

Zeitschrift: Textiles suisses - Intérieur
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1989)
Heft: 2

Artikel: Gratwanderung zwischen Kreativität und Kommerz
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-794849>

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>



BETTWÄSCHESTICKEREIEN GRATWANDERUNG ZWISCHEN KREATIVITÄT UND KOMMERZ

Die verschiedensten Sticktechniken standen schon immer im Dienste der Mode. Stickereien gaben einst der Aussteuer heiratsfähiger Töchter einen Hauch von Luxus, waren aber zugleich Prüfstein ihres handwerklichen Könnens und der Wohlhabenheit. Längst haben supermoderne Maschinen die Arbeit flinker und kundiger Hände ersetzt, werden alte Techniken perfekt imitiert.

Stickerei und Spitze führen jedoch trotz modernster und ausgefeiltester Technologien ein Eigenleben. Sie profitieren von der Kreativität, schöpfen aus der Tradition und sind offen für

alles Neue. Die Schweizer Stickereiindustrie kann auf den Fundus einer mehr als zweihundertjährigen Erfahrung zurückgreifen, ohne um den Anschluss an das Neue fürchten zu müssen. «Made in Switzerland» signalisiert als «Markenzeichen» sowohl einen Qualitäts- als auch einen Kreativitätsanspruch. Dennoch weht auch dieser Branche ein herber Konkurrenzwind ins Gesicht. Marktstrategien müssen neu überdacht werden, denn Stickmaschinen können schliesslich in allen Ländern aufgebaut werden. Die Chance liegt in der Flexibilität, im Aufgreifen von neuen Ideen, in der

Kombination von Tradition und Moderne auf hohem Standard.

Der Bettwäschemarkt hat sich in den letzten Jahren als besonders sensibel erwiesen. Auf der einen Seite können Dessins und Qualitäten nicht ausgefallen und edel genug sein, auf der anderen wandert die Preisschallgrenze weiter nach unten, zudem muss ein ständiger Kampf gegen Kopisten und Billiganbieter geführt werden. Auf dieser Gratwanderung zwischen Kreativität und Kommerz kommt einer klaren Sortimentspolitik grosse Bedeutung zu.

Mehr denn je verlangt der Markt nach Spezia-



- 1 Bischoff Textil AG,
St. Gallen
- 2 Forster Willi + Co. AG,
St. Gallen
- 3 Peter M. Gmür AG,
Wil
- 4 H. Schwerzmann AG,
Heerbrugg

litäten und Novitäten. Diesen Trend gilt es durch ein perfektes Zusammenspiel verschiedener Komponenten zu befriedigen – durch die Harmonie von Fonds, Garnen, Dessins und Techniken. Darüber hinaus erweist es sich als zielführend, komplette Serien vorzulegen, denn der Set-Gedanke hat auch am Bettwäschemarkt Einzug gehalten. Verschieden breite Spitzen, Motive oder Allover beherrschen das Feld. Hier darf sich die künstlerische Kreativität entfalten: Aufwendigste, von Hand ausgeschnittene Motive wechseln mit kleinen Galons oder zierlichen Allovers, zeigen trotz der Vielfalt aber Einigkeit im Dessin, das auf verschiedenen Fonds realisiert werden kann. Je nach Einsatzbereich und Preislage öffnen sich verschiedene Möglichkeiten. Geschickt hat sich die Stickerei auch dem neuen Trend zum «nordischen Schlafen» angepasst, der selbst traditionsbewusste romanische Länder

erfasst hat. Neben eher zaghaften Versuchen in Richtung Eckmotive und Bandensätze wagen sich einige Unternehmen auch an grosszügige Alloverstickereien für Kissen und Duvets. Traditionelle Sticktechnik erhält dabei einen neuen Stellenwert. Zögernd beginnt sich die Bettwäschestickerei aus den allzu engen Fesseln der Tradition zu lösen. Nicht nur Florales, sondern auch klare Geometrie signalisieren den Kurs in die Moderne. Als Farbe dominiert Weiss als Fond, der ebenfalls weiss oder mit zarten Pastellen bestickt wird. Sehr verhalten werden kräftigere Farben für die Dessins eingesetzt. Man kombiniert geschickt verschiedene Materialien und Techniken, spielt mit Dessins und wagt sich auch an neue Ausrüstungen heran. Im «nordischen Schlafen» werden statt Bändern, Motiven und Galons Allover in verschiedenen Varianten angeboten. Die Kreativität sprengt den Rahmen her-

kömmlicher Artikel. Die Grenzen – Preisgrenzen zumeist – bestimmen die Märkte, auf denen es sich zu behaupten gilt. Die Schweizer Betriebe haben ihre Position weitgehend über Spezialitäten gesichert – sei es durch besondere Stickfonds, die der Spitze erst Brillanz verleihen, durch neue Ausrüstungen und Garne oder schlicht durch neue Muster: Sie sind mehr als Augenblickseinfälle – Früchte eines reichen Erfahrungsschatzes, der auf der Tradition fusst und in die Moderne ausgreift. Das bedingt aber auch, dass man mit neuen Ideen und neuen Produkten in neue Märkte vorstösst und neue, junge Konsumentenschichten für die Stickerei-Idee begeistert.



- 1 Bischoff Textil AG, St. Gallen
2 Forster Willi + Co. AG, St. Gallen
3 H. Schwerzmann AG, Heerbrugg