

KURZER ABRISS ÜBER DIE GLARNER INDUSTRIEGESCHICHTE UNTER EINBEZUG DER FIRMEN DANIEL JENNY, WESETA & MITLÖDI

AUGUST BERLINGER
GLARNER INDUSTRIEWEG

Geschätzte Anwesende

Wenn ein Anlass in diesen Räumen stattfindet, so ist Geschichte allgegenwärtig - auch Industriegeschichte.

Frägt man irgendwo in der Schweiz, welches die Stichworte zu Glarus seien, so bekommt man fast todsicher die folgenden Begriffe zu hören: Schabzieger - Landsgemeinde - Vreni Schneider und allenfalls noch Näfelser Fahrt.

Hakt man nach und will etwas über den Bezug von Glarus zur Schweiz wissen, so fallen Begriffe wie: Innerschweiz - Landwirtschaft und katholisch. Lassen wir diese Aussagen einfach mal stehen.

Wenn man das Phänomen „Glarner Wirtschaftswunder im 19. Jahrhundert“ etwas ausleuchten will, lohnt sich ein Blick zurück. Keine Angst, ich beginne nicht bei den Römern - jedenfalls nicht ganz.

Im Spätmittelalter war das Tal der Linth Teil der vielen Talschaften im nördlichen Alpenbogen von Savoyen bis Bayern und Tirol. Es teilte mit ihnen den landwirtschaftlichen Charakter mit seiner Kleinviehhaltung und dem Ackerbau zur Selbstversorgung. Dazu kam ein leicht singender Klang beim Sprechen, ein gewisser „Eigensinn“ und - nicht unerheblich - die Landsgemeinde.

In der Zeit der Renaissance blieben „Eigensinn“, singender Klang und Landsgemeinde. Der Haupterwerb jedoch änderte: neu wurde Grossviehzucht betrieben und das Glarnerland samt Nachbarschaft war nun der Fleischlieferant der Lombardei. Im Herbst nach der Alpsaison wurden allein aus dieser Gegend bis zu zweieinhalb Tausend Stück Rindvieh und Pferde über die Alpenpässe nach Mailand getrieben. Dafür mussten nun das Getreide sowie das für die Viehzucht und die Käse- & Ziegerherstellung so unverzichtbare Salz in grossen Mengen eingeführt werden. Das wieder ergab gute Kenntnisse im Handel. Selbstverständlich waren auch die Solddienste eine gute Einnahmequelle.

Der relative Wohlstand jener Zeit hat auch das Reifen kulturell wichtiger Persönlichkeiten gefördert. Zu erwähnen sind u. a. Ägidius Tschudi, der Vater der Schweizergeschichte und Huldreich Zwingli. Zwingli - damals noch überzeugter Parteigänger des Papstes - hat gut zehn Jahre in Glarus gewirkt, sich vielseitig weitergebildet und Lebenserfahrungen gesammelt. Zum Beispiel mit dem „Eigensinn“ der Glarner. Die haben ihm wegen missliebiger Äusserungen zum Solddienst die Kanzeltür zugenagelt.

Er hat trotzdem immer einen „guten Draht“ zu den Glarnern behalten. Und so ist es nicht verwunderlich, dass seine theologischen Reformideen auch hier Fuss fassten. Und zu Streit führten. Da wir hier aber durch Berge unverrückbar eingefasst sind, bestand keine Möglichkeit, dem Konflikt einfach auszuweichen und das Land konfessionell zu teilen.

Die Landsgemeinde musste also Möglichkeiten suchen und finden, den Alt- und den Neugläubigen ihre jeweiligen Rechte durch Verträge zu sichern und das friedliche Zusammenleben zu gewährleisten.

