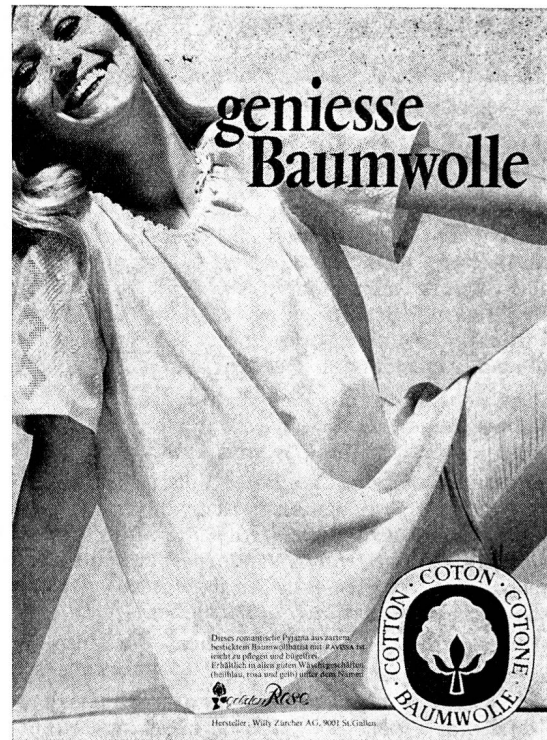
Kürzliche Marktforschungsergebnisse zeigten, dass ein wesentliches Anliegen des ursprünglichen Werbezieles, nämlich die Verjüngung des Baumwoll-Image, nun erfüllt ist. Damit wurde der Weg für eine *Weiterentwicklung der Konzeption* frei, die es nunmehr vorsieht, die Werbung noch produktspezifischer zu gestalten. Zugleich ergab sich bei der Publizitätsstelle der Wunsch nach einer Aenderung des Werbemottos in der Annahme, dass «jung sein» in absehbarer Zeit an Aktualität einbüßen wird. Bereits haben Kosmetikfirmen damit begonnen, die «Frau in den besten Lebensjahren» in den Mittelpunkt der Werbethemen zu rücken. In der Mode findet die «Frau von Dreissig und Vierzig» vermehrt Berücksichtigung. Die neue Werbung steht unter dem Motto *«geniesse Baumwolle»*. Auch hier wurde wiederum eine «ungewohnte» Aussage geschaffen, deren Wirksamkeit in einem vom «Institut für Verbrauchs- und Marktforschung» durchgeführten Slogan- und Anzeigenpretest bestätigt worden ist. «Geniesse Baumwolle» wird von der Konsumentin so verstanden, dass man sich in Baumwolle «wohl fühlt». Damit wurde ein neuer Weg geöffnet, die Baumwollwerbung noch produkt-dynamischer zu machen, was in einer entsprechenden Anzeigengestaltung, die auf jedes Gestaltungsbeiwerk neben der Modellabbildung verzichtet, besonders stark zum Ausdruck kommt. Die vor drei Jahren begonnene Image-Erneuerung der Baumwolle ist somit auf dem besten Weg, neue Horizonte zu erschliessen. Damit soll ihre bedeutende Marktstellung für die schweizerische Textilindustrie im Inland gefestigt werden, einer Industrie, die dieser Faser mit ihren vielen natürlichen Vorzügen besonders zugetan ist und es in der Verarbeitungstechnik zu einer von aller Welt anerkannten Spitzenstellung brachte.

#### Das System des Parallel-Advertising der Publizitätsstelle

Als sich die Publizitätsstelle vor vier Jahren entschloss, Konsumentenwerbung zu betreiben, um das Baumwollzeichen einzuführen und eine Imagekorrektur für Baumwollartikel vorzunehmen, war die prinzipielle Entscheidung zu fällen, auf welchem Weg dies geschehen soll. Eine Prüfung der verschiedenen Werbearten und Werbemedien und ein Vergleich mit dem zur Verfügung stehenden Budget zeigte klar, dass sich die Inserate am besten dazu eignen.

