

**Zeitschrift:** Textiles suisses - Intérieur  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1986)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Festen Boden unter den Füßen  
**Autor:** Stich, Siegfried P.  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-793955>

### **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:** 08.02.2026

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

## FESTEN BODEN UNTER DEN FÜSSEN

«Die Auslastung war gut, der Export erfolgreich!» So kommentiert Urs Tischhauser, Präsident des Verbandes Schweizerischer Teppichfabrikanten (VSTF), das Teppichjahr 1985. Die ausgewiesenen statistischen Werte bestätigen dieses kurz und bündig gefasste Resumé. Mit einem Teppichverbrauch von 3,8 m<sup>2</sup> pro Kopf der Bevölkerung steht die Schweiz weltweit wohl an vorderster Stelle. Der Schweizer wohnt aber nicht nur sehr gern mit Teppichen, sondern stellt auch hohe Anforderungen an Design, Qualität und Vielfalt. Dass die inländischen Hersteller diesen Marktforderungen gewachsen sind, beweisen die weltweiten Erfolge im Export, die 1985 erneut bestätigt wurden und damit die Position dieses Textilzweiges international festigten.

Die Schweiz hat sich als teppichfreundliches Land erneut bestätigt. Damit sind die Anforderungen für die Teppichindustrie nicht geringer geworden. Im Gegenteil. Kreativität will für differenzierte Preislagen, für mustergültige Vielfalt, für Qualitätsvarianten technisch perfekt umgesetzt werden. Die Konstruktion muss stimmen, damit Gebrauchstüchtigkeit und lange Lebensdauer abgesichert sind. Und das alles darf auf keinen Fall zu Lasten der Flexibilität gehen.

Die schweizerische Teppichindustrie

|   |  |  |
|---|--|--|
| Pos. 5802                                       | 1984                                       | 1985                                       |
| Anzahl Betriebe                                 | 18   | 18   |
| Maschinenbestand<br>(Weberei/Tufting/Nadelfilz) | 200  | 197  |
| Produktion                                      | 24 190 Tonnen/<br>14,0 Mio. m <sup>2</sup> | 26 740 Tonnen/<br>15,2 Mio. m <sup>2</sup> |
| Gesamtumsatz                                    | 221 Mio. Fr.                               | 244 Mio. Fr.                               |
| – Anteil Nadelflorteppiche (Tufting)            | 60%/133 Mio. Fr.                           | 60%/146 Mio. Fr.                           |
| – Anteil Webteppiche                            | 22%/ 48 Mio. Fr.                           | 23%/ 56 Mio. Fr.                           |
| – Anteil Nadelfilz-Bodenbeläge                  | 18%/ 40 Mio. Fr.                           | 17%/ 42 Mio. Fr.                           |
| Export  | 73 Mio. Fr.                                | 91 Mio. Fr.                                |
| Hauptexportmärkte (ohne Knüppteppiche)          |  |  |
| – Bundesrepublik Deutschland                    | 1 227 Tonnen/<br>13,9 Mio. Fr.             | 1 283 Tonnen/<br>16,9 Mio. Fr.             |
| – Schweden                                      | 883 Tonnen/<br>13,7 Mio. Fr.               | 997 Tonnen/<br>15,8 Mio. Fr.               |
| – Österreich                                    | 560 Tonnen/<br>5,5 Mio. Fr.                | 553 Tonnen/<br>6 Mio. Fr.                  |

Gerade diese Eigenschaft fällt auch im Exportgeschäft stark ins Gewicht, denn die überschaubaren Betriebsgrößen und die Marktnähe liessen das rasche Reagieren zu einer geschätzten Schweizer Stärke werden. So blickt der VSTF-Präsident, Urs Tischhauser, zuversichtlich in die Zukunft: «Der Produktionsstandort Schweiz ist gut, denn unsere Erzeugnisse haben einen geringen Lohnkostenanteil. Die Kapitalkosten sind vernünftig, der Export nach wie vor ungebremst. Die Marktnähe gibt uns die Chance, sehr rasch neue Trends zu erfassen. Wir sind auch in unserer industriellen Grundstruktur beweglich genug, um diese Marktnähe zu nutzen und die Impulse rasch in konkrete und marktkonforme Produkte umzumünzen. Andererseits ist auch festzustellen, dass sich gewisse Trends sehr lange halten. Ein typisches Beispiel ist die Berberwelle, speziell in unserem Land. Gewiss, irgendwo muss ein Wechsel seinen Anfang nehmen, und warum nicht bei Architekten und Teppichherstellern? Wir werden die Entwicklung aufmerksam verfolgen müssen.»

