

Zeitschrift: Textiles suisses - Intérieur
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1989)
Heft: 1

Rubrik: Journal

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: 08.02.2026

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

JOURNAL

Designer's Saturday Design oder Nichtsein

So wie den Titel formuliert Enrico Casanovas von der Crédation Baumann Sinn und Zweck des 2. Designer's Saturday vom 5. November 1988 in Langenthal. 2000 Besucher, Architekten, Gestalter, Presse, Einkäufer und alle, die sich im weitesten Sinne zu den Möbeln zählen, überschwemmten die sieben einheimischen Firmen und das Schloss Thunstetten förmlich. Nach 11.00 Uhr vormittags waren die Buffets fast kahlgegessen, das Informationsmaterial ausgegangen und der Transportdienst zwischen den einzelnen Stationen ob dem unerwarteten Andrang zusammengebrochen. Der Designer's Saturday als Treffpunkt der Gestalter unter sich, als Ort der Begegnung von Produzent, Händler und dem Verbraucher, also dem Innenarchitekten oder Architekten, war ein voller Erfolg geworden. Zwar war nur bei den wenigsten Firmen für Eingeweihte etwas wirklich Neues zu sehen, aber der für einmal erlaubte Blick durchs Schlüsselloch von

Produzenten schien eine magische Wirkung auszuüben. Schade nur, dass außer Girsberger und der Teppichfabrik

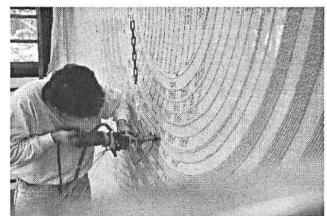


Der Riesenstuhl der Firma Dietiker galt weitherum als sichtbares Symbol für den zweiten Designer's Saturday.

Melchnau niemand den Schritt zur Öffnung der Produktion gewagt hatte. Da mögen wohl Kosten- und Personalgründe eine entscheidende Rolle gespielt haben. In Melchnau drängten sich die Besucher um die «Handtufting-Maschinen». Selbst der Designer Marcello Morandini, Entwerfer einer ganzen Teppichkollektion, sah zum erstenmal, wie seine Teppiche hergestellt werden.

Auch Crédation Baumann packte die Gelegenheit beim Schopf und ließ die Besucher einen Blick hinter die Kulissen tun. 30 neue Stoffe werden bei Baumann pro Jahr entwickelt. Am Designer's Saturday zeigten sie die Kollektion 89, und zwar sowohl die Entwicklung am Design-Computer als auch die erste Umsetzung der Stoffidee am Handwebstuhl. Schade, dass vor allem manche Gastfirmen sich damit begnügten, ganz einfach ihre Produkte zur Schau zu stellen. Vielleicht war es nicht nur für Besucher, sondern auch für die Aussteller eine Überforderung, so kurz nach der Berner Möbelmesse und nach Mailand sich schon wieder präsentieren

zu müssen. So ist die Idee sicher richtig, den Designer's Saturday nur noch alle zwei Jahre stattfinden zu lassen. Zwar ist kein weiterer Ausbau mehr geplant, immerhin waren heuer mit den sieben Gründerfirmen Crédation Baumann, Möbelstoffe Langenthal AG, Rückstuhl AG, Teppichfabrik Melchnau AG, Stegemann, Glas Trösch AG und der Girsberger AG und den Gastfirmen Denz + Co. AG, Dietiker AG, de Sede AG, Christian Fischbacher Co. AG, Lista AG, Strässle Söhne AG, USM, Swisslamps International, Franz Schneider Brakel und der Wogg AG 17 Firmen zu besuchen. C.B.



Bei der Teppichfabrik Melchnau war die Produktion der handgetufteten Teppiche zu besichtigen.

