

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 84 (1977)

Heft: [11]

Rubrik: Wirtschaftspolitik

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: 16.03.2025

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

Veränderte Gewichte der Staatsausgaben

Wirtschaftspolitik

Struktur der Staatsausgaben		
Prozentuale Aufteilung der Ausgaben von Bund, Kantonen und Gemeinden		
	1960	1975
Unterricht, Forschung	18,4%	20,9%
Soziale Wohlfahrt	12,0%	13,3%
Verkehr, Energie	11,5%	12,6%
Gesundheit	8,1%	10,1%
Finanzausgaben	8,2%	8,3%
Landesverteidigung	15,5%	8,2%
Verwaltung	7,8%	6,8%
Landwirtschaft*	7,9%	5,3%
Uebrig	10,6%	14,5%

* Inkl. Forstwirtschaft, Jagd, Fischerei, Gewässerverbauungen

wf

Schmale Bandbreite für den Schweizer Textilexport

Erkundungstour nach New York

Dass der Schweizer Textilexport nach den Vereinigten Staaten in den letzten Jahren rückläufig war, ist in Anbetracht der Entwicklung im Währungssektor nicht erstaunlich. Dies kann und darf indessen kein Grund dafür sein, in den Exportbemühungen nachzulassen, im Gegenteil. Es setzt allerdings nicht wenig Selbstvertrauen und Optimismus voraus, ausgerechnet in Nordamerika den Marktanteil verbessern zu wollen; aber da der Export nun einmal das Schicksal der Schweizer Textilindustrie ist, kommt man nicht darum herum, in die ständigen Erkundungsfahrten nach allfälligen Marktlücken auch die Vereinigten Staaten einzubeziehen. Jedenfalls ist dies die Auffassung des Vereins schweizerischer Textilindustrieller (VSTI); auf dessen Veranlassung und unter dessen Betreuung zwölf Stoffhersteller Ende Oktober an der von einem Verband der amerikanischen Bekleidungsindustrie, NOSA, für die Gewebefabrikanten organisierten viertägigen NOSA-Show 77 in New York mit ihren Swiss Fabrics teilnahmen.

Hohe Einfuhrzölle und hoher Schweizerfrankenkurs als Handicap

Die amerikanischen Einfuhrzölle für Textilien sind die höchsten der westlichen Industrieländer. Im Schutze dieser Zollmauern — bei Geweben beträgt die Einfuhrbelastung nahezu 40 % ad valorem — ist die amerikanische Textilindustrie mit Inlandaufträgen für den riesigen Binnenmarkt genügend versorgt und braucht sich um das beschwerliche Exportgeschäft überhaupt nicht zu kümmern. Die schweizerische Textilindustrie käme sich wie im Wunderland vor, wenn ihr vierzigmal kleinerer Heimmarkt so eingehagt wäre, wie es der amerikanische Markt auch nach allen Zollrunden des GATT geblieben ist. Der schweizerische Importzoll für Gewebe aus Ländern ausserhalb von EG und EFTA bewegt sich zwischen 10 und 15 % und stellt überhaupt kein Hindernis dar, vor allem für jene über 100 Staaten nicht, denen die Schweiz auf diese schon niedrigen Zölle im Sinne der Entwicklungshilfe zusätzlich eine fünfzigprozentige Reduktion gewährt.

Ueber den für den Schweizer Export äusserst negativen Einfluss des grossenteils aus spekulativen Gründen überhöhten Schweizerfrankens ausführliche Erklärungen abzugeben, hiesse Eulen nach Athen tragen. Wer dieses zusätzliche Handicap unter Hinweis auf die mengenmässigen Exporterfolge zu verniedlichen trachtet, sollte einmal vom grünen Tisch weg an die Exportfront geschickt werden, um selber zu erfahren, wie entmutigend es ist, für Waren, die der Kundschaft an sich sehr gut gefallen, nur wegen der verschobenen Kursrelationen keine kostendeckenden Preise zu erzielen. Der über-

