Aussergewöhnliche Dekorationsstoffe für unbegrenzte Dekorationsmöglichkeiten

Autor(en): **Fehlmann, John D.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses - Intérieur**

Band (Jahr): **- (1976)**

Heft 2

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-794606

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

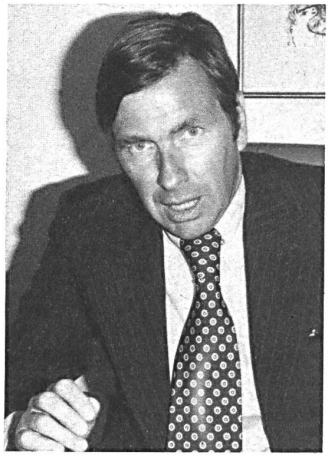
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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

http://www.e-periodica.ch

Aussergewöhnliche Dekorationsstoffe für unbegrenzte Dekorationsmöglichkeiten

Ende November letzten Jahres überraschte das Haus Abraham AG, Zürich — dessen Nouveautés auf dem Gebiet der Damenmode zu einem Weltbegriff geworden sind — mit der Nachricht, dass unter dem Firmennamen Zumsteg AG eine Kollektion von Tissus d'intérieur geschaffen worden ist, die einzigartige Möglichkeiten der Innendekoration erschliesst. Gustav Zumsteg, der spiritus rector und Verwaltungsratspräsident der neuen Gesellschaft, hat sich über dieses neue Gebiet seiner Kreativität dahingehend geäussert, dass hinter dem jetzt vorliegenden, umfassenden Sortiment an textilen Dekorationselementen eine ganze Philosophie stehe, eine Philosophie voller Charme und Harmonie, mit genügend Variationen verschiedenster Themen, um jeder Stimmung, jedem Klima, jedem Dekorationsstil, jeder Anforderung überhaupt, gerecht zu werden. Die Grundgewebe der Druckkollektion sind Toile, Panama und Chintz aus reiner Baumwolle, ergänzt durch schwere Piqués und Matelassés von absoluter Spitzenqualität in Rohware, Farbe, Druck und Ausrüstung. Die weite Skala dieser Dekorationsstoffe erlaubt somit eine individuelle Innenausstattung, die vom rustikalen Ferienhaus über das sophistische Stadthaus bis zum Stil-Intérieur und zum anspruchsvollen Objekt reicht. Über zwei Jahre intensivster Gedankenarbeit und kreativen Schaffens des Teams Gustav Zumsteg und Federico Forquet brauchte es, um dies bemerkenswerte Vorhaben zu realisieren. John D. Fehlmann, *Direktor der neuen Firma, gibt im nachstehenden Interview weitere Auskünfte über diese Zumsteg-Idee:*



John D. Fehlmann
Direktor der Zumsteg AG, Zürich

— Das Haus Abraham mit seinen Nouveautés hat sich auf dem Gebiet der Damenmode eine Position geschaffen, die kaum mehr überboten werden kann. Welche Gründe und Überlegungen bewogen die Initianten, vorab natürlich Gustav Zumsteg, nun auch im Sektor der Tissus d'intérieur Ideen zu verwirklichen?

Durch seine Freunde in aller Welt angeregt und durch den Kontakt mit Menschen — deren Wohnstil hohe ästhetische Werte verrät — immer wieder inspiriert, hat sich Gustav Zumsteg entschlossen, seine Kreativität auch auf den Dekorations-Sektor zu übertragen, zudem reizte es ihn, neben den dem raschen Wechsel unterworfenen Nouveautés der Damenmode, eine Kollektion mit einer gewissen Permanenz zu gestalten, was schon vom kommerziellen Standpunkt her wünschenswert ist.

— Nach welcher Grundkonzeption ist die Kollektion aufgebaut, und wo liegen die Schwerpunkte?

Die Zumsteg-Kollektion darf nicht als eine Zusammenfassung *einzelner* Dessins angesehen werden, sondern stellt ein *Gesamtkonzept* dar, das den Koordinationsgedanken auf eine neue Ebene lenkt. Der bis ins letzte Detail ausgefeilte Zusammenhang von Dessins, Struktur und Farbe ermöglicht die totale textile Innenausstattung jeden Raumes, also die Bekleidung von Wänden und Decke, von Fenstern und Möbeln bis zu Tischdecken, Bettüberwürfen, Kissen und Lampenschirmen. Die reiche Anzahl der Grunddessins korrespondiert mit den Composés und harmonisiert mit den Koloriten. Daraus entstehen unbegrenzte Kombinationsmöglichkeiten, auch innerhalb verschiedener Dessingruppen.
Qualitätsmässig liegen die Schwerpunkte auf den drei Grundtypen Toile, Chintz und Panama.

