

Filtration für Pharma/Medizin – Zwei Kernbereiche der Textil- verarbeitungsfirma Lanz-Anliker AG in Rohrbach BE

Die Inbetriebnahme eines Reinraums eröffnet neue Möglichkeiten um weiter und vertiefter in den Pharmasektor und den medizinischen Bereich vorzudringen – Neue Dienstleistungen erschliessen neue Märkte

Gespräch mit Peter Hirschi, Inhaber und Geschäftsführer, Lanz-Anliker AG, Rohrbach BE

Der Weg zur Lanz-Anliker AG im Bernischen Oberaargau – in der Nähe des Eingangs zum malerischen Emmental – war uns bestens vertraut. SWISS PHARMA besuchte das Unternehmen vor ziemlich genau fünf Jahren. Damals herrschten wirtschaftlich raue Zeiten in denen so manche Firma im Land eine abwartende Position einnahm. Nicht so Peter Hirschi, Inhaber und Geschäftsführer des heute rund 70 Mitarbeitende zählenden Unternehmens! Mitten in der Krise wurde tüchtig in den Ausbau der Produktionsstätten investiert, wozu auch ein Reinraum gehörte, mit dem man sich für eine künftige Geschäftsausweitung vor allem in die Bereiche Pharma und Medizintechnik vorbereiten wollte. Heute kann sich die Lanz-Anliker AG – ein traditionsreiches, kerngesundes, inhabergeführtes Familienunternehmen – erfolgreich auf den ein-

schlägigen Märkten im In- und Ausland behaupten. Seit der Gründung im Jahre 1919 hat sich die Firma zu einem bedeutenden, national und international operierenden Unternehmen für die Verarbeitung technischer Textilien entwickelt. Gearbeitet wird auf einer Produktionsfläche von mehr als 5000 m² und mit einem Gewebelager auf einer Fläche von weiteren 1500 m². Mehr als 60% der Produkte sind für den weltweiten Export bestimmt. Zu den Kernbereichen zählen die Filtration und die Geschäftsfelder Pharma und Medizin. Wir baten um ein Gespräch um in Erfahrung zu bringen, inwieweit die im Jahre 2009 während der Wirtschaftskrise beschlossenen Investitionsvorhaben inzwischen in die Tat umgesetzt wurden und wie sich die erweiterte Lanz-Anliker AG heute auf den Märkten im In- und Ausland bewegt.

◆ Interview: Dr. Felix Wüst

Herr Hirschi, ich freue mich Sie nach Jahren wieder hier in Rohrbach BE am Eingang zum Emmental besuchen zu dürfen. Mein letzter Besuch geht auf das Jahr 2009 zurück. Die Wirtschaft der Schweiz steckte damals mitten in einer Krise. Der Grund, weshalb ich Sie wieder kontaktiert habe ist der, dass ich in Erfahrung bringen möchte, ob und wie das seinerzeit – trotz Krise oder gerade deswegen? – aufgelegte Projekt der Einrichtung eines Reinraums in Ihrer Produktion verwirklicht wurde.

PETER HIRSCHI: Ich heisse Sie herzlich willkommen bei uns, Herr Wüst. Ich habe seither Heft für Heft Ihrer Zeitschrift SWISS PHARMA ziemlich genau verfolgt, nicht nur wegen den vielen interessanten Beiträgen, sondern zugegeben auch weil die Pharmaindustrie für uns ein bedeutender Kunde ist. Da fiel mir natürlich immer wieder auf dass Sie mit Persönlichkeiten von grossen und namhaften Pharmafirmen Ihre Interviews führen. Und jetzt merken Sie, worauf ich hinaus will: Es freut mich besonders, dass Sie auch Interesse für KMU haben, für eine Firma wie wir eine sind, mit bloss etwa 70 Mitarbeitenden. Nun, ich will Ihnen gerne berichten, wie die Geschichte mit diesem Reinraum verlief. Als Erstes liessen wir uns von Herrn Dr. Hans H. Schicht, der ja mit seinem Consultingunternehmen in Zumikon, ganz in der Nähe von Ihnen, zu Hause ist, und den wir als Autor von SWISS PHARMA als Fachmann auf dem Gebiet der Contamination Control kennen gelernt haben, beraten. Mit seiner Hilfe konnten wir das Projekt eines Reinraums für unsere Produktion bis zur Baureife bringen. Kaum war das aber alles spruchreif, mussten wir zu unserer herben Enttäuschung feststellen, dass der Markt gar nicht mehr so sehr nach Produkten aus der Reinraumproduktion verlangte. Plötzlich stand wegen der Wirtschaftskrise wieder eher der Preis im Vordergrund, weniger die Lieferung von zertifizierten Produkten. Die Krise drückte allenthalben die Preise und zwang uns zur Zurückhaltung. Um es kurz zu machen: Die Produktion in un-

serem Reinraum der ISO-Klasse 7 lief aus diesen Gründen erst im Frühjahr 2013 an. Die beschriebene Verspätung des Projektverlaufs entpuppte sich aber als Glücksfall. Wir kamen mit der Information über unsere um einen Reinraum erweiterte Produktion so richtig in die besseren, ja guten Jahre der Wirtschaft hinein. Wir konnten diese Neuerung auf Fachveranstaltungen, an internationalen Messen auf dem Gebiet der Filtration, aber auch vor Ort bei den Kunden kommunizieren. Das kam sehr gut an, weil die Kunden bald wieder sensibilisiert waren um mehr und mehr eher Produkte zu kaufen, die mit den entsprechenden FDA-Zertifikaten ausgestattet waren oder den Europäischen Normen entsprachen. Dank der Möglichkeit, präzise Messungen vornehmen zu können, waren wir fortan in der Lage, mit Zertifikaten über diese Messungen aufzuzeigen, in welcher Umgebung unsere Produkte gefertigt wurden.

