Journal

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Textiles suisses - Intérieur**

Band (Jahr): **- (1987)**

Heft 2

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

«FORMAT»

START MIT EINIGEN HINDERNISSEN

Als Informationsbörse hat die «format 87», internationale Fachmesse für Bodendesign im Objektgeschäft, die vor der Premiere anvisierten Zielsetzungen zwar nicht alle erreicht, die Feuertaufe jedoch bestanden: unter den rund 4000 Fachbesuchern aus 44 Ländern stellte die Gruppe der Innenarchitekten/Architekten, Raumausstatter und Objekteure mit 40 Prozent das grösste Kontingent. Der zweite bedeutende Besucherblock kam vom Fach-, Gross- und Einzelhandel.

Überraschend hoch war mit 25 Prozent der Anteil der ausländischen Fachbesucher. Die Spitze führten die Schweiz und die Niederlande an.

Die textilen Bodenbeläge mit spezieller Eignung für die Verarbeitung im Objekt (in der ganzen Bandbreite zwischen der exklusiven Boutique und der hochfrequentierten Schalterhalle einer Bank) waren auf der format breit präsentiert – nicht nur für anwendungstechnische Sonderfälle, sondern auch unter dem Gesichtspunkt des «Boden-Designs». Den Architekten und Bauherren wurden Teppichböden vorgestellt, die vom Gebrauchsnutzen jeden Anspruch, von den musterungstechnischen Möglichkeiten her aber auch alle ästhetischen Funktionen erfüllen. Das gilt für die Bahnenware im Web- und Tuftingsektor, aber auch für die Teppichfliesen, die längst nicht mehr nur «Baustoffe» sind, sondern gestaltende Elemente: mit grafischen Mustern lässt sich sogar das Fliesenformat in der Fläche auflösen.

Die Bodenbelagsmesse format, vom Charakter her gesehen eine Informationsbörse, hat sich als wichtige Veranstaltung mit Blick auf das Nachmessegeschäft erwiesen. Aufgrund der verschiedenen Zielsetzungen zeigten sich 40 Prozent der ausstellenden Unternehmen mit dem unmittelbaren Messeverlauf «zufrieden bis sehr zufrieden».

Obwohl verschiedene Aussteller die format 87 zur Präsentation ihrer neuentwickelten Objektkollektionen genutzt hatten, wurde dem Gedanken des Bodendesigns noch nicht einheitlich Rechnung getragen. Hier sieht die Messe Frankfurt Ansätze für eine Weiterentwicklung. Dies insbesondere mit Blick auf die Ansprüche der Zielgruppe Innenarchitekten/Architekten in Richtung auf eine «abgestimmte» Innenraumgestaltung.

Das umfangreiche Expertenprogramm mit 80 Fachveranstaltungen sowie die beiden Architekten-Symposien stiessen auf eine beachtliche Resonanz. Ob es um die Frage der «Tendenzen der Architektur zwischen Postmoderne und Hightech» oder um neue Formen der Einrichtungskultur und ihrer Zukunftsperspektiven ging, reagierte das Fachpublikum mit starkem Interesse.

MESSEPOLITIKUM: HEIMTEXTIL ODER «FORMAT»?

Die Frage so zu stellen, ist nur noch rhetorische Spielerei, denn die Entscheidung ist gefallen. Die dem Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie angehörenden Hersteller von Teppichen und textilen Fussbodenbelägen haben in ihrer Mitgliederversammlung am 26. Mai 1987 einstimmig entschieden, ab 1989 ihre Erzeugnisse nur noch auf der Internationalen Fachmesse für Bodendesign (format) auszustellen. Als Übergangslösung werden die Teppichhersteller 1988 letztmalig auf der Heimtextil vertreten sein. Dafür findet die «format» 1988 nicht statt. Die Frage, ob später ein ein- oder zweijähriger Turnus zum Tragen kommt, soll erst entschieden werden, wenn die Erfahrungen der format 1989 vorliegen.

