



die baustellen

Fachzeitschrift für Hoch-/Tief- und Spezialbau Nr. 11 2015

25 Jahre Innovationskraft

Damals baute Markus Sager den ersten Industriekran allein, heute zusammen mit 40 Angestellten.

Strassenbau ohne Sackgasse

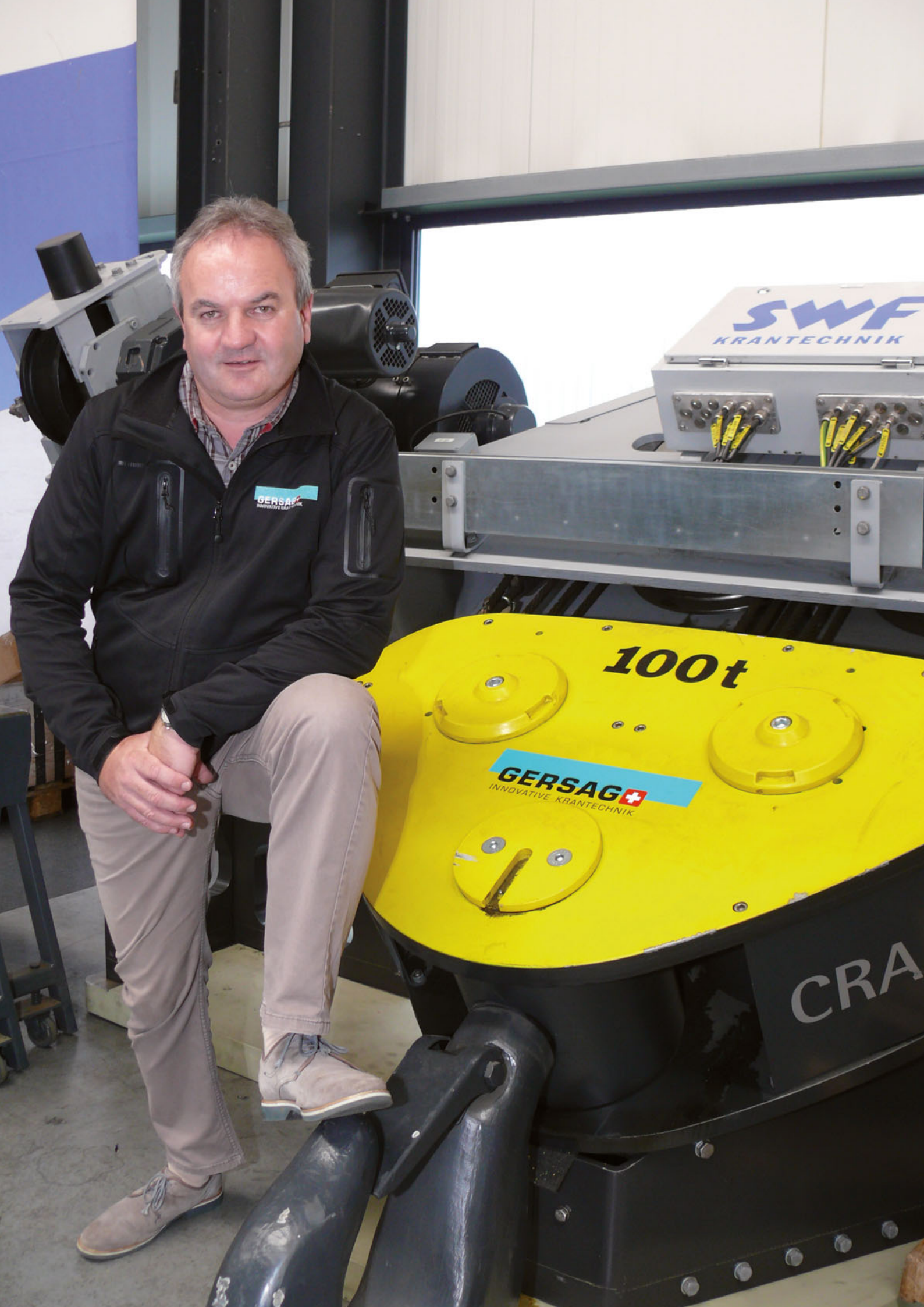
Moderne Konzepte für Verkehr und Technik.

