Zeitschrift: Textiles suisses - Intérieur

Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale

Band: - (1977)

Heft: 1

Artikel: Versuch einer Standortbestimmung : die schweizerische Teppichindustrie

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-794713

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: 11.07.2025

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

Versuch einer Standortbestimmung

DIE SCHWEIZERISCHE TEPPICHINDUSTRIE

Europäische Überkapazitäten und Redimensionierung

Es ist eine Binsenwahrheit, dass der Textilkonsum in engem Zusammenhang zum Wohlstand, zur Kaufkraft der Bevölkerung eines Landes steht. Und es ist eine weitere Binsenwahrheit, dass die Ernährung bei den elementaren Lebensbedürfnissen der Menschen an erster, die Bekleidung an zweiter Stelle rangiert. Erst wer genug zu essen hat und sich ausreichend zu bekleiden vermag, wendet sich der Verschönerung seiner Wohnung, seiner Behausung zu; dazu sind nicht zuletzt auch textile Bodenbeläge erforderlich. In Ländern mit gehobenem Lebensstandard ist der Teppichkonsum aus den erwähnten Gründen entsprechend hoch, während er in Staaten mit geringem Volkseinkommen begreiflicherweise nie eine nennenswerte Bedeutung erlangen kann.

Die Teppichindustrie hat in den Industriestaaten des Westens seit den sechziger Jahren einen beispiellosen Aufschwung genommen. Ihre Erzeugnisse erfreuen sich in diesen Ländern jedoch nicht nur im privaten Wohnbereich einer steigenden Beliebtheit; die vermehrte Nachfrage nach textilen Bodenbelägen ist ebenso sehr auf die erhöhte Wertschätzung zurückzuführen, deren sie sich im Objektbereich (Büro- und Verwaltungsgebäude, Hotels, Schulen, Krankenhäuser usw.) erfreuen. Für den Architekten sind die textilen Bodenbeläge, zumindest im Objektsektor, zum Baumaterial geworden; sie erfüllen hier einen Grundnutzen wie andere Bodenbeläge, die sie nun teilweise ersetzen.

Diese Entwicklung führte im Teppichsektor zu einer eigentlichen Euphorie, sowohl bei den Verbrauchern wie bei den Produzenten. Einen Einbruch gab es erst mit der 1974 weltweit entretenden Rezession, und das böse Erwachen im Baugewerbe setzte sich logischerweise in der — gesamthaft gesehen — ebenfalls überdimensionierten Teppichindustrie fort. Untrügerische Zeichen der in einigen Produktionsländern in Gang gekommenen Redimensionierung sind unverhältnismässig tiefe Preise für textile Bodenbeläge, ein unerbittlicher internationaler Preiskampf und damit das Ausscheiden zahlreicher Betriebe, deren Atem zur erfolgreichen Überwindung der relativ langen Durststrecke nicht ausreicht. Dazu gehören vor allem Unternehmen, die im Rahmen des Teppichbooms dem quantitativen Wachstum mehr Beachtung schenkten als dem qualitativen, und die nun eine Preispolitik betreiben müssen, die in vielen Fällen wohl nur den Anfang vom Ende bedeuten kann.

Teppichindustrie und Teppichmarkt der Schweiz

Die schweizerische Teppichindustrie umfasst zurzeit 20 Betriebe, welche 1975 rund 20 200 t textile Bodenbeläge für rund 198 Mio. Franken produzierten; 1974 waren es 25 200 t und 244 Mio. Franken. Umsatzmässig entfielen 57 % auf Tufted-Artikel, 23 % auf Webteppiche und 20 % auf Nadelfilz-Beläge. Das Exportgeschäft machte 22 % vom Gesamtumsatz aus; im Vorjahr hatte es 24 % betragen.

Die Schweiz ist das « teppichfreudigste » Land der Welt; pro Kopf der Bevölkerung werden jährlich fast 4 m² textile Bodenbeläge konsumiert. Der Aufnahmefähigkeit ihres Marktes mit nur 6 Millionen Einwohnern sind jedoch entsprechend enge Grenzen gesetzt. Die grosse Attraktivität des an sich kleinen schweizerischen Teppichmarktes ergibt sich aus der hohen Kaufkraft der Schweizer Konsumenten; dass beträchtliche Einfuhren textiler Bodenbeläge gleichwohl zu « jedem » Preis erfolgen, ist den in vielen europäischen Ländern bestehenden Überkapazitäten zuzuschreiben. Der Schweizerfrankenkurs der letzten Jahre hat die Teppichimporte im gleichen Masse zusätzlich gefördert, wie er anderseits den schweizerischen Export textiler Bodenbeläge behinderte und weiterhin erschwert.

