

Zeitschrift: Textiles suisses - Intérieur
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1979)
Heft: 1

Artikel: Der schweizer Teppich im internationalen Konkurrenzkampf
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-793981>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

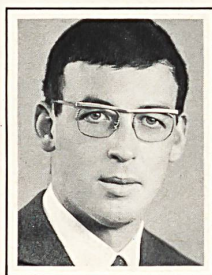
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 09.04.2025

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

Wenn auch die Schweiz zu den teppichkonsumfreudigsten Ländern gehört — mit einem Anteil von 3,4 m² pro Kopf jährlich (1977) —, so heisst das nicht, dass sich die schweizerische Teppichindustrie vor Aufträgen kaum zu wehren vermag. Denn einer letztjährigen Produktion von ca. 12.7 Mio. m² Teppichböden — mit einem Exportvolumen von 5 Mio. m² — steht ein Import von 14 Mio. m² gegenüber. Die in der Schweiz 1977 fabrizierten Teppichbeläge im Gewicht von 22 870 Tonnen brachten der Industrie 206 Mio. Franken ein. 53% der Teppichproduktion entfiel auf Tuftingware, 26% auf Webteppiche und 21% auf Nadelfilze.

Zwar beurteilt man europäisch gesehen die Lage der Teppichbranche ziemlich optimistisch und rechnet mit einem langsamen weiteren Wachstum. Doch wird das Bestehen im internationalen Wettbewerb für jedes Unternehmen mit höchsten Anstrengungen verbunden sein. Walter Nüesch, Präsident des Vereins Schweizerischer Teppichfabrikanten (VSTF), gab in einem Interview mit der «Textiles Suisses-Intérieur» deutlich zu verstehen, dass die schweizerische Teppichindustrie dank ihrem hohen Qualitätsniveau und der zahlreichen Spezialitäten, der Zuverlässigkeit wie auch der Dienstleistungen wegen in den wichtigen Märkten immer noch gut im Rennen liegt. Allerdings ist die Ertragslage zur Zeit alles andere als befriedigend. Die grossen Importe drücken auf die Inlandpreise und beim Export müssen oft erhebliche Preisreduktionen zugestanden werden. Dabei beflüssigt man sich bei der Kalkulation der Teppichböden der grössten Zurückhaltung und vermeidet, wo immer möglich, eine Preiserhöhung. Diese Politik wird durch den günstigen Rohstoffeinkauf — diesmal dank des hohen Schweizer Frankens —, durch die im internationalen Vergleich niedrigen Lohnerhöhungen, durch die unbedeutende Inflation und die geringen Kapitalkosten erleichtert. Die schweizerische Teppichindustrie wird auch in Zukunft durch dynamische Einzelinitiative und gezielte Gemeinschaftsaktionen ihren Platz auf dem internationalen Markt zu verteidigen wissen, wobei die grosse Kreativität bei den bekannten Qualitätsprodukten und Spezialitäten sowie die weitgehenden Serviceleistungen weiterhin die Eckpfeiler des Erfolges sein werden.



DER SCHWEIZER TEPPICH IM INTERNATIONALEN KONKURRENZKAMPF

Walter Nüesch
Präsident des Vereins Schweizerischer
Teppichfabrikanten (VSTF)

«Textiles Suisses-Intérieur»:

«Herr Nüesch, wie beurteilen Sie die Lage der schweizerischen Teppichindustrie im Zeichen des überbewerteten Schweizer Frankens?»

Walter Nüesch

«Die Schweizer Teppichindustrie stand bereits vor einigen Jahren vor einem ähnlichen Problem. Der massive Rückgang der Bautätigkeit bereitete unserer Branche enorme Anpassungsschwierigkeiten. Man kompensierte den kleiner gewordenen Inlandmarkt damals mit einer vermehrten Exporttätigkeit. Die Teppichausfuhr stieg in der Folge befriedigend an und bildet heute einen wesentlichen Teil der Produktion; dennoch ist der Exportanteil der schweizerischen Teppichfabriken prozentual viel niedriger als in anderen einheimischen Textilsparten.

Durch die unrealistischen Kursverhältnisse ist es praktisch unmöglich, die Exportquoten zu halten, allgemein wird eher ein Rückgang erwartet. Parallel dazu wird natürlich auch der Preiskampf auf dem Inlandmarkt härter.

Indessen darf nicht ganz übersehen werden, dass der hohe Frankenkurs für Schweizer Firmen einen nicht unwesentlichen Vorteil in der Rohmaterialbeschaffung mit sich bringt, ist doch der Materialkostenanteil gerade in der Teppichfabrikation recht hoch.»

«Zu welchen Bedingungen muss heute exportiert werden, um die Marktpositionen halten zu können?»