### TEPPICHMARKT SCHWEIZ IN ZAHLEN

Die Gesamtproduktion der 18 Betriebe in der Schweiz ergibt für die letzten drei Jahre folgendes Bild:

|      |          |                          |
|------|----------|--------------------------|
| 1983 | 23 077 t | 13,4 Mio. m <sup>2</sup> |
| 1984 | 24 190 t | 14,0 Mio. m <sup>2</sup> |
| 1985 | 26 740 t | 15,2 Mio. m <sup>2</sup> |

Die Produktion ist deutlich angestiegen. Vom Gesamtumsatz von 244 Mio. Franken im Jahre 1985 entfielen 153 Mio. Franken auf das Inland- und 91 Mio. Franken auf das Exportgeschäft. Nadelflorteppiche (Tuftings) waren mit 60% beteiligt, Webteppiche mit 23% und Nadelfilzbeläge mit 17%.

Die Importe zeigen stagnierenden Charakter, wobei in den Zahlen die Nadelfilze nicht enthalten sind:

|      |          |              |
|------|----------|--------------|
| 1983 | 26 822 t | 360 Mio. Fr. |
| 1984 | 29 751 t | 397 Mio. Fr. |
| 1985 | 29 388 t | 409 Mio. Fr. |

Die Einfuhr von Nadelfilzbelägen betrug 1985 rund 2300 t und wertmässig 15 Mio. Franken. Interessant sind in diesem Zusammenhang die Zahlenvergleiche über den inländischen Verbrauch von maschinell hergestellten textilen Bodenbelägen (ohne Knüppteppiche und Nadelfilze), aufgestellt nach in- bzw. ausländischer Provenienz:

|      |                         |
|------|-------------------------|
| 1983 | Schweiz 41%/Ausland 59% |
| 1984 | Schweiz 39%/Ausland 61% |
| 1985 | Schweiz 39%/Ausland 61% |

#### Wichtigste Exportmärkte

in Mio. Franken, ohne geknüpfte Teppiche, Länder mit Anteil über 1,0 Mio. Franken

| Pos. 5802         | 1983 | 1984 | 1985 |
|-------------------|------|------|------|
| Total             | 60,9 | 70,8 | 87,0 |
| davon nach:       |      |      |      |
| Deutschland       | 13,5 | 13,9 | 16,9 |
| Schweden          | 13,0 | 13,7 | 15,8 |
| Österreich        | 6,6  | 5,6  | 6,0  |
| Holland           | 4,6  | 5,4  | 9,6  |
| Italien           | 3,4  | 7,7  | 6,4  |
| USA               | 3,8  | 6,6  | 9,5  |
| Saudi-Arabien     | 2,4  | 1,8  | 4,5  |
| Belgien/Luxemburg | 2,8  | 2,6  | 4,2  |
| Frankreich        | 1,5  | 1,7  | 2,7  |
| Finnland          | 1,6  | 1,2  | 1,7  |
| Dänemark          | 1,1  | 2,1  | 2,3  |
| Singapur          | 1,0  | 2,0  | 1,1  |

#### Die bedeutendsten Lieferländer

in Mio. Franken, Länder mit Anteil über 1,0 Mio. Franken, ohne geknüpfte Teppiche

| Pos. 5802         | 1983  | 1984  | 1985  |
|-------------------|-------|-------|-------|
| Total             | 187,0 | 212,3 | 220,7 |
| davon aus:        |       |       |       |
| Deutschland       | 57,5  | 69,7  | 73,0  |
| Belgien/Luxemburg | 50,0  | 56,0  | 60,4  |
| Holland           | 25,7  | 28,5  | 29,3  |
| Dänemark          | 11,4  | 11,3  | 9,9   |
| Österreich        | 11,6  | 12,4  | 13,4  |
| Grossbritannien   | 5,2   | 5,6   | 7,2   |
| Frankreich        | 7,8   | 9,2   | 7,5   |
| Italien           | 4,7   | 5,4   | 5,7   |
| Schweden          | 1,5   | 1,7   | 1,8   |
| Indien            | 2,1   | 3,0   | 2,0   |
| Portugal          | 1,4   | 1,5   | 1,8   |

#### 1985 – EIN «TEPPICHJAHR»

Die erfreuliche Entwicklung wurde durch den allgemein guten Konjunkturverlauf in Westeuropa und in den USA begünstigt. Überdurchschnittliche Zuwachsraten konnten vor allem in den skandinavischen und zentraleuropäischen Märkten erzielt werden, während der Absatz in Frankreich eher stagnierte. Eine insgesamt mässige Teuerungsrate, niedrigere Zinssätze und relativ stabile Rohstoffpreise haben sich ebenfalls positiv ausgewirkt. Trotzdem darf nicht übersehen werden, dass sich im konkreten Marktgeschehen der Verdrängungswettbewerb wenig veränderte. Nach wie vor sind in allen Produktbereichen Überkapazitäten vorhanden. Die Erfolge der Schweizer Teppichindustrie basieren eindeutig auf einer innovativen Sortimentsentwicklung, auf der Qualität und ihrer konsequenten Einhaltung, auf einem ausgezeichneten Preis/Leistungsverhältnis und auf einer subtilen Marktdurchdringung, die sich laufend und flexibel den veränderten Verhältnissen anpasst.

