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: 21.10.2025

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 Spitzenrängen 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 Produktepalette das auswählen, was seinen Geschmack und seinen Preis-/ Wertvorstellungen am ehester entspricht. Obwohl der Markt eher für Spezialitäten denn Quantitäten ausgelegt ist. wird neben der einheimischer 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 Schweizer Produkt den 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 Sonderwijnsche bezijglich 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 produktegerechter vollziehen, als dies bei Grossunnungen 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 getätigt werden können. Eine qualitativ weniger anpruchsvolle Produktion fürs Ausland lässt sich aus Wirtschaftlichkeitsgründen nicht bewerkstelligen. Obwohl die inländischen Arbeitsstundenkosten in der Produktion mit denienigen der Konkurrenzländer vergleichbar sind, liegen die Schweizer Preise durchschnittlich höher, was

bei Kader und Verwaltung sowie die äussersten Qualitätsprofilansprüche zurückzuführen ist.

Kurzfristige Bestellungen

Der Bestellungseingang im In- und Ausland ist vorrangie 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 Fabrikanten verlagert. Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, wird die Dispositionsabteilung jeweils genötigt, rasche Produktionsum stellungen in die Wege zu leiten Infolge des stagnierenden, sich nur zögernd erholenden Baumarktes wurde der seiner zeitige Höhenflug der Schweizer Teppichumsätze gebremst. Erfreulich hat sich in den letzten 1 bis 2 Jahren die Belebung des Einfamilienhausbaus 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 Produktenalet. te, die weitgefächerte 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 Zufrieden. stellen aller Ansprüche erreichen. Der Ausbildung von Fachberatern kommt deshalb

grosse Bedeutung zu. Sie wird auch vom Verein Schweizerischer Teppichfabrikanten VSTF gefördert. Das Schweizer Teppich-Detailhandelsvolumen liegt derzeit bei über einer Milliarde Franken, was seine Bedeutung unterstreicht.

Erdölpreissteigerungen wirken sich aus

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

ten Stufen, meist auf Erdölderivaten beruhend, wurden bereits teurer. Auch die Produktionsenergie verteuert sich zunehmend. Während bei den Naturfaserprodukten die Preisanhebungen durch Terminkontrakte bisher verzögert werden konnten, ist dieses Mittel bei den Chemiefasern nur beschränkt einsetzbar. Trotz der noch immer herrschenden weltweiten Überka-Chemikalien- und Farbenpro

Halbprodukte der vorgelager-

pazitäten sind keine ausserordentlichen Preiszugeständ nisse mehr aushandelbar. duzenten haben ihre Preise bereits angehoben. Im gleichen Atemzug ist in den westlichen Industrieländern wieder ein Anziehen der Inflation zu bemerken, was die Preisspirale ebenfalls beflügelt

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 Umstrukturie. rungs- und Redimensionierungsprozesse sowie die weitere Ausrichtung auf Spezialitäten und höherwertige Produkte, mit einhergehenden Konzentrationsprozessen. Gestützt auf diese Prognosen wurde das Wohnbauvolumen in der Schweiz redimensio niert. 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 begriffer sind. Bezogen auf den Teppichmarkt ist deshalb anzunehmen, dass der Schweizer Markt in absehbarer Zeit stagniert, denn die Teppich marktabdeckung ist bereits hoch; im einen oder andern Sektor ist gar eine leicht rück-



BOLAND WIEDERKEHR Alpina Teppichwerke AG Wetzikon

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 Teppich-

vornehmlich auf die Kosten

markt weist im Gegensatz zu den meisten westeuropäischen Ländern eine klare Vertriebsstruktur auf. Vom Gesamtvolumen der maschinell hergestellten Teppiche (inkl. Importe) gehen ca. 60-70 Prozent über den Gross- an den Detailhandel (Fachgeschäfte, Verlegebetriebe) und letztlich zum Endverbraucher, 30-40 Prozent werden von in- und ausländischen Fabriken direkt an grosse Detailgeschäfte oder ossverteilerorganisationen z.B. Warenhäuser sowie an Einkaufsverbände des Detailhandels geliefert. Die Schweiz verfijgt jiher einen gut funktionierenden Teppichgross-

2 Welches sind die Vorzüge des Standortes «Schweiz» für die Teppichfabrikation?

«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 Oualitätsstandard, kurz ein enormes Vertrauenskapital. Allgemein darf auch noch die wirtschaftliche und politische Stabilität der Schweiz sowie der hohe Ausbildungsgrad der arbeitenden Bevölkerung hervorgehoben werden.»

