

**Zeitschrift:** Textiles suisses - Intérieur  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1983)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Kreatives kaufmännisches Denken  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-794315>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 22.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# KREATIVES KAUFMÄNNISCHES DENKEN

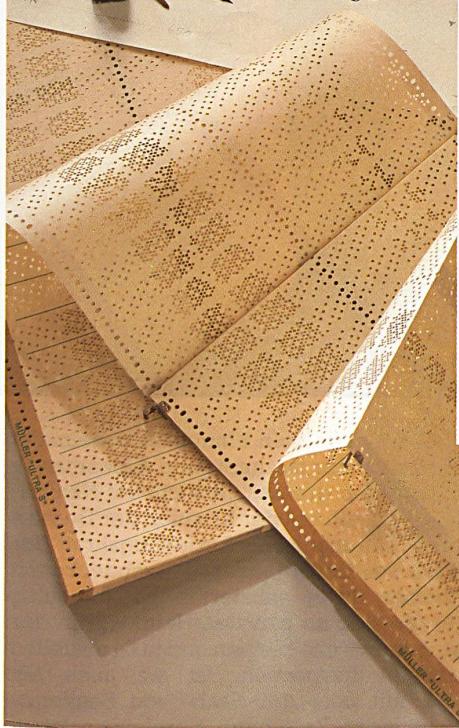
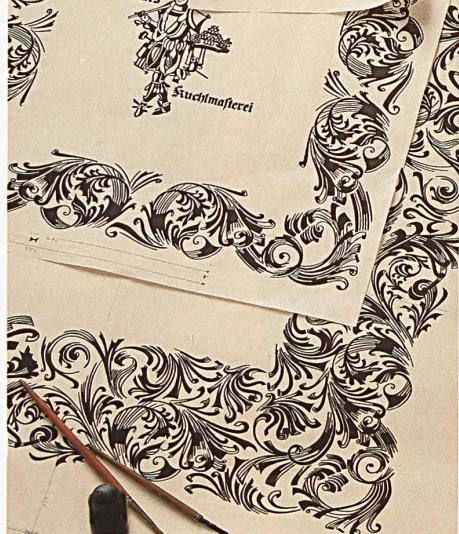


## Ansprüche des Fachhandels

Der wachsende Konkurrenzdruck zwingt auch den Handel, kreativer zu denken, nach Neuheiten zu suchen und Exklusives ausfindig zu machen. Als besonders gutes Beispiel dafür gilt das unkonventionelle Warenhaus «Ludwig Beck of Munich», von dessen ausgefallenen Ideen man immer wieder neu beeindruckt wird. Für solche Kunden stellt das reich dotierte Archiv der Scheitlin + Borner AG eine unversiegliche Quelle an Anregungen dar, die zu interessanten Neuentwicklungen führen. Die Zusammenarbeit mit dem Entwerfer- und Produktionsteam dieser Leinenweberei bringt denn auch textile Erzeugnisse hervor, welche – oft abgestimmt auf Porzellan, Besteck und Gläser – das harmonische Bild neuzeitlicher Tisch-



kultur abrunden und die Kauflust der Konsumenten anreizen helfen. Aus der kreativen Partnerschaft von Handel und Produzent resultieren jene Artikel, die sich durch ihre Exklusivität besser verkaufen lassen und den Umsatz steigern.



### Ansprüche des Gastgewerbes

Was dem Fachhandel recht ist, trifft auch auf das Gastgewerbe zu. Mit schöner Tischwäsche erreicht man jene gepflegte Ambiance, in der sich die Gäste wohlfühlen. Persönliches Engagement und kreatives Mitdenken bei der Dessinierung der Leinendecken und Servietten haben sich bei der «Kuchlmasterei», dem bekannten Wiener Restaurant, ausbezahlt. Da man sich nicht mit bedruckten Textilien zufrieden geben wollte, sondern jacquard-desinierte Leinenwäsche wünschte, wandte man sich an die S+B in Worb, wo man nach der alten Vorlage in neuer Technik die Lochkarte herstellte, mit welcher jetzt die edel schimmernde, originell gemusterte «Kuchlmasterei»-Tischwäsche gewoben wird.



SCHEITLIN + BORNER AG  
WORB