Die schweizerische Einfuhr von geknüpften Teppichen betrug 1975 1900 t und 111 Mio. Franken, jene von maschinell hergestellten Teppichen (ohne Nadelfilz-Beläge) 18 800 t und 153 Mio. Franken, total also 20 700 t und 264 Mio. Franken. Die Einfuhr von Nadelfilzbelägen, die in der offiziellen Aussenhandelsstatistik nicht gesondert ausgewiesen ist, wird für 1975 auf 2000 t und 12 Mio. Franken geschätzt. Die getätigten Exporte in Abzug gebracht, ergeben schweizerische Produktion plus Importe den schweizerischen Teppichkonsum. Am Verbrauch der maschinell hergestellten textilen Bodenbeläge sind die schweizerischen Produkte mit etwa 44 % beteiligt, was aus der Sicht der inländischen Teppichfabrikanten einen Anteil darstellt, den es in Zukunft in erheblichem Masse zu erhöhen gilt. Die schweizerische Teppichindustrie ist zwar nicht überdimensioniert. Im Hinblick auf die Marktlage wird sie inskünftig jedoch mehr die volle Ausnutzung der vorhandenen Produktionsanlagen als eine Ausdehnung derselben anstreben müssen.

Die Schweizerische Teppichausfuhr

Mit einem Anteil von etwa 2 % an der schweizerischen Gesamtausfuhr von Textilien ist der Teppichexport nicht von auffallender Grösse. Für die relativ junge schweizerische Teppichindustrie stellt ein Export in der Höhe von 40-50 Mio. Fr. immerhin einen beachtlichen Erfolg dar, und es versteht sich, dass sie einige ausländische Märkte inskünftig noch intensiver als bisher bearbeiten wird. Ihr Auslandabsatz ist zur Zeit zu einseitig auf wenige europäische Länder ausgerichtet, nämlich zu 51 % auf EFTA-Staaten und zu 41 % auf EWG-Länder. Die ab 1. Juli 1977 innerhalb der grossen Freihandelszone herrschende Zollfreiheit beim Import sollte dem Absatz schweizerischer textiler Bodenbeläge in Westeuropa indessen förderlich sein; wegen der im Export ungünstigen Währungsverhältnisse sehr rasch spektakuläre Fortschritte zu erwarten, wäre jedoch kaum realistisch. Der Ausbau des Exportgeschäftes mit Schweizer Spezialitäten wird nur unter unablässigen Bemühungen der führenden Firmen erreichbar sein und er wird nur langsam vor sich gehen.

The swiss carpet Industry

SWISS FABRICS

Die im Verband schweizerischer Teppichfabrikanten VSTF zusammengeschlossenen Branchenfirmen sind sich bewusst, dass sie es noch für längere Zeit mit einem Käufermarkt zu tun haben werden. Um das gesteckte Ziel, eine beträchtliche Erhöhung des Marktanteils im Inland und eine angemessene Ausdehnung des Exportgeschäftes innert nützlicher Frist zu erreichen, braucht es neben einer hohen Leistungsfähigkeit der einzelnen Unternehmen eine längerfristige firmenindividuelle Marketingkonzeption und eine intensivere zwischenbetriebliche Zusammenarbeit in allen Sektoren, wo eine solche zweckmässig und sinnvoll ist.

In der gemeinsamen Tätigkeit der schweizerischen Teppichfabrikanten wird die Kollektivmarke SWISS FABRICS inskünftig eine besondere Rolle spielen, und dies im In- und im Ausland. Lizenzgeber dieser Marke ist der Verein schweizerischer Textilindustrieller VSTI. Bis heute haben rund 120 führende schweizerische Textilunternehmen aller Sparten — Textilien für Bekleidung, Heimtextilien, technische Artikel — mit dem VSTI einen Lizenzvertrag abgeschlossen, der sie zur Verwendung seiner Kollektivmarke berechtigt. Der VSTI wird darüber wachen, dass mit SWISS FABRICS kein Missbrauch getrieben wird. Daneben sieht er ab 1977, in Kooperation mit andern Organisationen der Textilwirtschaft, verschiedene grössere Aktionen zur besseren Bekanntmachung von SWISS FABRICS vor. Die Teppichfabrikanten des VSTF werden in Zukunft ebenfalls unter dieser Flagge segeln, sei es individuell oder im Rahmen spezieller Werbekampagnen für die textilen Bodenbeläge.