Schweizer Möbelmesse Bern

«Design ist unsichtbar»

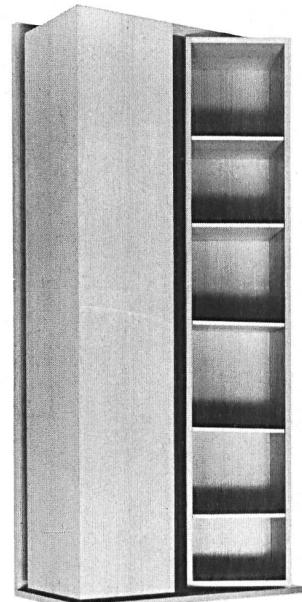
Diese Feststellung des Soziologen Lucius Burckhardt ist eine zweideutige Aussage, zumindest in bezug auf eine Messe. «Design ist unsichtbar» kann die Abwesenheit jedwelcher ästhetischer Qualität bezeichnen. Lucius Burckhardt hat damit aber wohl eher gemeint, dass Design niemals Endprodukt, sondern vielmehr Prozess sein soll, und dass nichts, aber auch gar nichts nur um des Design willen entworfen werden soll.

Die Sonderschauen im Rahmen der im Herbst in Bern durchgeführten Schweizer Möbelmesse «Impulsprogramm Holz», «Design 88 – Schule und Praxis» und die Ausstellungen der Möbelauszeichnungen 1988 der Vereinigung Schweizer Innenarchitekten VSI versuchten diesem An-

spruch gerecht zu werden. Die Schauen bildeten im übrigen in Abwesenheit des Forum kreativer Fabrikanten, das nur noch alle zwei Jahre stattfindet, eine willkommene Ergänzung zur traditionellen Messe. Auch die schweizerische Möbelindustrie sieht sich einem Strukturwandel gegenüber. Teilweise zeigen sich dabei Parallelen zu anderen Wirtschaftszweigen, etwa die zunehmende Bedeutung von Design, wie in der Uhren-, Schmuck- und Bekleidungsbranche. Auf der anderen Seite gibt sich der Wandel bei den Möbelherstellern aber auch branchentypisch, etwa in der zunehmenden Bedeutung des Objektmarktes oder im Kampf um das obere Marktsegment. Herr und Frau Schweizer geben im Durchschnitt Fr. 270.– pro Jahr für Möbel aus und rangieren damit hinter den Bundesdeutschen an zweiter Stelle. Aber, und das schmerzt die schweizerische Möbelin-

dustrie, nur gerade jeder vierte Franken wird in ein einheimisches Produkt investiert. Die schweizerische Möbelindustrie und mit ihr alle Zulieferer werden also um ihren Marktanteil kämpfen müssen. Zur Profilierung gegenüber den ausländischen Konurrenten präsentierte sie in Bern zum erstenmal das neue Label «Crédation suisse». Dahinter stehen, so der Präsident des SEM, Kurt Babst, schweizerische Eigenschaften – Leistungsfähigkeit, Kundendienst, Innovationsbereitschaft, Produktempfertigung und eine hochwertige Materialverarbeitung. «Crédation suisse» sei, so der neue Messe- und SEM-Direktor Hans U. Möhr, die Antwort der schweizerischen Möbelindustrie auf die Importe aus Billiglohnländern. Ob da allerdings ein neues Label genügt, das wird sich weisen müssen. Auf jeden Fall ist der Weg der Sonderschauen ein gangbarer Weg, zusätzlich auf die Aus-

Ein drehbarer Schrank aus Holz von Max Suter, Brugg, entworfen.



JOURNAL



Der Klappisch wurde von Franz Giger und Edith Meier gestaltet. Das Tischblatt ist kunstharzbeschichtet, das Gestell farbig lackiert.

Sowohl beim einzelnen Polstermöbel wie auch bei ganzen Eckgruppen ist der Kissen-Look aktuell. Entwurf Däpp-Design-Team.



den Etablierten, die vom VSI gleich nebenan geehrt wurden, als flüssig.

