



KMU

Gefordert, aber nicht überfordert

Seit die Nationalbank den Franken nicht mehr stützt, ist bei den exportierenden KMU Feuer im Dach. Doch statt schwarz zu malen, haben die Patrons bereits Mittel und Wege gefunden, die neue Situation zu bewältigen – vier Beispiele aus vier Branchen.

BERNHARD FISCHER, ANDREAS GÜNTERT UND MARCEL SPEISER



Dieter Bachmann in seiner Hüppen-Fabrik: «Wir setzen auf Asien.»

► DIETER BACHMANN, GOTTLIEBER SPEZIALITÄTEN, GOTTLIEBEN

«Die Abschaffung von Weihnachten wäre schlimmer»

Die kleine Thurgauer Gemeinde Gottlieben ist ein Traum aus Fachwerkhäusern, am Rande der Schweiz gelegen, direkt am Rhein. Vor einem Monat war der Ort in den Schlagzeilen, weil an seiner Uferpromenade Udo Jürgens verstarb.

Auch Dieter Bachmann, Chef und Mehrheitsinhaber des 40-Mann-Betriebs Gottlieber Spezialitäten, eines seit bald 90 Jahren bestehenden Produzenten traditioneller Hüppen, traf fast der Schlag, als er vom Ende des Mindestkurses erfuhr. «Das kann nicht sein!», war seine erste Reaktion. «Ich glaube es erst, als ich es im Netz mit eigenen Augen sah. Ich habe damit gerechnet, dass die Untergrenze von 1,20 Franken fällt. Aber ich dachte, dass die Nationalbank den Mindestkurs gestaffelt aufgibt.»

Unmittelbar nach der Hlobshotschaft begannen die Gedanken in Bachmanns Kopf zu kreisen. «Zum Glück

haben wir einen starken Markt im Inland.» Aber auch: «Für das Gros unserer Kunden, die im Exportgeschäft tätig sind, wird das ein brutaler Einschnitt.» Und: «Die Produktionsmaschine für 1 Million Euro, die wir demnächst kaufen müssen, ist gerade günstiger geworden.» Weiter sagte er sich: «Die Abschaffung von Weihnachten wäre schlimmer.» Bachmanns KMU macht 60 Prozent des Umsatzes von ungefähr 10 Millionen Franken mit Hüppen, die zum Fest der Liebe verschenkt werden.

Schliesslich musste er an das Jahr 2011 denken, als der Euro das erste Mal in den Keller rasselte. «Damals haben wir entschieden, den europäischen Markt nicht mehr aktiv zu bearbeiten. Wir merken: Für Deutschland und Frankreich sind wir zu teuer. Seither setzen wir auf Asien – China, Dubai, Indien. Jetzt muss ich sagen: Zum Glück

haben wir damals richtig entschieden.» Seit rund einem Jahr betreibt Gottlieber in der südchinesischen Metropole Guangzhou zusammen mit einem lokalen Partner einen Laden. Es ist der Dritte der Thurgauer Firma: Gottlieben, Winterthur, Guangzhou. Demnächst folgt Dubai, dann Indien. «Wir haben es nicht eilig und wollen diese Märkte Schritt für Schritt, Laden für Laden aufbauen.»

Doch der starke Franken ist auch in Asien ein Thema, wo diverse Währungen an den Dollar gekoppelt sind. «Ein Kunde aus Hongkong, mit dem wir gerade verhandeln, rief noch am Tag des SNB-Entscheids an und wollte über die Konditionen reden», erzählt Bachmann. Beim Kunden handelt es sich um eine grosse Hotelkette. Doch Bachmann verliert den Mut nicht: «Unser Dollarproblem wird sich schneller lösen als die Euro-Krise.» (spm)