«Die Lage ist heute umsatz- und ertragsmässig absolut unbefriedigend. Kurzfristig wird man versuchen, die Positionen mit Preiskonzessionen zu halten. Längerfristig können diese aber nur aufrechterhalten oder noch weiter ausgebaut werden, wenn es der Schweizer Teppichindustrie gelingt, sich mit ihren Produkten weiterhin vom Angebot anderer Produzenten abzuheben, sei es durch Design, Qualität oder technische Vorteile und darüber hinaus natürlich durch absolute Zuverlässigkeit in der Auftragsabwicklung.»

«Wie hat sich die Absatzlage in den letzten Monaten entwickelt und welche Gründe sind Ihrer Ansicht nach ausschlaggebend dafür, dass Schweizer Teppiche trotz der durch die Währungsverhältnisse erfolgten Verteuerung stets weiter exportiert werden können?»

«Im 1. Semester verzeichnete man noch eine Umsatzsteigerung von rund 10% gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode. Im 2. Semester hingegen dürfte der Zuwachs wegen den nochmaligen Veränderungen in den Kursrelationen zum Stillstand gekommen sein; definitive Zahlen liegen im jetzigen Zeitpunkt begrifflicherweise noch keine vor.»

Die Exportfähigkeit der Schweizer Teppiche dürfte auf einem Zusammenspiel verschiedener Fakten beruhen, von denen mir insbesondere folgende als wichtig erscheinen.

- Oft besteht ein langjähriges Vertrauensverhältnis zwischen den Schweizer Produzenten und ihren ausländischen Abnehmern, welches auf Zuverlässigkeit, Serviceleistungen, Preiswürdigkeit und anderen Faktoren aufgebaut ist. Bei solchen Verbindungen spielt der Preis nicht immer die Hauptrolle.
- Die Schweizer Teppichindustrie hatte schon immer — wie auch die übrige Schweizer Textilindustrie — hochwertige Produkte anzubieten, exklusiv im Design, einwandfrei in der Ausführung und technisch durchaus aktuell.
- Schweizer Teppiche können auch heute bei vergleichbaren Anforderungen und Erwartungen preislich durchaus mithalten. Indessen ist es jetzt leider so, dass viele Kunden zum vornherein annehmen, ein Produkt aus der Schweiz sei zu teuer. Durch diese psychologische Barriere wird die Währungslage unnötig verschärft.»

«Welche Massnahmen und Unterstützungsaktionen sieht der von Ihnen präsidierte Branchenverband vor, um seinen Mitgliedern den Export zu erleichtern?»

«Die Schwerpunkte im Aufgabenbereich des Vereins Schweizerischer Teppichfabrikanten (VSTF) liegen vornehmlich auf dem Inlandmarkt, bei der Ausbildung sowie auf technischem Gebiet.

■ Bien que la Suisse se classe parmi les pays où la consommation de tapis est la plus forte — en 1977, l'achat moyen par tête d'habitant a été de 3,4 m² — cela ne veut pas dire que l'industrie suisse des tapis succombe sous les commandes. Car, à une production annuelle (1977) d'environ 12,7 millions de mètres carrés de moquette — dont une exportation de 5 millions de m² — s'oppose une importation de 14 millions de m². En 1977, on a fabriqué en Suisse 22 870 tonnes de tapis qui ont rapporté 206 millions de francs à l'industrie. Les 53% de cette production étaient des articles tuftés, 26% des tapis tissés et 21% du feutre aiguilleté.

Il est vrai que la situation de l'industrie du tapis, sur le plan européen, peut porter à l'optimisme et que l'on s'attend encore à une lente croissance. Mais la concurrence internationale exigera de chaque entreprise les plus grands efforts. Dans une interview accordée à «Textiles Suisses-Intérieur», Walter Nüesch, président de l'Association des Fabricants suisses de Tapis (VSTF) a laissé clairement entendre que l'industrie suisse du tapis est encore en bonne position sur les principaux marchés grâce au niveau qualitatif élevé de sa production, à ses nombreuses spécialités, à sa fiabilité et au service à la clientèle. Toutefois, les bénéfices sont aujourd'hui tout que satisfaisants. Les fortes importations font pression sur les prix en Suisse et les exportations ne peuvent souvent être réalisées que grâce à de substantielles réductions de prix. Les fabricants s'efforcent à la plus grande retenue dans le calcul des prix des moquettes et se gardent autant que possible de les élever. Cette politique est facilitée par l'achat des matières premières à des conditions favorables — c'est-à-dire cette fois grâce au cours élevé du franc suisse —, par la modicité des augmentations de salaires en comparaison avec les autres pays, par l'insignifiance de l'inflation et le coût modéré de l'argent. A l'avenir, l'industrie suisse des tapis saura défendre sa position sur le marché international par son initiative individuelle dynamique et des campagnes collectives dirigées, les grands piliers du succès restant l'esprit créateur dans le domaine des produits de qualité et des spécialités ainsi que la valeur des services offerts par les fabricants.