Ausgezeichnet hatte der VSI dieses Jahr nicht nur funktional und konstruktiv gut gestaltete Möbel, sondern den Schwerpunkt bewusst auf den Bereich Wohnen und Arbeiten gelegt. Die ausgewählten Möbel sind sowohl im Arbeits- als auch im Wohnbereich an-

wendbar. Fast ausschließlich handelt es sich um Systemmöbel, wie ein Klappischprogramm, entworfen von Ludwig Rohner für die Wogg AG, oder das Programm «Cre-Activ», gezeichnet von Urs und Carmen Greutmann-Bolzern. Erwähnenswert als multifunktionales Einzelobjekt ist der Armlehnstuhl «Alu 3» von Kurt Thut. C.B.

stellung aufmerksam zu machen. Immerhin wurden im Verlauf der fünf Messetage 7400 Besucher verzeichnet. Wohnen ist ein entscheidender Teil unserer Kultur. Und zur Kultur gehört nicht zuletzt auch die Förderung des Nachwuchses. 19 Studentinnen und Studenten der Basler Fachklasse für Innenarchitektur, Produkt- und Baugestaltung hatten eine Idee und das Konzept der Ausstellung «Wohnen in Zukunft» gemeinsam mit ihren Lehrern erarbeitet. Und das Wohnen der Zukunft beginnt

heute. Diesen Satz hatten Absolventen der erwähnten Fachklasse und der Schule für Gestaltung in Zürich mit fertig produzierten Kollektionen oder Einzelstücken in die Tat umgesetzt. Noch war nicht jeder Entwurf ausgereift, noch bedarf es der einen oder anderen zusätzlichen Idee. Aber bei gewissen Entwerfern wie bei Hanspeter Weidmann mit seinen Schuhkippen oder bei Florin Baeriswyl und Christof Wüthrich mit ihrem Büro-Containerprogramm «dai design» zeigten sich die Grenzen zu

se der kurzen Wege zu machen, hat ihre Tore zwischen dem 11. und 14. Januar 1989 für die abgepassten Teppiche wieder geöffnet und über 200 neue Aussteller aus 30 Ländern dazugewonnen. Mit spezifischen Trendpräsentationen will man das Angebot für den Fachbesucher transparent machen. Mit der konsequenteren Ausrichtung auf Internationalität ist die «heimtextil» bemüht, ihre Position als Weltmarkt des textilen Wohnens zu behaupten. Ein vergrößertes Flächenangebot erleichtert den 1830 Ausstellern aus 50 Ländern die Präsentation.

Die Deutsche Messe AG in Hannover wiederum hat der Teppichbranche nicht nur unbegrenzte Flächenkapazitäten zur Verfügung gestellt, vielmehr ist es ihr gelungen, den seit geraumer Zeit verunsicherten

Messemarkt für Teppiche und Teppichböden mit der «domotex hannover» neu zu ordnen. Über 500 Aussteller werden zur Eröffnung (9. bis 12.1.1989) erwartet. Die Schweiz konnte mit 23 Ausstellern gleich den dritten Ausländerplatz hinter dem Leader Belgien und den Niederlanden belegen. Ein interessantes Rahmenprogramm mit Sonder schauen ist speziell auf den Handel abgestimmt.

Das Kopf-an-Kopf-Rennen wird aber sicher nicht auf der Ebene der Sonderschauen und nicht am Umschlagplatz Design entschieden, sondern in der Umsetzung des Messekonzeptes. Für Frankfurt stellt sich die Frage, ob die «heimtextil» weiterhin den Markt in seiner gesamten Breite und Tiefe widerspiegelt, so dass der interessierte Fach einkäufer in die Mainmetropole kommt, bzw. dort bleibt.

Die Deutsche Messe AG jedenfalls lässt keinen Zweifel daran, dass sie auf die Einkäufer aus aller Welt setzt und ihr Know-how und Instrumentarium, das Hannover zum weltweit führenden Messeplatz gemacht hat, auch für «domotex» einsetzt. Dazu gehört zum Beispiel ein Netz von Repräsentanzen, das rund 60 Länder umspannt. Ein Vorteil für beide Messen aber ist sicher der überlappende Termin, denn ohne größeren Zeitverlust können beide von den internationalen Einkäufern besucht werden. Hannover hat Frankfurter Fehler optimal für sich genutzt – es darf konkurrenzieren werden. Der Countdown läuft. R.Z.

