

SWISS **TEXTILES**

**GESCHÄFTSBERICHT**

**2017**



# VERBAND

Interview	4
Das tun wir	8
Aktivitäten	10
Gremien	14
Mitglieder	16

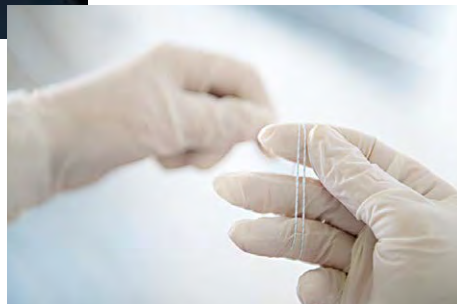


# Leiden- schaft

Fünf Begegnungen mit Menschen,  
die mit Herzblut in der Textilbranche arbeiten.

# BRANCHE

Die Branche in Zahlen	26
Textilien	29
Bekleidung	32





# GEMEINSAM PERSPEKTIVEN SCHAFFEN

Digitalisierung und Automatisierung sind längst Alltag in der Textilbranche. Auch das Kaufverhalten der Kunden hat sich grundlegend verändert. Der Wandel ist allgegenwärtig.

**Ein Gespräch mit Carl Illi, Präsident, und Peter Flückiger, Direktor von Swiss Textiles, über die Chancen einer sich immer wieder neu erfindenden Branche.**

Interview: Mirjam Matti Gähwiler

---

**Herr Illi, als Sie letzten Sommer das Präsidium übernahmen, haben Sie betont, wie wichtig Ihnen der Nachwuchs ist. Wie steht es um diesen?**

CARL ILLI / Ich bin überzeugt, dass unsere Mitglieder eine hervorragende Plattform für junge Berufsleute bieten: Die Unternehmen sind dynamisch, haben flache Hierarchien, es herrscht Teamgeist und sie sind stark international ausgerichtet. Unsere Branche ist getrieben, innovativ zu bleiben, das bietet auch interessante Jobs. Und in einem KMU kann ein Einzelner mehr und schneller etwas bewegen als in einem Grosskonzern.

---

**Fachkräfte sind überall gefragt. Kann da die Textilbranche gegenüber anderen Branchen mithalten?**

PETER FLÜCKIGER / Ganz klar. Denn viele Firmen arbeiten an der Schnittstelle von Kreativität und Technik. Das ist einzigartig und bietet ein breites Spektrum. Das Ergebnis sind ästhetisch und funktional hochstehende Produkte, die dem Zeitgeist entsprechen und die man anfassen kann. Wir müssen aber aufpassen, dass wir die Fachkräfte in unserer Branche halten können und ihnen Perspektiven bieten.

CI / Das Mitpartizipieren an einem kreativen Prozess sorgt für eine emotionale Bindung und starke Identität.

---

**Was tut die Branche, um diese Perspektiven aufzuzeigen?**

CI / Da muss ich selbstkritisch sagen, dass wir in den letzten Jahren zu wenig getan haben, um jungen Leuten aufzuzeigen, wie attraktiv unsere Branche ist. Ich meine damit Nachwuchstalente für die Kader: Betriebswirtschaftler, Materialwissenschaftler, Ingenieure usw.

PF / Die Branche hat sich stark gewandelt. Das was heute am Standort Schweiz entwickelt, produziert und vermarktet wird, entspricht nicht mehr dem, was teilweise noch in den Köpfen der Leute verankert ist. Wir müssen das Bild korrigieren und zeigen, wie spannend und zukunftsorientiert die Branche heute ist.



Carl Illi  
Präsident Swiss Textiles

**«Unsere Branche ist getrieben, innovativ zu bleiben, das bietet auch interessante Jobs.»**



Peter Flückiger  
Direktor Swiss Textiles

## «Wir müssen als Verband vorangehen und Themen aufgreifen, die zukunftsweisend sind.»

### Wo unterstützt der Verband?

CI / Wir unterstützen die branchenspezifischen Ausbildungsplattformen stark, um eine attraktive und bedarfsgerechte Aus- und Weiterbildung anzubieten. Dennoch ist es aber vor allem Aufgabe der Firmen, den jungen Leuten eine Zukunft, ja eine Karriere zu ermöglichen. Wir müssen dem Nachwuchs vertrauen.

PF / Uns beschäftigt, wie sich die Arbeitswelt verändern wird. Dass Mitarbeitende auch künftig 40 Jahre in einer Firma bleiben, wird wohl eher selten sein. Die neue Generation an Arbeitskräften ist auf der stetigen Suche nach Sinn in ihrer Arbeit, nach Veränderung. Darauf müssen sich die Firmen einstellen und antizipieren, welche Arbeitsmodelle es in Zukunft braucht. Hierarchien werden flacher, Teams interdisziplinärer und durchlässiger, Arbeitszeiten und Arbeitsorte flexibler. Dies wird ein Thema unseres nächsten Summit

im Juni 2018 sein. Wir müssen als Verband vorangehen und Themen aufgreifen, die zukunftsweisend sind. CI / Der Austausch und die Zusammenarbeit unter den Firmen und über die Branchen hinweg muss stärker werden. Da bieten wir mit verschiedenen Veranstaltungen und Forschungsprojekten eine Plattform für den fachlichen Austausch mit Materialwissenschaftlern, Biologen, Medizinerinnen oder Maschineningenieuren, aber auch mit Grafikern, Industrie- oder Interior Designern. Ziel ist es, Inspiration für die Anwendung von Textilien nicht nur für Mode, sondern auch im Bereich der Medizinaltechnik, der Fahrzeugindustrie oder der Architektur zu vermitteln.

### Der Wandel in der Branche wurde bereits angesprochen. Wo sehen Sie die Branche heute und in Zukunft?

PF / Natürlich hat auch in unserer Branche die Digitalisierung längst eingesetzt. Die Produktion wird intelligenter und vernetzter. Aber auch im Produkt selbst, wo Elektronik im Textil beispielsweise für Sensoren ein grosses Thema ist. Am fundamentalsten ändert sich aber die Beziehung zum Kunden. Im B2B genauso wie im B2C. Die Kommunikation ist schneller, direkter, die Transparenz wird grösser. Die ganze Branche, ob Produktion oder Handel, steht unter einem grossen Innovationsdruck.

CI / Es braucht einen Schulterschluss mit allen Beteiligten. Die Interaktion zwischen den Firmen, die forschen und entwickeln, mit denjenigen, die industriell produzieren – am Standort Schweiz sind das noch etwa 40 Prozent unserer Mitglieder –, und mit den Händlern. Alle sind auf Innovationen angewiesen und können diese nur gemeinsam anpacken.

---

### Wie sieht das wirtschaftliche Umfeld aus?

CI / Die konjunkturellen Aussichten sind so gut wie lange nicht mehr. Unsere wichtigsten Absatzmärkte wachsen und der Franken ist zwar nach wie vor überbewertet, die Lage hat sich aber etwas entspannt. Diese Chance müssen unsere Mitglieder jetzt nutzen. Wer nahe am Markt ist und in den letzten Jahren seine Hausaufgaben gemacht hat, der hat sicher gute Voraussetzungen.

PF / Gute Aussichten bedeuten aber nicht automatisch Wachstum. Wachstum muss hart erarbeitet werden. Es braucht qualitativ hochstehende und unverwechselbare Produkte. Erfreulich ist, dass wir beispielsweise bei den technischen Textilien in den vergangenen Jahren eine stetige Exportzunahme von durchschnittlich drei Prozent haben. Am Standort Schweiz werden wir weiterhin mit hohen Kosten konfrontiert sein. Chancen sehen wir deshalb im Ausbau der Forschung und Entwicklung und in den Dienstleistungen.

---

### Was wünschen Sie sich von der Politik?

PF / Leider stellen wir eine zunehmende Strömung von Protektionismus und Populismus fest. Das ist Gift für die Textilbranche, die so offen und vernetzt ist. Freier Handel ist sicher ein grosses Thema für uns, sowohl im Export wie Import. Besonders gefreut hat mich, dass wir nach langjährigem Einsatz an vorderster Front erreicht haben, dass der Bundesrat die Zölle auf Industriegütern abschaffen will. Wir fordern auch vom Parlament, diesen Entscheid mitzutragen – und werden natürlich in der Debatte aktiv mitwirken.

CI / Als attraktive Arbeitgeber brauchen wir einen liberalen Arbeitsmarkt. Es

Carl Illi  
Präsident Swiss Textiles

**«Wer nahe am Markt ist und in den letzten Jahren seine Hausaufgaben gemacht hat, der hat sicher gute Voraussetzungen.»**

Peter Flückiger  
Direktor Swiss Textiles

**«In der interdisziplinären Zusammenarbeit liegt die Zukunft.»**

bereitet mir Sorge, dass hier immer mehr Regulierungen drohen. Ich denke an die Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative oder die Einführung der Überprüfung der Lohngleichheit. Wir müssen Fachkräfte unkompliziert anstellen können, sowohl aus dem In- wie Ausland. Ein KMU muss flexibel und einfach agieren können.

PF / Ein grosses Thema, das auch zunehmend auf dem Radar der Politik ist, ist die Nachhaltigkeit. Dabei muss klar sein, dass gerade in der globalen Textilbranche Nachhaltigkeit ein internationales Thema ist und wir eine internationale Zusammenarbeit benötigen. Unsere Mitglieder sind hier schon sehr weit und können Nachhaltigkeit als Chance für sich nutzen. Im öffentlichen Beschaffungswesen setzen wir uns ein, dass Kriterien zur nachhaltigeren Beschaffung im Gesetz verankert werden.

---

### Haben die Umbrüche in der Branche auch Veränderungen in der Verbands-tätigkeit zur Folge?

CI / Ja, auf jeden Fall. Als Verband müssen wir Vorreiter sein. Es ist jetzt ein guter Zeitpunkt, unsere bisherigen Strukturen und Aktivitäten zu überprüfen und zu analysieren, welche Angebote die Mitglieder in der Zukunft von uns brauchen. Im Frühling werden wir dazu einen umfangreichen Strategieprozess einläuten.

PF / Die Bereiche Innovation im modischen und technischen Sinn müssen wir noch stärker bearbeiten, da diese für alle Mitglieder bedeutend sind. Als Verband können wir keine Innovationen in den Firmen implementieren, aber wir vernetzen unsere Mitglieder innerhalb und ausserhalb der Branche. In der interdisziplinären Zusammenarbeit liegt die Zukunft.

# DAS TUN WIR

Die Mitglieder von Swiss Textiles blicken auf eine lange Geschichte zurück. Immer wieder ist es ihnen gelungen, sich neuen Entwicklungen und Märkten anzupassen, bewährte Technologien weiterzuentwickeln und für neue Anwendungen einzusetzen. Sie sind Innovationstreiber und ein Kompetenzzentrum für textile Lösungen weltweit. Als Verband setzen wir uns dafür ein, dass die Branche auch in Zukunft weltweit erfolgreich sein wird.

