

Zustand: gebraucht

Text von
Fabio Lüdi
Illustration von
Till Lauer

Alte Designmöbel sind wieder ziemlich angesagt. Trotzdem haben es die vielen Händler schwer, mit Vintage Geld zu verdienen.

Das Spektakulärste am solothurnischen Niedergösgen ist die Aussicht auf den AKW-Kühlturm drüben in Däniken. Seit den 70er-Jahren bläst der kolossale Betonkamin unablässig weisse Wolken in den Himmel. Auf der Niedergösger Seite an der Mühledorfstrasse 30 ist man ihm so nahe, dass man glaubt, ihn berühren zu können. Dort betreiben Pascal Bucheli und Michael Fischer mit Buma Design eines der schweizweit grössten Geschäfte für Designmöbelklassiker. Was sie verkaufen, ist zwar meist mindestens so alt wie das Kernkraftwerk vor ihren Fenstern, aber ungleich gefragter. Designermöbel aus dem letzten Jahrhundert sind beliebte Einrichtungsgegenstände und das längst nicht mehr nur für Gutbetuchte. Seit der Jahrtausendwende hat

sich im Schweizer Markt eine breite Händlerbasis etabliert. Eine Mischung aus der Hoffnung, mit Designermöbeln Geld zu machen, und einer internetgetriebenen Planierung der Einstiegshürden, um an diesem Markt teilzuhaben, führt seither zu einer schärferen Konkurrenz zwischen den Fachhändlern. Informationen über Produkte und Preise stehen im Web jederzeit zur Verfügung. Die interessierte Kundschaft ist damit nicht mehr auf die Expertise der Fachhändler angewiesen. Zudem müssen die Preise einem weltweiten Vergleich standhalten und Online-Handelsplattformen degradieren etablierte Händler zu überflüssigen Zwischenhändlern. Wer einen Eames Lounge Chair verkaufen möchte, kann das tun, ohne auf ein Händlernetz angewiesen zu sein.

Die Schrankenlosigkeit der Onlinewelt führte aber auch dazu, dass Zürich, das Schweizer Epizentrum des Handels mit Designmöbelklassikern, keine unangefochtene Vormachtstellung mehr innehat. Buma Design in Niedergösgen ist ein Nischenhändler, ein erfolgreicher. Der Ort liegt praktisch, jeweils gut eine Autostunde von Bern, Basel, Zürich oder Luzern. Das macht die Lieferwege kurz. Die Abnehmer für namhafte Möbelklassiker wohnen zumeist noch immer in den Städten. Das heisst aber auch, dass Bucheli und Fischer nicht auf Laufkundschaft zählen können. Wer zu ihnen kommt, tut das mit Absicht.

Ihr Geschäft haben sie seit bald siebzehn Jahren. Anfangs versuchten sich die beiden gelernten Schreiner noch als Zwischenhändler mit gebrauchten Möbelklassikern oder als Möbelverleiher. «Wir sind mal eine Woche lang auf eine ‹Tour de Suisse› gegangen und von Brocki zu Brocki gezogen», erinnert sich Fischer zurück. Das Ziel damals: Designklassiker der 60er-Jahre zusammenkaufen, um sie für Events zu vermieten. Das Ergebnis ihrer Tour fiel allerdings ernüchternd aus. «Wir kauften ein paar Kugelleuchten und orange Lämpchen», so Fischer. Dabei liessen sie sich einen Eames Fiberglasstuhl durch die Finger rutschen. Bei den Shock Mounts, den Puffern am Stuhlboden, quoll Leim hervor. Das ist normal, denn die Stühle wurden industriell hergestellt, da zählte Feinschliff nichts. Bucheli und Fischer aber wussten das damals noch nicht. Sie dachten, jemand habe sich am Stuhl zu schaffen gemacht. «Wir kannten ‹Eames› dem Namen nach, darum glaubten wir, der berühmte Stuhl müsse doch sauber verarbeitet sein», erzählt Fischer weiter. Ihr Zögern machte sich eine sachkundigere Kundin zunutze, kaufte ihn und tauschte damit ab. «So ist das halt am Anfang. Wir waren ein bisschen naiv», sagt Fischer achselzuckend.

