Ausgeklügelte Farbspiele

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses - Intérieur**

Band (Jahr): **- (1990)**

Heft 2

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-794369

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

TEXTILIEN FÜR DEN KÜCHENALLTAG

AUSGEKLÜGELTE FARBSPIELE

Design macht vor der Küche nicht halt. Schliesslich ist der häusliche Herd seit alters her ein Mittelpunkt im Alltag der Familie. Es ist kein Zufall, dass gerade heute, da Wohnen einen regelrechten Boom erlebt unter dem Kennwort «Cocooning», die Küche vermehrt einbezogen wird in die gestalterischen Überlegungen und auch die Wohnküche wieder zu einem aktuellen Thema vorrückt. Das spiegelt sich im grossen Angebot an ideenreicher, formschöner Ausstattung vom Geschirrschrank bis zum Kochtopf. Dass dabei Textilien, die im Umgang mit Farbe brillieren, eine akzentsetzende Rolle spielen können, beweist der Spezialist für Küchenwäsche: Meyer-Mayor AG in Neu St. Johann. Er hält viel von Kreativität, die ein ganz alltägliches Produkt aufwerten.

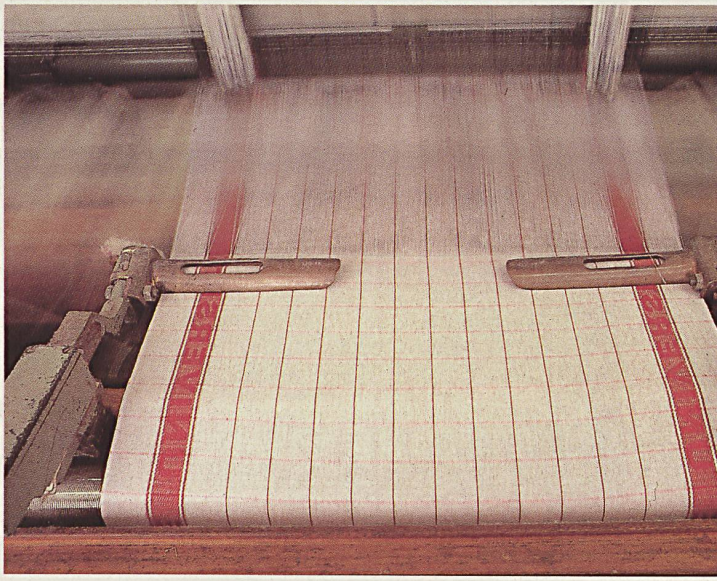
Textil hat eine lange Tradition bei Meyer-Mayor. Bereits 1830 betrieben Vorfahren eine Handweberei im luzernischen Triengen. Mitten im ersten Weltkrieg kaufte Eduard Meyer die 1857 gegründete Weberei in Neu St. Johann und setzte den Grundstein zum heutigen Unternehmen. Er modernisierte und erweiterte die Fabrik, die damals unter anderem die grossen ländlichen Taschentücher herstellte, Schritt für Schritt. 1963 übernahmen seine beiden Söhne die Firma und wandelten sie zwanzig Jahre später von der Kommandit- in eine Aktiengesellschaft um. Heute liegt die Geschäftsleitung in den Händen von Eduard Meyer-Graf.