Ein Blick auf die sog. funktionale Gliederung der gesamten schweizerischen Staatsausgaben (das heisst der Ausgaben von Bund, Kantonen und Gemeinden) gibt aufschlussreiche Hinweise über die Tätigkeit der öffentlichen Hand. Die Entwicklung zwischen 1960 und 1975 — die detaillierten Zahlen des vergangenen Jahres liegen erst für Bund und Kantone vor — zeigt dabei teilweise deutlich veränderte Prioritäten in der staatlichen Aufgabenerfüllung. Die relative Bedeutung einiger Ausgaben-gruppen ist markant gestiegen. So erreichte der Posten Unterricht und Forschung 1975 einen Anteil von 20,9 % der Gesamtausgaben (im Vergleich zu 18,4 % 1960), die Umweltaufwendungen sind auf 4,7 % gestiegen (1960 0,7 %), das Gesundheitswesen beanspruchte 1975 10,1 % (1960 8,1 %) und die Soziale Wohlfahrt 13,3 % (1960 12 %); Verkehr und Energie brachten es 1975 auf einen Anteil von 12,6 %, während es 1960 noch 11,5 %, 1965 im Zeichen des Strassenbaubooms allerdings 17,9 % gewesen waren. Von 1,7 % auf 2,7 % hat sich der Anteil Kultur, Erholung, Sport erhöht, von 0 auf 0,3 % jener der Raumplanung. Andere Staatsaufgaben haben demgegenüber vergleichsweise an Gewicht verloren. Die Landesverteidigung steht noch mit 8,2 % (gegenüber 15,5 % 1960) zu Buch, die Landwirtschaft mit 5,3 % (1960 7,9 %), Justiz und Polizei mit 5,2 % (1960 6,7 %), die allgemeine Verwaltung mit 6,8 % (1960 7,8 %). Die öffentlichen Aufwendungen für Tourismus, Industrie, Gewerbe und Handel bzw. für die Beziehungen zum Ausland blieben praktisch stabil bei 0,3 % bzw. bei 1,3 %, ebenso mit 8,3 % die Finanzausgaben (vor allem Schuldzinsen), wobei dieser Posten 1965 indessen bloss 5,5 % beansprucht hatte.

Schweizerische Textilexporte nach den USA

1970	144,4 Millionen Franken
1971	185,0 Millionen Franken
1972	191,1 Millionen Franken
1973	143,5 Millionen Franken
1974	123,3 Millionen Franken
1975	75,8 Millionen Franken
1976	100,2 Millionen Franken

teuerte Schweizerfranken frisst unzähligen Firmen der Industrie langsam aber sicher die letzten Reserven weg und bringt sie an den Rand des Abgrunds; wer vor dieser Tatsache die Augen zu verschliessen sucht, wird schon bald ein böses Erwachen erleben. Die ungenügenden Exportpreise und die prekäre Ertragslage werden auch dadurch nicht besser, dass man die begrüssenswert geringe schweizerische Inflationsrate ins Feld führt.

Welches sind die Bandbreiten für den Schweizer Textilexport?

Vom amerikanischen Textilmarkt wird gesagt, dass in den Bereichen Wäsche und Bekleidung 60—70 % auf Erzeugnisse unterdurchschnittlicher Qualitäten entfielen — der amerikanische Textilverbrauch ist mit 25 kg pro Kopf der Bevölkerung und Jahr der höchste der Welt —, während nur 25—30 % überdurchschnittliche Artikel seien und kaum 5 % der konsumierten Produkte in jeder Hinsicht höchste Ansprüche erfüllten. In den andern Staaten der freien Welt, die seit einigen Jahren von Textilien und Bekleidung aus Billigpreisländern überschwemmt werden, dürften die Bandbreiten für den Schweizer Textilexport ebenfalls nicht mehr als 5 % betragen, in den Staatshandels- und Entwicklungsländern nur einen Bruchteil davon. Da die Billigpreisländer ihre Textilproduktion laufend verbessern, werden sie früher oder später auch zu ernsthaften Konkurrenten bei den mittel- und höherwertigen Artikeln aufsteigen, und es wird sich für die Schweizer Textilexporteure auch deshalb nie und nimmer darum handeln können, aus ihrer relativ schmalen Bandbreite ausbrechen und sich im weiten Gelände, wo alle gegen alle mit allen erlaubten und unerlaubten Mitteln um die 95—99 % der Textilnachfrage kämpfen, behaupten zu wollen. Ein textiles Marignano wäre ihnen sicher.