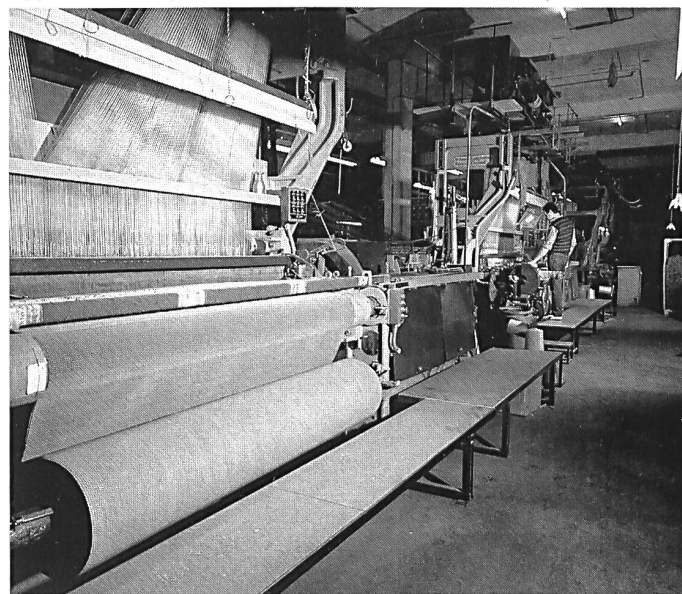
Die zunehmende Ausrichtung des Produktprogrammes auf das Erneuerungsgeschäft machte in den letzten Jahren etwas unabhängiger von der eigentlichen Baukonjunktur. Dabei bildet der ungestillte und permanent vorhandene Wunsch der Menschen nach einem angenehmen und behaglichen Wohnen, das die dekorative Gestaltung aller Räumlichkeiten einbezieht, die Basis für vermehrt differenzierte und individualisierte Marktbedürfnisse. Im Blick auf die Zukunft liegen somit die Grenzen der Absatzmöglichkeiten weniger im Bedarf selbst als vielmehr bei den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die diese Nachfrage einschränken könnten. So reagiert z.B. die Neubau- wie auch die Renovationsstätigkeit äusserst empfindlich auf Zins-, Kredit- und Steuerpolitik in den einzelnen Märkten.

Durch Verstärkung der Investitionen in leistungsfähigere Produktionsanlagen und durch die Straffung der Infrastrukturen versuchten die Schweizer Teppichproduzenten, ihre Konkurrenzfähigkeit noch zu steigern. Gleichzeitig lief damit auch das Bemühen um eine vermehrte Spezialisierung auf Markt- und Produktsegmente. Die Anstrengungen lohnten sich, denn trotz schwieriger Marktbedingungen weitete die Teppichbranche das Geschäft aus. Die Zielsetzung, mit qualitativ und modisch hochstehenden Produkten das Ver-

trauen anspruchsvoller Käufer-schichten zu erhalten, erfuhr eine konsequente Fortsetzung. Gleichzeitig bestätigte der Endverbrauchertrend, dass Qualität wieder vermehrt gefragt und auch honoriert wird.

Kreativität braucht eine solide Basis, damit auch in Zukunft der Schweizer Teppich weltweit seine Marktstellung behaupten kann. Geschmack, Schönheit, Farben, Harmonie, Originalität, das ist sicher eine Seite. Die andere heisst: Qualität. Und ohne die geht es auch in Zukunft nicht.

Teppichwebstuhl (Tisca-Tiara)



# Herstellungstechnische Schwerpunkte: Webteppiche-Tufting-Nadelfilz

Seit der Erfindung der ersten Teppichwebstühle um 1850 entwickelten sich eine Vielzahl von Herstellungstechniken, die dem urschweizerischen Anliegen nach Vielfalt und Individualität durchaus gerecht wurden.

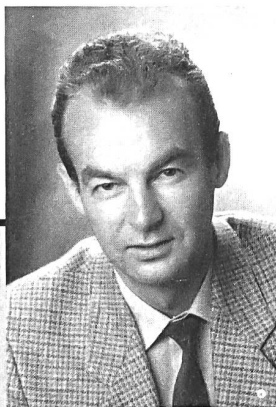
## TEPPICHE – ZEUGNIS GEWOBENER KULTUR

Die Kunst des Webens ist eine der Grundlagen unserer Zivilisation und unserer kulturgeschichtlichen Entwicklung. Das erste bekannte Zeugnis eines gewobenen Teppichs, ein Kelim, findet man als Wandgemälde in Catal Hüyük, einem vorgeschichtlichen Ruinenhügel in der Türkei. Das Bild stammt vermutlich aus der Zeit um 5000 vor Christus.

