

**Zeitschrift:** Textiles suisses - Intérieur  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1985)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Im Gespräch mit Exponenten der schweizerischen Textilwirtschaft  
**Autor:** Huessy, Ruth  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-794487>

### **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:** 04.04.2025

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

# IM GESPRÄCH MIT EXPONENTEN DER SCHWEIZERISCHEN TEXTILWIRTSCHAFT



« Ich bin ehrlich davon überzeugt, dass die schweizerische Textilindustrie eine gute Zukunft vor sich hat, sofern es den Unternehmern gelingt, die richtigen Produkte zur richtigen Zeit auf den richtigen Markt zu bringen. »

Wo sich ein schweizerisches Familienunternehmen der Textilbranche 150 Jahre erfolgreich halten und fortentwickeln kann, wo Krisenzeiten ebenso souverän gemeistert werden wie die positive Nutzung der Hochkonjunktur, und wo der immer mehr zunehmende Konkurrenzdruck im In- und Ausland als eine Herausforderung empfunden wird, dem man mit Innovation und verstärkter Kreativität auf hoher Qualitätsstufe begegnet, muss eine besondere Unternehmerkraft vorhanden sein, die sich – von Generation zu Generation vererbt – weiter entfaltet und steigerte.

Bruno Boller, der jetzige oberste Boss der ca. 250 Mitarbeiter zählenden Boller, Winkler AG, Turbenthal, obliegt seiner verantwortungsvollen Manageraufgabe mit natürlicher Selbstverständlichkeit. Trotz der steigenden Handelserschwerisse und der oft verzerrten Wettbewerbsbedingungen schaut er optimistisch in die Zukunft. Reich an Erfahrung, aufgeschlossen und weitblickend, fürchtet der jung gebliebene, sportlich gestählte Industrielle kommende Probleme nicht, denn er ist davon überzeugt, dass sie zu lösen sind, wenn der Betrieb marktspezifisch und flexibel geführt wird.

Bruno Boller erachtet es als besonders wichtig, nach vom Markt verlangten Produkten zu forschen und diese herzustellen, selbst wenn ein Betrieb dafür technisch rasch modernisiert werden muss. «In dieser Beziehung eine Optimierung zu erlangen, ist die Kunst, aber auch die Chance der Zukunft», meint er. Marketing wird zu einem immer wichtigeren Begriff, wobei es mitentscheidend ist, wie sich ein Betrieb im Markt bewegt. Bei entsprechender Flexibilität und rascher Umstellung auf aktuelle Produkte kann man sich sukzessive zu einem Markt-Leader in einem gewissen Segment durcharbeiten, ist seine Überzeugung. Für den Erfolg sind zudem das Entdecken von Marktnischen, die Produktion von Spezialitäten und gute Qualität Voraussetzung, wie auch ein weitreichender, zuverlässiger Service.

« Flexibilität ist das A und O moderner Betriebsführung. »



Auf die Wirtschaftlichkeit vertikal strukturierter Betriebe angesprochen, erklärt Bruno Boller, dass es heute besser sei, sich auf horizontal geführte Unternehmen auszurichten, da ihre Beweglichkeit grösser und sie an Marktverhältnisse rascher anpassbar gehalten werden können. So hat man auch bei Boller, Winkler AG einen grossen Schritt vorwärts in die Richtung horizontaler Gliederung getan. Heute sind die Betriebe Spinnerei, Weberei, Verkaufsorganisation jeder für sich ein Profit-Center, das seinen eigenen Weg suchen muss. Von den jährlich ca. 1000 Tonnen hochstehender Baumwollgarne mit NE 16-44 Feinheit geht höchstens die Hälfte in die eigene Weberei, und von den ungefähr 4 Millionen Meter Webware, die im Jahr produziert werden, übernimmt die firmeneigene Verkaufsabteilung ebenfalls nur rund 50%. Der übrigbleibende Teil an Garnen und Stoffen wird bei in- und auslandi-

schen Weiterverarbeitern abgesetzt. Von der gesamten Produktion der Boller, Winkler AG werden rund 35% direkt exportiert, wobei dies Garne, Rohgewebe und fertig ausgerüstete Produkte wie konfektionierte Bett- und Frottierwasche sind. Von den Rohgeweben – Kleiderstoffe und Dekogewebe, teils anspruchsvolle Jacquardware, die von schweizerischen Manipulanten gehandelt werden – geht der grösste Teil ebenfalls ins Ausland.

