
Aargau

Beldona-Chef: «Die Coronakrise war für uns wertvoller, als es auf finanzieller Seite ersichtlich ist»

Corona hat die Schweiz in eine der grössten Wirtschaftskrisen geworfen. Aber jede Krise hat auch ihre guten Seiten – was als Phrase gilt, stimmt für drei Aargauer Unternehmer.

An einem digitalen Anlass der **Aargauischen Industrie- und Handelskammer (AIHK)**, dem kantonalen Departement Volkswirtschaft und Inneres (DVI) sowie UBS gaben sie Einblicke in ihr Coronajahr.

17.03.2021, Sébastien Lavoyer

Es ist eine bemerkenswerte Aussage, die Gregor A. Hüni, CEO des Aargauer Unterwäsche- und Bademodesther Herstellers Beldona, im Rahmen des Wirtschaftsanlasses der UBS macht: «Ich wage fast zu behaupten, dass diese Krise für uns wertvoller war, als auf finanzieller Seite ersichtlich wird.»

Dies sei der Fall, obwohl Corona nicht wirklich als Innovationstreiber gewirkt habe in der Mode-Branche, sondern viel eher als Brandbeschleuniger. Die Branche kriselte ohnehin schon. Getrieben von der Digitalisierung, bröckelte das alte Geschäftsmodell. Die Verschiebung hin zum Onlinekonsum setzte den stationären Handel schon vor Corona massiv unter Druck.

Diese Tendenzen haben sich durch Lockdown und Ladenschliessungen natürlich verstärkt. Beldona musste von heute auf morgen rund 300 Mitarbeitende oder drei Viertel der Belegschaft in Kurzarbeit schicken. Covid-Hilfen, Mietverhandlungen, sofortige Reduktion des Marketingausgaben – Beldona-CEO Hüni sagt: «Wir mussten alle Register ziehen.»

Die Mitarbeitenden wurden dabei so tief in finanzielle Angelegenheit des Unternehmens involviert wie niemals zuvor. Aber, so Hüni:

Beldona hat die Krise genutzt, um sich weiterzuentwickeln. Oder wie Winston Churchill einst gesagt hat: «Never waste a good crisis.» Lassen Sie sich nie eine gute Krise entgehen, frei übersetzt. Und genau diesen positiven Ansatz wählte denn auch Moderator Reto Brennwald, als er die drei Aargauer Unternehmer am digitalen UBS-Wirtschaftsanlass fragte, wie sie die Krise genutzt hätten.

Die Antworten ähneln sich. Jürg Suhner, CEO der auf die Herstellung von Spezialwerkzeugen und Sonderkomponenten spezialisierten Suhner-Gruppe aus Lupfig, kann im Rückblick nach einem Jahr durchaus auch Positives erkennen. Der Kunde sei bei Suhner noch mehr ins Zentrum gerückt, gerade durch die erschwerte Kommunikation. «Wir sprechen heute viel weniger über unsere Maschinen und vielmehr darüber, was der Kunde mit unseren Maschinen macht», so Suhner.

Vor Corona hatte Suhner vor, in Lupfig ein Trainingszentrum zu eröffnen, wo man Kunden die Maschinen und die unterschiedlichen Schleif- und Oberflächenveredelungsprozesse näher bringen wollte. Es kam der Lockdown, die geschlossenen Grenzen und das Unternehmen reagierte. Innerhalb eines Monats konnte man Kundens Schulungen online durchführen. Weltweit. Suhner sagt:

Auch Karen Hübscher, CEO der Solvias AG aus Kaiseraugst, kann der Krise Positives abgewinnen. Die Chefin der Firma, die Analysen für die Pharma-, Biotech- und Medizinbranche anbietet, hebt die Flexibilität der Mitarbeitenden hervor. Man habe schnell Anpassungen getroffen und stets die Lieferungen aufrechterhalten können. Schnell habe man die Maskenpflicht eingeführt, auf Homeoffice und Videocalls umgestellt. Die Lösungen lagen da, man habe sie einfach nie umgesetzt. «Interessanterweise haben wir in der Krise viel schneller entschieden», sinniert Hübscher.

Beschleunigte Entscheidungen – genau die vermisst sie von der Politik. Das Parlament hätte den Bundesrat erst zu einer schnelleren Öffnung zwingen wollen, dann aber doch einen Rückzieher gemacht. Dabei wäre die Öffnung nicht nur für ihr Unternehmen, sondern für die ganze Wirtschaft zentral gewesen. Selbstkritisch sagt Hübscher: «Da müssen wir uns auch selbst an der Nase nehmen. Wir hätten für unsere Meinung einstehen müssen.» Mit mehr Lobbying zum Beispiel.

Leise Kritik von den Unternehmern gab es an der Politik. Aber auch viel lobende Worte. Für die rasche Handhabung der Kurzarbeit, für die schnelle Vergabe von Krediten für Unternehmen mit Liquiditätsengpässen.

Viel lauter wurde Peter Grünenfelder, Direktor des liberalen Thinktanks Avenir Suisse und ehemaliger Aargauer Staatsschreiber. Die Einschränkungen der Politik würden Unsicherheit auf den Märkten verursachen. Man betreibe Klientelpolitik. Die Kultur sei überentschädigt worden, die Medien seien wegen Staatshilfen unkritisch. Grünenfelder:

Das verhindere die schöpferische Zerstörung, wie es der österreichische Ökonom Joseph Schumpeter einst nannte. Während normalerweise 6000 bis 7000 Unternehmen jährlich Konkurs gingen, seien es 2020 «massiv weniger» gewesen.

Wie auch immer man zu den staatlichen Eingriffen steht, sie scheinen ihre Wirkung gezeitigt zu haben. Im Gegensatz zu England oder den USA, wo die Wirtschaft um gegen 10 Prozent schrumpften, reduzierte sich das Bruttoinlandprodukt der Schweiz nur um rund 3 Prozent, wie Daniel Kalt, Chefökonom der UBS darlegte. Stimmen die Prognosen, dürfte es schon bald wieder aufwärtsgehen. Wobei der Ausschlag nach oben in der Schweiz ebenso weniger extrem ausfallen dürfte, wie in den genannten Ländern.

Während Pharma-Frau Hübscher erst 2023 mit einer Erholung rechnet, geht Werkzeughersteller Suhner davon aus, dass man ab nächstem Jahr wieder auf gewohntem Niveau sei. Hüni dagegen sagt: «Die Leute rennen uns momentan die Bude ein.» Es gäbe einen riesigen Nachholbedarf. Da gehe es auch um soziale Aspekte des Shoppens. «Das ist ein Grundbedürfnis», sagt er. Auch wenn er sicher ist, dass der digitale Anteil hoch bleiben wird.

Datum: 17.03.2021

Online-Ausgabe

Zofinger Tagblatt
4800 Zofingen



**Gregor A. Hüni, Beldona-CEO, und Supermodel Nadine Strittmatter in trauter Zweisamkeit. Corona hat das Unternehmen arg gebeutelt, trotzdem sieht Hüni viel Positives.
Zvg / Aargauer Zeitung**