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 Prüfme thoden in Zusammenarbeit mit der Eidg. Materialprüfungsanstalt entwickelt. Weiter sollen die Kriterien für

fung der einzelnen Teppich-Ende dieses Jahres anhalten kategorien verbessert und dürfte. Auch im Ersatzbedarf verfeinert werden. Das Brand ist die Auftragslage befriedigend. Unter den erwähnten verhalten der Teppiche wird intensiv in Praxis und Labor Voraussetzungen kann geuntersucht. Auch eine sinnsamthaft gesehen mit einem volle Abfallverwertung der guten Abschluss für 1979 bei der Produktion anfallenund einem guten Verlauf des den Abfälle und weitere Um-Geschäftes zu Anfang 1980 weltschutzfragen sind derzeit gerechnet werden. Allerdings in Prüfung. Eine andere wird das Ansteigen der Roh-Kommission beschafft die ölnreise die Marktentwick-Basismarktdaten. In Zusamlung und die konjunkturelle menarbeit mit «Swiss Fabric» Lage bei uns und in den wird für den Schweizer Tep-Nachbarländern beeinflussen pich geworben Anzuführen Realistischerweise ist mit ist ebenso die Schulung von einer Stagnation, möglicher-Teppichverkäufern, die bei weise mit Rückschlägen im Abschluss eine Urkunde als diplomierte Tennichberater

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

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

Verlaufe des Jahres 1980 zu 5. Wie beurteilen Sie den technischen Stand der Schweizer Textilindustrie im allgemeinen und der Teppichindustrie im besonderen? «Für die Erneuerung und

Modernisierung der Textilindustrie 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 konservativen Einstellung des Schwei-zers, vermeidet der Schweizer Unternehmer unnötige oder verfrühte Investitionen und gibt technisch ausgereiften Projekten den Vorrang, Wegen des hohen Schweizerfranken-Kurses, dem qualitativen Perfektionismus und den hohen Verwaltungskosten eignet sich die Schweiz aber nicht für eine billige Grossproduktion im Teppichsektor. Zudem ist der eigene Markt zu klein und somit das Exportrisiko zu hoch. Trotzden gibt es immer wieder Fabrikanten, die auch in der Grossproduktion erfolgreich

preiserhöhungen sich auf alle Länder auswirken werden,

wollen die Schweizer Teppichfabrikanten weiterhin hre Marktsegmente durch ausgeprochene Spezialitäten verstärken. Da die Rohölglauben die Schweizer Fabrikanten, für einmal mit gleich langen Spiessen wie die ausländische Konkurrenz antreten zu können.

Virginia F. Bodmer

71

läufige Tendenz abzulesen.

was zu Umschichtungen führen

Trotz vieler Imponderabilien

mit denen der Teppichmarkt

anhin verstanden ihre Markt-

behaftet ist, haben es die

Schweizer Fabrikanten bis

anteile trotz ausländischer

Billigkonkurrenz im Verhält

nis zum Volumen mehr oder

weniger zu halten Fine IIm-

Schweizer Teppichfabrikan-

ten zeigte, dass trotz allem

neuen Situationen zu mei-

stern. Vermehrt wollen die

Schweizer Hersteller jedoch

Bewusstsein für Schweizer

Produkte wecken. Dies soll

vor allem durch eine obiek-

tive Werbung und Beratung

der Produkte noch stärker

geschehen, wobei die Vorzüge

als bisher hervorgehoben wer-

den sollen. Dem Konsumen-

ten soll besonders das Preis-

Qualitätsverhältnis und die

ausgeprägte Dienstleistungs-

palette vermehrt zur Kenntnis

gebracht werden. Im Export

auch beim Konsumenten das

Optimismus vorherrscht die

frage bei massgeblichen

Der Schweizer Teppichmarkt



kanten produzierten 1978 13 Mio. Quadratmeter an textilen Bodenbelägen. Dies entspricht 23 387 Tonnen (1977: 22 870). Hinzukommen an Importen (inkl. Nadelfilzen) 26 918 (25 603) Tonnen sowie 1 649 (1 965)

Tonnen geknüpfter Orient-

VSTF erhalten.»

Wertmässig belief sich die Schweizer Produktion auf 210 (206) Mio. Franken, da-Von verblieben textile Rodenbeläge 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) Prozente aus. Am gesamten Verbrauch hatten Produkte schweizerischer Herkunft 43 (44) und

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

21 Schweizer Teppichfabriteppiche. Gesamtvolumina in Zahlen somit 51 954 (50 438) Ton-