

# Schweizer Textilien für die Welt

## Selbst- und Fremdwahrnehmung eines Gewerbes

**Sigrid Pallmert**

Die Schweizer Textilindustrie kann sich eines sehr hohen Renommées erfreuen. Aber wird diese im In- und Ausland auch genügend estimiert? Und zwar nicht nur von den Kunden und Fachleuten? Das schweizerische Selbstverständnis bildet die Grundlage der Wahrnehmung.

### Inhaltsverzeichnis

- [Michelle Obama, Isabel Toledo und Forster Rohner AG](#)
- [Tradition, Innovation und Qualität](#)
- [Die Textilindustrie - ein anonymes Gewerbe](#)
- [Italien, Frankreich - und die Schweiz](#)
- [Weltausstellungen, Landesausstellungen, Verbände und Preise - die Rezeption der Schweizer Textilien](#)
- [Und die Zukunft?](#)
  - [Résumé](#)
  - [Riassunto](#)

## Michelle Obama, Isabel Toledo und Forster Rohner AG

Die Schweiz und die Textilien - eine lange währende Geschichte, eine wechselvolle Geschichte, eine Geschichte mit Höhen und Tiefen. Als Michelle Obama bei der Amtseinführung ihres Mannes, Barack Obama, zum Präsidenten der Vereinigten Staaten im Jahre 2009 Guipure-Spitze aus dem St. Galler Haus Forster Rohner AG trug, war das ein Höhepunkt, der die Schweiz wieder einmal bewusst werden liess, wie bedeutend die Schweizer Textilindustrie noch immer ist. Die aus Kuba stammende Modedesignerin Isabel Toledo hatte im New Yorker Showroom der Firma Forster Rohner AG 13,8 m von der gelben Spitze bestellt und das Kleid aus dieser gelben Spitze angefertigt. Der Hauptsitz des Stickereiunternehmens wurde vom New Yorker Agenten erst kurzfristig darüber informiert, dass Michelle Obama Forster-Rohner-Spitzen trägt. Das Kleid einer angehenden Präsidentengattin ist natürlich immer von Geheimnissen umwittert. Die modische Kompetenz ist eine der wichtigen Eigenschaften einer First Lady. Jackie Kennedy war ja zur Stilikone avanciert und hatte Masstäbe gesetzt, welchen auch eine Carla Bruni, die Gattin des französischen Präsidenten

Nicolas Sarkozy, nachzueifern versucht. Auch die Firma Oerlikon Saurer freute sich über den Auftritt der St. Galler Spitzen und liess auf ihrer Homepage am 3. März 2009 verlauten: «A storm of enthusiasm greeted the dress which First Lady Michelle Obama wore for husband's inauguration ceremony in January. The embroidery of this extraordinary, unique dress was produced by St. Gall company Forster Rohner AG - on a Saurer embroidery machine!» Diese Meldung bringt die Sache auf den Punkt. Hinter der Mode steht die Textilindustrie mit ihren Entwerferinnen und Entwerfern, Produzentinnen und Produzenten. Und noch weiter im Hintergrund: die Maschinenindustrie.



*Karo-Thema. Stoffe, 1950-er bis 1980-er Jahre. Abraham AG, Zürich (© GSK, Photo Michael Peuckert).*

## **Tradition, Innovation und Qualität**

Seit Jahrhunderten bestimmen die Textilien das Schweizer Kultur- und Wirtschaftsleben mit. Die Zürcher Seidenindustrie, die Basler Seidenbandindustrie, die Glarner Stoffdrucke, die Indiennes, die St. Galler Stickereiindustrie: Sie alle haben zum Renommee der Schweiz als Textilland beigetragen. Ganz besondere Wertschätzung geniessen die Schweizer Textilien vor allem auch in den Couture-Häusern in Frankreich, Italien, England und den USA. Innovation und Zuverlässigkeit sind Faktoren, die viel zum Image beitragen. Gross ist die Motivation, durch ausserordentliche, konkurrenzlose Produkte den Weltmarkt zu beliefern. Firmen wie Abraham, Fabric Frontline, Forster Rohner, Jakob Schlaepfer, Gessner, Weisbrod-Zürcher u.a.m. spielten und spielen in der obersten Modeliga mit. Aber auch im Bereich der Hightech-Textilien gehören Schweizer Firmen zu den innovativsten. Und Firmen wie Création Baumann in Langenthal und Gessner AG in Wädenswil gebührt ein Platz unter den weltweit besten im Bereich der textilen Inneneinrichtung.