Gespaltener Messemarkt

Der Countdown für die Heimtextilfachmessen, die traditionsreiche «heimtextil» in Frankfurt und der Newcomer «domotex» in Hannover, läuft. Für die Veranstalter in der Mainmetropole gilt es, nach dem Exodus von rund 500 Bodenbelagsunternehmen verlorenes Terrain zurückzugewinnen und klare Akzente in einer Neukonzeption zu setzen. Der «domotex» eröffnet sich die Chance, sich innerhalb eines halben Jahres zur weltweit grössten Teppichfachmesse zu entwickeln.

Die Fronten sind abgesteckt. An Aktivitäten der beiden Messegesellschaften, der Messe Frankfurt GmbH und der Deutschen Messe AG in Hannover, fehlt es nicht. «heimtextil» versucht, über eine Neuordnung des Angebots Frankfurt zu einer Mes-

JOURNAL

Wechselbeziehung von Kunst und Interieur

Die Zukunft der Heimtextilien zeichnet Alfred Abele, Chefdesigner der Bayer AG, in harmonischer Farbigkeit, wobei Hell-Dunkel-Wirkungen und Kalt-Warm-Spannungen die Trendthematik 1989/90 ausleuchten. Transparente und fein abgestimmte Natur-Nuancen spiegeln eine künstlerische Sensibilität und Ausdrucks-kraft, die das wiederentdeckte Farbempfinden in der Gestaltung zeitgemäßer Heimtextilien, Möbel und Interieurs weiterentwickelt. Ganz klar sieht Abele eine Wechselwirkung zwischen Wohnen und Mode, denn letztere ist Ausdruck des Zeitgeistes; Antrieb, permanenter Wandel, Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zugleich. Mode ist beim Interieur genauso relevant wie in der Bekleidung – an der Wechselwirkung zwischen Wohnen und Mode besteht kein Zweifel.

In der Saison 1989/90 dominieren transparente Farben, perlmuttartig oder von der nebligen Sanftheit eines Bildes von Turner. Pointillistische Ideen, weiche Gold/Gelbnuancen, die monochromen Farbabläufe eines Yves Klein oder die exotischen Impression-



Grossrapportig gemusterte Decken von Biederlack, Greven

nen eines Paul Gauguin mischen mit. Wiederentdeckt sind Kunsthandwerk und Kunst. Art-Work prägt den Stil, wobei man ungeniert auf die 30er und 50er Jahre zurückgreift, sich von Gaudi, Mackintosh oder Hoffmann inspirieren lässt oder sich an Memphis und Alchimia anlehnt. Bei den Möbelstoffen haben Flachgewebe die Vorreiterrolle mit kleineren, gut abgebundenen Musterideen, Allover-Geometries und Gobelins-Variationen übernommen. Große Anstrengungen kennzeichnen aber auch den Velours-Bereich, wobei das Material die Weichheit der Colorits unterstreicht und sanften Lüster betont. Jacquards und Schaftmuster bis hin zu bedruckten und geprägten Velours signalisieren das Neue. Decos und Gardinen präsentieren sich feinfädig, zeigen Bindungseffekte und Farbspiele. Jacquards und Schaftmuster rangieren vor geometrischen Bildern. Florale, malerisch aufgefasste Motive und Farbabläufe erweitern neben strenger interpretierten grafischen Ideen das Spektrum abgepasster Teppiche. Sie integrieren sich mit weichen Farbharmonien elegant ins neue Interieur. R.Z.

Hoechst AG

Tendenzen 1990

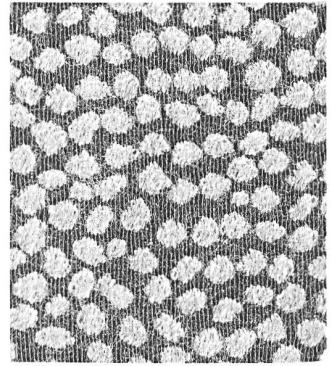
Transparentes Wohnen: Dies ist das Signalwort der kommenden Jahre für die Abteilung Heimtextilien bei Hoechst. Diesem Trendmotto sollen sich Vorhänge, Möbelstoffe, Teppiche unterziehen und in bezug auf Material, Farbe und Dessin anpassen. Die Stichworte sind dabei leicht, luftig, lichtdurchflutet und damit heller. Für den jungen Markt gibt man sich dezidiert, nämlich farbkräftiger, auffallend und leuchtend. Aber auch Kontraste zeichnen sich ab, die ganz bewusst für die verschiedenen Käufergruppen entwickelt wurden. Für die kon-