■ Even though Switzerland is one of the biggest consumers of carpets with an annual consumption of 3.4 m² per head of the population (1977) — this does not mean that the Swiss carpet industry need to worry about orders. Because, for an output last year of about 12.7 million m² of carpeting — of which some 5 million m² was exported — imports totalled 14 million m². The 22,870 tonnes of carpeting manufactured in Switzerland in 1977 brought in some 206 million francs. 53% of the total output of carpets was accounted for by tufted articles, 26% by woven carpets and 21% by needle felt.

Admittedly, on the European level, the prospects facing the carpet industry are viewed fairly optimistically and a further slow growth is expected. However each firm's individual position on the international market is wholly dependent on its own efforts. In an interview with «Textiles Suisses-Intérieur», Walter Nüesch, President of the Swiss Carpet Manufacturers Union, made it clear that the Swiss carpet industry is still well placed on the leading markets thanks to its high standards of quality as well as its many specialities, its reliability and services. Even so, the number of orders on the books at the moment is far from encouraging. The large quantity of imports tends to depress prices at home, and where exports are concerned price reductions often have to be made in order to clinch deals. Consequently the greatest reserve is practised in the calculation of prices and wherever possible firms avoid any increase in price. This policy is made easier fortunately by the purchase of raw materials at favourable prices — this time thanks to the strength of the Swiss franc — by the lower wage increases compared with other countries, by the very low rate of inflation and small capital costs. The Swiss carpet industry will also be capable of defending its position on the international market in the future thanks to its dynamic individual efforts and well-planned joint action, in which the great creativity of its well-known high quality products and specialities, as well as its extensive services, will once again be the cornerstones of its success.

Exportförderungsmassnahmen erfolgen in der Regel im Rahmen des Gesamtverbandes, dem Verein Schweizerischer Textilindustrieller (VSTI), in welchem der VSTF eine Untersektion bildet. Intensive Anstrengungen zur Förderung des Bekanntheitsgrades der Qualitätsmarke SWISS FABRIC sind vorgesehen, ein kollektives Leistungssymbol, das immerhin bereits von über 120 Schweizer Firmen — und allen Mitgliedern des VSTF — geführt wird. Eine beachtliche Anzahl Teppichfabrikanten stellt im neueröffneten Textil & Mode Center Zürich aus, das seinerseits grosse Promotionsanstrengungen unternimmt. Besonders erwähnenswert erscheinen mir auch unsere Bemühungen zur Harmonisierung der Teppichprüfung in Europa. Heute bestehen immer noch zwei verschiedene Prüfungssysteme; der VSTF arbeitet international intensiv an den Vereinheitlichungsbestrebungen für ganz Europa mit.»

■ Benchè la Svizzera faccia parte dei paesi di maggior consumo in materia di tappeti — annualmente 3,4 m² per ogni abitante — ciò non vuol dire che l'industria svizzera del tappeto sia letteralmente sommersa dalle ordinazioni. Nel 1977, infatti, la produzione di pavimenti tessili ammontava a circa 12,7 milioni di m² — con un volume d'esportazioni di 5 milioni di m² — mentre le importazioni raggiungevano la somma di 14 milioni di m². I pavimenti tessili fabbricati in Svizzera l'anno scorso, d'un peso di 22 870 tonnellate, hanno fruttato all'industria un montante di 206 milioni di franchi. Il 53% della produzione consisteva in tappeti tufting, il 26% in tappeti tessuti e il 21% in feltro ad aghi.

Considerata sul piano europeo la situazione del settore tappeti è vista sotto un aspetto piuttosto ottimistico e si prevede un'ulteriore, sebbene lento, incremento. Per sopravvivere nell'ambito della concorrenza internazionale ogni impresa dovrà però consentire il massimo sforzo. All'occasione di un'intervista con «Textiles Suisses-Intérieur», Walter Nüesch, presidente dell'Unione Svizzera dei Fabbricanti di Tappeti (USFT), ha fatto chiaramente sapere che sui principali mercati, grazie al suo alto livello qualitativo, al numero elevato delle specialità, alla sua fidatezza e alle sue prestazioni di servizio, l'industria svizzera del tappeto occupa ancora una buona posizione. Tuttavia la situazione del rendimento è attualmente poco soddisfacente. Il grande volume delle importazioni pesa sui prezzi interni mentre sulla merce d'esportazione, per poter conservare i relativi affari, si devono spesso consentire riduzioni di prezzo. Peraltro il prezzo dei pavimenti tessili è calcolato con la massima attenzione e si evitano il più possibile gli eventuali aumenti. Questa politica è facilitata da favorevoli acquisti di materie prime — questa volta grazie all'alto valore del franco svizzero — da aumenti salariali comparativamente inferiori a quelli internazionali, dalla scarsa importanza dell'inflazione e dal costo ridotto dei capitali. Anche in avvenire l'industria svizzera del tappeto, con le sue dinamiche iniziative individuali e le sue efficaci azioni comuni, saprà difendere le sue posizioni sul mercato internazionale; le principali colonne del successo saranno la grande creatività applicata ai noti prodotti di qualità e alle specialità, nonché le vaste prestazioni di servizio.