

**Zeitschrift:** Textiles suisses - Intérieur  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1975)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Der Zuschneide-Service in der Praxis  
**Autor:** Tschanz, Otto  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-794780>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 14.02.2026

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

# Der Zuschneide-Service\* in der Praxis

Ein Fachmann gibt Auskunft



Otto Tschanz

**Otto Tschanz ist leitender Mitarbeiter des gleichnamigen Spezialunternehmens für Bodenbeläge und Metaldecken in Zollikofen bei Bern. Die Firma Tschanz, ein Familienunternehmen, besteht seit 1950. Sie befasste sich anfänglich vor allem mit Hartbelägen, wechselte dann aber mehr und mehr in den textilen Bereich hinüber. Heute entfallen rund 70 Prozent des Umsatzvolumens auf Teppiche und deren 30 auf harte Bodenbeläge.**

Einer der wichtigsten Lieferanten der Firma Tschanz ist seit vielen Jahren die **Stamm AG, Eglisau**, die die bestellten Teppiche jeweils ab Fabrik fertig zugeschnitten an liefert. Im Rahmen eines kleinen Interviews stellten wir Herrn Tschanz, Verantwortlicher für die Abteilung Bodenbeläge, einige Fragen über seine Beweggründe für eine enge Zusammenarbeit mit der Firma **Stamm AG** und deren Zuschneide-Service sowie seine bisherigen Erfahrungen auf diesem Gebiet.

— Herr Tschanz, was hat Sie seinerzeit bewogen, mit der Firma **Stamm AG, Eglisau**, in geschäftlichen Kontakt zu treten?

— Ich suchte als Hauptlieferanten einen zuverlässigen und starken Partner, der über ein breites und qualitativ hochwertiges Sortiment verfügt. Dabei achtete ich auch auf ein optimales Verhältnis von Qualität und Preis.

●

— Sie betonen die Qualität. Welche Rolle spielt sie in Ihrem Geschäft?

— Eine absolut dominierende. Unsere Kundenschaft ist sehr qualitätsbewusst. Sie will keine Billigware, sondern qualitativ vorzügliches Material sowie eine fachmännische, seriöse Arbeit. Ganz abgesehen davon, dass die Arbeit mit Qualitätsware auf die Dauer die solidere Geschäftsgrundlage bildet: Gerade in der heutigen Zeit ist wieder ein starker Trend zur Qualität festzustellen. Zudem weiss man in Geschäftskreisen den Wert einer gepflegten und zufriedenen Geschäftskundschaft wieder mehr zu schätzen.

●

— Was hat Sie veranlasst, sich bei der Verwirklichung Ihrer geschäftlichen Ziele auf den Zuschneide-Service eines Fabrikanten abzustützen?

— Bevor ich mich für den Zuschneide-Service entschied, habe ich die Vor- und Nachteile eines Verkaufs ab Rolle eingehend studiert. Ausgehend von meinen Möglichkeiten und geschäftlichen Zielsetzungen stellte ich dabei ein starkes Übergewicht der negativen Faktoren fest: Neben erheblichen Bau-Investitionen und kostspieligen Lagereinrichtungen hätte es einer eigenen Zuschneiderei mit entsprechendem Personal bedurft. Außerdem ist die Lagerhaltung sehr kapitalintensiv, wenn man eine interessante Sortimentsbreite erreichen will. Nicht zu vergessen auch das Abfall- und das Ladenhüter-Problem.

— Spielt das Ladenhüter-Problem im Rahmen einer derartigen Abwägung zwischen Nutzen und Risiko eine sehr grosse Rolle?