Ihre Wissenslücken haben die beiden Möbelhändler mittlerweile geschlossen. An einer Wand im Showroom in Niedergösgen schmiegt sich gut sichtbar ihre Sammlung von Fachliteratur. Im weissen Ausstellungsraum mit Industrieclair stehen Stühle, Tische, Bänke und Schränke aus Designschmieden wie Horgenglarus, Knoll oder Eames. Neben einem der Stahlträger steht ein künstlicher Kaktus, bei der Küchenzeile, wo KundInnen stehen und Kaffee trinken, steht eine grosse Metallpalme. Auf 1300 Quadratmetern kumuliert sich die Fläche aus Ausstellung,

«Mittlerweile leisten sich eben nicht nur die gesetzte Ärztin oder der erfolgreiche Anwalt einen Kaffeetisch von Florence Knoll oder den ikonischen Eames Lounge Chair.»

Lager und Werkstätten. Ihr Hintergrund als Handwerker – Bucheli ist neben Schreiner auch Sattler – erlaubt es dem Buma-Design-Duo notwendige Arbeiten selber durchzuführen. Das ist eine Gratwanderung: Sie müssen bei jedem Stück entscheiden, ob der Zustand noch als Patina oder bereits als Materialschaden gilt.

INVESTITION IN PATINA

So unterschiedlich wie ihre Möbel sind auch die Vorlieben der Kundschaft. Was für die einen ein störender Kratzer im Lack ist, ist für die anderen gelebte Geschichte. Diesbezüglich blieb alles gleich in der Branche. Nur der Kundenstamm hat sich ein wenig verändert. Heute liegt das Durchschnittsalter ihrer Kundschaft bei 30 Jahren. Als Fischer und Bucheli anfangen, sei es ein oder zwei Jahrzehnte darüber gelegen. Mittlerweile leisten sich eben nicht nur die gesetzte Ärztin oder der erfolgreiche Anwalt einen Kaffeetisch von Florence Knoll oder den ikonischen Eames Lounge Chair. Das junge Publikum ist zwar nicht zwingend gutverdienend, aber es ist bereit, bewusst in ein Möbel und den Namen dahinter zu investieren. «Das ist eine Frage des Lebensstils», sagt Fischer. Denn er und sein Geschäftspartner zeigen seit Jahr und Tag: Was sie einmal verkaufen, verkaufen sie auch ein zweites oder drittes Mal. Das bezahlte Geld ist also nicht verloren wie beim Einkauf im Möbeldiscounter. Wer Designmöbel kauft, tätigt sozusagen eine Investition. Deswegen greifen nun vermehrt jüngere Generationen tiefer in die Taschen. Trotzdem ist der Handel mit den alten Möbeln nach wie vor eine Nische. «Branchenintern sagt man, dass sich ein einstelliger Prozentsatz der Bevölkerung für diesen Stil interessiert», weiss Fischer.

Um dieses eine Prozent aus den Städten ins ländliche Niedergösgen zu



BARCELONA CHAIR
AKA MR90

DESIGN:
Ludwig Mies van der Rohe,
Lilly Reich, 1929

HERSTELLER:
Hans Knoll, USA

PREIS:
ab 6000.– (neu)
bis 50 000.– (vintage)

