

Zeitschrift: Textiles suisses - Intérieur
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1979)
Heft: 2

Artikel: Schweizer Teppichmarkt setzt auf Qualität und Kreation
Autor: Bodmer, Virginia F.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-794012>

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: 09.02.2026

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

SCHWEIZER TEPPICHMARKT SETZT AUF QUALITÄT UND KREATION

Seit vielen Jahren darf sich die Schweiz als Teppichland «par excellence» sehen lassen, stehen doch die Pro-Kopf-Verbrauchszahlen an Quadratmetern textiler Bodenbeläge stets in den Spitzenräten der internationalen Liste. Dies ist nicht weiter verwunderlich, denn die Schweiz verfügt über eines der höchsten Pro-Kopf-Einkommen der Welt, und der Schweizer Konsument gilt als einer der anspruchsvollsten. Diese Kriterien wirken sich auch auf die Lage im Schweizer Teppichmarkt aus. Der Konsument kann unter einer breiten Produktpalette das auswählen, was seinen Geschmack und seinen Preis-/Wertvorstellungen am ehesten entspricht. Obwohl der Markt eher für Spezialitäten denn Quantitäten ausgelegt ist, wird neben der einheimischen Produktion — sie deckte 1978 43% des Gesamtverbrauchs — Ware vor allem aus der Bundesrepublik Deutschland, Grossbritannien, Belgien und den skandinavischen Ländern importiert.

Qualitätsansprüche bedingen kostenintensive Produktion
Wenn der Schweizer Teppichfachhandel dem Vorrang gibt, so wünscht er gegenüber der ausländischen Konkurrenz eine noch sorgfältigere Verarbeitung, einen höheren Dienstleistungsbereitschaftsgrad von Seiten der Fabrikanten sowie die Möglichkeit, in einer bestimmten Qualität Sonderwünsche bezüglich Struktur, Farbtöne, Kreation usw. anzubringen. Beliebt ist die Schweizer Ware neben ganz bestimmten zusätzlichen Produktions-, Qualitäts- und Anwendungsmerkmalen oft auch wegen der spezifischen Masse (Breite). Daraus ist abzulesen, dass die Schweizer Teppichfabrikanten fast alle Individualitätswünsche erfüllen. Doch diese Wünsche haben ihren Preis. Sie stellen zudem an die Flexibilität und das Umstellungsvermögen

eines jeden Betriebes gewaltige Ansprüche. Da es sich in den meisten Fällen um mittlere Betriebe handelt, können sie dank einer verbesserten Umstellfähigkeit Marktveränderungen rascher und produktgerechter vollziehen, als dies bei Grossunternehmungen in der Regel der Fall ist. Im Exportgeschäft wirken sich diese hohen Schweizer Qualitätsansprüche, außer in den ausgesprochenen Schweizer Spezialitäten, indessen sehr oft hemmend aus, stösst doch

das Preisniveau nahezu an eine «Schallgrenze». Das Geschäft wird deshalb sehr oft nur mit Margenzugeständnissen getätigkt werden können. Eine qualitativ weniger anpruchsvolle Produktion fürs Ausland lässt sich aus Wirtschaftlichkeitsgründen nicht bewerkstelligen. Obwohl die hälftischen Arbeitsstundenkosten in der Produktion mit denen der Konkurrenzländer vergleichbar sind, liegen die Schweizer Preise durchschnittlich höher, was vornehmlich auf die Kosten

bei Kader und Verwaltung sowie die äussersten Qualitätsprofilansprüche zurückzuführen ist.

Kurzfristige Bestellungen

Der Bestellungseingang im In- und Ausland ist vorrangig durch eine kurzfristige Ordersituation gekennzeichnet. Selbst für grosse Objekte wie Bürogebäude wird praktisch erst im letzten Moment geordert. Das Lagerrisiko hat sich deshalb in den letzten Jahren immer stärker vom Grossisten und Handel zurück zum Fa-

brikanten verlagert. Um die Ansprüche gerecht zu werden, wird die Dispositionsbteilung jeweils genötigt, rasche Produktionsumstellungen in die Wege zu leiten. Infolge des stagnierenden, sich nur zögernd erholenden Baumarktes wurde der seinerzeitige Höhenflug der Schweizer Teppichumsätze gebremst. Erfreulich hat sich in den letzten 1 bis 2 Jahren die Belebung des Einfamilienhausbau ausgewirkt. Allerdings bei aufwendigeren Verkaufsanstrengungen als

bei Grossobjekten, wo zwar zeitmässig unter Umständen länger verhandelt werden muss, dafür das Geschäftsvolumen ungleich viel grösser ist. Die breite Produktpalette, die weitgefächter Farbenpalette, die selbst regionalen Bedürfnissen Rechnung trägt, stellt an die Fachberatung auf jeder Stufe sehr hohe Ansprüche. Denn nur sie kann letztlich aus der Wahl keine Qual, sondern ein Zufriedenstellen aller Ansprüche erreichen. Der Ausbildung von Fachberatern kommt deshalb

große Bedeutung zu. Sie wird auch vom Verein Schweizerischer Teppichfabrikanten VSTF gefordert. Das Schweizer Teppich-Detailhandelsvolumen liegt derzeit bei über einer Milliarde Franken, was seine Bedeutung unterstreicht. Erdölpreisseigerungen wirken sich aus

