

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. 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: 04.04.2025

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+Bornier AG eine unversiegbare 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 Ambiente, 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-desiginierte Leinewäsche 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