

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 14 (2001)
Heft: 9

Artikel: Pionierarbeit, die Früchte trägt : Textil Design : Rohner Textil ist der Öko-Pionier
Autor: Müller, Franziska K.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121673>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 16.03.2025

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

Kein Schwarz

Um die Öko-Textilien der Produktlinie «Climatex-Lifecycle» nach umweltgerechten Kriterien einzufärben, bat Rohner 60 Chemiehersteller, ihre umweltverträglichen Farbstoffe und Chemikalien offen zu legen. Dazu war lediglich eine Firma (CIBA) bereit. Aus 1600 getesteten Farbstoffen konnten 16 Farbstoffe als unbedenklich für Mensch und Tier eingestuft werden, das heisst mutagene und Krebs erregende Substanzen, Halogene sowie Metalle wurden nicht toleriert. Das ökologische Engagement hatte seinen Preis: Die beliebteste Farbe im Bürobereich – Schwarz – liess sich aus den wenigen, zugelassenen Chemikalien nicht mehr mischen und fehlt heute im Climatex-Sortiment. Als Alternative existiert eine breite Palette von Grautönen; darunter ein sehr dunkles Anthrazit.



Pionierarbeit, die Früchte trägt

Eine kleine Schweizer Textilfirma engagiert sich seit vielen Jahren für umweltschonende Produktionsverfahren, die gleichzeitig ökonomischen Kriterien entsprechen. Der neuste Streich ist ein Öko-Filz, der nach Gebrauch als Mulch für den Garten verwendet werden kann. Anfangs belächelt, heute aber höchst erfolgreich, ist die Rohner Textil zum preisgekrönten Pionier der Branche geworden. Der Weg zu Öko-Design – und somit zum Erfolg – war jedoch lang und steinig.

1995 brachte die Rohner Textil unter der Bezeichnung «Climatex Lifecycle» eine Weltneuheit auf den Markt, die in der krisengebeutelten Schweizer Textilindustrie vorerst für Skepsis und Amüsement sorgte: Nach ökologischen Kriterien produziert, verfügte dieser neuartige Möbelbezugsstoff über einen klimatisierenden Effekt und war erst noch kompostierbar. Ihm folgten bald andere Entwicklungen: «Climatex Lifecycle Filz» ist ein aus Produktionsabfällen hergestellter Filz, der einerseits als Unterlagsstoff für Möbel dient, andererseits zu Bierdeckeln und Pantoffeln verarbeitet werden kann. Der zusätzliche Clou? Die Textilien können nach Gebrauch als Mulch, beispielsweise fürs Erdbeerfeld, verwendet werden.

Das St. Galler Unternehmen erhielt für die Neuentwicklungen unzählige Design-Auszeichnungen, darunter den

«Ecology Design Award», den ersten Preis des britischen «Design Sense Award» und jüngst den ersten Preis des angesehenen amerikanischen «Design Resources Award».

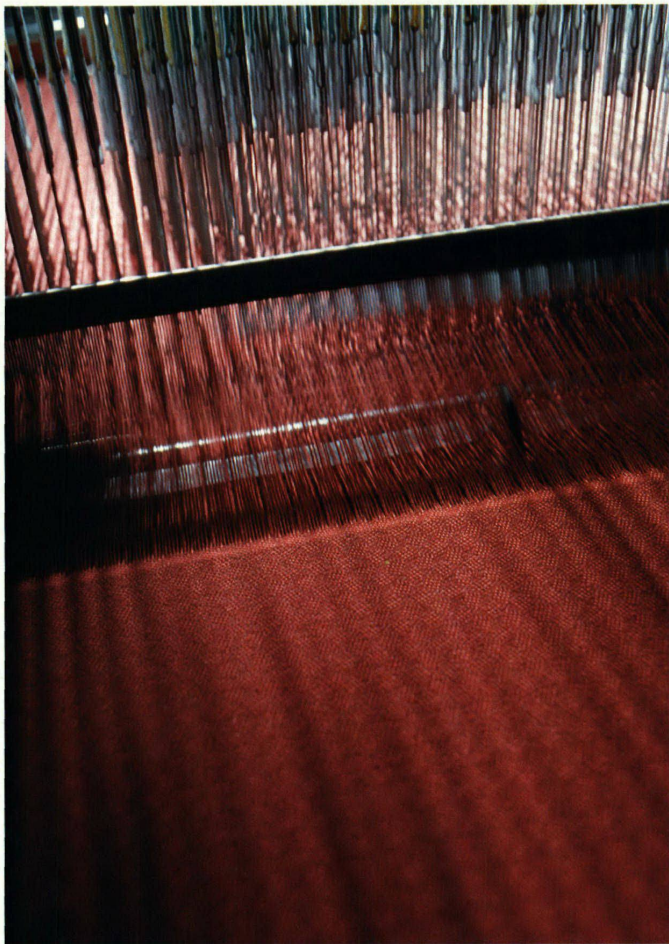
Gezieltes Marketing

Die Climatex-Nischenprodukte machen heute 70 Prozent des Zwölfmillionen-Umsatzes bei Rohner aus – das Produktionsvolumen verdoppelte sich seit Mitte der Neunzigerjahre. Nordamerikanische Kunden und Lizenznehmer setzen heute auf das Know-how aus der Schweiz, ebenso wie die grössten Büromöbelhersteller der Welt, die zusammen mit renommierten Textilverlagen zum Kundenkreis von Rohner gehören. Der Erfolg sei auch das Resultat einer zielgerichteten Marketing- und Kommunikationsstrategie, erläutert Geschäftsleiter Albin Kälin. Für den amerikanischen Markt haben die St.

