

# Wie ein roher Diamant

SIMONE LEITNER, QUELLE: HTR HOTEL REVUE, NR. 34

**Sam V. Furrer ist seit einem Jahr CEO der Schwob AG. Der Ökonom will die Designkompetenz der Burgdorfer Weberei ausbauen und schliesst landesweit Partnerschaften mit Wäschereien ab.**

## HTR: Sam V. Furrer, Sie sind seit einem Jahr CEO der Schwob AG. Wie fällt Ihr Fazit aus?

Sam V. Furrer: Gut! Ich habe mich gut eingearbeitet und eingelebt. Schwob ist ein Unternehmen, das viel mehr kann, als es nach aussen kommuniziert und darstellt. Man muss genau hinschauen und dann entdeckt man in jeder zweiten Schublade einen ungeschliffenen Diamanten. Die Schweizer Tugend der Bescheidenheit und des Understatement ist natürlich Teil unserer Kultur, im Emmental wohl noch mehr als in Zürich, wo ich herkomme.

## Dann wurden Sie positiv überrascht?

Sicher haben wir auch Korrektur- und Handlungsbedarf. Aber im Grossen und Ganzen ist das Unternehmen eine Industrieperle. Da steckt noch sehr viel Potenzial drin.

## Ist Understatement nicht antiquiert?

Nicht generell – aber wenn man vorhandene Potenziale entwickeln und vermarkten will, muss man auch darüber reden. Daran arbeite ich. Das Unternehmen soll seine Stärken vermehrt zeigen.

## Und welches sind diese Stärken?

Die Jacquard-Webkunst auf höchstem Niveau und die Fähigkeit, kreative gestalterische Ideen textiltechnisch perfekt umzusetzen. Wir haben die eigene Design- und CAD-Abteilung und die Weberei unter einem Dach und können deshalb in kurzer Zeit Prototypen anweben und optimieren und danach auch kleine Auftraggrössen rasch und zuverlässig erledigen. Wir sprechen die Sprache von Designern – und zwar auch auf Schwizerdütsch.

## Schätzen die Hoteliers diese Fähigkeiten des Unternehmens?

Ja, viele tun dies, und wir können auf unsere Referenzliste sehr stolz sein. Auftraggeber wie das Hotel Paradées, Ftan, oder Domaine de la Gracieuse, Lonay, zeigen auf eindrückliche Art, welchen wichtigen Beitrag individuelle Tisch- und Bettwäsche zur Gestaltung von Räumen leisten kann. Leider sind diese Möglichkeiten nicht allen Hoteliers und Gastronomen bewusst.

## Wie wollen Sie das ändern?

Zunächst werden wir zeigen, dass man mit Jacquard-Technik Dinge machen kann, die

modern und chic sind. Wir werden an der Igeho mehrere neue Kollektionen vorstellen, die wir mit namhaften Schweizer Designern entwickelt haben. Darunter Andrin Schweizer und Simmen Store, die Interior Design Gruppe des Stararchitekten Patric Simmen. Die Zusammenarbeit mit externen Architekten und Designern ist für Schwob auch ein Entwicklungsprozess – man kann von diesen Fachleuten viel lernen.

## Richten Sie Ihren Fokus auch auf ausländische Märkte?

Wir sind seit über 100 Jahren im Ausland tätig und sehen mit hochwertigem Design durchaus Chancen im Export, und zwar nicht nur in der Hotellerie und Gastronomie, sondern überall in hochwertig gestalteten Objekten.

## Neben der Eigenproduktion verkauft die Schwob AG Handelsware aus dem Euro- und Dollar-Raum. Bleiben Sie bei dieser Strategie?

Klar. Wir wollen den gesamten Textilbedarf eines Hotels abdecken und dazu gehören sehr viele Gebrauchstextilien, die gut und günstig sein müssen. Wir bieten beispielsweise Matratzenschutzbezüge oder Frottiertwäsche zu absolut kompetitiven Preisen an. Die Produkte sind wegen der Frankenstärke noch günstiger geworden, da wir den Währungsgewinn 1:1 weitergeben.

## Und wie positionieren Sie sich im Wäscherei-Sektor?

Mit den eigenen drei Schwob-Wäschereien in Arlesheim, Olten und Niederuzwil decken wir das Deutschschweizer Mittelland ab. Den Rest der Schweiz bearbeiten wir mit Partnerwäschereien, die wir vertraglich langfristig an uns binden und mit denen wir im Marketing, im Vertrieb, im Qualitätsmanagement sowie im Einkauf eng zusammenarbeiten, wobei sie rechtlich unabhängig bleiben. Ziel ist es, in jedem Gebiet der Schweiz eine Partnerwäscherei zu haben, für deren Qualität wir bürgen können. Eine erste Partnerschaft, diejenige mit der Blanchisserie du Léman, Genf, haben wir im Juni angekündigt. Weitere Partnerwäschereien sind die Park Services AG in Weggis, sie gehört zum Parkhotel Weggis, und die Wäscherei Heinzmann, St. Niklaus. Wir sind

zuversichtlich, bis Ende Jahr zwei weitere Partnerschaften ankündigen zu können.

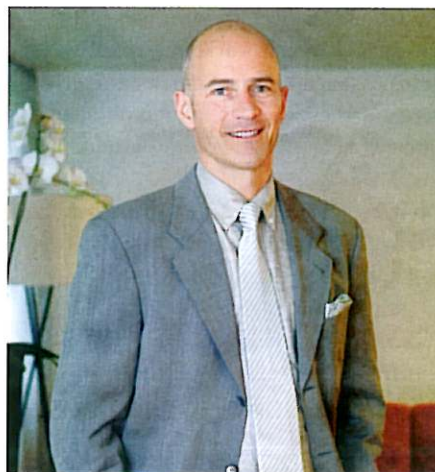
## Ist dieser Geschäftsbereich lukrativ?

Im Allgemeinen ist eine Wäscherei ein industrieller Betrieb, der nur dann rentiert, wenn er gut ausgelastet ist, straff geführt und im täglichen operativen Geschäft optimiert wird. Um die Verbräuche von Wasser, Energie und Waschmitteln zu minimieren, muss immer wieder in die neuste Maschinen-Generation investiert werden. Dazu müssen Logistik und Kundendienst perfekt funktionieren. Sind diese Voraussetzungen gegeben, kann man mit Wäschereien Geld verdienen.

## Zur Person

### Fasziniert von der Textilbranche

Sam V. Furrer (45) leitet seit einem Jahr die Schwob AG, Leinenweberei und Textilpflege, die an vier Standorten in der Schweiz über 150 Mitarbeiter beschäftigt. Furrer hat an der Hochschule St. Gallen Betriebswirtschaft studiert und seine Karriere im internationalen Management Consulting begonnen. Danach war er viele Jahre im Management von Industrieunternehmen tätig.



Sam V. Furrer ist von der Kompetenz der Schwob AG begeistert. Seit einem Jahr ist er CEO der Weberei in Burgdorf.