Bei der «Bonjour»-Wäsche für Bett und Bad der Firma wird gerade eine beträchtliche Erweiterung vorgenommen, indem der gewohnten klassischen Serie «Bonjour Elégance» eine junge Linie «Bonjour Jeunesse» und eine eher avantgardistische Designer-Kollektion «Bonjour Chic» zugefügt wird, die neue Zielgruppen anvisieren. «Spiritus rector» dieser Nouveautés ist

der Sohn des Firmenleiters, Thomas Boller, der neu ins Familienunternehmen eingetreten ist. Er hat Architektur studiert, arbeitete einige Jahre im In- und Ausland und hat in den USA zusätzlich eine Ausbildung mit dem «master of textile & business» abgeschlossen. Er möchte sich jetzt ebenfalls dem Textilbetrieb widmen und konzentriert vorerst sein Interesse auf modernes Marketing und neue Produktgestaltung. Mit seinem Cousin Viktor, in der Rohweberei tätig, ist die Familiennachfolge durch die junge Generation gesichert. Bruno Boller, grosszügig und zuversichtlich, lässt den beiden Männern beachtliche Freiheit in der Realisation ihrer Ideen.

# IM GESPRÄCH MIT EXPONENTEN DER SCHWEIZERISCHEN TEXTILWIRTSCHAFT



« Für mich war der Eintritt in die Firma – schon aus Tradition – vorgezeichnet. »

Als Bruno Boller 1949 seine Studien als Maschineningenieur an der ETH Zürich abschloss, gab es für ihn keine Alternative in seiner beruflichen Laufbahn. Zu seiner Zeit wäre das «In-Frage-Stellen» der Nachfolgschaft im Familienbetrieb kaum denkbar gewesen. Nur drei Lehr- und Wanderjahre gönnte er sich, bevor er seine verantwortungsvolle Aufgabe in der Textilfabrik in Turbenthal übernahm. Seine Ausbildung gab ihm das nötige Rüstzeug zur Führung des Unternehmens, denn in jener Epoche wurde die Textilindustrie meist von Techno-

kraten geleitet, vom Standpunkt der Produktion her. Mit den Jahren änderte sich diese Politik, indem heute Marketing und Produktgestaltung im Vordergrund stehen, die Technik jedoch zur rationellen Fabrikation ebenfalls nicht vernachlässigt werden darf. Bruno Boller hat sich mit dieser Umstellung sehr gut zurechtgefunden.

« Ich habe in meiner beruflichen Karriere nie eine «normale» Zeit erlebt. »

Hauptursache für die dauernde Unruhe im Wirtschaftsleben waren die unterschiedlichen Konjunktursituationen: Überproduktion wechselte mit Auftragsmankos und Preiszusammenbrüchen. In den 50er und 60er Jahren profitierte die Schweiz vom Nachholbedarf des Zweiten Weltkrieges. Der Ende der 60er Jahre bis 1973 unterbewertete Schweizer Franken führte zu einem regen Exportgeschäft. Aber bereits 1974 wurde die schweizerische Textilindustrie – und mit ihr noch viele andere Branchen – in den kalten Wind gestellt. Ölkrise und die freie Währung mit einem plötzlich überbewerteten Schweizer Franken sorgten für nicht mehr abreisende Konjunkturschwankungen, mit denen man inzwischen leben gelernt hat.

« Das Massensterben in der Textilindustrie traf viele Unternehmer unverdienterweise. »

Als nach dem Schock der Ölkrise viele Textilunternehmen das Rennen aufgeben mussten, weil ein

allzu schwaches Reservepolster das Überleben unmöglich machte, war es für Bruno Boller, der 1974 gerade das Präsidium des Arbeitgeberverbandes der Textilindustrie (VATI) übernommen hatte, bitter, mit ansehen zu müssen, wie viele gute Textilfirmen, denen von einer vorhergehenden Generation zu wenig finanzielle Mittel als Notreserve hinterlassen wurden, die Tore schliessen mussten. In seine Präsidentschaft fiel auch die Aufgabe, die Schweizer Textilbetriebe, international gesehen, wieder konkurrenzfähig zu machen. Die Auseinandersetzungen mit der Gewerkschaft waren nicht immer leicht, aber für Bruno Boller gab es in seiner Aufgabe auch Lichtblicke, wenn bei entscheidenden Fragen die Erhaltung der Arbeitsplätze über die Lohnforderungen gestellt wurde, um Betriebe durchzubringen. Dass die Massenmedien oft sehr unsachlich und ungerechtfertigt über die krisengeschüttelten Textilunternehmer herfielen, war eine weniger erfreuliche Erfahrung, die er während seiner Amtszeit machen musste.

---

---

---

Vor zwei Jahren hat Bruno Boller das Präsidium des VATI niedergelegt, ein Jahr vorher auch sein Amt als Gemeindepräsident von Turbenthal aufgegeben.

---

**« Acht bis zehn Jahre in einem Amt zu bleiben, sind genug, dann findet man auch einen Nachfolger. »**

---

Bruno Boller lächelt zu seinem Ausspruch, begründet seine Einstellung aber auch damit, dass bei kürzerer Amtszeit mehr Initiative und mehr Push eingesetzt werden können und die Belastung mit weniger grossen Ermüdungserscheinungen getragen wird. Neue Amtsinhaber bringen frische Ideen und Erkenntnisse, die für das Gesamtwohl ihre Früchte tragen.