Die auf den ersten Blick sehr gering scheinenden Bandbreiten werden grösser, wenn man die Prozentzahlen in Millionen Textilkonsumenten umsetzt. In den Vereinigten Staaten würde dies ergeben, dass für Artikel, wie sie die Schweizer Textilindustrie vornehmlich herstellt, ein Markt mit etwa 10—12 Millionen potentiellen Verbrauchern besteht, und das ist nicht wenig. Es hat sich bei der Erkundungstour des VSTI denn auch gezeigt, dass selbst in Amerika gewisse Spezialartikel durchaus verkäuflich sind, wenn auch wegen der eingangs geschilderten Situation ein angemessener Gewinn zurzeit meist nicht erreichbar ist. Es hat sich weiter gezeigt, dass die unablässige persönliche Bearbeitung dieses Marktes erste Voraussetzung für ein kontinuierliches Exportgeschäft bildet; die amerikanische Kundschaft muss von jedem Schweizer Lieferanten individuell betreut werden, was heisst, dass die Textilindustriellen nicht zuviel zuhause bleiben, um nach ihrer Produktion zu sehen — dafür haben sie gut ausgebildete Tech-

niker —, sondern soviel als möglich reisen sollen, um ihre Abnehmer zu sehen. Die meisten Schweizer Textilfabrikanten sind hervorragende Produzenten, die ihre erstklassigen Erzeugnisse jedoch nur in genügendem Umfange absetzen können, wenn sie es im Marketing ebenfalls zur Meisterschaft bringen, die Kontakte mit ihren in- und ausländischen Geschäftsfreunden viel intensiver pflegen. Verbandsorganisationen können dazu mit kooperativen Rahmenaktionen beitragen, aber das Firmenmarketing ist und bleibt Sache jedes einzelnen überlebenswilligen Unternehmens.

Konklusionen

1. Der Export ist das Schicksal der Schweizer Textilindustrie. Wenn sich jeder Textilunternehmer, den dies direkt oder indirekt angeht, dessen voll bewusst ist und sich in seinem Tun und Lassen entsprechend verhält, sollte die gegenwärtige schwierige Phase insofern erfolgreich zu überbrücken sein, als man zumindest aus den roten Zahlen herauskommt und gelegentlich sogar wieder an Investitionen denken kann.
2. Die Einfuhrzölle und nichttarifarischen Importhemmnisse sind in den Ländern der freien Welt — EG und Rest-EFTA ausgenommen — sowie in sämtlichen Staatshandels- und Entwicklungsländern für einen Großteil der Schweizer Textilprodukte zum vornherein unüberwindbare Hindernisse. Es wäre eine unverzeihliche Illusion zu glauben — und sich entsprechend einzurichten —, hier würden sich die Dinge für die schweizerischen Textilexporteure in absehbarer Zeit zum Guten wenden. Dies heisst andererseits nicht, die für den schweizerischen Aussenhandel zuständigen Behörden sollten zum Nachteil der Textilindustrie alles akzeptieren, was das Ausland sich ausnimmt; die jahrelange Nichteinhaltung der Textiljunktimes seitens einiger osteuropäischer Staaten ist für die schweizerische Handelspolitik kein rühmliches Beispiel.
3. Die Währungsverhältnisse bringen nicht nur die schweizerischen Exporteure der Textilindustrie zum Verzweifeln. Es trägt jedoch nichts ab, über die davon profitierenden Schweizer Banken zu wettern — auch wenn sich die Textilexporteure hier über die Branche hinaus in bester in- und ausländischer Gesellschaft befinden —, sondern sie müssen mit dem harten Schweizerfranken leben, solange sie noch leben, und von dessen hohem Kurs, der ihren Export oft zu einem Verlustgeschäft macht, anderweitig so viel als möglich zu profitieren versuchen. Wer durchhält, bis wieder einmal bessere Währungsrelationen eintreten, sollte andererseits erwarten dürfen, dass «Bern» und Nationalbank sich dann ebenfalls als machtlos erklären, wenn sich der Frankenkurs auf die andere Seite entwickelt.
4. Die Bandbreite für den schweizerischen Textilexport ist ausserordentlich schmal. Glücklicherweise, möchte man sagen, ist die mengenmässige Produktion der schweizerischen Textilindustrie, weltweit gesehen, ebenfalls gering. Der ausgeprägte Individualismus der Textilschaffenden bildet die Stärke dieser Branche, wo es sich um den Ideenreichtum in ihren Kollektionen handelt. Er muss sein, denn er ist der Motor, der sie in Fahrt hält. Dieser Individualismus kostet andererseits aber viel Zeit und Geld, wenn er in gleicher Weise im Auftreten im Ausland angewendet wird. Er darf nicht sein, denn er bedeutet Mangel an Treibstoff, was früher oder später zum Absterben des Motors und damit der Branche führen könnte. Es ist dies eine Frage des Marketings, und das

