



„Die Wiederbelebung einer Kultmarke“
IKM Impuls – 14.01.2026



SAS Sustainability Marketing & Innovation



- Von Greenwashing bis zu Greenhushing: Wie Unternehmen Nachhaltigkeit glaubwürdig in **Marketing, Innovation & Kommunikation** umsetzen
- Inhalt SAS Sustainability Marketing & Innovation:
 - Nachhaltige **Angebote entwickeln**
 - **Kundenverhalten** in Richtung Nachhaltigkeit **gestalten**
 - **Nachhaltigkeit als Markenvorteil** erfolgreich umsetzen
- **13. März - 24. April 2026** / 7 Halbtage
Fr&Sa / 5 ECTS

[SAS Sustainability Marketing and Innovation | Hochschule Luzern](#)



SWITCHER UNTERNEHMENSGESCHICHTE

1981

Robin Cornelius lanciert die Marke Switcher. Diese steht für weite und bequeme, einfarbige Shirts ohne Schriftzüge. Die erste Kollektion umfasste nur zwei Modelle: ein T-Shirt und ein Sweatshirt.



1991

Stärkere Berücksichtigung sozialer und ökologischer Belange in einer Zeit grosser geschichtlicher Umwälzungen, in der die Pariser Konferenz den Kalten Krieg offiziell beendet.



1998

Switcher entwickelt in Zusammenarbeit mit NGOs einen eigenen Verhaltenskodex für alle Lieferanten, der sich an internationalen Standards orientiert, einschliesslich Arbeitszeiten und Mindestlöhnen, die sich nicht an staatlichen Vorgaben, sondern am Asia Floor Wage orientieren.



SWITCHER UNTERNEHMENSGESCHICHTE

2002

Der Corporate Conscience Award wurde an die Firma Switcher und PGC Industries in Indien für die beste Umsetzung des Verhaltenscodexes verliehen.



2004

Gründung der Switcher Stiftung Fondation Switcher in Indien, die Schulen und einen Schulbus für Kinder aus benachteiligten Gegenden bereitstellt..



2005

Switcher lanciert eine Max Havelaar (Fairtrade) zertifizierte Bio- Baumwollkollektion und führt das Rückverfolgbarkeitslabel respect-code ein, dass es Konsumenten ermöglicht, die Produkte entlang der gesamten Beschaffungskette zurückzuverfolgen.



SWITCHER UNTERNEHMENSGESCHICHTE

2006

25 Jahre Switcher wird gefeiert mit einer Erweiterung des Sortiments in die Bereiche Outdoor,



2008

Switcher ist die einzige nationale Marke, die einen Teil der Kollektion des Schweizer Olympiateams produziert und eine erfolgreiche Fan-Merchandising-Kollektion unter dem Motto «Made with respect» einführt.



2010

PGC Industries, der industrielle Partner von Switcher seit nahezu drei Jahrzehnten, tritt in das Kapital der Firma ein. Dadurch kontrolliert Switcher nun die Gesamtheit der Produktionskette.

SWITCHER UNTERNEHMENSGESCHICHTE

2012

Zusammen mit der innovativen Community-Plattform QoQa.ch lancierte man 2012 erfolgreich die neue Submarke Geelee by Switcher.



2016

Aufgrund von Unstimmigkeiten zwischen den Inhabern konnte keine Lösung zur Restrukturierung der Marke gefunden werden, was das Ende einer Ära für die ikonische Marke Switcher mit dem gelben Walfisch markiert.



2020

Relaunch. Die Sulochana Group aus Tiruppur gründet zusammen mit Marc Joss die Switcher Trading Sàrl mit Sitz in Frick AG und relaucht die Marke mit über 45 Produkten. Marc Joss übernimmt als Geschäftsführer.