Textilien sind in unserem Alltag omnipräsent. Nicht nur Kleider, sondern auch Banknoten, künstliche Sehnen und Implantate, leuchtender Beton, kinetische Netze oder Umweltfilter sind aus Textilien hergestellt. Textil ist das Material der Zukunft: leicht, dünn, flexibel, hochporös, reissfest, formbar, aber doch formstabil, weiterverarbeitbar und multifunktional – bei keinem anderen Material sind die Eigenschaften und Einsatzmöglichkeiten so vielfältig.

---

#### **Die Zukunft der Branche mitgestalten**

Die Produkte und Dienstleistungen, die die Schweizer Firmen in der Textil- und Bekleidungsindustrie anbieten, widerspiegeln diese Vielfalt. Sie sind fokussiert auf globale Nischenmärkte und bieten Spezialitäten an. Entweder im modischen Bereich mit Stoffen und Stickereien sowie hochwertigen

Wäsche- und Bekleidungskollektionen, oder im technischen Bereich, wo textile Hightechprodukte für die unterschiedlichsten Industrien wie zum Beispiel für die Medizin, den Transport-, Bau- oder Sportbereich oder den Bereich Arbeitsbekleidung gefertigt werden. Diese Firmen forschen, entwickeln, kreieren und produzieren am Standort Schweiz und in der ganzen Welt. Sie sind getrieben, innovativ zu sein, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Sie gehören in ihren Sparten zu den besten Firmen weltweit. Swiss Textiles vertritt die Interessen dieser gut 200 international ausgerichteten KMU. Wir sind bestrebt, die bestmöglichen Rahmenbedingungen zu schaffen, damit die Innovationsfähigkeit der Branche weiter ausgebaut werden kann.



# WIR BRINGEN MENSCHEN ZUSAMMEN

Ob wir uns für ein wirtschaftsfreundliches Umfeld einsetzen, Forschungsprojekte fördern oder unsere Mitglieder mit spannenden Kontakten zusammenbringen – für uns steht immer der Mensch im Mittelpunkt. Wir helfen unseren Mitgliedern bei alltäglichen Herausforderungen und bieten ein spannendes Netzwerk zum aktiven Austausch.

# 200

**international  
ausgerichtete  
KMU gehören zu  
Swiss Textiles.**

## LOBBYIEREN

–  
Wir bringen die wirtschaftspolitischen Anliegen der Branche aktiv in den politischen Prozess ein und pflegen intensive Kontakte zu den politischen Entscheidungsträgern. Dies unter anderem in der Handels-, in Arbeitgeber- und Sozialpolitik sowie in den Bereichen Umwelt, Energie und Bildung.

## BERATEN UND INFORMIEREN

–  
Wir beraten unsere Mitglieder im persönlichen Kontakt zu Fragen im Arbeitsrecht, geistiges Eigentum, Musterschutz, Import- und Exportfragen (Zölle, Ursprungsregeln) sowie zu Umweltvorschriften und Nachhaltigkeit.

–  
Wir informieren unsere Mitglieder laufend über Gesetzesänderungen und Rechtsprechungen, die die Textil- und Bekleidungsunternehmen im Geschäftsalltag direkt betreffen.

–  
Wir organisieren praxisnahe Fachtagungen und Workshops zu relevanten aktuellen Themen.

## VERNETZEN

–  
Wir vernetzen unsere Mitglieder untereinander und mit wichtigen Akteuren anderer Branchen sowie Forschungsinstitutionen im In- und Ausland.

–  
Wir fördern und unterstützen Forschungsprojekte und organisieren gemeinsame Messeauftritte.

–  
Wir bieten mit «Kontext» eine interdisziplinäre Plattform, wo zeitaktuelles Trendwissen und soziokulturelle Strömungen diskutiert und vermittelt werden.

## AUS- UND WEITERBILDEN

–  
Wir tragen die Verantwortung für die Grundbildung des Textiltechnologen EFZ und des Textilpraktikers EBA sowie verschiedener Berufs- und höherer Fachprüfungen.

–  
Wir arbeiten eng mit den relevanten Bildungsinstitutionen zusammen, um Fachkräfte aus- und weiterzubilden.

# AKTIVITÄTEN 2017 / LOBBYIEREN

## Parlamentarieranlass

Über 70 Gäste der «parlamentarischen Gruppe für die Textilwirtschaft» trafen sich zum jährlichen Austausch. Nicolas Härtsch, CEO der Flawa AG, sprach über die Verantwortung, nachhaltig zu produzieren. Ein Mix aus Kreationen der Mitgliedsfirmen stand im Zentrum der Modenschau.



01/03

**«Die Schweizer KMU müssen entlastet werden. Ich setze mich für gute Rahmenbedingungen für die Schweizer Textilfirmen ein.»**



Ständeratspräsidentin  
Karin Keller-Sutter

## Bundesratsbesuche

Delegationen aus dem Vorstand besuchten die Bundesräte Ueli Maurer und Johann N. Schneider-Ammann zum Austausch über die wirtschafts- und finanzpolitischen Anliegen der Branche.

17/02



## Revision öffentliches Beschaffungsrecht

Gemeinsam mit Clean Clothes Campaign von Public Eye forderten wir eine nachhaltige Beschaffungspraxis in der Revision des Beschaffungsrechts. Das Anliegen wurde und wird auch in der parlamentarischen Beratung eingebracht.

## Stellungnahmen

Zu relevanten politischen Geschäften wie der Revision des öffentlichen Beschaffungswesens, der Steuervorlage 2017 oder der Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative nahmen wir zu branchenspezifischen Anliegen Stellung.

11/09

## Verwaltungsbesuche

Der Rüstungschef Martin Sonderegger besuchte mit einer Delegation von armassuisse verschiedene Textilfirmen und Forschungsinstitutionen. Die nachhaltige Beschaffung für die öffentliche Hand ist eines der zentralen Themen dieses Tages.



22/12

## Abbau Industriezölle

Der Bundesrat gibt grünes Licht für die Abschaffung der Industriezölle. An vorderster Front hat sich Swiss Textiles über Jahre für dieses Anliegen eingesetzt.

## Euratex

Durch unsere Teilnahme bei Euratex vertreten wir die Brancheninteressen auch auf europäischer Ebene.

# AKTIVITÄTEN 2017 / BERATEN UND INFORMIEREN

## Persönliche Beratungen und Tagungen

Rund 900 persönliche Beratungen führten die Mitarbeitenden von Swiss Textiles in diesem Jahr durch. Neben den Beratungen organisierte Swiss Textiles mehrere Tagungen und Workshops zu relevanten branchenspezifischen Themen. Diese sorgten dafür, dass die Mitglieder über aktuelle Veränderungen und Neuerungen in den Gesetzen informiert sind.



25/04

### Jahresmedienkonferenz

Swiss Textiles lud die Medienschaffenden zur Forster Rohner Gruppe ein. Ein Blick hinter die Kulissen zeigte, welchen Herausforderungen sich die Firmen heute stellen müssen.



01/07

### Neuer Gesamtarbeitsvertrag

Die Textilbranche führte einen neuen Gesamtarbeitsvertrag ein.



### Ausstellungen

Das Textilmuseum in St. Gallen eröffnete die Ausstellung «new stuff». Die Ausstellung zeigte erstmals einem breiten Publikum, wie vielfältig und innovativ die Anwendung textiler Produkte heute ist. Swiss Textiles lancierte dazu eine eigene Publikation.

22/08

### Sitzungsräume

Die Architekturzeitschrift «Hochparterre» zeichnete die Sitzungsräume von Swiss Textiles aus. Die Gestaltung durch Lela Scherrer und Christoph Hefti wurde als mutiger Schritt bezeichnet, der die Kompetenz und die Identität der Branche zum Ausdruck bringt. Die Räume stehen den Swiss-Textiles-Mitgliedern kostenlos für Sitzungen in Zürich zur Verfügung.

05/12



Ralf Itzek,  
CEO Jenny Fabrics AG

**«Dank der Unterstützung von Swiss Textiles wissen wir nun, welche Regeln wir erfüllen müssen, damit unser Kunde in der EU keinen Zoll mehr bezahlen muss.»**

# AKTIVITÄTEN 2017 / VERNETZEN

## Netzwerkanlass in Paris

Das Netzwerk der Textilfirmen und der in Paris arbeitenden Schweizer Designer wurde während der Premiere Vision in Paris mit einem eigenen Event gestärkt.



## Techtextil – internationale Leitmesse für technische Textilien und Vliesstoffe

17 Aussteller präsentierten sich im SWISS Pavilion an der Techtextil einem internationalen Fachpublikum und stellten ihre Innovationen vor.

## Innovation Day

Industrie 4.0 ist in aller Munde. Der Innovation Day widmete sein Programm ganz diesem Thema und zeigte anhand des Beispiels der Adidas Speed Factory, wie die Firma die Digitalisierung für sich nutzt.

## Subitex

Bei der Forschungsinitiative «Subitex – Sustainable Biomedicine Textiles» der EMPA nehmen derzeit 16 Mitgliedsfirmen von Swiss Textiles teil. Swiss Textiles unterstützt Subitex, um durch Wissenstransfer Innovationen zu fördern und diese schneller auf den Markt zu bringen. Zwei Jahre nach der Lancierung zeigen sich erste Erfolge. So haben sich zwölf Projekte ergeben, die von der Kommission für Technik und Innovation (KTI) des Bundes mitfinanziert werden. Subitex ist auf fünf Jahre angelegt und läuft noch bis 2020.

08/02

09/05

24/08

## Kontext – von Designern für Designer

Swiss Textiles lancierte Kontext: eine Plattform für zeitaktuelles Trendwissen von Gestaltern für Gestalter. Die interdisziplinäre Plattform ist einmalig in der Schweiz und setzt einen Gegenpunkt zu abgeschlossenen Trendanalysen.

21/06



## Generalversammlung

Die Swiss-Textiles-Mitglieder trafen sich zur Generalversammlung in der Kartause Ittingen. Andreas Sallmann übergab die Leitung des Verbands an Carl Illi.

03/11



## Design Preis Schweiz

Swiss Textiles vergab am Design Preis Schweiz den «Swiss Textiles Prize for young fashion and textile entrepreneurs» an die Zürcher Designerin Yvonne Reichmuth mit ihrem Label YVY. Damit fördern wir Jungunternehmer und begleiten sie in ihrer Entwicklung.



