

# Wo Ferienträume ein und aus gehen

**Markus Flühmann** Neben Reisekonzernen gehören auch Banken und Versicherer zur Kundschaft

VON ROBERT WILDI

Kilos für die Konjunktur. Am Sitz der Markus Flühmann AG in Merenschwand gehört diese Kausalität zum geschäftlichen Alltag. Das Logistikunternehmen lagert, sortiert und verschickt druckfrische Kataloge von fast allen Schweizer Ferienveranstaltern. «Wird in den Reisebüros eifrig gebucht, steigt das Gewicht der Lieferumfänge und damit die Drehzahl unserer Maschinen», erklärt Markus Flühmann, Gründer und Inhaber des Familienbetriebs. Tonnen von gebündeltem Papier mit illustrierten Ferienträumen landen via die beiden Flühmann-Logistikzentren nahe der Autobahn Zürich-Luzern in Reisebüroregalen und Briefkästen. Allein im letzten Jahr waren es über 25 Millionen Exemplare.

Mit seiner Idee des effizienten und zentralisierten Katalogversands hat Flühmann Anfang der 90er-Jahre Entwicklungshilfe für die Reisebranche geleistet. Bis dahin tuckerten Lastwagen jedes Veranstalters separat durchs Land und versperrten sich gegenseitig die Zufahrten. Der selbst im Tourismus gross gewordene Flühmann überzeugte zunächst Kuoni

**«Wird in den Reisebüros eifrig gebucht, steigt auch das Gewicht der Lieferumfänge.»**

**Markus Flühmann, Inhaber**

und danach die übrigen Mitbewerber von seinem Logistikkonzept. Vier von fünf Reiseprospekten flattern bis heute direkt aus Merenschwand zu ihren Empfängern. Die Dominanz bedeutete für den Betrieb aber auch ein Klumpenrisiko. Schockereignisse wie das Luxor-Attentat 1997 und der 9/11-Flugzeugterror schüttelten die sensible Reisebranche durch und sorgten auch bei Flühmann temporär für happe Lieferausfälle.

**Risiko Reisebranche gesenkt**

Auf das quantitative Niveau der goldenen 90er-Jahre ist die Branche seither nicht mehr zurückgekehrt. «Um die Jahrtausendwende ahnte ich bereits, dass uns der Reisemarkt kein nachhaltiges Wachstum mehr bringen würde», erinnert sich Flühmann. Er sollte recht behalten. Die Branche schrumpft. Allein der jüngsten Wirtschaftskrise fielen rund 1000 Reisebüros und langjährige Flühmann-Kunden zum Opfer.

Darauf war das Logistikunternehmen indes vorbereitet. Dank einer früh eingeleiteten Diversifikationsstrategie konnten die Ausfälle kom-



Der Chef Markus Flühmann (rechts) mit Tochter Simone Ruckli-Flühmann und Daniel Montani.

## REISEN: KATALOG BRINGT EMOTIONEN RÜBER

Geht es nach einer Studie des **Schweizer Direktmarketingverbands**, ist das Geschäftskonzept der Markus Flühmann AG nachhaltig gesichert. Die Erhebung weist nach, dass das **Volumen an Papiersendungen** im Jahr 2010 trotz Facebook und Twitter zugenommen hat. Auch im digitalen Zeitalter habe der physische Versand nichts von

seiner Bedeutung eingebüsst, resümieren die Studienautoren. **Markus Flühmanns** Erfahrungen bestätigen die Aussage. Die Zunahme der Internet-Buchungen im Reisemarkt versteht er sogar als Chance. «Der durchschnittliche Schweizer bucht zwar online sein Last-Minute-Arrangement, bestellt dazu aber auch einen **gedruck-**

**ten Ferienkatalog**, um sich von den schönen Bildern inspirieren zu lassen.» Der Grund ist für Flühmann klar: Eine Reise könne man im Gegensatz zu einem Auto vor dem Kauf nicht Probe fahren. Deshalb wollen sich viele Leute mit Emotionen auf ihre Ferien einstellen. «Diese kann der Katalog am besten überbringen.» (ROW)

pensiert werden. Heute trägt die Reisebranche zum Firmenumsatz von gegen 11 Millionen Franken noch knapp 45 Prozent bei.

