

Die Stimmung ist besser als ihr Ruf

Die grossen MEM-Verbände haben ihren Mitgliedern für 2015 warme Regenbekleidung und festes Schuhwerk empfohlen; das Geschäftsklima soll rauer werden. Die «Technische Rundschau» wollte wissen, inwieweit diese Prognosen mit der Zulieferer- und Lohnfertigerrealität deckungsgleich sind. Wir haben deshalb fünf ausgewählte Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen zu ihrer persönlichen Konjunkturaussicht für 2015 befragt.

Roland Goethe, Geschäftsleitung Goethe AG, Glarus

Geschäftsverlauf 2014 →

Wir hatten die ersten drei Quartale ein sehr gutes Auftragsvolumen. Ab Mitte Jahr und besonders im letzten Quartal war das Bestell- und Auftragsvolumen rückläufig. Wir sind also in Summe nicht da, wo wir in 2014 eigentlich sein wollten.

Konjunkturausblick 2015 ↗

Die Gespräche, die wir bisher mit unseren langjährigen Kunden geführt haben, lassen einen durchaus vorsichtig positiven Ausblick auf 2015 zu. Wir haben höher budgetiert als 2014, und ich denke, wir werden unser Ziel auch erreichen. Das hat vielleicht auch damit zu tun, dass wir gewisse Anstrengungen unternommen haben, in ande-

re Branchen zu diversifizieren, beispielsweise in die Baubranche oder den Elektronikbereich. Nur mit den bestehenden Kunden wäre der Ausblick auf 2015 sicherlich nicht so positiv.

Herausforderungen

Wir möchten uns noch breiter aufstellen als bisher. Nicht nur was die Diversifizierung in andere Branchen betrifft, sondern auch, wenn es um innovative Lösungen für unsere Kunden geht. Nur als reiner Lohnfertiger wahrgenommen zu werden, würde mittelfristig dazu



führen, dass der Preisdruck noch grösser wird. Unser Ziel war es daher in den vergangenen beiden Jahren die Kunden bereits frühzeitig bei der Produktentwicklung zu unterstützen, beispielsweise durch das Know-how unserer Spezialisten bei der Konstruktion der Teile.

Wir möchten verstärkt aktiv auf die Kunden zugehen und Lösungsmöglichkeiten aufzeigen. Diese Anstrengungen haben in 2014 erstmals Früchte getragen. Das hat uns stark geholfen, und da sehen wir auch die Zukunft.

Urs Müller, Verkaufsleiter Kubo Tech AG, Effretikon

Geschäftsverlauf 2014 ↑

Das Geschäftsjahr 2014 verlief sehr erfolgreich, sodass wir nach neuester Prognose mit einem Umsatzplus von 11 Prozent abschliessen werden. Besonders zu Beginn des Jahres waren die Auftragseingänge sehr stark, nach den Sommerferien war dann eine leichte Abkühlung spürbar. Ohne diesen Rückgang wäre das Jahr 2014 mit Sicherheit das Beste in der 34-jährigen Ge-

schichte von Kubo Tech geworden. Nichtsdestotrotz dürfen wir stolz auf das zu erwartende Ergebnis sein. Zugelegt haben wir vor allem im Bereich kundenspezifische Hochleistungsdichtungen und Gesamtlösungen.

Konjunkturausblick 2015 →

Schon vor Beginn 2015 zogen wieder einige dunkle Wolken am Horizont auf. Ob sich diese wieder ver-

ziehen oder zum Sturm verdichten, entzieht sich noch unseren Kenntnissen. Der sekundäre Sektor wird immer kleiner und die Verlagerung von Schweizer Hightech-Produktionen geht munter weiter. Der Kostendruck parallel zum hohen Frankenkurs wird als Hauptgrund für Schliessungen oder Verlagerungen angegeben.