Marketing ist leider bei vielen Textilfirmen noch nicht so gut entwickelt wie ihre Produktion. Dies lässt sich indessen nachholen, doch die Zeit drängt.

5. Die Erkundungsreise des VSTI nach New York hat zu vielen nützlichen Erkenntnissen geführt. Die kleinen Schweizer fallen mit ihren hochwertigen Swiss Fabrics erst auf, wenn sie sie und sich gruppenweise präsentieren, und dabei sparen sie erst noch viel Kosten ein. Die Zusammenarbeit mit den diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Schweiz im Ausland ist von hoher Bedeutung. Die Leistungen des Schweizer Generalkonsulates in New York können in dieser Hinsicht als Vorbild genommen werden. Der an der Botschaftertagung 1975 geforderte Ausbau von Botschaften und Konsulaten zu schweizerischen Aussenhandelsstützpunkten liegt noch in den Anfängen; wenn hier bald mehr geschieht, wird dem gesamten Schweizer Export ein realer Dienst geleistet, welcher der ganzen Volkswirtschaft zugutekommt, ein Dienst, der in allen wichtigen Konkurrenzländern schon seit längerer Zeit selbstverständlich ist.

Die Bandbreiten für den Schweizer Textilabsatz im eigenen Land dürften von Sparte zu Sparte sehr unterschiedlich sein. Die Schweiz ist ein heftig umworbener Testmarkt, und die schweizerischen Textilimporte aus Billigpreisländern nehmen wie in der ganzen Welt ständig zu. Umso wichtiger ist es, dass die Qualitätsprodukte Swiss Fabrics entsprechend bezeichnet werden, damit der qualitätsbewusste Konsument schon vor dem Kauf weiss, was er ersteht.

Ernst Nef

Konditionen

Schlechte Zeiten rufen oft bösen (Un-)Sitten. Dies gilt auch bezüglich der Zahlungs- und Lieferungskonditionen, überall, nicht nur im vielfältigen Textilbereich. Lässt der Geschäftsgang zu wünschen übrig, versucht man ihm da und dort durch günstigere Verkaufsbedingungen nachzuhelfen, sei es, dass der Lieferant solche von sich aus anbietet, sei es, dass der Abnehmer sie verlangt und für den Fall einer negativen Reaktion mit dem Abbruch der geschäftlichen Beziehungen droht. Insgesamt ergeben sich daraus zwar keine Umsatzerhöhungen; hingegen wird dadurch zweifellos eine gewaltige Vermehrung der Umtriebe erreicht, die sich für einzelne da und dort vorübergehend auszahlen mag, für die ganze Branche und über den Tag hinaus betrachtet jedoch kaum ein lohnenswertes oder gar kluges Unterfangen sein kann, sondern vielmehr allen direkt oder indirekt schadet.