formistische Generation ist kühl Eleganz mit einem Trend zur luxuriösen Optik angesagt, aufwendig an Material, vornehm und zurückhaltend in den Farben, dabei harmoniebetont und reich. Ganz anders sieht es bei der stark wachsenden Gruppe der jungen, anspruchsvollen Individualisten aus, deren Wohnstil von aggressiven und raumbeherrschenden Farben, innovativen Qualitäten und blickfangendem Design geprägt wird. Vorhänge werden feiner und leichter. Eine Art Disco-Atmosphäre wird mit fluoreszierenden oder phosphori-sierenden Farben erzielt. Der Teppich übernimmt eine harmonisierende Aufgabe und gibt

sich dichter, schwerer, hochflossiger. Teppich-Inseln vermitteln Behaglichkeit, lassen sich in Bezug auf Form, Farbe und Design zu interessanten Elementen entwickeln. Unis mit feinen Mustern treten vermehrt auf. Das Farbangebot liegt zwischen Schneeweiss und Tiefschwarz, geht von grellen und abgetönten Gelbs hin zu Pink und Rot, zeigt Mint bis Grün und Neonblau bis Marine. Die Möbelstoffe folgen dem futuristischen Möbeldesign: Flachgelegte Flore, extrem hohe Flore aus sehr feinen Garnen und Filamenten, aufgeschnittene Flore oder Flor-Inseln als Muster werden gefragt sein. Jacquards oder Drucke zeigen sich grosszügig, farbenfroh, spiele-

risch aufgelöst in kleine, kontrastierende Flächen. E.C.

Vielelleicht ein Möbelstoff der Zukunft: Ikat-artiges Gewebe mit nippelartiger Wölbung/Entwurf Hoechst.



JOURNAL

Zusammenschluss in der Heimtextilbranche

Die Schweizerische Gesellschaft für Tüllindustrie AG, Münchwilen, ein Unternehmen der CWC Textilgruppe Zürich, übernimmt die Aktienmehrheit der Gardisette AG, Luzern, einer Vertriebsgesellschaft der international tätigen Gardisette-Gruppe. Durch diesen Zusammenschluss werden am 1. Februar 1989 die Verkaufsaktivitäten beim Fach- und Detailhandel Schweiz für die beiden Vorhangs- und Gardinenkollektionen «Gardisette» und «Müratex» in Luzern konzentriert. Beide Firmen streben damit eine Konzentration der Kräfte und eine sinnvolle Ergänzung ihres Angebotes nach dem Grundsatz «alles für das Fenster» an. Nebst modischen Vorhängen und Gardinen umfasst das Sortiment auch schwer entflammbar Textilien für den Objektbereich, Masskonfektion und die Befestigungstechnik. Die Tüllindustrie AG Münchwilen wird sich weiter auf die Fabrikation und die Veredlung von Vorhängen in einem internationalen Wachstumsmarkt konzentrieren.

Seltenes Jubiläum

Nordisch Schlafen hat sich in den meisten Schweizer Haushalten durchgesetzt. Zu den Pionieren, die die eidgenössische

schen Bettgewohnheiten verändert haben, zählt Max Müller, Leiter der Zürcher Firma Müller-Imhoof, die Duvets und Kissen unter der Marke «Dau-ny» herstellt und vertreibt. Er kann dieses Jahr sein fünfzigjähriges Jubiläum in der Firma feiern. Den einst kleinen Betrieb steuerte Max Müller umsichtig durch schwierige Zeiten, war gegenüber Neuerungen aufgeschlossen und steht heute einem modernen Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern und Produktionsbetrieben in Zürich, Fischbach/Göslikon und ab 1992 auch in Dietikon vor. Zwei wichtige Innovationen bei den Bettwaren sind Max Müller zu verdanken: Die Einführung und der Verkauf von fertig konfektionierten Decken und Kissen und später die Herstellung der grossen Flachduvets, die es unzähligen Schläfern ermöglichen, sich «nordisch» zu betten.