Hand aufs Herz: Die Lanz-Anliker AG schrieb aber schon eine Erfolgsstory als der Gedanke, einen Reinraum einzurichten, noch gar nicht gedacht wurde oder doch in weiter Ferne lag. Da waren Sie doch auch recht glücklich mit dem wirtschaftlichen Erfolg Ihres Unternehmens. Wurde Ihnen die Produktion im Reinraum schliesslich vom Markt aufgezwungen?

PETER HIRSCHI: So ist es. Ich möchte sagen, es war ein wenig so wie es der Ausdruck «Vogel friss oder stirb» beschreibt. Wir standen vor der Problematik, entweder mit der Zeit zu gehen oder eben nicht mit der Zeit zu gehen. Es ist doch so: Entweder bewegt man sich so wie es der Markt verlangt oder man wird dahingerafft. Das tönt brutal, aber so ist es und so erging es uns.

Ich muss die Frage nochmals stellen: War es wirklich so, dass vor der Zeit, da Sie das Projekt Reinraumproduktion anpackten, niemand, keiner Ihrer Kunden, eine Produktion unter Reinraumbedingungen verlangte?



1. April 2014 in Rohrbach BE: Peter Hirschi (rechts), Inhaber und Geschäftsführer der Lanz-Anliker AG, im Gespräch mit Dr. Felix Wüst von der Redaktion SWISS PHARMA.

PETER HIRSCHI: Ich muss Sie enttäuschen: Nein, das wurde nie explizite verlangt. Wir mussten zwar oft bestätigen, dass wir flusenfrei produzieren, weil eben Reinheit bei der Herstellung unserer Produkte schon immer ein grosses Thema war. Daher wurde überall an Produktionstischen aus Glas oder Edelstahl gearbeitet, die man gut reinigen konnte und was uns gestattete, eine sehr saubere Produktion zu garantieren. Aber sobald von uns mehr und mehr verlangt wurde, dass wir unter genau vorgeschriebenen Bedingungen für Reinheit produzieren müssten, waren wir am Anschlag. Bald mussten wir feststellen, dass sich auch unsere Mitbewerber diesen neuen Anforderungen stellten. Es blieb uns damit nichts anderes übrig, als das Projekt der Produktion im Reinraum schleunigst in Angriff zu nehmen. Aber wie das bei der Lanz-Anliker AG schon immer war, haben wir die Idee zuerst realisiert und erst dann unsere neuen Möglichkeiten kommuniziert. Kommt dazu – auch das ist eine Tradition bei uns seit der Gründung des Unternehmens – dass wir das gesamte Projekt eigenfinanziert ausführen wollten.

Kerngeschäft Ihres Unternehmens ist die Entwicklung und Herstellung technischer Textilien, die Sie in die verschiedensten Kundensegmente liefern. Für uns sind Ihre Kundenbereiche Pharma und Medizin vordergründig von Interesse. Können Sie die Bedeutung der einzelnen Bereiche in groben Zügen quantifizieren?

PETER HIRSCHI: Ich verstehe Ihre Frage. Für Ihre Leserschaft ist es sicher von Interesse, dass unsere Produkte in den Bereichen Filtration und Medizin zum Einsatz gelangen. Weniger interessieren dürfte, dass wir auch die Bereiche Militär, Reitsport, Sattlerei und Verkehrsmittelinterieurs zu unseren Kunden zählen. Rund 50% unserer Produktion entfällt auf die Bereiche Filtration, Fest-/Flüssigtrennung und Entstaubung. Von diesen 50% werden etwa 15% für das Segment Pharma unter Reinraumbedingungen konfektioniert; Tendenz stark steigend. Und da befinden wir uns erst am Anfang einer voraussichtlich bedeutenden Entwicklung, denn wir haben ja eben erst so richtig damit begonnen, über unsere neuen Möglichkeiten in der Produktion zu kommunizieren.