Der Mensch hatte schon früh erkannt, dass die einfache Technik des Webens eine der besten Herstellungsarten für Gewebe und ganz besonders für Teppiche ist. Die Webkunst hat sämtliche Schritte der Zivilisation mitgemacht; sie wurde ständig verfeinert und neuen Erkenntnissen angepasst. Noch heute sind der Webstuhl und das Weben Symbol für handwerkliches Können und solide Qualität.

Die Webtechnik hat sich im Verlaufe der Zeit stark verändert. Etwas ist jedoch geblieben: Auch auf modernsten, elektronisch gesteuerten Maschinen schafft das faszinierende Zusammenspiel von Grundgewebe und Flor erlesene, individuelle Teppiche von zeitloser Schönheit und höchster Qualität.

Wilton-Ruten-Webstuhl (Melchnau)



**Josef Schaller,**  
Direktor und Delegierter  
des Verwaltungsrates der  
Teppichfabrik Melchnau AG,  
Melchnau BE

## BEDEUTUNG DER TEPPICHWEBEREI IN DER SCHWEIZ

«Wenn wir davon ausgehen, dass der Frankenumsatz der Schweizer Webteppichfabriken am gesamten Umsatz 1985 23% beträgt, stellt man fest, dass die Teppichweberei die frühere Übermachtstellung an die Tufttechnologie abgegeben hat.

Die Webtechnologie ist aufwendiger, kostenintensiver und wesentlich anspruchsvoller als die Tufttechnologie. Daher sind die Produkte teurer. Betrachtet man das Preis/Leistungsverhältnis, dann ist die Webtechnologie vor allem für den Objektbereich wesentlich interessanter:

- höhere Strapazierfähigkeit
- Dessinierungsmöglichkeiten
- Farben
- individuelle Lösung bereits ab 35 Quadratmetern
- bei Verarbeitung von reiner Wolle qualitativ den höchsten Anforderungen entsprechendes Naturprodukt

## INLAND – EXPORT

«Der Prophet gilt nichts im eigenen Lande.» Wenn man bedenkt, dass der Anteil ausländischer Produkte 61% ausmacht, möchte man meinen, dass die Schweiz über keine leistungsfähige Industrie verfügt und der Prophetenspruch zuträfe. Doch Irrtum! Die Schweiz verfügt sogar über eine ausserordentlich leistungsfähige Teppichindustrie, und damit schliesse ich bewusst die Bereiche Tufting und Nadelfilz ein. Doch sind die Schweizer Hersteller gezwungen, bedeutende Teile ihres Volumens im Ausland abzusetzen. Die Gründe für diese Situation liegen einerseits im stark umkämpften Schweizer Markt, der oft zu Dumpingpreisen ausländische Produktionsüberschüsse übernimmt, andererseits in den Einkaufsstrategien vieler Verkaufsmittler, die aus Sortiments- und Preispolitikgründen die ertragsstärkere Importware dem Schweizer Produkt vorziehen. Das Lohnniveau in unserem Land lässt die Produktion billiger Massenware nicht zu.

## WESENTLICHE TRENDS

Der Teppich ist ein wesentliches Element im Inneneinrichtungsbereich und daher von den Modetrends abhängig. Die Mode ist der Motor aller textiler Kreationen, so auch des Teppichs. Es gilt daher, sich immer wieder den Entwicklungen anzupassen, in Farben, Design, Strukturen, Materialien, ohne die Funktion als Bodenbelag, der täglich x-mal mit Schuhen betreten wird, aus dem Auge zu verlieren.

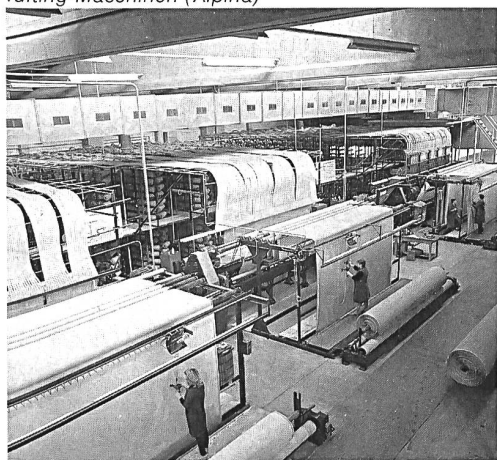
## ZUKUNFTSASPEKTE

Der Webteppich wird dank seiner Strapazierfähigkeit – gepaart mit der Möglichkeit, Design und Farbe optimal zur Geltung zu bringen – auch weiterhin seine Chance haben. Es gibt immer mehr Konsumenten, die bereit sind, für das Bessere, das Schönere, das Individuellere, auch einen höheren Preis zu bezahlen. Wenn es uns Webern gelingt, uns immer wieder durch unsere Leistung in Qualität und Design abzuheben und den Kunden von unseren Produkten zu überzeugen, sehe ich gute Chancen für die Zukunft. So zeichnet das Schweizer Angebot – um es kurz zu sagen – Zuverlässigkeit in Qualität, Farbe und Termin besonders aus. Der Schweizer Fabrikant steht zu seinem Produkt während der ganzen Lebensdauer eines Teppichs, denn das verstehen wir unter gelebter Partnerschaft.»