— Das auf geschmacklich höchstem Niveau stehende Deko-Sortiment mit seinen 80 Dessins und beinahe 300 Kolorit-Kombinationen richtet sich an eine ganz spezifische Käuferschicht. Wie möchten Sie diese definiert wissen und auf welche Weise wird den Kunden das facettenreiche Bild der ungewöhnlichen Kollektion mit all ihren Dekorations-Möglichkeiten vor Augen geführt?

Die Zumsteg-Kollektion peilt das oberste Drittel der Käuferpyramide an, deren Basis durch die Veränderung der gesellschaftlichen Strukturen immer breiter wird. Das neue Umweltdenken schliesst auch die persönliche Wohnsphäre mit ein, für die man bei der angesprochenen Käuferschicht heute recht beachtliche Investitionen unternimmt. Die Kreation einer individuell angepassten Atmosphäre gewinnt an Bedeutung, der Begriff des « best dressed home » ist mehr als ein Statussymbol. Die Realisierung dazu liefert

das Dekorationskonzept der Zumsteg-Kollektion.
Unsere Wiederverkäufer werden in einer gezielten Schulung mit der Idee der neuartigen textilen Ausstattungsmöglichkeit auf breiter Ebene bekanntgemacht, und für den Konsumenten stehen illustrative Beispiele von ausgestatteten Häusern und Appartementen in Paris, Rom, Zürich und New York zur Verfügung.

— In welchen Ländern ist der Verkauf bereits angelaufen, und welche Erfahrungen konnten aus den inzwischen entstandenen Kontakten gewonnen werden?

In der Schweiz, in Deutschland und Italien befindet sich die Kollektion schon mehrere Monate im Handel; in Amerika, wo wir eine eigene Firma dafür gegründet haben und in Frankreich verkaufen wir erst seit kurzer Zeit. Das neue Gesamtkonzept hat weltweit bereits ein erfreuliches und sehr positives Echo gefunden und gibt uns die Bestätigung, dass das von uns angestrebte Niveau internationale Gültigkeit besitzt.

Stadtwohnung, Paris

Résumé de l'article Zumsteg SA et de l'interview avec le directeur John D. Fehlmann

Le producteur zurichois de nouveautés Abraham SA s'est lancé dans le domaine de la décoration d'intérieurs en créant, en novembre 1975, la Zumsteg SA, vouée exclusivement à la création, la production et la vente de tissus de décoration d'un niveau élevé. Gustav Zumsteg, le propriétaire et président du conseil d'administration de la nouvelle entreprise a mis au point pendant deux ans, en collaboration avec le styliste Federico Forquet, une collection de tissus d'intérieur qui, par sa conception d'ensemble, est probablement unique au monde. Le riche assortiment de dessins et de coloris offre des possibilités presque illimitées pour la décoration textile d'appartements, de villas ou d'autres intérieurs très soignés, en leur donnant toujours la note et l'atmosphère voulues, dans le style personnel qu'exige une haute qualité de vie.
John D. Fehlmann, directeur de la nouvelle entreprise, a souligné, dans une interview, d'autres aspects de la collection de tissus d'intérieur Zumsteg. La conception, étudiée jusque dans ses plus infimes détails, repose sur une philosophie toute de charme et d'harmonie. Il s'agissait de concrétiser le désir de pouvoir coordonner les dessins les plus divers et des coloris harmonieusement choisis afin de réaliser un style de décoration tout à la fois moderne et classique, frais et spontané et qui devrait pouvoir rester jeune pendant des années. Les tissus imprimés, limités à quelques qualités de base et complétés par des piqués et matelassés façonnés plus lourds, seront, au besoin et selon les circonstances et la demande, enrichis de nouveaux dessins; Gustav Zumsteg, à la tête de l'équipe de dessinateurs, est la meilleure garantie d'une création toujours moderne.
La collection, qui sera diffusée par des entreprises de décoration et des commerces spécialisés triés sur le volet, est destinée au tiers supérieur de la clientèle, classe qui s'intéresse de nouveau plus fortement aux investissements destinés à l'embellissement du home. Les expériences de vente en Suisse, en Allemagne, en Italie, en France et aux Etats-Unis prouvent, après peu de temps déjà, qu'une conception d'un niveau aussi élevé est valable sur le plan international.
L'entreprise envisage en outre — à côté de la création et de la diffusion de la collection Zumsteg — de pousser la vente de procédés techniques de création sous forme de licences, comme cela s'est déjà récemment fait avec Fieldcrest pour le linge de lit et pour les tapis. Ce sont des marchés d'Amérique du Sud et d'Extrême-Orient qui sont visés.