In der Epoche des Barocks sah sich eine vergrösserte Bevölkerung mit der immer gleichen Menge von Ressourcen gegenüber. Der „Eigensinn“, das singende Idiom, die Landsgemeinde, die Viehwirtschaft, der Zieger und der Handel sind geblieben. Dazu gekommen ist die Lohnarbeit in Hand-Spinnerei und Hand-Weberei. Dies brachte dem Tal die Kenntnis der Baumwolle und deren Produkte. Dazu einen - wenn auch sehr geringen - Zusatzverdienst. Die heutigen Tieflohnländer lassen grüssen.

Dem Handel hat's genützt und der hat seine Chancen in den europäischen Märkten genutzt. Er hat nicht nur Zieger, Käse und Tücher an den Mann / die Frau gebracht, sondern auch die inzwischen bekannt und berühmt gewordenen „Plattentische“. Diese schönen und stabilen Stuben- und Wirtshaustische mit dem Schieferblatt und dem harhölzernen Rand.

Die Aufklärung hatte - trotz der weltläufigen Handelsbeziehungen und der bestehenden intellektuellen Ausrichtung nach Zürich - vorerst einmal einen Fehlstart. Dies durch den Anna-Göldi-Prozess. Trotzdem hatte die Zeit der Textilindustrie bereits begonnen. Pate gestanden hatten dieser die von den Vorvätern übernommenen Gewohnheiten:

Die Institution der Landsgemeinde formte sich ein Volk, das selber bestimmen und aktiv sein will.

Der „Eigensinn“ bestärkte unternehmerische Köpfe, dass das, was anderen Gewinn bringt, man auch selber anpacken kann.

Die Kenntnis der Baumwolle und deren Produkte erschlossen ein Bevölkerungspotenzial, das einfach und gut zu Facharbeitskräften im neuen Industrieumfeld herangebildet werden konnte.

Der Handel garantierte die Absatzkanäle und das Wissen um Rohmaterialangebote, Kundenbedürfnisse und Modeströmungen.

Zieger und singendes Idiom gediehen selbstverständlich weiter.

Die Moderne begann mit den Kriegen Napoleons. Und den Verwüstungen durch französische, deutsche und russische Heere. Dazu kamen Hungerjahre wegen miserablen Sommern mit verfaulenden Kartoffeln.

Doch die neue Industrie war bereits zu stark. Es begannen die Boom-Phasen, die Fabriken wie Pilze aus dem Boden schiessen liessen. Diese Höhenflüge wurden mehrmals kurzzeitig unterbrochen durch politische und wirtschaftliche Turbulenzen in den Absatzmärkten. Es war schliesslich die Zeit der werdenden modernen Staaten - unser Bundesstaat mit eingeschlossen.

Eine gröbere Herausforderung für das Arbeitsgefüge war das Aufkommen der Maschinen-Garne und Maschinen-Gewebe - vor allem aus England. Dies machte die heimarbeitenden Bevölkerungsteile arbeitslos und liess viele von ihnen auf ein neues Glück durch Auswanderung hoffen. Mit sehr zwiespältigem Erfolg, wie man weiss.

Doch den Glarnern kam nun ein Umstand zu Gute, den sie sich nicht selbst erschaffen hatten. Sie lebten bekanntlich in einem Alpental mit reichen Wasserressourcen. Dazu kam wieder der „Eigensinn“ zum tragen: „Warum importieren, was man selber produzieren kann!“ Das Resultat waren zahlreiche schön der Linth nach aufgereichte mechanische Spinnereien und Webereien.

Diese neuen Verdienst- und Gewinnquellen erklären den damaligen Reichtum des Glarnerlandes. Sie erklären auch, warum der Hauptort Glarus nach seinem verheerenden Brand die geschlagenen Lücken so selbstbewusst in grosstädtischer Manier neu aufgebaut hat.

