

TVS Textilverband Schweiz

«Wir zeigen der Welt unsere Textilien»

Die Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie ist längst nicht mehr so bedeutend wie während der Industrialisierung. Ihr Branchenverband engagiert sich aber dafür, dass sie sich auf dem Weltmarkt behaupten kann: Dank der Entwicklung von hochwertigen technischen Textilien und nachhaltigen Produkten, aber auch mit stärkerer Image- und Exportförderung. *Silvia Oppliger*



Bild: Creation Baumann

Schaffen innovative und kreative Produkte: Schweizer Textil- und Bekleidungsunternehmen.

Blitzlichter, ein Laufsteg, die vordersten Reihen gefüllt mit internationalen Modegrössen. Nein, wir befinden uns nicht in Mailand, Paris oder New York, sondern im Puls 5, mitten im trendigen Zürcher Industriequartier. Dort wurde Anfang November 2010 der 11. Swiss Textiles Award, einer der höchst dotierten und bekanntesten Modepreise für Nachwuchsgestaltung, verliehen. Sechs junge Designer aus aller Welt führten ihre Kollektionen vor. Und die Spannung wuchs, bis die Jury die Gewinnerin bekannt gab: Die in London lebende Griechin Mary Katrantzou konnte den mit 100 000 Euro ausgestatteten Swiss Textiles Award entgegennehmen.

Verliehen wird der Nachwuchsförderpreis vom TVS Textilverband Schweiz. Seit einigen Jahren sind jedoch kaum mehr Schweizer Designer nominiert. Welche Ziele verfolgt der Verband mit seinem Preis? «Der Swiss Textiles Award erlaubt uns, die internationale Modewelt auf Schweizer Textilien aufmerksam zu machen», erklärte Ronald Weisbrod, VR-Präsident der Seidenweberei Weisbrod Zürrer AG, während der Show. «Wir zeigen nicht eine Marke, sondern vielmehr das Gütesiegel Swiss Textiles, das

auf die Qualität der Schweizer Textilien hinweist.» Ein Teil des Preisgelds muss zudem direkt für den Bezug von Schweizer Stoffen verwendet werden.

Imageförderung wirkt gegen Fachkräftemangel

Diese internationale Imageförderung dient gleichzeitig der Nachwuchsförderung in der Schweiz, betont TVS-Direktor Thomas Schweizer. Denn: «Welcher Jugendliche will in einer Branche arbeiten, die seiner Meinung nach ein schlechtes Image hat, oder von der er kaum etwas weiss?»

Vor allem in den 1980- und 1990er-Jahren litt die Branche. Viele Firmen mussten schliessen und entsprechend litt das Branchenimage. «Wir sind heute viel besser positioniert. Viele unserer Unternehmen sind sehr erfolgreich in ihrer Nische und haben gute Zukunftsperspektiven», sagt Schweizer. Doch sei die Textil- und Bekleidungsbranche, die 2009 eine Wertschöpfung von knapp 1,3 Milliarden Franken erwirtschaftete, eine mittelständische Industrie, ohne bekannte Grossfirmen mit internationaler Ausstrahlung. Auch die Tatsache, nach der Lehre

eventuell Schicht arbeiten zu müssen, ist laut Schweizer für viele Jugendliche wenig attraktiv: «Das ist mit unserer heutigen Freizeitgesellschaft schlecht vereinbar.» Kommt dazu, dass die Lohnaussichten in der Branche weniger vielversprechend sind als anderswo.

Um dem fehlenden Interesse und dem daraus resultierenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken, zeigt der TVS mit Schulaktionen, welche spannende und hochtechnologische Produkte aus Textilien hergestellt werden. «Diese Aktionen kommen zwar gut an», berichtet der Verbandsdirektor, «trotzdem finden nicht alle Firmen genug Lehrlinge. Und das Problem wird sich akzentuieren, da die Zahl der Schulabgänger abnimmt. Also bleiben wir dran und versuchen, Jugendliche für unsere Branche zu begeistern.»

Technische Textilien: Ein wachsendes Marktsegment

Das kann zum Beispiel mit dem wachsenden Marktsegment technischer Textilien gelingen. Seit etwa zehn Jahren zeichnet sich laut Schweizer ein Trend ab, dass in vielen Bereichen metallische durch textile Produkte ersetzt werden. So verwendet man im Flugzeugbau textile Produkte für die Innenverkleidung von Triebwerken, wodurch sich Gewicht und Energieverbrauch reduzieren. In der Formel 1 sollen textile Radrückhalte-seile sicherstellen, dass die Räder der Rennautos nach einem Unfall am Chassis bleiben, statt durch die Gegend zu fliegen und weitere Unfälle zu verursachen. Und in der Medizintechnik setzt man textile Gewebe für die Blutfiltration ein.

