



Ringo Müller führt das Familienunternehmen in der vierten Generation.

Porträt

Exportschlager aus Holz

Manufaktur. Die Holzfiguren, Schwibbögen und Pyramiden von Müller Kleinkunst aus Sachsen finden Absatz in den USA, Japan oder Südkorea.

Den ersten Auftrag aus dem Ausland erhielt Edmund Oswald Müller kurz nach der Gründung der Müllerschen Werkstätten im Jahr 1899. Für ein skandinavisches Unternehmen stellte er kleine Holzflugzeuge als Werbepresente her. Heute, 115 Jahre später, liefert der Familienbetrieb die handgefertigten Pyramiden, Schwibbögen, Räuchermännchen und Spieldosen aus dem Erzgebirge in 15 Länder. Der Exportanteil liegt bei 25 Prozent.

Auslandskontakte knüpfte das Unternehmen in den 1990er Jahren auf der Spielwarenmesse in Nürnberg, die von Einkäufern aus aller Welt besucht wird. Es folgten Präsentationen auf Fachmessen in Japan und den USA. Aus einigen Kontakten sind inzwischen Partner geworden, die die Produkte im Ausland vertreiben. „Wir sind als Handwerksunternehmen im globalen Markt tätig“, sagt Ringo Müller, der die Manufaktur heute leitet. Jetzt beginnt die Hauptsaison: In der Vorweihnachtszeit erzielt der Betrieb zwei Drittel seines Umsatzes. Gefertigt werden alle Produkte in den Werkstätten im sächsischen Seiffen. Der Anteil der Handarbeit liegt bei bis zu 80 Prozent. Mittlerweile beschäftigt Müller 40 Mitarbeiter.

Dass er den Betrieb übernehmen würde, stand früh fest. Nach der Ausbildung zum Holzspielzeugmacher folgten Meisterprüfung und Betriebswirt. Später studierte er Betriebsführung und Marketing. Er ist immer auf der Suche nach neuen Strategien und Produkten.

In Zusammenarbeit mit der Technischen Universität Chemnitz entstand so eine elektronische Spieldose, die bis zu 25 Stunden Musik speichert. Zukünftig lässt sich die Musik über eine Handy-App verwalten. Neue Produkte entwickelt das Unternehmen vor allem für den deutschen Markt. In Asien, den USA und Kanada ist die Nachfrage nach traditionellen Miniaturen, Schwibbögen und Pyramiden groß: „Die ausländischen Kunden kaufen die Produkte, weil sie eine Geschichte erzählen.“ ■

Hannah Dudeck

Online

Gesammelte Trendporträts

Wie andere Unternehmer aktuelle Trends für sich nutzen: handwerk-magazin.de/trendportraet