# Tufting-Teppiche in «Pool-Position»

Das heute unter der Bezeichnung «Tufting» bekannte Verfahren ist im Prinzip ein Sticken oder Einnähen. Tufting-ähnliche Erzeugnisse finden wir schon im Pazyryk-Teppich im 5. Jahrhundert vor Christus und dann viel später wieder bei den ersten Einwanderern Amerikas. Inzwischen hat sich das Verfahren enorm entwickelt. Es sind daraus ganze Industrien entstanden, deren Ausstoss in vielen Ländern die Produktion der im herkömmlichen Verfahren gewebten Teppiche bei weitem übertrifft. Aus den anfänglich bescheidenen, kleinen sind heute bis zu 5 Meter breite Maschinen und Musterungseinrichtungen entstanden, die je nach Noppendichte bis zu 700 Quadratmeter pro Stunde erzeugen können. Das Merkmal des Verfahrens ist bis heute seine Einfachheit. Die Musterungsmöglichkeiten sind durch die Charakteristiken dieser Technik nicht unbegrenzt. Um so erstaunlicher ist, was kreative Köpfe in den letzten Jahren auf dieser Herstellungsbasis entwickelt.

Tufting-Maschinen (Alpina)



Zuschneideanlagen (Alpina)



**Roland Wiederkehr,**  
Geschäftsführer und Delegierter  
des Verwaltungsrates der Alpina  
Teppichwerke AG, Wetzikon ZH

## BEDEUTUNG DER TUFTING-INDUSTRIE IN DER SCHWEIZ

«Die Frage nach der Bedeutung lässt sich rasch anhand der Verbrauchszahlen des Jahres 1985 beantworten. Der Verbrauch in der Schweiz – ohne Nadelfilz – betrug für Tufting und Webteppiche rund 18,5 Mio. Quadratmeter. Die Webteppiche ergeben 1,8 Mio. Quadratmeter. Fazit: Tufting-Teppiche partizipieren mengenmässig mit 90% und wertmässig mit 80% am Inlandverbrauch. Damit ist die dominierende Rolle bestätigt, aber noch gar nicht ausgesagt, wie stark Schweizer Hersteller an diesem Verbrauch partizipieren. Die Importe bewegen sich wertmässig zwischen 55–60%, so dass 40–45% aus einheimischer Produktion stammen. Pluspunkte sind: unsere Marktnähe, das rasche Eingehen auf Marktbedürfnisse und auf den Bedarf sorgfältig abgestimmte Produkte. Als Land mit hohem Lohnniveau ist es einleuchtend, dass wir auf dem Heimatmarkt in den mittleren und oberen Preislagen führend sind und für die Anfangspreislagen in erster Linie Importqualitäten in Frage kommen.

## DEN EXPORT ERST ENTDECKT

Der Exportanteil im Bereich Tufting beträgt 25%. Vor 2 Jahren waren es erst 20%, so dass in dieser Zeit eine beachtliche Steigerung erreicht werden konnte. Im Export ist für unsere Industrie noch viel Boden aufzuholen. Aber diese Wachstumsmärkte haben wir eigentlich relativ spät entdeckt. Ausländische Mitbewerber haben Vorteile durch eigene Verkaufsorganisationen in den einzelnen Exportmärkten und operieren zudem mit anderen Breiten. Das Image des starken Schweizer Franks begünstigt die Bemühungen ebenfalls nicht. Man wäre sogar bereit, auf ein wenig «Schweizer Qualität» zu verzichten, wenn sich dadurch etwas tiefere Preise ergeben könnten – so wenigstens klingt es manchmal aus dem Ausland. Aber dass wir auf dem richtigen Weg im Exportgeschäft sind, zeigt doch die jüngste Entwicklung.

## EIGENTLICHE TRENDS MOMENTAN SCHWER ERKENNBAR

Mitteleuropa wird vom «berber-artigen Bild» dominiert. Im Gegensatz dazu machen Veloursqualitäten in Deutschland und in Frankreich fast 60% aus. Polyamidschlingen wären der dritte Bereich, der im Objektgeschäft von Bedeutung ist. Diese 3 Gruppen dominieren das Geschehen auf dem Teppichmarkt. Beige Farbtöne sind nach wie vor stark, doch zeichnet sich langsam, aber sehr langsam ein Trend zu mehr Farbe ab.

