

# Mit Jacquard-Spezialitäten in die Zukunft

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): - **(1981)**

Heft 46

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795772>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

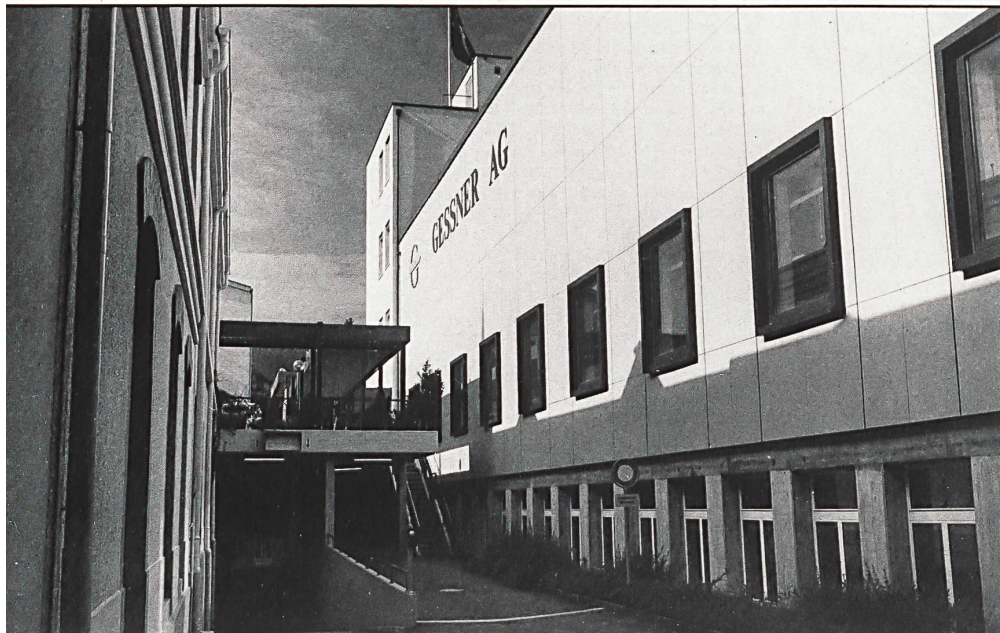
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



# MIT JACQUARD-SPEZIALITÄTEN



△ «Di alt Fabrik», ein aus den ausgedienten Fabrikräumlichkeiten entstandenes Einkaufszentrum mit einem Gartenzentrum und verschiedenen Verkaufsgeschäften sowie einem Restaurant.

△ Klar gegliedert und funktionell den modernen Produktionsbedürfnissen angepasst – der neue Fabrikationstrakt.

## Auf drei Geleisen kommt man weiter

Die 1841 entstandene Weberei Gessner AG, mitten im schmacken Zürichsee-Städtchen Wädenswil gelegen und sogar mit dem Anbau eines neuen Fabrikationstraktes völlig ins Stadtbild integriert, ist die grösste Jacquardweberei der Schweiz. «Nach intensivem Überlegen sind wir beim Projekt des Neubaus davon abgekommen, auf die grüne Wiese abzuwandern, da wir mit unserem Konzept für die Arbeitnehmer Wohn- und Arbeitsstätte ideal vereinen konnten», erklärte Thomas Isler, Direktor des Unternehmens. Allerdings wurde beim 1977 begonnenen, rund 9 Mio. Franken kostenden Neubau darauf geachtet, dass weder Lärm noch andere

die Umwelt beeinträchtigende Immissionen die Bewohner stören konnten, ein nicht geringes Unterfangen, das jedoch voll geglückt ist. Auch bei der Verwendung des ausgedienten Fabrikteiles ging man eigene Wege. Anstatt die alten Hallen und Räume abzureissen, gestaltete man darin ein originelles, schlichtes Einkaufszentrum mit dem Cachet einstiger Fabrikationsstätten, wo man sich ungeniert umsehen kann. Neben einem Gartenzentrum und der Wirtschaft «Zur alten Fabrik» sind ein Wohn- und Einrichtungsgeschäft, ein Laden für Damenkonfektion und weitere Verkaufsgeschäfte für Freizeit und Hobby darin untergebracht, wobei durch die Firma auch für geeignete Zufahrtsstrassen und Parkplätze gesorgt wurde. Das ganze Projekt, so unpräzise und natürlich es aussieht, kostete vier Mio. Franken und wird von der Bevölkerung ausserordentlich geschätzt.