Schon vor zehn Jahren lancierte Flühmann eine Zusammenarbeit mit der UBS. Marken wie Emmi, Shell, Migros und weitere haben bis heute die Kundenliste erweitert. Flühmann betreibt für sie die gesamte Logistik von Merchandising- und weiteren Lager-Artikeln und hat sogar eine eigene Online-Bestellplattform entwickelt. Gegen eine einmalige Aufschaltgebühr kann diese von den Partnern genutzt werden. Mit dem Kundenportfolio hat Flühmann auch das Serviceangebot ständig weiter-

entwickelt. Über die Kernkompetenzen Lagerung, Verteilung und Vertrieb hinaus funktioniert in Merenschwand auch eine ausgeklügelte IT-Logistik.

**Post mit Kaufangebot abgeblitzt**

Dank dieser Flexibilität und Beweglichkeit ist Flühmann bisher weitgehend unbeschadet durch sämtliche Krisen navigiert und wächst unbeirrt. 47 Mitarbeitende stehen heute auf seiner Lohnliste. Addiert man die eingemieteten Firmen aus der Reise- und Verlagsbranche, an denen Markus Flühmann teilweise namhafte Beteiligungen hält, arbeiten in den Betriebsräumlichkei-

ten heute insgesamt 100 Personen. Der zum funktionierenden Konzept umgemünzte Pioniergeist von Markus Flühmann wurde soeben mit dem dritten Rang anlässlich des Aargauer Unternehmerpreises 2011 gewürdigt. Viel früher ist die Schweizerische Post auf Flühmann aufmerksam geworden. Vor zwei Jahren unterbreitete sie dem Macher aus Merenschwand ein Kaufangebot, das dieser nach reiflicher Überlegung jedoch ablehnte. Über die gebotene Summe herrscht Stillschweigen.

**Die Tochter soll übernehmen**

Diskutiert hatte Flühmann die Post-Offerte unter anderem mit seiner ältesten Tochter Simone Ruckli-Flühmann. Ihr würde er sein Lebenswerk dereinst gern übergeben. Seit Anfang 2010 ist die 27-Jährige als «CEO-Stift» im Betrieb aktiv und übernimmt zunehmend. «Sie hat frischen Wind in den Betrieb gebracht und gegen den Widerstand des «altmodischen Papa» die Nutzung von Plattformen wie Facebook eingeführt», lacht Flühmann.

Allzu schnell will der 54-Jährige seinen Platz aber nicht räumen. Zwischen 2017 und 2019 soll es so weit sein. Bis dahin will Markus Flühmann noch viele Tonnen Ferienkataloge verschicken und nach neuen Geschäftsmöglichkeiten in weiteren Branchen Ausschau halten.

**Hier spricht der Chef**

Daniel Moll\*



## Alles dreht sich um Energie

Die Medienlandschaft ist gespickt mit Beiträgen zum Thema Energie – notabene: Energie in jeglicher Form. Einerseits geht es um die Energieproblematik, die dank eines bewusst nachhaltigen Verhaltens und einer energieeffizienten Ressourcennutzung in den Griff zu bekommen ist. Andererseits stehen die Auswirkungen der weltweit negativen wirtschaftlichen Energie im Mittelpunkt und Hiobsbotschaften über die Folgen unkontrollierter Energiegewinnung umrunden als Schlagzeilen den Erdball.

Man berichtet uns über die positive Energie von Feng-Shui oder Yoga und wir lesen über die biologische Landwirtschaft, die unseren Körper in Form von gesunden Nahrungsmitteln mit Energie versorgt. In unseren Kindern sehen wir eine unbelastete Energie, die noch voller Idealismus ist.

Kurzum, in allen Bereichen unseres Lebens dreht sich alles um Energie: in Form von Antriebskraft und Bewusstsein. Die Erne AG Holzbau ist eine Unternehmung. Aber – wie jedes Geschäft – von Menschen

## Alles dreht sich um Energie: in Form von Antriebskraft und Bewusstsein.

geprägt. Im Kleinen wie im Grossen stellt jedes Unternehmen einen wichtigen Bereich unseres Lebens dar – ob als Anbieterin von Produkten und Dienstleistungen oder als Arbeitgeberin. Dabei spielt gerade hier die Energie als Antriebskraft und Bewusstsein eine zentrale Rolle.

Aus diesem Blickwinkel haben wir bei Erne Energie zu unserem Hauptthema erklärt. Als attraktive und innovative Arbeitgeberin arbeiten wir täglich daran, ein ideales Umfeld zu gestalten. Damit unsere Mitarbeitenden ihre individuelle Energie einbringen können, die Unternehmung von innen heraus mitgestalten und mitprägen können. Und sich mit ihr weiterentwickeln. Das setzt eine Kultur von Vertrauen, Verantwortung und offener Kommunikation voraus – die Grundenergie, die das Bewusstsein einer Unternehmung nachhaltig prägt. Wir sind überzeugt, dass erst dieses Bewusstsein uns ermöglicht, die Antriebskraft aufzubauen, um die Bedürfnisse unserer Kunden wahrzunehmen und diese optimal zu erfüllen.

