

ORGANISATOR

DAS MAGAZIN FÜR KMU

DOSSIER

XX 12

SCHWERPUNKT

XX 00

LEADERSHIP

XX 00

MARKETING

XX 00

FIT IM JOB

XX 00



MENSCHEN IN KMU

*Christoph und Tobias Meyer:
Keine heisse Luft, sondern gutes Klima.*



«Die Herausforderung besteht darin, das internationale Preisniveau halten zu können.»

Die Gebrüder Tobias (links) und Christoph Meyer zum Thema Auftragsvergabe durch Generalunternehmer.

«Unsere Anlagen sind der Rolls Royce»

Sie sorgen für gute Luft in Gebäuden: Die Klima-Anlagen aus dem Hause Seven-Air Gebr. Meyer AG. Das in zweiter Generation von Tobias und Christoph Meyer geführte Innerschweizer Unternehmen gehört zu den Marktführern im Haustechnik-Bereich.

VON THOMAS BERNER*

Der Firmenname Seven-Air Gebr. kommt nicht von ungefähr: Luft lässt sich auf sieben Arten behandeln, nämlich filtrieren, erhitzen, kühlen, fördern, be- und entfeuchten und zur Energierückgewinnung nutzen. Hier hat sich das Unternehmen seit der Gründung im Jahr 1971 sukzessive eine Technologie- und Marktführerschaft erarbeitet. Die beiden Brüder Tobias und Christoph Meyer durften dafür kürzlich den Prix SVC Zentralschweiz entgegennehmen.

Sie stehen beide an der Spitze des Unternehmens. Gibt es auch Entscheide, die Sie nicht gemeinsam fällen?

Christoph Meyer: In den jeweils eigenen Bereichen fällen wir Entscheid natürlich auch einzeln. Aber wenn es um strategische und grundsätzliche Fragen geht, dann immer gemeinsam.

Tobias Meyer: Ich leite den gesamten Verkauf, er die Technik. Ob ein Auftrag angenommen werden soll oder nicht, entscheide ich in der Regel allein. Denn mein Bruder weiss, dass ich es richtig mache, so wie auch ich weiss, dass er seine Entscheide richtig fällt. Einzig wenn es etwa um preisliche Fragen geht, die ein gewisses Risiko beinhalten, dann sprechen wir uns gemeinsam ab, auch bei Aufträgen für strategisch wichtige Objekte.

Wie zeigt sich das Familiäre in der Unternehmenskultur?

C. M.: Indem wir auf Wünsche eingehen können, wenn es die Situation zulässt. Wir schauen, wo sich Mitarbeitende am besten einsetzen lassen. Da sind wir sehr flexibel.

T. M.: Wir sind ein sehr soziales Unternehmen. Das hat auch unser Vater uns so auf den Weg gegeben. Es gab schon Fälle in der Firma, wo wir speziell in kurzfristigen Notlagen Unterstützung leisteten, auch finanziell.

C. M.: Den Dank dafür sehen wir an der hohen Mitarbeiter-treue. 83 Personen sind schon mehr als 20 Jahre bei uns tätig.

T. M.: Unsere Fluktuation bewegt sich irgendwo im Nullkomma-Bereich. Wir sind besonders stolz, dass uns Schlüsselpersonen, die viele Aufträge bringen, so treu sind. Denn solche Leute sind begehrt und Versuche, sie abzuwerben, sind häufig.

Wie sorgen Sie für eine so grosse Loyalität?

T. M.: Indem wir als Chefs nicht schulmeisterlich auftreten und den Leuten sehr viele Freiheiten lassen.

C. M.: Und ihnen vertrauen...

T. M.: ...aber auch fordern. So kreieren wir gegenseitig eine Win-Win-Situation.

Durch den Gewinn des Prix SVC Zentralschweiz sind Sie nun verstärkt ins Rampenlicht gerückt. Was versprechen Sie sich von der grösseren Aufmerksamkeit?

C. M.: Es ist sicher eine Chance für die gesamte Haustechnik-Branche, denn deren Produkte sind häufig wenig sichtbar.

T. M.: Viele Kunden haben uns schon mitgeteilt, wie stolz sie seien, mit einem solchen Unternehmen zusammenarbeiten zu dürfen. Und in der Tat kennt man die Haustechnik-Branche zu wenig. Vergessen geht dabei, dass heute jedes öffentliche Gebäude, jedes Restaurant gesetzlich über eine Lüftungsanlage verfügen muss. Mit 60 Prozent Marktanteil in der Schweiz haben wir eine einmalige Situation – in Deutschland haben Wettbewerber Marktanteile nur durchwegs im einstelligen Prozentbereich.