Neue Standards am Bauobjekt

Die besten Referenzen der Schalungs- und Gerüstbauer.

Schweizer setzen auf Holz

Die Trends im Häuser- und Fassadenbau.



GERSAG
INNOVATIVE KRANTECHNIK

SWF
KRANTECHNIK

100t

GERSAG
INNOVATIVE KRANTECHNIK

CRA

«Ich bin durch und durch Kranmensch»

Aus Unzufriedenheit über die damals vorherrschende Innovationsverweigerung hat Markus Sager vor 25 Jahren die Gersag Kran-technik AG gegründet. Das Unternehmen ist gewachsen, die Branche hat sich verändert. Geblieben ist Sagers Entwicklungstrieb.

Text und Fotos: Beat Matter

«die baustellen»: Seit den nationalen Wahlen im Oktober ist wieder vermehrt von Stellenabbau und Deindustrialisierung die Rede. Die Industrie ist Ihr Kunde. Wie geht es ihr?

Markus Sager: Es geht ihr weniger gut, als es oft heisst. Es herrscht das Gefühl vor, es sei alles im grünen Bereich. Die Zahlen sprechen jedoch eine andere Sprache. Viele Betriebe haben zu kämpfen, es gibt immer weniger industrielle Arbeitsplätze im Land. Entsprechend ist auch weniger Ausrüstung gefragt. Und der starke Franken hilft natürlich nicht weiter.

Der Druck ist mit der Aufhebung des Mindestkurses grösser geworden. Wie haben Sie selbst diese Massnahme gespürt?

Wir haben ab dem 15. Januar während rund zwei Monaten so gut wie keine Bestellung erhalten. Glücklicherweise hatten wir einen guten Arbeitsvorrat. Davon haben wir wäh-

rend der zwei Monate gezehrt. Im Verlaufe des Jahres hatten wir zwar volle Auslastung, aber nie mehr so viel Vorrat wie zu Beginn des Jahres.

Wie haben Sie auf die Flaute nach dem 15. Januar reagiert?

Dank unserer Flexibilität sind wir in der Lage, Märkte auf neue oder veränderte Bedürfnisse zu analysieren und neue Produkte zu lancieren. Diese Fähigkeit war die Grundlage dafür, dass wir den schweren Geschäftsgang durch Aktivitäten in Bereichen abfedern konnten, in denen wir bis dahin noch nicht stark präsent gewesen waren. Heute haben wir interessante laufende Projekte, die hauptsächlich mit Produkten im Zusammenhang stehen, die wir neu lancieren konnten.

Produktentwicklung ist keine kurzfristige Massnahme.

Das ist richtig. Unsere Reaktion auf den 15. Januar bestand denn auch eher darin, noch stärker an unsere Entwicklung zu glauben und die laufenden Projekte weiterzutreiben. Die Entwicklung des Simi-Krans, den wir im vergangenen August präsentieren konnten, lief beispielsweise schon lange vor dem 15. Januar an. Wir liessen uns durch den Einschnitt aber nicht zurückbinden. Wir profitierten davon, dass wir in dem Moment gut positioniert waren und allgemein gut aufgestellt sind.

Wie gross war das Wagnis, in diesem Moment weitere Mittel in die Entwicklung zu investieren?

Wäre ich einer, der rückwärtsschaut, gäbe es uns vermutlich schon lange nicht mehr. Ich bin nach vorne orientiert, will neue Märkte

finden und die Fühler weit ausstrecken, um noch besser zu verstehen, wo wir mit unseren Produkten und Entwicklungen industrielle Prozesse weiter optimieren können.

Man hat viel von der Lancierung Ihres Simi-Krans gehört. Was haben Sie weiter auf den Markt gebracht?