Die schweizerische Teppichindustrie ist als Gesamtheit eine Schicksalsgemeinschaft, und Schicksalsgemeinschaft ruft nach Partnerschaft. Ein entsprechendes Branchendenken setzt beim einzelnen leistungsfähigen Unternehmer die grundlegende Einsicht voraus, dass es ihm selber auch gut geht, wenn die ganze Branche stark ist und es ihr gesamthaft gut geht. Mit der kürzlichen Schaffung je einer Arbeitsgruppe für den Inlandmarkt und das Exportgeschäft haben die Mitgliedfirmen des VSTF den Weg eingeschlagen, auf dem sie das gemeinsame Ziel zweifellos leichter und rascher erreichen werden als wenn jeder alles im Alleingang bewältigen müsste.

Ernst Nef

Over-production and the need to re-scale output in Europe

It is a well-known fact that the consumption of textiles is closely bound up with the affluence and purchasing power of the inhabitants of a country. And everyone knows too that among the necessities of life food comes first, clothing second. Only a person who has enough to eat and is adequately clothed can start to think of beautifying his home; and here carpeting plays an essential role. In countries with high living standards the demand for carpets is comparatively high, while in countries with lower levels of income it is understandably low. In Western industrialized countries, the carpet industry has grown tremendously since the sixties. In these countries its products enjoyed growing popularity not only in the private homes sector but in the public sector too, owing to the increased importance attached to attractive and comfortable settings for offices and public buildings, hotels, schools, hospitals, etc. For architects, carpeting — at least in the public sector — has to all intents and purposes become a building material just like any other; it answers a basic need like other floor coverings which, to a certain extent, it is now tending to supercede.

This trend led to a veritable state of euphoria in the carpeting sector among both users and producers. A sharp reversal of the upward trend occurred however with the start of the worldwide recession in 1974, and the cruel awakening of the building trade naturally had its repercussions on the — for the most part — over-large carpet industry. Unmistakable signs of the restructurization occurring in a number of producer countries are the excessively low price of carpeting, a ruthless international price war and the closing of many firms incapable of standing up to the comparatively long period of difficulties. Those most seriously affected by the adverse conditions are the firms that paid more attention during the carpet boom to quantitative growth than quality and which are now being forced to practise a price policy which in many cases can only mean the beginning of the end.

Switzerland's carpet industry and carpet market

The Swiss carpet industry today numbers about 20 concerns which, in 1975, turned out some 20,200 tons of carpeting valued at approximately 198 million Swiss francs; in 1974 the figures were 25,200 tons and 244 million francs. With regard to turnover, tufted articles account for 57 %, woven carpets for 23 % and needle-felt carpeting for 20 %. Exports represented 22 % of the total turnover, compared with 24 % the previous year.

Switzerland is the country with the biggest per capita consumption of carpets in the world, amounting annually to some 4 m² of carpeting per head of the population. The overall capacity of consumption of her market of only six million inhabitants is however fairly limited. The main attraction of the very small Swiss carpet market is the high purchasing power of the Swiss consumer; that large quantities of carpets are nevertheless imported at "rock-bottom" prices can be attributed to the surplus capacity of production of many European countries. The rate of exchange of the Swiss franc during the past few years has also considerably helped carpet imports, while obviously hindering exports and adding to the difficulties of Swiss carpet exporters.

In 1975 Swiss imports of knotted carpets amounted to 1,900 tons valued at 111 million francs, those of machine-made carpets (excluding neddle-felt carpets) to 18,800 tons and 153 million francs, making a total of 20,700 tons and 264 million francs. Imports of needle-felt carpets, which are not listed separately in official foreign trade statistics, totalled 2,000 tons valued at 12 million francs in 1975. After deduction of exports, Swiss output plus imports represents total Swiss consumption. In the consumption of machine-made carpets, Swiss products account for some 44 % of the total figure, a proportion which — in the eyes of Swiss carpet manufacturers — needs to be considerably increased. The Swiss carpet industry is certainly not over-large. From the point of view of its market position however, it must endeavour to make better use of existing production plant rather than seek to expand it.