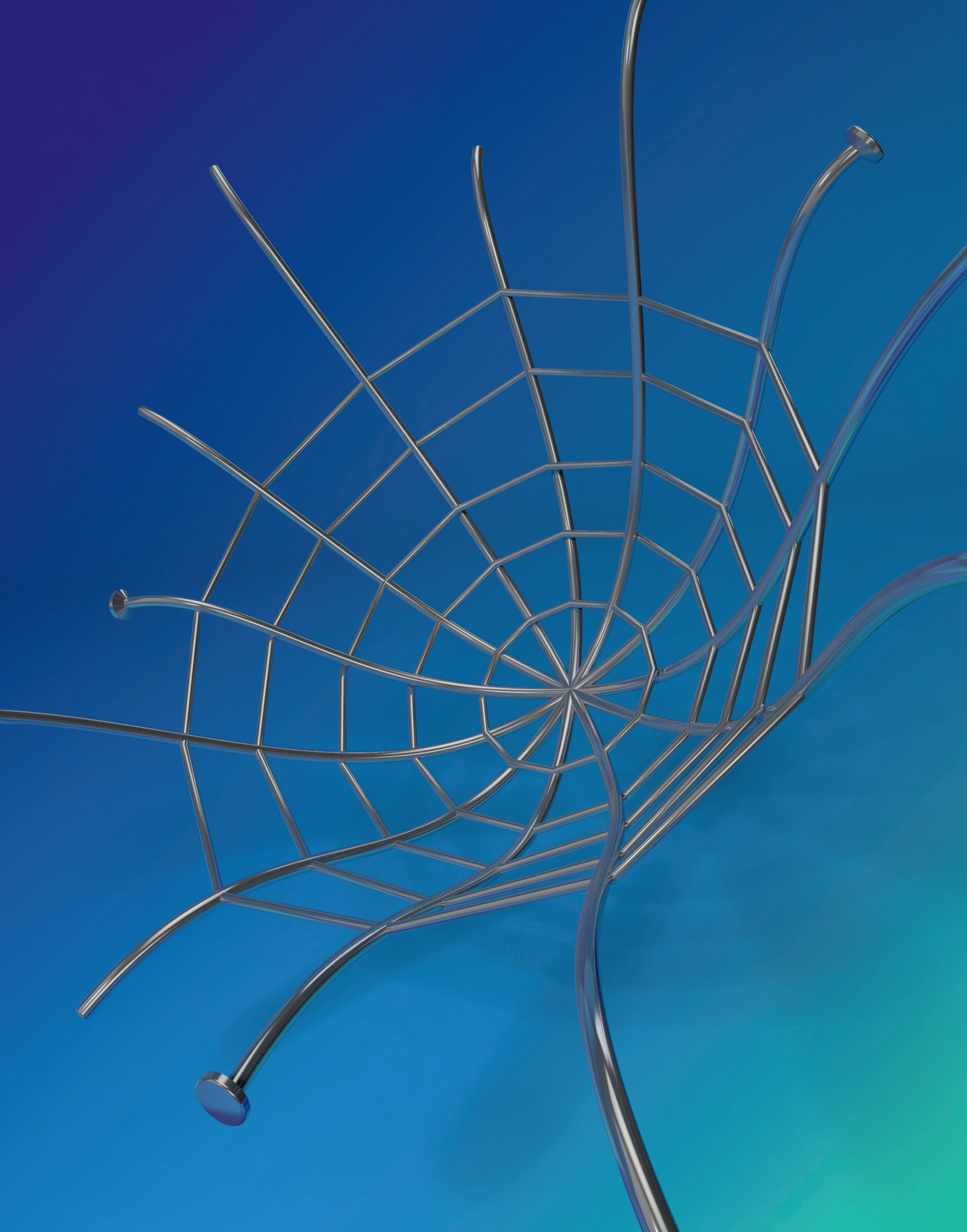


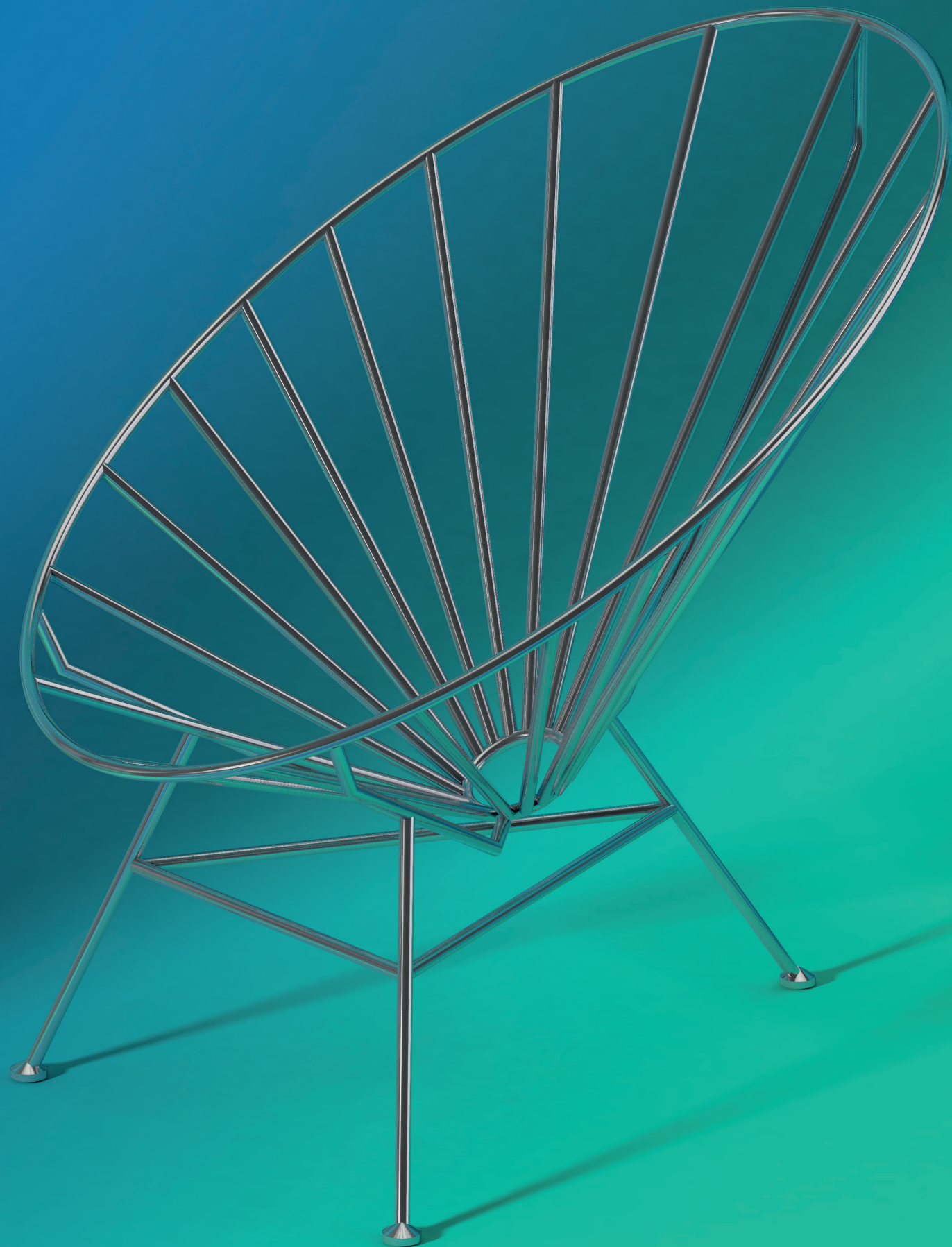
EAMES LOUNGE CHAIR
MIT OTTOMAN

DESIGN:
Charles und Ray Eames,
1956

HERSTELLER:
Herman Miller, USA;
Vitra, CH

PREIS:
ca. 2000.– (vintage)
bis 9370.– (neu)





Zustand: gebraucht



ROTH BETTGESTELL
MODELL 455

DESIGN:
Alfred Roth, 1927

HERSTELLER:
Embru, CH

PREIS:
ab 650.– (vintage)
bis 1432.– (neu, nur Gestell)



KLEIDERHAKEN:
«HANG-IT-ALL»