Bein auf dem US-Markt

Die Teppichfabrik Ruckstuhl AG übernimmt die amerikanische Verkaufsorganisation Larsen Carpet. Damit sichert sich die Langenthaler Firma einen direkten Zugang zum amerikanischen Markt und verfügt weiter über einen im Innenraumdesign bestens eingeführten Namen.

Reine Schurwolle:

Teppichböden auf Erfolgskurs

Der Bedarf an reiner Schurwolle ist in den vergangenen Jahren im Wohn- und Objektsktor weltweit stark angestiegen. Trotz der Konkurrenz synthetischer, schmutzabweisender Fasern bleibt die Sympathie der Verbraucher für das Naturprodukt Wolle ungebrochen. So konnte reine Schurwolle im Teppichboden- und Heimtextilien-Bereich ihre Position behaupten und weiter ausbauen. Mit einem Verbrauch von rund 77 Mio. kg liegen Deutsch-

land, Österreich und die Schweiz 1987 weltweit an der Spitze. Während die Wollsiegel-Textilproduktion im deutschsprachigen Raum um 6 Prozent stieg, hatte der mit dem Wollsiegel-Etikett ausgezeichnete Wollverbrauch für Teppiche und Teppichböden um 8 Prozent, nämlich 13,1 Mio. kg, zugelegt. Der Schurwollverbrauch liegt bei Bettwaren bei rund 5 Mio. kg, bei Polstermöbelbezugsstoffen bei rund 8,5 Mio. kg. Der positive Trend zu Schurwoll-Teppichböden und Heimtextilien wird vom Internationalen Wollsekretariat auf die grosse Auswahl und die ver-



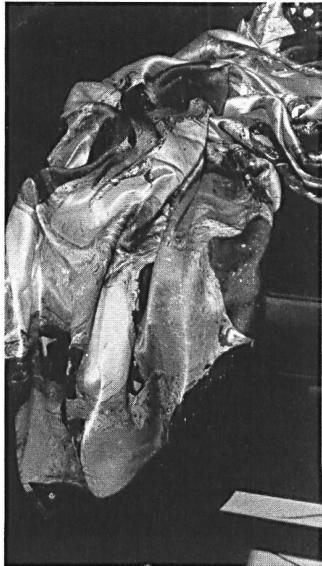
Nadelfilz: Robust und elegant

Bis in den sechziger Jahren war der Nadelfilz in vielen Wohnzimmern anzutreffen, dann wurde er durch den günstiger gewordenen Spannteppich verdrängt. Seit einigen Jahren wird nun vom Schweizer Marktleader in Sachen Nadelfilz, der Forbo Teppichwerk AG, mit Erfolg eine neue Faser verarbeitet, die dem Bodenbelag mehr textile Struktur und die Möglichkeit frischerer Farbgebung verleiht. Mit der neuen Ästhetik und der bekannten Strapazierfähigkeit erobert der Nadelfilz die Büros, Verkaufsräume, Schulen und öffentlichen Gebäude zurück. Und dank einer von Forbo ent-

wickelten Spezialfaser verfügt der Nadelfilz über eine ausgezeichnete elektrische Leitfähigkeit, die eine elektrostatische Aufladung verhindert, was diesen Belag für Computerräume prädestiniert. Nadelfilzteppiche fransen an den Schnitträndern nie aus. Werden Platten verlegt, sind die Kanten kaum sichtbar. Damit eignet sich Nadelfilz ganz besonders für Doppelböden, wie sie etwa in dicht verkaubten Büros zunehmend anzutreffen sind.

Design-Wettbewerb

In Zusammenarbeit mit dem IWS, Düsseldorf, hat die Möbelstoff Langenthal AG einen Design-Wettbewerb für Absolventen/-innen des Otto-Johannsen-Technikum in Reutlingen (BRD) und der Schule für Gestaltung in Zürich ausgeschrieben. Über 190 Vorschläge trafen ein. Die drei ersten Preisträger/-innen erhalten außerdem die Möglichkeit, einen Stage in Langenthal zu absolvieren. Ziel dieses Wettbewerbs: Studentinnen und Studenten einer Fachschule für praxisnahe Arbeiten zu sensibilisieren.