— Oh ja, und zwar vor allem wegen der Gefahr von Preisschwankungen, die eine grössere Lagerhaltung gerade in der heutigen Zeit zu einer ziemlich spekulativen Angelegenheit macht. So haben wir in letzter Zeit auf dem Rohstoffmarkt bedeutende Preishäussern und -baisse erlebt, die sich auf den Preis des Endprodukts stark auswirken. Das Risiko des Händlers ist nun, dass er sich in einer Hochpreisphase mit teurer Ware eindeckt und anschliessend mit grossen Beständen in einen Preissturz hineingerät. Arbeitet er hingegen nach dem Zuschneide-Service-System, kann er jederzeit zu «Tagespreisen» einkaufen. Natürlich kann man mit einer grossen Lagerhaltung in Hause-Zeiten auch gewinnen, aber es dürfte gerade in unseren Tagen wohl klüger sein, das geschäftliche Gesamtrisiko so niedrig wie möglich zu halten.

●

— All diese Nachteile konnten Sie also dank des Zuschneide-Service vermeiden. Ergeben sich aus dem Verzicht auf ein eigenes Rollenlager aber nicht gewisse Nachteile für die Kundenschaft?

— Nein, ganz im Gegenteil: Wir sind unseren Kunden gegenüber völlig frei und stehen nicht unter dem Druck eines Lagers, das intensiv genutzt werden muss, wenn es rentieren soll.

●

— Glauben Sie, dass die Kunden diese Unvorsichtigenheit auch tatsächlich zu schätzen wissen?

— Ohne Zweifel: Wenn die Kunden in meinen Musterraum kommen, können sie sich in der Wahl des geeigneten Teppichs völlig frei fühlen. Ich selber kann mich dabei auf eine objektive Beratung konzentrieren und bin nicht gezwungen, im Interesse eines guten Lagerumschlags ein Verkaufsgespräch zugunsten eines bestimmten Teppichs zu führen. Die Kunden realisieren diese sachliche Argumentation in der Regel sehr rasch und wissen sie tatsächlich zu schätzen. Geschätzt wird aber auch eine faire Kalkulation.



1

2



— Was verstehen Sie unter «fairer Kalkulation»?

— «Faire Kalkulation» heisst für mich: Einstandspreis plus eine dem effektiven Aufwand entsprechende Marge. Dies ist unter anderen deshalb möglich, weil die Firma **Stamm AG** ein transparentes Rechnungssystem pflegt, das nicht nur meiner Firma, sondern auch — speziell bei Überbreiten — meinen Kunden zugute kommt. Es ist ein Preissystem, das ich mit gutem Gewissen als sehr «konsumentenfreundlich» bezeichnen kann.

●

— Wie steht es mit den Lieferungen? Gibt es keine Schwierigkeiten mit zu spät eintreffender oder falsch zugeschnittener Ware?

— Nein. Zuschneid und Lieferung klappen erfahrungs-gemäss wie am Schnürchen. Unter bestimmten Voraussetzungen werden grössere Lieferungen sogar direkt dorthin gebracht, wo die Teppiche verlegt werden sollen, und wenn's einmal wirklich sehr pressiert, dann erhalte ich bisweilen einen Teppich auch ausserhalb der üblichen Lieferbedingungen. Diese rasche und flexible Bedienung erspart uns eine Menge Umrübe.

●

— Und wie steht es mit den Reklamationen?

— Reklamationen waren bisher kaum zu registrieren. Und wenn es einmal Schwierigkeiten gab, so wurden diese von der Firma **Stamm AG** sepidiv und kulant erledigt.

\*Der im In- und Ausland gut etablierte Zuschneide-Service der **Stamm AG** wird heute bereits von über 4500 Firmen regelmässig in Anspruch genommen.



3



4

## — Welche Bedeutung messen Sie den werblichen Massnahmen bei?

— Unser Prinzip lautet: Die beste Werbung ist die Empfehlung eines zufriedenen Kunden. Eigene Werbung treiben wir praktisch keine. Dagegen sind uns das gute Markenimage von Stamflor und insbesondere die Bemühungen des Aussendienstes der Stamm AG eine wertvolle Hilfe.

## — Nach Ihren Ausführungen zu schliessen, haben Sie demnach Ihren unternehmerischen Entscheid, nach dem Zuschneide-Service-System zu arbeiten, nicht bereut?

