

Wie zu alten Blütezeiten

KYBURG. Seit fast 200 Jahren produziert die Hermann Bühler AG Garn im grossen Stil. Nun ist die Kyburger Firma mit dem Anerkennungspreis für Unternehmungen ausgezeichnet worden.

ALICIA PORTENIER

Wenn man durch das Tösstal fährt, begegnen einem etliche Ruinen aus der vergangenen Blütezeit der Textilindustrie. Während die einst erfolgreichen Unternehmen fast allesamt ihre Türen schliessen mussten, feiert die Hermann Bühler AG bald ihr 200-jähriges Bestehen. Heute beschäftigt die Kyburger Firma, die in Sennhof vor der Winterthurer Stadtgrenze domiziliert ist, 155 Mitarbeiter mit der Verarbeitung von Baumwolle und Mikromodal zu Garn. «Manchmal fragen wir uns selbst, weshalb wir noch hier sind», lacht Moreno Zanin, der als einer von vier Geschäftsleitern seit 22 Jahren für den Verkauf zuständig ist.

Gestern erhielt die Firma den Anerkennungspreis für Unternehmungen der Stadt Illnau-Effretikon und der Gemeinden Lindau und Kyburg. Nicht nur, weil die Hermann Bühler AG in der Region ein wichtiger Arbeitgeber ist, sondern auch, weil sie sich als Spinnerei bis zum heutigen Tag beweisen konnte. Laut Zanin ist ein wesentlicher Faktor für den Erfolg des Betriebs das fortschrittliche Denken.

«Wir haben uns bemüht, den Mitbewerbern immer einen Schritt voraus zu sein», so Zanin. «Schon vor gut 20 Jahren haben wir erkannt, dass der Schweizer Markt nicht mehr wachsen wird.» Die Firma expandierte ins grenznahe Ausland. Als die Schweizer Konkurrenz schliesslich auch expansionsfähig war, steckte die Hermann Bühler ihre Fühler bereits in den Fernen Osten und nach den USA aus.

Märkte haben sich verändert

Durch die Marktöffnung und die billigeren Transportwege hat sich die gesamte Textillandschaft in den letzten 20 Jahren grundlegend verändert. Zudem sind in Billiglohnländern technische Fortschritte erzielt worden, die es ermöglichen, qualitativ hochstehende Produkte herzustellen. «Zwar sind die Produkte aus Europa mit Sicherheit von guter Qualität, doch Produkte von ausserhalb können ebenbürtig sein», sagt Zanin.

Diese Tatsache widerspiegelt sich in der Veränderung der Absatzmärkte des Unternehmens. Stammten vor fünf Jahren noch 50 Prozent der Kunden aus Europa und je 25 Prozent aus dem Fernen Osten und den USA, so sind heute 80 Prozent der Abnehmer Europäer. Ein grosser Teil der Kundschaft ausserhalb Europas hat gelernt, das Produkt selbst herzustellen, und verzichtet auf Importe.

Der ohnehin harte Konkurrenzkampf wird durch die aktuelle Wäh-

rungskrise verschärft. Besonders für KMU wie die Hermann Bühler AG haben die ungünstigen Wechselkurse gravierende Konsequenzen. «Die Politik meint zwar, man müsse einfach gut und innovativ sein», so Moreno Zanin. «Aber das wird irgendwann nicht mehr reichen. Schliesslich gibt es auf der anderen Seite der Landesgrenze auch innovative Menschen. Und mit unserem Produkt haben wir eine klare Preislimite.»

Kunden wälzen Risiko ab

Allein der letzte Monat hat die Kyburger Firma währungsbedingt 200000 Franken gekostet. Zwar kommt der starke Schweizer Franken dem Unternehmen beim Import der Rohstoffe entgegen, «aber der Einfluss beim Export ist viel entscheidender», so Zanin. 80 Prozent der Produktion fakturiert die Hermann Bühler in Euro. Auch viele Schweizer Kunden bezahlen in Euro und wälzen so das Währungsrisiko auf den Lieferanten ab.