Die Textilindustrie bot eine Art von Geflecht, sich konstituierend aus einem sozialen, ökonomischen

und klimatischen Zusammenspiel. Die diversesten textilen Techniken waren in der Schweiz vertreten. Der historische Verlauf: vom Handwerk über die Manufaktur zur Industrie. Gerade durch die Verschiedenartigkeit der Produkte, verursacht durch die regionale Prägung, aber auch ausländische Einflüsse, bestand eine grosse Vielfalt an textilen Handwerkstechniken. Im Vordergrund stand immer der Export: ein kleines Land, das die grosse Welt beliefert. Das galt und gilt in besonderem Masse für die Glarner Türkischrotdrucke, die Zürcher Seiden- und die St. Galler Stickereiindustrie. Was ist nun das spezifisch Schweizerische an den Schweizer Textilien? Was unterscheidet die Entwicklung von anderen Ländern? Was macht die Innovation der Schweizer Textilien aus? Die Qualität, die Zuverlässigkeit, die innovative Kraft?

Ein Blick zurück: Die Schweiz gehört zu den am frühesten industrialisierten Ländern. Den Anfang von allem bildete die Textilherstellung. Deren Mechanisierung rief dann auch die Maschinenindustrie auf den Plan, und die chemische Industrie bildet eine Folge der Industrialisierung der Textilherstellung. Die Schweizer Textilherstellung war immer geprägt durch die Qualität. Als Beispiel sei der Anbau von Flachs angeführt. Der ganze Bodenseeraum hat Flachs angebaut, aber das St. Galler Leinen galt als das beste. Dazu beigetragen haben die Qualitätsprüfung und das Vergeben eines Gütesiegels. Das St. Galler Leinen wurde auf den grossen ausländischen Märkten angeboten. Dieser gut organisierte Fernhandel durch Grosskaufleute hat sehr früh zum Ansehen der Schweizer Textilien beigetragen. Der Wohlstand der Schweiz beruht zum Teil auf der Textilindustrie, ebenso das Bankenwesen. Die Textilien sind identitätsstiftend. Es ist erstaunlich, wie viele Menschen in diesem Gewerbe gearbeitet haben, sich immer noch mit der Textilindustrie verbunden fühlen.