Beat Karrer,  
Geschäftsführer/  
Produkt designer  
FluidSolids AG

**«Das Swiss-Textiles-Netzwerk verschafft mir neue Kontakte und einen gegenseitigen Austausch über kommende Projekte. Aus dieser Reflexion entstehen später konkrete gemeinsame Arbeiten.»**

# AKTIVITÄTEN 2017 / AUS- UND WEITERBILDEN

**«Wir bieten jungen Menschen mit einer Fachausbildung früh die Möglichkeit, in eine Funktion mit Verantwortung hineinzuwachsen. Wir treiben deren Entwicklung auch mit Überzeugung voran, indem wir Weiterbildungen unterstützen.»**



Andreas Christen,  
Leiter Technik  
Lantal Textiles AG  
und Delegierter  
des Verwaltungsrats  
Wollspinnerei  
Huttwil AG

### Überbetriebliche Kurse

Swiss Textiles übernahm auch 2017 für sämtliche Mitglieder die finanziellen Beiträge für die obligatorischen überbetrieblichen Kurse sowie die textilen Branchenkurse für kaufmännische Lernende.

### CAS Nachhaltigkeit

Swiss Textiles unterstützte die Schweizerische Textilschule STF und die Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana SUPSI beim Aufbau eines CAS in Sustainability Management in Textiles. Die Teilnehmenden werden befähigt, Konzepte und Prozesse einer nachhaltigen Geschäftspraxis umzusetzen. Mit seinem Textilfokus ist das CAS einzigartig im deutschsprachigen Raum.



### Neue Lernende

32 neue Lernende begannen ihre Lehre als Textiltechnologe EFZ oder Textilpraktiker EBA und vier als Laborant EFZ in der Fachrichtung Textil.

**21/08**

### Lehrabschluss

20 Lernende schlossen ihre Grundbildung als Textiltechnologe EFZ, 13 als Textilpraktiker EBA sowie vier als Laborant EFZ in der Fachrichtung Textil ab.



**01/10**



### Berufsmeisterschaft

Acht Kandidaten kämpften um den Titel des ersten Schweizer Meisters in der Seil- und Hebe-technik. Gewonnen hat David Castro, der seine Grundbildung bei der Seilerei Berger GmbH in Laupersdorf absolviert.

# GREMIEN



## MITGLIEDER DES VORSTANDS

Bild, von links nach rechts:

**Dr. Urs Rickenbacher,**  
Lantal Textiles AG

**Andreas Tischhauser,**  
Tisca Tischhauser AG

**Urs Schellenberg,**  
E. Schellenberg  
Textildruck AG

**Carl Illi,**  
CWC Textil AG

**Silvan Wildhaber,**  
Filtex AG

**Urs Isler,**  
C. Beerli AG

**Vincenzo A. Montinaro,**  
AG Cilander

### PRÄSIDENT

**Carl Illi,**  
CWC Textil AG

### EHRENPRÄSIDENTEN

**Urs Baumann,**  
Lantal Textiles AG

**Max R. Hungerbühler,**  
Bischoff Textil AG

**Thomas Isler,**  
Gessner AG

**Andreas Sallmann,**  
ISA Sallmann AG

## STÄNDIGE KOMMISSIONEN

In den fünf ständigen Kommissionen werden die Anliegen der Mitglieder gebündelt und die strategischen Leitlinien der Verbandstätigkeit festgelegt.

### KOMMISSION FÜR AUSBILDUNGS- FRAGEN UND NACHWUCHS- FÖRDERUNG (AUK)

**Dr. Urs Rickenbacher,**  
Lantal Textiles AG  
Präsident

### KOMMISSION FÜR ARBEITGEBER- UND SOZIALPOLITIK (KARSO)

**Vincenzo A. Montinaro,**  
AG Cilander  
Präsident

### KOMMISSION FÜR PR UND KOLLEKTIVWERBUNG (KPK)

**Andreas Tischhauser,**  
Tisca Tischhauser AG  
Präsident

### KOMMISSION FÜR UMWELT UND TECHNOLOGIE (KUT)

**Urs Schellenberg,**  
E. Schellenberg Textildruck AG  
Präsident

### KOMMISSION FÜR WIRTSCHAFT (WIKO)

**Silvan Wildhaber,**  
Filtex AG  
Präsident



## GESCHÄFTSSTELLE, MITGLIEDER DES KADERS

Bild, von links nach rechts:

**Michael Berger,**  
Leiter Bildung und  
Nachwuchsförderung

**Nina Bachmann,**  
Leiterin Technologie  
und Umwelt

**Peter Flückiger,**  
Direktor

**Mirjam Matti Gähwiler,**  
Leiterin Kommunikation  
und PR

**Liliane Sieber,**  
Leiterin Arbeitgeber-  
und Sozialpolitik

**Jasmin Schmid,**  
Leiterin Wirtschaft  
und Statistik

## ARBEITSKREISE

Die sechs Arbeitskreise setzen sich mit den spezifischen Anliegen ihrer jeweiligen Sparte auseinander und bringen diese in den Kommissionen ein.

### ARBEITSKREIS BEKLEIDUNG (AKB)

**Dr. Alfred J. Beerli,**  
**workfashion.com AG**  
Präsident

### ARBEITSKREIS GARNE, ZWIRNE UND BÄNDER (AKGZB)

**Andreas Christen,**  
**Wollspinnerei Huttwil AG**  
Präsident

### ARBEITSKREIS SEIL- UND HEBETECHNIK (AKSH)

**Oswald Berger,**  
**Seilerei Berger GmbH**  
Präsident

### ARBEITSKREIS STICKEREI/ GEWEBE-EXPORT (AKSGE)

**Silvan Wildhaber,**  
**Filtex AG**  
Präsident

### ARBEITSKREIS STOFFE UND TEPPICHE (AKST)

**Conrad Peyer,**  
**Weseta Textil AG**  
Präsident

### ARBEITSKREIS TEXTILVEREDLUNG (AKV)

**Vincenzo A. Montinaro,**  
**AG Cilander**  
Präsident

# MITGLIEDER

**A** Acundis AG, www.acundis.com / **AG Cilander**, www.cilander.com / **AirWork & Heliseilerei GmbH (A&H)**, www.air-work.com / **Ajotex SA**, www.ajotex-sous-vetements.ch / **ALBIRO AG**, www.albiro.com / **Algo SA**, www.algosa.ch / **Alumo AG**, www.alumo.ch / **Annette Douglas Textiles AG**, www.douglas-textiles.ch / **à ma chère AG**, www.a-ma-chere.ch / **ASCO Bettwaren AG**, www.asco-ag.ch **B** **Bächi-Cord AG**, www.baechi-cord.ch / **Bandfabrik Breitenbach AG**, www.bandfabrik.com / **Baumberger Hansjürg GmbH**, www.baumberger-wimmis.ch / **bäumlin & ernst ag**, www.beag.ch / **Beach Company AG**, www.alprausch.ch / **Bethge AG**, www.bethge.ch / **Bierbaum Wegrotex AG**, www.flinka.ch / **Bischoff Interior AG**, www.bischoff-interior.com / **Bischoff Textil AG**, www.bischoff-textil.com / **BLN Qualitex AG**, www.blqualitex.com / **Boller Winkler AG**, www.boller-winkler.ch / **Brüggli Geschäftsbereich Industrie**, www.brueggli.ch **C** **C. Beerli AG**, www.beerli.com / **Calida AG**, www.calida.com / **Camenzind + Co. AG**, www.natural-yarns.com / **Christian Eschler Europe AG**, www.eschler.com / **Christian Fischbacher Co. AG**, www.fischbacher.com / **Climatex AG**, www.climatex.com / **Colora Seta AG**, www.colora.ch / **ComforTrust AG**, www.comfortrust.ch / **Corsa Nova AG/SA**, www.corsanova.ch / **Cortex Hümbelin AG**, www.cortexhuembelin.com / **Coyarn AG**, www.coyarn.ch / **Création Baumann AG**, www.creationbaumann.com / **Cross Fashion Ltd.**, www.crossfashion.com / **CWC Textil AG**, www.cwc.ch **D** **Daniel Jenny & Co.**, www.swissfabrics.ch / **Development Never Stops Ilc.**, www.developmentneverstops.com / **Dierig AG**, www.dierig.ch **E** **E & M Manufacturing GmbH**, www.emweaving.com / **E. Schellenberg Textildruck AG**, www.estextildruck.ch / **Eduard Tanner AG**, www.scherlerei.ch / **Eisenhut+ Co. AG**, www.eisenhut-co.ch / **EM Group Schweiz GmbH**, www.erwinmueller.ch / **Embrex Ltd. (Switzerland)**, www.embrex.ch / **Engelbert E. Stieger AG**, www.stieger.com / **Ernst Brunner AG**, www.ebrunner.ch **F** **F. Blumer & Cie. AG**, www.blumer-f.ch / **Fabromont AG**, www.fabromont.ch / **Fahnenfabrik Sevelen AG**, www.fahnenfabrik.ch / **Färberei Kronbühl AG**, www.faererei-kronbuehl.com / **Färberei Probst AG**, www.faererei-probst.ch / **Fein-Elast Grabher AG**, www.fein-elast.com / **Filtex AG**, www.filtex.ch / **fischtextiles gmbh**, www.fischtextiles.ch / **Fisso AG**, www.fisso.ch / **FLASA Filature de laine peignée d'Ajoie SA**, www.flasa.ch / **FLAWA Consumer GmbH**, www.flawa.ch / **Forster Rohner AG**, www.forsterrohner.com / **Fritz Landolt AG**, www.landolt.com / **Fuchs Design AG**, www.fuchs-design.ch **G** **Gallus Hautle AG**, www.ghautle.ch / **Geflechtfabrik Tressa AG**, www.tressa.ch / **Geissbühler & Co. AG**, www.geissbuehler.com **H** **Hanro AG**, www.hanro.com / **Hausammann + Moos 1811**, www.hausammann-moos.ch / **Hch. Kündig & Cie AG**, www.kundig-hch.ch / **Hebetech AG**, www.hbt-ag.ch / **Heimbach Switzerland AG**, www.heimbach.com / **Heimgartner Fahnen AG**, www.heimgartner.com / **Hermann Bühler AG**, www.buhleryarn.com / **Hermann Koller AG**, www.hermann-koller.com / **Homed AG**, www.homed.ch / **Huber & Co. AG**, www.huber-bandfabrik.com / **HWB Das Gürteldesign. AG**, www.hwbguertel.ch **I** **Ida Gut AG**, www.idagut.ch / **Interpars AG**, www.interpars.ch / **Inter-Spitzen AG**, www.inter-spitzen.ch / **ISA Sallmann AG**, www.isabodywear.ch **J** **J. Weder-Meier AG**, www.weder-meier.ch / **Jacob Rohner AG**, www.rohner-socks.com / **Jakob AG**, www.jakob.ch / **Jakob Härdi AG**, www.haerdi.com / **Jakob Schlaepfer AG**, www.jakobschlaepfer.com / **jas AG**, www.jas.ch / **Jenny Fabrics AG**, www.jenny-fabrics.ch / **JHCO Elastic AG**, www.jhco.ch / **Jockey Switzerland GmbH**, www.jockey.com / **Johann Müller AG**, www.mueller-textil.ch **K** **Kauf AG**, www.kauf.ch / **Kramis Teppich Design AG**, www.kramis-teppich.ch / **Kuert + Co. AG**, www.seilerei.ch / **Kuny AG**, www.kuny.ch / **Kyburz Bettwarenfabrik AG**, www.kyburz-bfb.ch **L** **Laib Yala Tricot AG**, www.laib-yala.ch / **Lang & Co. AG**, www.langyarns.com / **Lantal Textiles AG**, www.lantal.com / **Leinenweberei Bern AG**, www.lwbern.ch / **Lenzinger GmbH**, www.lenzinger.ch / **Lobra AG**, www.lobra.ch / **LU Couture AG**, www.lu-couture.ch / **Lüthi & Cie. Tissus Couture**, www.luethi-tissus.ch / **LYN Lingerie**, www.lynlingerie.ch **M** **Mammut Sports Group AG**, www.mammut.ch / **Meister & Cie AG**, www.meister-ag.ch / **Metzler & Co. AG Switzerland**, www.metzler-schweizland.ch / **Minnotex GmbH**, www.minnotex.ch / **Mitloedi Textildruck AG**, www.mitloedi.com / **Monosuisse AG**, www.monosuisse.com / **Mover Sportswear SA**, www.mover.eu **N** **Nelo Decor AG**, www.nelodecor.ch / **Nile Clothing AG**, www.nile.ch **O** **OKUTEX AG**, www.okutex.ch **P** **Pandinavia AG**, www.pandinavia-textile.ch / **Pfeifer Isofer AG**, www.pfeifer-isofer.ch / **Provetex SA** **R** **RealLook AG**, www.selfnation.ch / **Rehbi GmbH**, www.rehbi.com / **Remei AG**, www.remei.ch / **rigotex ag swiss house of textiles**, www.rigotex.swiss / **Rotofil Fabrics SA**, www.rotofil.com / **Ruckstuhl AG**, www.ruckstuhl.com **S** **Schiesser Schweiz AG**, www.schiesser.ch / **Schlossberg Switzerland AG**, www.schlossberg.ch / **Schoeller Textil AG**, www.schoeller-textiles.com / **Schwob AG**, www.schwob.ch / **Sefar AG**, www.sefar.com / **Seilere Berger GmbH**, www.seilere-berger.ch / **Seilere Herzog AG**, www.seilereherzog.ch / **Seilere Kislig**, www.seile.ch / **Seilfabrik Ullmann AG**, www.usacord.com / **Serge Ferrari AG**, www.sergeferrari.com / **Serge Ferrari Tersuisse SA**, www.sergeferrari.com / **Sigvaris AG**, www.sigvaris.com / **Skinny bodywear GmbH**, www.skiny.com / **SMEDICO AG**, www.smedico.ch / **Snowlife AG**, www.snowlife.ch / **Sourire en Soie AG**, www.ensoie.com / **Spilag Vacallo SA**, www.spilag.ch / **Spinnerei Linthal AG**, www.spinnereilinthal.ch / **Spoerry 1866 AG**, www.spoerry1866.ch / **Spycher-Handwerk AG**, www.spycher-handwerk.ch / **Spyk Bänder AG**, www.spyk.ch / **Stitch-it AG**, www.stitchit.ch / **Stotz & Co. AG**, www.stotzfabrics.ch / **Streiffband AG**, www.streiffband.ch / **Strellson AG**, www.strellson.com / **Swissatest Testmaterialien AG**, www.swissatest.ch / **Swisslastic AG St. Gallen**, www.swisslastic.ch / **swisstulle AG**, www.swisstulle.ch **T** **Tamando AG**, www.cilander.ch / **Texat AG**, www.texat.ch / **Texcon Fabrics AG**, www.texconfabrics.ch / **Textil Tricot Vogt GmbH**, www.tricotvogt.ch / **Tisca Tischhauser AG**, www.tisca.com / **Toggenburger & Co. AG**, www.toggenburger.com / **Traxler AG**, www.traxler.ch / **Trudel Fashion Group**, www.trudelsilk.com / **tts inova ag**, www.tts-inova.com / **TwisTec GmbH**, www.twistec.ch **U** **Union AG**, www.union-ag.ch **W** **weba Weberei Appenzell AG**, www.weba.ch / **wederundgut ag**, www.wederundgut.ch / **Weisbrod-Zürrer AG**, www.weisbrod.ch / **Wernli AG**, www.weroswiss.com / **Weseta Textil AG**, www.weseta.ch / **Willy Koller + Co.**, www.kollergais.ch / **Wollspinnerei Huttwil AG**, www.lantal.com / **Wollspinnerei Vetsch**, www.wollspinnerei.ch / **workfashion.com AG**, www.workfashion.com / **WR Weberei Russikon AG**, www.weberei-russikon.ch **Z** **Zewi und Bébé-Jou AG**, www.zewiundbebe-jou.ch / **Zieglertex AG**, www.zieglertex.com / **Zimmerli of Switzerland SA**, www.zimmerli.com / **Zimmerli Textil AG**, www.zimmerli.com / **Zimmermann Textil AG**, www.zimmermantextil.ch / **ZURRfix AG**, www.zurrfix.ch / **Zwirnerei Kehlhof AG**, www.zwirn-kehlhof.ch / **Zwirnerei Rosental AG**, www.zwirn-rosental.ch



