

GASTWIRTSCHAFT



Urs Füglistaller
ist KMU-Professor an der HSG

Heute schon
Oszilliert?

Kennen Sie den Oszillator? Der Oszillator ist «ein schwingungsfähiges System», und das Oszillieren umschreibt «eine fortwährende Veränderung zwischen Zuständen». Mir gefällt das Bild. Wer unternehmerisch denkt und handelt, zeichnet sich durch dieses Oszillieren aus: Er zapelt also hin und her. Deutlich zu beobachten bei Vertretern von KMU. Ganz selbstverständlich denken sie strategisch und handeln operativ, leben in virtuellen und realen Welten, schwingen zwischen Geschäftlichem und Privatem. Sie wechseln zwischen diesen Zuständen manchmal in einem Tempo, dass manch Aussenstehender kaum mehr nachkommt. Das ist nicht zu verwechseln mit dem unter Blähungen leidenden Hansdampf in allen Gassenlaternen. Die Kompetenz zum Schwingen ist einer unserer grössten Vorteile. Natürlich darf sich Matthias Sempach als König des Schwingens geehrt fühlen. Beim Schwingen in meinem Verständnis gibt es aber weder Könige noch Bettler, sondern nur uns.

Es geht um uns und unsere Zuversicht über die richtige Wahl der Zustände und die Geschwindigkeit, mit der wir diese wechseln. Und es wird immer herausfordernder, diese Zustände – strategisch-operativ, real-virtuell, privat-geschäftlich – zu trennen. Wenn ich an einem Sommerfest unter Freunden von unseren Vorlesungen schwärme und laut über Ideen nachdenke oder wenn ich an der Uni meine Kollegen nach ihrem Wohlbefinden frage: Was ist jetzt geschäftlich, was ist privat, was operativ und was strategisch? Und unsere Partnerinnen und Partner haben es noch schwieriger, das richtig einzuordnen. Ist der Geschäftsausflug, zu dem sie eingeladen sind, geschäftlich oder privat? Wie sollen wir mit Wahl, Vermischung und Tempo umgehen? Meine beste Antwort: Indem wir die sechs Welten versöhnen, statt sie zu differenzieren versuchen.

Guter Käse statt tiefe Preise

Seit zwei Monaten führt Peter Rüegg die Geschäfte der Sortenorganisation Tilsiter Switzerland. Doch für ihn steht bereits heute fest, dass Tilsiter eine radikale Neuausrichtung braucht, um in die Erfolgsspur zurückfinden zu können.

CHRISTOF LAMPART

WEINFELDEN. Wenn Peter Rüegg von Milch und Käse spricht, ist er in seinem Element, kennt er doch die Lebensmittelbranche aus dem Effeff. Der in Gottlieben wohnhafte 52-Jährige hat schon früher für so bekannte Marken wie Knorr, Chocolat Bernrain und Thurella gearbeitet. Bevor er nun zu Tilsiter wechselte, war er bei der Nordostmilch AG Winterthur als Qualitätsmanager und Projektleiter tätig. Und dieser Mann sitzt nun in seinem Büro in Weinfelden und sagt Sätze wie: «Wir müssen an einem einheitlichen, unverkennbaren Tilsiter-Geschmack arbeiten» oder «Zuerst müssen die Geschäfte im Inland wieder laufen, wenn nötig auf Kosten der teuren Exporte». Und von einer finanziellen Beteiligung am Bau einer Tilsiter-Fabrik im historischen ostpreussischen Städtchen Tilsit (heute russisch: Sovetsk), wie sie einst sein Vorgänger als Tilsiter-Geschäftsführer, Bruno Buntschu, vorangetrieben hatte, will er gar nichts mehr wissen. «Wir wollen mit unserem Geld gezielt dem Schweizer Tilsiter auf die Sprünge helfen. Engagements in Russland bringen uns gar nichts.»

Marke gezielt stützen

Auch PR-Aktionen, welche der Marke Tilsiter nur ein paar Medienberichte einbringen, wird es unter Rüegg «so nicht mehr geben». Beispielhaft erwähnt er dazu das bisherige grosse PR-Engagement der Sortenorganisation in die älteste Tilsiter-Käserei der Schweiz, den Holzhof in Amlikon-Bissegg. «Wir müssen in Zukunft wieder über unsere ganze Tilsiter-Familie, vor allem



Bild: Christof Lampart

Peter Rüegg vor den Maskottchen bei der Tilsiter-Zentrale in Weinfelden; der roten und der grünen «Tilsiter»-Kuh.

aber unseren einzigartigen Käse sprechen. Die einseitige Ausrichtung auf nur eine Käserei und den dahinterstehenden Ahnenstamm bringt da zu wenig», bilanziert Rüegg. Die Stossrichtung ist klar: «Wir müssen unsere Positionierung schärfen und die Qualitäten konstanter produzieren», sagt Rüegg. Bei der Sortenorganisation soll wieder der Käse im Vordergrund stehen und wie er von den Konsumenten wahrgenommen wird. «Mit der Marke Tilsiter Switzerland geben wir

schliesslich ein Versprechen ab, das wir halten müssen. Dafür wird der Kunde auch bereit sein, einen fairen Preis zu bezahlen.»