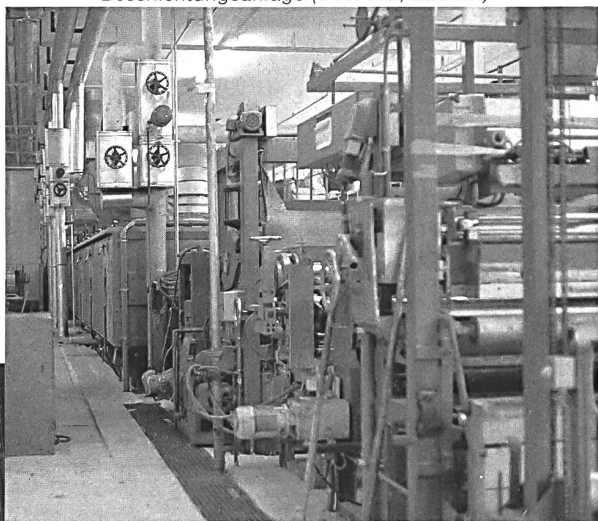
## ZUKUNFTSENTWICKLUNG UND PERSPEKTIVEN

Erfreulich ist die allgemeine Feststellung, dass beim Endverbraucher das Qualitätsbewusstsein steigt und ein Trading up erfolgt. Das ist eine positive Entwicklung für uns Schweizer Hersteller, weil es damit mehr in den Bereich geht, wo wir unsere Stärken ausspielen können. Der Trend zu mehr Farbe belebt, der Teppich gewinnt an Stellenwert, die Ansprüche steigen. Mit der kreativen Leistung und der Exklusivität unserer Kollektionen heben wir uns von unserer ausländischen Konkurrenz eindeutig ab. Zu dieser Eigenständigkeit kommt noch die sprichwörtliche Zuverlässigkeit in Qualität und Termin als marktstärkendes Element. Unsere Flexibilität bewirkt auch, dass wir in kreativer Hinsicht rascher reagieren können und damit in eine gewisse Leader-Position gekommen sind. Damit haben wir Schweizer Fabrikanten in einem auf hohem Niveau stagnierenden Markt günstige Voraussetzungen, um in diesem Verdrängungswettbewerb das von uns angestrebte Wachstum zu erreichen. Dabei nehmen wir in Kauf, dass es quantitativ eine gewisse Beruhigung geben kann, aber dafür das qualitative Denken und damit auch das qualitative Wachstum zunimmt.»

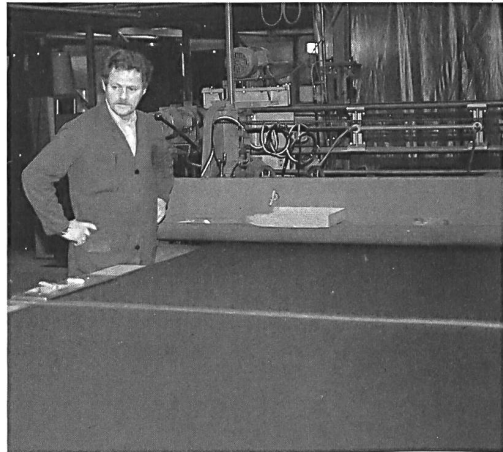
# Nadelfilz-Bodenbeläge - ein «Junges Kind»

Das Vliesvernadeln ist nach dem Tuftingverfahren heute das zweitwichtigste Herstellungsverfahren für textile Bodenbeläge. Der wesentliche Unterschied zwischen dem Tuften und dem Vernadeln besteht darin, dass hier kein Florgarn benötigt wird. Charakteristisch für den Nadelfilz war lange Zeit die geschlossene Oberfläche mit den flachliegenden, verfestigten Fasern. Neuerdings werden aber auch Qualitäten mit einer Noppenoberfläche hergestellt, wobei die Verfestigungsmasse von der Rückseite her angebracht wird. Hier entsteht ein ausgeprägter Textilcharakter der Ware. Gerade im Hinblick auf ihre angestrebte Oberflächenstruktur dürften Nadelfilze in Zukunft noch interessanter werden als die traditionelle flache Ausführung.

Beschichtungsanlage (FTW AG, Lachen)



Nadelfilz – Produkt-Endkontrolle (FTW AG, Lachen)



**Hans Stählin,**  
Delegierter des Verwaltungsrates  
der Forbo-Teppichwerke AG,  
Lachen SZ und Ennenda GL

## BEDEUTUNG DER NADELFILZ- INDUSTRIE IN DER SCHWEIZ

«Die Nadelfilzproduktion in der Schweiz ist eine relativ junge Industrie und begann anfangs der sechziger Jahre. In jener Zeit wurde dieser textile Bodenbelag von den traditionellen Teppichindustrien noch nicht allzu ernst genommen. Erst als in den darauffolgenden Jahren Wachstumsraten von 10 bis 30% erzielt wurden, schenkte man dieser Bodenbelagsart die entsprechende Aufmerksamkeit. Die Entwicklung erfolgte sehr rasch, so dass die Faser- und Maschinenhersteller sich intensiv und bewusst mit dieser neuen Technologie auseinandersetzen.