Preisermässigungen sind die massiveren, offensichtlicheren — und damit ehrlicheren — Mittel, wenn es um günstigere Konditionen geht, während besondere Rabatte, Umsatzprämien, Rückvergütungen und Zahlungserstreckungen die verschämteren darstellen und deshalb eher etwas verschwiegen zu werden pflegen. Dem Geiste der Handels- und Gewerbefreiheit laufen zwar alle diese Auswege nicht zuwider; dem Selbstbewusstsein der Lieferanten tun sie indessen selten gut, vor allem dann nicht, wenn verbindliche Vereinbarungen verletzt werden.

Dieses Wissen um die Schuldigkeit gegen sich selbst mag dazu beigetragen haben, dass insbesondere die Fabrikanten verschiedener Sparten früher oder später einheitliche Zahlungs- und Lieferungskonditionen vereinbarten.

Solche Konditionen geben den Abnehmern unter anderem die Gewissheit, innerhalb der Branche von allen Lieferanten gleich behandelt und gleich bedient zu werden. Es liegt deshalb im gegenseitigen Interesse, dass es keinen Konditionenwettbewerb mit entsprechenden Bescherungen mehr gibt, sondern an dessen Stelle die vornehmere Konkurrenz der Qualität, der lückenlosen Einhaltung eingegangener Verpflichtungen und Lieferfristen, kurz der Wettbewerb der Vertragstreue und der Zuverlässigkeit getreten ist.

Es ist kein besonderes Kunststück, einheitliche Konditionen in Zeiten der Hochkonjunktur durchzuhalten. Anders verhält es sich, wenn die Nachfrage während längerer Zeit flau ist, die Abnehmer, speziell unter Hinweis auf die ausländische Konkurrenz, mehr oder weniger unverhüllte Drohungen ausstossen und diese manchmal sogar in die Tat umsetzen. Gegenüber derartigem Druck zu seinem Recht und den getroffenen Vereinbarungen zu stehen, braucht gelegentlich ziemlich viel Selbstüberwindung, ja Charakterstärke. Nur Branchen mit einer überwiegenden Mehrheit leistungsfähiger Unternehmen können es sich leisten, unzumutbare Konditioneneinbrüche von Abnehmern auch in schwierigen Zeiten zurückzuweisen. Solche Branchen vermögen auf Grund ihrer Solidarität aber auch auf allen Gebieten die sich dann und wann ergebenden Belastungsproben mit Gelassenheit zu bestehen.

Wenn der Abnehmer seinerseits Kaufmanns genug ist, um einzusehen, dass eine korrekte Zahlungsweise der kommerziellen Moral zuträglicher und dem Vertrauensverhältnis zwischen Lieferant und Kunden förderlicher ist als ein unübersichtliches Netz konditionswidriger Vergünstigungen, dann wird er selber die weitere einwandfreie Anwendung einmal festgelegter und von ihm während langer Zeit akzeptierter Zahlungs- und Lieferungsbedingungen als etwas durchaus Normales empfinden. Ein Konditionenkleinkrieg um halbe Prozente und dergleichen sollte vernünftigerweise auch in unseren Landen vermeidbar sein. Die Zeiten werden sich auch im Textilbereich wieder bessern, und man wird dann hüben und drüben froh sein, an sich bewährte Partnerschaften nie durch momentane Schwächeanfalle in Frage gestellt zu haben.

Die Zukunft ist in vollem Gange. Sie stellt allen Unternehmen der gesamten schweizerischen Textil- und Bekleidungswirtschaft grosse Aufgaben, vor denen das Konditionenproblem, in das sich einzelne Köpfe verstrickt haben, schlicht und einfach verblasst. Wir können nichts Gescheiteres tun, als die sich stellenden, wahrhaftig wichtigen Probleme partnerschaftlich zu lösen zu trachten und alles andere als unnützer Ballast über Bord zu werfen, möglichst rasch zu vergessen.