Die Publizitätsstelle entschloss sich zur Durchführung einer eigenen Baumwollwerbung. Da es darum ging, aus der Defensive heraus eine Imagekorrektur für die Baumwolle herbeizuführen, war es nötig, diesen Weg zu wählen und sich nicht von vornherein mit Kompromissen zu belasten. Es war zudem beschlossen worden, den Kampf an der Modefront auszufechten, denn dies ist heute die Sphäre, wo die Imagebildung der Textilien am schnellsten und nachhaltigsten stattfindet. Mode heisst in unserem Fall nicht unbedingt Damenoberbekleidung. Immer mehr sogenannte unproblematische Artikel werden in den Strudel der Mode gezogen, wie beispielsweise die Herrenhemden, Berufskleider, Wäsche für Bett und Bad.

Werbung mit modischen Textilien bedingt, dass Produkte dargestellt werden müssen. Textilmode ist ja schliesslich nur fassbar in Form und Farbe. Gerade diese Bedin-



gung, Modelle zeigen zu müssen, öffnete die Möglichkeit, die Werbung von Einzelfirmen doch noch in den Dienst der allgemeinen Baumwollwerbung zu stellen. Der Schlüssel dazu ist das sogenannte Parallel-Advertising-System. Es funktioniert in der folgenden Weise:

Die Publizitätsstelle übernimmt in ihrer Inseratenwerbung einen Verkaufsartikel der Firma X. Die Publizitätsstelle gestaltet damit ihr Inserat in der ihr eigenen Weise und lässt sich dabei von der Firma X nicht dreinreden. Diese wird aber im Inserat mit vollem Namen und Firmensignet erwähnt. Die Publizitätsstelle behält sich auch freie Hand, wo sie dieses Inserat streut. Selbstverständlich wird die Firma X über Layout und Streuung im voraus informiert.

Die Gegenleistung der Firma X besteht darin, dass sie im gleichen Jahr ebenfalls qualitativ gute Baumwollartikel in ihrer Konsumentenwerbung herausstellt, dabei das Internationale Baumwollzeichen und mindestens ein gutes Werbeargument für Baumwolle verwendet. Sie ist nun ihrerseits ebenfalls frei darin, welchen Artikel sie dazu wählt, wie sie das Inserat oder den Werbeprospekt gestaltet und wo sie dieselben streut. Sie verpflichtet sich lediglich dazu, dass ihre Baumwollwerbung, in Franken des Streuwertes ausgedrückt, mindestens demjenigen Betrage gleichkommt, den die Publizitätsstelle für ihr Baumwollinserat mit dem Artikel der Firma X auslegt.

Die Publizitätsstelle ist der Ansicht, dass sich das Parallel-Advertising-System in allen Teilen bewährt hat. Es scheint die beste Methode der Zusammenarbeit mit anderen Inserierenden textiler Baumwollmode zu sein.

#### Geplante Werbemassnahmen für das Kalenderjahr 1969

An der *Pressekonferenz der Publizitätsstelle* von Anfang November, wurde neben den vorstehend behandelten Themen auch die geplante Aktivität für 1969 dargelegt. Das Hauptgewicht der Tätigkeit liegt auf der Konsumentenwerbung. Dies geschieht auf verschiedene Weise. Die Konsumentenwerbung absorbiert vom Budget des laufenden Geschäftsjahres 87%. Auf eine grössere Händlerwerbung verzichtete die Publizitätsstelle im laufenden Jahr zugunsten des Budgets der Konsumentenwerbung. Sie besitzt nun Karteikarten von den Hunderten von Geschäften, die Interesse an ihrem Displaymaterial zeigen. Sie benötigt dazu rund 1% des Jahresbudgets.

Als Vertreterin des International Institute for Cotton in der Schweiz vergibt die Publizitätsstelle die *Lizenzen zur Verwendung des Internationalen Baumwollzeichens*. Gegenwärtig sind in unserem Lande 145 Hersteller von Baumwollartikeln Verwender dieses Zeichens. Diesen vermittelt die Publizitätsstelle *Anhänge- und Klebe-Etiketten*. Die letzteren werden gratis abgegeben. Das Etiketten- und Lizenzierungswesen belastet das Budget mit 4%.