Leuchtend bunte oder subtil neutrale Unikate: Die seidenen, mit Wolle unterlegten und eingefassten «Marvel»-Decken der Jakob Schlaepfer AG, die im Handdruck entstehen.

Seidene Decken-Unikate

«Marvel» – abgeleitet vom englischen Wort «marvellous» (wunderbar) – nennt man bei der St. Galler Firma Jakob Schlaepfer eine Nouveauté: Handbedruckte Seidentextilien, unterlegt und eingefasst mit hochveredelter schwarzer Wolle. Das Dessin präsentiert sich entweder leuchtend bunt oder in fein abgestuften neutralen Tönen. Das seidene Gewebe wird nach alter Handwerkstradition im Handdruck dekoriert, wobei von jedem Dessin nur kleine Métragen entstehen und sich selbst diese stets nuanciert zeigen. Jede «Marvel»-Kreation trägt in einem handgeprägten Siegel als Qualitätsgarantie den Ptau, das Wappentier der Jakob Schlaepfer AG, die damit erstmals nach jahrelangem Erfolg vor allem als Nouveauté-Sticker in der Haute Couture und dem Prêt-à-porter ein Produkt im Bereich Heimtextilien lanciert. Ein Grund, auch hier Fuss zu fassen, liegt in der



Tatsache, dass sich viele Entwürfe für die Stoffkollektionen ohne allzugrosse Adaptionen auch bei den Heimtextilien einsetzen lassen. Den Decken sollen übrigens im Rahmen der

«Linea Marvel» Kissen, Bettüberwürfe und ähnliches folgen. Die dekorativen Seidentextilien – jede ein Unikat – sind weltweit in führenden Einrichtungshäusern erhältlich.

ICI-Design-Preis '89: Kreative Teppichböden gesucht

Die «Avantgarde der Teppichbodenmode 2000» wird mit dem «ICI-Design-Preis '89» gesucht, zu dem Designer und Hersteller aus ganz Europa zur Teilnahme aufgerufen wurden. Zum Anliegen dieses Wettbewerbs sagt Wolfgang Berg, Vertriebsleiter Teppichfasern der Deutschen ICI: «Vielleicht gelingt es uns, damit ausserordentlichen, unter Umständen sogar wegweisenden Ideen eine Chance zu geben.» Man erwartet innovative Kollektionen, in denen sich die Gestaltung von Teppichböden für ein neues Lebensgefühl ausdrückt. Die modisch gemusterten Teppichböden bzw. Themenkollektionen müssen den von ICI festgelegten Qualitätsstandards für Timbrell und Tac-tesse entsprechen. Der international besetzten Jury gehören an: Ilex Ness, «Schöner Wohnen», Norman Foster, britischer Architekt und

Designer, Prof. Dr. Heinrich Klotz vom Deutschen Architekturmuseum in Frankfurt und Matteo Thun, Architekt und Designer in Mailand. Präsentation und Preisverleihung finden im April 1989 im Hinblick auf die Bodenbelagsmesse «Format» im Frankfurter Architekturmuseum statt.

Tropische Treibhaus-Stimmung

Von einer fernen Welt inspiriert sind Farben und Styling-Anregungen für Heimtextilien des IWS-Themas «Hothouse» (Treibhaus), das Bilder eines tropischen Paradieses suggeriert – exotisch, pulsierend, dramatisch. Die Farben schillern in leuchtenden, satten Tönen. Grau hat seine beherrschende Stellung im Spektrum verloren, stattdessen hält Braun wieder Einzug als Fundamentalfarbe. Die Trendgruppen umfassen fünf Pastell-Lichttöne, neun Mittel- und sieben satte, volle Basis-Farben.