Galler dabei auf die klingenden Namen des Architekten William Mc Donough und jenen des ehemaligen Greenpeace-Aktivisten Michael Braungart gesetzt. Beide waren an der Entwicklung der Climatex-Produkte massgeblich beteiligt. In Europa wurden 16 Zielkunden ausgesucht, die im Markt über Glaubwürdigkeit verfügen und von den Rohner-Verantwortlichen zielstrebig über die Vorteile von Climatex aufgeklärt wurden. Heute blickt die Firma mit ihren dreissig Mitarbeitern wieder optimistisch in die Zukunft. Aber das war nicht immer so.

Überlebenskampf

Die Rohner Textil in Heerbrugg – ein mittelständisches Unternehmen, das in seiner Garnfärberei und Jacquardweberei hochwertige Möbelstoffe für Textilverlage und Büromöbel produziert – kämpfte in den Achtzigerjahren



«Climatex Lifecycle Filz» ist ein aus Produktionsabfällen hergestellter Filz, der nach Gebrauch als Mulch kompostiert werden kann

Ohne jegliche Chemie werden bei Rohner Textil die Stoffe hergestellt, im Bild eine Webmaschine

Polsterstoffe «Nooks & Crannies» der «Climatex Lifecycle»

ums Überleben. Dem Wettbewerb in der Textilbranche begegnete man zunächst mit Spezialisierung, wie so viele andere auch. Neue Produktionsverfahren brachten jedoch hohe Investitionskosten mit sich. Ausserdem verursachten sie höhere Abwasser-Belastungen und aufwändig zu entsorgende Abfallberge. Als der behördlich verordnete Neubau einer eigenen Kläranlage anstand, das nötige Geld aber nicht vorhanden war, zog der gelernte Textilkauflmann Kälin erstmals die Notbremse. Das war vor über 15 Jahren. «Damals haben wir aus der Not eine Tugend gemacht», resümiert der 44-Jährige heute über die schwierigen Anfänge einer Entwicklung, in deren Verlauf Herstellungsverfahren und Produktionsabläufe neu definiert, Chemiefirmen zur Offenlegung ihrer Betriebsgeheimnisse bewegt wurden, die Farbe Schwarz aus dem Angebot verschwand und ein umfangreiches Netzwerk mit internationalen Spezialisten und Umweltorganisationen aufgebaut werden musste.

Angepasste Verfahren

Früh entschied sich das Management für eine Unternehmensstrategie, die, so Kälin, «beweisen sollte, dass Ökologie und Ökonomie nicht im Widerspruch zueinander stehen müssen». Er nennt dies den Öko-Öko-Ansatz, von Ökologie und Ökonomie. Ihm liegt unter anderem die Erkenntnis zugrunde, dass Abfall zu «Nahrung» werden muss, will man auf seine kostenaufwändige Entsorgung künftig verzichten und dem Kunden einen Zusatznutzen verschaffen. Auf ökologischer Seite nahm man als erstes die gefärbte, abwasserbelastende Baumwolle aus dem Sortiment und ersetzte den wichtigen Rohstoff durch andere natürliche Fasern, beispielsweise Wolle und Ramie, eine Faser auf der Grundlage von Chinagrass. Anschliessend wurde in umweltschonende und giftfreie Färbverfahren investiert. Aus 1600 Farbstoffen konnten jedoch lediglich 16 als unbedenklich eingestuft werden, woraus das nächste Problem resultierte. Aus dieser begrenzten Palette liess sich nämlich par-

tout kein Schwarz mischen. Schwarz ist jedoch die beliebteste Farbe im Büromöbelbereich und war aus dem Sortiment kaum wegzudenken. Was tun? Kälin: «Wir haben den Kunden die Sachlage ehrlich erklärt – die meisten haben das verstanden.» Die Suche nach neuen natürlichen Rohstoffen sowie die Realisierung unbedenklicher Herstellungsverfahren waren in den folgenden Jahren die Prioritäten des Betriebes: Von der Spinnerei und der Zwirnerei über die Färberei, von der Weberei bis zur Ausrüstung werden heute keine Chemikalien mehr eingesetzt, die für Umwelt und Mensch eine Gefahr sein könnten. «Wir lernten, in gewissen Bereichen Mehrkosten hinzunehmen», sagt Albin Kälin, «um anderswo Einsparungen zu machen.» Beispielsweise beim langsamen Zwirnen: Ein Vorgang, der heute chemikalienfrei auf externen Maschinen älteren Datums erledigt wird, was länger dauert als bei modernen Geräten. Beim nächsten Arbeitsschritt, in der Weberei, ist dafür – auf Grund der vorangegangenen, schonungsvollen Materialbehandlung – eine schnellere Verarbeitung möglich.

Klare Rechnung

Auf ökonomischer Seite wird ein Controllingssystem mit entsprechender Kostenrechnung für die Produktlinie Climatex aufgebaut. Bestehende und zukünftige Umweltkosten, auch allfällige Trends und Massnahmen können so früh eruiert werden. Mittels Umweltcontrolling wird heute auch die Weiterverarbeitung der Textilien durch den Kunden und die Entsorgung bewertet. Finanziert werden die Investitionen über ein Öko-Prozent, das seit 1993 in den Budgets bereitgestellt wird. «Alles in allem sind die Climatex-Produkte nicht kostspieliger als andere hochwertige Textilien, die im oberen Preissegment angesiedelt sind», sagt Albin Kälin, «wir haben bewiesen, dass Öko-Design der innovative Motor eines Unternehmens sein kann – und erst noch zusätzliche Verkaufsargumente liefert.» Franziska K. Müller