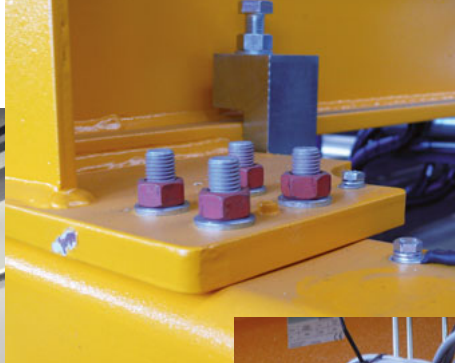
Bei den Kleinkransystemen sind wir mit neuen Produkten auf den Markt gekommen. Wir sind damit sehr gut gestartet und ich habe jüngst eine neue Vertretung übernommen. Auch in den Bereichen Vakuumtechnik und Lastaufnahme haben wir Innovationen vorgestellt. Diese können wir beispielsweise im Holzbereich, wo wir stark sind, sehr gut einsetzen.

Wie präsentiert sich der Markt?

Wir sind mit starken Mitbewerbern konfrontiert, die alle versuchen, sich möglichst gut zu positionieren. In den letzten Jahren gab es viel Aktivität. Firmen wurden aufgekauft oder schlossen sich zusammen. Es findet eine Strukturbereinigung statt. Davon profitieren wir, weil wir keine Strukturen zu bereinigen haben. Während andere Geld für Umstrukturierungen verwenden müssen, investieren wir es in Entwicklungen.

Der starke Franken macht Importe interessant. Spüren Sie das?

Die Tendenz hat sich wohl verstärkt. Gleichzeitig spricht aber auch alles davon, man wolle oder müsse jetzt «Flagge zeigen». Wir zeigen nicht nur Flagge, sondern leben danach: Denn wir sind bald der einzige Anbieter in unserem Bereich, der noch in der Schweiz produziert. Unsere Produktion ist vor Ort sichtbar. Ich habe in den vergangenen Mo- ►



Kranbau-Unternehmer Markus Sager: «Es ist eine Kernkompetenz von uns, genau hinzuhören, was ein Kunde oder ein Kundensegment wünscht.»

naten stark gespürt, dass die Kundschaft das schätzt. Viele Schweizer Unternehmen legen Wert darauf, mit einem Schweizer Anbieter zu arbeiten.

Die Kunden sind bereit, für die Schweizer Ware einen höheren Preis zu bezahlen?

In der Gesamtrechnung sind wir nicht unbedingt teurer. Das bedingt allerdings, dass wir für einen Auftrag Leistungen über das ganze Spektrum von der Planung bis zu Logistik, Montage und Endabnahme hinweg aus einer Hand bündeln.

Ist dieses Alles-aus-einer-Hand-Modell bei zunehmendem Preisdruck zukunftsfähig?

Ich glaube schon.

Es wäre vermutlich günstiger, wenn Sie beispielsweise die Logistik auslagerten und nur zu bezahlen bräuchten, wenn Sie sie effektiv brauchen.

Ja und nein. Entscheidend für mich ist, dass ich jederzeit weiss, dass ich die richtigen Leute vor Ort habe. Wir lösen komplexe Spezialaufgaben. Solche mit immer neuen externen Beteiligten lösen zu wollen, kostet Zeit und Geld, das Sie mit einem eingespielten Team einsparen können und zudem noch die Risiken minimieren. Wenn wir unsere Stärke von der Planung bis zur Montage ausspielen können, sind wir einzigartig. Davon profitiert der Kunde.

Sie sprechen von neuen Produkten, neuen Niederlassungen. Wachstum ist ein zentrales Thema für Sie?

Natürlich. Die Kunden fordern beispielsweise klar, dass wir näher an sie heran kommen. Wir versuchen das umzusetzen und bauen dafür die Servicestruktur aus.

Das Land ist klein. Weshalb müssen Sie näher zum Kunden?

Das Land ist wohl klein, trotzdem kostet jeder Kilometer Zeit und Geld. Die Kunden sind je länger, desto weniger bereit, teure Techniker zu bezahlen, die mehrere Stunden für die Anreise im Lieferwagen sitzen. Also müssen wir die Wege verkürzen.

Nochmals zur Innovation: Forschen und entwickeln Sie im eigenen Haus?