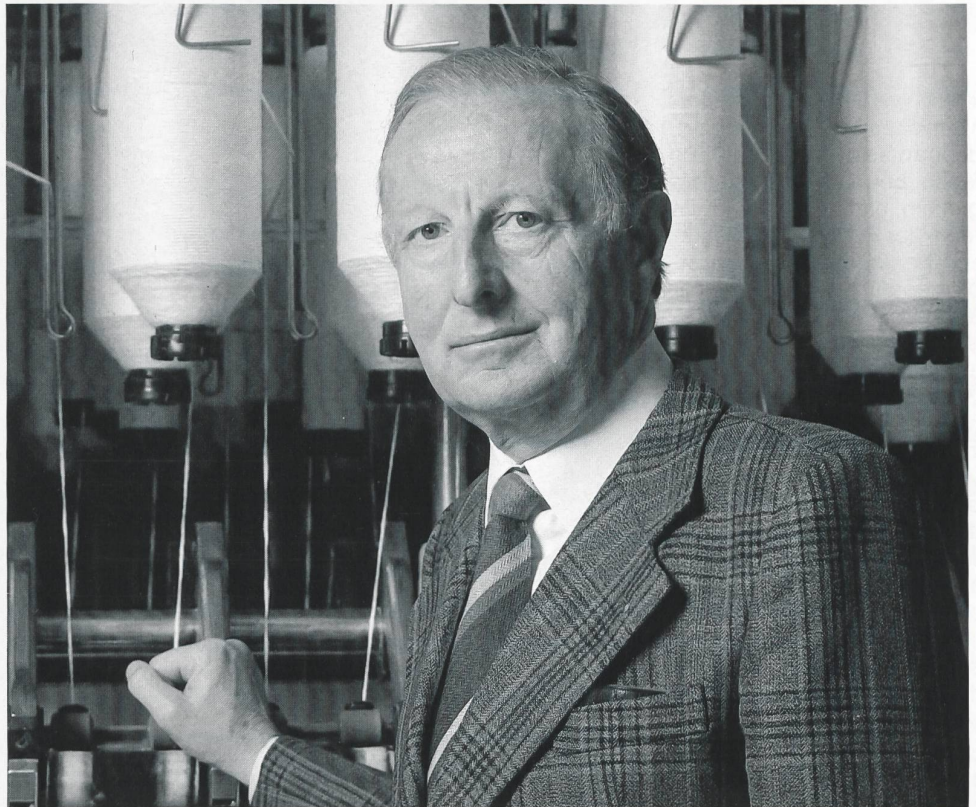
Der Industrielle denkt jedoch noch lange nicht an das Ausruhen auf den mit harter Arbeit erworbenen Lorbeeren. Als Präsident und Delegierter der Boller, Winkler AG, Turbenthal, Verwaltungsratspräsident der Schlossberg Textil AG, Mitglied des Bankrats der Nationalbank, Verwaltungsrat der Eskimo Textil AG, der SUVA und der Schweizerischen Volksbank sind seine Tage mehr als ausgefüllt. 65 Arbeitsstunden in der Woche sind für ihn keine Seltenheit.

---

**« Ich habe meine berufliche und ausserberufliche Arbeit nie als Last empfunden. »**

---

Trotz des grossen Engagements hat Bruno Boller nie das Gefühl gehabt, nur über wenig Freizeit zu verfügen. Er nutzt die Wochenenden auch heute noch für seine viel-



fältigen sportlichen Interessen wie Bergsteigen, Surfen, Velofahren und im Winter Skisport. Beim Skifahren beteiligte sich meist die ganze Familie. Jetzt sind die drei ältesten Kinder, der Sohn und zwei Töchter, ausgeflogen – eine Tochter ist bereits verheiratet und hat selber schon zwei Buben – und nur die Jüngste ist noch zu Hause.

Der Fabrikant ist mit seiner Heimatgemeinde stark verbunden, auch wenn er seine einstigen Ämter als Gemeinderat und -präsident (acht Jahre) und Schulpräsident (17 Jahre) nicht mehr ausübt. Ihm ist der Kontakt mit allen Bevölkerungsschichten immer ein besonderes Anliegen gewesen. Auch die Beteiligung am Vereinsleben ist für ihn wichtig, um die Menschen und ihre Probleme besser verstehen zu können, selber aber auch besser verstanden zu werden.

Bruno Boller, der sein aktives Mitmachen in der Dorfpolitik humorvoll als «Fähnlein der Sieben Aufrechten»-Werdegang bezeichnet, schaut gerne auf diese Zeit zurück. Die Verwurzelung gehört mit zur hochgehaltenen Tradition, die es ermöglicht, ein Textilunternehmen intakt von Generation zu Generation weiterzugeben, in unternehmerischer Freiheit dem Fortschritt und der Zukunft verpflichtet, gepaart mit vollem Verantwortungsgefühl gegenüber den Arbeitnehmern.