

Von Unternehmern für Unternehmer

Als «Wertschaffer» machen ehemalige RUZ-Leute weiter - und beraten Unternehmer auf Augenhöhe.

KasparENZ

Das Innovationszentrum Startfeld in St. Gallen Lerchenfeld gibt Start-ups eine Heimat für die ersten Phasen. Und so jung wie die Wertschaffer ist im Moment wohl kein Unternehmen hier. Erst kürzlich haben sie sich hier eingerichtet. Trotzdem: Jungunternehmen ist kaum der richtige Ausdruck für die neuen «Wertschaffer». Nur schon, weil die meisten von ihnen gestandene Männer sind.

Und auch bereits gestandene Unternehmer. «Wir haben alle einen unternehmerischen Hintergrund», sagt Thomas Tanner, Partner und Verwaltungsratspräsident. Vom Büro im Startfeld aus oder vom Aussenposten in Burgdorf, wo einer der Partner arbeitet, wollen die Wertschaffer Unternehmer beraten, sei es in Fragen von Marketing, Digitalisierung oder Nachfolgeplanung.

Keine gewöhnlichen Berater

Damit sind sie allerdings nicht die Ersten. «Auf uns hat niemand gewartet», gibt Tanner zu. Hochschulen helfen Firmen mit Expertenwissen. Unzählige Beratungsbüros bieten bereits ihre Dienste an. «Aber wir packen die Dinge anders an», sagt Tanner. Es gebe einen fundamentalen Unterschied. «Wir sind Unternehmer. Wir wissen, was es heisst, Löhne zahlen zu müssen. Zu uns kommen Unternehmer, die sagen: Wir arbeiten viel, doch Ende Monat schaut zu wenig dabei raus», sagt Tanner. Unternehmer, die Ideen haben, aber keine Zeit, sie umzusetzen. Oder solche, die vor lauter Wachstum den Überblick verlor-



Die «Wertschaffer» Thomas Tanner und Amanda Hermann.

Bild: Michel Canonica

ren haben. «Oft gründet man ein Unternehmen aus Leidenschaft. Und droht, über die mühsamen Dinge zu stolpern. Als Unternehmer kennen wir diese Situation - und wir kennen die Stolpersteine.»

«Wir können die Antworten geben, die man nicht googeln kann», sagt Amanda Hermann, die jüngste der Wertschaffer. Sie hat ein Unternehmen für digitale Kommunikation. Doch bei den Wertschaffern gehe es ihr nicht darum, den Kunden ein Produkt zu verkaufen. «Ich verkaufe nicht einen Onlineshop oder eine digitale Marketingkampagne», sagt sie. «Aber ich kann helfen herauszufinden, was es wirklich braucht und Ressourcen zu nutzen, die schon

vorhanden sind.» Oft helfe es, Probleme mit jemandem zu besprechen, der es schon mal angegangen ist - ohne vorgefasste Lösungsansätze. «Wir sitzen im gleichen Boot», sagt Hermann.

Partner statt Kunden

Ganz neu ist die Idee eines Beratungsangebots von Unternehmern für Unternehmer nicht. «Unternehmer sollen sich auf Augenhöhe gegenseitig unterstützen», sagte der damalige Raiffeisen-CEO Pierin Vincenz, als er vor acht Jahren das erste Raiffeisen-Unternehmerzentrum (RUZ) in Gossau eröffnete. Und auch die Wertschaffer ihre Firma ein «Unternehmerzentrum». Denn die meisten von ihnen haben dort

die letzten Jahre zusammengearbeitet. Tanner war seit der ersten Stunde dabei. Und ist immer noch überzeugt von der Idee. «Das Ziel ist eine Partnerschaft zwischen uns und unseren Kunden. Schon beim RUZ sind Partnerschaften und Freundschaften entstanden, die bis heute halten.»

