

# Vom bügelfreien Hemd zur Hightech-Faser

In fünfzig Jahren hat sich Trevira zum internationalen Markenzeichen entwickelt



Mit Mantel und Hut: Trevira-Werbung aus den fünfziger Jahren. Die aktuelle Contract-Kollektion (rechts) wurde in Zusammenarbeit mit Transfertex entwickelt.



**Anke Vollenbröker**  
Unternehmenskommunikation

»Das Endprodukt ist das Textil - und das transportiert letztendlich die eigentliche Innovation.«

## Trevira

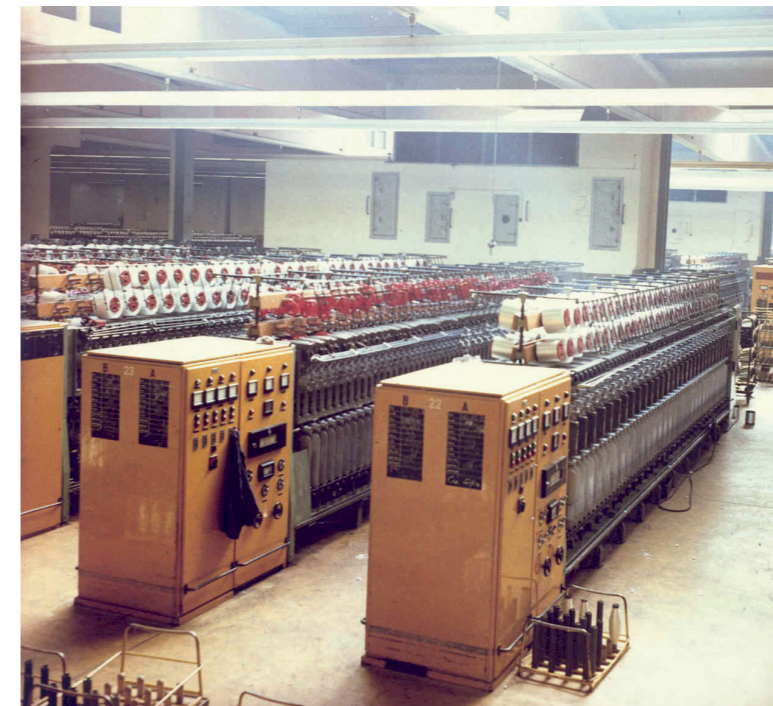
- Gegründet:** 1956 als Fasersparte der Hoechst AG
- Eigentümer:** Reliance Group, Indien (seit 2004)
- Umsatz:** 318 Millionen Euro (2004)
- Mitarbeiter:** ca. 1.900 (Deutschland: rund 1.500)
- Produktion:** 125.000 Tonnen Fasern/Filamentgarne
- Standorte:** Hattersheim, Bobingen, Guben sowie Silkeborg (Dänemark) und Quevaucamps (Belgien)
- Kunden (Anteil am Umsatz):** u.a. Heimtextil-Industrie (29 Prozent), Automobil-Industrie (30 Prozent)
- Weitere Infos:** [www.trevira.de](http://www.trevira.de)

**Fünfzig Jahre wird Trevira, eine der international erfolgreichsten Marken der Branche, in diesem Jahr. Der Name war in den ersten Jahren Synonym für knitterfreie Kleidung. Heute steht er vor allem für Hightechfasern.**

Trevira bietet so unterschiedliche Produkte wie Funktionsfasern für Sportbekleidung, Füllfasern für den Bettwarenssektor und bioaktive Fasern für besondere hygienische Ansprüche an. Etwa ein Drittel seines Umsatzes macht das Unternehmen mit Hauptsitz in Hattersheim bei Frankfurt mit Heimtextilien, „und davon entfällt ein erheblicher Teil auf Trevira CS“, erklärt Anke Vollenbröker von der Abteilung Manager Communications. Wer alle Anbieter wie Garnhersteller, Flächenhersteller und Händler, die Heimtextilien unter der Marke Trevira anbieten, zusammen nimmt, kommt auf mehr als 1.200 Partner weltweit.

Dass Trevira einmal zum international bekannten Markenzeichen würde, war zu Beginn der Unternehmensgeschichte nicht unbedingt abzusehen. Genau genommen beruht der Name des Unternehmens sogar auf einem Irrtum. 1932 ließ sich die Kunstseidenfabrik im bayerischen Bobingen den Begriff Trevira im Warenzeichenregister schützen. Die Wortschöpfung leitete sich vom lateinischen Namen der Stadt Augsburg ab – so war es zumindest gedacht. Allerdings hieß Augsburg ehemals nicht Augusta Treverorum, das ist Trier, sondern Augusta Vindelicorum. Hätte man damals nur etwas genauer hingesehen, vielleicht würde Trevira heute Vindelia heißen.

Die eigentliche Trevira-Geschichte begann 1956, als für die Polyesterfasermarken des Chemieunternehmens Hoechst eine neue Bezeichnung gesucht wurde. Ein klarer Vorteil der damals noch jungen Faser: Sie konnte so



Links: Filamentproduktion im Werk Bobingen in den sechziger Jahren. Die beiden Bilder rechts zeigen die Trevira-Faserproduktion 1961.

gut wie jedes Gesicht annehmen, vom Möbelstoff über die Gardine bis zum Abendkleid. In den fünfziger Jahren stand der Begriff Trevira vor allem für bügelfreie Oberbekleidung (Werbeprospekt: „Trevira schenkt beim Tragen Wohlbehagen“), aber auch für Sicherheitsgurte („Die Lebensversicherung für Autofahrer“).

