

A man, Patrick Brunner, is leaning against a metal mesh wall on the left side of the frame. He is wearing a dark quilted jacket over a light-colored shirt and blue jeans. He has his arms crossed and is smiling. In the background, there is a wooden dining table with two chairs, two large copper pendant lights hanging above it, and a vase with flowers on the table.

«Sich gegenseitig stark machen»

Patrick Brunner will dem Einrichten wieder zu mehr Wert verhelfen. Als neuer Präsident des Dachverbands einrichtenschweiz ist es seine Aufgabe, eine Perspektive anzubieten. Ein Gespräch über schwierige Zeiten und seine Hoffnung

INTERVIEW *Stephanie Ringel*

Patrick Brunner ist Unternehmer und seit dem 23. Mai 2024 gewählter Präsident des Dachverbands einrichtenschweiz. Verbandsmitglied ist er mit seiner Willisau Group. Dazu gehören die Marken Willisau Switzerland, Willisau Switzerland Edition, Zumsteg Switzerland sowie team'by' wellis'. Er beschäftigt rund 50 Mitarbeiter:innen. Die Produkte werden primär in Willisau LU und auch zusammen mit wenigen Partnerfirmen hergestellt.
www.einrichtenschweiz.ch, www.willisaugroup.ch

Patrick Brunner, wo steht die Schweizer Einrichtungsbranche?

Wir wissen nicht, wo es hingeht und ich höre in vielen Gesprächen mit Mitgliedern, dass sie eine Perspektive für ihre wirtschaftliche Zukunft suchen.

Was ist das Problem?

Verschiedenes. Wir hatten während der Pandemie ein Hoch, die Menschen haben sich eingerichtet. Eine gewisse Sättigung ist erreicht. Mit den steigenden Preisen wird das Budget der Konsumenten seit einer Weile in alle Richtungen knapper. Hohe Krankenkassenprämien, Energiekosten, steigende Mieten – selbst Ferienmachen, das hohe Gut der Schweizer:innen, ist teuer geworden. Man überlegt sich, wofür Geld ausgegeben werden kann.

Ihr Vorgänger Hannes Vifian hat entschieden, dass es keine Zukunft gibt.

Er hat aus wirtschaftlichen Gründen aufgehört, es hat sich nicht mehr gerechnet. Einen Teil seiner Kollektion hat die Schreinerei Bard in Münchenstein übernommen; das übrige Geschäft hat er zurückgefahren und zum 31.3.2024 zu einem guten Ende gebracht.

Was sind die Herausforderungen?

Das Preisniveau. Auch wir haben steigende Kosten und müssen versuchen, diese auf den Verkaufspreis umzulegen. Entweder man besetzt eine Nische oder man ist gross genug, um im Preiskampf mithalten zu können. Mittelständische Betriebe sind zu gross, um nur eine Nische zu besetzen, und zu klein, um das Preisniveau langfristig abzufedern. Wir werden aus dem Ausland von allen Seiten angegriffen.

Bei Möbel Pfister, das zur österreichischen XXXLutz Gruppe gehört, gibt es Rabattangebote bis zu 30 Prozent. Beziehen Sie sich hierauf?

Das ist ein gutes Beispiel, denn es zeigt das Dilemma. Meine Willisau Group ist ein Lieferant von Möbel Pfister. Unsere anderen Fachhändler sagen: Wenn du dorthin für 30 Prozent Rabatt lieferst, bist du für mich kein relevanter Partner mehr. Und umgekehrt genauso. Wir versuchen also, beidem gerecht zu werden, das ist ein schwieriger Spagat. Wir machen zwei Sortimenten, zwei Preislisten, zwei Kataloge, wir stärken den Vertrieb und werden so unseren Weg finden. Man muss sich abheben und Vertrauen schaffen. Ich bin überzeugt, dass gute Beziehungen stärker sind als rein produktbasiertes Geschäften.

«Es lohnt sich, ins schöne Daheim zu investieren.»

PATRICK BRUNNER

Sprechen Sie jetzt als Unternehmer oder als Verbandspräsident?

Die Einrichtungsbranche ist mein Alltagsgeschäft. Aber sie begleitet mich auch schon mein ganzes Leben. Als Präsident möchte ich dem Einrichten neues Prestige geben. Ich denke, schön und gut wohnen hat noch nicht das Niveau erreicht, das es haben sollte.

Einrichten als Wert für ein gutes Leben?

Genau. Es lohnt sich, ins schöne Daheim zu investieren. Für die Konsumenten und für die Branchenvertreter. Ich möchte deswegen optimistisch vorgehen und ermutigen. Statt sich der Krise hinzugeben, sich selbst neu erfinden, an die Exzellenz der eigenen Arbeit glauben. Jeder muss seinen Weg alleine gehen, aber wir haben Alleinstellungsmerkmale in der Schweiz, die wir pflegen sollten.

Welche sind das für Sie?

Unsere Mitglieder entwickeln, produzieren, vertreiben und verkaufen lokal, regional. Sind mit dem Werkplatz Schweiz verbunden. Pflegen Verlässlichkeit, Qualität, Wertschätzung zum Produkt und den Menschen. Sie entwickeln neue Materialien und Fertigungsmethoden. Sichern Arbeitsplätze und gestalten Wirtschaftsentwicklung mit. Wir sind auf vielen Ebenen nachhaltig. Im Verband sind Grosskonzerne wie Ikea und Kleinbetriebe wie Furrer AG dabei – da kommt viel Kompetenz zusammen. Der Verband muss Mehrwert liefern, z. B. als eine Plattform für Wissensaustausch und Netzwerken. Unser Schulbetrieb sollte helfen, Fachkräftemangel und Mitarbeitermangel zu reduzieren.

Worauf freuen Sie sich am meisten?

Das Unternehmertum mit sinnvollen Angeboten zu stärken. Der Verband soll wie ein Stern am Himmel leuchten, zu dem man aufschaut und sagt: Da bin ich gern dabei.