Auch die Bekleidungsindustrie setzt auf technische Textilien. «Ein Handschuh ist nicht mehr nur ein Handschuh, sondern einer, der überflüssige Körperwärme aufnimmt und diese wieder zurückgibt, wenn der Körper sie braucht.» Phase Change Technology nennt sich das, klärt Thomas Schweizer auf. Sie wird immer mehr in Funktionswäsche eingesetzt.

Nachhaltigkeit kreiert unternehmerischen Mehrwert

Ab 2005 hat sich laut Schweizer ein zweiter Trend etabliert: Die Nachhaltigkeit



*Sieht die Zukunft in technischen Textilien und Nachhaltigkeit:
TVS-Direktor Thomas Schweizer.*

von Produkten und Produktionsprozessen. Exemplarisch dafür: Das Label Swiss Organic Fabrics, das eine völlig ökologische und zu 100 Prozent in der Schweiz bearbeitete Produktion garantiert. Einrichtungsstoffe, die zu 100 Prozent aus recyklierten Petflaschen hergestellt werden. Oder biologisch kreislauffähige Bezugstoffe, die am Ende ihres Lebenszyklus in den natürlichen oder technischen Kreislauf zurückfliessen und so wiederverwertet werden können – «cradle to cradle» ist das Stichwort.

«Unsere Firmen haben erkannt, dass Nachhaltigkeit eine Marktchance ist, dass es einen Mehrwert für ihr Unternehmen generiert», so der TVS-Direktor. Dass sie dabei auch noch umweltschonend produzierten, sei eine positive Begleiterscheinung, nicht der Antriebsgrund.

Die beiden Trends garantieren seiner Meinung nach, dass die Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie weiter existieren wird. «Die Spezialisierung auf hochwertige und hoch technologische, nachhaltige Produkte, innovativ und kreativ, das ist die Zukunft der Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie.»

Wenn die Zukunft der Branche in technischen Textilien und Nachhaltigkeit liegt, warum veranstaltet der Textilverband dann eine Modeschau und verleiht einen Förderpreis für Nachwuchsdesigner? Thomas Schweizer: «Technische Textilien kann man nicht so gut präsentieren wie Mode. Wenn wir international auf Schweizer Textilien aufmerksam machen wollen, funktioniert das über eine Modeschau und die Verleihung des Swiss Textiles Award am besten.»

Internationale Ausstrahlung ist zentral für Exportbranche

Die internationale Ausstrahlung ist für die Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie zentral, exportiert sie doch rund 80 Prozent ihrer Produktion, davon zwei Drittel in die EU. Exportförderung ist denn auch ein weiteres wichtiges Aktivitätsfeld des TVS. Vor sechs Jahren wurde in Schanghai ein Kontaktbüro eröffnet, vor zweieinhalb Jahren eines in Moskau. Schweizer ist davon überzeugt, dass dies die Märkte der Zukunft sind: «In 15 bis 20 Jahren wird die EU als Exportmarkt an Bedeutung verloren haben. Viel wichtiger sind dann die BRIC-Staaten, denn dort wachsen Bevölkerung und Kaufkraft. Unsere Kontaktbüros sollen den Unternehmen helfen, in diesen Märkten Fuss zu fassen und sich zu etablieren – vor der Konkurrenz.»

Mit ihren Freihandelsabkommen, die sie bilateral mit Ländern ausserhalb Europas aushandeln, sei die Schweiz auf dem richtigen Weg. Wenn es im multilateralen Rahmen der WTO nicht vorwärts gehe, sei dies – so der TVS-Direktor – die richtige Handlungsalternative: «Doris Leuthard hat als Volkswirtschaftsministerin eine super Arbeit geleistet.» ■

SWISS TEXTILES

Branche: Textil- und Bekleidungsindustrie

Mitglieder: rund 200 Unternehmen

Marktsegmente: Bekleidungs-, Heim- und technische Textilien

Wertschöpfung (2009): 1,29 Mrd. Fr.

Beschäftigte Textil (2009): 10 000

Beschäftigte Bekleidung (2009): 4500

Berufe: Textiltechnologe/in EFZ

Prioritäten: Nachwuchsförderung, Exportförderung und Freihandelsabkommen, Nachhaltigkeit, Sozialversicherungen, Arbeitsrecht, allgemeine Rahmenbedingungen (z. B. Energiesicherheit)

Kontakt

TVS Textilverband Schweiz, Zürich

Telefon 044 289 79 79

www.swisstextiles.ch