DESIGN:
Charles und Ray Eames,
1953

HERSTELLER:
Vitra, CH

PREIS:
ab ca. 40.– (Replikat)
315.– (original, neu)

holen, ist viel Arbeit nötig. Händler wie Buma Design müssen heute online präsent sein und ihre Stücke im richtigen Licht präsentieren. «Egal, wie selten ein Exemplar ist, du findest heute vier oder fünf davon irgendwo am Ende der Welt», sagt Fischer. «Dann zählt nur noch die Höhe des Portos.» Bei Buma Design gibt's darum in einer Ecke ein Fotostudio. Dort lichten die Unternehmer jedes ihrer Möbel einzeln ab. Die Bilder schalten sie auf ihre Internetseite auf und achten mit Argusaugen darauf, dass sie die richtigen Informationen dazu schreiben. Sonst finden die Internetsuchmaschinen das Produkt auf ihrer Webseite nicht. «Verkaufen ist schwieriger geworden», sagt Fischer mit Blick auf die Entwicklung im Onlinebereich.

Trotzdem setzen Fischer und Bucheli nicht nur auf das Internet. Um für Buma Design ein nachhaltiges Echo zu erzeugen, planen die beiden im Oktober eine Schweizer-Design-Ausstellung. Sie zeigen zweihundert eigens dafür zusammengesuchte Stücke aus dem letzten Jahrhundert und bieten sie zum Verkauf. Zusätzlich publizieren sie ein Buch über die Ausstellungsobjekte.

«Gebrauchte Möbel und Wohnaccessoires seien en vogue. Im Gegensatz zur Nachkriegsgeneration hätten ihre Nachkommen keine Berührungsängste mit Occasionsobjekten.»

DIE MARGEN SCHRUMPFEN

Doch längst nicht alle Händler passen sich derart an die aktuellen Entwicklungen an. «Hannibal» in Zürich gehört zum alten Schlag. Den Laden gibt's seit Mitte der 70er-Jahre und ist eines der ältesten Geschäfte für gebrauchte Designmöbel-Klassiker der Schweiz. Hans Peter Uhlmann übernahm es vor einem Vierteljahrhundert. Seither hat er nur die nötigsten Zugeständnisse an die Onlinewelt gemacht. Uhlmann erinnert sich noch an seine Anfangszeit: «Damals hatte ich nur wenig Konkurrenz.» Während den Nullerjahren seien in Zürich mehr und mehr ähnliche Möbelgeschäfte hinzugekommen. Heute funktioniere

der Handel zwar noch, «aber nicht mehr so wie früher. Es gibt einfach ein zu grosses Angebot.» Das spürt Uhlmann unmittelbar, er musste redimensionieren, sprich: kleiner werden. Seine Mitarbeiterin musste er entlassen, sein Geschäft betreibt er heute alleine.

Der Zürcher «Bogen 33», eines jener Geschäfte, die Anfang des Jahrtausends in Zürich Fuss fassten, nahm einen gänzlich anderen Weg. Fabio Dubler startete seinen Laden vor sechzehn Jahren im Viaduktbogen Nummer 33, gleich neben der heutigen Viadukt-Markthalle. Aus dem einen Laden sind unterdessen drei geworden, ein Online-shop für Neumöbel ist in Planung. Damit ist Dubler heute der wohl grösste Player auf dem Markt. Anfang April zentralisierte er seine Geschäfte an der Hohlstrasse auf gut 3000 Quadratmetern.