Vom Konkurs zurück ins Leben

Manager wollen Switcher retten

Während sich die Gründer und die indische Inhabergefamilie der Textilfirma weiter öffentlich streiten, versucht ihr Marketingchef, den Konkurs noch abzuwenden.

von
Publiziert: 22.05.2016, 13:41
Aktualisiert: 22.05.2016, 15:29



Einmal ein Vorreiter in Sachen FairTrade-Mode, jetzt wirtschaftlich von dem Aus der Textil-Handelskette Switcher. (Nico von)

«Wir sind in Gesprächen mit einer Handvoll potenzieller Investoren, die eine Beteiligung in Aussicht gestellt haben», sagte Joss. Falls sich Investoren finden, könnten sich die Mitarbeitenden und die Partner an der Firma beteiligen. Das werde eine deutliche Verkleinerung von Switcher zur Folge haben und auch eine Senkung der oberen Löhne. Die Suche nach Investoren sei aber noch nicht abgeschlossen, so der Manager weiter.

Eventuell könnte ihm jedoch eine konkurrierende Gruppe einen Strich durch die Rechnung machen. Laut «Schweiz am Sonntag» strebt diese wohl die Ausrückung und den Verkauf der Firma an.

Switcher-Angestellte erhalten blauen Brief nach Konkurs

Auch zu Beginn dieses Jahres türmten sich bei der Schweizer Öko-Textilfirma hohe Verluste auf. Nach einer Anhörung hat ein Gericht in Lausanne das Konkursverfahren eingeleitet.

Publiziert: 24.05.2016, 10:30
Läden werden geschlossen

«Es ist nicht zu übersehen, dass das Unternehmen überschuldet ist und sich im Zustand der Insolvenz befindet», sagte die Präsidentin des Kreisgerichts. Switcher hat nun zehn Tage Zeit, um gegen die gerichtliche Verfügung zu rekurrieren. Das Konkursamt wird am nächsten Montag um 9 Uhr eine Informationsveranstaltung für die Mitarbeitenden durchführen.

Eine Vertreterin des Konkursamtes gab unmittelbar nach dem Entscheid bekannt, dass die Angestellten in den nächsten Tagen den blauen Brief erhalten und die drei direkt von Switcher betriebenen Läden geschlossen würden. Die meisten Switcher-Läden sind allerdings Franchisenehmer und nicht direkt vom Konkurs betroffen.

En faillite, Switcher ferme ses boutiques

L'entreprise vaudoise de textile a totalisé 9 millions de pertes durant les cinq premiers mois de 2016



Maintenant que la faillite a été prononcée, peut-on imaginer qu'un reprenneur s'intéresse à la marque lausannoise, considérée il y a peu, comme un fleuron du commerce équitable? Si Robin Cornelius a fait savoir qu'il ne reprendrait pas Switcher, il s'est dit prêt à tout entreprendre pour la relancer, en rassemblant notamment le personnel, les créateurs, les fournisseurs et les clients. Switcher pourrait en effet connaître une deuxième vie. Certains employés, menés par Marc Joss, ex-directeur des ventes et du marketing, seraient prêts à reprendre le flambeau.

Schweizer Pleite-Label Switcher zurück im Geschäft

Neun Millionen Franken Schulden, Konkurs und 40 Angestellte, die ihr Job verloren 2016 lag das Schweizer Öko-Label Switcher am Boden. N ist die Marke zurück im Geschäft.

Publiziert: 31.07.2019 um 12:05 Uhr



Switcher bleibt Öko

«Wir bieten ab sofort bereits wieder 35 Modelle in teilweise über 75 Farben an», sagt Marc Joss, ehemaliger Marketing Manager bei Switcher und heutiges Mitglied der Geschäftsleitung bei WeKo. Weitere Modelle seien in der Entwicklung.

Joss verspricht: «Alle Produkte entsprechen dem «Deko Tex 100»-Standard, und über zehn Produkte werden zukünftig aus Fairtrade-zertifizierter Bioleinenware hergestellt.» Der Verkauf wird online exklusiv über WeKo organisiert.

War Switcher 2008 eine der ersten Marken, die recycelten Polyester vor allem bei den technischen Produkten eingesetzt hat, wird in der neuen Switcher-Kollektion laut Joss ausschliesslich recycelter Polyester eingesetzt.

2016 musste der Kleiderproduzent den Betrieb einstellen, jetzt kommt die Marke dank Marc Joss (rechts) wieder auf den Markt.