— Keineswegs. Gerade in der heutigen Situation zeigt sich die Richtigkeit dieses Entscheids besonders deutlich. Und zwar nicht nur, weil es ratsam erscheint, alle Risiken möglichst niedrig zu halten. Sondern auch deshalb, weil der Unternehmer zur Zeit von anderen wichtigen Problemen so stark absorbiert sein dürfte, dass er vermutlich kaum noch Zeit findet, um sich den Fragen einer optimalen Lagerbewirtschaftung voll annehmen zu können.

1. Hat sich der Kunde nach eingehender und objektiver Beratung im Musterraum für einen Stamflor entschieden...

2. ... wird der entsprechende Teppich in Eglisau bestellt, in der Fabrik aufs richtige Mass zugeschnitten, ausgeliefert...

3. ... und anschliessend vom Fachmann mit kundiger Hand...

4. ... zur vollen Zufriedenheit des Auftraggebers verlegt.

1. Si le client, tout bien pesé, se décide sur les conseils de M. Tschanz, à acheter un «Stamflor»...

2. ... son tapis est commandé à Eglisau, où il sera coupé aux dimensions requises, avant d'être livré au spécialiste...

3. ... qui le posera d'une main experte...

4. ... à l'entière satisfaction de l'acheteur.

1. If, after detailed and objective advice in the pattern department, the client decides to buy a «Stamflor»...

2. ... his carpet is ordered for him in Eglisau, and cut in the factory to the precise dimensions he requires, before being delivered to the specialist...

3. ... who lays it with a skilled hand...

4. ... to the client's complete satisfaction.

1. Se, dopo una visita al campionario dove è stato consigliato esaurientemente e oggettivamente, il cliente decide di acquistare uno «Stamflor»...

2. ... il tappeto in questione è ordinato a Eglisau, ridotto in fabbrica alle dimensioni volute, fornito...

3. ... poi posato dallo specialista con mano esperta...

4. ... per la massima soddisfazione del cliente.

## Le service de découpage vu par un usager

Dans le cadre d'une interview, M. Otto Tschanz, directeur-propriétaire d'une importante firme spécialisée dans la vente de couvre-sols, à Zollikofen près de Berne, nous a expliqué les avantages décisifs qu'offre, pour le commerçant aussi bien que pour le client, le service de découpage de la maison Stamm SA à Eglisau. Nous reproduisons ici l'essentiel de son argumentation:

«La vente de tapis sur la base de la marchandise en réserve ne m'aurait pas seulement contraint à édifier de coûteux entrepôts, avec toute l'installation que cela suppose, mais également à organiser un service de découpe maison avec du personnel qualifié. L'entreposage mobilise en outre une grosse partie de capital — à quoi viennent s'ajouter les problèmes avec les chutes et les rossignols. Ce dernier point a pris particulièrement d'importance depuis que les prix des matières premières se sont mis à fluctuer, car le détaillant doit encore compter en permanence avec le fait qu'il restera avec des stocks entiers sur les bras au cas où les prix tombent. Mais le service de découpage présente également de considérables avantages pour la clientèle, car je peux assumer ainsi ma fonction de conseiller en toute liberté, n'étant pas contraint d'argumenter en fonction d'une bonne rotation des stocks ou d'amener le client à se décider pour tel ou tel tapis que nous avons précisément en réserve. Ma clientèle apprécie hautement ce fait ainsi que la vérité des prix qui y est liée: l'acheteur ne paie en effet rigoureusement que la marchandise qu'il reçoit, il verse exactement le montant correspondant à ce qu'il demande. Quant à la marche pratique des affaires avec la méthode du service de découpage, elle m'a aussi toujours donné pleine satisfaction: l'expérience montre que le découpage et la livraison collent parfaitement et qu'il est rare d'avoir des réclamations. Aujourd'hui plus encore, au moment où le responsable d'une affaire est obligé de maintenir les risques à un niveau le plus bas possible, la décision prise en son temps d'opter pour le service de découpage se révèle particulièrement précieuse.»