A close-up portrait of a man with dark hair and a light beard, smiling warmly. He is wearing a dark blue suit jacket over a white collared shirt. The background is a bright, out-of-focus indoor setting with a window and a railing.

**Fünf Begegnungen  
mit Menschen,  
die mit Herzblut  
in der Textil-  
branche arbeiten.**

# **Leiden- schaft**

A close-up portrait of Sandra Geiger, a woman with voluminous, curly blonde hair and blue eyes. She is wearing a dark blue blazer over a white top. The background is black.

# Offen sein

**SANDRA GEIGER**  
CEO Alumo AG

**D**as Textile hat es Sandra Geiger schon als Kind angetan. Während andere Kisten voll mit Lego hatten, habe sie eine alte OMO-Schachtel gehabt, wo sie unterschiedliche Stoffmuster aufbewahrte. Die Farben, Formen, das Dreidimensionale haben sie immer fasziniert. Nach dem Besuch des Vorkurses an der Kunstgewerbeschule St. Gallen war ihr schnell klar, dass sie die Lehre als Textildesignerin Fachrichtung Textildruck angehen möchte. Auf ihre Traumlehrstelle habe sie sogar warten müssen. «Mein Weg verlief alles andere als gradlinig. Nichts im Leben ist sicher. Und in der Textilbranche schon gar nicht», sagt Sandra Geiger.

#### **Sich Veränderungen anpassen**

Nach dem Lehrabschluss lernte Sandra Geiger die harte Realität der Branche kennen. Viele Firmen lagerten ins Ausland aus oder mussten gar schliessen. «Ich habe den Wandel in der Branche hautnah miterlebt», das habe sie geprägt, sagt Sandra Geiger. «Ich musste immer wieder offen sein für Neues, mich auf die Unsicherheiten einlassen und weiterbilden.» Es habe sie aber auch flexibel gemacht. Im Nachhinein habe sich alles wie ein Puzzle zusammengefügt. Drei Mal hat sie sich

**«Mein Weg verlief alles andere als gradlinig. Nichts im Leben ist sicher. Und in der Textilbranche schon gar nicht.»**

#### **ALUMO AG**

Sandra Geiger ist seit Oktober 2016 CEO der Alumo AG. Das traditionsreiche Appenzeller Unternehmen produziert seit 100 Jahren feinste Zwirnhemdenstoffe und bis heute zu 100 Prozent Swiss Made. Alumos Kunden sind Luxuskonfektionäre und die weltweit besten Hemdenmassschneider.

bewusst von der Textilbranche verabschiedet, doch immer wieder hat sie den Weg zurückgefunden. «Die Aufgaben sind quasi immer wieder an mich herangetragen worden.» So auch ihre aktuelle Stelle als CEO bei der Alumo AG. Dass sie den Beruf von der Pike auf gelernt habe, sei sicher ein Vorteil, ist sie überzeugt. Die Alumo AG, die feinste Hemdenstoffe produziert, betreut mit einem Team von 13 Mitarbeitenden Kunden im High-End-Segment in über 50 Ländern. «Ich verstehe mich als Coach und nicht als allwissende Firmenchefin.»

#### **Internationale Kontakte als Bereicherung**

Der Erfolg sei immer abhängig vom Teamwork. Ausserdem sei der persönliche Kontakt zum Kunden noch immer das Wichtigste, trotz Einzug der Digitalisierung. Die Arbeit mit Menschen aus aller Welt sei bereichernd: «Wir Schweizer haben immer das Gefühl, nur unser Weg sei der richtige. Dabei ist es spannend zu sehen, wie unsere Kunden aus anderen Kulturkreisen auf unsere Kollektionen reagieren, diese interpretieren.» Schliesslich sei es unglaublich inspirierend, in dieser Branche zu arbeiten, denn wo sonst könne man sich jede Saison mit einer neuen Kollektion wieder neu erfinden.

«**I**ch wäre eigentlich gerne Koch geworden, denn meine Mutter ist eine ausgezeichnete Köchin», erzählt Philippe Baumann, der in vierter Generation den Familienbetrieb Création Baumann führt. Textilien seien zwar in seiner Jugend schon präsent gewesen, wenn der Vater zum Beispiel Stoffe nach Hause brachte, um deren Wirkung in den eigenen vier Wänden zu testen. Aber dass er später die Firma leiten würde, war nicht von langer Hand geplant.

#### — **Die Lust, Unternehmer zu werden**

Philippe Baumann studierte Wirtschaft an der Universität St. Gallen. Während des Studiums wurde er zum ersten Mal unternehmerisch tätig. Er gründete zusammen mit Studienkollegen ein Temporärbüro im Personalwesen, um das Gelernte praxisnah umzusetzen. «Da spürte ich, dass es mich reizt, Unternehmer zu sein.» Er entschied sich schliesslich, in den Familienbetrieb einzusteigen. Unter seinen Studienkollegen sei er ein Exot gewesen. Denn die meisten wählten Grosskonzerne oder Banken als Arbeitgeber. Das habe ihn umso mehr gereizt, etwas zu machen, das einzigartig ist. «Man hat nie ausgelernt im Textilien.» Das Mehrdimensionale, das stetige Weiterentwickeln eines Produkts, die Erfindungen, die dabei gelingen, das habe ihm schliesslich «den Ärmel reingezogen» und fasziniert ihn noch heute.

