

**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition multilingue]  
**Herausgeber:** Textilverband Schweiz  
**Band:** - (1990)  
**Heft:** 81

**Artikel:** Mode, die funktioniert  
**Autor:** Ohk, Klaus Dieter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-795854>

### **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**

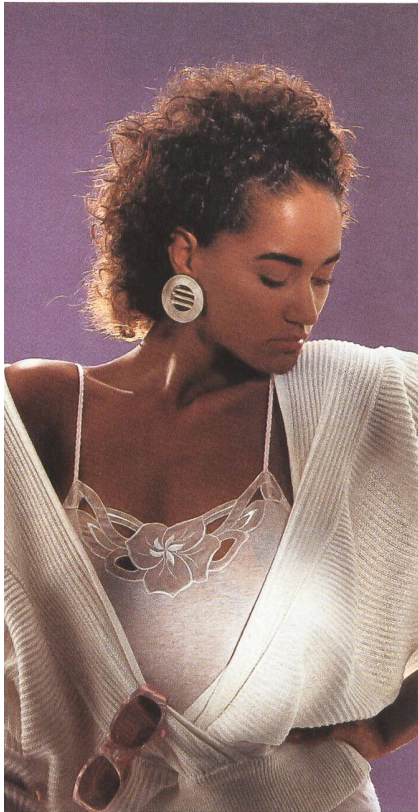
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 17.03.2025

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

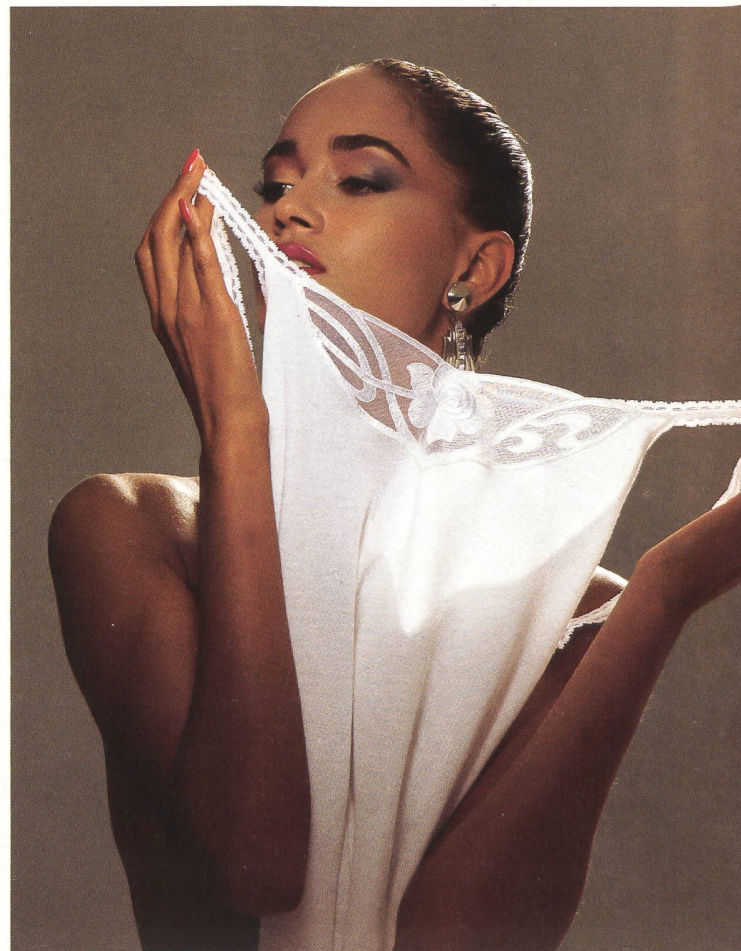
# MODE, DIE FUNKTIONIERT

Union AG, St. Gallen: Als Sticker spezialisiert auf Wäsche und Mieder. Ein technisch hoch innovativer Markt



*Auf unterschiedlichsten Materialien, auch auf elastischen, stickt der Spezialist eine unendliche Vielfalt von Motiven und Techniken.*