Energie ist für uns mehr als nur ein Produktionsfaktor. Sie bestimmt unser Denken und Handeln. Deshalb müssen wir sorgsam und bewusst damit umgehen und als Unternehmung unseren Beitrag an eine nachhaltige Zukunft leisten.

\*Daniel Moll ist CEO der Erne AG Holzbau in Laufenburg

wirtschaft@azmedien.ch

[ausserdem zum Thema](#)

Sämtliche Texte und Kolumnen der Regio-Wirtschaft können Sie auch online lesen.

## Deal der Elco AG mit Swissprinters

Die Elco in Brugg, grösste Anbieterin von Briefumschlägen, übernimmt per Anfang 2012 von Swissprinters sieben Beschäftigte und mehrere Anlagen für die Produktion von personalisierten Mailings. Swissprinters sichert damit ihren Kunden die Weiterführung aller bisherigen Direktmarketing-Leistungen zu. Teil der Vereinbarung ist auch die Übernahme der laufenden Software- und Lizenzverträge.

Swissprinters ist nach eigenen Angaben mit rund 1000 Beschäftigten die grösste Gruppe der grafischen Industrie in der Schweiz. Die Tochter von Ringier, NZZ und Edipresse produziert an den Standorten Zofingen, St.Gallen, Zürich und Lausanne. Die Elco AG ihrerseits entstand 2007 durch den Zusammenschluss der Seetal Schaller AG mit der damaligen Elco Papier AG. (AZM)

## KMU unterschiedlich unterwegs

**UBS-Umfrage** Sinkende Verkaufspreise stellen unabhängig von der Firmengrösse ein anhaltendes Problem dar.

Die angespannte Währungssituation wirkt sich auf die Schweizer KMU unterschiedlich aus. In der Baubranche, im Tourismus und vor allem im Detailhandel haben die Klein- und Mittelunternehmen (KMU) im zweiten Quartal besser abgeschnitten als die Grossunternehmen. In der Industrie ist es umgekehrt.

Wie dem jüngsten KMU-Barometer der UBS zu entnehmen ist, konnten sowohl die Grossunternehmen als auch KMU im zweiten Quartal 2011 ihre Umsätze steigern. Zu schaffen mache den KMU der Tourismusbranche der starke Franken, die Unternehmen hätten den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr lediglich sta-

bilisiert. Die Aussichten bleiben auch für das aktuelle Quartal eher düster. Während die Grossunternehmen noch von einer Stabilisierung ausgehen, erwarten die KMU einen weiteren Personalabbau.

- Im Detailhandel haben die Unternehmen laut dem Barometer weiterhin mit einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld zu kämpfen. KMU und Grossunternehmen mussten vor allem beim Umsatz und bei den Verkaufspreisen Verschlechterungen hinnehmen. Ein Teil der Branche profitiert von der Frankenstärke, die den Import von Gütern aus europäischen Ländern verbilligt.
- Im Industriesektor lief die Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung bei den Grossunternehmen etwas besser als bei den KMU. Bei den Verkaufspreisen, Gewinnen und den selber erarbeiteten Mitteln (Cashflow) stabilisierten beide Unternehmensgruppen

ihr Vorjahresniveau – mit Ausnahme der Gewinnverbesserung im Kreis der Grossunternehmen.

- Im Dienstleistungssektor konnten die Unternehmen unabhängig von ihrer Grösse die Umsätze steigern. Auch die Verkaufspreise blieben stabil. Besser als die Grossunternehmen schnitten die KMU beim Personalbestand, bei den Gewinnen und beim Cashflow ab.

- Im Baugewerbe schnitten die KMU wie bereits in den Vorquartalen bei allen erfragten Indikatoren besser ab als die Grossunternehmen. Im dritten Quartal rechnen beide Gruppen mit einer Stabilisierung oder Verschlechterung.

Das UBS-KMU-Barometer beruht auf Ergebnissen einer Umfrage bei 1000 KMU und 300 Grossunternehmen. Diese stellen einen repräsentativen Querschnitt der schweizerischen Volkswirtschaft dar. (AZ/SDA)