Vier Beispiele, wie KMU dauerhaft erfolgreich sein können

Trotz erfolgreicher Tätigkeit stehen die meisten KMU meist nicht im Rampenlicht. Vier «Hidden Champions» aus verschiedenen Branchen.

FREDY GILGEN

Nein, man muss kein Koloss sein, um als Unternehmen erfolgreich zu sein – und dies auf Dauer. Viele Schweizer KMU haben dies eindrücklich gezeigt. Wichtig ist aber, dass man in der selbst gewählten Nische spitze oder sogar Weltspitze ist. Die Nische kann auch geografischer Art sein, so die Nähe zur imposanten alpinen Bergwelt.

Eiger, Mönch und Jungfrau sind die unverkennbaren Trümpfe der erfolgreichen Jungfrau- und Schilthornbahnen, das Matterhorn verhilft den Zermatter Bergbahnen zu unbezahlbarer Aufmerksamkeit. Als «Königin der Berge» hat sich aber nicht einer dieser Drei- und Viertausender etabliert, sondern die Rigi.

FOTOS: PD

Frédéric Füssenich, CEO Rigi-Bahnen.

Rigi-Bahnen, die erste Bergbahn Europas

«Die Rigi ist ein unglaublich attraktiver Berg», sagt denn auch Frédéric Füssenich, CEO der Rigi-Bahnen. «Mit einer einzigartigen Aussichtskombination auf Wasser und Berge. Aber klar, ein attraktiver Standort allein reicht bei Weitem nicht aus, um unternehmerisch erfolgreich zu sein.»

Wichtig sei rechtzeitiges Agieren oder Reagieren: «Wir haben die Pandemie als Chance gesehen, uns zu verbessern. Es war nicht eine einzelne Massnahme, die den Erfolg gebracht hat, sondern viele kleine und grosse Entscheidungen, die uns Schritt für Schritt weitergebracht haben.»

Zentral sind für die Rigi-Bahnen Werte wie Teamgeist, Kundenorientierung und gelebte Gastfreundschaft: «Diese Werte werden sich auch in Zukunft positiv auf den Unternehmenserfolg auswirken», ist Füssenich überzeugt – so wie sie es in der Vergangenheit getan haben. In den letzten zehn Jahren hat sich der Aktienkurs mehr als verfünffacht.

Thomas P. Meier, CEO Ricola Group.

Ricola: Erfolg dank 13 Kräutern

Der Hauptsitz von Ricola liegt zwar in Laufen an der Birs, das für seine Kräuterbonbons bekannte Unternehmen ist aber den Bergen eng verbunden: «Unser wichtigstes Unterscheidungsmerkmal ist die Glaubwürdigkeit der Marke Ricola und wofür sie steht: für Produkte, die die traditionellen 13 Schweizer Kräuter enthalten, die von 80 verschiedenen Schweizer Bauern aus natürlichem Anbau bezogen werden, sowie für einen kompromisslosen Qualitätsanspruch», erklärt Firmenchef Thomas Meier.

Unterscheiden will sich Ricola auch mit dem Markenauftritt, der auf den Werten eines Familienunternehmens aufbaut: «Wir sind kein Grosskonzern, sondern eine stolze, kleine Schweizer Unternehmung, die es international mit den Grossen aufnehmen kann.»

Seit mehr als 90 Jahren befindet sich Ricola auf Wachstumskurs, in den letzten Jahren folgte ein Rekordjahr dem anderen. Hinzu kommen Digitalisierungsprojekte, um das Familienunternehmen weltweit noch besser zu vernetzen.

Rolf Schlagenhauf, CEO Schlagenhauf.

Schlagenhauf: Mitarbeitende als Haupttrumpf

Ohne Unterstützung einer so attraktiven Umgebung ist der vor 70 Jahren gegründeten Meilener Schlagenhauf der Weg auf den Erfolgspfad gelungen. Das klassische KMU hat sich auf Handwerksdienstleistungen spezialisiert.

Geboten wird eine breite Palette an Leistungen wie Maler- und Maurerarbeiten, Fassadenbau, Renovationen und Sanierungen. «Auf die Gefahr hin, dass es abgedroschen klingt: Unser Erfolg liegt an den langjährigen und tollen Mitarbeitenden», sagt Rolf Schlagenhauf, Inhaber des Unternehmens.

«Als Arbeitgeber legen wir Wert darauf, unseren Mitarbeitenden sichere und faire Arbeitsplätze zu bieten.» Dementsprechend investiert das Unternehmen viel in die Aus- und Weiterbildung.

Firmenchef Rolf Schlagenhauf hat sich das Ziel gesetzt, bis 2032 bester Arbeitgeber der Schweiz zu werden. Der Sieg beim «Swiss Arbeitgeber Award» in der Kategorie 250 bis 999 Mitarbeitende ist dem Meilener Unternehmen bereits 2024 gelungen.

Johannes Eisenhut, CEO Senn Development.

Senn Development: Dank der Urbanisierung im Aufwind

Die St. Galler Senn Development hat sich auf die Entwicklung, Realisierung und Vermarktung von Immobilienprojekten spezialisiert. Das mit rund 60 Mitarbeitenden überschaubare Unternehmen bietet Dienstleistungen wie den Kauf, die Überbauung, Verwaltung und den Verkauf von Immobilien an. Der Fokus liegt auf nachhaltigem Bauen und hoher architektonischer Qualität. «Zukunftsängste haben wir nicht», sagt Geschäftsführer Johannes Eisenhut.

Die Basis des Erfolgsmodells ist die Urbanisierung: «Immer mehr Städte investieren in verbesserte Lebens- und Arbeitsplatzqualität. Für die Denkweise unseres Unternehmens ist dieser Makrotrend zur qualitätsvollen Urbanisierung der perfekte Nährboden.»

Das KMU hat bereits bewiesen, dass es grosse Projekte stemmen kann. Es hat in den Allschwiler Main Campus mehr als eine halbe Milliarde investiert. Namhafte Firmen wie SKAN, Basilea und Johnson & Johnson sind inzwischen auf dem Campus eingezogen.

Weil das Gleiche nicht dasselbe ist: Ihre persönliche Pensionskassenberatung und Betreuung von Swiss Life.

Bei uns werden Sie persönlich beraten. Wir gehen auf die individuellen Bedürfnisse Ihres Unternehmens ein und betreuen alle Ihre Pensionskassenanliegen sicher und erfahren.

Scannen und informieren.

SwissLife
Selbstbestimmt leben.