## **Die Textilindustrie - ein anonymes Gewerbe**

Ein Label trägt nur die Mode. Sie arbeitet bewusst und marketingtechnisch perfekt mit dem Namen. Der Name, das Label schafft Identität. Die Trägerin, der Träger eignet sich ein Stück der grossen weiten Welt von Mode und Glamour an, ein Universum, das nicht nur die Kleidergelüste befriedigt, sondern die Kundinnen und Kunden auch mit Accessoires und Beauty-Produkten derselben Firma beliefert. Sie spielt virtuos auf der Klaviatur der Verführung. Hinter den Namen stehen Modegötter, gefeiert und umjubelt. Kommt es zum Fall, geschieht dieser fast ins Bodenlose, wie neulich der brüske Abgang von John Galliano bei Christian Dior gezeigt hat. Aber keine Seltenheit in der Mode ist die engste Zusammenarbeit zwischen Modedesignerinnen und -designern und Textilunternehmen. Zwei der wichtigsten Beispiele - beide leider aus der Vergangenheit: Yves Saint-Laurent und die Firma Abraham AG, Zürich, Christian Lacroix und die Firma Jakob Schlaepfer, St. Gallen. Gefunden hatten sich Seelenverwandte, die gleich fühlten, gleich spürten. Nicht symbiotisch, aber ergänzend, sich gegenseitig inspirierend. Umso mehr muss es erstaunen, dass bei der grossen Yves Saint-Laurent-Retrospektive, gezeigt 2010 im Petit Palais, Musée des Beaux-Arts de la ville de Paris, in Kooperation mit der Fondation Pierre Bergé - Yves Saint-Laurent, die Zusammenarbeit zwischen Yves Saint Laurent und Gustav Zumsteg in keiner Art und Weise gewürdigt wird, die Firma Abraham nicht Erwähnung findet. Das ist nicht ein Zufall, das ist eben Teil des Systems, dass die Textilunternehmen mit ihren innovativen Leistungen doch vor allem als Zulieferer verstanden werden. Wenn Martin Leuthold, Artdirector der Firma Jakob Schlaepfer, meint, dass Textilien letztendlich Halbfabrikate seien, denn erst die Umsetzung zum Kleid würde sie ihrer definitiven Bestimmung zuführen, ist das ein Kniefall vor den Modedesignerinnen und -designern, aber auch eine respektvolle Haltung gegenüber der Leistung der Mode. Das Zusammenspiel von Handschrift und Zeitgeist macht gutes Design, macht einen guten Stoff aus. Die Handschrift führt leitmotivisch durch die Stoffe, implizit ist die Offenheit für Neues. Es ist sicher eine der Qualitäten der Schweizer Textilindustrie, dass sie flexibel auf Veränderungen reagiert hat und immer wieder reagiert.



*Glamour-Thema. Stoffe, 1960er bis 1990er Jahre. Abraham AG, Zürich (© GSK, Photo Michael Peuckert).*

## **Italien, Frankreich - und die Schweiz**

Andere Textilländer verfügen über ein sehr hohes Ansehen und werden auch zwangsläufig mit Textilien in Verbindung gebracht. Einen Punkt stellt sicher auch der Umstand dar, dass die klassischen europäischen Textilländer wie Frankreich und Italien auch «modische» Länder sind. Sie decken also die beiden Kompetenzen, die «modische» und die «textile», ab. Die Schweiz war noch nie ein Modeland und wird es auch nie werden. Der Höhenflug der Firma Akris, St. Gallen, bestätigt nur die Regel: ein traditionelles Familienunternehmen, getragen von Kontinuität und Qualitätsbewusstsein und der grossen Kreativität der neuen Generation. Das Textilgefüge ist ein äusserst komplexes. Entwerferinnen und Entwerfer legen ihre Entwürfe vor, dem Artdirector, dem gesamten Entwurfsatelier. Es wird diskutiert, modifiziert. Und die Umsetzbarkeit auf der Webmaschine oder dem Drucktisch geprüft. Es werden Entscheidungen über die diversen Kolorits gefällt, über die eventuelle Verwendung von Stoffqualitäten. Die wissenschaftliche Zeichnerin Cornelia Hesse-Honegger hat den Schritt aus der Anonymität gewagt und provoziert. Ihre unverkennbaren, naturalistischen Dessins aus der Tierwelt haben während Jahrzehnten die Druckstoffe von Fabric Frontline geprägt. Was bedeutete dieser Schritt? Hat dieser etwas an der Wahrnehmung von Textilien in der Schweiz verändert?

In den angelsächsischen und frankophonen Ländern herrscht eine andere Wahrnehmung des Kunstgewerbes. Höher ist dessen Stellenwert. In der Schweiz besteht eine starke Hierarchisierung zwischen Kunst und Kunsthandwerk. In Frankreich und England bestehen viel weniger Berührungspunkte zwischen den verschiedenen Disziplinen und dem Crossover. Aber auch im deutschsprachigen Raum machen sich Bemühungen bemerkbar, die Grenzen aufzuweichen.