Dieses neue Messekonzept stösst in der Schweiz auf keine grosse Gegenliebe. «Immerhin ist es eine bessere Lösung als das, was wir in diesem Jahr hatten», präzisiert Urs Tischhauser (VSTF-Präsident). Die Schweizer Aussteller befürchten, dass ihre Exportkunden, die grössere Distanzen zu überwinden haben, wohl kaum zweimal nach Frankfurt fliegen. Aber auch auf der Besucherebene sind grosse Bedenken. Es mag auch daran liegen, dass die Schweiz mit ihrem relativ kleinen Inlandsmarkt zu wenig Spezialgeschäfte kennt, die sich auf Bodenbeläge konzentrieren und denen somit die umfassende Heimtextil eher eine Belastung war. Architekten, Innendekorateure deuteten grösstenteils an, auf andere Veranstaltungen auszuweichen, um die Trends in ihrer Gesamtheit zu erfassen. Der beste Beweis, dass die Dinge in der Schweiz dichter beisammen liegen, ist wohl die Tatsache, dass Teppichhersteller teilweise auch Möbel- und Dekorationsstoffe produzieren oder zumindest anbieten. Damit ist die Spannung, wie sich die Zukunft um die beiden Messen auf Aussteller- und Besucherseite tatsächlich entwickeln wird, nicht kleiner geworden.

TECHTEXTIL:

SCHWEIZER PROBLEMLÖSUNGEN

Unter den 300 Ausstellern aus 20 Nationen an der Techtextil, Fachmesse für technische Textilien, die Anfang Juni 1987 in Frankfurt abgehalten wurde, war die Schweiz mit 20 Firmen vertreten und damit die fünftstärkste Ländergruppe unter den Anbietern.

Die Schweizer Firmen waren sehr angetan von der beachtlichen fachlichen Kompetenz der insgesamt 2970 ausländischen und 3620 deutschen Besucher dieser Messe. Diejenigen, die zum zweitenmal hier ausstellten, sahen sich in der Weiterentwicklung ihres Angebots voll bestätigt, während die Newcomer auf Anhieb neue fachlich wertvolle Kontakte anbahnen konnten.

Das schweizerische Angebot bewies die Wendigkeit jener Firmen, die ursprünglich aus dem bekleidungstextilen Gebiet kamen, sowie die technische Beweglichkeit und Anpassungsfähigkeit der Unternehmen, die sich anfänglich ausschliesslich mit der Herstellung von Schwergeweben befassten.

Das enorm breitgefächerte Schweizer Angebot reichte:

von Industrie-, Schutz-, Filter-, schwerentflammbaren oder thermisch verschweissbaren Spezial-Vliesen bis zu Haftverschluss-Systemen und Bändern für Licht- und Luftdichtungen;

von lichtdurchlässigen Sonnenschutzgeweben, durchsichtigen oder schwer entflammbaren Markisenstoffen bis zu rundgewebten Filterschläuchen für Öl-, Benzin-, Gas- oder Wasserfilter, auch für den pharmazeutischen und medizinischen Bereich;

von den raffiniertesten Klebfilmen und Kaschiersystemen über beschichtete Gewebe und Non Wovens aller Art und Gewichte für Flugzeugkabinen, Gärtnereien, aber auch flammenhemmende Storenstoffe und konfektionierte Artikel daraus, bis zu Magazinschuss-, Ketten-, Bobinett- und Raschel-Gewirken.

Dazu kam «endlich» ein ausgereifter neuartiger Softgreifer, tauglich für bis zu 0,07 mm dünne Schichtstoffe, ebenso wie für schwere Teppichböden. Und last but not least, neben den verschiedenartigsten Arbeitsschutz-Bekleidungen für alle nur denkbaren Bereiche, «Kevlar» als Grundmaterial für Kugel-, Unfall- und Splitterschutz sowie schliesslich als nahtloses Netz für Abstieg-Tunnels aus brennenden Hochhäusern.

Nach all diesen und noch sehr viel mehr vorgelegten Halbfertig- und End-use-Artikeln wurden die Schweizer Anbieter auf der Techtextil gefragt und wussten ebenso viele fachlich fundierte Antworten darauf zu geben.