Ernst Nef

«Made in»?

Kennzeichnung des Ursprungs von fertigkonfektionierten Textilien — ein ebenso altes und nicht weniger dringendes Postulat wie die Pflegekennzeichnung

Sechs von zehn in der Schweiz zum Kauf angebotenen Bekleidungsstücke, müssten mit «made in» Hongkong, Taiwan, DDR etc. ausgezeichnet werden, wenn es eine Pflicht zur Kennzeichnung des Ursprungslandes geben würde! — aber eben gibt es sie in unserem kleinen,

überblickbaren Schweizerland unverständlicherweise noch nicht; dabei hätte eine solche Kennzeichnungspflicht kaum etwas zu tun mit verpönten protektionistischen Massnahmen gegenüber den Niedriglohnländern.

Bei andern wichtigen Konsumgütern, wie Schuhe, Weine z. B., wird die Ursprungskennzeichnung schon längst als selbstverständlich angesehen!

Das Fehlen einer Ursprungskennzeichnung kann unter Umständen einer Irreführung des Konsumenten gleichkommen, wenn ein solcher Importartikel nicht mit einer angemessenen Marge weitergegeben wird. Der Konsument hat ein Anrecht zu wissen, aus welchem Land ein Textilprodukt stammt, auch wenn dies wegen den teilweise ungeheuren Margen von 200 % und mehr, gegen den Willen der Grossverteiler geht, damit der nicht eingeweihte Konsument nicht das Gefühl einer minderwertigen Qualität erhält!

Wieviele Arbeitsplätze müssen wohl noch verloren gehen, und wieviele noch gesunde und gut geführte Textil-Fabrikationsunternehmen müssen wohl noch zugrunde gehen, bevor wirksame Massnahmen zur Eindämmung der beängstigenden Importflut aus den Niedrigstlohnländern ergriffen werden?

Aber fehlt es nicht auch an unsern Schweizer Fabrikanten selber, die ihre Produkte nicht zumindest mit «Made in Switzerland» auszeichnen? Viele Konsumenten würden für ein modisch ansprechendes Produkt bestimmt etwas mehr bezahlen, denn manch einer ist sich heute bewusst, dass es ihm morgen mit der Existenz an den Kragen gehen könnte, wenn er Schweizer-Produkte unbeachtet lässt!

T. Bolt, 4153 Reinach

Mode

Bauern-Look im Nègligé

Die neuen Kollektionen mit den Nachtwäsche- und Lingeriemodellen aus Schweizer Textilien sind da! Sie sind aus schmeichelnden Tersuisse-Qualitäten gefertigt, mit raffinierten Décolletés und Spitzeneinsätzen oder aus feinstem Schweizer Baumwollbatist zu romantischen Nègligés verarbeitet. St. Galler Stickereien — bunt gestickte Blüten, kostbare Tüllgalons oder in handwerklicher Manier geschnittene Blumenmotive — verleihen diesen Kreationen ihren besonderen Reiz. Ob es sich um Modelle aus Broderie Anglaise handelt, inspiriert vom Corsage aus Grossmutter's Zeiten oder um Nachtwänder im Vampstil der 50er Jahre, sie lassen nicht nur Frauenherzen höher schlagen.



Modelle: Lingerie Habella, Frauenfeld; Material: Broderie Anglaise auf Baumwoll-Batist von J. G. Nef & Co. AG, Herisau; Foto: Onorio Mansutti. «Schweizer Textilien»

Separatdrucke

Autoren und Leser, die sich für Separatdrucke aus unserer «mittex», Schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie, interessieren, sind gebeten, ihre Wünsche bis spätestens zum 25. des Erscheinungsmonats der Druckerei bekanntzugeben.

Ihre «mittex»-Redaktion