

Interview mit dem Geschäftsleiter Hilti Schweiz

Robert Schütz



■ Der rote Koffer leistet seit nunmehr 75 Jahren Grosses auf den Baustellen dieser Welt.
(Bilder: Hilti Schweiz)

75 Jahre Hilti

Seit 75 Jahren steht Hilti für technisch ausgereifte und innovative Produkte, Systeme und Serviceleistungen. Zeit für einen Rückblick. In unserem Interview mit dem Geschäftsleiter Schweiz, Urs Hanselmann, geht es jedoch auch um die Frage: Ist der Liechtensteiner Konzern bereit für die Zukunft?

Herr Hanselmann, 75 Jahre Hilti, das ist ein Grund zum Feiern und ein schöner Anlass für einen Rückblick. Wie feiert Hilti seine Vergangenheit?

Zurückblicken und die Vergangenheit feiern, ist eigentlich nicht unser Stil. Wir haben vielmehr den nächsten Gipfel im Visier. Doch es ist gut, aus der Vergangenheit zu lernen.

Wie verbinden Sie Vergangenheit und Zukunft?

Unser Erfolg basiert auf einer hohen Stabilität in der Strategie und gleichzeitiger Innovationskraft. Wie können wir etwas besser machen, ist die Frage, die uns treibt und voran bringt. Dabei finden Innovationen auf jeder Ebene statt. Sowohl Produkte als auch Software & Services, aber auch der Marktzugang, unsere Prozesse und

«Unser Ziel sind Lösungen für unsere Kunden. Also eine Kombination aus Produkten, Servicedienstleistungen und Softwareangeboten»

unsere Art wie wir arbeiten, unterliegen einer ständigen Anpassung.

Was verstehen Sie unter Software & Services?
Software und Services ist ein Angebot, das wir in den letzten Jahren stark entwickelt haben. Servicedienstleistungen sind entscheidend, um Produkte im Markt zu differenzieren. Unser Ziel sind Lösungen für den Kunden. Also eine Kombination aus Produkten, Servicedienstleistungen und Softwareangeboten.

Können Sie ein Beispiel nennen?
Gerne, wir haben vor rund 12 Monaten Hilti ON!Track eingeführt (vgl. auch Beitrag

«Zurückblicken und die Vergangenheit zu feiern, ist eigentlich nicht unser Stil. Wir haben eher immer den nächsten Gipfel im Visier»

Urs Hanselmann ist seit knapp 10 Jahren Geschäftsleiter der Hilti Schweiz AG mit Sitz in Adliswil. Das Unternehmen beschäftigt 380 Mitarbeiter in der Schweiz.



in dieser Ausgabe). Mit dieser digitalen Lösung nehmen wir dem Kunden eines seiner grössten Alltagsprobleme ab, nämlich die Bewirtschaftung seiner Betriebsmittel.

Geht es auch um die «Digitalisierung auf der Baustelle»?

Ja, es geht um die Digitalisierung und zwar auf verschiedenen Ebenen. Da reden wir von der digitalen Planung und der Schnittstelle zur Ausführung, über das gesamte Vermessen und die Interaktion mit dem Kunden. Hierfür bieten wir digitale Plattformen und Lösungen, um Bestellungen und Reparaturaufträge schneller zu erledigen.

Ist BIM auch ein Thema bei Hilti?

Selbstverständlich. Wir sind ein Unternehmen, das die gesamte Wertschöpfung seiner Produkte begleitet, von der Forschung bis zum Service. BIM ist daher eine riesige Chance. Mit unserem Produktportfolio sind wir bestens aufgestellt, um unsere Kunden auf der Reise zum BIM zu begleiten. Wir engagieren uns sehr für das Thema und sind Teil von Referenz-Projekten in der Schweiz und international.

«Wir sind ein Unternehmen, das die gesamte Wertschöpfung seiner Produkte begleitet, von der Forschung bis hin zum Service. BIM bedeutet somit eine riesige Chance»

Würden Sie die Hilti Software & Services als Umsatztreiber für die Zukunft sehen?

Auf jeden Fall. Der Anteil an Softwarelösungen, die der Kunde erwartet, steigt im Vergleich zum Produkt stark. Kunden verlangen heute Komplettlösungen. Zudem ist die Digitalisierung ein integraler Bestandteil unserer globalen Konzernstrategie. Wir müssen als Unternehmen auf einer internationalen Skala investieren, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Ihr Businessmodell ist der Direktvertrieb, profitieren Sie davon beim Angebot der Services?