W. W.

HOCHSPEZIALISIERTER MESSE-NEULING

In Florenz gab eine Messe für schwer entflammbare Heimtextilien, die «Selecta 87», ihr Début und konnte mit 50 Ausstellern rund 1000 Fachbesucher, vorwiegend Objekteinrichter, interessieren. Die relativ geringe Zahl erklärt sich aus der Tatsache, dass die Selecta ursprünglich nur als Symposium gedacht war und sich gleichsam in Eigendynamik zu einer Spezialmesse entwickelt hat, die kaum beworben wurde. Das gleichzeitig in der Fortezza da Basso abgehaltene Symposium wurde von rund 200 Personen besucht. Gesucht wurden auf dieser Spezialmesse in erster Linie spezielle technische Eigenschaften, die Sicherheit bei Bränden gewährleisten.

Der Markt für flammhemmende Textilien kennt eine Fülle von Ausrüstungshilfen und Fasern. Raumtextilien aus der schwer entflammbaren Faser Trevira CS von Hoechst verzeichnen jährlich starke Zuwachsraten, denn die Faser ist permanent flammhemmend und problemlos in der Verarbeitung. Sie hat bereits in 13 Gardinen- und Dekokollektionen sowie in drei Möbelstoffsortimente von Schweizer Herstellern Eingang gefunden. Auch auf der «Selecta» wurden Textilien aus Trevira CS in den Kollektionen führender Hersteller angeboten.

Veranstalter und Aussteller wollen diese neue Messe für flammhemmende Textilien im Rhythmus von eineinhalb bis zwei Jahren durchführen. Der nächste Termin steht derzeit noch nicht fest. Auch das Symposium soll dann weitergeführt werden. R. Z.

STICHTAG 7. NOVEMBER 1987:

DESIGNERS' SATURDAY SCHWEIZ

Am Interior Design Interessierte werden sich den ersten Samstag im November reservieren: der Designers' Saturday, eine amerikanische Erfindung, hat in der Schweiz Premiere. Die Idee wurde zuerst in New York realisiert; das samstägliche Stelldichein einer Sparte hat inzwischen Tradition auch in London, Brüssel, Amsterdam, Stockholm und Düsseldorf. Hinzu kommt nun der «Raum Langenthal».

Was aber ist überhaupt der Designers' Saturday? Es handelt sich dabei um eine eigenständige Fachveranstaltung der Inneneinrichtungsbranche, die sich von einer Fachmesse grundsätzlich unterscheidet, weil der «Aussteller» nicht an einen Messeplatz disloziert, sondern gewissermassen bei sich zu Hause empfängt.

Die Veränderungen am Markt hatten dazu geführt, dass immer mehr Einrichtungsfirmen permanente Showrooms bezogen. Die Öffnung dieser Showrooms einmal im Jahr an einem Samstag als Kontaktstelle und Informationsdrehscheibe für Designer, Architekten, Innenarchitekten, Produktegestalter und Produzenten, also Anbieter und Anwender, erklärt den Begriff. Die Schweizer Version des Designers' Saturday bekommt einen leicht veränderten Charakter insofern, als die beteiligten sieben Firmen die Profis der Schweizer Design-Szene gleich in ihre Fabriken einladen, deren Standorte nahe beieinander im Oberaargau liegen.

Von den sieben Initianten, die der Wohnkultur auf anspruchsvollem Niveau verpflichtet sind und die dem Schweizer Design neue Impulse vermitteln, zählen vier zur Heimtextilienbranche. Zwei Firmen vertreten die Sparte der Dekorations- und Möbelstoffe – Création Baumann Weberei und Färberei AG, Langenthal, sowie Möbelstoffe Langenthal AG –, zwei Unternehmen sind Teppichhersteller – Ruckstuhl AG, Langenthal, und Teppichfabrik Melchnau AG. Ausserdem gehören der kreativen Gruppe die Sitzmöbelfabrikanten Girsberger und Stega sowie Glas Trösch AG an. Alle diese dynamischen Unternehmen aus der gleichen Region sind exportorientiert, und sie sind willens, den Ruf der Schweizer Qualität und Kreativität zu vertiefen und zu verbreiten. Zum Beispiel mit dem Designers' Saturday. – J. F.

SCHEITLIN + BORNER

IM SPIEGEL DER ZAHLEN

Die Leinenweberei Scheitlin + Borner AG in Worb, die 1630 von Jakob Fankhauser in Burgdorf gegründet wurde, beschäftigt heute in Produktion, Verwaltung und Verkauf 100 Angestellte. Im Bereich der Gastro-Textilien gehört das Unternehmen zu den führenden Markenartikel-Herstellern und beliefert weltweit renommierte Gastbetriebe, bekannte Grossverteiler und Warenhäuser. Die Marke S + B bürgt denn auch für Tisch-, Küchen-, Bad- und Bettwäsche von höchster Güte in Reinleinen, Zwirnhalbleinen und Baumwolle.