Von der Sattlerei zu einem international tätigen Industrieunternehmen

Die Firma Lanz-Anliker AG besteht seit 1919 – nunmehr seit 95 Jahren! 1995 nahm Peter Hirschi bei der Firma seine Tätigkeit auf. Damals waren im Unternehmen etwa 40 Personen beschäftigt und man arbeitete praktisch ausschliesslich für die Schweizer Armee. Im Laufe der Zeit wurde dieser Absatzbereich aber immer mehr zurückgefahren und die Lanz-Anliker AG musste sich nach neuen Geschäftsfeldern umsehen. So wurde Anfangs der neunziger Jahre der Bereich Filtration auf sehr kleinem Niveau gestartet. 1999 konnte Peter Hirschi die Firma aus dem Eigentum der Familie Lanz herauskaufen. Heute zählt die Firma drei Aktionäre. 60 Prozent der Aktien hält Peter Hirschi. Die übrigen 40 Prozent sind auf zwei Kollegen von Peter Hirschi aufgeteilt. Der eine ist Anwalt mit eigener Anwaltskanzlei. Der andere ist ein Finanzmann, der Direktor einer bekannten Privatbank ist. Damit hat Peter Hirschi zwei Top-Partner im Boot, kann aber als Mehrheitsaktionär frei entscheiden. Die beiden Partner haben ihre klar definierten eigenen Aufgaben und Peter Hirschi kann mit seinem 60-Prozent-Anteil am Unternehmen den Betrieb so führen wie er es vor Ort richtig findet. Heute beschäftigt das Unternehmen etwa 70 Personen. Die Filtration für Fest-/Flüssig-Trennung und Entstaubung macht etwa 50 Prozent des Umsatzes aus. Die restlichen 50 Prozent entfallen auf die technische Konfektion für verschiedene Abnehmerkreise.

Das tönt so, als würden Sie diesem neuen Produktionsbereich in Zukunft erhöhte wenn nicht prioritäre Aufmerksamkeit schenken. Die traditionellen Aktivitäten könnten dann etwas in den Hintergrund treten?

PETER HIRSCHI: Nein, Herr Wüst, das ist definitiv nicht so. Das wäre grundfalsch und das würde den reichen Erfahrungen, die wir während den Krisenjahren gemacht haben, diametral entgegenstehen. Diese alten Stammgebiete unserer Aktivitäten haben uns in der Krise durchgetragen, überleben lassen. Die Filtration hatte damals ziemlich gelitten, denn wo die Wirtschaft weniger produziert, werden auch weniger Produkte aus der Filtration gebraucht. Damals in diesen schwierigen Zeiten waren wir heifroh, dass wir uns mit den alten Tätigkeitsbereichen durchfuttern konnten. Wir schätzten uns glücklich, auf den Gebieten Medizin, Sattlerei, Verkehrsmittelinterieurs usw. eine Steigerung verzeichnen zu können. Das hat uns sehr geholfen. Wir mussten nie an Kurzarbeit denken, wir hatten «full house». Das werden wir nie vergessen. Daher nehmen wir diese traditionellen Unternehmensbereiche so ernst wie die 50% der Filtration. Das eine braucht das andere. Fast möchte ich sagen, das verhält sich so wie es in einer guten Ehe der Fall ist.

Aber seien wir ehrlich: Es ist doch ein himmelweiter technologischer Unterschied zwischen der Herstellung eines so schmucken, kleinen, hellbraunen Lederrucksäckleins, wie Sie es in der Vitrine Ihres Entrées ausgestellt haben, und den Produkten, die Sie beispielsweise Roche oder Novartis liefern? Die Diskrepanz wird noch



Einblick in die Filterkonfektion.



Filterkonfektionsraum entspricht der Reinraumklasse 7.



Diverse Siebzylinder.

krasser – wenn Sie mir erlauben Sie etwas auf die Schippe zu nehmen – wenn man die Schwingerhosen in der Vitrine sieht, mit denen Sie wohl jahraus jahrein die Schwinger im Land beliefern und damit die Lanz-Anliker AG jeweils auch am Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest markant präsent ist. Passt das wirklich zu Ihrem Angebot an die Kundenbereiche Pharma und Medizin?

PETER HIRSCHI: Ja, das passt zusammen, weil ja im jeweiligen Produktionsbereich die dafür ausgebildeten und befähigten Mitarbeitenden eingesetzt sind. Wir haben da unsere ganz eigene Praxis bei der Selektion und Schulung unserer Leute. Oft durchläuft eine Mitarbeiterin, ein Mitarbeiter zuerst Stationen im Betrieb mit eher einfachen Anforderungen. Im Verlauf von ein, zwei Jahren haben sich einzelne dieser Personen Kenntnisse angeeignet, die sie für den Einsatz im Filtrationsbereich befähigt.

Kehren wir zurück zum neuen Reinraum. Welche Produkte werden heute dort konfektioniert?

PETER HIRSCHI: Das sind Produkte, die in Wirbelschichttrocknern bis hin zu Zentrifugen zum Einsatz gelangen, also Säcke, Tücher, Filterschläuche, Filtereinsätze, Filterrondellen die für die Flüssig-/Festtrennung benötigt werden.

Sie können aufatmen. Die Produktion im Reinraum läuft auf Hochtouren. Das Schiff Lanz-Anliker AG fährt in ruhigen Gewässern und steuert von Erfolg zu Erfolg. Müssten Sie das wirklich alles vergessen, wenn Sie nicht den Mut zur doch recht bedeutenden Investition in die Produktionsausweitung Richtung Reinraum gehabt hätten?

