

Profloor 20-jähriges Jubiläum im schweizerischen Uster

Start in der Garage

Wäre Profloor ein amerikanisches Unternehmen, würde man sagen, es handle sich um den amerikanischen Traum. Dass diesen Traum auch Schweizer im eigenen Land verwirklichen können, dafür steht Moritz Mühlebach mit seiner Profloor AG. Demnächst feiert der schweizerische Hersteller von Werkzeugen für das bodenlegende Fachhandwerk 20-jähriges Bestehen.

Was 1995 als One-Man-Show mit Unternehmensgründer Moritz Mühlebach als alleinigem Mitarbeiter ganz bescheiden als Handelsunternehmung „Werkzeug für Bodenleger“ begann, hat sich dank Mühlebachs Unternehmerspirit – und einer „leichten jugendlichen Naivität“, wie der mittlerweile 46-jährige Unternehmer selbst lachend erklärt – zu einem erfolgreichen Hersteller und Händler der Branche entwickelt. Das anfängliche Produktortiment bestand aus Klingen, ein paar Werkzeugen und Klebstoffen in einer Garage.

Unternehmergeist und Innovationskraft, ruhelose Neugier und ein Gespür für die Bedürfnisse des Marktes haben Mühlebach laut eigener Aussage sehr schnell erkennen lassen, dass die Zeit reif ist für eine Sortimentserweiterung. Und weil es viele Produkte, die der Markt verlangte, noch gar nicht gab, erfand sie der findige Schweizer kurzerhand selbst und ließ sich die Technologien auch gleich patentieren. Heute bietet Profloor über 3.500 Produkte auf einer Lagerfläche von über 1.200 Quadratmetern in seinem kundenfreundlichen Verkaufshop in Uster an. Ein wichtiger Stützpfiler des anhaltenden Erfolges seien definitiv die zahlreichen innovativen Eigenentwicklungen und Markenarti-



Geschäftsführer Moritz Mühlebach gründete das Unternehmen 1995 in einer Garage.

kel. Darunter die nach Angaben des Unternehmens Bestseller „Workwear“ Arbeitskleidung, die „Blue Marlin“-Kollektion mit dem ausgezeichneten und preisgekrönten Bodenlegermesser, die „Cutinator“-Stanzen sowie weitere Innovationen, zu denen auch rund 70 zum Teil weltweit patentierte und zum Patent angemeldete Produkte gehören.

Passend zum Sortiment erscheint alle zwei Jahre ein aktueller, zweisprachiger und über 200 Seiten starker Katalog. Inzwischen verfügt Profloor auch über ein flächendeckendes Vertriebsnetz mit starken Handelspartnern. Aus dem anfänglichen Einzelkämpfer Mühlebach wurde innerhalb von zwanzig Jahren eine Mannschaft von zehn Mitarbeitern.

Weitere Schwerpunkte des Unternehmens sind nach eigenen Angaben der Beratungs- und Reparaturservice. Außerdem bietet Profloor eine Mietflotte und organisiert Vorführungen sowie Schulungen. Auch die Logistik ist gut organisiert: Bestellungen, die bis 16:30 Uhr eintreffen, werden bereits am nächsten Tag ausgeliefert. Auf Wunsch sogar mit Over-Night-Service und Anlieferung bis 07:00 Uhr. ■