Der Exportanteil der Produktion beträgt rund einen Drittel. An der Spitze der Export-Absatzmärkte steht England mit 25 Prozent, gefolgt von Far East, Deutschland und Österreich mit je 15 Prozent, Middle East mit 10 Prozent, USA und Skandinavien mit je 5 Prozent und diverse Länder mit zusammen 10 Prozent.

Die Gründung des Unternehmens liegt 357 Jahre zurück. Unter wechselnden Besitzern und daher angepasster Namensgebung hat die Firma eine stete Entwicklung durchgemacht. Der heutige Firmenleiter und Inhaber Peter Borner fusionierte 1979 seinen Familienbetrieb, die Bunt- und Leinenweberei Borner AG, mit der Scheitlin Worb AG, die seit 1891 im Besitze der Familie Scheitlin war. Nach dieser Fusion stand P. Borner vor der schwierigen Aufgabe, zwei Unternehmensphilosophien zu verschmelzen, drei Produktionsstätten und diverse Lagerorte zu koordinieren. Eine Umstrukturierung drängte sich auf.

Mit dem «Projekt 81», einer detaillierten Marketingstudie, wurde das Unternehmen schliesslich völlig umorganisiert und in den folgenden drei Jahren neu aufgebaut. Besitz und Güter wie Liegenschaften, Land und Wald, der Ausrüstbetrieb und die Grosswäscherei, die nicht direkt zur Ertragskraft des Betriebes beitrugen, wurden veräussert. Die freigewordenen Mittel wurden dann uneingeschränkt und gezielt für die Modernisierung eingesetzt.

Die Firma, die ein Aktienkapital von 1 250 000 Franken ausweist, verfügt heute über eine gesunde Finanzierung. Nur mehr rund 20 Prozent der Bilanzsumme sind kurzfristige Verpflichtungen, 30 Prozent sind langfristige Verbindlichkeiten (Hypotheken) und 50 Prozent sind Eigenmittel ohne Berücksichtigung der stillen Reserven. 1984 konnten auch erstmals wieder schwarze Zahlen geschrieben werden, was sich seither nicht mehr geändert hat.

Der Jahresumsatz 1986 betrug 12 Millionen Franken, und der Pro-Kopf-Umsatz der gesamten Belegschaft steigerte sich im gleichen Zeitraum von 1978 mit 56 000 Franken jährlich auf 130 000 Franken heute.

Mit Werbung, Mailings und Seminaren wurde nun im vergangenen Jahr eine weitere Phase des «Projektes 81» in Angriff genommen.

Mit einem geplanten Um- und Neubau möchte Peter Borner nun auch das äussere Erscheinungsbild dem inneren Wandel seiner Firma anpassen. Dabei hat der dynamische Unternehmer seine Zielsetzung für die Zukunft klar definiert: «Wir wollen nicht die grösste, dafür aber die beste Firma unserer Branche sein.» G. R.

«DESIGN 87»

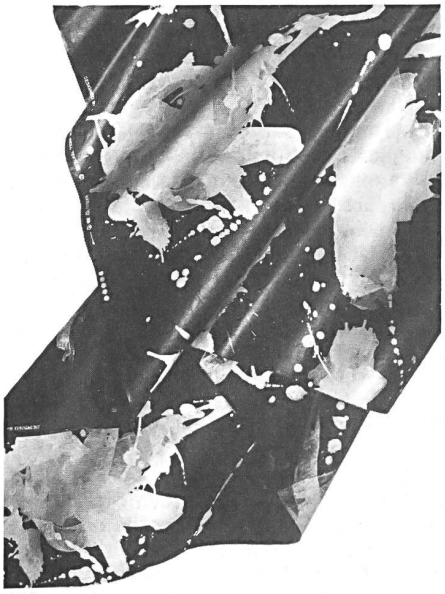
AUSWAHL DES DESIGN CENTER STUTTGART

Jedes Jahr trifft das Design Center des Landes Baden-Württemberg eine Auswahl unter den neu auf den Markt gebrachten industriellen Produkten, die als gute Entwürfe ausgezeichnet werden. Zum ersten Mal war dieser Wettbewerb für das «Design 87» auch ausländischen Herstellern zugänglich. Von 564 Firmen wurden der Jury 1698 Produkte zur Begutachtung unterbreitet, davon erhielten 366 Entwürfe von 218 Fabrikanten das begehrte Prädikat eines gut gestalteten industriellen Produktes.