Ja – und zwar in engem Kontakt mit der Kundschaft. Es ist eine Kernkompetenz von uns, genau hinzuhören, was ein Kunde oder ein Kundensegment wünscht. Basierend auf solchen Bedürfnissen entwickeln wir neue Lösungen und machen Feldversuche damit, teilweise installieren wir sogar Prototypen bei Kunden, um Praxistests durchzuführen. Im schlimmsten Fall endet es in einem Rückbau.

Sie entwickeln aber nicht Einzelanfertigungen?

Bei Neuentwicklungen muss ein breiter Absatzmarkt im Fokus stehen, ansonsten rech-

net sich das nie. Aber klar: Jede Innovation beginnt irgendwo bei einer individuellen Idee oder einem individuellen Bedürfnis eines Kunden. Basierend darauf analysieren wir, ob eine Innovation in diesem Bereich und in diese Richtung von einem breiteren Markt nachgefragt wird. Das ist nie vollkommen sicher, es bleibt ein Stück weit eine Vermutung. Aber wir haben in den letzten Jahren ein gutes Gespür dafür entwickelt.

Arbeiten Sie mit externen Forschungs-institutionen zusammen?

Ja. Wir vergeben beispielsweise immer wieder Aufgaben an junge Studierende der ABB Technikerschule, bei der wir Mitglied sind und die wir mittragen. Oftmals liegen innert der gewährten Frist keine fertigen Lösungen auf dem Tisch. Dennoch lohnt sich Austausch und Zusammenarbeit. Ich sage jeweils, wenn man nicht in die Jugend investiert, bekommt man auch im Alter nichts.

Der Simi-Kran war Ihre prominenteste Neuentwicklung dieses Jahres. Die «Weltneuheit» ist die kleine Schwester Ihres Stapelkrans. Was ist so innovativ daran?

Speziell ist, dass der Simi-Kran ohne Umstellungen viel mehr kann als sein grosser Bruder. Er hat das Vakuumsystem und ausfahrbare Gabeln in einem Träger integriert. Somit steht die Anlage ohne Umrüstungen sofort für verschiedene Arbeiten zur Verfügung. ►



“In der Gesamtrechnung sind wir nicht unbedingt teurer. Das bedingt allerdings, dass wir für einen Auftrag Leistungen über das ganze Spektrum von der Planung bis zu Logistik, Montage und Endabnahme hinweg aus einer Hand bündeln. ”

Punkto Arbeitsgeschwindigkeit stossen wir mit dem Produkt in einen neuen Bereich vor, womit wir zentrale Anforderungen erfüllen können, wie sie beispielsweise im Holzbau heute vorherrschen.

Ihre zwölfjährige Tochter war Namenspatin für den Simi-Kran. Wie kam das?

Das ist eine simple Geschichte. Der Teleskopmast des Stapelkrans «Simi» verfügt über verschiedene Auszüge. Ich hatte die Idee, als Markenzeichen für jeden Auszug eine andere, von oben nach unten abgestufte Farbe zu wählen. Ich nahm den Entwurf für den Kran nach Hause und erklärte meiner Tochter, was ich vorhatte. Sie begann zu malen. Und schon nach den ersten Versuchen waren wir begeis-

tert und uns war allen klar, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Ich versprach meiner Tochter, dass der Kran ihren Namen tragen würde, falls er tatsächlich so in Produktion ginge. Und so kam es. Noch heute interessiert sich meine Tochter stark für die Entwicklung rund um den Kran. Sie fragt laufend, wie viele wir schon verkauft haben.

Und die Antwort?

Zwei Krane sind bereits intensiv im Betrieb. Ein dritter folgt, daneben stehen wir mit mehreren weiteren Angeboten kurz vor einem Abschluss. Es zeichnet sich ab, dass der Kran ein Erfolg wird. Aber die Arbeit am Produkt ist noch nicht fertig. Wir entwickeln intensiv weiter, etwa im Bereich der Anbauteile. Wir haben eine gute Basis geschaffen und sind jetzt offen, um auf Kundenwünsche zu reagieren.

Sehen Sie die Möglichkeit, Produkte zu exportieren?

Natürlich, die Nachfrage ist da. Allerdings will ich zuerst vollständig überzeugt davon sein, dass ein Produkt markttauglich ist. Das soll es im Praxiseinsatz in unserem Heimmarkt beweisen, wo wir kurze Wege haben, um bei allfälligen Problemen sofort reagieren zu können.