Nach solch negativen Meldungen sollten wir für das kom- ▶

► mende Jahr eher pessimistisch sein. Doch durch die Nähe zu unseren Kunden sehen wir aber auch viele innovative Entwicklungen; Unternehmer, welche am Standort Schweiz festhalten und dank hochtechnologischen Produkten weiter zulegen. Das stimmt uns positiv und wir rechnen trotz Kundenschwund mit stagnierenden Zahlen.

Herausforderungen

Nebst den oben beschriebenen wirtschaftlichen Herausforderungen, sehen wir uns auch mit

technologischen Herausforderungen konfrontiert. Während man sich früher mit einigen wenigen Vorschriften beschäftigen musste, werden wir heute mit unzähligen komplexen Machwerken überflutet. Einige davon füllen – mit ihren Querverweisen auf weitere Vorschriften – ganze Ordner. Flanschberechnungen und Montageschulungen nach DIN EN 1591-1 oder



die EN 1935/2004 über Materialien, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen, sind nur zwei Beispiele.

Einige davon haben durchaus ihre Berechtigung; andere wiederum behindern europäische Firmen und führen zu Wettbewerbsbenachteiligung gegenüber Produktionen, zum Beispiel aus asiatischen Ländern.

Stefan Kundert, Geschäftsleitung Kundert AG, Jona

Geschäftsverlauf 2014 ↑

Das Geschäftsjahr 2014 hat im ersten Quartal mit stark steigendem Auftragseingang begonnen, gefolgt von einem eher zurückhaltenden Sommer. Seit dem Herbst hat der Auftragsengang wiederum zugelegt. Insgesamt wird das Jahr 2014 zu einem zufriedenstellenden Ergebnis führen.



nationale Krisenherde sowie ein konjunkturell schwaches Europa könnten einerseits als Wachstumsdämpfer wirken, andererseits beweist die Schweizer Exportindustrie immer wieder ihre Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit in einem schwierigen internationalen Umfeld, was uns vorsichtig

optimistisch für die nächsten Jahre stimmt.

Konjunkturausblick 2015 ↗

Das kommende Jahr ist schwierig abzuschätzen. Zahlreiche inter-

Herausforderungen

Die grösste wirtschaftliche Her-

ausforderung im internationalen Wettbewerb wird die Lohnentwicklung in der Schweiz sein. Um die wesentlich höheren Lohnkosten in der Schweiz gegenüber den umliegenden EU-Ländern wettzumachen, muss die Schweizer Industrie sehr effizient mit modernster Technologie produzieren und sich gegenüber den Kunden flexibel und kundennah erweisen. Standortvorteile müssen durch einen nachhaltigen und breit gefächerten Abbau von bürokratischen Hemmnissen und Kosten sowie eine vergleichsweise tiefe Besteuerung von Unternehmensgewinnen bewahrt und verstärkt werden.

Peter Breitenmoser, Geschäftsleiter Schmolz + Bickenbach Stahlcenter AG, Bronschhofen

Geschäftsverlauf 2014 ↗

Das Geschäftsjahr ist gut angelaufen und verlief die ersten acht Monate sehr positiv. Danach ging es etwas unter unseren Erwartungen weiter. Übers ganze Jahr gesehen sind wir mit dem Geschäftsergebnis 2014 jedoch zufrieden.

Konjunkturausblick 2015 ↗

Wir gehen davon aus, dass sich der Markt in der Schweiz relativ stabil hält. Mit verschiedenen ge-

zielten Marketingmassnahmen wollen wir unser Verkaufsteam bestmöglich unterstützen und dabei das Optimum herausholen. Insbesondere auch dank unserem langjährigen, gut eingespielten Team. Der gegenwärtige Auftragseingang stimmt uns dafür optimistisch.



Herausforderungen

Der Markt ist hart umkämpft. Der Wettbewerb hat in den letzten Jahren stark zugenommen und wird in naher Zukunft auch kaum abnehmen. Insbesondere das Tagesgeschäft ist sehr intensiv geworden. Heute bestellt, morgen geliefert – und dies immer zu äusserst wettbe-