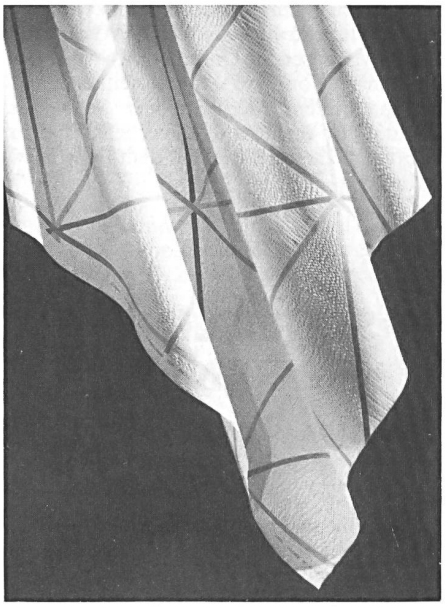
Ledersitzmöbel, entworfen von Kurt Ziemer für DeSede of Switzerland.

Innovative Polstermöbel von DeSede

Die Auszeichnung «Design 87» fiel einer Polstermöbelserie DS-135 aus Leder zu, die der deutsche Entwerfer Kurt Ziemer für DeSede of Switzerland geschaffen hat. Ausschlaggebend waren gleichermassen visuelle wie funktionelle Kriterien, aber auch der innovative Charakter. Formale Basis für das eigenwillige Sitzmöbeldesign ist der Zylinder, der in Segmenten elegant zusammengefügt wird. Eine Besonderheit stellt der Verzicht auf Nähte an den Lederoberflächen dar. Die Sitzgruppe mit Fauteuil und Sofa ist eine originale Antwort auf aktuelle postmoderne Tendenzen im Interior-Design.



Vorhangstoff «Vulcano» von Jürgen Reichert für Knoll International.



Dekorationsstoff «Screen» von Klaus Dombrowski für Knoll.

Künstlerische Fensterkleider von Knoll

Gleichfalls prämiert vom Stuttgarter Design Center wurden drei Vorhangstoffe von Knoll International, die durchaus künstlerische Ambitionen hegen. «Pittura» und «Vulcano», entworfen vom deutschen Maler Jürgen Reichert, sind in grosszügigen Pinselstrichen oder in tachistischer Manier gemalt und zeigen raffinierte Farbspiele. Ein neuartiges Gravurdruckverfahren ermöglichte die originalgetreue Wiedergabe von Reicherts malerischer Handschrift.

Klaus Dombrowski, Professor für Produktgestaltung an der Folkwangschule in Essen, hat schon vor Jahren für Knoll Druckstoffe entworfen. Seine Arbeiten zeichnen sich durch einen klaren, grafischen Stil aus. Auch der prämierte Vorhangstoff «Screen» ist grafisch dessiniert. Die Kombination zweier Drucktechniken in Verbindung mit einer Spezialausrüstung bewirkt einen Searsuckereffekt. Der Metall-Lackdruck, im Licht schimmernd, wird im Gegenlicht zur Grafik.

TERSUISSE IN DER RAUMFAHRT

WELTRAUM-AMBITIONEN

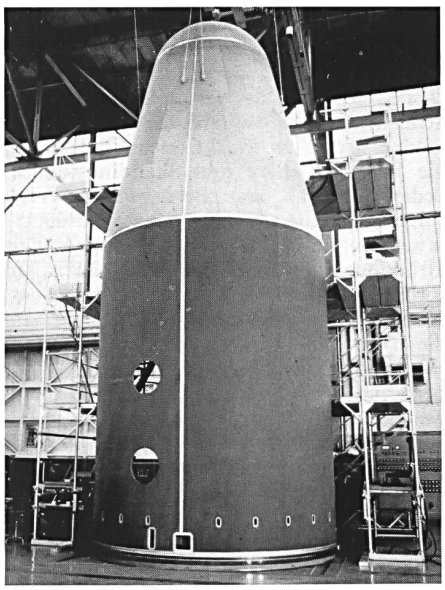
In Form eines Spezialschlauches aus Tersuisse Filamentgarn ist die Viscosuisse SA in den Weltraum vorgedrungen.

