



MeineFIRMA

Die auf Bewegungssimulatoren für die Luft-, Schiff- und Raumfahrt spezialisierte Acutronic mit Sitz in Bubikon wurde 1973 gegründet. Die Expansion in die USA erfolgte Ende der 80er-Jahre, 1996 übernahm Thomas W. Jung die Firma. Acutronic erzielt regelmässig zweistellige Umsatzzuwächse pro Jahr, die Mitarbeiterzahl liegt aber relativ konstant bei etwa 120. Exportrate: 100%. www.acutronic.com

Thomas W. Jung, Firma Acutronic: «Unsere Geräte sind bei Prestigeprojekten dabei.»

her. Mit diesen Geräten können Navigationssysteme für die Luft-, Schiff- und Raumfahrt getestet werden. Das ist insofern exotisch, als Acutronic in der Schweiz keinen Heimmarkt besitzt, die Exportrate liegt bei 100%.

Thomas W. Jung, der die Firma 1996 übernommen hat, ist ein engagierter und ambitionierter KMU-ler. Von Anfang an wollte er aber keine kleinen Brötchen backen, sondern «bei den ganz Grossen mitspielen», wie er lapidar meint, «sonst ist es langweilig». Er hat die Firma binnen zwölf Jahren derart fit getrimmt, dass zweistellige Umsatzzuwachsrate pro Jahr normal sind. Kein Wunder, Acutronic bewegt sich am äussersten Rand von dem, was technisch möglich ist. «Unsere Geräte sind meist bei Prestigeprojekten involviert, bei denen die Kunden weder Kosten noch Zeit scheuen.» Die NASA, Boeing oder EADS, zu denen auch Airbus gehört, sind die Endkunden. Acutronics-Bewegungssimulatoren waren beim Bau der Rakete Ariane 5, beim Pilatus PC-21 oder beim Airbus A400M im Einsatz.

Um möglichst nahe am weltweit grössten Markt der Raumfahrtindustrie, den USA, zu sein, hat Acutronic in Pittsburgh eine zweite Niederlassung. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen 120 Mitarbeiter, fast alle Elektro- und Luftfahrtingenieure oder Maschinenbauer.

1973 gegründet, war Acutronic zwar Pionier in der Entwicklung des ersten echten digitalen Controllers für Flugbewegungssimulatoren und hat heute die weltweite Marktführerschaft in diesem Umfeld inne; dennoch bleibt Firmenchef Jung bescheiden. Für den Unternehmer ist der Standort Schweiz nicht nur «unwichtig», sondern im Fall Acutronic sogar ein Handicap

› unsere Kunden so einmalig macht», sagt Bamix-Chef Eigenmann. «Wir haben ein modulares System, bei dem wir jedes Teil ersetzen können, wenn es einmal kaputtgegangen ist.»

Qualitative Bandbreiten, die andere Hersteller nicht aufweisen. Selbst in China,

dem Land, in dem die meisten Plagiate entstehen, schätzen die Kunden diese Schweizer Qualität. «Unsere Scheren sind dort Prestigeobjekte», sagt Perrin, «wer es sich leisten kann, kauft europäische Qualität.» «Swiss made», darin sind sich Laurent Perrin und Erich Eigenmann einig, ist nach wie vor ein starkes und glaubwürdiges Qualitätssiegel. Daher stellt sich Esge/Bamix auf den Standpunkt, dass ein anderer Produktionsort als die Schweiz diesem Qualitätsanspruch nicht gerecht werden könnte.

Schweiz bietet hohe Innovationskraft

Wird bei Felco und Bamix vor allem auf ein traditionelles Produkt gesetzt und dieses stets verbessert, trumpft die in Bubikon im Zürcher Oberland ansässige Acutronic mit Hightech auf. Das Unternehmen ist bei den grossen Raumfahrtbehörden der Welt in den USA, Indien oder Japan sowie bei Flugzeug- oder Schiffherstellern ein bekannter Name. Acutronic stellt hochspezialisierte Bewegungssimulatoren

Die Schweiz, ein erfindungsreiches Land

Die Schweiz betreibt eine aktive Patentpolitik: Verglichen mit anderen Ländern war die Eidgenossenschaft 2009 mit 114 Patenten pro Million Einwohner weltweit führend. Ähnlich viele Patente pro Million Einwohner wie in der Schweiz werden mit 111,5 in Japan angemeldet, gefolgt von Schweden mit 94 und Deutschland mit 75. Die angemeldeten Patente in der ganzen EU pro Million Einwohner liegen bei 29,5, und in den USA sind es 52,2. Damit ist und bleibt die Schweiz international das Land mit den meisten kreativen Köpfen.

gegenüber den Mitbewerbern: «In der Schweiz gibt es keinen Heimatmarkt, und die Personalkosten sind hoch.» Kompensiert werden diese Standortnachteile mit der Effizienz bei der Herstellung und einer hohen Innovationskraft. «Da müssen wir eben besser sein als die anderen», meint Jung nüchtern, «und dafür geben wir auch sehr viel Geld aus.»