Das so wichtige Gebiet der *Verkäufer-schulung* konnte leider auch in diesem Geschäftsjahr aus Budgetgründen nicht mehr betreut werden, wie dies wünschenswert wäre. Die Entwicklung zeigt, dass auch für den Verkauf von Textilien, das geschulte Personal immer rarer wird. Um so dringender wäre es, die Verkäuferinnen eingehend und richtig zu informieren. Es wäre wohl an der Zeit, dass sich die Promotoren der verschiedenen Fasern hier zusammenschliessen, denn diese Sisyphusarbeit kann kaum von einer Gruppe allein bewältigt werden. Leider muss sich die Verkäuferschulung der Publizitätsstelle auch im laufenden Jahr darauf beschränken, den Berufsschulen und Verkäuferinnen die Dokumentationsschachteln über Baumwolle und das Baumwollbrevier anzubieten sowie Filme und Dia-Schauen auszuleihen. Schliesslich sei noch erwähnt,

dass die Publizitätsstelle nach wie vor an der *«Création» der Schweizer Mustermesse* beteiligt sein wird. Sie zeichnet dort für rund ein Viertel der Ausstellung, d. h. für die Abteilung Baumwolle. Ausserdem amtiert sie als Geschäftsstelle der ganzen Ausstellergruppe, der neben der Baumwollindustrie, die Seiden- und Wollfabrikation, die Stickerie-Industrie und Bally-Schuhe angehören. Die *«Création»* steht im Jahresbudget zu Buche mit 5%.

Diese Konsumentenwerbung wird vollständig in den Dienst der Image-Korrektur für Baumwolle gestellt. Vom Frühjahr 1969 an lautet die Werbebotschaft *«geniesse Baumwolle»*, d. h. freu Dich des Lebens in Baumwolle, denn sie vermittelt Dir Frische, Wohlgefühl und ist problemlos. Das Hauptvehikel, das diese Botschaft dem Konsumenten näher bringen soll, ist die Inseratenwerbung. Für das nächste Frühjahr sind ferner verschiedene grössere *Sales-Promotionsaktionen* mit grossen Detailhandelsorganisationen der deutsch- und französischsprachigen Schweiz geplant. Der Pressedienst bedient die Redaktionen der Massenmedien-Presse, Radio und Fernsehen mit interessanten Neuheiten. Dabei wird darauf geachtet, dass diesem Material nebst dem modischen Gehalt auch das gewünschte Baumwollimage anhaftet. H. R.

## Polyester-Probleme in Grossbritannien

B. Locher

### 26 Prozent mehr Chemiefasern

Die Produktion von Chemiefasern in Grossbritannien erreichte in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres 875 590 000 Gewichtspfund (à 453 g), verglichen mit 693 050 000 lb in der gleichen Zeitspanne 1967. Hierbei entfielen auf endloses Garn 393 890 000 lb gegenüber 318 400 000 lb voriges Jahr (9 Monate), und auf Stapelfasern 481 700 000 lb, verglichen mit 374 650 000 lb in den ersten drei Vierteljahren 1967.

Die beträchtliche Expansion von 26% wird auf zwei Faktoren zurückgeführt: zunächst die Inbetriebnahme von neuen Produktionsstätten, einschliesslich die Vergrösserung bestehender Werke, sodann das Ergebnis der ständigen Anstrengungen, den Absatz auf dem heimischen Markt wie auch bei den ausländischen Abnehmern zu erhöhen.

