

«Wir wachsen schneller als der Markt»

Interview mit Roy Nussbaum (Starrkirch-Wil), Delegierter des Verwaltungsrates der R. Nussbaum AG in Olten

Bei der R. Nussbaum AG, führender Hersteller von Armaturen und Systemen der Sanitärtechnik, erwartet man für 2010 ein zweistelliges Umsatzwachstum und damit eines der besten Ergebnisse in der 107-jährigen Firmengeschichte. Darüber freut sich die Leitung des Oltners Unternehmens, die in der vierten Generation durch die Cousins Roy und Urs Nussbaum wahrgenommen wird.

VON JEAN HAAG

Herr Nussbaum, wie ist bisher das Geschäftsjahr 2010 verlaufen?

Roy Nussbaum: Wir liegen derzeit umsatzmässig um mehr als 10 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahres. Hält die erfreuliche Entwicklung bis Jahresende an, dürften wir eines der besten Ergebnisse seit Bestehen unserer Unternehmung erreichen. Wie Analysen zeigen, können wir in allen Bereichen unserer Angebotspalette zulegen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmass.

In welchem Bereich sind Sie besonders stark gewachsen?

Ein überdurchschnittliches Wachstum erreichten wir mit unserem Kunststoffrohrsystem Optiflex. Zu dieser positiven Entwicklung hat der neue Schnellverbinder Optiflex-prOfix beigetragen. So dann stellen wir fest, dass viele Kunden, die bisher nur ein Teil der Trinkwasserinstallation bei uns einkauften, heute alle Komponenten bei uns bestellen.

Wie hoch wird 2010 der Umsatz frankenmässig ausfallen?

Wir gehen heute davon aus, dass der Jahresumsatz in die Nähe von 170 Millionen Franken zu liegen kommt. Damit machen wir wieder einen bedeutenden Schritt nach vorne. Seit Jahren wachsen wir schneller als der Markt. 2003, als wir das 100-Jahr-Jubiläum unserer Firma feierten, überschritten wir die 100-Millionen-Grenze. Dies bedeutet ein Wachstum von rund 70 Prozent in sieben Jahren.

Worauf führen Sie das robuste Wachstum Ihres Unternehmens hauptsächlich zurück?

Wir verfolgen eine Strategie, welche auf die eigenen Stärken baut. Dafür möchte ich als Beispiel den Direktvertrieb erwähnen, der bei uns ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal ist. Unsere derzeit 13 Filialen, verteilt über die ganze Schweiz, bilden das Herzstück des Direktvertriebs. Die Kunden werden in den Filialen durch unsere Fachleute bedient und können die gewünschten Produkte direkt abholen. Diese Stärke wird von uns sorgsam gepflegt und weiterentwickelt.

Heisst dies auch, dass ein weiterer Ausbau des Filialnetzes geplant ist?

Ja, denn der Ausbau des Filialnetzes entspricht einer strategischen Zielsetzung. Natürlich müssen die Rahmenbedingungen stimmen. Zurzeit evaluieren wir mögliche Standorte im St. Galler Rheintal und in der Region Winterthur. Seit Januar dieses Jahres betreut die Firma Nyffenegger Armaturen AG einen Nussbaum Abholshop für den Raum Zürich-Nord. Erfreulich entwickelt sich auch unsere virtuelle Filiale. Der neue Onlineshop weist zweistellige Wachstumsraten auf.

In welche Richtung läuft der Trend bei Trinkwasserverteilsystemen?

Ich sehe drei Hauptentwicklungen. Verlangt werden qualitativ hochwertige Produkte. Stichworte sind minimale Druckverluste und hygienische Unbedenklichkeit. Sodann läuft der Trend hin zu Gesamtlösungen aus einer Hand, bei denen alle Komponenten aufeinander abgestimmt sind. Stärker gefragt werden umfassende Dienstleistungen wie kompetente Beratung, gezielte Schulungsangebote und eine hohe Lieferbereitschaft.

Innovationen gehören zu den Stärken Ihrer Firma. Womit waren Sie in den letzten Jahren besonders erfolgreich?

Grundsätzlich geht es uns bei Innovationen darum, praxisfreundliche Lösungen zu entwickeln, die dem Kunden einen Mehrwert bieten. Vor drei Jahren haben wir wegen stark steigender Rohstoffpreise das nickelfreie Optipress-Edelstahl-Systemrohr 1.4521 auf den Markt gebracht. Heute ist seine Verwendung Standard. Vor gut einem Jahr lancierten wir mit Optiflex-prOfix einen Schnellverbinder, der freien Durchfluss gewährleistet und werkzeuglos verarbeitet werden kann. Die Nachfrage steigt sprunghaft. Mit dem Fitting lässt sich auf einfache und rationelle Weise eine druckverlustoptimierte Trinkwasserinstallation erstellen, und eine Druckverlustnachrechnung erübrigt sich.

Wie fördern Sie Innovationen – gibt es dafür ein Erfolgsrezept?

