



Visits	117'163'873	20min.ch
Wert	104'600 CHF	8021 Zürich
		Schweiz (deutsch)
Artikel im Web		Tageszeitung (überregional)

Barbara Scherer

Diese Schweizer Unternehmen haben die Corona-Krise als Chance genutzt

Beatmungsgeräte und Innovationen

Diese Schweizer Unternehmen haben die Corona-Krise als Chance genutzt

Viele Firmen stehen wegen der Corona-Pandemie vor der Pleite. Doch einige Unternehmen konnten die Krise für sich nutzen. Wie das geht und welche Eigenschaften eine Firma dafür braucht.

1 / 8 Der Luzerner Kaffeemaschinenhersteller Thermoplan hat die Corona-Krise als Chance genutzt.

Zusammen mit Starbucks hat die Firma angefangen, Beatmungsgeräte herzustellen. (Symbolbild) Der Motorenhersteller Maxon in Sachseln hat in der Corona-Pandemie Motoren für Beatmungsgeräte hergestellt.

Darum gehts

Einige Schweizer Unternehmen haben die Corona-Krise als Chance genutzt.

Warum und wie die Firmen das gemacht haben, hat PWC Schweiz gemeinsam mit Economiesuisse untersucht.

Sie haben 6 wichtige Eigenschaften definiert, die Unternehmen krisensicher machen.

Die Corona-Krise setzt den Unternehmen heftig zu - die Zahl der Konkursöffnungen hat sich in der Schweiz von April auf Mai fast verdoppelt, wie eine Untersuchung des Wirtschaftsinformations-Unternehmens CRIF zeigt.

Doch nicht alle Firmen stehen kurz vor dem Bankrott: Unternehmen wie Hamilton Medical, das Beatmungsgeräte herstellt, oder der Luzerner Kaffeemaschinenhersteller Thermoplan sehen in der Krise auch Chancen und sind überzeugt, gestärkt aus dieser herauszukommen. Welche Firmen die Corona-Krise sonst noch für sich nutzen, erfährst du in der Bildergalerie.

Wieso diese Unternehmen die Corona-Krise meistern können, hat PWC gemeinsam mit dem Wirtschaftsdachverband Economiesuisse untersucht. Sie haben sechs wichtige Eigenschaften definiert, die Firmen brauchen, um Krisen zu überstehen:

Beziehung zu Kunden pflegen

Erfolgreiche Unternehmen pflegen eine persönliche Beziehung zu ihren Kunden: Das baut Vertrauen auf und zahlt sich in der Krise aus. So verstehen sich diese Firmen als Lösungsanbieter: «Sie haben das Ziel, das Produkt des Kunden besser zu machen», erklärt Norbert Kühnis, KMU-Experte der Beratungsfirma PWC Schweiz. Zudem sind solche Firmen auch gut vernetzt und setzen sich mit der Zukunft auseinander. Weshalb die meisten von ihnen bereits vor der Krise digital gut aufgestellt waren.

Nischen nutzen ohne einseitige Abhängigkeit

Wer spezialisiert und in einer Nische etabliert ist, hat die Krise besser überstanden. Wichtig dabei sei, dass ein Unternehmen nicht nur von einer Branche abhängig ist: «Firmen müssen in der Nische diversifiziert sein und ihre Produkte an verschiedene Industrien verkaufen können», erklärt Norbert Kühnis.

Krisenstarke Unternehmen setzen auf Nachhaltigkeit und nicht auf kurzfristige Gewinnoptimierung. Auch reduzieren sie ihre Bürokratie - das macht die Firmen flexibler und agiler. Das sei oft eine Stärke von Familienunternehmen, sagt Kühnis: «Dort vereinfachen kurze Wege und direkte Gespräche mit den Inhabern die Entscheidungsprozesse.» Zudem legen diese Unternehmen ihr Betriebskapital als Polster für schlechte Zeiten an und planen im Voraus für mögliche Krisenszenarien.

Innovativ sein

Um Krisen zu überstehen, müssen Unternehmen innovativ sein. «Wer austauschbar ist, hat verloren», so Kühnis. Firmen müssen ihren Kunden eine gewisse Einzigartigkeit bieten. Das ist laut Kühnis auch in vom Coronavirus stark betroffenen Branchen wie dem Tourismus möglich: «Statt einfach ein Bett muss den Gästen ein Erlebnis geboten werden, dann buchen die Leute auch wieder eine Übernachtung.»

Starke Führungspersönlichkeiten

Die erfolgreichen Firmen werden von starken Führungspersönlichkeiten geprägt. Diese führen eine optimistische Unternehmenskultur und bewahren Ruhe in der Krise. Sie sind nicht einfach nur Chefs, sondern entwickeln und tüfteln selbst an den Produkten, um diese weiterzubringen. «Ich würde Adrian Steiner, den CEO von Thermoplan, als eine solche Persönlichkeit beschreiben», sagt Kühnis. In der Krise ist er mit dem Kunden Starbucks kurzerhand in die Produktion von Beatmungsgeräten eingestiegen.

Ländliche Lage hat Vorteile

Auffällig ist, dass viele Unternehmen, die erfolgreich durch die Krise gekommen sind, in ländlichen Gebieten stationiert sind. «Das kann in Krisensituationen von Vorteil sein. Dort sind die Firmen sehr wichtige Arbeitgeber in der Region: Das stärkt das Gemeinschaftsgefühl», erklärt Norbert Kühnis, KMU-Experte der Beratungsfirma PWC Schweiz. Fühlen sich die Mitarbeiter als Teil der Firma, setzen sie sich meist stärker für das Überleben des Unternehmens ein, so Kühnis.