Weg vom Billigimage

Gegenwärtig reist Rüegg von einer Käserei zur anderen, um in Gesprächen die Tilsiter-Produzenten auf ein einheitliches Qualitätsniveau einzuschwören. Für Rüegg ist das ein ganz wesentlicher Punkt. Er will mit dem seit Jahren dahinsinkelnden, milden Ostschweizer Halbhartkäse wie-

der Marktanteile hinzugewinnen. Dazu braucht es eine klare und positive Qualitätsstrategie. Die bisherige Positionierung des Tilsiters als billiger Aktionskäse habe nicht funktioniert. «Preisführerschaft erfordert immer auch Kostenführerschaft, was zumindest beim Roten Tilsiter sicher nicht der Fall ist.» Auch beim Grünen Tilsiter sollen die aus technologischen Gründen möglichen höheren Margen doch besser in die Pflege der ganzen Marke Tilsiter Switzer-

land investiert werden. «Für den Konsumenten ist der Grüne Tilsiter die milde Variante vom Roten. Es gibt keinen Grund, die Preise derart tief anzusetzen, wie in letzter Zeit geschehen.» Der vorgeschlagene Strategiewechsel muss noch von den Tilsiter-Gesellschaftern abgesegnet werden. «Wenn wieder alle am gleichen Strick ziehen und das Interesse am Tilsiter als Sorte vor ihre Einzelinteressen stellen, dann werden wir es schaffen», ist Peter Rüegg überzeugt.

Stabübergabe bei
der Noventa Tooling AG

WIDNAU. Vor zehn Jahren übernahm die Noventa AG die Mehrheit des Unternehmens, das Niklaus Sieber 1989 als Sieber Werkzeugbau gegründet hatte. Jürg Eichmann und Niklaus Sieber haben die Noventa Tooling in den letzten zehn Jahren gemeinsam geleitet. Anfang September ist Sieber mit 65 Jahren aus der Unternehmensleitung ausgeschieden, Jürg Eichmann führt die Noventa Tooling nun alleine. Die Übernahme durch die Noventa «war eine Win-win-Situation für beide Parteien», sagt der scheidende Unternehmensgründer laut einer Mitteilung:

«Ich suchte vor zehn Jahren eine Nachfolgelösung, und Noventa wollte damals ihren Werkzeugbau verstärken.» Das Tochterunternehmen der Noventa AG konzentriert sich auf den Bau von Spritz- und Druckgusswerkzeugen und damit verbundene Dienstleistungen. Zu 25 Prozent arbeiten die 24 Mitarbeitenden fürs Mutterhaus und zu 75 Prozent für die eigene Kundschaft. Ein neues Bearbeitungszentrum mit Palettenwechsler wird im Oktober angeliefert: «Automation ist zwingend», sagt Jürg Eichmann. «Sie stärkt unsere Konkurrenzfähigkeit.» (red.)

Neue Ideen für
die Kunststoffbranche

RAPPERSWIL. Das achte Rapperswiler Kunststoff-Forum vereinigte über 140 Teilnehmende aus dem In- und Ausland. Die jährliche Fachtagung des IWK Instituts für Werkstofftechnik und Kunststoffverarbeitung an der HSR Hochschule für Technik Rapperswil informierte über Neues aus der Kunststofftechnik. Prorektor Alex Simeon betonte, dass die HSR Fachpersonal in der Kunststofftechnik ausbildet. Aufgrund der starken Nachfrage aus der Kunststoffbranche können sich Studierende bereits seit drei Jahren in der Kunststofftechnik vertiefen.

IWK-Professoren wie Gastreferenten aus der Industrie präsentierten verschiedene Forschungs- und Entwicklungsprojekte wie den Bleistift aus dem Extruder, den die Staedtler Mars GmbH in Zusammenarbeit mit der HSR entwickelte. Im zweiten Teil der Veranstaltung wurden in den Labors die neuesten Entwicklungen und Technologien am IWK vorgestellt. Zur Demonstration aktueller Projekte waren die verschiedenen Kunststoffverarbeitungsmaschinen in Betrieb, und es wurden Studien- und Abschlussarbeiten präsentiert. (red.)

Neue Generation
bei Druckerei

TÜBACH. Nach mehr als 35 Jahren Geschäftstätigkeit haben die Gebrüder Franz und Stefan Weibel rückwirkend auf Anfang September die Druckerei an Dani und Thomas Weibel sowie an Pascal Willemin übergeben, wie das Unternehmen mitteilt. Dani und Thomas Weibel, Söhne von Franz Weibel wie Pascal Willemin arbeiten seit Jahren im Unternehmen mit. Der Firmenname wurde mit der Geschäftsübergabe auf Weibel Druck & Design AG geändert. Das Unternehmen beschäftigt im Moment 14 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Tübach und in der Filiale in Arbon. (red.)

Anzeige



- Die «Freiwillige Milizarmee» ist eine Illusion.
- Das Erfolgsmodell Schweiz wird zerstört.
- Die Sicherheit von Land und Bevölkerung ist nicht mehr gewährleistet.
- Ziel ist die Abschaffung der Armee.

Darum am 22. September:

NEIN

zur Unsicherheits-Initiative
Nein zur Aufhebung der Wehrpflicht



Gemeinsam für Sicherheit

www.unsicherheits-initiative-nein.ch