

**Zeitschrift:** Textiles suisses - Intérieur  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1986)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Ein Wäscheausstattungshaus besonderen Formats  
**Autor:** Huessy, Ruth  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-793961>

### **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

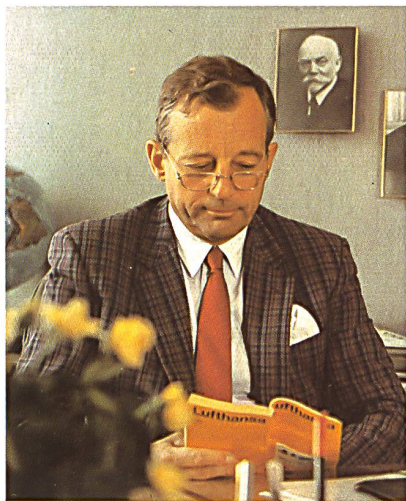
**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

FERDINAND MEISLAHN, KIEL

## EIN WÄSCHE- AUSSTATTUNGSHAUS BESONDEREN FORMATS



**A**n bester Lage der an der Ostsee gelegenen nord-deutschen Stadt Kiel, im verkehrsfreien Einkaufsviertel am Berliner Platz, befindet sich der stattliche Bau des Wäsche-Fachgeschäfts Ferdinand Meislahn. Auf 1200 Quadratmetern Verkaufsfläche werden hier Qualitätswaren angeboten, zur Hauptsache aus Deutschland, zu einem Drittel aus dem Ausland, davon ein beachtlicher Teil (fast die Hälfte) aus der Schweiz. Das Sortiment setzt sich zusammen



### UWE HACKER – DER DYNAMISCHE UNTERNEHMER

*Er trat 1956 ins Geschäft ein und übernahm nach dem Rücktritt seines Vaters, Wilhelm Hacker, die Leitung der Firma. Auch er hegt viel Sympathie für die Schweiz, und die geschäftlichen Beziehungen zu den Schweizer Lieferanten sind seit jeher ungetrübt und teils recht reger. Er meint dazu:*

«Bei der bei uns geführten Schweizer Ware kennen wir keine Probleme. Alles stimmt: Qualität, Liefertermin, Serviceleistung. Die Schweizer sind auch sehr grosszügig bei der Unterstützung von Sales Promotion und Werbung. Mein Vater hat gleich nach dem Krieg richtig erkannt, dass die Schweiz die besten Textilprodukte zu damals günstigsten Preisen anbot, und dass auf sie Verlass ist. Ich habe inzwischen auch die grossen Anstrengungen, die sich in Kreativität und Qualität ausdrücken, schätzen gelernt.

Die wachsende Belastung, die das rationelle, kaufmännische Führen eines solchen Spezialgeschäftes mit sich bringt, verhindert mich mehr und mehr am aktiven Einkauf. Ich überlasse diesen – nach vorheriger Absprache – meinen Verkaufsleitern, die teilweise auch der Einkaufsequipe der ANRO – einer Einkaufsgruppe von ca. 30 in- und ausländischen Verkaufshäusern – angehören. Dadurch haben meine Mitarbeiter beigetragen, dass Schweizer Textilspezialitäten auch in vielen anderen Geschäften Eingang fanden.

Es ist nicht leicht, ein Haus von unserer Grössenordnung fest im Griff zu halten. Mir macht es jedoch Spass, und ich freue mich darüber, dass wir so beweglich geblieben sind und uns jeder Situation anpassen können. Unser gutes Personal ist – neben dem stets aktuell gehaltenen Sortiment der sieben Abteilungen – echtes Kapital, dem wir Sorge tragen. Jeder Abteilungsleiter ist voll verantwortlich für Einkauf, Verkauf, Personaleinsatz und was sonst noch dazu gehört. Ich bin stolz darauf, dass weit über 50% meiner Arbeitnehmer schon mehr als 10 Jahre bei uns sind. Mein Bemühen um ein gutes Arbeitsklima macht sich also bezahlt.»

aus Herrenwäsche für Tag und Nacht, Strümpfen, Taschentüchern, Handschuhen, Schals, Baby- und Kinderwäsche, Damenwäsche, Badekleidern und modischem Beiwerk, Tischwäsche, Bett-, Bade- und Küchenwäsche. Mehr als hundert geschulte Angestellte kümmern sich um das Wohl und die Wünsche der Kundschaft, sei es auf den verschiedenen Verkaufsebenen, sei es in den Büros oder in den Ateliers. Denn auch hinter den Kulissen arbeitet man emsig. Ein Nähatelier fertigt Bettbezüge in nicht gängigen Grössen an, arbeitet Kasten-Daunendecken um, bei denen die interessante Stegtechnik die Daunen stets an ihrem Platz hält, kreiert Nachtwäsche für verwöhnte Kundinnen und fabriziert sogar für die jüngsten der Meislahner Konsumenten Babywäsche.

Da die Auslagen der 14 Schaufenster immer wieder termingerecht umgestellt werden müssen, unterhält man dafür eine eigene Dekorationsabteilung, zudem eine kleine Werkstatt, um für alles gerüstet zu sein. In diesem grossen Hause überlässt man nichts dem Zufall – hier scheint man jeder Situation gewachsen zu sein.

