Edles aus der Provinz fürs Hotel Dolder

Küchentechnik Die 40-jährige Simeta verarbeitet 250 Tonnen Edelstahl pro Jahr

VON ROMAN SCHENKEL

Edel, glänzend und unvergänglich. Das sind die Eigenschaften von Stahl. Die Materie lässt sich vielerorts einsetzen. Simeta hat sich auf die Verarbeitung von Stahl für Küchen spezialisiert. 250 Tonnen Edelstahl verarbeitet das Unternehmen aus Niederwil pro Jahr. Daraus entstehen modernste Gastronomie-Einrichtungen, die den Weg aus der Aargauer Provinz bis in die Küchen der bekanntesten Hotels und Restaurants der Schweiz finden.

Das Hotel Dolder in Zürich zum Beispiel: Seit im Jahr 2008 das rundum erneuerte Fünfsternhotel seine Türen wieder geöffnet hat, zaubern die Köche in Küchen von Simeta. Das Unternehmen war für alle Chromnickelstahlarbeiten im Dolder verantwortlich. «Wir haben 33 Räume mit Gastroeinrichtungen ausgestattet», sagt Geschäftsführer Juerg Wietlisbach stolz. 2004 hat er das Familienunternehmen von seinem Vater Franz Wietlisbach übernommen. Die logistische Herausforderung beim Dolder-Auftrag sei enorm gross gewesen.

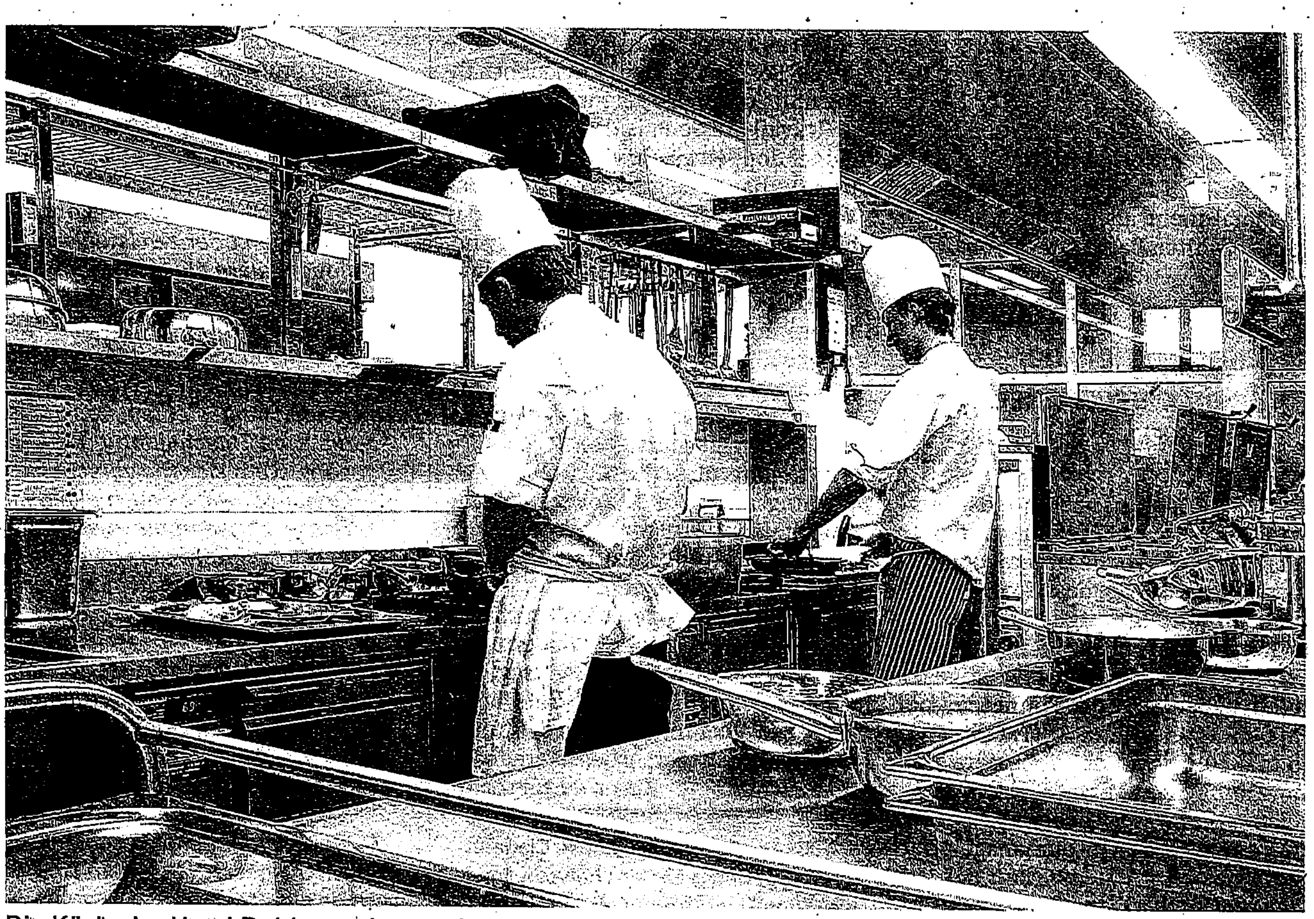
«In den 80er-Jahren haben alle unsere Glace- und Dessertstationen gekauft.»
Juerg Wietlisbach,
Simeta-Chef

Dabei habe sich die Art und Weise, wie Simeta arbeite, als grosser Vorteil erwiesen: «Von der Planung über die Produktion bis hin zur Installation und zum Service – wir bieten alles aus einer Hand», sagt Wietlisbach. Im Schweizer Küchenmarkt sei seine Firma einer der wenigen Anbieter, die dies machen würden. Egal ob Restaurant- oder Privatküche, ob Laden- oder Laborbau, ob Sideboard oder Wandschrank: Simeta stellt die Produkte aus Edelstahl her.