Wie heben sich Ihre Produkte vom Durchschnitt ab?

T. M.: In erster Linie durch bis heute unerreichte Qualität. Man spricht in der Branche über unsere Geräte vom «Rolls Royce» – aber nicht in Bezug auf den Preis. Wer Objekte wie den Prime Tower oder die beiden Roche-Hochhäuser in Basel ausrüstet, spielt mit offenen Karten; da werden die Preise europaweit verglichen. Aber gerne gibt man dann uns den Zuschlag. Man zahlt vielleicht etwas mehr für die Anlagen, dafür hat man die nächsten 30 Jahre Ruhe. Denn bei Dienstleistung, Unterhalt, Verarbeitungsqualität, Energierückgewinnung waren wir immer Vorreiter.

C. M.: Durch unsere hohe Fertigungstiefe können wir auch eigene Produkte entwickeln. So haben wir eine Isolation entwickelt, deren Herstellung um 45 Prozent umweltfreundlicher ist als bei herkömmlichen Produkten. Wir achten darauf, auf alle Kundenwünsche einzugehen. Daran wachsen wir auch qualitativ. Bekannt sind wir vor allem für unseren hohen Dienstleistungsgrad und die hohe Qualität.

Dienstleistung als entscheidender Faktor?

T. M.: Ja. Aber einer, der etwas kostet. Denn wir kriegen nichts für diese Vorarbeit. Wir müssen einfach hoffen, dass wir den Auftrag erhalten. Andere können sich diese Kosten sparen und geben einfach nur den Preis ab. Für ein grosses Objekt planen wir manchmal drei oder mehr Jahre. Da müssen wir darauf vertrauen, dass die Ingenieurbüros sich für uns einsetzen und den Auftraggeber davon überzeugen können, dass es weniger Probleme gibt, wenn sie uns den Zuschlag geben.

So viel Vorleistung ohne Gewähr für den Auftrag?

Das scheint mir recht riskant zu sein.

T. M.: Es ist anspruchsvoll, ja. Aber indem wir es so machen zeigen wir, dass wir dieses Risiko meistern können.

C. M.: Die Herausforderung besteht darin, das internationale Preisniveau halten zu können. Die Leute wissen zwar, dass wir qualitativ die besten sind, aber sie sind nicht bereit, mehr

dafür zu bezahlen. Entscheidend ist, welchen Mehrwert sie für den gleichen Preis von uns erhalten, eben z.B. die Nähe zu den Kunden und die hohe Servicekompetenz.

Ihre Anlagen zeichnen sich durch umweltgerechte Produktion und hohe Energie-Effizienz aus, wie es heisst. «Grün» ist bei Ihnen demnach nicht nur die Markenfarbe. Woran zeigt sich dies konkret?

T. M.: Wir holen überall energietechnisch ein Optimum raus. Wir wurden dafür auch schon zweimal ausgezeichnet. Mit unserer eigenen Pulverbeschichtungsanlage sparen wir rund 900 000 kWh pro Jahr an Energie, indem wir alle Wärme zurückgewinnen. Damit heizen wir das gesamte Werk und alles Brauchwasser. Wir haben eine Viertelmillion dafür investiert. Nach zwei Jahren war das Ganze amortisiert.

C. M.: Auch bei der Blechbearbeitung minimieren wir das Restmaterial und den Ausschuss. Die Aufträge werden so auf die Bleche verteilt, dass der Platz optimal ausgenutzt wird und wenig Verschnitt zurückbleibt. Auch im Büro-Bereich vermeiden wir alle Formen von Verschwendung. Aber ob Mitarbeitende privat ein umweltfreundliches Auto fahren, das können wir natürlich nicht vorschreiben...

Sie verfügen über neun Verkaufsbüros in der Schweiz, eines in Deutschland und in Italien eine Vertretung. Wie wichtig ist Ihnen der Export?

T. M.: Unsere Anlagen sind weltweit im Einsatz. Die Beziehungen kommen aber fast immer über die Schweiz zu Stande. Für Roche und Novartis etwa bauten wir Anlagen in der Schweiz. Als eine Anlage eines chinesischen Herstellers an einem asiatischen Produktionsstandort laufend Probleme machte, entschied man sich, diese durch ein Produkt von uns zu ersetzen.

Mit anderen Worten: Ihr Exportgeschäft läuft über Kunden, die global aufgestellt sind?