### EIN FAMILIENBETRIEB MIT TRADITION

Das florierende Unternehmen ist 1882 von Ferdinand Meislahn als reines Wäsche-Fachgeschäft gegründet worden. 1926 trat sein Schwiegersohn, Wilhelm Hacker, in die Firma ein, die heute durch den Vertreter der dritten Generation, Uwe Hacker, zielstrebig und äusserst kompetent geleitet wird. Bereits ist die vierte Generation in Ausbildung, denn auch der Sohn von Uwe Hacker, der sich in Hannover das fachliche Rüstzeug aneignet, gedenkt, eines Tages in das vom Urgrossvater und seinen Nachfolgern aufgebaute Grossgeschäft einzutreten.

G



SWISS FABRIC

FRIENDS

N

I

T

E

E

M



### SCHWEIZER HEIMTEXTILIEN SEHR GEFRAGT

Ausserordentlich beachtlich ist das Schweizer Sortiment bei Tisch-, Bett-, Bad- und Küchenwäsche. Langjährige enge Beziehungen unterhält die Firma Meislahn mit Sandherr in Heerbrugg, wo oft in Zusammenarbeit bestickte Exklusivartikel für das Kieler Fachgeschäft entwickelt werden. Diese Tischtücher, Servietten und table mats finden bei der anspruchsvollen Kundschaft, die sich nicht nur aus der Stadt selbst, sondern aus Schleswig-Holstein und südwärts bis aus Hamburg und sogar Hannover rekrutiert, guten Absatz.

Uwe Hacker und die Leiterin der Bettwäsche-Abteilung sprechen sich ebenfalls lobend über die Qualität und die modische Aussage der Schweizer Bettwäsche aus. Einerseits sind es die Jersey Royal-Bettbezüge von Schlossberg Textil, die sich bei einer gewissen Konsumentenschaft wegen ihrer vielen Vorteile schon längst eingebürgert haben, ergänzt durch die Fisba-Bettwäsche aus feinem Baumwollsatın.

Für die Frottierwäsche ist Bolter, Winkler AG aus Turbenthal Hoflieferant, und Meyer-Mayor, Neu St. Johann, steuert die Küchentücher, Hand- und Gläsertücher bei. Von Modum werden die fröhlich bedruckten Stoffe als Meterware bezogen, die dann im eigenen Atelier zu Decken für Gartentische konfektioniert werden.

### PERSÖNLICHE VERKAUFSSTRATEGIE

Verpackungen? Die sind aus den Regalen der Haushalt-, Tisch- und Bettwäsche völlig verbannt worden. Alles liegt hier offen da, kann von den Verkäuferinnen mühelos herausgezogen und präsentiert

### SCHWEIZER PRODUKTE SEIT DEM ZWEITEN WELTKRIEG

Wilhelm Hacker, der ein grosser Freund der Schweiz war, hat gleich nach dem Zweiten Weltkrieg angefangen, die bekannten Schweizer Taschentücher – uni, bedruckt und bestickt – einzuführen. Diese Geschäftsbeziehung mit der Firma Huber-Lehner hat sich seither mehr und mehr entwickelt und ist unter Uwe Hacker stets weitergepflegt worden.

Seit 35 Jahren nimmt Wäsche von Calida einen sehr grossen Platz ein, ergänzt mit Artikeln von Hanro und Seidenwäsche von Sawaco. Habella und Lahco sind weitere Schweizer Lieferanten für den Damensektor, und schliesslich liefert die Firma Rüeegger AG, Zofingen, schon seit vielen Jahren ihre schönen Baby- und Kleinkindermodelle an das Haus Meislahn. Seit drei Saisons wird in der Herrenabteilung auch die gepflegte Zimmerli-Wäsche geführt.



Die offenen Regale und die unverpackten Produkte erlauben direkte «Tuchföhlung».

G



SWISS FABRIC

FRIENDS

N

I

T

E

E

M

werden. «Die Kundin soll sofort in direkte Tuchföhlung mit dem Produkt kommen», meint Uwe Hacker, «denn wenn sie die Ware beröhren und beföhlen kann, lässt sie sich von der Qualität rascher überzeugen. Bewährt sich der Artikel dann problemlos im Gebrauch – wovon wir überzeugt sind – wird sie gerne weiter bei uns einkaufen.»

Promotionen mit Schweizer Fabrikaten werden im Hause Meislahn immer wieder durchgeführt, tatkräftig unterstützt von den Schweizer Lieferanten. Sehr originell war die Aktion mit Schlossberg Textil, als man aus jedem Fenster des grossen, mehrstöckigen Gebäudes mit dem Blick auf die Hafenanlage der Fährschiffe nach Oslo und Göteborg ein quadratisches Kopfkissen mit einem Schlossberg-Bezug hängen liess (siehe Bild mit Meislahn-Gebäude) – oder die veranstaltete Schweizer Woche im Innern und in den Schaufenstern des Wäsche-Fachgeschäfts, deren besondere Attraktion eine Appenzeler Handstickerin in Tracht war, von der Firma Huber-Lehner speziell hergeschickt.

Uwe Hacker kann sich das in seinem Geschäft so sorgfältig zusammengestellte Angebot ohne Schweizer Textilien überhaupt nicht vorstellen. «Sie gehören so selbstverständlich dazu wie unser gut geschultes, meist langjähriges Verkaufspersonal. Sie helfen mit, unser gutes Image zu prägen und zu erhalten!» versichert er spontan, und der Stolz auf das überlieferte Familienunternehmen – das grösste seiner Art in Norddeutschland – ist unverkennbar.

Ruth Huessy



**Sales-Promotion mit Schweizer Waren wird stets in gepflegtem, individuellem Stil durchgeführt.**