Und wenn Raiffeisen die RUZ nicht vor bald einem Jahr umorganisiert hätte, wäre er immer noch dabei. Doch die sechs RUZ-Standorte wurden zusammengestrichen, Stellen wurden abgebaut. Die RUZ-Berater sollen sich auf weniger Themen fokussieren und vermehrt virtuell beraten. Für Tanner ein unverständlicher Entscheid. «Bei gewissen Themen muss man sich

gegenübersitzen und eins zu eins reden.»

Standort in Gossau noch nicht ganz leer

Ganz verwaist sei der Standort in Gossau, den Raiffeisen damals feierlich eröffnete, aber nicht, sagt Raiffeisen-Sprecher Jan Söntgerath. Die Räumlichkeiten würden vom RUZ immer noch sporadisch genutzt, zum Beispiel für Workshops. «Manche Kunden schätzen für die Gespräche auch einen neutralen Standort.» Doch grundsätzlich biete das RUZ seine Dienstleistungen standortunabhängig an. «Die Beraterinnen und Berater arbeiten in Co-Working-Spaces oder im Homeoffice», sagt Söntgerath. Und beraten die Kunden vor Ort oder digital. «Zunehmend auch in den Räumlichkeiten von Raiffeisenbanken.»

13 Mitarbeitende sind heute auf der Website des RUZ angegeben - weniger als die Hälfte der 30, die vor einem Jahr in den sechs RUZ tätig waren. Bei den 13 handle es sich allerdings um keine feste Zahl, so Söntgerath. Ungeachtet der Redimensionierung bezeichnet er das RUZ als Erfolgsmodell. Das neue, hybride Geschäftsmodell werde von den Kundinnen und Kunden wie von den Raiffeisenbanken geschätzt, sagt Söntgerath. Die Dienste des RUZ seien 2021 gerade wegen des herausfordernden Umfelds für KMU stark gefragt gewesen. «Der aktuelle Auftragsbestand ist über die gesamte Schweiz hinweg positiv.»

Thomas Tanner mag es den Kollegen gönnen. Er wüsche ihnen nur das Beste. «Wir wollen den RUZ nichts wegnehmen. Jeder geht seinen Weg.»

Swissplast schafft Weltneuheit an

Kunststoffverarbeitung Swissplast mit Hauptsitz in Sargans geht eine strategische Partnerschaft mit der italienischen CMS Spa und CMS Deutschland ein. Ziel ist es, gemäss Communiqué, grossformatige 3D-Teile zu fertigen. CMS hat mit dem deutschen Fraunhofer-Institut die Entwicklung einer Weltneuheit, einer Hybrid-Maschine vorangetrieben, die eine Werkzeugmaschine und einen grossformatigen 3D-Drucker vollständig verbindet. Damit können in der gleichen Maschine 3D-Produkte hergestellt und im Anschluss besäumt werden.

Die erste Hybrid-Maschine werde im April 2022 an die Swissplast Group ausgeliefert. Werkzeuge, Montagevorrichtungen und Produktionsteile mit grossen Abmessungen werden künftig unter der Marke «swiss3d-print» gefertigt. Barac S. Bieri, Inhaber der Swissplast Group, sagt: «Innovation ist eines unserer obersten Ziele. Mit der hybriden Maschine, welche grossvolumige Teile drucken kann, haben wir nun endlich die lange erwartete Innovation im Hause. Ich bin stolz, dass wir im Kunststoff-Markt als Pioniere eine Vorreiterrolle einnehmen.»

