«Ein Tisch ist nicht einfach nur ein Tisch, sondern oft das Zentrum einer Wohnung oder eines Hauses, dort trifft man sich.»

Thomas Sutter

Ein Weltmeister startet durch

Mit individuellem Möbeldesign und exklusiver Innenraumgestaltung hat sich der 27 Jahre junge Appenzeller Möbelschreiner Thomas Sutter in wenigen Jahren einen Namen über die Region hinaus gemacht. Die Tische, Betten, Stühle oder Sideboards aus seiner Werkstatt sind nicht billig, aber einzigartig in Handwerk und Design. Die Geschichte eines Unternehmens, das rasch gewachsen ist, ohne das Wachstum ins Zentrum zu stellen.

Text: Stefan Millius
Bilder: Bodo Rüedi

Dass der Appenzeller Thomas Sutter ein aussergewöhnlicher Berufsmann ist, war spätestens klar, als er 2003 die Berufs-WM der Möbelschreiner für sich entschied. Doch die Weichen zur Selbständigkeit wurden schon früher gestellt: Sutter wuchs in einer Hotellerie-Familie an der Hauptgasse in Appenzell auf und erlebte damit früh, was es heisst, unternehmerisch tätig zu sein. «Der Wunsch, selbständig zu sein, unabhängig arbeiten zu können, begleitete mich schon lange», erinnert sich Thomas Sutter im Gespräch.

Start dank guter Zwischenlösung

Ausgangspunkt für den konkreten Entscheid, die eigene Firma zu gründen, war die Suche nach der passenden Aufgabe. Er sei immer mit Leib und Seele Schreiner gewesen und habe schöne Formen geliebt, «doch ich habe irgendwann gemerkt, dass ich meine Ideen als Angestellter nicht wie gewünscht umsetzen kann». Sutter beschloss, sich selbständig zu machen. Kein leichtes Unterfangen in seiner Branche: «Eine Firmengründung als Schreiner ist mit grossen Investitionen verbunden.» Dass er es dennoch wagte, war einem Glücksfall zu verdanken: Sutter konnte sich gegen ein Fixum in der bestehenden Schreinerei von Markus Inauen in Degersheim einmieten und dessen Räume und Gerätschaften nutzen. «Wir waren im Grunde zwei unabhängige Schreinereien in einem Gebäude», erklärt Thomas Sutter.

«Das unternehmerische Denken wurde mir in die Wiege gelegt.»

Ein gutes Jahr arbeitete der Appenzeller, der sich mit knapp 22 Jahren selbständig gemacht hatte, auf diese Weise und nutzte die Zeit, um herauszuspüren, in welche Richtung es für ihn und seinen jungen Betrieb gehen sollte. Die Grundsatzfrage lautete: Sollte er wie so viele andere auch einfach eine Schreinerei für Kundenaufträge betreiben oder versuchen, eine eigene Möbelkollektion aufzubauen? Als Sutter beschloss, einen Laden an der Hauptgasse im Innerrhoder Hauptort zu mieten, war der Entscheid gefallen – hier sollten künftig die Möbelkreationen des Jungunternehmers gezeigt und verkauft werden. Und wieder zeigte sich dessen Erfindungsgeist: Um den Laden permanent betreut zu wissen, während er selbst in der Schreinerei arbeiten musste, wurde eine «Shop-in-Shop»-Lösung mit der Betreiberin eines Vorhangateliers gefunden.

Schnell gewachsen

Danach ging alles sehr schnell: Nach drei Monaten hatte Sutter bereits drei Personen angestellt, um die Nachfrage nach Möbeln zu bewältigen – eine turbulente Zeit. «Ich war 23 Jahre alt und hatte im Grunde keine Führungserfahrung, aber das Unternehmerische ist mir glücklicherweise durch mein Elternhaus in die Wiege gelegt worden.» Das Tempo, in dem sich alles entwickelte, ist Sutter im Rückblicks selbst fast unheimlich, doch sei ihm das damals nicht in diesem Ausmass bewusst gewesen.

Der damalige Ansatz – die Verbindung von Handwerk, Kreativität und dem Naturprodukt Holz – ist bis heute der Leitfaden für das Unternehmen geblieben, das inzwischen neun Mitarbeitende zählt. «Wir sind weder eine Schreinerei noch ein Möbelgeschäft, sondern eine Art Zwischending», sagt Thomas Sutter. Eine solche Nische benötige besondere Pflege – die Marke muss aufgebaut werden, von der Präsentation im Laden bis zur Gestaltung der Broschüre muss alles stimmen. «Fadengerade durchziehen» müsse man eine Marke, um erfolgreich zu sein, ist Sutter überzeugt. «Auch wenn wir eine kleine Firma sind: Unser Auftritt wird verglichen mit dem von grossen Unternehmen, wir müssen genau so professionell arbeiten wie diese.» Was die Qualität und Präsentation seiner Werke angeht, will sich der Appenzeller mit den Besten der Branche messen.

