



Creating Textile Values

85 JAHRE ROHI: DESIGNGESCHICHTE & DESIGNZUKUNFT

Die Webmanufaktur rohi mit Hauptsitz im oberbayerischen Geretsried feiert in 2018 ihr 85-jähriges Jubiläum. 1933 gegründet, ist rohi heute eines der weltweit führenden Unternehmen für Sitzbezugsstoffe aus Wolle – als Anbieter für die Luftfahrt- und internationale Möbelindustrie sowie für öffentliche Objekte. Zu den rohi Kunden zählen international agierende Unternehmen wie Lufthansa und Emirates, Vitra, Rolf Benz und COR sowie Daimler Berlin und die Staatsoper Unter den Linden. Drei Generationen haben bisher die Weichen für das Unternehmen immer wieder neu gestellt und sowohl Design als auch Produktionsverfahren stetig weiterentwickelt. Das Herz der Manufaktur bleibt jedoch dies: der reiche Erfahrungsschatz rund um die Hightech-Faser Wolle, der von Generation zu Generation weitergereicht wird.

GRÜNDERZEIT: DESIGN UND TECHNIK HAND IN HAND

Die Geschichte des Unternehmens beginnt 1933. Die Designerin Marga Hielle-Vatter gründet mit ihrem Mann Rolf Hielle, einem Textilingenieur, das Unternehmen. Das Paar ergänzt sich perfekt: Während Marga Hielle-Vatter sich mit ihrer ganz eigenen Gestaltungshandschrift entwickelt, widmet sich Rolf Hielle der Optimierung des Produktionsverfahrens. Seine selbst entwickelten Textilprüfmaschinen sind noch heute im Einsatz. Gemeinsam schreibt das Ehepaar Textilgeschichte. Die Entwürfe von Marga Hielle-Vatter werden für ihre kreative und visionäre Kraft international ausgezeichnet.

UP IN THE AIR: DIE ZWEITE GENERATION UND DIE GLOBALISIERUNG

Die zweite Generation unter Bernd Hielle entdeckt in den 70er-Jahren ein neues Geschäftsfeld: Lag der Fokus bisher auf Möbelstoffen, wird das Programm nun um textile Produktinnovationen für den Luftfahrt- und Objektbereich ergänzt. rohi wird zu einem der weltweit größten Anbieter für die textile Ausstattung von FlugzeugInnenräumen. Als einer der ersten Textilhersteller erhält rohi die Zulassung als Zulieferer für AIRBUS und BOEING. Der zweiten Generation ist es zu verdanken, dass der Anteil des auf allen Kontinenten erzielten Exportumsatzes aktuell über 80 Prozent beträgt.

NEUE MASSSTÄBE: DIE DRITTE GENERATION

Heute führt Bernd Hielles Tochter Katrin Hielle-Dahm mit ihrem Mann Philipp Dahm das Unternehmen als Geschäftsführerin und leitet die Designabteilung. Ihre Schwester Tina Wendler zeichnet für das Marketing und das Upcycling-Projekt 13RUGS verantwortlich. Auch die dritte Generation ist beim Thema Qualitätsmanagement ihrer Zeit voraus. Das hauseigene Prüflabor übertrifft die üblichen Mess-Parameter. 2003 wird das Qualitätsmanagement von rohi nach EN (AS) 9100 zertifiziert – als erstes Unternehmen der Textilindustrie weltweit. „Unsere Zuwachsraten im Möbel- und Objektbereich verdanken wir unter anderem dem technischen Textil-Know-how aus der Flugzeugindustrie. Diese Synergieeffekte sind sehr wertvoll. Die Funktionalität von Stoffen ist bei immer komplexeren Einsatzbereichen zum maßgeblichen Prüfstein geworden“, erklärt Philipp Dahm. So sind sämtliche Möbelstoffe akustisch geprüft und zertifiziert. In der Staatsoper Unter den Linden Berlin sorgen zum Beispiel 1620 Meter feinsten rohi Wollstoff für optimalen Sitzkomfort, stille Opernatmosphäre und ideale Akustik.

UPCYCLING UND INDIVIDUALISIERUNG

Auch im Geschäftsbereich AIR setzt die dritte Generation neue Maßstäbe. Auf der Aircraftmesse 2014 präsentiert rohi eine patentierte Neuheit: ECLECTIC zeichnet sich durch einen endlos erscheinenden Rapport aus. „Die Vorteile sind vielfältig: Die Fluggesellschaft muss nicht mehr auf einen exakten Verschnitt achten und jeder Passagier erhält einen einzigartig gestalteten Sitzplatz. So punktet ECLECTIC einerseits



Creating Textile Values

mit Effizienz und erfüllt andererseits moderne Ansprüche an eine individuellere Atmosphäre im Flugzeug“, führt Katrin Hielle-Dahm aus. Mit Emirates (Dubai), Eva Air (Taiwan) und künftig auch ANA (Japan) setzen immer mehr prominente Fluglinien auf das Konzept ECLECTIC.

Im Jubiläumsjahr blickt die dritte Generation zudem auf das dritte Jahr einer neuen Produktgruppe zurück. 2016 hat rohi das Label 13RUGS ins Leben gerufen. Hier werden in aufwändiger Handarbeit die Webkanten von rohi zu Teppichunikaten verarbeitet. Mit Hilfe des Upcyclings werden aus bisherigen Produktionsüberschüssen textile Kunstwerke für Boden und Wand – ein Bekenntnis der dritten Generation zur Nachhaltigkeit. Der Kunde wird in den kreativen Prozess integriert und kann Farben und Form selbst auswählen. Die künstlerische Gestaltung und ihr sichtbarer Manufakturcharakter machen die Teppiche besonders authentisch und lebendig. Die Unikate streben nicht nach Perfektion, sondern grenzen sich bewusst ab. „13RUGS steht für die traditionellen Werte des Manufakturprozesses und unsere Firmenphilosophie, sind aber auch ein Sinnbild für den aktuellen Megatrend der Individualisierung und den Drang nach Selbstbestimmung. So können wir Tradition und Moderne perfekt in Einklang bringen“, resümiert Tina Wendler.

Für mehr Informationen über rohi:
presse@rohi.com / rohi.com