Was sich wie eine griffige Schlagzeile anhört, ist eine eher nüchterne Angelegenheit einer hochspezialisierten Industrie im Bereich der technischen Textilien. Vor einiger Zeit begann die eben 100jährig gewordene Firma Growag in Luzern, die insbesondere mit der Herstellung von Artikeln zur Brandbekämpfung befasst ist, mit der Fabrikation des Spezialschlauches für die Nutzlastverkleidung der Ariane-Rakete. Dafür benötigte sie ein spezielles Material, da der Schlauch enormem Druck standhalten muss. Nach Versuchen mit verschiedenen Fasermaterialien fiel der Entscheid für die Viscosuisse in Emmenbrücke als Garnlieferant. Das in Kette und Schuss eingesetzte Fasermaterial ist endloses, hochfestes Tersuisse (PES) Filamentgarn, dtex 1100.

Der Spezialschlauch ist zwischen die beiden Schalenhälften der Nutzlastverkleidung eingebettet, bzw. gefaltet. Im Schlauch sind wie auf einer Perlenschnur aufgereihte Sprengkapseln eingebaut. Anschliessend werden die Schalen zusammengenietet. Nach Erreichen der vorgeschriebenen Flughöhe erfolgt die Zündung. Sie baut in einer Millisekunde einen hohen Gasdruck auf und der Schlauch entfaltet sich. Dieser muss den einen Druck von mindestens 30 bar aushalten und in der Lage sein, sämtliche Nieten der Verschalung auf einmal durchzutrennen, um die Verkleidung abzustossen. Anschliessend wird die mitgeführte Nutzlast in die gewünschte Umlaufbahn gebracht.

Die wichtigsten Anforderungen: so leicht wie nur möglich, präzis und mit strengen Toleranzwerten gefertigt. Der Schlauch ist innen mit einem synthetischen Gummi verkleidet und hat 50,8 mm Durchmesser. Dieser Gummischlauch wird nach einem hauseigenen Verfahren auf das Trägergewebe aufgebracht.

Bei allen bisherigen 18 Missionen der Ariane, die in Kourou, Französisch-Guayana, gestartet wird, hat der Schlauch funktioniert. Weitere 40 Starts sind bis 1995 noch geplant. Verantwortlicher des Projekts ist die ESA, die European Space Agency mit Sitz in Paris.



Die fertig zusammengesetzte Nutzlastverkleidung. Zwischen den beiden Schalen ist der Tersuisse-Schlauch eingelegt.

VERNISSAGEN FÜR DEKORATIONSSTOFFE

Seit der letztjährigen Première an den «Incontri Venezia» hat sich um die Wohntextil-Kollektion «I Rilievi di Gianni Versace» einiges getan. Der weltweite Vertrieb via Tochtergesellschaften von Christian Fischbacher konnte erfolgreich gestartet werden. Nun galt und gilt es, gemeinsam mit den ausgewählten Kunden die Konsumenten auf die Kollektion aufmerksam zu machen.

Als wichtiges Marketing-Instrument betrachtet man bei Christian Fischbacher Vernissagen bei Pilotkunden, national und international. In Zürich fand bei Cuno Hasler eine Sonderschau statt, die – mit grosszügiger und phantasievoller Präsentation der Dekorationsstoffe für Vorhänge, Bettüberwürfe, Polstermöbelbezüge und Wandbespannungen sowie Anwendungsbeispielen – dem Konsumenten das breite Spektrum dieser Kollektion vorführte. Bereits konnten auch erste Beispiele der zweiten Kollektion gezeigt werden – zu den Matelassés, Gaufrés und plissierten Jacquard-Geweben gesellten sich Ottomans, die dem Namen «I Rilievi» ebenfalls entsprechen, sowie neue, frische, leuchtendere Farben.