Swiss carpet exports

Accounting for a mere 2 % of Switzerland's total textile exports, exports of carpeting are not significantly large. For the comparatively young Swiss carpet industry, however, 40-50 million francs' worth of exports nevertheless represent a considerable achievement, although obviously this industry will have to continue to step up its export efforts on a number of foreign markets. At the moment, exports are concentrated too heavily on a few European countries, i.e. 51 % to EFTA countries and 41 % to EEC countries. The abolition of import taxes due to take effect within the big free trade area as from 1st July 1977 should be favourable to the marketing of Swiss carpets in Western Europe; owing however to the strength of the Swiss franc acting as a brake on exports, it would be unrealistic to expect spectacular results in the very near future. The stepping up of exports of Swiss specialities can only be achieved by unceasing efforts on the part of the leading firms and can only take place slowly.

Marketing - SWISS FABRICS

The firms belonging to the Swiss Carpet Manufacturers Association VSTF are well aware that they will be up against a buyer's market for a long time to come. In order to be able to achieve their goal of a big increase in their share of the home market and a moderate growth in exports within a reasonable period of time, it is necessary not only for individual firms to maintain high standards of output and practise a long-term marketing policy but for cooperation to be stepped up between firms in all sectors where cooperation of this kind is required and can serve a useful purpose.

In the joint activity of Swiss carpet manufacturers the collective SWISS FABRICS label issued by the Swiss Textile Industrialists Association VSTI will play a special role in future, both at home and abroad. So far some 120 leading textile industrialists representing different branches — textiles for clothing, home textiles and technical articles — have signed a licensing contract with VSTI, entitling them to use its collective label. VSTI takes great care to ensure that its SWISS FABRICS label is not misused. In addition, in 1977, it is planning, in cooperation with other organizations representing the textile industry, to carry out a number of big campaigns for the promotion of SWISS FABRICS. In future, carpet manufacturers belonging to VSTF will also be included in the same scheme, either on an individual basis or within the framework of special advertising campaigns promoting carpeting.

The Swiss carpet industry is an entity composed of a large number of small firms that sink or swim together and this calls for close cooperation and partnership. Consequently each firm must realize that things will go well for it when the branch is strong and they go well for the industry as a whole. With the creation in the near future of a working group for the home market and another for the export trade, firms belonging to VSTF have started on a line of conduct which will undoubtedly enable them to achieve the common goal more easily and more quickly than if each firm acted for itself.

Ernst Nef

Teppichproduktion / Carpet production

Die Produktion von textilen Bodenbelägen wurde 1975 in den nachstehenden europäischen Ländern wie folgt ermittelt (in 1 000 m²):

In 1975 the production of carpets in the European countries listed below was as follows (in 1, 000's of m²):

Grossbritannien	165 614	Great Britain
Westdeutschland	160 652	West Germany
Belgien	131 779	Belgium
Frankreich	48 120	France
Holland	41 921	Holland
Dänemark	18 950	Denmark
Österreich	14 797	Austria
Italien	13 870	Italy
Schweiz	10 927	Switzerland
Schweden	8 427	Sweden

Teppichaussenhandel / Foreign trade in carpets

Die zehn wichtigsten europäischen Produktionsländer verzeichneten 1975 folgende Ein- und Ausfuhren bei textilen Bodenbelägen (in 1 000 m²):

The ten leading European producer countries recorded the following import and export figures for carpets in 1975 (in 1, 000's of m²):

	Einfuhrt Imports	Ausfuhr Exports	
Grossbritannien	8 979	28 370	Great Britain
Westdeutschland	65 918	30 998	West Germany
Belgien	12 850	111 134	Belgium
Frankreich	41 709	9 625	France
Holland	24 996	28 625	Holland
Dänemark	9 698	14 495	Denmark
Österreich	7 938	6 801	Austria
Italien	8 227	5 596	Italy
Schweiz	12 290	3 778	Switzerland
Schweden	13 890	3 298	Sweden

Teppichverbrauch / Carpet consumption

Der jährliche Teppichverbrauch pro Kopf der Bevölkerung wird nach den neuesten Erhebungen wie folgt geschätzt:

Annual consumption per head of the population works out as follows according to the latest estimates:

Schweiz	3,8 m²	Switzerland
Bundesrepublik Deutschland	3,2 m²	West Germany
Holland	2,8 m²	Holland
Skandinavien	2,4 m²	Scandinavia
Grossbritannien	2,6 m²	Great Britain
Österreich	2,1 m²	Austria
Frankreich	1,5 m²	France
Italien	0,3 m²	Italy