## Modernste Fabrikationsräume und altüberliefertes Know-how

Die mit dem Umbau eingeleitete Produktionsumstrukturierung brachte die gewünschte Rationalisierung und entsprechende Kosteneinsparung. Allerdings wechselte man beim Umzug nicht etwa den ganzen Maschinenpark aus, dafür wurden alle älteren Jacquardstühle einer sorgfältigen Revision unterzogen. So stehen neben modernsten Hochleistungsmaschinen alte Spezialwebstühle, auf denen noch die überlieferten, prächtigen Jacquardgewebe vergangener Zeiten angefertigt werden können. Im neuen, riesigen Websaal stehen 110 Maschinen mit einer über ihnen angebrachten, durchgehenden Bedienungsebene. Ein eigens für den Ein- und Ausbau entwickelter Bockkran erleichtert die anfallenden Arbeiten und spart Zeit. Das einst mühsame Kartenschlagen wird heute nach modernstem, mit einer amerikanischen Firma entwickeltem, patentiertem Elektronikverfahren vorgenommen. Da die 140 Jahre alte Jacquardweberei über eine riesige «Bibliothek» von alten Jacquardkarten mit unschätzbaren Dessinvorschlägen verfügt, speichert man diese auf Platzgründen mittels des Computers auf Magnetbänder. Diese Speicherung von über 100 000 Dessins ist beinahe abgeschlossen und stellt eine reiche, auslotbare Fundgrube für das firmeneigene Designer-Team dar, dem das fundierte Know-how jahrzehntelanger Erfahrung bei der Ausarbeitung besonders anspruchsvoller Stoffe immer wieder zu neuen Erkenntnissen verhilft.

## Teamgeist in allen drei Sparten

Das Produktionsvolumen der Weberei Gessner AG gliedert sich in drei verschiedene Themen. An erster Stelle stehen die DOB-Gewebe, gefolgt von Deko- und Krautwattenstoffen. Die drei Abteilungen sind jedoch nicht voneinander getrennt, sondern profitieren von einem gut eingespielten Teamwork, das sich vom kreativen wie vom technischen Standpunkt aus als aus-



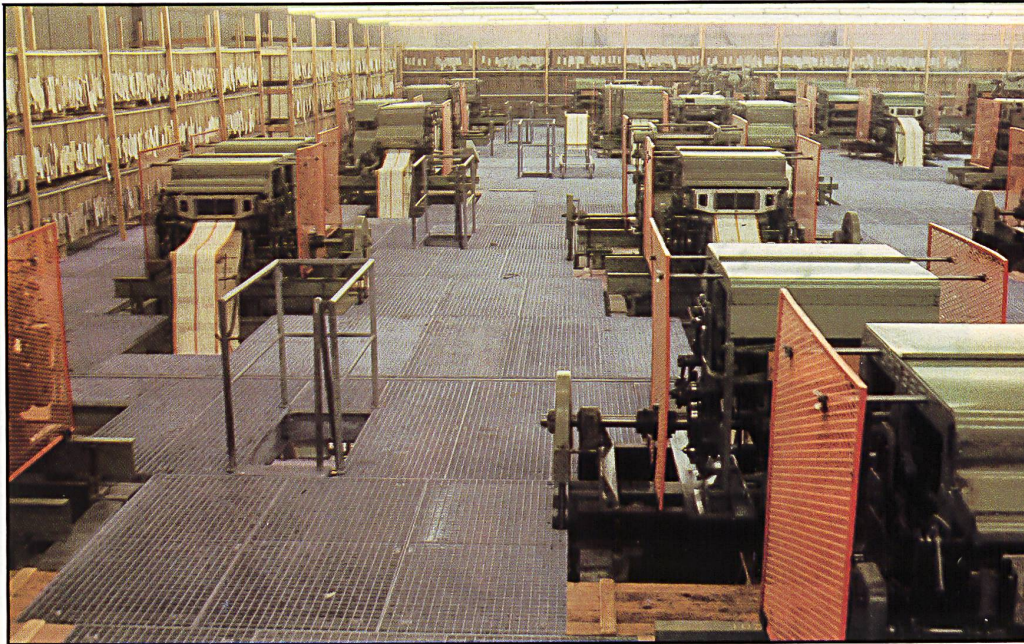
serordentlich fruchtbar erweist. Die Leiter der drei verschiedenen Abteilungen, A. Reichelt für DOB-Stoffe, E. Meier für Krawattenstoffe und M. Frischknecht für Dekostoffe, bilden die Geschäftsführung des Unternehmens, präsiert von Thomas Isler. Die enge Kontaktnahme untereinander ermöglicht eine optimale Flexibilität, wobei mit seismographischer Akribie auf die Marktbedürfnisse reagiert werden kann.