1971 gründeten Alois und Melchior Meyer ein Unternehmen für Klimatechnik. Da viele Lieferanten die Anforderungen an die Geräte in den Augen der Gründer immer weniger gut erfüllen konnten, begannen sie mit dem Bau eigener Lösungen. Von 32 Angestellten ist das Unternehmen auf heute 400 Mitarbeitende gewachsen. Inzwischen ist Seven-Air Gebr. Meyer AG in der Herstellung und dem Vertrieb von Klimageräten Schweizer Marktführer. Etwa 20 bis 25 Prozent gehen auch in den Export. Der Hauptsitz des heute in zweiter Generation von Tobias (CEO) und Christoph (VRP) geführten Unternehmens ist Luzern, gefertigt wird vorwiegend am Produktionsstandort in Hitzkirch. Zudem verfügt das Unternehmen über Vertriebsbüros an neun Standorten.
www.seven-air.com

T. M.: Nicht nur. Wir erhalten auch Anfragen direkt. Es spricht sich eben herum, welcher Hersteller welche Qualität liefern kann. Auch Schweizer Botschaften gehören zu unseren Kunden, denn viele Bauten des Bundes sind mit unseren Anlagen ausgerüstet. So kam letztlich auch unser Wachstum zu Stande.

Wie bewältigen Sie dieses Wachstum?

T. M.: Einfach mit den richtigen Leuten und dem Ausbau unserer Produktionsstätten. Unser Vater hat ja das Unternehmen 1971 gegründet, Mitte der 1980er-Jahre war er bereits Marktführer. Wir haben heute gut 400 Mitarbeitende. Zum Vergleich: Unser wichtigster Mitbewerber aus Deutschland macht in etwa den gleichen Umsatz wie wir, aber benötigt dazu 600 Leute. Daran zeigt sich eben die Effizienz. Kommt hinzu, dass unsere Leute alle hier in der Schweiz arbeiten und nicht weltweit verstreut.

Sie schwören auf den Werkplatz Schweiz!

T. M.: Ja. Und den verteidigen wir durch und durch. Deshalb wehren wir uns gegen alle ausländischen Angriffe. Die Schweiz sollte denn auch mehr zu ihrem eigenen Standort schauen. Zuweilen nervt es mich: Wir beschäftigten hier 400 Leute, bilden 20 Lehrlinge aus pro Jahr, zahlen hier unsere Steuern. Dies alles sollte bei öffentlichen Auftragsvergaben mehr gewichtet werden. Es darf nicht alles immer über den Preis gehen. Denn dann bröckelt es allmählich.

Sie meinen die schleichende De-Industrialisierung?

T. M.: Ja. Es kann doch nicht sein, dass man über Tausende von Kilometern schwere Geräte importiert, wenn man den besten Hersteller gleich vor Ort findet. Bei gleicher Qualität und Preis sollte jenem Anbieter vor Ort der Vorzug gegeben werden – also «Vorteil Schweiz». Im Ausland funktioniert das. Bei uns heisst es hingegen immer: «Wir müssen neutral gemäss GATT agieren.» Da verstehe ich unsere Politiker manchmal nur noch schwer – gerade wenn es um Aufträge der öffentlichen Hand geht. Oft wird dann nicht einmal sauber verglichen. Klar könnten wir mit unseren Preisen runter, aber dann erhielten die Kunden halt auch schlechtere Motoren, mindere Verarbeitung, aber dafür höhere Energie- und Unterhaltskosten. Das hingegen will dann wiederum niemand.

Zur Zukunft Ihres Unternehmens: Inwiefern gehören Sie zu den «Profiteuren» des Klimawandels?

T. M.: Das Sanierungspotenzial ist überall enorm. Alle Anlagen, die in den 1970er-Jahren installiert worden sind, müssten heute ersetzt werden, da sie energetisch längst nicht mehr genügen. Da gibt es prominente Beispiele mit Wärmerückgewinnung von nur gerade 30 Prozent. Heute sind ohne weiteres 90 Prozent möglich.

C. M.: Interessant für uns sind auch neue Nischen, etwa die Frischluftzufuhr für Flugzeugkabinen an Flughäfen. Neu müssen Flugzeuge von aussen versorgt werden, da es nicht mehr erlaubt ist, für die Klimatisierung die Triebwerke am Boden laufenzulassen. Hierzu haben wir mit einem Partner eine Lösung entwickelt, die direkt am Gate die Flugzeuge mit Frischluft inkl. Wasseraufbereitung versorgen kann.

T. M.: Wir waren die ersten, die eine solche Lösung präsentieren konnten. Der gesamte Flughafen Kloten ist bereits mit solchen Geräten ausgerüstet. Mit weiteren Grossflughäfen stehen wir bereits in Kontakt.