Der Übergang zum 20. Jahrhundert brachte das „Aus“ für die meisten Textildruckereien. Massenentlassungen waren die Folge. Und wieder spielte das Althergekommene eine Rolle. Was geschieht, wenn spätestens an der Landsgemeinde „d'r Heer“ und der arbeitslose „Fabriggler“ aufeinandertreffen. Wenn dann die heimatliche Rede ihren singenden Klang verliert und durch die Kälte des Gletschereises ersetzt wird? Es kam nicht ganz so weit, sondern die Einsicht setzte sich durch, dass man die Leute nicht einfach hängen lassen könne. Und selbstverständlich auch, dass das nach wie vor vorhandene Kapital ebenfalls weiter arbeiten und Gewinn bringen müsse.

Die Industriellen haben Möglichkeiten zu neuen Industrieansiedlungen gefunden. So sind heutige Qualitätsprodukte wie die Stühle von „horgenglarus“ oder die Dach- und Wandschiefer von „Eternit“ Abkömmlinge dieser Bemühungen. Auch „Therma“ oder „Netstal“-Spritzgiessmaschinen sind Beispiele dieser industriellen Neuorientierung des Glarnerlandes. Nur der Schabzieger wird nach wie vor fast handwerklich hergestellt.

Zwei der drei Glarner Zulieferfirmen von ‚Christian Fischbacher‘ haben ihre Wurzeln im 19. Jahrhundert. Die dritte gedieh im 20. Jahrhundert in den ‚Ruinen‘ eines ebenfalls aus der Boom-Zeit stammenden ‚Etablissements‘. Erwarten Sie bitte nun nicht eine marketingmässig aufgemotzte Historie dieser Firmen. Ich erlaube mir dazu nur ein paar persönliche Bemerkungen.

Die Firma ‚Daniel Jenny & Co.‘ - um mit der ältesten zu beginnen - wurde vor 198 Jahren vom Perrückenmacher und Handweber Bartholomé Jenny gegründet. Als er sich 1831 mit dem 22jährigen Drucker und Jungunternehmer Jakob Trümpi verband, erlebte das bereits erfolgreiche Unternehmen einen zusätzlichen Aufschwung. Das Unternehmen gedieh derart, dass der heutige, bald 90jährige Seniorchef mit feinem Lächeln sagen kann: „Ausser Baumwolle pflanzen haben wir damals alles selber gemacht“. Im Klartext heisst das: Roh- und Hilfsmaterial einkaufen - spinnen - weben - drucken - konfektionieren - transportieren und an den Handel verkaufen. Doch auch ‚Daniel Jenny & Co.‘ konnte anfangs 20. Jahrhundert die Stoffdruckerei nicht mehr halten.

Interessant ist indessen, dass bereits 1909 die Geschäftsbeziehung mit ‚Christian Fischbacher‘ begann (Ein Jubiläum steht also an). Die erste Lieferung umfasste 200 Stücke à 112 Meter, 79 cm breit, bei einem Preis von 21^{1/8} Rappen pro Laufmeter. Bei diesen Preisen höre ich chinesisch. Das Firmenarchiv gibt weiter preis, dass ‚Fischbacher‘ farbige Zettel lieferte und gegenverrechnen liess; und dass er es auch mal ziemlich eilig hatte.

Die heutigen Qualitätsprodukte werden bei in altherwürdigen Fabrikräumen auf modernsten Maschinen gefertigt. Auch der Führungsstil ist aus patronalen Zeiten - ich meine dies zutiefst positiv. Nach dem herrschenden „mainstream“ geschulte Führungskräfte nahmen dort sofort Reissaus. Doch das Endprodukt gibt den jungen Kaderleuten bei ‚Jenny‘ recht. Und die Angestellten und das Dorf danken es ihnen.