Dennoch betont Zanin, dass eine Verlagerung des Standorts keine Alternative sei. Die zentrale Lage in Europa sei wichtig. Die neueste Strategie fasse vorwiegend Kunden in einem Radius von 500 Kilometer ins Auge. Bei besonderen Produkten wie beispielsweise Biobaumwolle, wo Zertifikate nötig seien, habe man als Schweizer Unternehmen gute Karten. Das Klischee des seriösen und fleissigen Arbeiters komme einem tatsächlich zugute.

Innovativ mit Rainbow-Garn

Entsprechend weit verbreitet ist das Garn der Kyburger Firma. Diverse Produkte wie Calida-Pyjamas, Polo-Shirts von Lacoste oder Produkte von Coop Naturaline können Hermann-Bühler-Garn enthalten. Und dennoch: Das Endprodukt der Firma ist nur ein Faden. Wie kann man da innovativ sein? «Tatsächlich ist das in unserer Branche zwar eher schwierig, aber nicht minder wichtig», sagt Zanin und verweist auf Rainbow-Garn, eine der neuesten Erfindungen der Hermann Bühler AG.

Die Kreation ermöglicht es, fertige Textilien, beispielsweise Hemden, zu färben. Normalerweise erfolgen die

Arbeitsschritte in umgekehrter Reihenfolge: Zuerst wird der Stoff gefärbt, dann das Hemd fabriziert. Mit dem neuen Verfahren ist es Kunden möglich, innert kurzer Zeit Endprodukte in der gewünschten Farbe nachzubestellen. Je nachdem, welche sich als Renner auf dem Markt herausstellt.

80 000 Spindeln

Die Hermann Bühler AG ist seit 1858 in Sennhof tätig, wurde aber schon vor 199 Jahren gegründet. Seit 1996 existiert mit der Buhler Quality Yarns Corp. eine zweite Produktionsstätte im US-Bundesstaat Georgia. Beide Betriebe zusammen produzieren auf 80000 Spindeln rund 7200 Tonnen Garn pro Jahr. Die Exportquote liegt beim Schweizer Betrieb bei 80 Prozent. Die Hermann Bühler AG erwirtschaftet einen Umsatz von 33 Millionen Franken, der Gewinn beträgt durchschnittlich zwischen drei und fünf Millionen Franken. (alp)



«Es ist in unserer Branche eher schwierig, innovativ zu sein»: Moreno Zanin, Verkaufsleiter der Hermann Bühler AG. Bild: David Kündig

Viel Interesse – keine Fragen

USTER. An Gewerbevertretern mangelte es dem diesjährigen Wirtschaftsempfang der Stadt Uster nicht. Am Austausch in der Fragerunde dafür schon.

STEFAN KRÄHENBÜHL

«Alle Jahre wieder»: So oder ähnlich könnte das Motto des Wirtschaftsempfangs lauten, den die Stadt Uster jeweils im Sommer für interessierte Teilnehmer aus der lokalen Wirtschaft organisiert. Könnte. Denn auch wenn bei der diesjährigen Veranstaltung – die gestern Abend im Pavillon des Zellweger-Parks stattfand – keine grandiosen Neuigkeiten erzählt wurden, sprach der grosse Teilnehmerauf-

marsch dennoch für sich. Die Ustermer Wirtschaft zeigt Interesse an der Stadtentwicklung, der Austausch mit dem Stadtrat ist erwünscht.

Geschätzte über 100 Gewerbetreibende waren der Einladung des Stadtrats gefolgt und liessen sich über seine aktuellen Projekte unterrichten. Nach einer kurzen Eröffnungsrede von Stadtpräsident Martin Bornhauser, der nach eigenen Angaben letztes Wochenende in Griechenland weilte und «in dieser Konkursmasse herumspazierte», präsentierte somit ein Amtsvorsteher nach dem anderen in wenigen Sätzen die wichtigsten Themen.

Steuerkräftige Unternehmen

Den Anfang machten die beiden Ressorts, die für die Delegation der Uster-

mer Wirtschaft wohl am Spannendsten sein dürften: Finanzen und Bau. Nicht ohne Stolz berichtete Finanzvorsteher Werner Egli über die Umgestaltung der Aussenanlage des Püntareals, ein Projekt, das von der Finanzabteilung aus umgesetzt werde. Zuvor hatte er detailliert aufgezeigt, warum sich die Stadt solche Investitionen überhaupt leisten kann – und nebenbei betont, dass der Anteil der juristischen Personen an den Steuereinnahmen Usters kontinuierlich wachse.