Dubler setzte früh auf die Tools, die die Informationstechnologie mit sich brachte. Einen richtigen Webshop hatte er zwar noch nie. Die funktionieren beim Verkauf von Möbelklassikern nur beschränkt, ist er überzeugt, weil die Leute ein gebrauchtes Möbel vor dem Kaufen anschauen wollen. Aber vor zwölf Jahren fing er an, eine eigene Software zu entwickeln, um die Verkaufs- und Lagerfläche zu managen. Weil die Kundschaft in den Laden kommen muss, um etwas bei ihm zu kaufen, schwört er auf seine Bewirtschaftungssoftware: Sie vernetzt heute alles in seinem Betrieb, von der Kasse bis zur Homepage. Die wird automatisch aktualisiert, wenn ein Stück im Laden verkauft wird. «Sagst du einem Kunden zweimal «Sorry, das haben wir gerade verkauft» kommt der allenfalls nicht wieder», weiss Dubler. Im Gegensatz zu Buma Design setzt er nicht nur auf grosse Designernamen, sondern stellt sich in seinem Angebot breiter auf. Das geht über den Verkauf von Möbelklassikern hinaus: Seine Software verkauft er heute über eine eigene Firma an Dritte. Künftig will er seine Serviceleistungen ausbauen, etwa im Bereich von Inneneinrichtungskonzepten. «Ein Ladenkonzept muss heute mehrspurig aufgezogen werden», ist Dubler überzeugt. Denn die Margen in seinem Geschäftsumfeld seien kleiner geworden. Er spricht von einem «guten Nullsummenspiel». Die breite Fächerung seiner Geschäfte erlaubt es ihm, zeitweise verlustreiche Sparten quer zu subventionieren. Trotzdem musste er vor vier Jahren beinahe Konkurs anmelden.

Trotz all der Unterschiede pflichtet Dubler seinem Zürcher Kollegen bei

«Hannibal» bei: «Der Markt ist übersättigt. In den nächsten Jahren wird es wohl ein, zwei Händler nehmen.» Er macht das an eigenen Beobachtungen fest: So habe es vor fünf-zehn Jahren auf dem Platz Zürich vielleicht acht Möbelhändler im gleichen Segment gegeben. Jetzt seien es gut dreimal mehr.

ES IST ENG IN DER BRANCHE

Möbel Zürich ist vor gut zehn Jahren dazu-gekommen und versucht, sich in einer Ni-sche des Nischengeschäfts zu behaupten. Der Inhaber Philippe Ernst und die Ge-schäftsführerin Tatjana Glemser konzentrie-ren sich auf den Nachhaltigkeitsgedanken. Ernst gründete Möbel Zürich mit der Absicht, einen Gegenpol zu den Läden mit Möbeln frisch ab Fabrik zu schaffen. Anstatt etwas zu verkaufen, das schon beim nächsten Wohnungswechsel wieder in der Tonne landet, will er Möbel pushen, die seit Jahrzehnten ihren Dienst tun. Seine Geschäftsidee stand lange auf wackligen Füßen, mittlerweile, sagt er, könne er davon Leben. «Nach acht harten Jahren schreiben wir schwarze Zah-len.» Gebrauchte Möbel und Wohnaccessoires seien en vogue. Im Gegensatz zur Nach-kriegsgeneration hätten ihre Nachkommen keine Berührungsängste mit Occasions-objekten. «Sie werden wieder geschätzt», so Ernst.

Wie seine Kundschaft kennt auch Möbel Zürich wenig Scheu: «Wir wollen nicht unbedingt an namhafte Designmöbel kommen», sagt Geschäftsführerin Glemser. Stimmt die Qualität, nimmt Möbel Zürich auch ein Stück ohne berühmtes Label in sein Sor-timent auf. «Wir sind ein bisschen unempfind-licher als andere, wenn es darum geht, was bei uns im Laden steht», so die Geschäftsfüh-rerin. «Es gibt für jedes Möbel einen Kunden.» Jedes Stück durchläuft die betriebsinterne Werkstatt und wird, falls nötig, instand gesetzt. Das drückt den Preis nach oben. «Sobald man in der Schweiz für Handarbeit zahlt, wird's teuer», sagt Inhaber Ernst.

Das auf Nachhaltigkeit basierende Geschäftsmodell rückt Möbel Zürich in der Wahrnehmung einiger Kunden in die Sphäre der Brockenhäuser. Das schlägt sich manch-mal auf die Preisvorstellungen nieder. Ernst und Glemser müssen darum regelmässig er-klären, warum sie für ihre Stücke mehr verlangen als die Allerlei-Occasionsläden. Anfängliche Vorbehalte der KundInnen

gegenüber den Preisen seien aber verständ-lich, finden die beiden. Früher hätte man Produkte wie Kelkotische oder Eames-Stühle halt in Brockenhäusern gefunden. Aber diese räumen heute längst selbst ihre Schät-ze auf die Seite, um sie dem Fachhandel anzubieten. «Die Brockis sind abgegrast», sagt Glemser.

