

# Ballys Weg an die Spitze der Schuhmode

Ein Vortrag im Ballyana-Museum beleuchtet, wie das Unternehmen die Krise zwischen den Weltkriegen meisterte.

Lavinia Scioli

Zwischen den beiden Weltkriegen veränderten sich die wirtschaftliche Situation in Europa grundlegend. Neue Zollbestimmungen, Währungsschwankungen und der Einbruch wichtiger Absatzmärkte stellten auch Schweizer Unternehmen vor grosse Herausforderungen. Diese Entwicklungen machten selbst vor traditionsreichen Marken wie Bally nicht halt.

Dieses Kapitel der Bally-Geschichte wird an der «Hellen Nacht 2025», die vom Netzwerk Industriewelt Aargau jedes Jahr veranstaltet wird, durch die Stiftung Ballyana in Schönenwerd aufgegriffen. Am Samstag öffnet dazu die «Ballyana» ihre Türen zur Bally-Ausstellung. Neben rund 50 laufenden historischen Maschinen gibt Philipp Abegg, Präsident der Stiftung, in seinem Vortrag «Vom Umgang mit Zöllen und Währungsturbulenzen: Bally 1920 – 1939» Einblicke in die industrielle Vergangenheit und die Zwischenkriegszeit.

Bislang wurde die Bally-Geschichte rund um die Industrialisierung bis zum Ersten Weltkrieg mit etwa Dampfmaschinen, Arbeiterhäusern und der Eisenbahn gut aufgearbeitet. Danach wird es etwas lückenhaft. Denn die Zwischenkriegszeit blieb immer im Hintergrund und wurde nur wenig thematisiert. Wie Philipp Abegg aber betont, sei dieses Thema jedoch genauso interessant. Deshalb hat er sie auch detailliert im neu erschienen Buch «Bally – Geschichte eines Schweizer Unternehmens» aufgeschrieben.

### 2500 Angestellte wurden entlassen

Denn 1920, unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg, habe es bei Bally einen enormen Einbruch der Nachfrage gegeben. Nur noch die Hälfte der Schuhe



Eine Bleistiftzeichnung aus dem Jahr 1924 zeigt den Feierabend nach der Fabrikarbeit: Nach dem ersten Weltkrieg entliess Bally rund 2500 Mitarbeitende.

Bild: zvg



Bally-Damenschuhe aus den 1930er-Jahren: In der Zwischenkriegszeit brachte Bally farbliche Vielfalt und neue Formen in ihre Schuhpalette.

Bild: zvg

konnte das Niederämter Unternehmen verkaufen. Die Folge: Von den gut 7000 Mitarbeitenden mussten durch Sparmassnahmen rund 2500 entlassen

werden. Ebenso wurden die Löhne der Angestellten gekürzt. «Die Zeiten waren schwierig», betont der Präsident der Stiftung, «und sind alles andere als



Philipp Abegg, Präsident der Ballyana-Stiftung

Bild: Bruno Kissling

schön gewesen». Die Marke musste sich also auf dem Markt neu positionieren. «Bally hat sehr umfassend und gut auf die extrem schwierige Situation re-

agiert», erzählt Abegg und fügt an: «Sie haben damals alles in Bewegung gesetzt, um sicherzustellen, dass die Firma überlebt.» Bally sollte und ist auch nicht vom Markt verschwunden.

### Direkter Kontakt mit den Kunden

Bis zur Zwischenkriegszeit verkaufte Bally ihre Schuhe vor allem indirekt, also über Händler. In der Krise passten sie allerdings die Verkaufsstrategie an und eröffneten nicht nur in der Schweiz, sondern auch im Ausland eigene Verkaufsläden. «Praktisch überall hat man Fuss gefasst», resümiert Abegg. «Selbstdetaillierung», hat Bally dies damals genannt.

Durch diese neue Verkaufsmöglichkeit war Bally auch zum ersten Mal in direkten Kontakt mit den Kundinnen und Kun-

den. Dies erforderte auch Werbemassnahmen. Denn die Menschen mussten nicht nur den Namen, sondern auch die Marke kennenlernen. «Das hat der Firma unglaublich gutgetan und ihr einen Schub gegeben», so Abegg. So gelang es dem Unternehmen, nach zwei Jahren des Verlustschreibens wieder schwarze Zahlen präsentieren zu können.

### Der Schuh wurde anders getragen

«Sie haben sich an die Spitze der Schuhmode gesetzt», erklärt der Präsident der Stiftung. Denn in der Zwischenkriegszeit hat sich die Schuhmode grundlegend verändert. Frauen trugen enganliegende Kleider, bei denen auch das Schuhwerk zu sehen und nicht mehr unter breiten Röcken versteckt war. Auch in Sachen Leder hatte man sich weiterentwickelt. Besseres Material, farbliche Vielfalt und neue Formen kamen hinzu. «Der Herrenschuh hat die Bewegung auch mitgemacht.»

Bally war damals mit explodierenden Zolllkosten und dem Verfall der Währung konfrontiert. Parallelen, die sich auch heute wieder abzeichnen. «Es ist eine unglaublich chaotische Welt gewesen», erzählt Abegg, und die «Selbstdetaillierung» ein langer Prozess. Bally sei damals aber so etwas wie ein Vorreiter gewesen, als sich das Unternehmen in der Krisenzeit an die Expansion gewagt habe. Philipp Abegg möchte den Besuchenden diese Geschichte der Zwischenkriegszeit in seinem Vortrag mit zahlreichen Bildern anschaulich näherbringen.

### Helle Nacht 2025

Samstag, 8. November, Ballyana, Schachenstrasse 24/Haus F in Schönenwerd. 14 bis 22 Uhr: Ausstellung mit Vorführung der Maschinen. 18.30 bis 19.30 Uhr: Vortrag «Vom Umgang mit Zöllen und Währungsturbulenzen: Bally 1920-1939»