Mit der Ölkrise Ende der siebziger Jahre, die auch eine Faserkrise war, begann sich das Unternehmen auf spezielle, maßgeschneiderte Fasern für besondere Anwendungen zu konzentrieren. Im Bereich der Heimtextilien wurde 1980 die schwer entflammable Faser Trevira CS vorgestellt – bis heute eines der großen Erfolgsprodukte des Unternehmens.

Die Trevira CS-Fasern sind längst in zahlreichen Farben und Varianten zu haben, so dass sie auch für Endverbraucher interessant sind. Wissen die eigentlich immer, dass sie dabei hundert Prozent Polyester in Händen halten?

## »Trevira CS ist zu einer Art 'Edelpolyester' avanciert.«

„Vom Design und teilweise auch von Griff und Optik kann man Trevira CS mittlerweile manchmal mit hochwertigen Textilien aus Leinen oder Baumwolle oder sogar Seide verwechseln“, sagt Anke Vollenbröker, „insofern ist Trevira CS zu einer Art 'Edelpolyester' avanciert. Auf dem Label unsere Kunden steht natürlich 100 Prozent Polyester, Trevira CS.“

Über die vergangenen fünfzig Jahre hat sich bei Trevira ebenso wie das Logo auch immer wieder das Sortiment an Fasern verändert. 1994 wurde das Unternehmen aus dem Hoechst-Konzern ausgegliedert und geriet danach in unruhiges Fahrwasser. Standort-

schließungen und Konzernumbauten folgten, bis 2004 die indische Reliance Group neuer Eigentümer wurde. Produziert wird derzeit an zwei Standorten in Deutschland sowie in Belgien und Dänemark. „In Deutschland bestehen zur Zeit rund 1.500 Arbeitsplätze. Spezialitäten wie Trevira CS werden auch in Zukunft in Europa produziert – die meisten Anbieter von hochwertigen Funktionstextilien sitzen in Europa“, sagt Anke Vollenbröker.

Trevira CS, das Erfolgsprodukt, habe sich im abgelaufenen Geschäftsjahr „stabil“ bewegt, teilt das Unternehmen mit. Das ist angesichts eines rückläufigen europäischen Heimtextilienmarktes – der Rückgang betrug 2005 acht Prozent – schon ein Erfolg. Wie so viele in der Branche versucht der Faserhersteller angesichts der Stagnation im Inland zunehmend neue Märkte zu erschließen. Hier steht Osteuropa ganz vorn auf der Liste.

steller von Transferdruckpapier hat mit dem Faserproduzenten die Transfertex-Trevira CS-Druckkollektion entwickelt. Sie reicht von klassischen Dessins über grafische Motive bis zu mediterranen Themen und Taften und spricht Ausstatter, Objekteure, Hotelerichter wie auch Designer und Architekten an.

Heute sind CS-Fasern in der Lage, Bakterien und Keime zu reduzieren. Ist das der Endpunkt? „Die Entwicklung hört nie auf und Trevira Bioactive ist mit Sicherheit noch nicht das Ende der Kreativität unserer Entwickler“, erklärt Anke Vollenbröker. „Neue Funktionen entstehen aber nicht nur durch neue Faserrohstoffe, sondern auch durch neue, maßgeschneiderte Garne sowie neue Gestaltungsmöglichkeiten bei der Stoffherstellung. Hier arbeiten wir eng mit unseren Kunden zusammen. Das Endprodukt ist das Textil, und das transportiert die eigentliche Innovation.“

Im September 2004 bildete der Trevira-Stand auf der Heimtextil Moskau (vergl. *eurodecor 10/2004*) die Klammer um den Auftritt von knapp zwanzig deutschen Unternehmen. 2005 organisierte Trevira Seminare für russische Händler und Aussteller in Zusammenarbeit mit Herstellern wie Ado, Ludvig Svensson und Gebr. Munzert. Ein weiterer Zukunftsmarkt ist der mittlere Osten. In Dubai werden in den kommenden Jahren 150 neue Hotels gebaut. In den USA unterstützt Trevira westeuropäische Weber bei ihrem Auftritt am Markt.

Auf dem Objektmarkt ist Trevira eine Kooperation mit Transfertex eingegangen. Der Her-

Trevira ruht sich auch im fünfzigsten Jahr der Unternehmensgeschichte nicht auf seinen Lorbeeren aus. Längst hat sich das Image gewandelt – vom Synonym für das knitterfreie Kostüm und die arbeitssparende Gardine mauserte sich der hessische Hersteller zum Hightech-Anbieter. Vom zwischenzeitlich weltgrößten Polyesteranbieter wurde Trevira danach zum namhaften europäischen Hersteller von textilen Polyesterfasern. Der Image-Transfer vom Markennamen für pflegeleichte Kleidung zur Heimtextilienmarke – er verlief vielleicht nicht auf direktem Weg, aber er ist gelungen. ■

ALEXANDER RADZIWIŁL