Wie viel Laufzeit braucht ein Produkt, bis Sie es für definitiv markttauglich halten?

Beim Simi-Kran laufen zwei Anlagen seit rund einem halben Jahr. In nochmals einem halben Jahr werden wir recht genau Bescheid darüber wissen, wie sich der Kran in der Praxis bewährt.

Sie haben schon mehrmals die Holzbranche hervorgestrichen. Ist sie ein Schwerpunkt?

Wir sind so aufgestellt, dass wir vier bis fünf unterschiedliche Bereiche betreuen, von denen aller Erfahrung nach immer mindestens einer recht gut läuft. Seit ein paar Jahren ist es die Holzbranche. In der Branche ist viel Entwicklung und Industrialisierung zu beobachten. Die möchten wir natürlich abdecken. In den letzten Jahren haben wir einige namhafte Betriebe mit teils verrückten Anlagen ausrüsten dürfen. Das spricht sich herum und führt zu weiteren Aufträgen. Derzeit macht der Holzbereich rund 60 Prozent unseres Volumens in der Produktion aus.

Und der Rest?

Nach wie vor gut läuft auch der Kraftwerksbau, obwohl die Stromindustrie bekanntlich krankt. Wir waren und sind bei Lindt-Limmern und Nant de Drance involviert. Daneben stehen noch einige Grossprojekte an, die jetzt vor Ausführung stehen.

Wie stark prägt die zunehmende «Intelligenz», also Automatisierung und Digitalisierung, Ihre Produkte?

Automatisierung ist das Thema Nummer eins und deshalb entscheidend für unsere Produkte. So ist der Simi-Kran beispielsweise einsetzbar als Standardkran bis hin zum vollautomatischen Kran. Die Nachfrage nach Automatisierung wird klar grösser. Wir müssen verstärkt in diese Richtung entwickeln. Deshalb haben wir mittlerweile auch eigene Programmierer im Haus.

Die sind schwer zu finden.

Natürlich. Aber man muss sich halt so aufstellen, dass man seine Leute aus- und weiterbildet. Fast in allen gefragten Fachbereichen herrscht Mangel. Etwas überspitzt formuliert heisst das letztlich für die Unter- ►

nehmen, dass sie ihre Fachkräfte selbst züchten müssen.

Liegt in der Automatisierung das grösste Entwicklungspotenzial im Kranbau der nächsten Jahre?

Ja. Wir forcieren den Bereich stark. Und in der Schweizer Industrie wird es mit Sicherheit nochmals einen Automatisierungsschub geben. Anders kann sie nicht bestehen. Der Ruf nach neuen Lösungen ist laut. Manchmal allerdings gibt es Differenzen zwischen dem, was der Markt erwartet, und dem, was wir uns vorstellen.

Wo gibt es Differenzen?

Zum Beispiel im Kraftwerksbau. Da hat man im Markt beispielsweise in einer frühen Phase nicht verstanden, dass man Industriekrane einsetzen könnte, um Kavernen- oder Kraftwerksbau zu machen. Die Vorstellungen des Markts und von uns als Produzenten gingen auseinander. Wir haben diese Variante im Projekt Lindt-Limmern gemeinsam mit dem Bauunternehmer entwickelt, ausgeführt und damit bewiesen, dass dies möglich und effizient ist. Damit war die Differenz beseitigt. Wir konnten in der Folge die grössten Schweizer Tunnelbauer mit entsprechenden Anlagen ausrüsten – wurden nebenher aber auch rege kopiert. Entscheidend für uns war, dass wir beim Projekt Lindt-Limmern an unsere Idee geglaubt haben, als sie vielen anderen noch nicht sinnvoll erschien.

Lindt-Limmern ist auch logistisch verrückt.