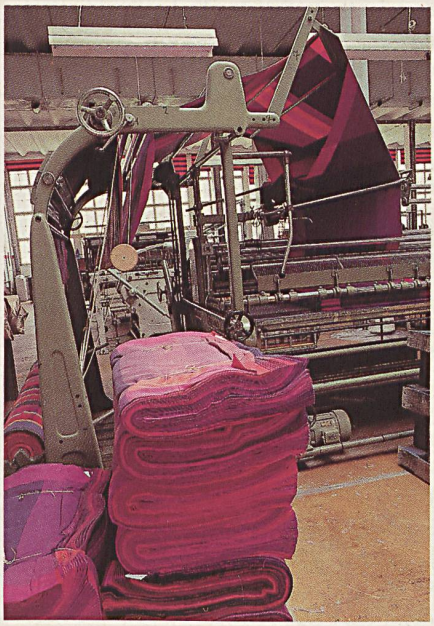
TRADITION IM FORTSCHRITT

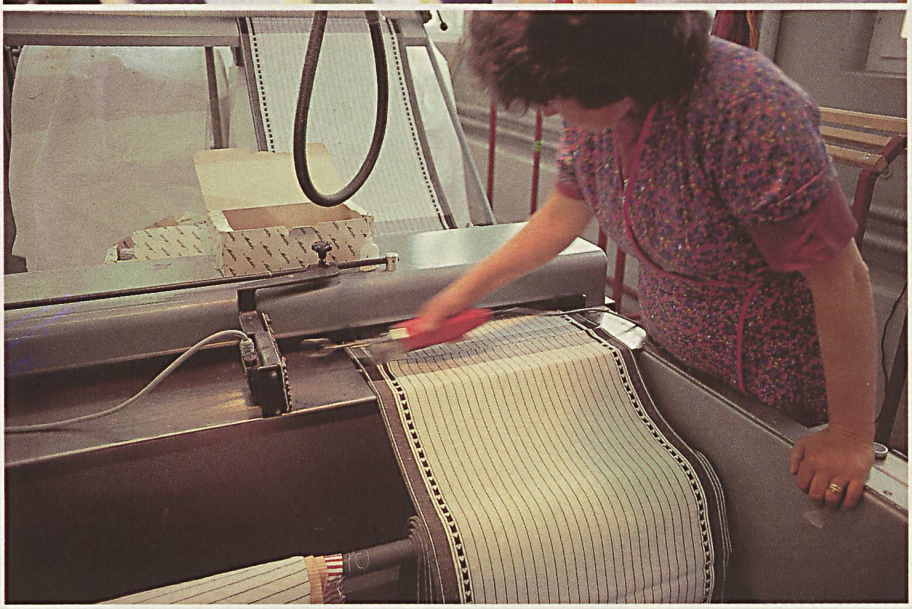
Das Familienunternehmen ist stolz auf seine Geschichte, auf die Verwurzelung seit Generationen der Familie Meyer im Textilgewerbe. Dieses Traditionsbewusstsein verstellt indessen nicht den Blick nach vorn, zumal der Standort Schweiz mit einem Produkt des täglichen Gebrauchs in der internationalen Konkurrenz eine grosse Herausforderung darstellt. Der stetigen Modernisierung des Betriebes, der heute rund 100 Mitarbeiter zählt und der grösste Arbeitgeber in der Region des toggenburgischen Neu St. Johann ist, galt seit je das Augenmerk. Füglich zu den Pionieren zählt Meyer-Mayor auf dem Gebiet der Datenverarbeitung, wurde doch schon vor fast dreissig Jahren die erste EDV-Anlage eingerichtet.
Geradezu als ein Symbol für die Verbindung von Tradition und Moderne darf eine Rieter-Francis-Turbine aus dem 19. Jahrhundert gelten, die heute wieder ihren angestammten Platz im Fabrikgebäude einnimmt, nachdem man sie revidiert und die Stromerzeugung auf den neusten technischen Stand gebracht hat. Der Generator erbringt nun eine Leistung von fast 19 Kilowatt und deckt damit etwa 13 Prozent des betriebseigenen Strombedarfes ab. Die Gegenwart kann durchaus von der Vergangenheit profitieren . . .

STRAFFUNG DES SORTIMENTES

Das herkömmliche Sortiment der Buntweberei war breit angelegt und schloss nebst Küchenwäsche auch Leintüchter, Taschentücher und Putzlappen aller Art ein. Es geriet, da es sich vornehmlich um Standardartikel mit Warenhäusern als Abnehmer handelte, zunehmend unter den Druck preisgünstiger produzierender ausländischer Anbieter. Im Zuge einer Umstrukturierung der Firma wurde die Angebotspalette konsequent gerafft. Das Thema ist nun in erster Linie die Küche mit allen textilen Artikeln, vom Geschirrtuch bis zur Tischwäsche, vom Topflappen bis zur Küchenschürze. Hinzu kommen als zweite – naheliegende – Produktelinie Gastrotextilien für Küche und Tisch. Gleichzeitig wurde die Qualität angehoben – alles «rund um Kochen und Essen» in attraktiver Gestaltung und hochwertiger Ausführung.
Modernste technische Anlagen sichern dem mehrstufigen Unternehmen mit Zwirnerei, Weberei Näherei den Anschluss an die Zukunft, was die Produktion anbelangt. Rund 300 Tonnen Garn, fast ausschliesslich Baumwolle und Leinen, werden pro Jahr zu 2 000 000 Meter Stoff verwoben; 15 000 Teile werden daraus täglich konfektioniert. Alles läuft nach rationellsten Gesichtspunkten auf technisch optimalem Stand ab. Freilich scheut man sich auch nicht, alte und entsprechend langsam laufende Webmaschinen dort einzusetzen, wo sie eine besondere Leistung erbringen – Webkanten etwa oder Zierkantenabschluss. Spezialmaschinen ermöglichen weitere Extras – passend gemusterte Trägerbänder für Schürzen beispielsweise. Das sind beson-







