

# Die Krise mit Kreativität bewältigen

Alles andere als rosig präsentiert sich die Lage der schweizerischen Textil- und Bekleidungsindustrie. Die Branche verzeichnet für 2009 starke Einbussen, Aussicht auf rasche Erholung besteht nicht. Das tut der Kreativität jedoch keinen Abbruch: Die «Textiler» setzen mit innovativen Geweben auf Nachhaltigkeit. Die politische Agenda dominieren Aussenhandel, Chemikaliengesetzgebung, Stromversorgung und CO<sub>2</sub>-Ausstoss.

Die düsteren Zeichen, die TVS-Präsident Max R. Hungerbühler vor einem Jahr am Horizont ausmachte, sind für die Textil- und Bekleidungsindustrie bittere Realität geworden. Die globale Wirtschaftskrise hat die Branche hart getroffen. So lag die Wertschöpfung mit 1,29 Mrd. Fr. um 4,1 % unter dem Vorjahrswert. Die Exporte sanken um 18,5 %, die Importe verzeichneten einen Einbruch um 10,7 %. Trotz Anstieg der Auftragseingänge im 3. Quartal 2009 rechnet der TVS für 2010 nicht mit einer raschen Erholung.

«Die Exportzahlen des 4. Quartals lassen zumindest auf eine Stabilisierung auf tiefem Niveau hoffen», so der TVS-Präsident, «aber das berühmte Licht am Ende des Tunnels ist noch nicht in Sicht.»

Als stark exportorientierte Industrie werden insbesondere die Entwicklungen in den für die Branche wichtigsten Absatzregionen Europas die Geschäfte der Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie bestimmen. Hoffnung besteht in nichteuropäischen Regionen. So sind die Textilexporte aus der Schweiz in die asiatischen Wachstumsmärkte in den letzten 5 Jahren kontinuierlich gewachsen.

## Aussenhandelsnetz erweitern

Die Aussenwirtschaftspolitik der Schweiz spielt eine entscheidende Rolle für den weltweiten Erfolg der einheimischen Textil- und Bekleidungsindustrie. Der TVS

engagiert sich für die Pflege der wichtigsten Wirtschaftspartner, die Branche benötigt eine liberal ausgestaltete Aussenwirtschaftspolitik und strebt eine konsequente Erweiterung des Aussenhandelsnetzes an. Zudem beschäftigt den Verband die veralteten restriktiven, dem Freihandel zuwiderlaufenden Ursprungsregeln. Diese werden aus Sicht des TVS der heutigen globalen Arbeitsteilung nicht mehr gerecht, «sie diskriminieren Innovationen», so Max R. Hungerbühler. Die Beseitigung tarifärer und nichttarifärer Handelshemmnisse steht oben auf der politischen Agenda des TVS. In Bezug auf den zunehmenden Protektionismus einzelner Staaten, allen voran die USA, fordert der Verband Unterstützung seitens der Schweizer Behörden.

## «REACH» kann warten

EU und EWR begannen vor zwei Jahren mit der Umsetzung der Vorschrift mit Namen «REACH» (Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals). Dies bedeutet für Hersteller und Importeure, dass sie ihre chemischen Stoffe und Substanzen registrieren lassen und Informationen über deren Umwelt- und Gesundheitsrisiken liefern müssen, damit von Seiten der Behörden entschieden werden kann, ob diese weiter im EU-Markt vertrieben werden dürfen. Der Bundesrat hat – einmal mehr in vorauseilendem Ge-

horsam – grünes Licht gegeben, in dieser Sache weiter gehende Gespräche mit der EU zu führen mit dem Ziel, das Schweizer Chemikalienrecht aufzugeben und sich einer EU-diktierten Gesetzgebung zu unterwerfen.

Damit sind die Weichen in Richtung «REACH» gestellt. Bundesämter und kantonale Behörden drängen auf einen raschen Anschluss an die Brüsseler Bürokratie, aber: «Die Wirtschaft ist anderer Meinung!», so der TVS-Präsident. Er macht klar: «Der Textilverband sieht keinen Handlungsbedarf zur Harmonisierung des schweizerischen Chemikalienrechts mit jenem der EU.»

Die derzeitige Gesetzgebung sei für den Werkplatz Schweiz durchaus zweckmässig und lasse zwingende umwelt-, gesundheits- und handelstechnische Anpassungen jederzeit zu.

Max R. Hungerbühler hält fest: «Auf den KMU-unverträglichen Administrations- und Verwaltungsapparat von «REACH» kann verzichtet werden.»

TVS-Präsident Max R. Hungerbühler:  
Die Krise mit Kreativität bewältigen.



Bild: TVS/Silvano De Matteis

## Energieengpass gefährdet Wirtschaftsstandort

Prognosen zufolge drohen der Schweiz im Strombereich nach 2013 Versorgungslücken und massive Verluste des Selbstversorgungsgrads. Für die energieintensive Textil- und Bekleidungsindustrie ist Elektrizität ein wichtiger Produktions- und entscheidender Wettbewerbsfaktor. Der TVS engagiere sich für eine *klimaschonende, sichere Energieversorgung* und lehne eine weitere Auslandabhängigkeit ab, hiess es an der Medienkonferenz. Würden wirksame Massnahmen unterlassen, sei der Wirtschaftsstandort Schweiz gefährdet, so Max R. Hungerbühler. «Die Energieforschung muss stärker als bisher vorangetrieben und gefördert werden. Ausserdem befürworten wir die Revision des Strommarktgesetzes, um für unsere Mitgliedfirmen attraktive Rahmenbedingungen zu schaffen.»