Die Logistik hat mir tatsächlich Kopfzerbrechen und schlaflose Nächte bereitet. Ich

musste einen Fixpreis offerieren, dabei hatte niemand so recht eine Ahnung, wie man die Kranelemente per Seilbahn auf den Berg und von dort mittels weiterer Installationen an die richtige Stelle schaffen sollte und wie lange das dauern würde. Aber das war bei Weitem nicht die einzige Herausforderung. Fast beiläufig erfuhren wir zu einem späten Zeitpunkt, dass ein Berg, der dermassen ausgehöhlt wird, quasi ein Stück in sich zusammensackt. Für unsere Kavernenlifte war das zentral und wir mussten eigens dafür spezielle Fahrwerke entwickeln. Lindt-Limmern war für uns ein hochkomplexes Projekt mit zahllosen Unbekanntem. Heute kann ich stolz sagen, dass wir die Herausforderung zur allseitigen Zufriedenheit gemeistert haben. Und wir haben dabei Erfahrungen gesammelt, die sowohl uns als auch künftigen Kunden zugute kommen.

Sind Sie in jedes Projekt persönlich involviert?

Fast in jedes, ja. Ich bin im Unternehmen der erste Ideenentwickler. Dann treibe ich die Ideen gemeinsam mit dem Engineering bis zur Umsetzung weiter. Auch beim Bau und der Montage bin ich anwesend. Ich bin durch und durch Kranmensch.

Sie haben das Unternehmen 1990, also vor 25 Jahren, gegründet. Was bedeutet Ihnen das Jubiläum?

Es steht für mich symbolisch dafür, dass wir uns wider Erwarten seit 25 Jahren in einem hart umkämpften Markt behaupten. Wir feiern das mit einigen Aktivitäten für Kunden und Mitarbeitende die in einem normalen Jahr nicht stattfinden würden.

Und das machen wir in einem Jahr 2015, von dem man kaum als Höhenflug-Jahr wird reden wollen.

Welches Fazit ziehen Sie aus dem Vierteljahrhundert?

Es gab viel Schönes. Und es gab einiges, das nicht nötig gewesen wäre. Als Ganzes war das vergangene Vierteljahrhundert enorm spannend. Die Technik, aber auch das Unternehmen, haben sich enorm entwickelt.

Sie treten als leidenschaftlicher Unternehmer auf, sind Kopf und Herz, Ideengeber und Verkäufer der Firma. Das ist toll, aber heikel: Das Unternehmen steht und fällt mit Ihnen.

Nein. Die Leute, die eng mit mir zusammenarbeiten, wissen genau, wie ich ticke. Ich bin überzeugt davon, sie könnten das Unternehmen genauso weiterführen, wenn ich nicht mehr da wäre. Dass es eine Lücke gibt, wenn einer verschwindet, ist überall so. Aber die Firma hat ein solides Fundament. Sie müssen keine Angst haben.

Weshalb haben Sie vor 25 Jahren das Unternehmen gegründet?

Weil ich unzufrieden war. Selbstständigkeit entsteht immer aus einer Unzufriedenheit heraus. Ich spürte damals in der Branche nicht den Willen, vorwärts zu gehen, Dinge weiterzuentwickeln. Die Leute wollten das damals irgendwie nicht. Das hat mich unzufrieden gemacht und gleichzeitig habe ich das Potenzial gesehen. Das war die Zündung.

Erinnern Sie sich an den ersten Kran, den Sie verkauft haben?

Natürlich. Den machte ich für einen Unternehmer in Nottwil. Er diktierte mir, was er wollte, bis wann er es wollte, und irgendwie sogar, wie viel er dafür bezahlen wollte. Er fragte, ob ich das könne. Ich sagte Ja. Er meinte: Dann mach. Ich baute den Kran zum Teil in einer kleinen Garage und zum Teil direkt beim Kunden auf. Damals war ich ganz allein. Heute hat das Unternehmen 40 Angestellte. Und der erste Kran läuft noch. ■

Persönlich:



Name: Markus Sager
Funktion: Geschäftsleiter und Inhaber der Gersag Krantechnik AG
Alter: 49 Jahre
Zivilstand: verheiratet
Kinder: 2
Hobbys: Arbeiten – auch in Bezug auf innovative Tüfteleien – Wassersport und Golf
Werdegang: Berufslehre als Maschinenschlosser und diverse berufsbezogene Weiterbildungen.