Unser Geschäftsmodell ermöglicht es, dass wir uns beim Kunden auf eine Applikation von A-Z konzentrieren. Wir kennen seine Anwendungskette und bieten die passenden Servicedienstleistungen. So zu arbeiten ist perfekt für die Digitalisierung und alle weiteren Lösungsangebote.

Bei Hilti denken viele immer noch zunächst an den Bohrhämmer?

Das ist so und das wird auch Bestandteil der Marke bleiben. Wir werden in Zukunft noch mehr Produktinnovationen bringen und die Kombination suchen mit Servicedienstleistungen und Software. Aber Hilti



■ **Sinnbild von Hilti: Die TE 70-ATC-AVR ist bis heute das Flaggschiff unter den Kombihämmern. Mittlerweile bietet Hilti rund 10 000 bestellbare Artikel sowie Software & Services an.**

bleibt im Kern ein Hardware-Anbieter. Der Kunde nimmt uns als Produkt- und als Service-Marke wahr. In der Vergangenheit waren das eher Logistik- oder Reparaturdienstleistungen oder die Beratungen des Account Managers auf der Baustelle. Heute sind es auch digitale Servicedienstleistungen. Das heisst, das Kleid ändert sich, aber inhaltlich ist das noch genau die gleiche Markenpositionierung.

Ist die Diversifizierung eine Erfolgsstrategie?
Das ist eine Erfolgsstrategie, denn wir schaffen es, den Nutzen für unsere Kunden

deutlich auszuweiten. Unser Trend folgt dem unserer Kunden: Die Produktivität im Geschäftsalltag passiert immer stärker im Software und Servicebereich. Der Kunde investiert vermehrt in IT-Infrastruktur und Software für Geschäftsprozesse.

Wie sehr schätzen Schweizer Kunden die Service-Komplettpakete?

Der Zeitdruck und die Lohnkosten in der Schweiz sind extrem hoch und Geschwindigkeit und Qualität sind die wichtigsten Kostentreiber auf der Baustelle. Schweizer sind daher sehr effizienz- und produktivi-

■ **Der Werkplatz Schweiz ist zentral für Qualität. Beim Mechaniker-Team im Geräte-Service-Center in Adliswil arbeitet man schnell und zuverlässig.**





■ Die digitale Baustelle ist vor allem in der Vermessung bereits Realität.

tätsorientiert und schätzen zeitgemässe, moderne Lösungen im Software & Servicebereich, um Abläufe noch stärker zu optimieren.

Im dem Zusammenhang die Frage: Wie hat Hilti die Frankenpassung erlebt und verkräftet?

Die Frankenpassung hat Hilti Schweiz und auch den Konzern sehr stark gefordert. Der Druck im Bau produktiver und kosteneffizienter zu werden, hat nochmals zugenommen und darum müssen wir sehr marktfähige Lösungen anbieten,

wie unsere Kunden Kosten rausnehmen und effizienter werden können – und genau hier helfen unsere neuen Serviceangebote.

Wie wichtig ist der Schweizer Markt überhaupt noch für das global agierende Unternehmen Hilti?

Der Schweizer Markt ist wichtig für den Konzern. Doch als Global-Player ist es nicht so entscheidend wie viel Umsatz aus der Schweiz kommt. Aber Hilti mit Hauptsitz und Verwaltung und Innovationzentrum in Liechtenstein hat sehr viele Lieferanten,

■ Hilti ergänzt mit Software-Lösungen seinen Service. Das jüngste Produkt ist die Betriebsmittelverwaltung ON!Track.



«Die Frankenpassung hat Hilti Schweiz und auch den Konzern sehr stark gefordert»

Mitarbeiter und Partnerunternehmen im Schweizer Umfeld, und deshalb sind die Schweiz und der Schweizer Franken absolut entscheidend für Hilti als Konzern.

Spielt dabei auch Swiss made eine Rolle beim Kunden?

Ja, für unseren Markt auf jeden Fall. Hilti ist eine Qualitätsmarke, die sich auf hochwertige Produkte fokussiert und das ist natürlich eine Ausprägung des Werkplatzes Schweiz.

Heisst das, es gibt keine Auslagerung kostenintensiver Prozesse in Billiglohnländer?