Switcher galt als Pionier, als Vorzeigunternehmen. Der 1981 gegründete Kleiderproduzent legte Wert auf Ökologie und Fairness. Dann kam es zum Verkauf, zu Turbulenzen und schliesslich zum Konkurs. 2016 wurde der Betrieb eingestellt.

Bözer lässt Modemarke Switcher aufleben

19.11.2020 Bözer, Gewerbe



Aktuell sind vor allem Stoffmarken gefragt

Als Corona kam, sah Marc Joss schwarz. Mittlerweile freut sich der CEO der wiederbelebten Modemarke Switcher über viele neue Aufträge.

Switcher-Chef am Interview

«Der ganze Luftraum ist heute voll mit billiger Wegwerfmode aus China»

Marc Joss hat die Traditionsmarke Switcher aus der Versenkung geholt. Er lässt gern in Indien produzieren, kritisiert aber Kleider aus China – und hält «Made in EU» bei Textilien für einen Marketingtrick.

von
Publiziert: 14.07.2016, 08:09
Aktualisiert: 14.07.2016, 11:16



Marc Joss im Lager von Switcher in Frick AG.

Switcher-Chef: «Wir hatten in den letzten Jahren auch kritische Momente und überlegten uns, die Firma wieder runterzufahren»

Vor fünf Jahren liess der Aargauer die bekannte Kleidermarke, die 2016 in Konkurs ging, wieder auferstehen. Am Firmensitz in Frick spricht Geschäftsführer Marc Joss über Umsatzzahlen, einen grossartigen Fehler bei der Rückkehr, die Konkurrenz aus China sowie mögliche Expansionen – auch ins Ausland.



Industrie沸流

«Je crois en l'avenir de la marque Switcher»

Partie en faillite en 2016, la célèbre marque vaudoise de t-shirts bleus a été relancée par l'un de ses anciens cadres. Rencontre avec Marc Joss, qui dirige désormais la firme.

von
Publiziert: 19.11.2020, 10:09



6 Blick (Dienstag) 14. Oktober 2020



Switcher schaltet einen Gang hoch

Kreuzer für schwachere... (Text continues with details about the company's revival and future plans.)

Comeback in Winterthur

Switcher war totgesagt – jetzt eröffnet die Traditionsmarke ihre erste Filiale

Die Kleidermarke mit dem gelben Wal erlebt ein Revival. Am 1. Dezember öffnet der Laden in Winterthur. In Zürich lagen die Mieten noch ausserhalb der Reichweite.

von
Publiziert: heute um 16:54 Uhr



Momentan erzielt Switcher den grössten Teil des Umsatzes mit dem eigenen Webshop. Nun will CEO Marc Joss in der Schweiz ein Netz mit zehn Filialen aufbauen.

Archivieren

Vom Konkurs zurück in Leben

Wie wir Switcher neu erfunden haben

Vom Überleben zur Struktur

2020 – Realitätsschock

- Falsche Strategie (B2B)
- Teilweise falsches Sortiment (B2B)
- Kommt im März 2020 Covid dazu!

2020 – Kurswechsel

- Strategie radikal auf B2C angepasst
- Produkte an die Situation angepasst (Covid-Produkte)

2021 – Überleben gesichert

- Von Covid gelebt
- Keine Innovation und Neuentwicklung im Sortiment



Vom Konkurs zurück in Leben

Wie wir Switcher neu erfunden haben

2022 – Leere nach dem Boom

- Covid vorbei
- Keine klare Produktstrategie
- Logistik extern, zu teuer, nicht skalierbar

2023 – Fundament bauen

- Struktur angepasst
- Logistik konsequent **inhouse** geholt

2024 – Wachstum organisieren

- Sortiment klar auf B2C-Markt ausgerichtet
- B2C Wachstum mit neuen Kräften und externer Agentur

2025 – Skalierung

- Sortiment weiter geschärft
- Starkes B2C-Wachstum
- Struktur ans Wachstum angepasst
- Dezember 2025: Eintritt in den stationären Handel – Shop Winterthur