#### — **Die Firma fit für die Zukunft machen**

Vier Jahre war Philippe Baumann unter der Leitung seines Vaters in verschiedenen Bereichen der Firma tätig, ehe er den Chefposten übernahm. «Mein Vater bestand darauf, dass ich am Montagmorgen, wenn alle Mitarbeitenden in der Firma sind, in sein Büro umziehe. Alle sollten sehen, dass der Stabwechsel erfolgt.» Er wurde sofort als neuer Chef akzeptiert. Dass dieser Umzug eine solche symbolische Kraft auf die Belegschaft hatte, habe ihn sehr überrascht. Seit 18 Jahren führt er nun die über 130 Jahre alte Firma. «Mein Vater hat schöne Stoffe produziert. Das genügte damals, um die Produkte zu verkaufen.» In einem Markt, der jedoch zunehmend

übersättigt und der Preiskampf immens ist, müssen die Produkte einen Zusatznutzen aufweisen. Philippe Baumann hat den Zeitgeist erkannt und mit seinem Team die Produkte weiterentwickelt, sie funktionaler gemacht. Diese Reise sei noch nicht zu Ende: Die Digitalisierung wird einen grossen Einfluss auf die Produkte und die Produktion haben. Für Philippe Baumann ist klar: «Nichts was wir heute tun, hat für ewig Bestand.» Diese Haltung müsse man als Unternehmer einnehmen. «Nur wer sich selbst hinterfragt, kann mit der Zeit gehen.» Schliesslich sei es aber ein grosses Privileg für ihn, Unternehmer zu sein und die Geschicke der Firma in der eigenen Hand zu haben.

## «Nur wer sich selbst hinterfragt, kann mit der Zeit gehen.»


#### CRÉATION BAUMANN AG

Philippe Baumann führt in vierter Generation die Création Baumann AG. Die Firma stellt seit über 130 Jahren in Langenthal hochwertige Textilien für die Innenraumgestaltung her.

A close-up portrait of Philippe Baumann, a middle-aged man with dark hair, wearing glasses and a blue patterned shirt under a dark blue jacket. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred blue and white grid pattern.

**PHILIPPE BAUMANN**  
CEO Création Baumann AG


**Unternehmer  
sein ist  
ein Privileg**

A close-up portrait of Evelyne Bozzolini, a woman with long, wavy brown hair, wearing a black top and red lipstick. She is smiling slightly and looking directly at the camera. The background is a soft, out-of-focus light blue.

**V**or acht Jahren gründete Evelyne Bozzolini Lyn Lingerie. Die Idee, selbst Wäsche zu entwerfen und mit den edelsten Materialien zu produzieren, kam ihr bereits während ihrer Ausbildung zur Bekleidungsgestalterin an der Modecco in Zürich. Bald nach der Gründung stiess Ramona Keller dazu, die nach einer Erstausbildung noch Modedesign studierte. Dass sie die Firma gemeinsam aufgebaut haben, habe sie enorm zusammenschweisst, betonen die beiden Unternehmerinnen.

**EVELYNE BOZZOLINI**  
Gründerin von Lyn Lingerie

**Aus  
eigener  
Kraft**



**«Als Duo agieren wir immer gemeinsam und motivieren uns gegenseitig, wenn es wieder einmal eine Hürde zu nehmen gilt.»**

**RAMONA KELLER**  
Gründerin von Lyn Lingerie

---

**Kein Zuckerschlecken als Mode-Start-up**

Die Konkurrenz ist riesig, der Preisdruck unglaublich hoch. Vor zwei Jahren haben sie ihren Laden aufgegeben und konzentrieren sich nun ausschliesslich auf das Design und den Verkauf über den eigenen Webshop und das Vertriebsnetz. «Wir haben immer alles aus eigener Kraft geschafft», sagt Evelyne Bozzolini. Das mache sie stolz, aber es sei auch extrem anstrengend. «Als Duo agieren wir immer gemeinsam und motivieren uns gegenseitig, wenn es wieder einmal eine Hürde zu nehmen gilt», so Ramona Keller. Motiviert hat beide auch immer wieder die grosse Liebe zu ihrem Produkt und das Privileg, eine eigene Idee businessfähig zu machen.


---

**Mehr Mut**

Schliesslich sind auch die Rückmeldungen aus dem Ausland eine schöne Bestätigung. Vor allem japanische Einkäufer reagieren sehr positiv. «Sicherlich müssen wir uns international ausrichten, aber es ist schade, dass die Bestätigung immer zuerst aus dem Ausland kommen muss, damit die Schweizer sehen, wie toll das ist, was wir machen», sagt Ramona Keller. Die beiden wünschen sich mehr Mut von den Schweizer Einkäufern. Sich das Potenzial des eigenen Landes zunutze zu machen, das müsste doch der Schweizer Modeindustrie gelingen, sind die beiden Unternehmerinnen überzeugt.

**LYN LINGERIE**

Evelyne Bozzolini und Ramona Keller sind die Gründerinnen von Lyn Lingerie. Die Marke steht für moderne und luxuriöse Dessous, für die Verbindung von aufwendigen Details, innovativem Design und höchstem Tragekomfort.



**NICOLAS HÄRTSCH**  
CEO Flawa AG

**«Ich bin transparent, habe keine Geheimnisse vor der Belegschaft.»**

## Die Menschen sind das Wichtigste

**A**nspruchsvoll war es, als der junge Anwalt Nicolas Härtsch 2014 die Flawa AG übernahm. Das Familienunternehmen, das damals interimistisch von einem externen CEO geführt wurde, stand kurz vor der Auslagerung der Produktion nach Polen. Ein Thema, das viele Schweizer Textilfirmen beschäftigt. Nicolas Härtsch wollte die Arbeitsplätze in der Schweiz behalten. «Ich bin mit dieser Firma aufgewachsen. Ich kannte fast alle Menschen, die hier arbeiteten.» Er war überzeugt, dass es auch anders geht. «Ich wollte die erfolgreichen Geschäftszweige bewahren und eine Zukunft schaffen, die nach wie vor Identität und Seele in Flawil hat.» Nicolas Härtsch hat mit seinem Team den Betrieb umstrukturiert und für die Zukunft fit gemacht. Dieser Wandel hat Energie gebraucht, ihn aber auch in seinem Tun bestärkt. Auch kürzlich, als er Teile

der Firma an sein ehemaliges Tochterunternehmen aus den USA verkaufte. «Ich bin transparent, habe keine Geheimnisse vor der Belegschaft und habe sie immer auf die Reise der Veränderung mitgenommen.»

### — **Den Austausch stärken**

Heute und in Zukunft müssten sich die Firmen – gerade weil sie eine lange Tradition haben – neu erfinden. Der Austausch sei bedeutend, um innovativ und damit wettbewerbsfähig zu bleiben. «Die Generationen vor mir haben die Firma aus Angst, dass Geheimnisse in falsche Hände geraten würden, eher abgeschottet.» Er macht das Gegenteil und ist überzeugt, dass die Firmen noch mehr das Know-how und die Stärken der eigenen Mitarbeitenden untereinander teilen und gemeinsam fördern werden. «Die neue Generation tickt ganz

### FLAWA AG

Nicolas Härtsch führt als CEO die Flawa AG in vierter Generation in Flawil. Die Firma beschäftigt rund 125 Mitarbeitende und produziert verschiedene Watteprodukte, Frischesohlen sowie Medizinprodukte, die national wie international vertrieben werden.

anders. Die Suche nach Sinn und Zweck einer Arbeit und auch der Wunsch nach stetiger Veränderung sind viel ausgeprägter als zu Zeiten, als mein Vater noch Chef war. Ich habe grössten Respekt vor dieser neuen Generation an Mitarbeitenden», sagt Nicolas Härtsch. Aber wer die Menschen ins Zentrum seiner Firma stelle, ihnen vertraue und eine Kultur der Identität schaffe, der sei auf dem richtigen Weg.





**BRANCHE**

# DIE BRANCHE IN ZAHLEN

Die industrielle Produktion hat sich drei Jahre nach der Mindestkursaufhebung stabilisiert. Der Grosshandel ist derweil mit strukturellen Umwälzungen konfrontiert.

Aufgrund ihrer starken Abhängigkeit zur EU und ihrer hohen Preissensitivität erholte sich die verarbeitende Textil- und Bekleidungsindustrie im Gegensatz zu anderen Industrien etwas verzögert. Erstmals seit zwei Jahren wächst der verarbeitende Textilsektor 2017 wieder um 0,8 Prozent. Die Wertschöpfung im Bekleidungssektor wird zwar noch immer als rückläufig bewertet, jedoch mit abnehmender Rate. Die Unternehmen selbst stufen ihre Geschäftslage sehr günstig ein. Seit Frühling 2017 ist der Markt für die Unternehmen auch wieder berechenbarer geworden. Ein Zeichen dafür ist die geringere Volatilität ihrer Bewertung. Überaus verheissungsvoll präsentiert sich die Beurteilung der Auftragslage, die Ende Jahr nach oben schoss und sich erstmals seit Jahren im positiven Bereich bewegt. Die Branche ist wieder auf Kurs. Um sich aufzufangen waren Verlagerungen von Aufträgen und gar Produktionen notwendig. Dies unterstreichen auch die Direktinvestitionen, die im Jahr 2016 um 75,2 Prozent zugelegt haben. Die meisten dieser Investitionen flossen nach Europa.

Im Gegensatz zu den Herstellern von Textilien und Bekleidung hat der Grosshandel im Jahr 2015 seinen Umsatz um 2,3 Prozent gesteigert. Anhand der sich rückläufig entwickelnden Beschäftigungs- und Unternehmerzahlen ist allerdings sichtbar, dass sich der Grosshandel in einer Umbruchphase befindet. Das sich ändernde Konsumentenverhalten führt zu strukturellen Veränderungen, weshalb sich auch Grosshändler umrüsten müssen. Der Onlinehandel macht die Welt zu einem Dorf. Der Endkonsument rückt näher zum Grosshandel, jedoch auch zu den Herstellern. Durch die höhere Preistransparenz im Internet wird der Kostendruck weiter zunehmen, dafür werden geografisch entfernte Märkte einfacher zugänglich. Es wird sich in den nächsten fünf Jahren zeigen, ob der Schweizer Textil- und Bekleidungs-grosshandel diese Umwälzungen zu nutzen weiss.

## GROSSHANDEL

### GESAMTUMSATZ

In Millionen CHF, 2015

**15 386** +2,3%

Textilien	Bekleidung
7052 (+5,7%)	8334 (-0,4%)



Dank dem Textilbereich trotzten die Umsatzzahlen des Grosshandels dem starken Franken. Der Bekleidungs-bereich büsste jedoch Umsatz in der Höhe von 0,4 Prozent ein.

### UNTERNEHMEN

Anzahl, 2015

**1297** -2,4%



1137 (-2,6%)	Mikrounternehmen (<10 Mitarbeitende)
160 (-1,2%)	Kleine bis grosse Unternehmen (>10)

Strukturelle Veränderungen führen zu einer leichten Abnahme der Anzahl Unternehmen.