PETER HIRSCHI: Definitiv! Wenn ich unseren Kunden nur noch das Segment ohne Reinraum anbieten könnte, würde es uns mit Sicherheit nicht mehr gut gehen und der Ausgang einer Geschäftsbeziehung wäre dann oft nur vom Preis abhängig. Einverstanden, der Reinraum kommt nur zum Zug wo es sein muss. Wo eine Produktion ohne Reinraum genügt, wird darauf verzichtet, eben weil dann die Preislage günstiger aussieht. Die Sache hat noch einen anderen Haken. Ich muss heute in der Lage sein, einen Kunden vollumfänglich beliefern zu können, mit oder ohne Reinraumproduktion. Müsste ich dem Kunden mitteilen dass wir nicht über die Möglichkeit der Produktion im Reinraum verfügen, müsste ich riskieren, dass mir die Felle auch bei der herkömmlichen Konfektion davon schwimmen und ich den Kunden ganz verliere. Um es nochmals zu betonen: Es war ein absolutes Muss diese Investition in den Reinraum zu tätigen.

Vor Jahren sprachen Sie von einer Hand voll Konkurrenten mit denen Sie im Wettbewerb stehen. Hat sich Ihre Position in diesem Wettbewerb mit der Einrichtung des Reinraums markant verbessert?

PETER HIRSCHI: Das kann man wohl mit ja beantworten, zumal definitiv noch nicht alle unserer Mitbewerber den Reinraum anbieten können. Wir haben damit einen ins Gewicht fallenden Wettbewerbsvorteil.

Wie lange hält dieser Wettbewerbsvorteil?

PETER HIRSCHI: Ich hoffe das wir uns einige Jahre daran erfreuen können. Wir wissen was die letzten zehn Jahre an Veränderungen gebracht haben. Wir sind darauf eingestellt, dass die nächsten zehn Jahre wieder so viele, wenn nicht noch mehr Veränderungen bringen werden. Unsere Herausforderung ist es, Veränderungen anzu-



Wirbelschichttrockner in allen möglichen Ausführungen.



Zentrifugensäcke mit Innenkonus in unterschiedlichen Grössen.



Firmengebäude in Rohrbach BE.

nehmen und neue Gegebenheiten auf den Märkten zu meistern. So ist das Wirtschaftsleben. Das ist für einen Unternehmer «courant normal». Im Wettbewerb muss man ja die Nase immer ein wenig weiter vorne haben als andere. Da hilft es uns enorm, dass wir bei unserer Arbeit ständig dazu lernen. Jede neue Verarbeitungsmöglichkeit, jede neue Technologie geht mit einem Lerneffekt einher. Das kann man nirgends kaufen. Das kann man auch nicht bei irgendeiner Weiterbildung vermittelt bekommen. Aber wir können uns die Verbesserung der Kompetenz in unserem Geschäft täglich erarbeiten. Das bringt es dann unweigerlich mit sich, dass wir – um das Bild zu wiederholen – die Nase immer ein wenig weiter vorne haben als die Konkurrenz.

In den Unterlagen über die Lanz-Anliker AG ist erwähnt, Sie seien Roche-zertifiziert. Welch ein Label! Zertifizierung ist wohl eine überaus wichtige Komponente in Ihrem Unternehmen.

PETER HIRSCHI: Richtig. Unsere grosse Produktpalette und unsere hohe Qualitätskompetenz haben sich in Zertifizierungen verschiedenster Art niedergeschlagen. Wir sind zertifiziert nach ISO 9001:2008, ISO 13485:2003 für Medizinalprodukte und ISO 14001:2005 beim Umweltmanagement. Das sind wichtige Kernelemente um im weltweiten Wettbewerb erfolgreich bestehen zu können. Eine Zertifizierung durch eine Firma wie die F. Hoffmann-La Roche AG ist natürlich das Tüpfelchen auf dem i. Da wir wie eben erwähnt auch die Norm für Medizinalprodukte erfüllen, haben wir die Qualitätskompetenz um beispielsweise auch Roche Mannheim zu beliefern. Und Sie wissen: Wenn man bei Firmen dieser Super League einmal durch Qualitätsarbeit und der Gewährleistung von Kontinuität bei der Leistungserbringung anerkannt und registriert ist, dann ist man in der Regel immer wieder als Lieferant willkommen. Im Falle von Roche erweist sich diese uns attestierte Qualifikation besonders

segensreich, indem wir mittlerweile Aufträge von Roche-Niederlassungen in aller Welt entgegennehmen dürfen. Das ist auch ein Aspekt der Globalisierung. Die international tätigen Konzerne sind heute so vernetzt dass man als Lieferant – wenn man einmal positiv gelistet ist – immer wieder angesprochen wird, sei es nun aus Südafrika, China, Indien, Russland, Amerika und von woher man uns auch immer kontaktiert.

Jetzt haben wir ausgiebig von Roche gesprochen. In der Schweiz gibt es aber – bei extensiver Interpretation des Begriffes – rund 120 Pharmahersteller. Dazu kommen in Ihrem Kundenbereich noch die viel zahlreicheren Chemieunternehmen. Roche ist sicher ein bedeutender Kunde für Sie. Aber all die anderen Pharma- und Chemiebetriebe im Land: Wieviele davon können Sie zu Ihrem Kundenstamm zählen?

PETER HIRSCHI: 95 bis 97 Prozent.