## Klimapolitik: Industrie nicht weiter belasten

Schon heute gingen die Industrieunternehmen bei ihren Bemühungen zur Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses an ihre Grenzen. Im Gegensatz dazu werde der Gebäude- und Verkehrsbereich bis anhin mehr oder weniger verschont, moniert der TVS. Die Klimapolitik in der Post-Kyoto-Phase habe sich daher auf diese Bereiche zu konzentrieren. «Die Industrie leistet ihren Beitrag und darf nicht noch weiter belastet werden», so der TVS-Präsident. Hinsichtlich des Reduktionsziels für die Schweiz ist der TVS der Meinung, dass sich dieses nicht allein am EU-Niveau und schon gar nicht am BIP einzelner EU-Staaten orientieren darf. Da die Schweiz keine fossile Stromproduktion kenne, sei hier das CO<sub>2</sub>-Reduktionspotenzial wesentlich geringer.

## Textil- und Bekleidungsbilanz 2009

- Die schweizerische Textil- und Bekleidungsindustrie erzielte im Jahr 2009 eine Wertschöpfung von 1,29 Mrd. Fr., was ein Minus von 4,1 % gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Die Wertschöpfung der Textilindustrie nahm um 4,5 % auf 0,98 Mrd. Fr. ab. Bei der Bekleidungsindustrie sank die Wertschöpfung um 2,8 % auf 0,31 Mrd. Fr.
- Im Aussenhandel wiesen die Exporte mit 3,41 Mrd. Fr. eine Abnahme von 18,5 % auf. Die Textilindustrie exportierte Waren im Wert von 1,61 Mrd. Fr., was ein Einbruch von 21,6 % bedeutet. Die Bekleidungsexporte erreichten einen Wert von 1,8 Mrd. Fr. (–15,5%). Sowohl bei den Textilien als auch bei der Bekleidung sind in allen Warengruppen Rückgänge zu verzeichnen.
- Bei den Hauptabsatzmärkten Deutschland, Italien und Frankreich sind die Exporte der Textilien um durchschnittlich 21 % eingebrochen. Auch die Bekleidungsexporte in die Hauptabsatzmärkte Deutschland, USA und Italien waren rückläufig.
- Die Importe beliefen sich im vergangenen Jahr auf 7,79 Mrd. Fr. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Abnahme von 10,7%. Die Bekleidungsindustrie verbuchte mit einem Wert von 5,72 Mrd. Fr. einen Einbruch von 8,9%, die Textilimporte verringerten sich um 15,6% auf 2,07 Mrd. Fr.
- Die wichtigsten Lieferländer blieben sowohl bei Textilien als auch bei Bekleidung Deutschland und Italien. Im Bereich der Bekleidung konnte sich China, trotz eines Minus von 3 %, als mittlerweile drittgrösster Lieferant behaupten.
- Die durchschnittliche Kapazitätsauslastung der Textil- und Bekleidungsindustrie lag bei 73 %.
- Nach einem kurzen Anstieg im Vorjahr war die Beschäftigung in der Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie 2009 mit einem Minus von 13,2 % erneut rückläufig. Im Jahre 2009 zählte die Industrie 14 500 Beschäftigte.
- Die Direktinvestitionen der schweizerischen Textil- und Bekleidungsindustrie im Ausland betragen im Jahr 2008 rund 18,6 Mrd. Fr. Zudem beschäftigte die Branche rund 95 000 Mitarbeitende im Ausland. TVS Textilverband Schweiz, Ressort Wirtschaft

## Krise schärft Innovationsgeist

Trotz der weltwirtschaftlichen Schieflage hat die hiesige Textil- und Bekleidungsbranche Anlass zu *verhaltenem Optimismus*.

Die Schweiz erbringt gemäss der jüngsten Ausgabe des von der EU-Kommission herausgegebenen «Europäischem Innovationsanzeigers» von 33 erfassten europäischen Staaten die höchste Leistung bei der Einführung technischer Neuerungen.

Max R. Hungerbühler: «Dies ist mitunter auch ein Verdienst von uns innovativen Textilern.» So konnte *Lantal Textiles* die textile Innenausstattung der Swiss-Langstreckenflotte mit einem pneumati-

schen Komfortsystem ausrüsten. Anstelle von Schaumstoffüllungen werden die Sitzkissen mit Luft gefüllt. Die erreichte Gewichtsreduktion spart jährlich 650 t Kerosin, dadurch wird der CO<sub>2</sub>-Ausstoss um 2000 t jährlich reduziert. Preise für Marketing und Innovation konnte die *Mammut Sports Group AG* entgegennehmen für die Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Alpin-, Outdoor- und Schneesportprodukten. Kreativität hat in der Textil- und Bekleidungsindustrie auch in der Krise Hochkonjunktur. ■

Markus Geiger

[www.swisstextiles.ch](http://www.swisstextiles.ch)