*Hohe Spezialisierung, trotzdem maximale Flexibilität, kaufmännische Weitläufigkeit und dazu noch eine gehörige Portion Kreativität – das ist das Rezept, mit dem sich Schweizer Sticker am Weltmarkt behaupten. Ein Paradebeispiel dafür ist die Union AG in St. Gallen, Stickerei-Spezialist für Mieder sowie Tag- und Nachtwäsche und einer der führenden Betriebe in diesem Bereich. Da sind zwei getrennte Profit Centers in einer Hand: Die Union AG in St. Gallen, die mit einer ausgefeilten Kollektion vor die Fachöffentlichkeit tritt, und die Gebr. Leemann AG in Lichtensteig als High-techstarke Produktionsbasis. Fisch und Fleisch, Exporteur und Hersteller, weil sowohl in der Lage, eigene Kreativität selbst umzusetzen, als auch frei genug, nach Bedarf auf Lohnkapazität anderswo zurückzugreifen – ebenso wie der Produktionsbetrieb auch in anderem Auftrag engagiert ist. Zwei Brüder jeweils in den Unternehmensleitungen – Christof Leemann als Direktor bei der Union AG, Thomas Leemann bei der Gebr. Leemann AG in Lichtensteig.*



Moderne Elektronik: Vom Entwurf auf die Diskette – oder on-line zur Maschine. ▷

Moderne Technologie: Nicht nur Geschwindigkeit zählt, sondern rationelle Breiten und vor allem Fehlerlosigkeit. ▽

Das Erfolgsgeheimnis der Union AG: Abkehr vom angestammten Markt der hochwertigen Couture-Stoffe, der spätestens Ende der 70er Jahre, zumindest für die Menge der darin engagierten Anbieter, viel zu eng geworden war, Hinwendung zu Stickereien für die Wäsche- und Miederindustrie, dazu immer in der Rückhand die modische Kreativität, die dem einstigen Partner der Couture abverlangt wurde und die man jetzt noch bewusst durch Zusammenarbeit mit Prêt-à-Porter-Firmen am Kochen hält.

SCHON IMMER:  
«IN UNION WITH FASHION»

Dabei hatte es – 1759 – fast wie üblich begonnen. Man handelte mit den weltbekannten St. Galler Leinwandgeweben und den als Neuheit lancierten feinen Baumwoll-Mousselines. «Erst» im Jahr 1800 wurden Stickereien ins Programm aufgenommen; sie gingen seinerzeit nach Italien und nach Persien, ab 1850 auch in die USA. Der in Amerika verwendete Slogan «In Union with fashion» führte 1909 (bis dahin Hofmann AG) zur Umbenennung in «Union».

Wie für alle Unternehmen in St. Gallen bildeten die Zeiten der Stickerei- und der anschliessenden Weltwirtschaftskrise harte Jahre. Die Union stand sie durch und spezialisierte sich auf die Fabrikation und den Verkauf hochwertiger Couture-Stoffe mit einem weltweiten Ruf als eines der kreativ führenden Stickerei-Häuser. Die Modeentwicklung in den späten 60er und 70er Jahren, parallel dazu die Einführung neuester Hochleistungs-Stickmaschinen, führte zum Wechsel auf das heutige Angebots-Konzept. Auch hier errang man sich schnell eine führende Position – mit zweistelligen Zuwachsraten jeweils über die Jahre. Erfolg in einem technisch hoch innovativen Markt.

Aber auch in einem solchen Markt lässt sich nur überleben, wenn man gut ist. Und gut bedeutet bei der Union langjährige Erfahrung, nicht nur allgemein modisch, sondern auf die speziellen Bedürfnisse des jeweiligen Produkts gezielt, innovative Aufgeschlossenheit, nicht nur was Sticktechniken angeht, auch

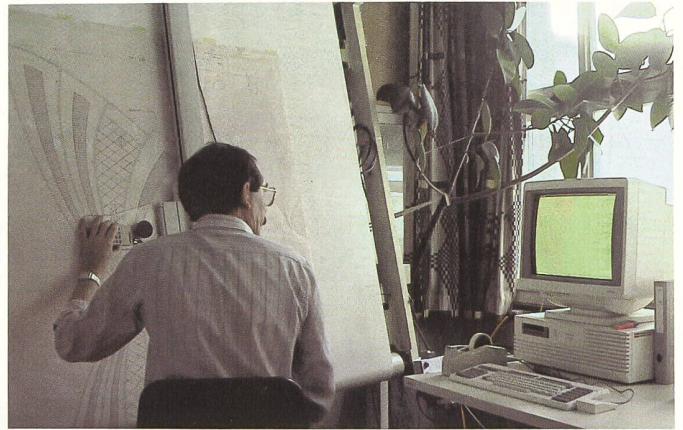
im Umgang mit neuen, vor allem elastischen Stoffen, Kreativität, betreffend das Angehen neuer Märkte (bei der Union ein spezielles Tag- und Nachtwäsche-Programm für Männer), als auch immer wieder die Entwicklung neuer Verbindungen von unterschiedlichsten Materialien, unterschiedlichsten Musterrungen mit unterschiedlichen Sticktechniken. Die Möglichkeiten sind hier nahezu unendlich. Stickerei eignet sich als aufwertende Applikation zu fast allem – sofern es ästhetisch und/oder modisch ist.

