

## Glocke segnen nach Renovation

**OBERWANGEN.** Die Glocken der Martinskapelle in Oberwangen mussten einer Reparatur unterzogen werden, damit sie keinen weiteren Schaden nehmen und wieder mit reinem Klang zum Gebet und zum Gottesdienst rufen können. Nun ist es soweit. Im Sonntagsgottesdienst vom 25. August um 10.30 Uhr wird die Jesus-Maria-Hilf-Glocke aus dem Jahre 1568 neu gesegnet, damit sie vom Türlein der schmucken Kapelle am Jakobsweg wieder läuten kann zu den Betzeiten, zu Hochzeiten und so manchen Gottesdiensten und Andachten.

Die Feier wird mitgestaltet durch das Kinderjodelchörl Tannzapfenland unter der Leitung von Irma Schatt. Im Anschluss serviert die Vorsteher-schaft einen Apéro. Alle Interessierten von nah und fern sind herzlich eingeladen zu dieser besonderen Feier. (red.)

### AGENDA

#### HEUTE

- AADORF**
- **Bibliothek**, 15.00–18.00, Gemeinde- und Schulbibliothek
  - **BICHELSEE**
  - **Vollmond-Treff**, Historischer Verein Bichelsee-Balterswil, 19.00, Spritzenhaus Bichelsee
  - **BRAUNAU**
  - **Papier- und Kartonsammlung**, 7.00
  - **DUSSNANG**
  - **Liederabend**, Männerchor Eschlikon, 19.30, Kneipp Hof Kurhotel Dussnang
  - **ESCHLIKON**
  - **Bibliothek**, 18.00–20.00, Bibliothek Böcklihaus
  - **LITTENHEID**
  - **Bibliothek**, 13.30–17.00, Bibliothek Littenheid, Haus Zentrum
  - **MÜNCHWILEN**
  - **Ludothek**, 15.00–17.00, Zukunftsfabrik
  - **Gemeindebibliothek**, 16.00–18.30, Bibliothek Münchwilen
  - **SIRNACH**
  - **Bibliothek**, 15.00–18.00, Schul- und Gemeindebibliothek
  - **WIL**
  - **Mütter- und Väterberatung**, 9.30–11.30/13.30–17.00, Hubstrasse 33
  - **Ludothek geöffnet**, 14.00–16.00, Ludothek Wil, Obere Mühle
  - **Seniorenturnen**, Pro Senectute, 14.00–15.00, Primarschulhaus Lindenhof
  - **Stadtbibliothek**, 14.00–18.00, Stadtbibliothek, Marktgasse 88
  - **Gesprächsgruppe für Angehörige von demenzkranken Menschen**, Pro Senectute, 14.30–16.00, Zürcherstrasse 1
  - **Seniorenhock**, Philatelistenverein Toggenburg – Wil, 15.00–17.00, Restaurant Fass
  - **Al-Anon Meeting**, für Familienmitglieder alkoholkranker Menschen, 19.30–21.00, Spital Wil

#### MORGEN

- AADORF**
- **Bibliothek**, 9.30–11.00/15.00–19.00, Gemeinde- und Schulbibliothek
  - **Konzert mit Matthias Schlu-beck, Panflöte, und Eva Beneke, Gitarre**, u. a. Werke von Bach bis Piazzolla. 19.30, evangelische Kirche Aadorf
  - **Open-Air-Kino**, «Walking Ned Devine», 20.15, Freibad Heidelberg
  - **MÜNCHWILEN**
  - **Gemeindebibliothek**, 9.00–10.30, Bibliothek Münchwilen
  - **DonnersTanz**, Oldies aus aller Welt mit DJ Sigi, 21.00, Dance Inn
  - **SIRNACH**
  - **Bibliothek**, 15.00–19.00, Schul- und Gemeindebibliothek
  - **WILEN B. WIL**
  - **Singen und Musizieren**, 14.00, Alterszentrum

# «Ich bin kein Strapsträger»

Die Münchwiler Swisstulle AG feiert dieses Jahr ihr hundertjähriges Bestehen. CEO **Achim Brugger** übernahm vor sechs Jahren die Geschäftsführung des traditionsreichen Textilunternehmens und hat bereits eine Krise gemeistert.