### Das Polyester-Problem

Im Zusammenhang mit dem steten Vordringen der Chemiefasern in das Gebiet der natürlichen Fasern haben sich in den letzten Monaten in Grossbritannien interessante Diskussionen hinsichtlich der Polyesterfaser ergeben. Wie bekannt, verfügt diese mit erheblichem Erfolg lancierte Faser nicht nur über eine grosse Stärke, sondern auch über eine ausgeprägte Scheuerfestigkeit; des weitern ist die Faser ausserordentlich knitterfrei. Polyester verdankt seine Entstehung der britischen Calico Printers Association, aber seine weitere technische Entwicklung dem ICI-Konzern (Imperial Chemical Industries) — dem bedeutendsten Chemiekonzern in Grossbritannien. Dieser hat die Faser unter dem Handelsnamen *«Terylene»* auf den Markt gebracht. Im allgemeinen wird Terylene in Mischung mit Wolle für Herrenanzugstoffe verwendet. In texturierter Filamentform — in dieser als *«Crimpline»* bezeichnet — vermochte Polyester in den letzten Jahren in gewirkten Modewebungen einen ausserordentlichen Erfolg zu verzeichnen. In der gleichen Zeitspanne, da diese Entwicklung in Grossbritannien vor sich ging, drang Polyester auf dem Markt der Vereinigten Staaten vor; hier allerdings in den Sektor der Baumwollgewebe. In den letzten sieben Jahren hat sich der Anteil von Polyester in den Vereinigten Staaten in den Baumwoll/Rayon-Mischgeweben von 3% auf 20% erhöht, und die Expansionskurve verrät keinerlei Anzeichen einer Abflachung.

In Lancashire dagegen, dem klassischen britischen Baumwollindustriengebiet (östlich Liverpool), hat Polyester einzig in den Spezialsektoren für Hosenstoffe mit Viskosemischungen und für Regenmantelstoffe mit Baumwollmischungen grösseren Erfolg erzielt. Der erste Konzern, der sich diesbezüglich um eine Aenderung bemüht, ist Viyella International, dessen Präsident, Joe Hyman, in der zweiten Oktoberhälfte 1968 den Entschluss seiner Firma ankündigte, in den nächsten drei Jahren 25 Millionen Pfund Sterling in die integrierte Produktion von Polyester/Baumwoll-Geweben zu investieren. Dies ist die mächtigste Einzelinvestition, die jemals in der Geschichte der Lancashire-Baumwollindustrie registriert worden ist (abgesehen vom weitläufigen Investitionsprogramm des Courtaulds-Konzerns, das gegenwärtig in Verwirklichung steht). Das Investitionsprogramm Viyellas stellt eigentlich die erste wesentliche Initiative in Grossbritannien dar, Polyester den breitesten Absatz zu verschaffen; so etwa für die Produktion von Leinwandgeweben, Hemdengeweben, Geweben für Arbeitskleider usw.

Die Absicht Viyellas, Polyester zum Durchbruch in Lancashire zu verhelfen, hat in der dortigen Baumwollindustrie bereits Anfänge einer klaren Neuorientierung in Richtung der Mehrverwendung von Chemiefasern, vornehmlich Synthesefasern, hervorgerufen. Die Investitionen Viyellas sowie jene noch grösseren Ausmasses des Courtaulds-Konzerns könnten der traditionellen Baumwollindustrie Lancashires höchst abträglich werden, wenn erst einmal, gegen Ende 1970, die neuen Werke dieser beiden Konzerne in Betrieb kämen. Indirekt, so denkt man in Lancashire, würde dieser Zug zur Chemiefaser ein probates Mittel zur Bekämpfung der Massenimporte von Niedrigpreisbaumwollartikeln werden und auf diese Weise der Baumwollindustrie zu ihrem früheren Platz zurückverhelfen — auf dem heimischen Markt wie im Export. Diese Ueberlegungen stützen sich auch auf die Tatsache, dass der Baumwollpreis kontinuierlich steigt, während die Notierungen für Polymere ununterbrochen fallen. Die erheblichen Preisreduktionen 1967 bei Polyester haben die Preisrelationen zwischen den einzelnen Faserarten völlig verändert. Der Preis für Baumwolle verzeichnet einen Zuwachs von rund 35%, während die Preise für Polyester/Baumwolle (50/50) um 11%, jene für Polyester/Viskose um 17% gesunken sind. Diese Preismodifikationen, denen sich die Ermässigung der Gestehungskosten in der Massen-

produktion hinzugesellen wird, haben bereits begonnen sich auszuwirken.

