

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

**Herausgeber:** Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

**Band:** 99 (1992)

**Heft:** 6

  

**Artikel:** TMC engagiert Marketing-Spezialisten

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-679336>

### **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:** 15.03.2025

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

satz von 1,7 Mrd. Franken und eine Verbesserung der Rentabilität an.

Der Bestellungseingang im Textilmaschinenektor betrug Ende März 350 Mio. Franken. Die partiell eingeführte Kurzarbeit in einzelnen Betrieben konnte deshalb wieder aufgehoben werden. Im Bereich Fahrzeug-Komponenten lag die Sparte Antriebssysteme

leicht unter, die Sparte Komponenten innerhalb der budgetierten Werte. Die Unternehmen der Saurer-Technologie-Gruppe erwarten insgesamt einen befriedigenden Geschäftsverlauf 1992.

Auf konsolidierter Basis weist Saurer einen Gruppengewinn von 12,6 Mio. Franken aus.

UT ■

## TMC engagiert Marketing-Spezialisten

**Das Textil- und Mode-Center Zürich (TMC) muss seine Attraktivität aus eigener Kraft steigern. Aus dieser festen Überzeugung heraus entstand im Verwaltungsrat das Bedürfnis nach einem eigenen Marketing- und PR-Verantwortlichen. Nach angeregter Diskussion stimmten die Genossenschafter mit 62 zu 40 Stimmen diesem Vorhaben zu. Die restlichen Traktanden gaben an der 23. ordentlichen Generalversammlung keinen Anlass zu Diskussionen.**

Die Branchengruppen-Präsidenten des TMC waren sich in einem Punkt schon seit längerer Zeit einig: «Wenn wir die Attraktivität des TMC mit einem neuen Veranstaltungskatalog und gezielten Marketingstrategien nicht sofort zu steigern beginnen, so laufen wir Gefahr, an Ort zu treten und schliesslich unterzugehen.» Verschiedene Redner nahmen die Gelegenheit wahr, in teils engagierten Voten für oder auch gegen die Anstellung eines Marketing-Spezialisten Stimmung zu machen. Es war augenscheinlich, dass sich die anwesenden GenossenschafterInnen in zwei Lager aufteilten: die «Alten», die das Bestandene weiter verwalten wollten und die «Jungen», die weiter in die Zukunft blickten, ihre direkte Existenz vor Augen.

Es erfüllte den Verwaltungsratspräsidenten Hans C. Eggenberger mit Freude, als er das Abstimmungsergebnis verkünden durfte: 62 GenossenschafterInnen stimmten schliesslich dem Antrag zu, einen Marketingspezialisten anzustellen, der «die Ärmel nach hinten kräpelt, mit offenen Augen durch das Haus geht, die Bedürfnisse der Anbieter kennenlernt und in seine Strategien integriert, Ak-

quisition betreibt...» (Zitat Eggenberger).

### Näher zusammenrücken als Erfolgsrezept

Neben einem Ausblick in die weltpolitischen Ereignisse spannte der Verwaltungsratspräsident Hans C. Eggenberger den Bogen in seinem Jahresbericht schliesslich zur Schweizer Wirtschaft. «Pessimismus ersetzt die Euphorie und lähmt bei verschiedenen Unternehmen den Mut zu neuen Aktivitäten. Wir wissen jedoch, dass Angst und Hilflosigkeit schlechte Wegbegleiter für die Zukunft sind...» und «Es ist mir im Interesse dieses Hauses ein Anliegen, dass wir alle näher zusammenrücken und positiver denken.» Er rief alle auf, Aktivitäten zu entwickeln, denn eine starke Gruppendynamik dürfte seiner Meinung nach die Basis sein, um die schlechte wirtschaftliche Situation mit Erfolg zu überstehen. Weitere Informationspunkte betrafen die Parkplätze, den ausgelaufenen Vertrag mit dem Mövenpick, die Galleria sowie den Mitgliederbestand, der per Ende 1991 337 Genossenschafter umfasste.

UT ■

## Jahresbericht 1991 der internationalen Föderation von Wirkerei- und Strickerei-Fachleuten

### 1. Vorwort

Die rezessiven Tendenzen im Berichtsjahr haben auch vor der Textil- und Textilmaschinenindustrie nicht Halt gemacht. Erfreulicherweise kann jedoch festgestellt werden, dass die Maschen- sowie die Wirk- und Strickmaschinenindustrie davon weniger stark betroffen wurden als beispielsweise die Baumwollwebereien oder die Spinn- und Webmaschinenfabriken. Es gibt hierzu lande etliche Maschenwarenbetriebe, die über eine ungebrochen gute Auftragslage verfügen und teils sogar expandieren konnten. Dieser positive Trend wird von der augenblicklichen Mode begünstigt. – Wenn man die kommerziellen Erfolge einzelner Maschenwarenerzeuger zu ergründen versucht, so zeigt sich immer wieder, dass in diesen Betrieben Qualität, Kreativität und Innovation einen sehr hohen Stellenwert einnehmen.

Das Jahr 1991 war andererseits durch die ITMA geprägt. Die dort gezeigten Neuerungen bei Wirk- und Strickmaschinen werden der wirtschaftlichen Entwicklung positive Impulse verleihen. Ob dies auch von den auf die Marktwirtschaft setzenden Ländern des früheren Ostblocks gesagt werden kann, ist zumindest kurzfristig noch mit einem grossen Fragezeichen behaftet. – Gesamthaft betrachtet dürfen jedoch die Maschenindustrie wie auch unsere eng mit dieser verbundene Fachvereinigung der Zukunft mit Zuversicht entgegensehen.

### 2. Mitgliederbewegung

Auch unsere Landessektion ist von dem Schrumpfungsprozess der Textil- und Bekleidungsindustrie nicht verschont geblieben. So verloren wir durch Produktionsaufgabe und wirtschaftliche