### BESCHÄFTIGTE

In der Schweiz, 2015

**7652** -6,1%

Textilien	Bekleidung
2390 (-6,2%)	5262 (-6,1%)



Die Beschäftigung im Grosshandel folgt im Jahr 2015 dem Negativ-trend der vorherigen Jahre und fällt auf 7652 Vollzeitäquivalente zurück. Beide Bereiche sind vom Rückgang ähnlich stark betroffen.

### ARBEITSLOSE / ARBEITSLOSENQUOTE

In der Schweiz, Dezember 2017

**527**

Textilien	Bekleidung
126 (4,6%)	401 (7,3%)



Im Grosshandel für Textilien hat sich die Zahl der Arbeitslosen im Dezember 2017 gegenüber dem Vorjahresmonat um 20,8 Prozent verringert. Dagegen kam es im Grosshandel von Bekleidung zu einer Erhöhung der Zahl der Arbeitslosen um fünf Prozent.

# VERARBEITENDE INDUSTRIE

## GESAMTUMSATZ

In Millionen CHF, 2015

# 3024

-6,6%

Textilien	Bekleidung
1649 (-8,9%)	1375 (-3,6%)



Die Mindestkursaufhebung drückte im Jahr 2015 auf die Umsätze sowohl des Textil- als auch des Bekleidungsbereichs. Die Umsätze im Textilbereich gingen dabei stärker zurück.

## UNTERNEHMEN

Anzahl, 2015

# 2576

-1,2%



2385 (-0,9%)	Mikrounternehmen (< 10 Mitarbeitende)
191 (-4,0%)	Kleine bis grosse Unternehmen (> 10)

Die Anzahl an Unternehmen nimmt seit Jahren langsam ab.

## DIREKTINVESTITIONEN

Im Ausland, in Millionen CHF, 2016

# 4143

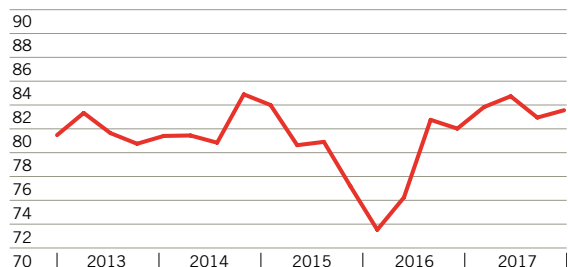
+75,2%



Als Folge des starken Frankens erhöhten sich die Direktinvestitionen ins Ausland. Insbesondere in Europa und den USA wurde deutlich mehr investiert.

## KAPAZITÄTSAUSLASTUNG

In Prozent



Die Kapazitätsauslastung konnte sich im Berichtsjahr knapp über der 80-Prozent-Marke stabilisieren.

Quellen: Eidgenössische Steuerverwaltung, Staatssekretariat für Wirtschaft, Bundesamt für Statistik, BAK Basel Economics AG, Schweizerische Nationalbank, Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich

## WERTSCHÖPFUNG

In Millionen CHF, 2017

# 1001\*

Textilien	Bekleidung
593 (+0,8%)	408 (-0,4%)



\* Die Wertschöpfung wird nominal, das heisst zu laufenden Preisen, die Veränderungsrate real angegeben.

Im Berichtsjahr bekommt die Wertschöpfung des Textilsektors Auftrieb. Die Wertschöpfung im Bekleidungsbereich ist noch im Minus, aber mit abnehmender Rate.

## BESCHÄFTIGTE

In der Schweiz, 2015

# 10 903

-4,4%

Textilien	Bekleidung
6581 (-5,4%)	4322 (-2,9%)



Die Währungskrise beeinträchtigte bereits im 2015 die Beschäftigung und reduzierte diese von 11 409 Vollzeitäquivalenten auf 10 903.

## PERSONALBESTAND

Im Ausland, 2016

# 43 920

-13,7%



Der Beschäftigungsrückgang betrifft nicht nur das einheimische Personal, sondern auch dasjenige im Ausland. Im Jahr 2015 zählte der Personalbestand noch 50 910 Personen.

## ARBEITSLOSE/ARBEITSLSENQUOTE

In der Schweiz, Dezember 2017

# 364

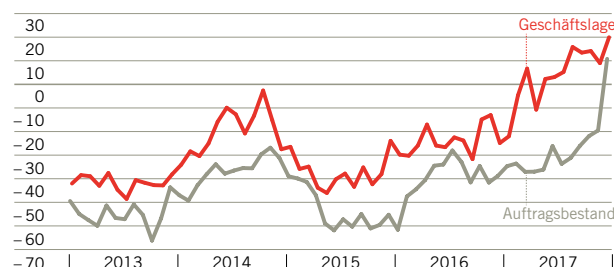
3,4%



Die Lage auf dem Arbeitsmarkt verbessert sich. Gegenüber dem Vorjahresmonat hat sich die Zahl der Arbeitslosen um 25,9 Prozent verringert.

## GESCHÄFTSLAGE/AUFTRAGSBESTAND

Saldo aus positiven und negativen Antworten



Die Unternehmer bewerten die allgemeine Geschäftslage ihres Unternehmens deutlich besser als noch vor der Mindestkursaufhebung.



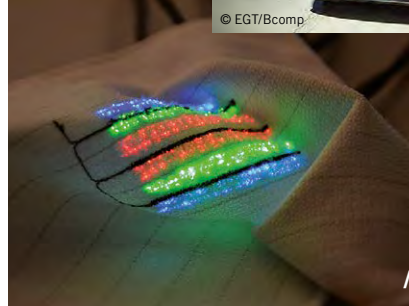
/ 1

© Carpetlight GmbH

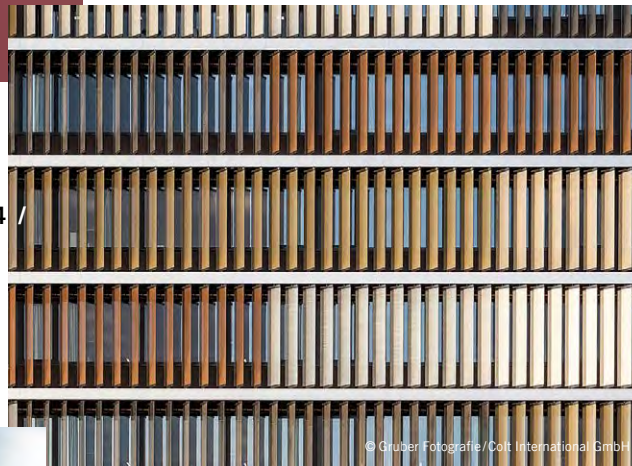


2 /

© EGT/Bcomp



/ 3



4 /

© Gruber Fotografie/Colt International GmbH



/ 5



6 /



7 /

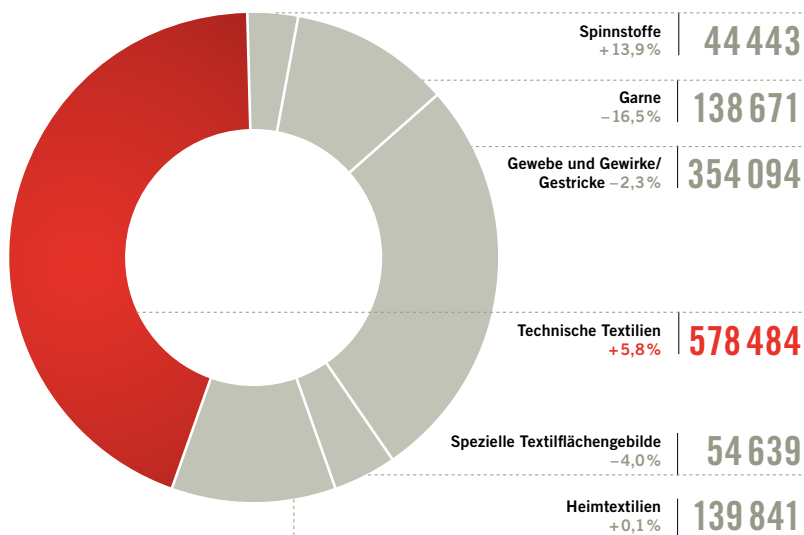
# TECHNISCHE TEXTILIEN

**1 /** Gestickte LED von Forster Rohner AG, produziert für faltbare Scheinwerfer von Carpetlight GmbH. **2 /** Naturfaserkomposite der Bcomp AG für Fahrzeugkarosserieteile. **3 /** Leuchtende Textilsensoren zur Messung der Herzfrequenz und/oder der Durchblutung der Haut, entwickelt von der Empa, dem Materialforschungsinstitut des ETH-Bereichs. **4 /** Kinetische Fassade als Sonnenschutz von Sefar AG. **5 /** Textile Geflechte als Implantate von Meister & Cie. AG. **6 /** Textiler Tank für Sicherheit und Gewichtseinsparung in der Formel 1 von Cortex Hümbelin AG. **7 /** Textilien, die das Fliegen leichter machen: Sitzbezüge und Teppiche von Lantal Textiles AG.

# TEXTILIEN / EXPORTE

## EXPORTE NACH WARENGRUPPEN

In 1000 CHF, 2017



Die Textilexporte haben sich im Berichtsjahr von den Auswirkungen der Mindestkursaufhebung mit einem Minus von 0,1 Prozent aufgefangen. Diese erfreuliche Entwicklung ist vor allem den technischen Textilien zu verdanken. Mit rund 578 Millionen Franken bilden sie die grösste Gruppe und haben ihren breit abgestützten Aufschwung mit 5,8 Prozent kräftig ausgebaut. Besonderes Interesse an technischen Textilien zeigen China und die USA, die ihre Nachfragen um 35,5 bzw. 19,8 Prozent steigerten. Die stabile Konjunktur und die strukturellen Veränderungen in China wie unter anderem die wachsende Wohlfahrt haben generell eine stimulierende Wirkung auf die Nachfrage nach Schweizer Textilien. Ungarn und Rumänien sind bedeutende Lohnveredelungsstätten der Schweizer Bekleidungsindustrie und sind somit grosse Abnehmer von Geweben und Gestricke. Sie befinden sich daher unter den wichtigsten Exportdestinationen.