Nachdem das Haus der Kunst in München die Ausstellung «Maison Martin Margiela. 20. die Ausstellung» über den belgischen Modedesigner 2009 gezeigt hatte, läuft momentan die Ausstellung «Future Beauty. 30 Jahre japanische Mode». Ich glaube nicht, dass es die Intention des Hauses der Kunst ist, die Mode als Kunst zu deklarieren. Vielmehr scheint der Wunsch zu bestehen, die Grenzen aufzulösen und dem Transdisziplinären Raum zu geben. Die Nobilitierung der Mode zur Kunst kann nicht die Lösung sein. Es sollte gelingen, den Textilien und der Mode denjenigen Stellenwert zu geben, der ihnen gebührt - ohne zwangsläufige Erhebung zur Kunst.



*Uni-Thema. V.a. Satin double face, 1950-er bis 1990-er Jahre. Abraham AG, Zürich (© GSK, Photo Michael Peuckert).*

## **Weltausstellungen, Landesausstellungen, Verbände und Preise - die Rezeption der Schweizer Textilien**

An der ersten Weltausstellung in London im Jahre 1851 ging es den einzelnen Ländern darum, handwerkliches Können und technische Errungenschaften vorzuführen. Dabei spielten auch die Textilien immer eine wichtige Rolle. Aber auch die Landesausstellungen hatten immer wieder ein grosses Augenmerk auf die Textilien gelegt. Sowohl 1939 in Zürich als auch an der EXPO 1964 in Lausanne hatten diese Schweizer Textilien ihren grossen Auftritt, als ein Stück schweizerische Identität, gleichwertig neben den Innovationen der chemischen und der Uhren-Industrie. Heute herrscht eine andere Sicht der Dinge. Weltausstellungen und Landesausstellungen widmen sich eher Lebenswelten und Befindlichkeiten als technischen Innovationen. An der Weltausstellung 2005 in Aichi/Japan haben die beiden Designer Lela Scherrer und Christoph Hefti auf Initiative von Präsenz

Schweiz die Uniformen des Ausstellungspersonals des Schweizer Pavillons kreiert. Für ihre bedruckten Stoffe haben die beiden Designer alte Drucksiebe aus der Schweizer Textilindustrie wiederverwendet. Dafür erhielten sie den im Rahmen des Design Preises Schweiz vergebenen *Textile Design Award*. Im Jahre 2009 hat Martin Leuthold von der Firma Schlaepfer den Preis für ein ultrafeines Polyestergewebe von 10 Gramm Gewicht pro Laufmeter erhalten – superinnovativ. Auf der anderen Seite zogen die Schweizerischen Bundesbahnen SBB vor, für die neue Uniform des Personals die Krawatten im Ausland herstellen zu lassen statt in der Schweiz, welche gerade auch im Bereich der Krawattenherstellung über hervorragende Firmen verfügt. Der Grund – ganz simpel: der tiefere Preis des ausländischen Fabrikates. Wie ist das zu deuten? Der Sparzwang der SBB? Verlust an Bewusstsein für das schweizerische Fabrikat? Beeinflusst nicht die Selbstwahrnehmung ein Stück weit auch die Fremdwahrnehmung?

Der TVS Textilverband Schweiz bemüht sich immer wieder darum, das Ausland für die Schweizer Textilien zu sensibilisieren. Die Vergabe des *Swiss Textiles Award* ist eine dieser Initiativen. Zuerst an Schweizer Modedesigner im Rahmen der sog. GWAND vergeben, wurde entschieden, dass das Echo auf den Preis grösser wäre, wenn internationale Modedesignerinnen und -designer ins Spiel gebracht würden. Es handelt sich um einen der höchstdotierten Preise der Modebranche. Auf der Homepage des TVS ist zu lesen: Der *Swiss Textiles Award*, vergeben vom Textilverband Schweiz, ist einer der wichtigsten Modeförderpreise weltweit und profitiert in der Modeszene von einem grossen Renommee. Mit diesem Engagement pflegt und fördert der Textilverband Schweiz den talentierten Designnachwuchs. Diese Nachwuchstalente helfen mit, die Innovationskraft, Kreativität und Tradition der Schweizer Stoffqualitäten als Botschafter in die Welt hinauszutragen und dort zu verankern.» Die Kommission für PR und Kollektivwerbung des TVS Textilverbandes Schweiz hat beschlossen, dass 2011 kein *Swiss Textiles Award*, es wäre der zwölfte, verliehen wird. Die Textil- und Bekleidungsindustrie konnte sich mit dem Hauptsponsor Charles Vögele nie anfreunden. Die Dominanz des Hauptsponsors während der *Zurich Fashion Days* war dermassen gross, dass der vom TVS vergebene *Swiss Textiles Award* fast unterging. Bei der Vergabe dieses Preises geht es vor allem auch um Imagewerbung für die Schweizer Textilindustrie. Die Charles Vögele AG bemühte die beiden spanischen Schauspielerinnen Penélope und Mónica Cruz als Designerinnen, vor allem aber als Aushängeschild, um der Firma ein neues, junges und dynamisches Image zu geben. So weit, so gut. So vermelden Tages-Anzeiger und Neue Zürcher Zeitung vom 8. März 2011, dass die Modekette wieder in die Gewinnzone zurückgekehrt ist. Ein erneutes Mal hat die Mode den Textilien die Show gestohlen. Und das, obwohl die anlässlich des *Swiss Textiles Award* präsentierte Modeschau den andern Modeschauen in Sachen Qualität um Längen voraus war.