Stadtwohnung, Paris

— Die in ihrer durchdachten Konzeption auf eine gewisse Permanenz ausgerichtete Kollektion mit teils zeitlos gültigen Dessins wird trotz ihres hohen Niveaus mit der Zeit gewissen Abnützungserscheinungen unterliegen. In welchem Rhythmus gedenkt man einzelne Muster auszuwechseln, Kolorierungen anzupassen oder letztlich die Kollektion neu zu gestalten?

Unsere Kollektion unterliegt keinem an Messetermine gebundenen Musterungs-Rhythmus. Das Sortiment wird schrittweise im Sinne des Gesamtkonzeptes ergänzt und erweitert, d.h. Permanenz und Harmonie innerhalb der Kollektion sind entscheidende Faktoren bei der Berücksichtigung von Verkaufserfahrung einerseits und der Verwertung neuer Trends andererseits.

— Wird das Grundmaterial der Stoffe vorwiegend Baumwolle bleiben oder wird man künftig Seide und Wolle beiziehen? Gedenkt man reine Synthetics auch in Zukunft völlig auszuschliessen?

Für die nahe Zukunft sehen wir als Basismaterial für die Zumsteg-Kollektion nur die Naturfaser Baumwolle, doch ist der spätere Einsatz anderer wertvoller Rohstoffe wie Wolle, Seide oder Leinen nicht ausgeschlossen. In einer — zwar noch in der Ferne liegenden — zweiten Phase wäre es möglich, dass bei einem erweiterten Sortiment auch Synthetiks verwendet werden könnten.

▷
Stadtwohnung, Paris

— Wie wir wissen, muss das Einrichtungshaus, das Zumsteg-Dekorationsstoffe führt, die Musterkollektion kaufen. Führt diese Politik zwangsläufig zu einer restriktiven Selektion, die auch die heikle Frage des Exklusivitätsanspruchs regelt?

Da die Kapazität der Einzelhandelsgeschäfte an und für sich schon in verschiedener Hinsicht limitiert ist, ergibt sich daraus zwangsläufig eine gewisse Beschränkung in der Streuung. Aus der Definition unserer Kollektion heraus kann nur das gesamte Sortiment der Dekorationselemente der Idee Genüge tun, was ein nur bruchstückartiges Angebot ausschliesst. Exklusivitäten geben wir aus Prinzip keine, denn wir sind der Meinung, dass eine gesunde Konkurrenz bessere Verkaufsresultate zeitigt und den persönlichen Einsatz verstärkt. Im übrigen wird die Selektion der Verkaufsstellen in den verschiedenen Ländern von unseren Grosshändlern nach ihren eigenen Gesichtspunkten vorgenommen.

— Die vollständige Ausstattung eines Hauses oder auch nur einzelner Räume mit Zumsteg-Dekorations-Stoffen dürfte eine eher kostspielige Angelegenheit sein. Ist der Absatz unter den herrschenden Voraussetzungen nicht sehr begrenzt; besteht dabei nicht die Gefahr einer baldigen Sättigung des Marktes?

Im Bereich hochwertiger Dekorationsstoffe ist die Zumsteg-Kollektion nicht kostspieliger als andere Produkte, die auf dieser Ebene angeboten werden. Auch ist uns klar, dass ein Angebot von hohem Niveau nie allen Bedürfnissen gerecht wird. Natürlich werden wir nur eine bestimmte Käuferschicht ansprechen, doch daraus erwächst keine Gefahr der Marktsättigung, denn selbst bei zweistelligen Millionen-Umsätzen decken wir bloss einen Bruchteil der vorhandenen Kaufkapazität.