*Damenunterwäsche, Perücken, Haute Couture, Sporttextilien... welche Swisstulle-Produkte verwendet der CEO privat?*

**Achim Brugger:** (lacht) Ich bin kein Strapsträger, und eine Perücke brauche ich glücklicherweise auch nicht. Primär stosse ich auf unsere Produkte im Automobilbereich. Da wir dort aber Zulieferer

**Nur Nische macht dich kaputt, nur Auslastung macht dich auch kaputt.**

und nicht direkt Autohersteller beliefern, kennen wir vielleicht die Marke, kaum aber das Modell, in dem dann Sonnenrollos mit unserem Tüll zum Einsatz kommen.

*2009, auf dem Höhepunkt der Krise, mussten Sie in Münchwilen 20 Stellen abbauen und Kurzarbeit einführen.*

**Brugger:** Der Stellenabbau war nur eine von vielen Massnahmen. Entscheidend für unser Fortbestehen war aber, dass wir in der Krise unsere Strategie überarbeiteten und unser Sortiment strafften. Wir fokussierten uns auf die rentablen Märkte. Die grosse Herausforderung bleibt dabei die Balance zwischen Nische und Auslastung.

*Ist Auslastung nicht stets das Ziel?*

**Brugger:** Es braucht beides. Es gibt Aufträge mit sehr kleinen Margen, mit denen wir aber über längere Zeit unsere Maschinen auslasten können. In anderen Bereichen bewegen wir uns mit kleinen Mengen in Nischen, verdienen dafür gutes Geld. Es braucht den geschickten Mix. Nur Nische macht dich kaputt, nur Auslastung macht dich auch kaputt.

*Wie geht es Swisstulle heute?*

**Brugger:** Wir kommen gestärkt aus der Krise. Wir sind effizienter geworden. Dabei haben wir auch davon profitiert, dass es in der Schweiz gut ausgebildete Fachleute gibt, die zudem sehr flexibel und offen sind. Früher waren viele Mitarbeiter nur in einem Bereich tätig. Heute können wir die meisten überall einsetzen. Dazu war

**Ingenieure denken binär. Das Produkt funktioniert oder es funktioniert nicht.**

aber auch eine Verjüngung notwendig. Wir sind von der Generation der bald Pensionierten gleich auf die übernächste Generation übergegangen. Aber auch hier braucht es einen Mix. Das Know-how der Erfahrenen ist genauso wertvoll wie der Mut und der frische Wind der Jungen. Heute sind wir diesbezüglich gut aufgestellt.

*Zu Ihren Hauptmärkten gehören die Modewelt und die Automobilindustrie. Zwei Branchen mit emotionalen Produkten. Wo liegen*



Swisstulle-CEO Achim Brugger macht die Endkontrolle.

Bild: Olaf Kühne

*die Unterschiede in der Marktbearbeitung?*

**Brugger:** Die Automobilwelt ist die Welt der Ingenieure. Die denken binär. Das Produkt funktioniert oder es funktioniert nicht. Der Preis passt oder er passt nicht. Im Fashionbereich haben wir ganz andere Ansprechpartner, emotionalere. Die wollen das Produkt auch spüren. Wie fühlt es sich auf der Haut an, wie lässt sich seine Farbe in die Kollektion integrieren.

*Dann sind es auch andere Kundenkontakte?*

**Brugger:** Extrem anders! Das macht es für uns auch so span-

nend. Dazu kommt, dass wir 90 Prozent exportieren und dadurch nochmals mit unterschiedlichsten Menschen in Kontakt

**Im Fashionbereich ist Swiss Made kein Thema. Dort taucht unser Name im Produkt nicht auf.**

kommen. Textilien sind eben doch ein lebendiges Produkt, das von jedem sehr subjektiv wahrgenommen wird. Das ist für uns eine zusätzliche Herausforderung, weil man hierfür nicht

einfach globale Standards festlegen kann.