ders gepflegte Details, die im Verein mit der hochwertigen Qualität der Gewebe den Produkten mit dem Signet MM Anerkennung und einen beachtlichen Platz im Markt verschaffen. Der Export, den man erst vor wenigen Jahren ins Visier genommen hat, weist bereits einen Absatzanteil von einem Drittel aus.

MODISCHEN TRENDS NACHSPÜREN

Das wichtigste Argument für den Erfolg aber ist: Kreativität. Denn die Idee, die die Küchentextilien von MM aus einem umfangreichen Angebot heraushebt und der Kollektion Profil gibt, ist die vor allem farblich kreative Gestaltung der Produktepalette. Das klingt vielleicht etwas hochtrabend bei solchen in modischer Hinsicht eher einfachen Artikeln, doch investiert André Meyer ganz bewusst überdurchschnittlich viel Zeit und Geld in eine raffinierte Farbigkeit und Kombinierbarkeit des ganzen Angebotes. Wenn schon berühmte Designer wie die Mitarbeiter von Alessi sich um Wasserkessel und Brotkörbe kümmern, wenn sie dem Spaghetti-Kochtopf und der Kaffeemaschine eine neue ästhetisch ansprechende Form geben, warum sollten dann Textilien in der Küche Mauerblümchen spielen, wo sie doch Farbe als optisch wirkungsvollstes Gestaltungsmittel viel mutiger einsetzen können und dabei nicht einmal ein grosses Risiko eingehen?

Stimmen freilich muss die Modefarbgamme auch beim alltäglichen Gebrauchsartikel. Das bedingt Aufwand im Erfassen der Tendenzen, im Erspüren der Life Styles, Gewohnheiten und Vorlieben der Konsumenten. Um die Kreativität zu stimulieren, um überhaupt auf Trends frühzeitig aufmerksam zu werden, setzen sich von Zeit zu Zeit das Entwerfer-Team und Kaderleute aus dem Unternehmen mit auswärtigen Gesprächspartnern zusammen, die im weitesten Sinn beruflich mit dem Umfeld von Küche und Tisch und Design zu tun

haben. Das kann ein Architekt oder ein Modedesigner, ein Fotograf oder ein Küchenbauer sein. Bei dem nächsten derartigen Ideen-Brainstorming wird zum Beispiel unter anderen der Koch eines renommierten Restaurants seine Anregungen einbringen.

INNOVATIVE KOLLEKTIONEN

Denn viel Spielraum zur Schaffung von Blickfängen, überhaupt zur Veränderung und Erneuerung der Kollektion – letzteres geschieht einmal im Jahr – bleibt nicht. Die Formen der Küchentücher, der Topflappen und Topfhandschuhe, der Küchenschürzen sind gegeben. Lediglich Tischwäsche lässt etwas mehr Variation zu mit verschiedenformatigen Tischtüchern, Sets und Tischläufern. Für Abwechslung sorgen allenfalls Details wie witzige Stickmotive. Der Hauptpart der Innovation aber ist den ausgeklügelten Farbharmonien überbunden.

Bei Meyer-Mayor AG fotografierte Pia Zanetti

Die Devise heisst: totale Kombinierbarkeit –: leuchtende Farben harmonieren mit Pastelltönen, alle Unis gesellen sich zu Karos und Streifen von unterschiedlicher Auffassung, Tischläufer lassen sich längs und quer mehrfach übereinander legen und erzielen im Mix von Farben und Mustern immer wieder eine andere Wirkung. Der Kombinationsgedanke verleiht der Kollektion Variantenreichtum innerhalb einer klaren, geschlossenen Farbaussage. Damit profiliert sich MM im Markt und rechtfertigt seinen Platz im oberen Preisbereich. «Mode» wird auch bei Küchentextilien honoriert.

Jole Fontana