DER ANGEBOTS-MIX  
ALS RISIKOVERTEILUNG

Union liefert sowohl grosse Mengen, just in time, etwa für die Miederindustrie, als auch Kleinaufträge, Auflagen zwischen 500 und mehreren 100 000 Stück. Die Angebotspalette reicht von relativ simplen Motiven bis zu sehr aufwendigen Optiken, etwa für ein königliches Wappen, das auf etwa 10 qcm Fläche 19 000 Stiche braucht. Der Produktions-Mix ergibt sich aus der Kundenstruktur: Die Miederindustrie sorgt für grosse Mengen und die kontinuierliche Auslastung; die Tag- und Nachtwäsche ist modischer und bestellt kleinere Metragen; die höchsten Ansprüche stellt die Prêt-à-Porter – mit den jeweils kleinsten Orders. Aber die unterschiedlichen Kundenwünsche sorgen zugleich für Ausgewogenheit in der Produktion und auch dafür, dass der Innovations-Transfer erhalten bleibt – irgendwie strahlt der hohe Anspruch der Oberbekleidung auch auf die Ideen für die Miederindustrie aus.

GENAUIGKEIT UND  
ZUVERLÄSSIGKEIT

Die Union AG erlebt derzeit konjunkturell besonders gute Jahre. Mieder und Wäsche sind «in», Anspruchsvolles, also auch Stickerei, stark gefragt. Aber warum dies aus der Schweiz, wo es doch auch preisgünstigere Länder gibt? Darum: Bei der Stickerei kommt es auf extreme Genauigkeit an; das bieten die Schweizer. Bei der Stickerei geht es um extreme Schnelligkeit bei der Musterung («übermorgen») und um absolute terminliche Zuverlässigkeit bei der Auslieferung («just in



time»); die Vielzahl der maschinellen Möglichkeiten in dem zur Familie gehörenden Fertigungsbetrieb einerseits, andererseits die eingefahrene Zusammenarbeit mit Lohnstickern (um die 40 Prozent der Gesamtproduktion) gewährleisten dies. Und die unmittelbare Nachbarschaft zu den Spinnern, den Webern und Wirkern, den Ausrüstern und nicht zuletzt zu den Maschinenbauern sorgt dafür, dass die Schweizer die Nase vorn behalten gegenüber der Niedrigpreis-Konkurrenz: durch aufwendigere Qualität (hohe Stichzahl), durch mehr Kreativität (Stickmaterialien), durch Innovationen, auch bei der Produktivität. Diesen Vorsprung will man entschieden festhalten, weltweit. Die Union lebt zu 90 Prozent vom Export.

DIE EIGENE PRODUKTION  
IM RÜCKEN

Der Zugriff auf eigene Produktion ist ein wesentlicher Faktor im Konzept der Union, zumal dieser Produktionsapparat keinen Klotz am Bein darstellt, sondern technologische Speerspitze. Bei Gebr. Leemann in Lichtensteig stehen über ein Dutzend modernster Grossstick-Automaten, aber auch Spezialma-

schinen, etwa für Pailletten- oder Soustache-Stickerei, 20 Yards-Maschinen neben 5 Yards-Musterautomaten. Das lässt auf Investitionsbereitschaft schliessen, die entsprechend hohe Kapitalkraft voraussetzt; dort beweist sich aber auch hohes Know how bei der Eigenentwicklung maschineller Neuheiten. Nicht Rationalisierung um jeden Preis, kein Kahlschlag zugunsten von Schnelligkeit und Produktivität ist das unternehmerische Konzept, vielmehr ein gesunder Mix von Grossserien-Automaten und kleineren Spezialmaschinen. Zwei Schläger (Puncher) sind hier ständig zugange; pro Monat werden zwischen 13 und 15 Millionen Stiche ausgeteilt. Dies hochmodern: Mit Computer-Punchanlagen, nicht nur der ersten, sondern auch der zweiten, bisher jüngsten Generation dieser Spezies, mit CAD, auch per on-line-Übertragung.

Was die grösste Freude derzeit sei, fragen wir Christof und Thomas Leemann: «Die gute Nachfrage nach Stickereien gegenwärtig – und vor allem unsere treuen Kunden». Je anspruchsvoller, desto treuer sind sie».

Klaus Dieter Ohk