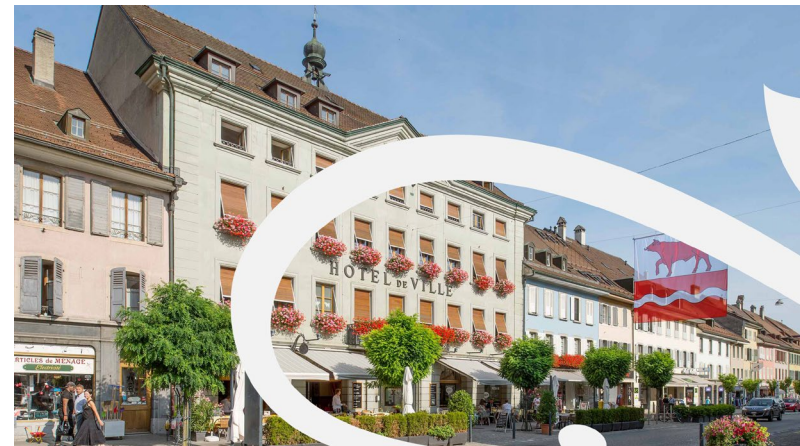


Vom Konkurs zurück in Leben

Wie wir Switcher neu erfunden haben

2026 – Professionalisierung

- E-Com & Marketplace
- Erste Senior-Stelle inhouse für E-Com
- Produkterweiterung Casual Outdoor
- Wachstum auf Marktplätzen (Zalando, Galaxus)
- März 2026: Shop Rheinfelden AG
- Ende Juli 2026: Shop Bulle (Westschweiz)
- August 2026: Shop St. Gallen (geplant)
- 2027 Ziel - 10 Shops



Die Textilindustrie: Eine schmutzige Wahrheit

- $\geq 200'300$ Liter Wasser pro T-Shirt
- 20% der weltweiten Abwasserverschmutzung
- 10% des globalen CO₂-Ausstosses
- Über 170 Mio. Kinder weltweit in Kinderarbeit – viele in Textilproduktion
- Chemikalieneinsatz: über 8000 verschiedene Substanzen
- Forced Labour in Lieferketten nachgewiesen (u. a. China, Bangladesch)
- Nur <1% aller Kleidungsstücke weltweit werden wirklich recycelt

Nüchtern betrachtet...

„Egal wie viele grüne Labels,
Zirkularitätsversprechen oder Kampagnen – die
Textilbranche ist per se nicht nachhaltig.“

Switcher ein Pionier seit 1998

- 1998: Eigenentwickelter Code of Conduct mit NGOs
- Konsequente externe Überprüfungen in allen Fabriken
- Ziel: Soziale Gerechtigkeit als Grundlage für nachhaltiges Wirtschaften
- Hat um 2000 keinen interessiert, war kein Verkaufsargument, und hat nur gekostet.
- Seit Anfang der 2000er-Jahre sind viele Labels und Produktionsprozesse weltweit standardisiert. Nachhaltig zu produzieren ist heute kein Hexenwerk mehr. Eine gesamte Supply Chain konsequent nachhaltig zu führen hingegen schon.

Nachhaltigste Form der Textilproduktion

- **Langlebigkeit vor Schnelligkeit:** Textilien so herstellen, dass sie viele Jahre getragen und gewaschen werden können
- **„Qualität statt Quantität:** Hochwertige Produkte verhindern ständige Neuanschaffungen alle 6–12 Monate
- **Innovation mit Sinn:** Fasern, Recycling und Produktionstechnologien sind wichtig, aber nicht Selbstzweck
- **Fairer Preis, hohe Standards:** Switcher setzt auf Qualität zu fairen Bedingungen, statt billige Fast Fashion Zyklen
- **Weniger ist mehr:** Das Ziel ist, dass Kundinnen und Kunden insgesamt weniger kaufen müssen
- **Klarer Effekt:** Nur so sinkt der CO₂-Footprint der Textilbranche messbar

Nachhaltigkeit ist kein Verkaufsargument mehr!

- Nachhaltigkeit ist die Basis
- Nachhaltigkeit verkauft kein schlechtes Produkt (mehr)
- Market Fit schlägt Haltung
- Preis, Design und Passform entscheiden
- Der moderne Konsument will keine Moralpredigt sondern ehrliche Produkte, faire Preise und die Freiheit, selbst zu entscheiden.