Das ist ja gewaltig! Dazu darf man Ihnen gratulieren. Das beweist wieder einmal mehr, dass wir in der Schweiz KMU haben, die sich im In- und Ausland erfolgreich durchsetzen. Das führt mich zur Frage, ob Sie der Leserschaft kurz Ihre Märkte in der Schweiz, in Europa und ausserhalb Europas charakterisieren könnten.

PETER HIRSCHI: Am liebsten ist mir der Heimmarkt. Man sagt ja, es sei nirgends schöner zu spielen als zu Hause. Das ist auch meine Devise. Der Heimmarkt hat bei uns in der Aquisie immer erste Priorität. Wir haben aber bald eindeutig erkannt, dass der Heimmarkt für unsere Unternehmensgrösse zu klein geworden ist. Somit waren wir gezwungen, uns nach ausländischen Märkten umzusehen, womit dann in einem ersten Schritt Europa für uns ein wichtiger Part-



Einblick in den Reinraum.

ner wurde. Nun verhält es sich aber so dass die Konkurrenz auf den Märkten Europas wesentlich stärker ist als auf dem Schweizer Markt. Wo die Konkurrenz härter ist ist auch der Preisdruck grösser. Wir konnten uns dieser Herausforderung aber stellen und seit einigen Jahren auf dem europäischen Markt erfolgreich operieren. In Italien, Holland, Belgien, Frankreich, natürlich auch in Deutschland sind wir präsent. Deutschland ist für uns ein sehr bedeutender Markt geworden. All das gesagt muss ich aber «loud and clear» festhalten, dass die Märkte, auf denen wir wirklich massiv zulegen konnten, ausserhalb Europas liegen. Ich spreche da von Indien, Japan, China, die Amerikas. Hier kann ich an das anknüpfen, was wir vorhin im Zusammenhang mit unserer Roche-Zertifizierung erwähnt haben. Dank der Tatsache, dass wir im Heimmarkt sehr gut verankert sind, können wir zahlreiche Schweizer Firmen der Pharma- und Chemiebranche zu unseren Stammkunden zählen. Viele dieser Firmen haben ihren Hauptsitz in der Schweiz und Niederlassungen in aller Welt. Damit haben wir indirekt Zugang zu deren Tochter- und Schwestergesellschaften und über diese Netzwerke haben wir den Zugang zum weltweiten Filtermarkt gefunden.

Das ist ja eine echte Erfolgsstory! Sie haben Ihre Märkte beschrieben. Jetzt wäre noch interessant, Näheres über die Art und Weise zu erfahren wie Sie diese Märkte bearbeiten. Erfolgt dies über eigene Niederlassungen oder Vertretungen?

PETER HIRSCHI: Deutschland, Österreich und die Schweiz werden von hier aus betreut. Ein Mitarbeiter im Aussendienst bearbeitet die Märkte in der Schweiz und in einem Teil Österreichs. In Deutschland

und im restlichen Teil Österreichs ist eine Handelsvertretung aktiv, die diese Märkte unter unserem Namen bedient. In Holland und Belgien sind wir über eine Vertretung, die Firma Merren & La Porte B.V. in 5301 KM Zaltbommel in den Niederlanden, aktiv. Diese Vertretung verkauft unsere Produkte unter ihrem Namen; aber es wird restlos alles was auf diese beiden Märkte gelangt von uns konfektioniert. Nach dem gleichen Prinzip operieren wir in Italien. Es ist nun einmal so dass die Italiener lieber bei einem Italiener einkaufen als bei einem Fremden. Ich darf hier beifügen, dass wir auf dem italienischen Markt sehr erfolgreich arbeiten. Die ganze übrige Welt, das ganze Exportgeschäft ausserhalb Europas, wird direkt ab Rohrbach BE betreut. Auf diesen Märkten finden wir unseren Zugang insbesondere mit unserer Präsenz auf Messen, insbesondere auf Fachmessen für den Bereich Filtration. Wir besuchen Jahr für Jahr fünf bis sechs solche Messen überall in der Welt.

Die Messeveranstalter, die unser Interview lesen, werden sich freuen! Ich höre immer wieder bei Firmenbesuchen, die Präsenz an Fachmessen sei zu aufwendig, zu teuer geworden. Und nun liefern Sie hier ein feuriges Bekenntnis pro Fachmessen ab, ja Sie verlassen sich, wenn ich das richtig verstehe, für Ihre Kontakte zu Kunden ausserhalb Europas zur Hauptsache auf die Hoffnung, dass Sie an Ihrem Ausstellungsstand auf internationalen Fachmessen den Besuch von interessierten künftigen Abnehmern Ihrer Produkte erwarten können.