Heute sind wir als Schweizer Nadelfilzhersteller in der Lage, dank neuen Bearbeitungsmethoden und viel innovativem Engagement Nadelvlies als Flor, Velours, Noppen und in feinen und gröberen Ausführungen, zudem mit verschiedensten Mustern, herzustellen. Heute spricht man nicht mehr nur von Filz, sondern vielmehr von den unbegrenzten Anwendungsmöglichkeiten dieser Teppichart, die sich in den letzten Jahren auf dem Markt voll etabliert hat. Die Einsatzbereiche gehen vom Grossraumbüro über Schulen, Hotels, Spitäler bis zur ganzen Freizeitindustrie mit Rasenteppichen. Auch die Autoindustrie gehört zum Abnehmerkreis.

## VIELVERSPRECHENDE ZUKUNFT

Die Zukunft des Nadelvliesverfahrens ist vielversprechend, bringt doch die Technologie ständig neue Produktvarianten und Anwendungsmöglichkeiten in bisher unbearbeiteten Marktsegmenten. Dank der hervorragenden Verschleisseigenschaften sind diese Bodenbeläge umweltfreundlich und damit deutlich im Trend. Die sehr hohen Investitionskosten in dieser Branche werden in Zukunft die Weiterentwicklung in- und ausländischer Unternehmen wesentlich beeinflussen. Damit wäre auch angedeutet, dass der Standort Schweiz dank seiner vernünftigen Kapitalkosten Vorteile bietet.

Das Angebot der Schweizer Hersteller ist vielseitig und im Blick auf die verschiedenen Bearbeitungsmethoden auch vollständig. Grosser Wert wird auf die Erhaltung des hohen Qualitätsstandards gelegt, der sich auch durch Konstanz auszeichnet. Die inländische Industrie bietet aber auch genug Flexibilität, um Spezialitäten selbst bei geringen Quantitäten zu einem vernünftigen Preis ausführen zu können. Zu dem Begriff «Schweizer Präzision» gehören nicht nur verlässliche Produktspezifikationen, sondern genauso Liefersicherheit in Qualität und Termin. Eigenschaften, die weltweit von einem Lieferanten geschätzt werden und somit auch unserer Branche die nötigen Aufträge sichern.»

Die 13 Firmen, die im Verband Schweizerischer Teppichfabrikanten (VSTF) zusammengeschlossen sind:

Alpina Teppichwerke AG  
CH-8623 Wetzikon  
Kastellstrasse 11  
01 930 72 31, Tx 875 371

Teppichfabrik Buchs  
CH-9470 Buchs  
085 6 19 04, Tx 855 205

Schneider-Siegenthaler + Co.  
CH-3077 Enggistein b. Worb  
031 83 43 43, Tx 33 213

Schweiz. Teppichfabrik  
Ennenda  
CH-8755 Ennenda  
058 63 11 81, Tx 875 500

Forbo-Teppichwerk AG  
CH-8853 Lachen  
055 61 11 81, Tx 875 624

E. Kistler-Zingg AG  
Teppichfabriken  
CH-8864 Reichenburg SZ  
055 67 12 12, Tx 875 596

TFM Teppichfabrik Malans AG  
CH-7208 Malans GR  
081 51 11 22, Tx 74 667 tefam

Teppichfabrik Melchnau AG  
CH-4917 Melchnau  
063 59 22 22, Tx 68 436

Ruckstuhl AG  
CH-4900 Langenthal  
St.-Urban-Str. 21/31  
063 22 20 43, Tx 68 450

stamflor ag  
Teppichwerk  
CH-8193 Eglisau  
01 867 14 14, Tx 57 212

Tiara-Teppichboden AG  
CH-9107 Urnäsch, Grünuau  
071 58 16 16, Tx 77 552

Tisca Tischhauser + Co. AG  
CH-9055 Bühler  
071 93 10 11, Tx 77 129

Teppichfabrik Waron AG  
CH-9466 Sennwald  
085 7 52 31, Tx 855 168

# Handwerkliches: Handgewebte und handgetuftete Teppiche

# Erweiterte Kennzeichnung von Teppichböden

Der doppelseitige Handwebteppich ist neben dem Handknüppteppich die ertümlichste Teppichart. Die Qualität hängt massgeblich von der Güte des Garnmaterials und der Festigkeit des Gewebes ab. Hochwertige und langfasrige Spinnmaterialien werden verwendet, um diesen Teppich strapazierfähig und abriebfest zu machen. Die früher besonders in Bergregionen und ländlichen Gegenden weitverbreitete Teppichherstellungsart erfreut sich einer richtigen Renaissance. Die Anfertigung in Heimarbeit hat heute aber weitgehend einer industriellen Herstellung Platz gemacht.

