

## Getzner Textil AG

Zwei Fragen an...

**Heribert Vonbrüll,**  
Managing Direktor Sales und Marketing  
der Firma Getzner Textil AG



**Trotz übermächtiger globaler Konkurrenz - vor allem aus dem Fernen Osten - behaupten Sie sich erfolgreich am textilen Markt. Was ist das Geheimnis Ihres Erfolges?**

Das Geheimnis unseres Erfolges beruht auf mehreren Säulen. Hochkreative Kollektionen, die Erfüllung individueller Kundenbedürfnisse eine gezielte Innovationspolitik und ein umfassendes Serviceangebot stehen an vorderster Stelle. Damit bieten wir unseren Kunden ein einzigartiges Gesamtpaket. Nicht der Preis für sich allein, sondern das beste Preis-/Leistungsverhältnis ist auch ausschlaggebend, um sich gegenüber aggressiven Mitbewerbern aus Billiglohnländern zu behaupten. Si ist es uns gelungen, in den letzten Jahren sogar unsere Exporte nach Fernost erheblich zu steigern und uns dort eine hohe Reputation zu erarbeiten.

Ein weiteres Erfolgsgeheimnis sind unsere Mitarbeiter die fachlich bestens qualifiziert sind und zudem eine hohe Loyalität gegenüber unserem Unternehmen zeigen.

**Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit und/oder Regionalität bzw. Tradition in Ihrem Unternehmen?**

Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung sind für Getzner ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenspolitik. Getzner wurde als erster Buntwerber für Hemdenstoffe weltweit mit bluesign® ausgezeichnet.

Bluesign® ist eines der strengsten Umweltzertifikate überhaupt und steht nicht nur für schadstofffreie Produktion und die Einhaltung von Sozialstandards, sondern prüft auch den effizienten Ressourceneinsatz nach strengen Richtlinien. Getzner verwendet zum Beispiel Strom aus eigenen Kraftwerken, beheizt öffentliche Gebäude mit Abwärme und verfügt über Anlagen zur Wärmerückgewinnung und Restflottenverwertung. Darüber hinaus ist Getzner als Ökoprot-Betrieb ausgezeichnet und Mitglied des Energieeffizienz-Netzwerkes Vorrllberg.

Gegründet 1818 ist Getzner heute einer der größten Arbeitgeber im Lande. Mit Investitionen in der Größenordnung von rund 40 Millionen Euro in vier Jahren bekennen wir uns - trotz der Verlagerung in der internationalen Textilindustrie - klar zum Standort Österreich. Dies ist Ausdruck der intensiven Verbundenheit zur Region und der Wertschätzung unserer Mitarbeiter.

footer