Individualität ermöglichen

Einfach ist das nicht. Manch ein Kunde ist erstaunt darüber, dass sich beispielsweise hochwertige Stühle in der vergleichsweise tiefen Stückzahl herstellen lassen und die Rechnung dennoch aufgeht. Gerade das aber ist laut Thomas Sutter das Erfolgsrezept – als kleiner Nischenanbieter sei man näher beim Kunden und könne flexibler auf Wünsche eingehen. «Ein Tisch ist nicht einfach nur ein Tisch, sondern oft das Zentrum einer

Zur Person

2004 machte sich der damals 22 Jahre junge Thomas Sutter mit einer eigenen Schreinerei selbständig, 2006 bezog er einen Laden an der Hauptgasse in Appenzell. Seither hat sich die Qualität seiner Arbeiten weit herum gesprochen, und das Interesse an seiner Kollektion wächst ständig. Die Möbelschreinerei ist inzwischen auf neun Mitarbeitende angewachsen. Weitere Informationen im Internet unter www.thomassutter-design.ch.

Wohnung oder eines Hauses, dort trifft man sich», so der Möbelschreiner. Viele Kunden würden es daher schätzen, dass ihr neuer Tisch nicht einfach aus einer anonymen Fabrik kommt, sondern eine Geschichte und einen regionalen Bezug hat. Nicht selten suchen sich Käufer vorgängig im Holzlager den persönlichen Holzstamm aus, der später zum Esstisch werden soll. 30 Prozent seiner Produkte, schätzt Sutter, seien solche individuelle Arbeiten.

Stichwort Region: Im Unterschied zu vielen Anbietern will sich der Innerrhoder nicht einfach an der weltbekannten Marke Appenzell abstützen und von ihr profitieren. «Wir dürfen die

«Als Angestellter konnte ich meine Visionen einfach nicht verwirklichen.»

Marke Appenzell nicht einfach benutzen, sondern wir müssen sie pflegen und weiter ausbauen», ist er überzeugt. Das sei nur möglich mit überzeugenden Produkten aus dieser Region. Einfach alles und jedes mit dem prominenten Label auszustatten, sei der falsche Weg. «Ich spiele die Marke jedenfalls nicht bewusst aus.»

Im Vordergrund steht für ihn ohnehin die Mund-zu-Mund-Werbung. Einen neuen Esstisch braucht man nicht alle Tage, der Kaufentscheid – gerade in diesen Preisklassen – will sorgfältig getroffen sein. Umso wichtiger sind Tipps aus dem eigenen Umfeld. Immer öfter finden potenzielle Kunden aufgrund einer Empfehlung in den Laden an der Appenzeller Hauptgasse.

Auf eigene Stärken setzen

Zwar werde sich erst in einigen Jahren wirklich abschätzen lassen, ob der eingeschlagene Weg der richtige sei, doch die Richtung dürfte stimmen. Sutter dazu: «Wichtig ist es, sich nicht zu verzetteln, sondern auf die stärkste Karte zu setzen.» Konsequent fertigt er daher ausschliesslich Möbel an und verzichtet darauf, das Sortiment auszudehnen, beispielsweise auf Küchen und Türen. Rein fachlich wäre das möglich, betont Sutter, aber er wolle den gewählten Weg geradlinig gehen. «Sonst wären wir vielleicht noch schneller gewachsen, und das ist nicht zwingend von Vorteil.» Entscheidend sei ein qualitativ gutes Wachstum, was in der Praxis bedeutet, vielleicht auch einmal zu verzichten, wenn ein schöner Auftrag lockt, um sich selbst treu zu bleiben.

Ohnehin: Auch so ist das Wachstum noch beachtlich. Vor rund einem Jahr bezog Thomas Sutter mit seinem Team eine neu erworbene Liegenschaft in Haslen bei Appenzell, in der die Schreinerei eingerichtet wurde und wo der Firmeninhaber mit seiner jungen Familie auch wohnt. Ein weiterer Ausbauschritt, der mit der Gewissheit, dass das Konzept funktioniert, in Angriff genommen werden konnte.

Konsolidierung statt Abenteuer

Ein möglicher nächster Schritt wäre der Aufbau weiterer Läden, in denen Thomas Sutter seine Kreationen präsentieren kann. Das sei durchaus ein Gedanke, mit dem er gelegentlich spiele, «aber dabei ist es bisher auch geblieben». Denn der Entscheid hätte grosse Tragweite. Mit weiteren Ladengeschäften würde sich innerbetrieblich viel verändern, und auch Sutters

«Weitere Läden? – Das ist vorläufig nur ein Gedankenspiel.»

eigenes Aufgabengebiet sähe wohl anders aus. Deshalb steht im Moment die Konsolidierung im Vordergrund. Das schnell gewachsene Unternehmen soll Zeit haben, sich zu festigen.

Die Wirtschaftskrise, auf deren Auswirkungen buchstäblich die ganze Welt wartet, sollte den Ambitionen von Thomas Sutter keinen Strich durch die Rechnung machen – im Gegenteil. «In solchen Zeiten werden qualitativ hochstehende Produkte von Familienbetrieben und anderen kleineren Firmen eher wieder mehr geschätzt», ist er überzeugt. Persönliche Beratung und die Einzigartigkeit, die in jedem Möbel steckt, seien dann erst recht gefragt. Denn, so Sutter: «In jeder Krise gibt es ja nicht nur Verlierer, sondern auch Gewinner.»