**Handgetuftete Teppiche** sind eine noch sehr junge, handwerkliche Teppichherstellungsart, die sich zunehmender Beliebtheit erfreut. Ein Grundgewebe wird auf einen Rahmen gespannt, der Teppich direkt auf dieses Gewebe gezeichnet und dann mit einer Tuftpistole der Flor eingeschossen. Durch die manuelle Führung der Garnpistole kann jedes beliebige Dessin eingearbeitet werden. Verschiedene Strukturen in Schnitt- und Schlingenflor lassen sich nach freier Wahl des Designers zu einem Stück komponieren, wobei auch jeder Farbwunsch berücksichtigt werden kann. Alle Elemente des Teppichs sind frei variierbar: Form, Farbe, Struktur und Dessin – somit die unbegrenzte Möglichkeit individueller Gestaltung. Wenn auch hier keine Tonnen und Quadratmeter im Vordergrund der Produktion stehen, mit diesen beiden Teppicharten sind betont kreative Elemente nicht nur der Vollständigkeit zuliebe in diesen Branchenbericht hineingenommen worden.

Der Verband Schweizerischer Teppichfabrikanten (VSTF) machte es sich von jeher zum Anliegen, den Konsumenten durch leicht verständliche und klare Kennzeichnung den Einsatz von Teppichböden zu optimieren. Dabei ging es auch um eine Unterstützung des Fachhandels und seines Verkaufspersonals im Blick auf die Beratung der Kunden. Es geht ja nicht nur um die optische Abstimmung, vielmehr soll garantiert werden, dass Qualitäten im Blick auf den Verwendungszweck des Raumes stets optimal eingesetzt werden. Seit mehr als 10 Jahren werden Teppichböden in drei Eignungsbereiche eingeteilt: Ruhebereich – Wohnbereich und Arbeitsbereich. Ausserdem sind Zusatzleistungen wie Rollstuhl-, Treppen- und Feuchtraumeignung sowie antistatisch und bodenheizungsgerecht geprüft in Deutschland im Juni 1986 als Normentwürfe registriert. Dieses bisherige System hat sich zwar im allgemeinen bewährt, weist aber doch einige deutliche Nachteile auf. Wollteppiche werden gegenüber synthetischen Qualitäten benachteiligt. Viel zu viele Beläge werden dem Arbeitsbereich zugeordnet. Kurz: Es

fehlt eine feine Unterscheidungsmöglichkeit. Bisher wurde nur nach dem Strapazierwert eingeteilt und nichts über den Komfort ausgesagt, den bekanntlich der Konsument bewusst auch mitkaufen will.

Aus diesen Gründen wurde zwischen Deutschland, Österreich, Italien, Spanien und der Schweiz eine neue Einteilung entwickelt, die einerseits den Strapazierwert und andererseits den Komfortwert eines Teppichs beschreibt. Beim Strapazierwert entsprechen die Bereiche «stark» und «extrem» dem bisherigen Arbeitsbereich, um ein Beispiel zu nennen. Der Komfortwert hängt vom Poleinsatzgewicht und von der Dichte des Belages ab. Die feinere Zuordnung ermöglicht nicht nur eine präzisere Kundenberatung, sondern bietet auch Argumente, um Preisunterschiede erklären zu können. Die neue Einteilung beruht auf den gleichen Prüfungen wie bisher, so dass die Freiheit besteht, einen Belag mit der bisherigen Einteilung «Ruhe», «Wohnen» oder «Arbeiten» und zusätzlich mit «Strapazierwert» und «Komfortwert» zu kennzeichnen.

Siegfried P. Stich



| EMPA geprüft Nr. |       |        |        |             |     |      |          |
|------------------|-------|--------|--------|-------------|-----|------|----------|
| Strapazierwert   |       |        |        | Komfortwert |     |      |          |
| extrem           | stark | normal | gering | einfach     | gut | hoch | luxuriös |
|                  |       |        |        |             |     |      |          |

Dieser Teppichboden bietet höchsten Komfort. Dagegen hat er nur einen geringen Strapazierwert. Ein Luxus-Teppichboden für wenig beanspruchte Räume, z.B. anspruchsvolle Schlafzimmer.

| EMPA geprüft Nr. |       |        |        |             |     |      |          |
|------------------|-------|--------|--------|-------------|-----|------|----------|
| Strapazierwert   |       |        |        | Komfortwert |     |      |          |
| extrem           | stark | normal | gering | einfach     | gut | hoch | luxuriös |
|                  |       |        |        |             |     |      |          |

Ein Teppichboden, der extremen Anforderungen gerecht wird, z.B. für repräsentative Büroräume, Hotelhallen oder in exklusiven Geschäftsräumen.

Handtuft-Teppich  
(Melchnau)