Engagierte Leute findet man auch in Engi. Engi - wo? Richtig: nomen omen est. Eng ist es, wo die Firma ‚WESETA‘ steht, einigermaßen eng ist der Weg dorthin. Ich denke mit Schmunzeln an eine öffentliche Diskussion zurück, wo einem der Besitzer bei der lebhaften Schilderung seines Arbeitsweg die Brille von der Nase flog. Doch Engagement ist bei ‚WESETA‘ nicht nur auf der Teppichetage zu finden. Der Webermeister kennt zwar nicht „seine Liesel am Geläut“, doch seine Webstühle am Rhythmus. Singende Webstühle also. Das hat auch schon zu einem Konzert mit Alphorn, Schlagwerk, Hackbrett und eben Webstühlen geführt. Eine höchst spannende und melodiose Sache. Und ich bin sicher, das dabei gewobene Frottier hat die strenge Qualitätskontrolle mühelos passiert. Hören Sie doch einmal in Ihr Dreamflor-Handtuch hinein - wer weiss ...

Bereits in den Anfangsjahren der 1864 gegründeten Weberei Sernftal war der damals technisch äusserst schwierig herzustellende Frottierstoff im Sortiment. Er hat sich während der wechselvollen Geschichte der Firma behauptet und ist heute ein vollendetes Produkt. Das hat auch ‚Christian Fischbacher‘ für seine exklusiven Produkte offensichtlich(wieder-)entdeckt.

Gewinnbringende Geschäftskontakte sind entweder knallhart oder basieren auf gegenseitigem Verständnis und dem Willen zur Kreation eines erfolgreichen Produktes - sogenannte „weiche“ Faktoren sind dabei absolut wichtig. Doch auch diese sind hart erarbeitet durch Zuverlässigkeit, Engagement, Kreativität und dem Willen, auf die Ideen, Wünsche und auch Notwendigkeiten des Gegenübers einzugehen.

Mitlödi ist ein Dorf - ist eine Firma - ist aber vor allem ein Begriff. Ich bin den ‚Mitlödi‘-Produkten im Luxusinnenausbau begegnet und trage ab und zu eines als ganz ordinären „Schnuderhudlä“ im Sack. ‚Mitlödi‘-Drucke haben Lady Di geschmückt und sind regelmässig Gäste am Designers-Saturday.

Diesen Erfolg haben die Gründer der ‚Seidendruckerei Mitlödi‘ 1937 kaum erwartet, aber ganz sicher angestrebt. Auch dass der pingeligste Kunde die Eidgenossenschaft sein werde, werden sie nie gedacht haben. Und schon gar nicht bei einem Produkt, das förmlich durch den Dreck gezogen wurde. Ich spreche vom „Vierfruchtpijama“, dem Armee-Tarnanzug, den zu Tragen wohl nicht wenige der Anwesenden die Ehre hatten. Aber wenn „rot“ nur ein „Mü“ zu nahe an „grün“ gekommen wäre, hätte das sicher verheerende Folgen für unsere Verteidigungsfähigkeit gehabt. Doch ‚Mitlödi‘ hat’s überlebt. Dies selbstverständlich auch durch die Geschäftsbeziehung mit ‚Christian Fischbacher‘, die bis in die 40er-Jahre zurückgeht. Seit bald 20 Jahren ist sie besonders intensiv.

‚Mitlödi‘ hat mit der zur Gründungszeit neu entwickelten Technik des Filmdruckes in den Räumen einer stillgelegten Kattundruckerei Wunderwerke geschaffen. Die Sorgfalt, das technische Können und die Experimentierfreude haben den guten Ruf der ‚Mitlödi‘-Drucke gefestigt und bis heute begleitet.

Auch zum Abschluss lasse ich die eingangs erwähnten gängigen Begriffe einfach stehen. Ich denke, Sie haben sich Ihre Meinung bereits gemacht. Doch soviel:

Der „Eigensinn“ schafft bei ‚Daniel Jenny & Co.‘ ein hochwertiges Grundprodukt.

Das Frottier von ‚WESETA‘ umschmeichelt wie Wasser den Körper.

Die Farben der ‚Mitlödi‘-Drucke singen und swingen noch weit mehr als der hiesige Dialekt.

Und der Zieger? - Da scheiden sich nach wie vor die Nasen.