

Zeitschrift: Textiles suisses - Intérieur
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1987)
Heft: 1

Artikel: Konsumenteninteresse am Teppich weiter steigern
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-794510>

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>

IM GESPRÄCH MIT EXPONENTEN DER SCHWEIZERISCHEN TEXTILWIRTSCHAFT



**Urs Tischhauser, Präsident
des Verbands Schweizer-
ischer Teppich-Fabrikanten
(VSTF)**

KONSUMENTEN- INTERESSE AM TEPPICH WEITER STEIGERN

Am 23. Juni 1984 wählte der Verband Schweizerischer Teppich-Fabrikanten (VSTF) Urs Tischhauser (42) zu seinem neuen Präsidenten. Mit diesem Amt ist auch der Einsatz in den Vorstand des Dachverbandes VSTI verbunden. Bereits vor Jahren hatte er die Vertretung der Firmen TISCA und TIARA in Verbandsangelegenheiten mit Freude und Engagement übernommen.

«Ich wollte Chemiker werden.» Die ersten 8 Schuljahre absolvierte Urs Tischhauser in Teufen, besuchte die Kantonsschule in

St. Gallen und begann nach der Matura an der ETH in Zürich sein Studium, das er als dipl. Ing.-Chem. ETH nach 4 Jahren abschloss. Nachdem früher kein konkretes Interesse für das Familienunternehmen bestand, änderte sich das während der Studienzeit. Doch der Ausbildungsweg wurde zuerst abgeschlossen und dann erst die berufliche Kurskorrektur vorgenommen mit Ergänzungsstudien in Richtung Betriebswirtschaft in den USA (Wharton-School, Philadelphia). Indiz für die Zielstrebigkeit von Urs Tischhauser: Er schaffte das 2jährige MBA-Studium in 1½ Jahren. Es sollten sich Praxisjahre in den USA anschliessen. Dann kam der Ruf aus Bühler, denn Vater Anton Tischhauser wollte die der Forbo gehörende Hälfte von der TIARA Teppichboden AG in Urnäsch (Gründung 1965) nur übernehmen, sofern beide Söhne, Tony und Urs, in die Unternehmensleitung aktiv einsteigen.

gen. Damit begann Anfang 1972 die Inpflichtnahme und die Verteilung der unternehmerischen Verantwortung auf 3 Rücken.

«Wir sind nicht superstraff organisiert.» Eine recht lockere Führungsstruktur kennzeichnet das Klima im Hause. Aber es wurde stets nicht nur Verantwortung, sondern auch die notwendige Kompetenz und Handlungsfreiheit delegiert. «Vieles geht bei uns Hand in Hand, ohne grosse Worte. Ich finde es nicht nur interessant, sondern auch gut, dass wir als Führungskräfte alle mit dem Verkauf, mit dem Personal, der Produktion und anderen unternehmerischen Aufgaben zu tun haben», ergänzt Urs Tischhauser. Hinter dieser Aussage steht die Erfahrung, dass die gegenseitige Achtung und Wertschätzung ein dynamisches und erfolgreiches Management ohne Superorganigramm möglich machen. «Wir haben viele langjährige Mitarbeiter in Betrieb und Verkauf. Auch das kann die Richtigkeit unseres Konzeptes nur bestätigen», fügt Urs Tischhauser bei. Immerhin meldet die Gesamtgruppe einen konsolidierten Jahresumsatz von rund 100 Mio. Schweizer Franken. Die Angebotspalette deckt den ganzen Heimtextilienbereich ab, ausgenommen Nadelfilze.

«Der VSTF ist ein heterogener Club.» Dreizehn Teppichhersteller haben sich zu gemeinsamer Branchenarbeit zusammengefunden. Erst kürzlich sind zwei Unternehmen neu dazugekommen. Mitglied kann jede Firma werden, die

Teppiche in der Schweiz produziert und wenn mindestens 70% des Umsatzes aus dem Verkauf von Eigenprodukten resultieren. Obligatorisch ist auch die gleichzeitige Mitgliedschaft im VSTI. Wie in jedem Branchenverband geht es um die Wahrung der gemeinsamen Interessen nach aussen, um die Zusammenarbeit in der technischen Kommission (EMPA-Tests), um einheitliche Verkaufskonditionen usw. «Wir sind echte Konkurrenten, und gerade deshalb finde ich es gut, wenn wir auf gewissen Gebieten zusammenarbeiten und eine sinnvolle Kooperation anstreben. Ein besonderes Anliegen ist für mich die Gemeinschaftswerbung, nebst der Pflege der politischen Kontakte zu Regierungsstellen und Politikern, zu anderen Wirtschaftsverbänden, der Schaffung und Wahrung von günstigen Rahmenbedingungen. Wir sind mit dem Teppichangebot in einem harten Konkurrenzkampf mit anderen Bereichen, die stark im Konsumtrend liegen, wie Reisen, Autos, Bekleidung usw. Zurzeit läuft in der «Neuen Zürcher Zeitung» eine Inseratenkampagne, die bis ins Frühjahr 1987 reicht. Mit ganzseitigen Anzeigen wollen wir dem Schweizer Teppich mehr Profil geben und seine Vorteile dem Konsumenten und Architekten bewusster machen. Aber meiner Meinung nach genügt das nicht. Wir müssen den Teppich begehrwerter und attraktiver machen. Es soll dazu führen, dass man nicht nur die Bekleidung nach modischen Gesichtspunkten wechselt, sondern auch beim Teppich die Erneuerung nicht erst vorsieht, wenn die abgetretenen Stellen nicht mehr versteckt werden können. Das ist aber eine Aufgabe, die nicht allein von den Teppichherstellern in der Schweiz erfüllt werden kann, sondern die auch den Teppichhandel einschliessen muss. Eine wichtige, aber auch schöne Aufgabe, die mich fasziniert. Der Standort Schweiz ist zudem für unsere Branche durchaus positiv zu sehen. Wir sind keine personalintensive Industrie, haben günstige Kapitalkosten, sind exportgewöhnt und profitieren von der Nähe zum Markt. Sorgen im Blick auf Nachwuchsrekrutierung macht mir der Trend weg vom Werkplatz Schweiz zum Finanz- und Dienstleistungsplatz Schweiz.»

«Die knapp bemessene Freizeit gehört meiner Familie.» Urs Tischhauser ist Pragmatiker und kein Freund grosser Worte. Kurz und bündig, aber liebenswert sympathisch. Der Erfolg ist nach seiner Meinung ein Ergebnis harter Arbeit. Dazu kommt die politische Tätigkeit während 8 Jahren als Gemeinderat und Schulpräsident und neuerdings als Kantonsrat. Da bleibt oft wenig Zeit für Frau Tischhauser und die drei Buben im Alter von 7, 10 und 13 Jahren. Ein dem Fabrikerweiterungsbau im Wege stehendes Appenzeller Bauernhaus wurde abgebrochen und 300 Meter weiter oben sorgfältig wieder aufgebaut, mit viel Liebe und Sensibilität für traditionelle Werte und wohnliche Geborgenheit und Ambiance. Tennis und Skifahren sorgen für den sportlichen Ausgleich. Dazu kommen Wanderungen in der Schweizer Bergwelt, am liebsten «en famille». Der im St. Galler Oberland heimatberechtigte Wahl-Appenzeller hat in Bühler Wurzeln geschlagen. Verständlich, dass Urs Tischhauser nach oft intensiven Geschäftsreisen gern in die Behaglichkeit seiner Heimat und in sein urgemütliches Appenzeller Haus zurückkehrt.

Siegfried P. Stich