Obwohl sich die gestiegenen Erdölpreise erst mit einiger Verzögerung auf die Teppichproduktion auswirken, sind Preiserhöhungen in Sicht. Denn die diversen Vor- und

Halbprodukte der vorgelagerten Stufen, meist auf Erdöl-derivaten beruhend, wurden bereits teurer. Auch die Produktionsenergie verteuert sich zunehmend. Während bei den Naturfaserprodukten die Preisanhiebungen durch Terminkontrakte bisher verzögert werden konnten, ist dieses Mittel bei den Chemiefasern nur beschränkt einsetzbar. Trotz der noch immer herrschenden weltweiten Überkapazitäten, sind keine außerordentlichen Preisgeständnisse mehr aus handelbar. Chemikalien- und Farbenproduzenten haben ihre Preise bereits angehoben. Im gleichen Atemzug ist in den westlichen Industrieländern wieder ein Anziehen der Inflation zu bemerken, was die Preisprallerei ebenfalls befürchtet.

Markstagnation

Sämtliche verfügbaren Daten der Zukunftsforscher besagen für die Schweiz ein beschränktes Wachstum bis zur Jahrhundertwende, was einerseits auf demoskopische Gründe zurückzuführen ist, anderseits auf Umstrukturierungen und Redimensionierungsprozesse sowie die weitere Ausrichtung auf Spezialitäten und höherwertige Produkte, mit einhergehenden Konzentrationsprozessen. Gestützt auf diese Prognosen wurde das Wohnbauvolumen in der Schweiz redimensioniert. Der jährliche Bedarf liegt nun bei 35 000 neuen Wohnungen. In den vergangenen 2 Jahren wurde diese Quote knapp erreicht, wenn der Einfamilienhausbau ebenfalls miteinbezogen wird. Aus Bankkreisen ist jedoch zu vernehmen, dass die Hypothekargesuche für neue Einfamilienhäuser bereits wieder in Abnahme begriffen sind. Bezogen auf den Teppichmarkt ist deshalb anzunehmen, dass der Schweizer Markt in absehbarer Zeit stagniert, denn die Teppichmarktabdeckung ist bereits hoch; in einem oder andern Sektor ist gar eine leicht rück-



Der Vizepräsident des Vereins Schweizerischer Teppichfabrikanten VSTF, Roland Wiederkehr, zu aktuellen Fragen der schweizerischen Teppichindustrie

1. Welches sind die Vertriebswege des Schweizer Teppichmarktes?

«Der Schweizer Teppichmarkt weist im Gegensatz zu den meisten westeuropäischen Ländern eine klare Vertriebsstruktur auf. Vom Gesamtvolume der maschinell hergestellten Teppiche (inkl. Importe) gehen ca. 60-70 Prozent über den Gross- an den Detailhandel (Fachgeschäfte, Verlegerbetriebe) und letztlich zum Endverbraucher. 30-40 Prozent werden von in- und ausländischen Fabriken direkt an grosse Detailgeschäfte oder Grossverteilerorganisationen z.B. Warenhäuser sowie an Einkaufsverbände des Detailhandels geliefert. Die Schweiz verfügt über einen gut funktionierenden Teppichgrosshandel.»

2. Welches sind die Hauptaufgaben des Vereins Schweizerischer Teppichfabrikanten VSTF dem derzeit 13 von insgesamt 21 Teppichfabrikanten angehören?
«Bezogen auf den Schweizer Markt sind es vor allem das Eingehen auf die spezifischen

Marktbedürfnisse, die Marktnähe (Qualität, Transport, Service usw.), die Berücksichtigung von Farbwünschen, spezielle Strukturen der Teppiche (z.B. Warenbreite). Im Exportgeschäft verfügen die Schweizer Teppichfabrikanten über einen guten Ruf in bezug auf Zuverlässigkeit und einen hohen Qualitätsstandard, kurz ein enormes Vertrauenskapital. Allgemein darf auch noch die wirtschaftliche und politische Stabilität der Schweiz sowie der hohe Ausbildungsniveau der arbeitenden Bevölkerung hervorgehoben werden.»