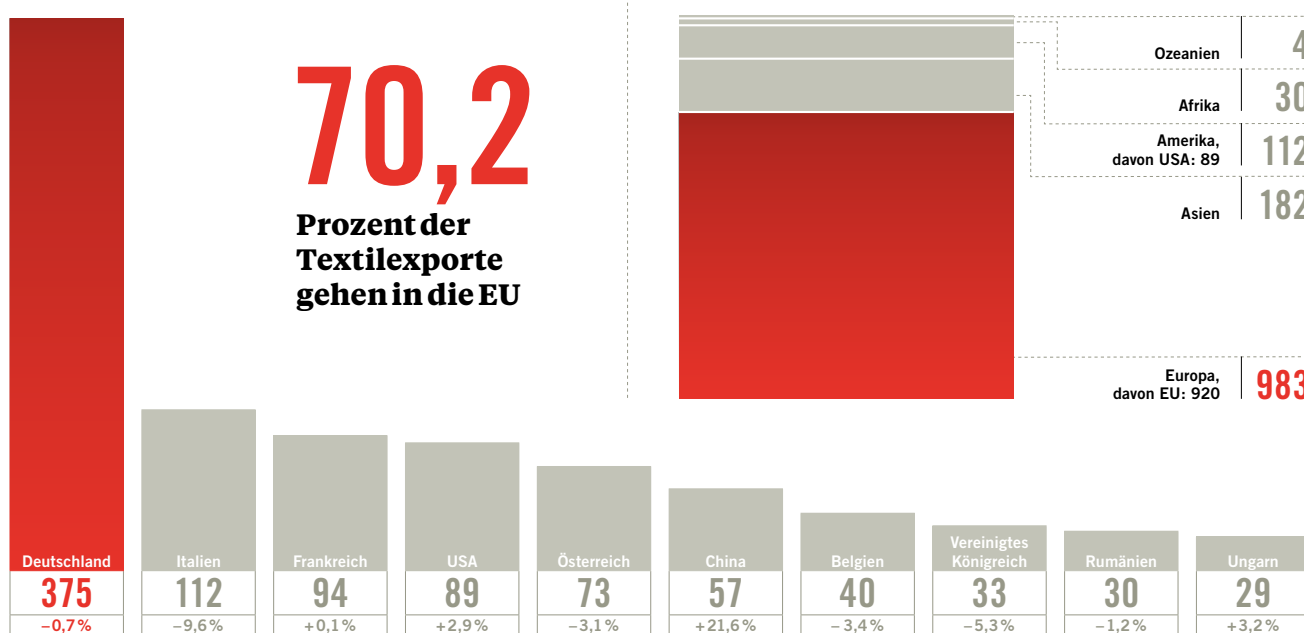
In 1000 CHF, 2017

Wert aller  
exportierten  
Textilien

1 310 172 <sup>-0,1%</sup>

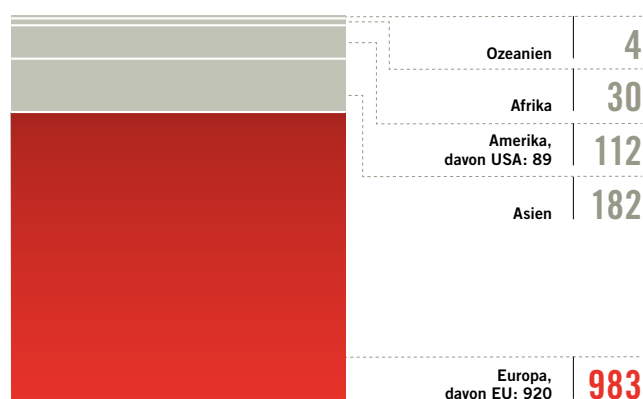
## DIE WICHTIGSTEN ABNEHMERLÄNDER

In Millionen CHF, 2017



## DIE WICHTIGSTEN WIRTSCHAFTSRÄUME

In Millionen CHF, 2017

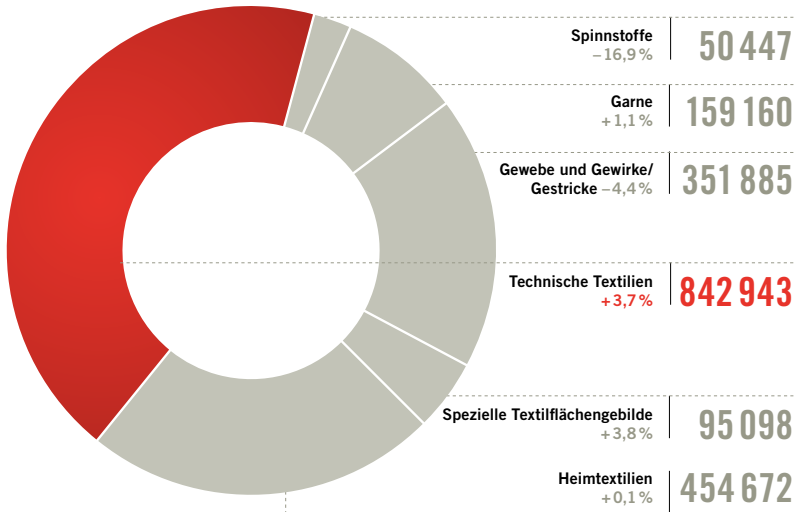


Quelle: Eidgenössische Zollverwaltung

# TEXTILIEN / IMPORTE

## IMPORTE NACH WARENGRUPPEN

In 1000 CHF, 2017



Im Jahr 2017 kam es zu einer leichten Erhöhung der Textilimporte um 0,5 Prozent. Dies deutet darauf hin, dass die inländische wirtschaftliche Aktivität, die stark von ausländischen Vor- und Lohnleistungen abhängig ist, allmählich wieder ins Rollen kommt. Die Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie zeigt im Jahr 2017 weniger Interesse an italienischen und belgischen Geweben und Gewirken, sodass die Textilimporte aus diesen Ländern eingebrochen sind. Dafür beschaffte sie vermehrt Stoffe aus Deutschland, Österreich und der Türkei. Zurückstecken mussten auch die Importe aus Indien. Die Bankenproblematik und die überfälligen Strukturreformen scheinen auch eine dämpfende Wirkung auf Indiens Textilwirtschaft auszuüben. Technische Textilien und chemische Garne aus den USA stiessen in der Schweiz auf Anklang und hieften die Textilimporte aus den USA auf ein Plus von 7,8 Prozent.

In 1000 CHF, 2017

+0,5%

Wert aller importierten Textilien

# 1 954 204

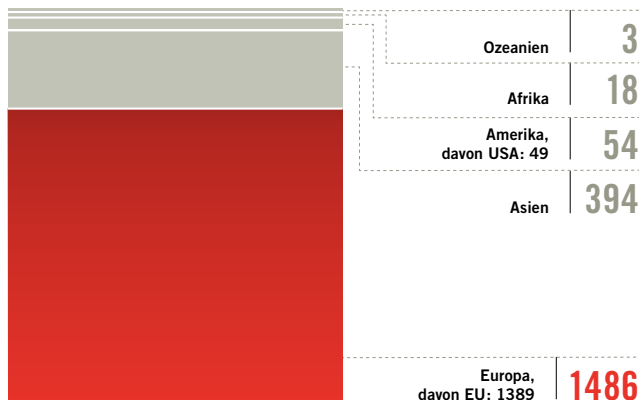
## DIE WICHTIGSTEN LIEFERLÄNDER

In Millionen CHF, 2017



## DIE WICHTIGSTEN WIRTSCHAFTSRÄUME

In Millionen CHF, 2017





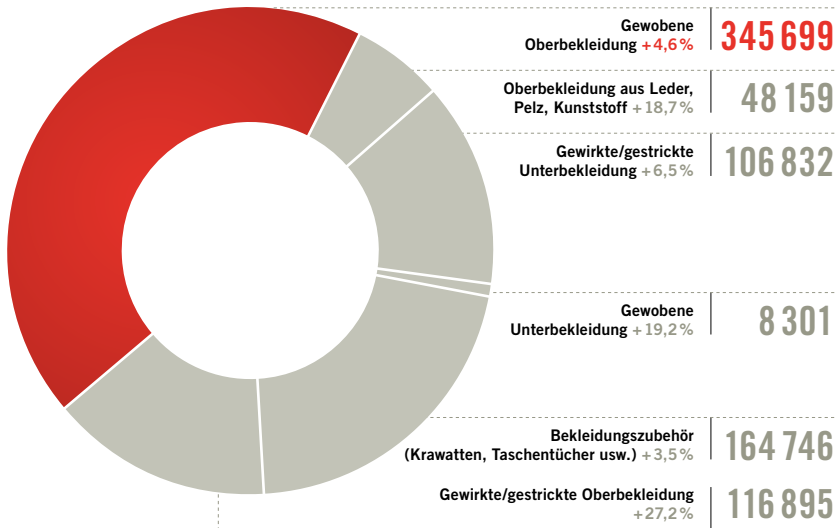
# HEIMTEXTILIEN

**1** / «Silent» Vorhänge von Création Baumann AG schaffen visuelle und akustische Zonierungen für ein ruhiges Arbeiten im Co-Working-Space. **2** / e-broidery ILLUMINATION® Lichttextilien von Forster Rohner AG. Die integrierte Elektronik ermöglicht Dimmfunktion und Animationseffekte. Die Lichttextilien sind waschbeständig und drapierfähig. **3** / Die neue Schlossberg-Kollektion YU! vereint Qualität und Lifestyle, Design und Kombinationsfreude. **4** / Höchste Qualität «Made in Switzerland»: Das Duschtuch HITZEFREI von Christian Fischbacher Co. AG verströmt Sommergefühle. **5** / Rasenteppich von TISCA für die individuelle Gestaltung der Aussenräume.

# BEKLEIDUNG / EXPORTE

## EXPORTE NACH WARENGRUPPEN

In 1000 CHF, 2017



Die Bekleidungsexporte wurden um die Reexporte der Zolltarifkapitel 61 und 62 bereinigt. Ein Reexport ist eine erneute Ausfuhr importierter Waren.

Unter Ausschluss der Rückwarensendungen schliessen die Bekleidungsexporte das Jahr mit einem Plus von 8,4 Prozent ab. Diese Rückwarensendungen oder auch Reexporte genannt belaufen sich im Berichtsjahr auf 1,3 Milliarden Franken. Im Vergleich zum Vorjahr handelt es sich dabei um eine Zunahme von 57,4 Prozent. Wachstumstreiber hierfür ist der Onlinehandel, der weiter an Terrain gewinnt. Die Onlinehändler haben ihre Zentrallager hauptsächlich auf Deutschland konzentriert, denn rund 95 Prozent der Bekleidungsrückwaren werden nach Deutschland zurückgeschickt. Bereinigt um die Rückwarensendungen löst Italien Deutschland als wichtigste Destination für Schweizer Bekleidung ab. Die Bekleidungsexporte nach China haben deutlich zugelegt, sodass sich China nun zum drittwichtigsten Absatzmarkt für Schweizer Bekleidung entpuppt hat.