Summary of the Zumsteg editorial and interview with John D. Fehlmann, President

In November 1975 Gustav Zumsteg established a new company called Zumsteg AG for the purpose of producing and distributing a highly sophisticated decorative fabrics line.
With this step Gustav Zumsteg, proprietor and Chairman of Abraham AG, has expanded his activity into the decorative fabrics field. In cooperation with the well known stylist Federico Forquet he has developed a line of decorative fabrics which is unique in its expression, concept and philosophy. The idea of color coordination and design association in this line is expressed in a unique and highly refined way.
During an interview, John D. Fehlmann, President of the Zumsteg AG expanded further and elaborated on the Zumsteg design concept and sales philosophy.
The very appealing and highly sophisticated concept of the Zumsteg line permits an almost limitless array of coordination possibilities between colors and designs and it offers the decorator and customer a maximum of personal and individual expression.
Fads fade and trends blur, yet the fascination with personal style always remains and this is the basis upon which this line has been developed.
It expresses a contemporary feeling yet this superbly executed concept with its refined and sophisticated coordination ideas is timeless and expresses a validity and permanence for years to come.
The line consists of two base fabrics, cotton Toile and cotton Duck and is further augmented with a few exquisite Piqués and Matelassés. All in all, it reflects the style leadership and creativity of Gustav Zumsteg, the driving force behind the world famous House of Abraham.
The products are distributed in the top segment of the decorative fabrics market. Its clientele is composed of leading interior decorators, architects and the interior design and home furnishing stores.
Currently, Zumsteg AG is operating in Switzerland, Germany, Italy, France and the United States.
Initial sales results and response to the line would indicate that this sophisticated styling concept is being well accepted internationally.
When asked about the future expansion plans of this young company John D. Fehlmann emphasized that the creativity and styling resources of Gustav Zumsteg's team would lend itself to the sale of "styling know-how", in other words licensing agreements similar to the one already concluded with Fieldcrest Inc. one of the leading towel and bed fashion producers in the United States. Specifically mentioned for such possibilities were the potential markets of Japan and the Far Eastern regions.

— Werden Sie mit der Zumsteg-Kollektion noch weitere Märkte beliefern und die Handelsbeziehungen auf andere Kontinente als nur Europa und Amerika ausdehnen?

Unsere Absicht ist — über die Kreation und den Vertrieb der eigenen Kollektion hinaus — den Verkauf des kreativen « know how » auf Lizenzbasis zu forcieren. Hier liegt für uns ein weiteres unausgeschöpftes Potential. Bereits ist ein Lizenz-Vertrag mit der Firma Fieldcrest in Amerika auf den Sektoren Bettwäsche und Teppiche unter Dach gebracht, wo wir das Gesamtkonzept auf Design-Ebene spezifisch beeinflussen. Auf dieser Basis gedenken wir in nächster Zeit noch weiter entfernte Märkte wie Südamerika und den Fernen Osten (Brasilien und Japan beispielsweise) zu bearbeiten. Ruth Hüssy

Penthouse, Rom

Riassunto dell'articolo della Zumsteg SA e dell'intervista con il Sig. John D. Fehlmann, direttore

Con la fondazione, in novembre 1975, di una nuova ditta che si consacra esclusivamente alla creazione, alla produzione e alla diffusione di stoffe d'arredamento di alta qualità, la Ditta Abraham SA, di Zurigo, specializzata nelle novità, ha preso posto nel settore dell'arredamento d'interni.
Per due anni Gustav Zumsteg, titolare e presidente del consiglio d'amministrazione della ditta, ha sviluppato, in collaborazione con lo stilista Federico Forquet, una collezione di tessuti d'interni unica nella sua concezione generale.
La ricca gamma dei disegni e delle tinte offre possibilità praticamente illimitate per l'arredamento tessile di appartamenti, case ed edifici utilitari, secondo le disposizioni d'animo, l'atmosfera, il clima e lo stile desiderato, onde conferire allo spazio personale una qualità di vita più elevata.
All'occasione di un'intervista, John D. Fehlmann, direttore della nuova ditta, ha messo in evidenza ulteriori aspetti della collezione di tessuti d'interni Zumsteg. Il modello, accuratamente elaborato fino nel minimo particolare, si è ispirato da una filosofia piena di grazia e d'armonia e presenta il concetto della coordinazione a un livello che — offrendo la possibilità di combinare i più svariati disegni con colori armonizzati — crea uno stile d'arredamento intemporaneo, giovane, moderno e classico, spontaneo e fresco, il quale conserverà la sua attualità per anni e anni.
Le stoffe a stampa, limitate a poche qualità di base e completate con piqués e matelassés disegnati, più pesanti, sono rese attuali per mezzo di nuovi motivi, secondo le esigenze delle situazioni e delle tendenze; Gustav Zumsteg, capo del gruppo di stilisti, offre le migliori garanzie per una creatività conforme alla moda.
La collezione — messa in vendita da ditte e negozi specializzati nell'arredamento d'interni, accuratamente selezionati — si rivolge a una clientela scelta, disposta ad investire di più nell'abbellimento della casa.
Già dopo un breve periodo di tempo le esperienze di vendita realizzate in Svizzera, Germania, Italia, Francia e negli Stati Uniti d'America, dimostrano che questa formula di alto livello è ampiamente giustificata sul piano internazionale.
Oltre alla creazione e alla diffusione della collezione Zumsteg, la ditta si propone di promuovere la vendita della tecnologia creativa sotto licenza, come ciò avvenne recentemente presso la ditta, Fieldcrest per la biancheria da letto e i tappeti. I mercati previsti sono situati nell'America latina e nell'Estremo Oriente.

Landhaus, Zürich