*Können Sie diese unterschiedlichen Märkte überhaupt mit denselben Mitarbeitern bearbeiten?*

**Brugger:** Als KMU können wir nicht wie ein Grosskonzern Divisionen bilden, sondern sind gezwungen, das ganze Produktspektrum unserer Strategie auch zu bedienen. Im Verkauf sind es dennoch ganz unterschiedliche Typen, die beispielsweise in der Fashion oder im Automotivebereich akquirieren. Um dort jeweils zu bestehen, muss man auch ein wenig so ticken. Bei der Umsetzung in der Produktion kommt es dann wieder zusammen.

*Ist eine Expansion in weitere Märkte angedacht?*

**Brugger:** Die Automobilindustrie ist in China ein Riesenthema. Die europäischen Oberklassehersteller sind etabliert. Zur Zeit entstehen dort zusätzlich lokale Brands, die gut ausgestattete Fahrzeuge für die Mittelschicht herstellen. Diesen Markt von der Schweiz aus

zu bedienen, ist aber eine Illusion. Deshalb ist es gut, dass wir schon vor Ort sind. Wir sind zudem seit drei Jahren auch in Südamerika aktiv. Dort ist für uns der heisse Markt. Dabei dürfen wir aber Russland und Indien nicht aus den Augen verlieren. Eigentlich ist überall, wo eine grosser Mittelstand am Entstehen ist, ein guter potenzieller Markt für uns.

*Sie verkaufen keine Produkte an Endkunden. Wie wichtig ist das Label «Swiss Made» dennoch für Sie?*

**Brugger:** Im Fashionbereich ist «Swiss Made» gar kein Thema. Dort taucht unser Name in fertigem Produkt sowieso nicht auf. In Europa müssen wir mit Qualität

**In der Ostschweiz profitieren wir vom textilen Know-how und der Erfahrung.**

und Funktionalität überzeugen. In China ist die Marke Schweiz hingegen immer noch ein guter Türöffner. Das positive Image der Schweiz existiert dort noch. Letztlich zählen aber auch für unsere chinesischen Kunden Preis und Leistung.

*Die Textilindustrie siedelte sich einst wegen der Wasserkraft im Hinterthurgau an. Was spricht heute für den Standort?*

**Brugger:** Heute profitieren wir vor allem vom textilen Know-how und der Erfahrung, die in der Ostschweiz noch vorhanden sind. Müssten wir heute auf der grünen Wiese eine Textilfabrik planen, würden wir dies aber wahrscheinlich nicht mehr in der Schweiz machen. Doch nun sind wir seit 100 Jahren hier und werden am Standort festhalten. Für unsere internationalen Kunden spielt es sowieso keine Rolle, wo genau in der Schweiz wir unseren Firmensitz haben. Und für uns mit unseren vielen Auslandsreisen ist die Nähe zum Flughafen fast das Wichtigste.

Interview: Olaf Kühne

## 1913 gegründet

Die Swisstulle AG wurde vor 100 Jahren von Emanuel Cavigelli unter dem Namen Schweizerische Gesellschaft für Tüllindustrie AG an ihrem heutigen Standort in Münchwilen gegründet. Das Unternehmen erwirtschaftet über 25 Millionen Jahresumsatz, beschäftigt 250 Mitarbeiter, davon 100 in Münchwilen, und unterhält Niederlassungen und Tochtergesellschaften in Uzwil, in England und in China.

Swisstulle ist in unterschiedlichsten Bereichen tätig. In der Fashion fertigt sie für Damenoberbekleidung und Lingerie. Sie stellt Gardinen und Perücken her. Ihre technischen Gewebe kommen vorwiegend im Transportwesen zum Einsatz. So stellt Swisstulle beispielsweise Sonnenrollos für die Mercedes S-Klasse, den Fiat 500L und die Intercity-Züge der SBB her. In der Fremdveredelung ist Swisstulle als einziges Schweizer Unternehmen in der Lage, zwölf Meter breite Gewebe zu veredeln. (kuo)

### PERSON

#### Achim Brugger



Achim Brugger ist seit 2007 CEO der Swisstulle AG. Der 49-Jährige ist verheiratet und lebt seit sechs Jahren in Münchwilen. Der gelernte Maschinenmechaniker bildete sich zum Technischen

Kaufmann weiter und absolvierte die Schweizerische Textilfachschule. Vor seiner Tätigkeit für Swisstulle war er in der Unternehmensberatung, im Verkauf sowie im Marketing beschäftigt. (kuo)