Die Vielseitigkeit der Kollektion, den breiten Anwendungsbereich zu unterstreichen und zu ermöglichen, ist wichtiger Bestandteil des Marketing-Konzeptes von Christian Fischbacher. Man legt Wert auf eine ausgewählte, «handverlesene» Kundschaft, die die gesamte Kollektion führt. Hauptsächlich sind es – im In- und Ausland – Inneneinrichter und Möbelfabrikanten, die dieses vielseitige «Rohmaterial» kreativ, fern aller Uniformität anzuwenden verstehen.

I. M.

Italienisches Sofa aus hellem Holz, handgearbeitet. Sitzbezug «I Rilievi di Gianni Versace». Christian Fischbacher Co. AG, St. Gallen

FISCHBACHER BAUT

NEUBAU FÜR DIE DEUTSCHE TOCHTER

Die Wuppertaler Unternehmung als Tochtergesellschaft der Christian Fischbacher & Co. AG unter der Leitung von Peter Schneider hat die Aufgabe, nebst dem wachsenden deutschen Markt auch Frankreich, die Benelux-Länder und Skandinavien zu bedienen. «Das neue Betriebs- und Verwaltungsgebäude ist die grösste Auslandinvestition der Fischbacher-Gruppe seit der Gründung der Firma 1819», stellte Christian Fischbacher anlässlich der Einweihung des Neubaus fest. «Ermuntert wurden wir zu dieser Investition durch die geradezu stürmische Umsatzentwicklung hier in Wuppertal: seit 1984 ist der Umsatz um nicht weniger als 45 Prozent gestiegen.»

Der Neubau im Simonshöfchen in Wuppertal kostete samt Grundstück 3,6 Millionen DM.

Der gesamte Komplex besteht aus einem Betriebsgebäude mit Lager- und Produktionshallen und einem zweigeschossigen Bürotrakt mit Cafeteria und Schauräumen. Hiermit sind jetzt die erforderlichen Kapazitäten dank einer vorausschauenden Planung vorhanden. Gleichzeitig wurde Vorsorge getroffen, dass die bestehenden Flächen jederzeit problemlos erweitert werden können.

Die Fassade des Verwaltungsgebäudes präsentiert sich in einer harmonisch-eleganten Farbkombination aus Blau und Weiss. Diese setzt sich konsequent auch in der Innenarchitektur fort. Als modeorientiertes Unternehmen richtet man bei Christian Fischbacher ein besonderes Augenmerk auf solch durchgestylte Optik.

Das computergesteuerte Hochregallager hat eine Kapazität von 15 000 Rollen. Mit zwei 40 m langen Regalschluchten für eine Lagerhöhe von 9,50 m bietet es ausreichend Platz für die gesamte Kollektion. Es besteht die Möglichkeit, eine dritte Regalschlucht im Baukastensystem anzubauen. In der zweiten Halle des Betriebsgebäudes ist auf 1300 m^2 die Produktion untergebracht. Für zukünftige Kapazitätserfordernisse kann sie um 650 m^2 erweitert werden. In dieser Halle sind Wareneingang und Warenausgang, die Musterei, der Zuschnitt und die Konfektionsabteilung eingerichtet.

Das neue Betriebs- und Verwaltungsgebäude Christian Fischbacher GmbH, Wuppertal.

Der neue Eingang am alten Firmensitz von Christian Fischbacher Co. AG in St. Gallen.

Altes Haus mit neuem Eingang

Das alte Geschäftshaus von Christian Fischbacher an der Vadianstrasse in St. Gallen wurde geschmackvoll renoviert. Das Bauwerk ist bescheiden, nicht mehr als ein Umbau des Erdgeschosses und Untergeschosses in einem bestehenden Gebäude. Von aussen sind nur zwei neugestaltete Eingänge in der schönen spätklassizistischen Fassade zu sehen. Im Innern wurden die Eingangsräumlichkeiten für Fisba und die Ladenräumlichkeiten für die Boutique La Prima neu konzipiert. Anklänge an die Postmoderne sind unverkennbar. Gleichzeitig fand eine neue Hinwendung zur historischen Bausubstanz statt.

«Die neue Türe», sagt Hedi Fischbacher, «steht als Symbol für Öffnung, mehr Transparenz, neue Dynamik und Vertrauen in die Zukunft.»