In unserer Firma haben Innovationen einen hohen Stellenwert. Dies geht auch daraus hervor, dass dieser Bereich organisatorisch in einem eigenen Departement zusammengefasst ist. Über unsere direkten Kontakte zur Kundschaft erfahren wir einerseits, welche Wünsche und Anforderungen bei Installateuren bestehen. Andererseits verfügen wir über ein internationales Beziehungsnetz, woraus sich wertvolle Impulse und Anregungen für Produktverbesserungen oder Neuentwicklungen gewinnen lassen. Weiter sind auch die Fertigungstiefe der Fabrikation und das damit verbundene Know-how Quellen



Zur Person

Roy Nussbaum, 44, Delegierter des Verwaltungsrates der R. Nussbaum AG, studierte Wirtschaftswissenschaften an der Uni Bern. Ein Praktikum im Bereich Marketing führte ihn in die USA. Im Anschluss daran arbeitete er mehrere Jahre als Produktverantwortlicher in einem europaweit tätigen Telekommunikationsunternehmen. 1996 kam er, nach dem Tode seines Vaters, zu Nussbaum. Nach gut einem Jahr wurde er Mitglied der Geschäftsleitung, deren Vorsitz er zusammen mit seinem Cousin Urs Nussbaum 2002 übernahm. Roy Nussbaum wohnt in Starrkirch-Wil, ist verheiratet und Vater von zwei Kindern. Er ist u. a. Vorstandsmitglied der Solothurnischen Handelskammer. (JH)

für Innovationen. Wichtig für die zielgerichtete Umsetzung ist, dass neue Ideen auf klar definierte Schwerpunkte konzentriert bleiben, sodass man sich nicht verzettelt oder sich in Pseudoinnovationen verliert.

Vor rund einem Jahr haben Sie in Trimbach die neue Fabrikation für Armaturen in Betrieb genommen. Sind Ihre Erwartungen erfüllt worden?

Diese Frage kann ich mit einem eindeutigen Ja beantworten. Mit der neuen Armaturenfabrik ist die gesamte Wertschöpfungskette mit Giessen, Bearbeiten, Montieren, Lagern samt zentralem Vertrieb in Trimbach bei Olten lokalisiert. Es reduzieren sich die Transport-

wege, was auch ökologisch Sinn macht, die Flexibilität ist nachhaltig erhöht und die Kommunikation wird erleichtert. Offen gestanden, wüssten wir nicht, wie wir das starke Wachstum, das wir derzeit verzeichnen, ohne die neue Fabrikation bewältigen könnten.

Mit der Erstellung eines neuen Informations- und Schulungshauses in Trimbach, das Mitte nächsten Jahres bezogen wird, vollziehen Sie einen weiteren Expansionsritt. Welche Ziele verfolgen Sie damit?

Die Schulung bildet schon heute ein wichtiges Instrument im Rahmen unserer Dienstleistungen. Sei dies die dezentrale Schulung in den Filialen oder

die zentrale Schulung in Olten. Mit dem neuen Gebäude wollen wir die zentrale Schulung verstärken. Dabei soll interaktives Lernen eine grosse Rolle spielen. Grundlage dafür ist der Wissens- und Erfahrungsaustausch mit unseren Kunden, den wir intensiv pflegen wollen. Ferner möchten wir unseren Kunden eine optimale Infrastruktur zur Verfügung stellen und über die Theorie hinaus den Umgang mit unseren Produkten zu einem Erlebnis werden lassen.

Welche Wachstumsstrategie verfolgen Sie?

Grundsätzlich verfolgt Nussbaum eine organische Wachstumsstrategie. Unser Wachstum orientiert sich an Marktentwicklungen und an Kundenbedürfnissen. Weiter spielen in diesem Zusammenhang unsere Mitarbeitenden eine Rolle, denen wir interessante Arbeitsplätze bieten wollen, die ihnen individuelle Entwicklungschancen eröffnen. Auch soll Wachstum umweltverträglich erfolgen. Da es uns in den letzten drei Jahren inklusive diesem gelungen ist, unter strikter Einhaltung dieser Prämissen ein Wachstum zu erzielen, das um 5 Prozent über demjenigen des Marktes liegt, kann ich mir ein leises Schmunzeln fast nicht verkneifen, denn es erfüllt mich mit Befriedigung zu sehen, dass eine mittelständisch geprägte Strategie erfolgreicher sein kann, als diejenige von Konzerngebilden.

Welchen Herausforderungen sieht sich ein mittelständischer Betrieb Ihrer Grösse gegenübergestellt?

Darf ich einleitend erwähnen, dass wir stolz darauf sind, schweizweit das einzig verbliebene mittelgrosse Familienunternehmen in der Branche zu sein. Wir möchten weiterhin einen namhaften und anerkannten Beitrag dafür leisten, dass die Schweizer Sanitärbranche ihr global führendes Qualitätsniveau aufrechterhalten respektive ausbauen kann. Davon profitieren alle Beteiligten der Branche. Dass wir damit auch 370 Menschen in der Schweiz Arbeit geben und den Aktionären eine angemessene Dividende ausschütten können, erfüllt mich mit Freude und Dankbarkeit.

Weihnachten und Neujahr stehen bevor. Wie verbringen Sie die Festtage? Welche Bedeutung haben diese für Sie?

Diese Tage haben für mich eine besondere Bedeutung. Ich verbringe sie zu Hause im Kreise meiner Familie. Einerseits verschaffen sie mir eine Verschnaufpause, bedeuten Ruhe, Einkehr und Selbstbesinnung. Andererseits gibt es viele gemütliche Treffen mit Verwandten und Freunden. Das Aufgehobensein unter nahen Menschen, die Möglichkeit zu einsamen kontemplativen Betrachtungen empfinde ich in seiner Ambivalenz als das Aussergewöhnliche und Reizvolle dieser Tage.

INSERAT

www.omegawatches.com

Seamaster

OMEGA
swiss made since 1848

VERFÜGBAR BEI:

ADAM
UHREN BIJOUTERIE OLTEN

Hübelstrasse 19
4600 Olten
Tél: 062 212 10 20