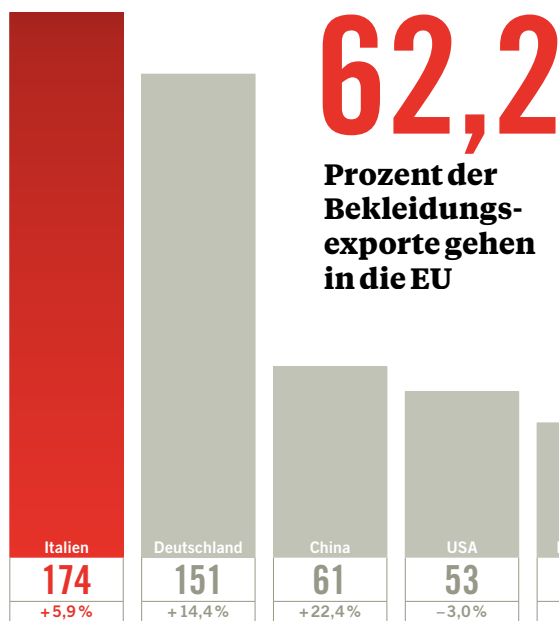
In 1000 CHF, 2017

**Wert aller exportierten Bekleidung**

**790 631** +8,4%

## DIE WICHTIGSTEN ABNEHMERLÄNDER

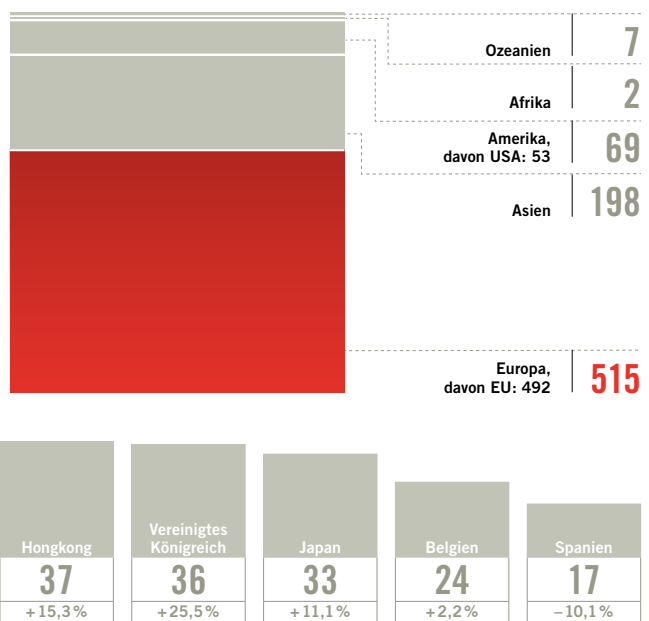
In Millionen CHF, 2017



**62,2**  
Prozent der Bekleidungsexporte gehen in die EU

## DIE WICHTIGSTEN WIRTSCHAFTSRÄUME

In Millionen CHF, 2017







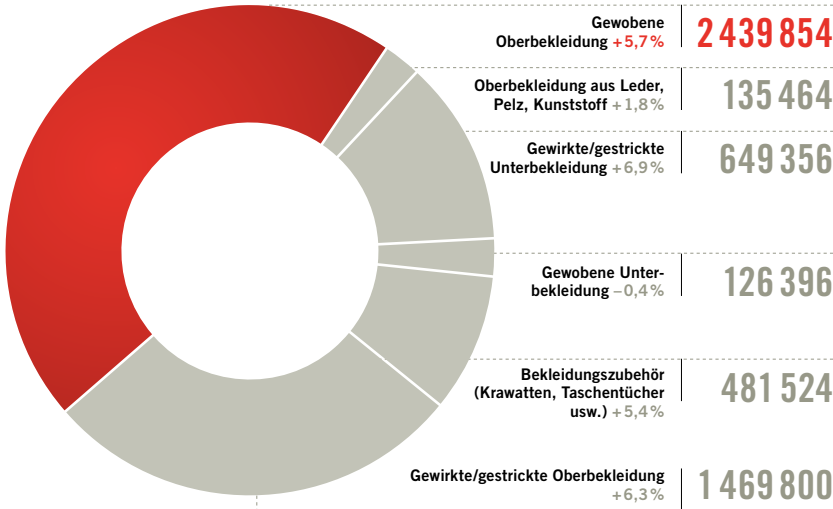
# BEKLEIDUNG

**1 /** Natur als Vorbild: Mover Sportswear setzt auf natürliche Materialien wie Alpakawolle und EtaProof-Stoffe von Stotz & Co., das atmungsaktive Gewebe ist wind- und wasserfest. **2 /** Das Hochzeitskleid für Pippa Middleton wurde vom britischen Designer Giles Deacon kreiert. Er verwendete eine exklusive Stickerei aus dem Hause Forster Rohner AG. **3 /** Die Zürcher Designerin Yvonne Reichmuth verwendet für den Visor und das Top aus der SLEEK Kollektion feinstes italienisches Leder, gepaart mit hochwertigem Tulle von swisstulle AG. **4 /** Beheizbare Stoffe als Meterware: E-Softshell von Schoeller Textil AG. Die Heiztechnologie ist in rautenförmiger Geometrie im gesamten Textil eingebettet. Sie basiert auf leitfähigen Garnen und ermöglicht eine gleichmässige Beheizbarkeit des Gewebes bei üblichen Spannungen. **5 /** Höchster Tragekomfort und Liebe zum Detail: Calida Frühlingssammlung 2018 für sie und ihn.

# BEKLEIDUNG / IMPORTE

## IMPORTE NACH WARENGRUPPEN

In 1000 CHF, 2017



Die Bekleidungsimporte wurden um die Reexporte der Zolltarifkapitel 61 und 62 bereinigt. Ein Reexport ist eine erneute Ausfuhr importierter Waren.

Die Bekleidungsimporte belaufen sich im Jahr 2017 auf rund 6,6 Milliarden Franken. Unter Ausschluss der Reexporte wurde Bekleidung im Wert von 5,3 Milliarden Franken effektiv in der Schweiz verkauft. Das Importwachstum verringert sich dadurch von 13,1 auf 5,7 Prozent. Die Nachfrage nach Bekleidung ist weiter wachsend. Die zehn wichtigsten Lieferländer von Bekleidung konnten allesamt deutlich zulegen. Inwiefern diese Wachstumsraten durch Reexporte verzerrt werden, kann nicht eruiert werden. Zwar werden die Reexporte hauptsächlich in Deutschland gesammelt, die zuvor eingeführten Bekleidungsstücke können ihren Ursprung aber in einem beliebigen anderen Land haben. Die zweistelligen Wachstumsraten von Vietnam und Kambodscha weisen deutlich darauf hin, dass grosse Konzerne ihre Bekleidung vermehrt in Südostasien nähen lassen.

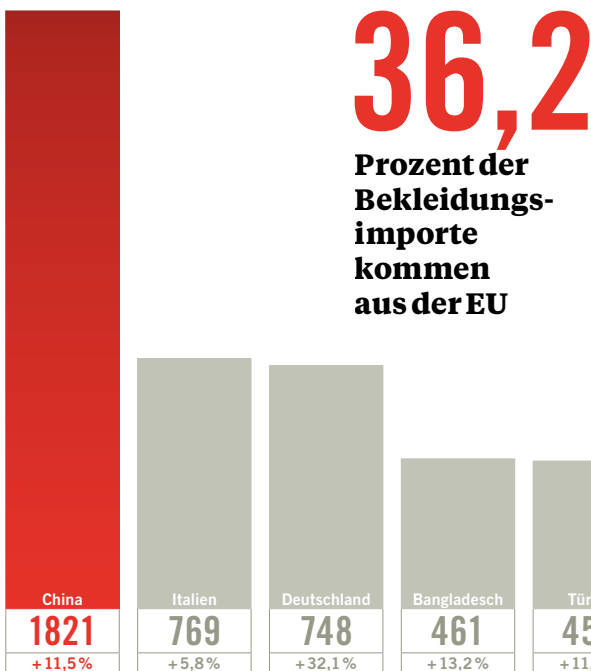
In 1000 CHF, 2017

Wert aller importierten Bekleidung

**5 302 394** <sup>+5,7%</sup>

## DIE WICHTIGSTEN LIEFERLÄNDER

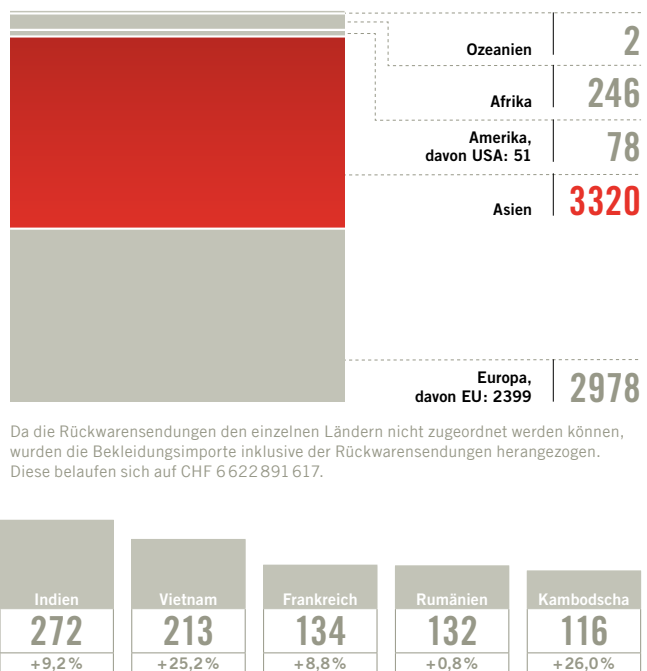
In Millionen CHF, 2017



**36,2**  
Prozent der Bekleidungsimporte kommen aus der EU

## DIE WICHTIGSTEN WIRTSCHAFTSRÄUME

In Millionen CHF, 2017



Da die Rückwarensendungen den einzelnen Ländern nicht zugeordnet werden können, wurden die Bekleidungsimporte inklusive der Rückwarensendungen herangezogen. Diese belaufen sich auf CHF 6 622 891 617.

## IMPRESSUM

—  
**Swiss Textiles**  
—

Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird in dieser Publikation der Einfachheit halber nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen. Diese Publikation steht in gekürzter Form in Englisch zur Verfügung.

—  
Projektleitung und Redaktion  
**Mirjam Matti Gähwiler**  
—

Redaktion und Statistik  
**Jasmin Schmid**  
—

Visuelle Konzeption und Produktion  
**Wernlis, grafische Gestalter, Zürich**  
—

Fotografie Interview und Gremien  
**Martin Graf Fotografie, Basel**  
Fotografie Porträts «Leidenschaft»  
**Anita Affentranger, Zürich**  
—

Korrektorat  
**Alain Vannod, St. Gallen**  
—

Druck  
**DAZ Druckerei Albisrieden, Zürich**  
—

© April 2018, Swiss Textiles  
—

Besuchen Sie uns:  
[www.facebook.com/swisstextiles](http://www.facebook.com/swisstextiles)  
[www.twitter.com/swisstextiles](http://www.twitter.com/swisstextiles)  
[www.instagram.com/swisstextiles](http://www.instagram.com/swisstextiles)

## SWISS TEXTILES

**Textilverband Schweiz**  
**Fédération textile suisse**  
**Swiss textile federation**  
Beethovenstrasse 20  
Postfach  
CH-8022 Zürich  
T +41 44 289 79 79  
F +41 44 289 79 80  
[info@swisstextiles.ch](mailto:info@swisstextiles.ch)  
[www.swisstextiles.ch](http://www.swisstextiles.ch)