3. Welches sind die Hauptaufgaben des Vereins Schweizerischer Teppichfabrikanten VSTF dem derzeit 13 von insgesamt 21 Teppichfabrikanten angehören?
«In erster Linie die Wahrung der Interessen der Schweizer Teppichindustrie. In einer technischen Kommission werden derzeit neue Prüfmethoden in Zusammenarbeit mit der Eidg. Materialprüfungsanstalt entwickelt. Weiter sollen die Kriterien für die Verwendbarkeitinstu-

fung der einzelnen Teppichkategorien verbessert und vereinheitlicht werden. Das Brandverhalten der Teppiche wird intensiv in Praxis und Labor untersucht. Auch eine sinnvolle Abfallverwertung der bei der Produktion anfallenden Abfälle und weitere Umweltschutzfragen sind derzeit in Prüfung. Eine andere Kommission beschafft die Basismarktdaten. In Zusammenarbeit mit «Swiss Fabric» wird für den Schweizer Teppich geworben. Anzuftühren ist ebenso die Schulung von Teppichverkäufern, die bei Abschluss eine Urkunde als diplomierte Teppichberater VSTF erhalten.»

4. Welche Prognose stellen Sie dem Schweizer Markt für die nächsten 6-12 Monate?

«Normalen Konjunkturverlauf und Wechselkurstabilität vorausgesetzt, bestehen gute Aussichten. Der Handel ist gut ausgelastet. Die Auftrags eingänge sichern die Beschäftigung in den nächsten Wochen und Monaten. Besonders gut ist die Nachfrage bei den Neubauten im Einfamilienhaus-Sektor, was bis gegen

Ende dieses Jahres anhalten dürfte. Auch im Ersatzbedarf ist die Auftragslage befriedigend. Unter den erwähnten Voraussetzungen kann gesamthaft geschossen mit einem guten Abschluss für 1979 und einem guten Verlauf des Geschäfts zu Anfang 1980 gerechnet werden. Allerdings wird das Ansteigen der Rohölpreise die Marktentwicklung und die konjunkturelle Lage in uns und in den Nachbarländern beeinflussen. Realistischerweise ist mit einer Stagnation, möglicherweise mit Rückschlägen im Verlaufe des Jahres 1980 zu rechnen.»

5. Wie beurteilen Sie den technischen Stand der Schweizer Textilindustrie im allgemeinen und der Teppichindustrie im besonderen?

«Für die Erneuerung und Modernisierung der Textil- und der Teppichindustrie wurde in der Schweiz besonders in den Jahren 1967-1977 viel investiert. Vom technischen Stand aus gesehen, ist die Schweiz absolut konkurrenzfähig. Dank der allgemein eher konserva-

Der Schweizer Teppichmarkt in Zahlen



21 Schweizer Teppichfabrikanten produzierten 1978 13 Mio. Quadratmeter an textilen Bodenbelägen. Dies entspricht 23 387 Tonnen (1977: 22 870). Hinzu kommen Importen (inkl. Nadelfilz) 26 918 (25 603) Tonnen sowie 1 649 (1 965)

Tonnen geknüpfter Orientteppiche. Gesamtvolume somit 51 954 (50 438) Tonnen. Wertmässig belief sich die Schweizer Produktion auf 210 (206) Mio. Franken, davon verblieben textile Bodenbeläge für 143 (148) Mio. im Inland und 67 (58) Mio. Franken gingen ins Ausland. Anteilmässig machten Tuftings 57 (53), Webteppiche 22 (26) und Nadelfilz-Bodenbeläge 21 (unverändert) Prozent aus. Am gesamten Verbrauch hatten Produkte schweizerischer Herkunft 43 (44) und

ausländischer Herkunft 57 (56) Prozent Anteil. Der Pro-Kopf-Verbrauch stieg 1978 auf 3,5 m², während er 1977 noch 3,4 m² betragen hatte.

läufige Tendenz abzulesen, was zu Umschichtungen führen dürfte.

Trotz vieler Imponderabilien, mit denen der Teppichmarkt behaftet ist, haben es die Schweizer Fabrikanten bis anhin verstanden, ihr Marktanteile trotz ausländischer Billigkonkurrenz im Verhältnis zum Volumen mehr oder weniger zu halten. Eine Umfrage bei massgeblichen

Schweizer Teppichfabrikanten zeigte, dass trotz allem Optimismus vorherrscht, die neuen Situationen zu meistern. Vermehrten wollen die Schweizer Hersteller jedoch auch beim Konsumenten das Bewusstsein für Schweizer Produkte wecken. Dies soll vor allem durch eine objektive Werbung und Beratung geschehen, wobei die Vorzüge der Produkte noch stärker als bisher hervorgehoben werden sollen. Dem Konsumenten soll besonders das Preis-/Qualitätsverhältnis und die ausgesprochene Spezialitätenpalette vermittelt werden. Im Export wollen die Schweizer Teppichfabrikanten weiterhin ihre Marktsegmente durch ausgesprochene Spezialitäten verstärken. Da die Rohölpreiserhöhungen sich auf alle Länder auswirken werden, glauben die Schweizer Fabrikanten, für einmal mit gleich langen Spiessen wie die ausländische Konkurrenz antreten zu können.

Virginia F. Bodmer