Obwohl sein Geschäft mittlerweile Gewinn erwirtschaftet, sei jeder Tag ein Kampf. «Wir können nicht einfach sagen: Jetzt haben wir es geschafft», sagt Ernst. Das Harte am Business ist, dass jedes einzelne Möbelstück individuell behandelt werden muss. Auch, nachdem es die Werkstatt ver-lassen hat.

Neben Vollzeithändlern mischen auch Leute im Markt mit, die im Nebenerwerb mit Möbelklassikern geschäften. In Bern betreibt Maria van Harskamp mit ihrem Vater seit sechs Jahren den «Winkel». Das Ne-bengeschäft betreibt sie aus Leidenschaft. Mit ihrem Laden spielt sie aber ausser Kon-kurrenz, sie kann nicht davon leben. Er-folgreich ist sie, wenn die Ladenmiete gedeckt ist. Das ist im hippen Lorraine-Quartier trotzdem noch Arbeit, die Mieten sind hoch. Darum investiert sie viel Zeit in den Online-auftritt ihres Geschäfts. «Ohne Social Media gäbe es uns nicht mehr», ist sie überzeugt. Alleine der Kundenkontakt über die verschie-denen Kanäle nimmt ein bis zwei Stunden pro Tag in Beschlag. Der Aufwand könnte sich bald lohnen: Seit einigen Monaten spürt sie nun einen leichten Umsatzanstieg. «Der Vintage-Stil spricht heute ein grosses Pu-blikum an und das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit spüren wir auch.»

Den gleichen Aufwand wie Harskamp betreiben auch die Grossen, aber auf exis-tentieller Basis. Und sie ziehen ein ernüchtern-des Fazit: Heute als Neuer in das Geschäft einzusteigen, ist schwierig. «Ich möchte nicht mehr anfangen müssen», sagt Michael Fischer von Buma Design. «Hätte mir jemand zu Beginn gesagt, was es alles braucht, hätte ich geantwortet: Spinnst du, wie willst du das stemmen?» Sowohl die Niedergösger als auch die Zürcher beziffern die laufenden Kosten pro Monat auf zwischen 30 000 und 50 000 Franken. Wer Möbel verkauft, braucht nun mal Platz. Und in der Vintage-möbel-Branche ist es eng.

Valentin Jeck



TULIP CHAIR
DESIGN:
Eero Saarinen, 1955
HERSTELLER:
Hans Knoll, USA
PREIS:
1560.– (neu)



SIDEBOARD
DESIGN:
Kurth Thut, 1953
HERSTELLER:
Thut Möbel, CH
PREIS:
ca. 4000.–



PENDELLEUCHTE PH5
DESIGN:
Poul Henningsen, 1958
HERSTELLER:
Louis Poulsen, DK
PREIS:
ab ca. 400.– (vintage)
bis 1090.– (neu)

VALENTIN JECK (*1964)
Der gebürtige Basler schloss 1988 seine Lehre als Fotograf im Studio Andreas Hilty in St. Gallen ab. Danach absolvierte er eine zweijährige Ausbil-dung als Kameramann und produzierte fortan Mu-sikvideos und Werbefilme. Nach rund zehn Jahren als freischaffender Kame-ramann wandte er sich 2002 der Architektur- und Sachfotografie zu.

www.jeck.ch

In seinen Fotografien hält Valentin Jeck die Architektur eines Landes fest, das es nicht mehr gibt.

Im Jugoslawien der späten 1940er-Jahre folgte auf die Zerstörung des Zweiten Welt-kriegs das Bestreben, neue Lebensformen und -räume zu schaffen. So entstanden brutali-stische Gebäude, die das moderne Lebensge-fühl symbolisierten und erschwingliche und gemeinschaftliche Wohnräume schufen. Die Vision einer besseren, gar fantastischen Zu-kunft wurde durch die imposante Architektur vergegenwärtigt.