Solidement implanté en Suisse comme à l'étranger, le service de découpage de Stamm SA se voit aujourd'hui mis régulièrement à contribution par plus de 4500 maisons pratiquant la vente de tapis et moquettes.

## Cutting service in actual practice

In an interview, the industrialist Otto Tschanz, who runs a big firm specializing in the sale of carpeting at Zollikofen near Berne, explained the very great advantages, for both manufacturers and clients, of the cutting service offered by the firm of Stamm Co. Ltd., Eglisau. Below we give a summary of his most important points:

“The sale of carpets direct from stock would have forced me not only to build expensive warehouses, with all that involves, but also to set up my own cutting works with skilled personnel. In addition, storage freezes capital that could be more profitably used elsewhere, not to mention the problems of waste and remnants. This particular point has become even more important with the current heavy fluctuations in raw material prices, since retailers risk being left sitting on full stocks in times of falling prices. The cutting service however also offers considerable advantages to the clientele, because I can thus act perfectly freely and objectively as an advisor without being obliged, in the interests of a proper turnover, to persuade the client in favour of this or that carpet, just because it happens to be in stock. This and a fair calculation of the price—the client paying only for what he actually receives—is tremendously appreciated by my clientele. From the practical point of view too, the cutting service has always given me complete satisfaction: from experience I can say that cutting and delivery work out very well, and there have hardly ever been any complaints. Today, more than ever, when managers are obliged to keep their risks as low as possible, the decision to make full use of the cutting service proves particularly worthwhile.”

The Stamm Co. Ltd. cutting service, which is well established both and abroad, is regularly used by over 4,500 carpet firms.

## Il servizio taglio nella pratica

All'occasione di un'intervista, l'industriale Otto Tschanz, proprietario a Zollikofen presso Berna di un'importante ditta specializzata nel rivestimento del suolo, ha messo in evidenza i vantaggi che rappresenta per il rivenditore e per la clientela il servizio taglio della Stamm S.A. di Eglisau. Segue qui appresso l'essenziale delle sue dichiarazioni:

«La vendita di tappeti direttamente dallo stock avrebbe richiesto non solo la costruzione di costosi locali di deposito, con le corrispondenti installazioni, ma mi avrebbe anche costretto a metter su un proprio reparto taglio con manodopera specializzata. D'altra parte la costituzione di stock immobilizza molto capitale ed è collegata al problema degli scarti e dei fondi di magazzino. Quest'ultimo problema si è particolarmente accentuato in seguito alle fluttuazioni dei prezzi delle materie prime; nel caso di un ribasso dei prezzi il rivenditore al dettaglio rischia costantemente di ritrovarsi con un deposito strappiato. Il servizio taglio è vantaggioso anche per la clientela: mi permette di esercitare la mia attività di consiglio liberamente ed indipendentemente, senza essere costretto, nell'interesse di una buona liquidazione della merce in stock, di cercare di vendere proprio quel tappeto che per caso si trova in deposito. Questo fatto, aggiunto a un calcolo corretto in cui l'acquirente paga solo la merce che riceve più i costi di cui è direttamente responsabile, è otremodo apprezzato dalla mia clientela. Anche il modo in cui gli affari si svolgono in pratica secondo il metodo del servizio taglio mi ha sempre interamente soddisfatto: l'esperienza dimostra che il taglio e la fornitura funzionano a perfezione e che ci sono pochissimi reclami. Proprio in questi giorni, in cui l'imprenditore è costretto a limitare al massimo i rischi, la decisione — presa tempo fa — di aderire al servizio taglio si dimostra particolarmente preziosa.»

Attualmente il servizio taglio della Stamm S.A., bene sviluppato in Svizzera e all'estero, è regolarmente utilizzato da più di 4500 ditte.