Transparenz als Verpflichtung



Die supply chain ist entscheidend

Beispiel – Switcher Indien

- Baumwolle aus Gujarat Norden Indien
- Produktion in Tiruppur (Südindien), 100% vertikal integriert
 - Spinnerei – Strickerei – Weberei – Färben – Waschen – Zuschneiden – Konfektion – Nähen – Transport
- CO2-Bilanz für ein T-Shirt aus vertikaler Produktion Indien
- CO2 Bilanz eines Made in EU T-Shirt

Beispiel von einem «Nachhaltigen Konzept, dass der Kunde versteht»



Branche muss bei der Innovation Recycling zusammenarbeiten

Engagement: Mitglied bei *Swiss Textiles* **FABRIC LOOP**

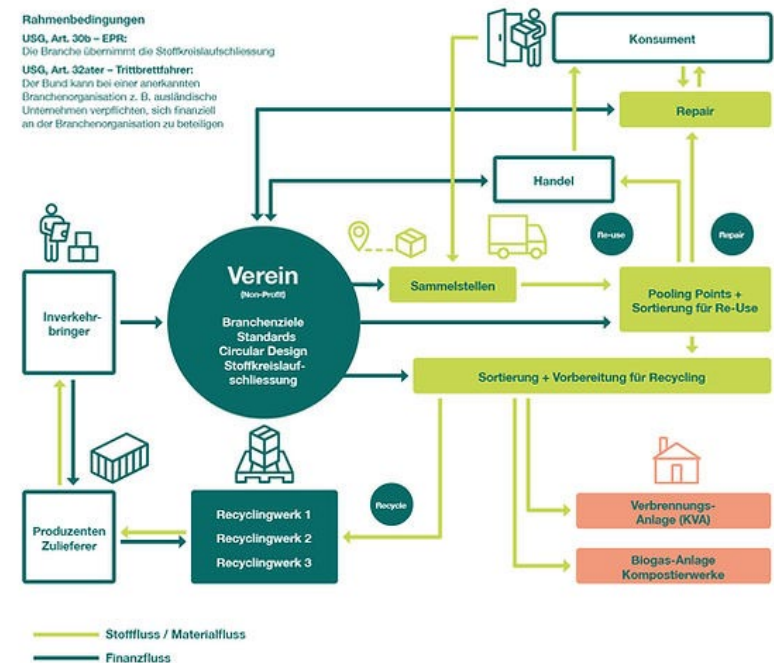
→ Switcher und generell Schweizer Textilindustrie muss Teil der Lösung werden keine Insellösungen

Textil Recycling in der Schweiz (z. B. Säntis Textil)

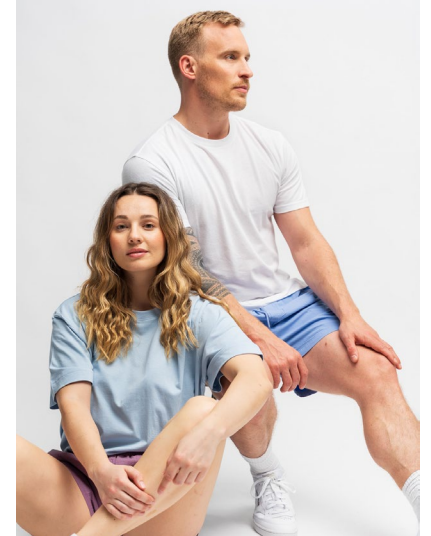
→ zeigt, dass es konkrete Ansätze gibt.

Rohmaterialien können wieder in neue Produkte zurückfliessen

→ Kreislaufgedanke (Circular Economy).



Ein ReSwitcher Beispiel



Was jetzt zählt

- Nachhaltigkeit braucht Realitätssinn, Zeit und Kooperation
- Sensibilisierung statt Greenwashing
- Mehr Qualität weniger Quantität transparente supply chains
- Verantwortung teilen: Hersteller, Händler, Konsumenten, Politik
- "Nachhaltigkeit ist kein Verkaufsargument. Sie ist eine Haltung."



Fragen, Kritik, Austausch