PETER HIRSCHI: So ist es. Diese Fachmessen sind für uns das A und O. Wir haben uns beispielsweise praktisch total von der Anzeigen-



Konfektion von Filtern im Reinraum.

werbung in Fachzeitschriften zurückgezogen. Dort erscheint eine Anzeige, wird von uns teuer bezahlt und ist morgen vergessen. Fachmessen sind für mich der Barometer, der mir gegenwärtige und zukünftige Entwicklungen auf den Märkten aufzeigt. Da stehe ich dann selber an vorderster Front an unserem Ausstellungsstand. Ich besuche Anwendermessen, Maintenance-Messen usw. Dort treffe ich die Leute die an den Maschinen stehen und selber bei der Arbeit Hand anlegen. Von Ihnen erfahre ich, mit welchen Problemen vor Ort sie konfrontiert sind und was eigentlich unternommen werden sollte, um diese Probleme zu meistern. Dieser persönliche Kontakt mit den Direktbetroffenen ist für uns der Gradmesser für alles. Die Tuchföhlung mit diesen Leuten erlaubt es uns auch, dass wir die Entwicklung von neuen Produkten nicht immer selber erfinden müssen. Wir bekommen die Ideen für Neues oft gratis und franko domizil von diesen Messekontakten geliefert. Da bekommen wir Inputs auf ganz breiter Front. Ich kann auf diese Weise Informationen aus aller Welt sammeln, sichten, analysieren und daraus meine Schlüsse ziehen. Das Ziel einer Präsenz an einer renommierten Fachmesse ist nicht unbedingt die Aquisse eines neuen Kunden. Natürlich ist das immer etwas Erfreuliches. Aber wie gesagt geht es mir in erster Linie darum, den Markt zu spüren, damit ich weiss was dort aktuell abläuft. Heute wird ja viel mit Umfragen gemacht, deren sogenannte Ergebnisse dann teuer verkauft werden. Diese Marktforschungsinstitute belästigen einem am Telefon mit tausend vorgedruckten Fragen, die oft auch nur deswegen beantwortet werden, weil man den Fragesteller loshaben will. Anders der Messebesucher, der auf unseren Stand kommt. Der hat ein echtes und konkretes Problem, das er uns schildert. Dann sitzt man zusammen und diskutiert darüber. Und, siehe da, plötzlich kommt noch ein

zweiter, dritter und vierter Besucher mit ähnlichen Problemen zur Runde dazu und dann wird es interessant. So entstehen neue Ideen und neue Märkte.

Dem darf noch eine interessante Komponente beigefügt werden: Wer auf Ihren Messestand kommt, der will etwas von Ihnen. Damit sind Sie bei der Preisbestimmung verhandlungstechnisch im Vorteil. Trifft das zu?

PETER HIRSCHI: Ja, definitiv. Das ist total verschieden von der sogenannten Kaltaquisse, wo man per Telefon eine unbekannte Person anspricht. Ich sehe ja, wie so etwas bei mir ankommt. Da ruft mir jemand an, den ich nicht kenne. Ich will diesen Kontakt gar nicht. Es sind ohnehin zu viele, die mir anrufen. Das wird mit der Zeit lästig und man wird geradezu allergisch auf diese Art von Annäherungsversuchen. Lassen Sie mich auf die Fachmessenatmosphäre zurückkommen. Da erlebe ich den Besuch einer echt interessierten Person, der ich unsere Fachkompetenz erklären kann. Das interessiert diese Person; sie wünscht vielleicht, einmal bei uns im Emental vorbeizukommen. Dann sind wir mit einem Bein schon im Geschäft.

Nochmals zum Stichwort Messen: Im Jahre 2012 fand zum ersten Mal eine Messe mit dem Namen MAINTAIN statt, eine internationale Fachmesse für industrielle Instandhaltung. Da war eine einzige Firma aus der Schweiz so schlau, diese Veranstaltung als Aussteller zu nutzen; das war Ihre Firma, die Lanz-Anliker AG.



Lasercutter CAD-gesteuert. Schnittbreite bis 248 cm.



PV-Anlage mit 162 KWh Leistung.

Jetzt findet diese Fachmesse als MAINTAIN 2014 vom 3. bis 6. Juni 2014 – parallel zur AUTOMATICA 2014 in München (D) zum zweiten Mal statt. Nun sind es – Stand heute (1. April 2014; Red.) – immerhin schon drei Firmen aus der Schweiz, die dort als Aussteller präsent sein werden; darunter wiederum die Lanz-Anliker AG. Ihre Präsenz an der ersten MAINTAIN 2012 muss Sie überzeugt haben.

PETER HIRSCHI: Unsere damalige Anwesenheit an der MAINTAIN 2012 war derart erfolgreich, dass wir gleich zu Ende der Messe für die nächste Messe gebucht haben. An dieser Messe haben wir präzise jene Leute auf dem Stand begrüßen können, von denen wir vorhin gesprochen haben, Leute die selber für den Betrieb und die Instandhaltung von Maschinen, Anlagen, Prozessen usw. verantwortlich sind. Diese Leute bekommen von ihrem Arbeitgeber einen Tag Urlaub für den Messebesuch, weil der Arbeitgeber weiss, dass sein Mitarbeiter auf dieser Messe dank dort erhaltenen Anregungen womöglich eines oder mehrere seiner Probleme bei der täglichen

Arbeit einer Lösung zuführen kann. Ich will auf einer Fachmesse gar nicht in erster Linie den Einkäufer eines Unternehmens treffen, bei dem ohnehin meist der Preis im Vordergrund des Interesses steht. Ich will den Anwender treffen, bei dem die Problemlösung im Mittelpunkt des Interesses steht, nicht der Preis.