Die Pastelle sind klar und markant wie die Töne von Fruchtsorbetten. Die Mittelfarben dagegen erinnern an Erde, die von der Sonne verbrannt und ausgetrocknet wurde, mit vielen braunen Gewürztönen, Terracotta, Blau und Gold. Dazu kommen drei Neutralfarben, die den Übergang zu den anderen Gruppen schaffen. Bei den Basisfarben dominiert tiefes Blau mit schattigem Marine in Verbindung mit Anthrazit über Königsblau bis zu lichtem Meergrün. Als Zusatzfarben schlägt «Hothouse» drei kühne «Piraten» vor, von denen die Dessins ihren fruchtig-klaren Reichtum, ihre Frische und Prägnanz erhalten.

Forbo in Kanada

Forbo AG in Zürich teilt mit, dass sie beabsichtigt, vorbehaltlich der Genehmigung formeller Verträge durch den Verwaltungsrat der Forbo und der zuständigen kanadischen Behörden, den Geschäftsbereich Arborite der kanadischen Gruppe Domtar Inc. zu übernehmen. Arborite ist der bedeutendste kanadische Hersteller von dekorativen Pressplatten für den Möbel- und Innenausbau mit einem Umsatz von rund SFr. 50 Mio. und einer Beschäftigtenzahl von 390 Personen. Zusammen mit der Forbo Tochtergesellschaft Resopal GmbH in der Bundesrepublik Deutschland führt die beabsichtigte Übernahme zu einer geografischen Ausdehnung und stärkeren Verankerung der Forbo-Aktivitäten im europäischen und nordamerikanischen Markt der dekorativen Lamine.

JOURNAL

Textil-Konservierung im Dienste der Forschung

In der Reihe der «Schriften der Abegg-Stiftung» liegt nun «Textil-Konservierung im Dienste der Forschung» von Mechthild Flury-Lemberg vor. Das Werk ist die Summe eines über dreissigjährigen Bemühens um historische Textilien. Das 532seitige Werk in Grossformat mit über tausend, teils farbigen Abbildungen beschreibt detailliert die verschiedenen Methoden bei der Konservierung von Textilien, angefangen von der Reinigung über die Konservierung mit Nadel und Faden, auch unter Glas, bis zu den jüngsten Erfahrungen mit der Kunststoffkonservierung. Behandelt werden aber auch Lagerung und Ausstellung von Geweben, Gewändern und die Aufbewahrung von Stoffresten.

quiens. Es schliessen sich Konservierungsbeispiele von gewirkten Wandteppichen, Fahnen, Stickereien sowie sakralen und profanen Gewändern an. Zur Sprache kommen u.a. Grabfunde aus verschiedenen Ländern des Altertums, Tuchreliquien und Wasserfunde. Speziell für den Fachmann interessant sein dürfte, wie die Rekonstruktion von Wandbehängen und Gewebemustern erfolgt. Im letzten Kapitel wird die Ausbildung von Textilkonservatoren geschildert. Das Buch schliesst ab mit einem Abbildungsnachweis und einem ausführlichen Register. Die Autorin, seit 1967 Leiterin der Textilabteilung der Abegg-Stiftung, ist Restauratorin und Textilhistorikerin. Durch diese Verbindung wird ihr Erfahrungsbericht zu einem grundlegenden Werk für alle, die sich mit historischen Textilien be-

fassen. Einem einführenden Text, in dem die Methoden wissenschaftlich fundierter Textilkonservierung dargelegt werden, folgen monographische Einzeldarstellungen. Die nahezu hundert Beispiele – darunter die Restaurierung einer ägyptischen Kindertunika, die Rekonstruktion eines etruskischen Leinenbuches, Berichte über Textilfunde aus einem venezianischen Schiffswrack – vermitteln auch dem interessierten Laien einen spannenden Einblick in das Abenteuer der Textilforschung. EJF



Ihr Partner und Spezialist für Fix-Leintücher

in Frotté, Soft-Frotté, Velours, Single-Jersey;
in 27 modischen Farben mit promptem Service.

Grosse Auswahl an modischer Bettwäsche

Divi-Textil AG
Rorschacherstrasse 32
9424 Rheineck
Tel. 071 44 25 31