Die altbewährte Geschäftspolitik mit den fast ausschliesslich auf die Manipulanten ausgerichteten Handelsbeziehungen hat in jüngster Zeit keine grundlegenden Erweiterungen erfahren.

Im DOB-Bereich wird eine kleine kreativ starke Ideen-Kollektion auch einem ausgewählten kleinen Kreis ausländischer Kunden vorgelegt, der mit den Abnehmern der Manipulanten in keiner Art kollidiert. Man denkt im Führungsgremium nicht daran, eine eigene Verkaufsorganisation aufzuziehen, da sich das alte System bewährte und sich erfolgreich zeigt. Hauptgewicht wird auf die Entwicklung neuer Qualitäten, modischer Dessins und raffinierter Ausrüstung gelegt. Die enge Zusammenarbeit mit den Manipulanten, gekoppelt mit den losen Beziehungen zu entsprechenden Exportmärkten, bringt die immer wichtiger werdende Marktnähe, das frühzeitige Erkennen kommender Trends, die man im flexiblen Produktionsbetrieb rasch modisch realisiert. «Was wir betreiben ist industrielles Handwerk», meint A. Reichelt, «Nouveautés, die auf einem tiefen Know-how basieren und wirkliches Können erfordern. Das ist unsere Stärke.» Daraus resultieren denn auch hochwertige Façonné-Gewebe, Brokate, raffinierte Cloqués und weitere aktuelle Nouveautés.

Bei den Dekostoffen zeigt Gessner AG ebenfalls eine ganz spezielle Handschrift. Auch hier werden die Spezialitäten oft in Zusammenarbeit mit den Grossverteilern entwickelt, und die Kreationen finden den Weg in alle Welt. Bei den Dekogeweben gibt es weder von der Dessinierung noch vom Materialeinsatz her eine Begrenzung. Naturfasern-Optik steht im Vordergrund, wofür Baumwolle, Seide und Leinen, gemischt mit Synthetics, eingesetzt werden. Die Tendenz strebt sodann nach diskreten, vornehmen Farben, die gut zu den meist mittelrapportigen Jacquard-Dessins passen.

Die Krawatten-Abteilung unterscheidet sich von den beiden andern Sparten durch die eigene Verkaufsorganisation. Nachdem vor einiger Zeit von der Firma Gessner die Naef-Kollektion übernommen worden ist, werden das Gessner- und das Naef-Sortiment getrennt geführt. Beide Angebote zeigen auch vom Design her ein eigenständiges Gesicht. Die Qualitäten sind von ausgesuchter Feinfädigkeit, wobei synthetische Artikel den Hauptdarsteller stellen. Mischungen mit Seide und ein kleines Sortiment aus reiner Seide kommen der Nachfrage nach hochwertiger Ware entgegen. Diskrete Applikationen von Strass und Perlen in Kombination mit



einem einzelnen Webdessin als Placé beweisen, dass Gessner auch im Krawatten-Sektor kreatives Ausdrucksvermögen pflegt und modisch initiativ ist. Ganz allgemein ist man mit dem Geschäftsverlauf zufrieden. Die Bauzeit brachte natürlich einen gewissen Substanzverlust mit sich, doch hat man inzwischen wieder beträchtlich aufgeholt. Mit den 190 Mitarbeitern wird ein Umsatz von 20 Mio. Franken erreicht, und man sieht – sofern die Rahmenbedingungen (Weltwirtschaft) einigermaßen gut bleiben – mit Optimismus in die Zukunft.

△ Blick in den riesigen Websaal mit den 110 Jacquardwebstühlen.

△ Die Fertigung der Lochkarten geschieht auf elektronischem Wege mittels eigenentwickeltem Computersystem.