MAINTAIN 2014 – Die Besucher interessieren sich für das Thema industrielle Instandhaltung. Sind das auch Leute aus den Bereichen Pharma und Medizin?

PETER HIRSCHI: Nicht nur, aber auch! Wir begrüßen alle Standbesucher mit der gleichen Aufmerksamkeit. Sie bringen uns nicht nur Aufträge ins Haus, sondern – wie gesagt – auch viele gute Ideen für neue Verfahren und Produkte.

Sie haben schon bei unserem letzten Gespräch erwähnt, dass Sie die Bereiche Pharma und Medizin gezielt pflegen und ausweiten werden. Ist es Ihnen gelungen?

PETER HIRSCHI: Bei aller Bescheidenheit – es ist uns mehr als nur gelungen! Wir sind da sehr gut unterwegs und das ist nach wie vor eines unserer grossen strategischen Ziele. Einer der Gründe dafür ist der, dass die von den Kunden aus diesen Bereichen gestellten Anforderungen sehr hoch sind und wir entsprechend, bei Erfüllung aller Kundenwünsche, auch einen guten Preis für unsere Leistungen erzielen. In Bereichen, wo sich das Gros der Marktanbieter tummelt, die Anforderungen eher gering und entsprechend die zu erzielenden Preise niedrig sind, da finden Sie uns nicht. Die Schweiz ist ein Hochpreisland. Wir sind gezwungen, Produkte und Dienstleistungen anzubieten mit denen sich auch ein hoher Preis erzielen lässt.

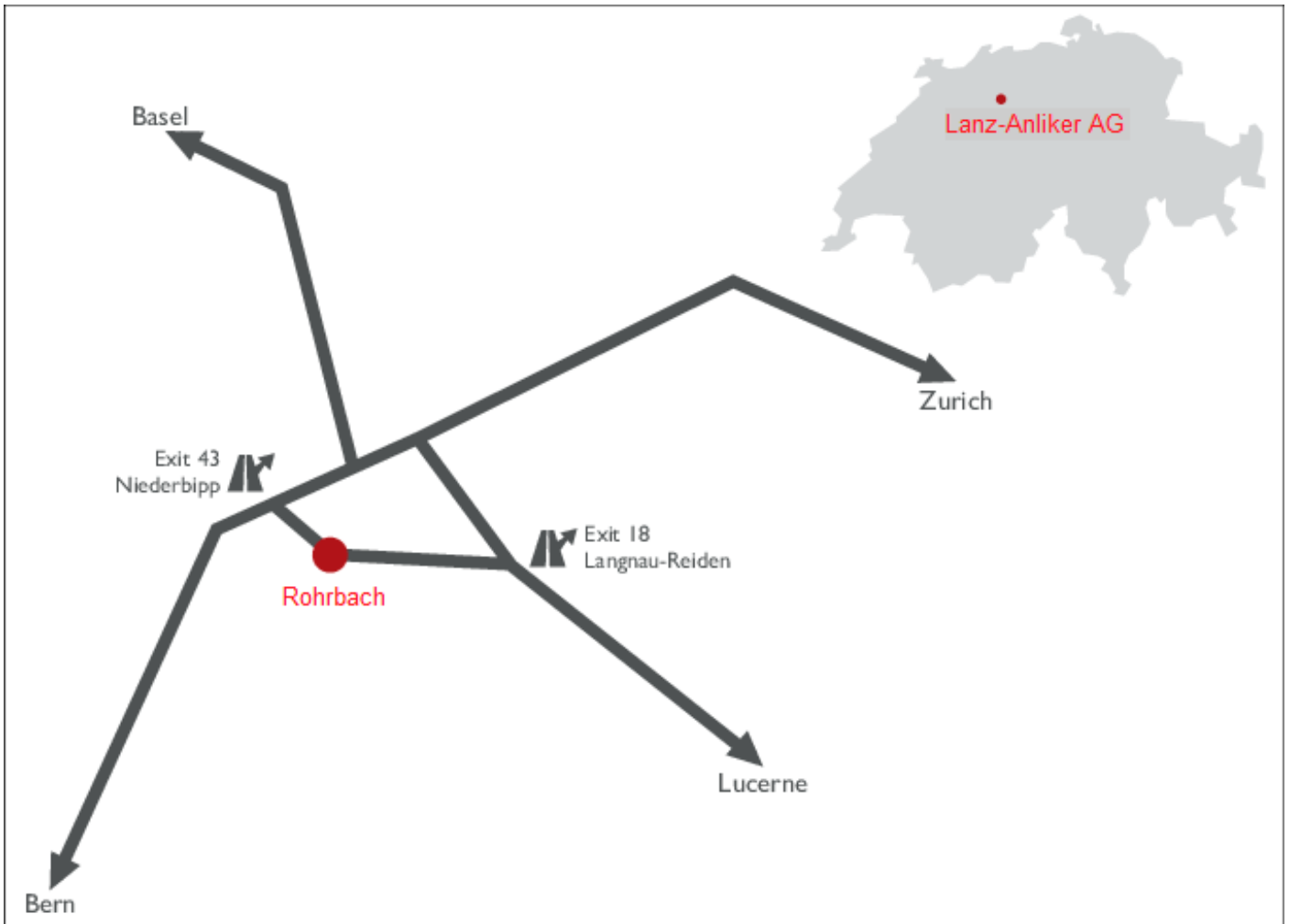
Zum Schluss hätte ich noch eine Frage ganz anderer Art, Herr Hirschi. Im Entrée liegt ein Papier mit dem Titel «Lanz-Anliker hilft ...» auf. Damit wird die am 24. November 2008 gegründete Lanz-Anliker-Stiftung vorgestellt, die sich die finanzielle Unterstützung gemeinnütziger Institutionen mit Sitz im In- und Ausland, besonders aber die Unterstützung des Alters- und Pflegeheims Bethesda in Cluj, einer Stadt mit rund 300 000 Einwohnern in Rumänien, zur Aufgabe gemacht hat. Wie kamen Sie auf diese Idee?