Im gegenwärtigen Zeitpunkt beläuft sich der per-capita-Jahresverbrauch von Polyester in Grossbritannien auf rund die Hälfte des Jahresverbrauches in den Vereinigten Staaten. Am bedeutendsten ist in Grossbritannien der Verbrauch bei Kammgarnstoffen und bei gewirkten Geweben. Die Meinung ist jedoch weitverbreitet, dass der Verbrauch in Grossbritannien durch die Konkurrenz, die sich zwischen Du Pont und Hoechst, dem westdeutschen Faserkonzern, auf dem britischen Markt entwickelt hat, einen Auftrieb erfahren dürfte.

Für die Deckung seines Polyesterbedarfes rechnet Viyella in erster Linie auf die Produktionskapazität des ICI-Konzerns. Noch ist der Streit zwischen Viyella und ICI vom Frühjahr 1968 in Erinnerung, in dessen Verlauf Mr. Hyman dem Präsidenten des ICI-Konzerns, Sir Peter Allen, drohte, dass Viyella eine eigene Polyesterfabrik (Baukosten 10 Mio Pfund und Jahreskapazität 30 Mio lb, die Mindestkapazität zu ökonomischer Produktion) errichten würde, falls ICI nicht genügend Polyester zu einem akzeptablen Preis liefern wollte oder könnte. ICI erfreut sich tatsächlich in Grossbritannien eines Liefermonopols für Polyester; sein einziger Konkurrent, Du Pont, muss Polyester zu nichtkonkurrenzfähigem Preis aus Amerika importieren. Der Streit mit ICI ist mittlerweile beigelegt worden; der Plan mit der Konkurrenzfabrik, die innerhalb von 18 Monaten die Produktion hätte aufnehmen können, ist vorläufig ad acta gelegt.

Andererseits steht das Projekt Viyella, das eine Jahresproduktion von 100 Mio yards Polyester/Baumwoll-Gewe-

ben vorsieht, mit den Investitionsabsichten des Courtaulds-Konzerns, dessen Pläne auf eine Jahresproduktion von 200 Mio yards Vincel/Baumwoll-Gewebe ausgerichtet sind, in einem gewissen Gegensatz. Vincel stellt ein stark modifiziertes Rayon dar, das die meisten der Baumwollcharakteristika in sich schliesst. Die Produktion von Vincel wurde 1965 aufgenommen und stellt sich rund 8% billiger als der Baumwollpreis. «Ein mächtiger Konkurrent für Baumwolle — und im Jahre 1970 eine mächtige Faser», so hatte Sir Frank Kearton, der Präsident des Courtaulds-Konzerns, Anno 1965 die Vincel-Faser charakterisiert. Damals sagte Courtaulds die Wandlung der Baumwollgewebe in Richtung der billigeren Vincel/Baumwoll-Mischgewebe voraus; diese Tendenz konnte 1968 in verstärktem Ausmass festgestellt werden. Courtaulds verspricht sich auch viel von einer Abwanderung des Massenmarktes von Baumwolle zur Acrylfaser, zeigt aber auch hohes Interesse für Polyester; namentlich für Polyester/Vincel-Mischungen. In Zusammenarbeit mit Du Pont ist Courtaulds gegenwärtig daran, Polyester/Vincel-Gewebe zu entwickeln, die, gemäss einer kürzlichen Verlautbarung von Courtaulds, «viel interessantere Gewebe sein sollen als die Polyester/Baumwoll-Gewebe».

Jede Seite rühmt natürlicherweise ihre eigenen Absichten, und in den Industriekreisen Lancshires nimmt man hinsichtlich des Endergebnisses dieser hier skizzierten Initiativen eine abwartende Haltung ein. Vorläufig hat einer der kühlrechnenden Lancashireleute, die ihrer Sachlichkeit wegen sich eines guten Rufes erfreuen, das Viyella-Projekt als Joe Hyman's 25-Millionen-Pfund-Musikextravaganza «Die Welt in Polyester» bezeichnet.