Hilti ist ein Global Player. Wir müssen alleine schon aufgrund der Belieferungszeiten und der Diversität unserer Märkte global aufgestellt sein – auch beim Produktionsnetzwerk. Wir sind auf allen Erdteilen vertreten, damit wir für die lokalen Märkte produzieren können. Aber unsere Produktion in China ist nach genau denselben Qualitätskriterien aufgestellt wie die Produktion in Liechtenstein. Gleichzeitig ist die ganze Forschung & Entwicklung konzentriert in der Region Zentraleuropa zwischen Deutschland, Österreich, der Schweiz und Liechtenstein.

Liechtenstein als Wiege der Industrie?

Hilti wurde in Liechtenstein gegründet in einer kleinen Werkstatt in Schaan. Heute ist Hilti eines der grössten Industrieunternehmen in Liechtenstein. Dort waren immer der Konzernhauptsitz sowie der Hauptsitz der Fertigung, Entwicklung und des Produktmarketings. Liechtenstein ist die Heimat von Hilti und da steckt die Familie Hilti dahinter, die über den Trust Besitzer der Firma Hilti ist.

Welche Auswirkungen hat es, wenn ein solch globales Unternehmen in Familienhand ist?

Ich finde das extrem positiv, weil wir durch die gegebene Stabilität auf der Eigentümerseite langfristig Strategien bis zum Ziel verfolgen können. Und das ist ein integraler Bestandteil dieser Firma, neben der Kultur, die natürlich hauptsächlich durch den Gründer Martin Hilti und seinen Sohn Michael Hilti geprägt ist.

«Der Schweizer Markt ist wichtig für den Konzern. Doch als Global-Player ist es nicht so entscheidend wie viel Umsatz aus der Schweiz kommt»

Was macht die Hilti-Kultur aus?

Unsere kulturelle Identität definiert sich über ein globales Team, das ähnliche Werte hat und die gleichen Ziele verfolgt. Wir wollen ständig besser werden und im Team gemeinsam Ziele erreichen – das motiviert uns täglich. Wir beweisen in allem, was wir tun, Integrität und zeigen, dass es einen nachhaltigen Weg gibt, erfolgreich zu sein, ohne dass es für andere zu negativen Effekten führt. Das ist eine starke Identität bei Hilti. Und ich denke das geht nur in einer familiengeführten Firma, wo über Jahrzehnte die Werte und die Ziele stabil bleiben.

Meine Schlussfrage: Was tut Hilti für Social Responsibility und Nachhaltigkeit?

Hilti hat einen sehr langfristigen und Stakeholder getriebenen Ansatz. Das beginnt

mit dem fairen und verantwortungsvollen Umgang mit Mitarbeitern. Geht weiter über die Verantwortung für Ökologie mit allerhöchsten Standards und für die Gesellschaft allgemein und endet in einer stabilen Beziehung zu unseren Partnern, Lieferanten und Kunden. Nachhaltigkeit wiederum steckt in jedem Hilti-Qualitätsprodukt aufgrund der langen Lebensdauer und weil wir Produkte zurücknehmen und recyceln. Nachhaltigkeit heisst für uns auch: Langfristig das Richtige zu tun, anstatt kurzfristig Erfolge zu suchen. ■

Weitere Informationen:

Hilti (Schweiz) AG
Soodstrasse 61, 8134 Adliswil
Tel. 0844 84 84 85, Fax 0844 84 84 86
www.hilti.ch, info@hilti.ch

Hilti (Schweiz) AG

Hilti entwickelt und produziert technologisch führende Produkte, Systeme und Serviceleistungen für die Bauindustrie und die Energiebranche und ist in mehr als 120 Ländern vertreten.

Der Hauptsitz der Hilti Gruppe befindet sich in Schaan in Liechtenstein, wo das Familienunternehmen 1941 von den Brüdern Eugen und Martin Hilti gegründet wurde. Sämtliche Aktien des Konzerns befinden sich im Besitz des Martin Hilti Familien Trust, der die langfristige Weiterführung und Weiterentwicklung des Unternehmens sicherstellt.

Hilti steht für Innovation, Qualität und direkte Kundenbeziehungen. Rund zwei Drittel der weltweit mehr als 23 000 Mitarbeitenden sind im Vertrieb und im technischen Service tätig. So entstehen täglich über 200 000 Kundenkontakte, auf deren Grundlage laufend neue Produkte und Serviceleistungen entwickelt werden.

Inserat

Inserat