Innovation ist auch das Zauberwort, das Kurt Kupper seit ein paar Jahren umtreibt. Genau genommen seit 2006, als er CEO von Reuge in Ste-Croix hoch über Yverdon wurde. Und für ein KMU mit 60 Mitarbeitern arbeitet, das ein traditionelles Produkt herstellt, das vom Zeitgeist überholt wurde: Reuge ist die letzte Schweizer Musikdosenfabrik. Und zugleich auch die weltweit letzte, die noch fähig ist, Musikdosen in dieser handwerklichen Qualität herzustellen. «Yes – we do exist!», sagt der frühere Hublot-Manager, und es klingt fast wie eine Beschwörung.

Produkte werden permanent verbessert

Wer Reuge besucht, der wird zunächst in einen Präsentationsraum geführt: holzgefärbte Wände, Vitrinen und in der Mitte ein mächtiger Tisch. Ringsum aufgereiht das, was das Haus seit über 100 Jahren herstellt: grosse und kleine Musikdosen, Musiktische, die mit wunderbaren Intarsien verziert sind, Vogelkäfige mit mechanischen Singvögeln. Doch dann fällt der Blick auf Objekte, deren Nutzen sich nicht auf Anhieb erschliesst. Das sind die Musikdosen der neuesten Generation. In Form von Segelschiffen oder gar in einen Ferrari-Motor eingebaut. Phantasie und neue Absatzmöglichkeiten sind gefragt: «Wir wollen den Schritt ins 21. Jahrhundert machen», sagt Kupper.

Luxus waren sie nämlich schon immer, die Musikdosen aus dem Welschland, wo sie neben und mit der Uhrenindustrie vor allem im ausgehenden 19. und im 20. Jahrhundert Grundstein einer florierenden Industrie waren. Und noch heute ist die Kundschaft eher betucht, sie kommt vor allem aus Japan, Asien, aus Moskau oder Dubai. Und als kürzlich Roger Federers Zwillinge das Licht der Welt erblickten, war es Arthur Cohn, der Basler Filmproduzent, der den beiden Mädchen jeweils einen Vogelkäfig mit zwei Singvögeln zukommen liess.

Seit Kupper Chef von Reuge ist, zieht er unermüdlich durch die Welt, um diesem «handwerklich hochstehenden und traditionellen Handwerk» wieder zu Populari-

tät zu verhelfen. Fotos zeigen ihn mit Micheline Calmy-Rey oder dem Dalai Lama, denen er mit vollendeter Verbeugung eine Musikdose «made in Switzerland» überreicht. «Wenn wir sichtbar sein wollen», sagt der Manager, «dann müssen wir überall auf der Welt dort zu finden sein, wo der Luxus zu Hause ist.» In den Edelgeschäften am Flughafen zum Beispiel, bei den Juwelieren. Denn er weiss, dass hochwertige, authentische Geschenke im Trend sind.

Ständig ausfeilen und verbessern

Auf diese Weise will er den Spitzenplatz, den die Dosen aus dem Hause Reuge haben, verteidigen und wo nötig wiederherstellen. Oder auch neu erobern. Denn das hat Reuge mit den anderen erfolgreichen Schweizer Weltmarktleadern unter den KMU gemeinsam: Sie werden nicht müde, die Qualität ihrer Produkte zu verteidigen, auszufeilen und zu verbessern. Und bleiben so vielleicht nicht einmalig, ganz gewiss aber einzigartig.

Wie werde ich Weltmarktführer?

Natürlich gibt es kein Patentrezept für KMU, wie man am einfachsten Weltmarktführer wird. Aber es gibt doch eine Reihe von Anhaltspunkten, die diese erfolgreichen Firmen gemeinsam haben:

- **High-End-Qualität:** Die Produkte besonders erfolgreicher Firmen sind qualitativ praktisch nicht zu schlagen. Dafür werden weder Kosten noch Aufwand gescheut.
- **Service:** Der Kunde und das von ihm gekaufte Produkt sind König. Jahrelanger perfekter Service und eine optimale Betreuung binden den Kunden eng an das Produkt.
- **Unique-Produkt:** Das angebotene Produkt ist in der Gesamtsumme seiner positiven Qualitäten sonst nirgends zu haben.
- **Nischenmarkt:** Der Erfolg beruht nicht auf Masse, sondern auf der Qualität des Produkts.
- **Glück:** Last not least gehört natürlich auch das nötige Quäntchen Glück dazu.

Meine FIRMA

Die in Ste-Croix gelegene Firma Reuge ist die letzte Zeugin der Epoche, in der der Waadtländer Jura eine Hochburg der Uhren- und Musikdosenindustrie war. Die 1865 gegründete Firma mit 60 Mitarbeitern ist die einzige Musikdosenfirma der Welt ihrer Klasse und wird seit vier Jahren von Kurt Kupper geleitet. 10'000 edle Musik- und Singvogeldosen verlassen die Manufaktur pro Jahr und gehen an Kunden aus der ganzen Welt. www.reuge.com

**Kurt Kupper,
Firma Reuge:
«Hochstehendes
und traditionelles
Handwerk.»**