## Volkswirtschaftliches Einmaleins

### Die Infrastruktur

Dr. Hans Rudin

#### Gestörtes Gleichgewicht

In der Nachkriegszeit geriet die schweizerische Wirtschaft in eine regelrechte Phase des «Sturm und Dranges». Ein rasches Wachstum (siehe «Mitteilungen» Nr. 11) bewirkte, dass sich die gesamte Produktion von Gütern und Dienstleistungen seit Ende des zweiten Weltkrieges mehr als verdoppelte. Entsprechend stiegen auch Einkommen und Konsum. Der Personalbestand der Fabriken erhöhte sich in der Nachkriegszeit von rund 400 000 Beschäftigten auf 750 000. Die schweizerische Wohnbevölkerung wuchs seit den Kriegsjahren von rund 4,5 Millionen auf über 6 Millionen Personen.

Ein gewaltiger zusätzlicher Strom wirtschaftlicher Aktivität, menschlicher Lebensbetätigung, kultureller, sportlicher und unterhaltender Veranstaltungen ergoss sich über das Land, und dann plötzlich, in den letzten 50er und in den 60er Jahren, zeigte sich, dass die öffentlichen, allgemeinen und von jedermann benützten Einrichtungen und Strukturen nicht mehr genügten. Ueberlastete Strassen, überfüllte Spitäler, versagende öffentliche Betriebe, Lehrermangel, Wohnungsmangel, Gewässerverschmutzung, Bodenverknappung usw. zeigten, dass der Unterbau unserer Wirtschaft, das Fundament unseres Wohlstandes, die Grundstrukturen und die natürlichen Lebensgrundlagen mit der Entwicklung nicht Schritt gehalten hatten. Ueberall sprach man — und spricht heute noch — von einer zurückgebliebenen *Infrastruktur*.

#### Die Infrastruktur

Was heisst Infrastruktur? Darunter versteht man — die vorstehenden Beispiele zeigen es — den *notwendigen wirtschaftlichen und organisatorischen Unterbau einer hochentwickelten Volkswirtschaft*. Dazu gehören:

- a) Strassennetz, Bahnnetz, Flugverkehrseinrichtungen;
- b) öffentliche Nachrichtenmittel und Dienste, wie Telefon, Telegraph, Post;
- c) Anlagen für die Energieproduktion: Gaswerke, Elektrizitätswerke, Atomkraftwerke;
- d) genügender Wohnungsbestand;
- e) Schulwesen: Volks-, Mittel- und Hochschulen einschliesslich Gewerbeschulen, technische Schulen usw.;
- f) Spitäler, Sanatorien, Irrenanstalten usw.;
- g) Schutz der Gewässer, Wälder, Luft.

In den letzten Jahren sind in der Schweiz enorme Anstrengungen zum Ausbau der Infrastruktur unternommen worden. Man denke an den Nationalstrassenbau, Kraftwerkbau, Spitälerbau, Wohnungsbau, Ausbau und Neuschaffung von Mittelschulen, Verbesserung der Hochschulfinanzierung, Vorantreiben des Gewässerschutzes durch Bau von Kläranlagen usw. Aus dieser Aufzählung geht hervor, dass es sich vor allem um Bauaufgaben handelt. Dabei muss man sich im klaren sein: Gebaut kann in der Schweiz nur noch dank den Fremdarbeitern werden. Ohne die über 100 000 im Baugewerbe tätigen Saisonarbeiter würde die Bautätigkeit zum Erliegen kommen. Andererseits beanspruchen die ausländischen Arbeitskräfte zwar auch die Infrastruktur, aber zweifellos bauen sie mehr als sie selber benötigen.

#### Die zunehmende Staatstätigkeit

In den letzten Jahrzehnten hat die Staatstätigkeit immer mehr zugenommen. Bald werden rund 40% des Volkseinkommens durch die Kassen des Staates (Gemeinden, Kantone, Bund) laufen! Zum Teil handelt es sich um eine beklagenswerte Aufblähung der staatlichen Tätigkeit. Zum