Um Projekte drehte es sich auch im Kurzreferat von Bauvorstand Thomas Kübler, der über die geplante Einzonung der Siedlungsgebiete Grossriet Nänikon und Mühleholz zu erzählen wusste. «Keine leichte Aufgabe», so Kübler. «Erst zwei Drittel der Fläche

hat der Kanton bislang zugesichert – und es wird immer harziger.»

Fragen blieben komplett aus

Im Anschluss stellten die vier übrigen Stadträte sowie Stadtschreiber Hansjörg Baumberger jeweils ihre Tätigkeitsbereiche vor, um sich schliesslich möglichen Fragen der Anwesenden zu stellen. Dass diese jedoch komplett ausblieben, lag wohl weniger am Interesse der Zuhörer, als vielmehr an den heissen Temperaturen im Pavillon. Ohnehin schien der Wirtschaftsempfang nicht zum Ziel zu haben, Diskussion loszutreten, sondern ganz einfach über die Tätigkeiten des Stadtrats zu informieren. Oder wie Bornhauser es nannte: «Der Ustermer Wirtschaft ein Bild zu verschaffen.»

GELDTIPP

Elmar Kuster
Leiter der Coop
Beraterbank, Wetzikon



Reisezahlungsmittel: Mix ist entscheidend

Die Ferien stehen vor der Tür. Pläne sind gemacht, Destinationen gebucht. Koffer, Rucksäcke und Trolleys sind gepackt. Aber sind auch die richtigen Zahlungsmittel eingesteckt? Um die höchstmögliche Sicherheit auf Reisen zu haben, ist es wichtig, den richtigen Mix verschiedener Zahlungsmittel für die entsprechende Destination zusammenzustellen. Der wichtigste Grundsatz lautet: niemals alles auf eine Karte setzen. Für die meisten Destinationen wird Folgendes empfohlen:

- wenig Bargeld in Euro/Dollar oder in der Landeswährung
- eine Maestro-Karte
- die Travel-Cash-Karte
- eine Kreditkarte

Für abgelegene Gegenden lohnt es sich, zusätzlich Reisechecks einzupacken. Je nach Destination ist auch ein grösserer Barbetrag in Lokalwährung unumgänglich.

Maestro-Karte ist günstiger

Die Kreditkarte (beispielsweise Visa oder Mastercard) geniesst weltweit die höchste Akzeptanz beim Bezahlen in Läden oder Hotels und ist daher auf Reisen ausserhalb Europas zum unverzichtbaren Zahlungsmittel geworden. Praktisch bei längeren Reisen sind der Internetservice MyAccount oder der SMS-Dienst der Visa: Damit können Ausgaben unterwegs überprüft und unrechtmässige Zugriffe verhindert werden.

Ebenfalls empfehlenswert ist die Maestro-Karte. Mit ihr kann der Besitzer in über 210 Ländern an Bancomaten Geld beziehen. Bei Bargeldbezügen ist die Maestro-Karte meist günstiger als die Kreditkarte. Zudem wird sie auch immer häufiger in Geschäften und Restaurants als Zahlungsmittel akzeptiert.

Sichere Travel-Cash-Karte

Die Travel Cash Karte ist die moderne Form der Travellers Cheques. Vor der Abreise wird die Travel-Cash-Karte in Euro, Dollar oder Schweizer Franken aufgeladen. Damit kann weltweit an Bancomaten Bargeld bezogen und in über 10 Millionen Geschäften bargeldlos bezahlt werden. Bei Verlust oder Diebstahl wird die Karte mit dem Restwert weltweit und kostenlos ersetzt. Die Travel-Cash-Karte hat keine Verbindung zum Bankkonto – das macht sie noch sicherer.

Traveller Cheques schliesslich sind der Klassiker unter den Reisezahlungsmitteln: Die American Express Travelers Cheques sind als eiserne Reserve und für längere individuelle Reisen nach wie vor empfehlenswert.

ANZEIGE