Internationale Fachmesse für industrielle Instandhaltung
03.–06. Juni 2014, Messe München
International Trade Fair for Industrial Maintenance
June 3–6, 2014, Messe München, Germany
www.maintain-europe.com

Schweizer Vertretung:
INTERMESS DÖRGELOH AG, Zürich
E-mail: intermess@doergeloh.ch
www.doergeloh.ch
Tel. +41 43 244 89 10

Die MAINTAIN 2012 wurde von 40 Personen aus der Schweiz besucht. Für die MAINTAIN 2014 erwartet die Messe München 50 Besucher aus der Schweiz. 2012 waren 2 Aussteller aus der Schweiz auf der MAINTAIN vertreten. Für 2014 haben sich bis zum Redaktionsschluss (13. 03. 2014) 3 Firmen aus der Schweiz für eine Präsenz als Aussteller in München entschieden.
(Für tagesaktuelle Angaben siehe www.maintain.europe.com)



PETER HIRSCHI: Das ist eine alte Geschichte. Ich bin schon zu Zeiten, in denen die ehemaligen Ostblockländer noch unter dem Regime des Kommunismus lebten, in den Osten gereist. Wir haben als junge Leute – damals um die zwanzig Jahre alt – Hilfsgütertransporte nach Ungarn, Rumänien und andere Länder organisiert und sind mit den gesammelten Waren auch selber in diese Länder gefahren. Das war eine recht abenteuerliche Zeit. Damals sind Freundschaften entstanden, die bis heute Bestand haben. Eine dieser Freundschaften besteht mit einem Herrn Stucky Horvath, ein gebürtiger ungarischstämmiger Rumäne. Seine Mutter war Deutsche, weshalb er perfekt deutsch spricht. Er ist heute in etwa im gleichen Alter wie ich und wir sind bis heute enge Freunde. Die Idee, Leuten die es im Leben nicht so einfach haben, zu helfen, ist eine Einstellung die ich von meinen Eltern gelernt habe. Diese Hilfsbedürftigen stehen auf der Schattenseite des Lebens, während ich mich heute eher auf der Sonnenseite befinde. Da empfinde ich es als etwas vom Dankbarsten, Menschen etwas zukommen zu lassen die in ihrem Leben nicht so sehr vom Glück begünstigt wurden. Konkret begann das so, dass ich 2008 überraschenderweise und ohne jegliches Dazutun meinerseits zu einem grösseren Geldbetrag gekommen bin. Ich habe dafür nichts geleistet; er wurde mir geschenkt. Ich wollte dieses Geld nicht für mich beanspruchen, weil ich dafür keinerlei Leistung erbracht hatte. Und daraus wurde dann das Startkapital für die Lanz-Anliker-Stiftung. Heute ist das eine eingespielte Einrichtung, mit der wir Menschen in der Not in der Schweiz aber eben auch in Rumänien Hilfe leisten können, die direkt bei den Bedürftigen ankommt. Wir konnten einem Pastor in Indien zu einem dringend benötigten Auto verhelfen. Wir sind in der Lage die Löhne für das Personal des erwähnten Altersheimes in Rumänien zu finan-

zieren und Vieles mehr. Ich kann Ihnen sagen, das gibt einem fast so viel, ja vielleicht sogar mehr Erfüllung und Zufriedenheit als der ganze wirtschaftliche Erfolg den man hat.

Herr Hirschi, alle Hochachtung für das was Sie mit dem von Ihnen geführten Team der Lanz-Anliker AG erreicht haben. Alle Hochachtung aber auch für die Hilfestellung an notleidende Menschen, die Sie mit der erwähnten Lanz-Anliker-Stiftung auf so bewundernswerte Weise erbringen. Ihren Mitarbeitenden, der Lanz-Anliker AG und Ihnen persönlich wünsche ich weiterhin viel Erfolg und Erfüllung bei allen Ihren Aktivitäten.

Kontakt:

Peter Hirschi
 Inhaber und Geschäftsführer
 Lanz-Anliker AG
 CH-4938 Rohrbach BE
 Schweiz

Telefon +41 (0)62 957 90 10
 Telefax +41 (0)62 957 90 15

E-Mail: info@lanz-anliker.ch
www.lanz-anliker.ch