Die Swissplast Group ist ein inhabergeführtes Unternehmen, das sich auf aussergewöhnliche Kunststoffteile spezialisiert hat. Die Gruppe verfügt über Produktionsstandorte in der Schweiz und in Deutschland. Die Gruppe konzentriert sich vorwiegend auf das Thermoplasten von hochwertigen, technisch anspruchsvollen Kunststoffen. CMS Spa produziert Maschinen und Anlagen für die Bearbeitung von Verbund- und Kohlefaserwerkstoffen, Aluminium, Leichtmetallen, Kunststoffen, Glas, Steinen und Metallen. (bor)

Fortimo St. Gallen hat 2021 mit Immobilien gut verdient

Immobilien Die Fortimo Group AG hat nach eigenen Angaben ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2021 hinter sich. Im vergangenen Jahr wurde demnach eine rekordhohe Anzahl an Eigentumswohnungen beurkundet und das Portfolio der Anlageliegenschaften konnte unter anderem mit dem teilweise selbstgenutzten Neudorf-Center und dem Industriereal Werkplatz Altenrhein substanziell erweitert werden. Als Gruppe erwirtschaftete Fortimo im letzten Jahr einen Ertrag von 202 Mil-

lionen Franken (2020: 191). Das Eigenkapital erhöhte sich auf 524 Millionen Franken (2020: 410). Weiter heisst es, dass die im Bestand der Fortimo gehaltenen Liegenschaften per Ende 2021 mit 1,34 Milliarden Franken (2020: 1,08) bilanziert sind. Die Eigenkapitalquote betrage neu 36,6 Prozent (2020: 34,5).

Auch im zweiten Jahr der Pandemie habe sich die Immobilienwirtschaft robust gezeigt. Die Preise für Eigentumswohnungen seien 2021 schweizweit weiter gestiegen. (bor)

Neues Kühlschrankschrankwerk startet in Sulgen

Lieferprobleme beschäftigen auch V-Zug. Doch CEO Peter Spirig beruhigt.

V-Zug hat seinen Ostschweizer Standort gestärkt und massiv investiert. Die V-Zug Kühltechnik AG übersiedelt von Arbon nach Sulgen. Dort sind 70 Millionen Franken in ein neues Werk zur Kühlschrankschrankfertigung investiert worden. Die Produktion soll dieses Jahr aufgenommen werden. An der Vorstellung der Geschäftszahlen des Küchengerätheterstellers ist es auch um Lieferprobleme gegangen. V-Zug-CEO Peter Spirig beruhigte, dass man um Nachschub be-

sorgt sei. «Momentan werden unsere Geräte in knapp über zwei Arbeitstagen repariert.»

Neue Strategie sieht Holding vor

Wie anspruchsvoll die Beschaffungssituation ist, verschweigt Spirig nicht. Mikrochips fehlen, da es coronabedingte Produktionsunterbrüche gab. «Diese bekommen wir nur über den Graumarkt», räumt Spirig ein. Bereits vor einigen Monaten hat V-Zug angekündigt, die Preise

um durchschnittlich fünf Prozent zu erhöhen.

Ohne die im Juni 2020 abgespaltene Haushaltsgerätesparte V-Zug machte die Metall-Zug-Gruppe im vergangenen Jahr wie erwartet weniger Umsatz. Er betrug noch 661,9 Millionen Franken nach 826,3 Millionen im Jahr zuvor. Auf vergleichbarer Basis wäre der Umsatz um 17,8 Prozent gestiegen, teilte die Industriegruppe mit. Das Konzernergebnis verbesserte sich von 14,3 Millionen Franken auf

53,3 Millionen. Metall Zug hat 2019 eine neue Strategie eingeleitet. Das Unternehmen versteht sich seitdem als Holding.

V-Zug exportiert auch Geräte nach Russland und die Ukraine. «Für Russland haben wir entschieden, bestehende Bestellungen noch auszuliefern, aber keine neuen entgegenzunehmen», sagt Peter Spirig. Bei den bestehenden werde überprüft, dass keine Produkte an jemanden geliefert werden, der auf einer Sanktionsliste steht. (bor)

ANZEIGE

Der *Messepark* feiert 35 Jahre



Alle Geburtstags-Highlights unter www.messepark.at

Feiern Sie mit in Vorarlbergs grösstem Einkaufszentrum!

65 SHOPS

1.300 GRATIS-PARKPLÄTZE

BESTE KINDER-BETREUUNG

Ich freu mich drauf!