

Luzerner Firma trotz seit 50 Jahren den Möbelgiganten

Wie kann ein Fachgeschäft gegen Discounter bestehen? Betten Thaler tut dies mit Beratung und Instagram-tauglichen Schlafzimmern.

Andréas Härry

«Wir verkaufen das Versprechen, dass unsere Kundschaft am Morgen bestens erholt aufwacht – und nicht mit gebeugtem Rücken zur Kaffeemaschine «schnogget».» Geschäftsinhaber Gregor Thaler fasst bildhaft das Dienstleistungsangebot seines Unternehmens mit 15 Mitarbeitenden zusammen.

Vor über fünfzig Jahren eröffneten seine Eltern Walter und Elisabeth Thaler ihr Fachgeschäft für Betten, Matratzen, Bettwaren und Bettwäsche in Kriens. 1989 zog Betten Thaler an den heutigen Standort am Kasernenplatz in Luzern. 2004 folgte der Generationenwechsel, Gregor Thaler kaufte das Unternehmen seinen Eltern ab und baute es aus: 2015 kam das Konzeptgeschäft Sleepgreen an der Pilatusstrasse hinzu – mit einem Sortiment mit ökologisch-nachhaltiger Ausrichtung. «Wir wur-

den damals für dieses Konzept belächelt», erinnert sich Thaler. Nach rasantem Start flaute das Wachstum zuletzt ab – weil Nachhaltigkeit als Verkaufsargument im Markt «etwas an Bedeutung verloren hat», sagt Thaler. Das jüngste Ausbauprojekt ist Betten Thaler Basic mit einem preiswerten Outlet-Sortiment an der Bruchstrasse. Auf bestimmte Serviceleistungen des Hauptgeschäfts wird verzichtet, so etwa auf die Rückenvermessung.

«Matratze für 200 Franken ist nichts Gescheites»

Als Herausforderungen nennt Thaler die internationalen «Möbelgiganten». «Die Kundschaft lässt sich beeindruckt von Prospekten voller rot durchgestrichener Preise.» Als Fachgeschäft könne man diesem Umstand persönliche Beratung entgegensetzen. Schliesslich gehe es um «einen der persönlichsten Bereiche des Lebens» –

der Schlaf beansprucht etwa ein Drittel der Lebenszeit.

Thaler lässt die meisten Produkte in der Schweiz und in Europa von Familienbetrieben herstellen. Doch auch das wird zunehmend zur Herausforderung: «Es gibt immer weniger

Qualitätshersteller.» Viele Fabriken hätten sich dem Margendruck gebeugt, Produktion nach Osteuropa oder nach Asien verlagert und die Qualität vernachlässigt. «Eine Matratze für 200 Franken kann nichts Gescheites sein», so Thaler. Hier könne das



Gregor Thaler zusammen mit Denise Gabriel (links), Mitglied der Geschäftsleitung, und Verkaufsberaterin Daniela Zwyer. Bild: Andréas Härry

Fachgeschäft punkten: «Wir sind der Filter, um das richtige Produkt zu finden – vor allem für die Gesundheit der Schlafenden.» Manchmal werde schneller eine Schulter operiert als der Lattenrost überprüft. Arthrose, Asthma, Reflux – alles Faktoren, die Einfluss auf die Bettausstattung haben.

Neues Thema seien Minergerie-Häuser, die für höhere Temperaturen im Schlafzimmer sorgen – auch das müsse berücksichtigt werden. Immer wichtiger wird auch das Design: «Früher zeigte man Besuchern das Schlafzimmer nie – heute ist das anders», sagt Thaler. Bei Jüngeren müsse der Schlafraum geradezu «instagrammable» sein. Als «interessantes Geschäftsfeld» bezeichnet Thaler die Hotellerie: «Das Bett, das Brot und der Kaffee müssen top sein.»

Zu Thalers Kundschaft gehören etwa die Betriebe Culinarium Alpinum in Stans und

Kemmeriboden Bad in Schangnau – oder auch das Basler Luxushotel Les Trois Rois, wo das renommierte Architekturbüro Herzog & de Meuron neue Räume gestaltet hat.

Die Ansprüche an ein Hotelbett

«Jacques Herzog hat ein Bett gezeichnet, das wir mit unserem Know-how ergänzt und zusammen mit dem Hersteller realisiert haben.» Für verschiedene Luzerner Hotels werden zudem «Kissen-Menüs» angeboten, bei denen Gäste die Härte ihrer Kopfunterlage selbst wählen können.

Gibt es Fachgeschäfte wie Betten Thaler in einer Dekade noch? «Natürlich!», sagt Thaler überzeugt. «Die Kundschaft wird es noch mehr geniessen, bei uns im Laden an einem Holztisch zu sitzen, sich im persönlichen Gespräch kompetent beraten zu lassen und dazu einen Kaffee zu trinken.»