*Animal-Thema. Stoffe, 1980er bis 1990er Jahre. Abraham AG, Zürich (© GSK, Photo Michael Peuckert).*

## Und die Zukunft?

Obwohl in den vergangenen Jahren das Bewusstsein der Kundinnen und Kunden in Bezug auf die Herkunft der Produkte deutlich zugenommen hat, ist beim Kauf eines Kleides die Herkunft des Stoffes meist nicht bekannt, denn während das Kleid mit einem Label «signiert» ist, bleibt das Gewebe meist ein anonymes Produkt. Dokumentiert ist die Schweizer Textilindustrie bestens. Die Firmen unterhalten Archive, in welchen die Leistungen für die Zukunft festgehalten sind, die aber auch als immerwährende Inspirationsquelle dienen. Das Textilarchiv der Firma Abraham AG gilt als eines der weltweit interessantesten, in Qualität und Quantität, in der Tiefe der möglichen Befragungen. Es steht geradezu prototypisch für die Schweizer Textilwelt: dieser Mikrokosmos, grossartig und innovativ, voller Glamour und Kreativität. Aber irgendwie auch ganz still und zurückhaltend. Und von wem stammten die Stoffe der Spinnaker der siegreichen Yacht «Alinghi»? Von der Firma Meyer-Mayor in Neu St. Johann im St.-Gallischen. Und welche Firma hat viele der Stoffe der Sitze in Eisenbahnen und Flugzeugen produziert? Für die Benutzerinnen und Benutzer bleibt das ein Geheimnis. Aber schön wäre es, wenn das Bewusstsein herrschen würde, dass es durchaus Schweizer Stoffe sein könnten.

## Résumé

### Les textiles suisses pour le monde

Au niveau international, les textiles suisses jouissent d'une grande renommée. En Suisse, pourtant, on n'en est pas toujours conscient. Cela s'explique en partie par le fait que le dessin des textiles est

anonyme. Contrairement aux produits de la mode, les textiles ne sont pas griffés et ne sont de ce fait pas facilement identifiables. L'Italie ou la France sont réputées pour être des pays à la fois de mode et de textile, et sont également perçues comme tels. Mais pour ces pays, le fossé qu'il y a entre art et artisanat d'art tel que le connaissent les pays germanophones n'existe pas.

## **Riassunto**

### **Tessili svizzeri per il mondo**

I prodotti tessili svizzeri godono di un'eccellente fama a livello internazionale. Eppure, la sensibilità elvetica verso questo settore non è sempre tra le più marcate. Una delle ragioni è l'anonimato del design: a differenza dei prodotti dell'industria della moda, i tessuti svizzeri non sono «firmati» e quindi non sono immediatamente riconoscibili. Paesi come l'Italia e la Francia vengono considerati paesi della moda e del tessile e come tali godono di ampia rinomanza. Sono peraltro nazioni in cui le arti decorative non sono subordinate all'arte, come accade invece nelle regioni germanofone.