

Konsumenteninteresse am Teppich weiter steigern

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses - Intérieur**

Band (Jahr): - (1987)

Heft 1

PDF erstellt am: **13.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-794510>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

IM GESPRÄCH MIT EXPONENTEN
DER SCHWEIZERISCHEN
TEXTILWIRTSCHAFT



Urs Tischhauser, Präsident
des Verbands Schweizerischer
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 Einsitz 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). In-diz für die Zielstrebigkeit von Urs Tischhauser: Er schaffte das 2jährige MBA-Studium in 1 1/2 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 einstie-

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 begehrenswerter 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 Fabrikenerweiterungsbau 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