

Ein Klassiker gerät ins Dümpeln

Die Möbelfirma USM-Haller verzeichnet happige Umsatzeinbussen. Der Sponsor des erfolgreichen Alinghi-Teams steckt in einer andauernden Auftragsflaute.

Von Thomas Schenk

Dass Alex Schärer den Triumph der «Alinghi» nur am Bildschirm verfolgen konnte, schmerzt den leidenschaftlichen Segler. Schliesslich liess der Chef der Firma USM eine Ladung seiner teuren Stahlmöbel nach Neuseeland verschiffen, um damit die Zentrale von Ernesto Bertarellis «Alinghi»-Team auszustatten; Kostenpunkt: 200000 Franken. Das USM-Logo durfte Schärer zwar nicht auf der schnittigen Jacht anbringen, dazu wäre ein Millionenbetrag nötig gewesen. Aber immerhin steht es dem Berner Möbelmacher als «official supplier» frei, Inserate zu schalten, die seine Designerstücke zusammen mit der Siegerjacht zeigen.

Für einen Abstecher nach Neuseeland lässt Schärer das eigene Geschäft keine Zeit. Der 37-Jährige ist momentan ziemlich gefordert. Erstmals ist seine Möbelfirma, die bisher auf einer einzigen Erfolgswelle ritt, mit Unbill konfrontiert: Die Umsätze brachen um fünfzehn Prozent ein, auf dem wichtigsten Markt, Deutschland, noch stärker. Zuerst hatte Schärer gehofft, die Flaute mit Kurzarbeit überbrücken zu können. Doch der Einbruch ist dauerhaft, «für die nächsten drei Jahre ist nicht mit einer Belebung zu rechnen». So hat er sich Ende letzten Jahres dazu durchgerungen, am Hauptsitz im bernischen Münsingen einen Zehntel des Personals zu entlassen, 29 von 293 Mitarbeitern.

Möbelmacher auf die Strasse stellen – so etwas gab es bei der Produzentin von edelsten Einrichtungsteilen fürs Büro seit der Erdölkrise in den siebziger Jahren nicht mehr. Vergessen ist die Zeit, als die Fabrik in Münsingen Halle um Halle ausgebaut wurde. Vergessen der Erfolg, als die USM-Möbel in die Designsammlung des Museum of Modern Art in New York aufgenommen wurden. Vergessen auch die Renommieraufträge von Hugo Boss in Stuttgart, der Bibliothèque nationale in Paris oder der deutschen Bank DVG, wo USM mit der Lieferung von über dreitausend Arbeitsplätzen den grössten Auftrag der Firmengeschichte gewann.

Kein Bedarf an neuem Mobiliar

Der Wind hat gedreht. Bauen Grosskonzerne reihenweise Personal ab, besteht auch kein Bedarf an neuem Mobiliar. Spürbar ist der Gegenwind auch im Ausland. Mit dem Kollaps von Leo Kirchs Medienimperium verschwand ein werbewirksamer Kunde. Und für die Expansion in den USA haben sich die Berner einen denkbar ungünstigen Zeitpunkt ausgewählt: Erst im Frühjahr 2002 war in New York noch für die stolze Summe von vier Millionen Dollar ein Ausstellungsraum eröffnet worden.

Schärer kann sich immerhin damit trösten, dass es die anderen helvetischen Büromöbelbauer auch erwischt hat. Um dreissig Prozent ist der Branchenumsatz letztes Jahr geschrumpft. Die bernische Bigla entliess im Januar einen Viertel der Belegschaft. Elan, die ehemalige Hoflieferantin der Swissair aus dem aargauischen Menziken, verlor nach dem Grounding einen jährlich wiederkehrenden Millionenauftrag und strich daraufhin einen Sechstel der Stellen. Auch Büro-Fürer sprach Entlassungen aus, während Lista hofft, die Krise mit Kurzarbeit durchzustehen.

Heimatverbundenheit lässt nach

Trotz der Krise: Die Schweiz ist nach wie vor ein Land von Büromöbelfabrikanten. Sie konnten sich halten, weil über drei Viertel der Büromöbel aus inländischer Fertigung bezogen werden. Punkto Eigenversorgungsgrad kann es die Branche mit der Uhren- oder Schokoladenindustrie aufnehmen. Hauptgrund für die Heimatverbundenheit sind die Qualitätsansprüche; einen Arbeitsplatz lassen sich hiesige Unternehmen im Schnitt fünftausend Franken kosten, zwanzig bis dreissig Prozent mehr, als im umliegenden Ausland für Pult und Stuhl ausgelegt wird.

Inzwischen haben aber auch ausländische Anbieter die Schweiz entdeckt. Elan wurde 2001 vom amerikanischen Haworth-Konzern aufgekauft, der deutsche Marktführer König und Neurath unterhält hierzulande seit kurzem eine Niederlassung. Und auch der schwedische Billiganbieter Ikea offeriert bei hiesigen Ausschreibungen neuerdings mit.

In diesem Wettbewerb kann sich Schärer nicht auf die Innovationskraft seines Unternehmens verlassen. Das vor vierzig Jahren entwickelte Haller-Möbelbausystem ist längst ausgereift. Neuerungen sind nur mehr im Mikrobereich möglich, so wurde dieses Jahr ein Tablereinsatz für DVD-Scheiben ins Sortiment aufgenommen. Um der drohenden Sättigung mit dem Klassiker zu begegnen, hat USM vor vier Jahren «eleven22» entwickelt. Ein Konzept für das junge, innovative Büro. «Eine komische Zahl mit mystischem Charakter», sagte Schärer bei der Lancierung. Die Mystik ist allerdings rasch verfliegen. Einer der ersten Abnehmer, der Softwarehersteller Miracle, musste Konkurs anmelden, und neue Grosskunden liessen sich nicht finden. Heute steuert «eleven22» nicht einmal zehn Prozent zum Umsatz bei.

Als Schönwetterkapitän hat sich Alex Schärer an der USM-Spitze bewährt. Zwischen 1993, als er kurz nach seinem Ingenieurstudium in die Firma des Vaters eintrat, und 2001 hatte sich der Umsatz auf 195 Millionen Franken mehr als verdoppelt. Nun muss sich zeigen, wie der Kunstfreund und stolze Besitzer einer Sportjacht im Mittelmeer wieder Fahrt aufnehmen will.