Dabei sei der Dolder-Auftrag einer der grössten der Geschichte gewesen, so Wietlisbach. Zuvor hat die Niederwiler Firma unter anderem die Küchen im Hallenstadion Zürich, im Hotel Drei Könige in Einsiedeln oder im Grand Casino Baden eingerichtet.

Glace-Stationen für alle

Begonnen hat alles ganz klein: 1971 gründete Franz Wietlisbach mit einem Partner die Firma Simeta. Acht Mitarbeiter zählte der Betrieb



Die Köche im Hotel Dolder zaubern seit der Wiedereröffnung des Fünfsternehotels in Simeta-Küchen. PD

beim Start. Der Name Simeta setzt sich aus «si» für «ja» auf Italienisch und «meta» für die Abkürzung von Metall zusammen. «Am Anfang haben wir Edelstahlprodukte für grosse Küchenunternehmen gefertigt», erzählt Juerg Wietlisbach. Unternehmen wie zum Beispiel Franke haben bei Simeta eingekauft.

In den 80er-Jahren entwickelte Simeta eine neuartige Glace- und Dessertstation und schaffte damit den Durchbruch. Die Stationen fanden reissenden Absatz: «In den 80er-Jahren haben alle unsere Glace- und Dessertstationen gekauft», erinnert sich der Simeta-Geschäftsführer. Ende der 80er-Jahre erreichte Simeta mit der Glace-Station Sorbeta in der Schweiz einen Marktanteil von 80 Prozent.

Erst in den 90er-Jahren positionierte sich die Firma als Gesamtanbieter. «Heute sind wir einer oder sogar der führende Anbieter in diesem Bereich.» Aus 8 Mitarbeitern sind 55 geworden. Auf einer Fläche von 4000 Quadratmetern werden die Edelstahlküchen in der Niederwiler Fabrikationsstätte hergestellt.

Seit kurzem produziert Simeta neben Gastronomie-Installationen auch Hygieneeinrichtungen für Spitäler und Arztpraxen. Zudem stellt die Firma auf Kundenwunsch diverse Komponenten für den Ladenbau her – beispielsweise eine gekühlte Fleischauslage für eine Metzgerei, einen Wärmeschrank für eine Snack-Bar oder eine Chromstahlabdeckung für die Arbeitsfläche eines Blumengeschäfts.

Starker Franken «eher ein Vorteil»

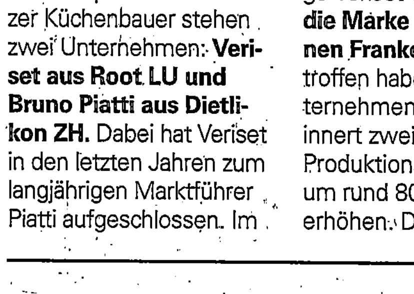
Da Simeta fast ausschliesslich im Binnenmarkt tätig ist – 99 Prozent des Umsatzes werden in der Schweiz erzielt –, leidet die Firma nicht unter der Währungssituation. Im Gegenteil: «Der starke Franken ist für uns eher ein Vorteil», sagt Wietlisbach. Ein Grossteil der Gerätschaften und des Produktionsmaterials kaufe man im europäischen Raum ein. «Da profitieren wir natürlich vom tiefen Euro-Kurs.» Wietlisbach hat deshalb für die Zukunft keine Sorgen. «Die Perspektiven für 2011 sind gut, unsere Auslastung liegt sogar 6 Prozent über dem Vorjahr.»

KÜCHENBAUER: ZWEI FIRMEN AN DER SPITZE

Der Schweizer Küchenmarkt hat in den letzten Jahren stagniert. **2010 wurden 135 000 Küchen verkauft** – gleich viele wie in den beiden Jahren zuvor. Im Jahr 2000 waren es noch 105 000 Küchen. An der Spitze der Schweizer Küchenbauer stehen zwei Unternehmen: **Veriset aus Root LU und Bruno Piatti aus Dietlikon ZH.** Dabei hat Veriset in den letzten Jahren zum langjährigen Marktführer Piatti aufgeschlossen. Im letzten Jahr produzierte Veriset 15 000 Küchen und dürfte damit ungefähr das Produktionsniveau von Piatti Küchen erreicht haben. Zahlen geben beide Unternehmen nicht bekannt, doch der letztjährige Veriset-Umsatz **dürfte die Marke von 50 Millionen Franken** klar übertroffen haben. Dem Unternehmen gelang es innert zweier Jahre, das Produktionsvolumen um rund 80 Prozent zu erhöhen. Die Zahl der Beschäftigten konnte seit der Restrukturierung 2001 auf 230 verdoppelt werden. **Der Küchenbauer Piatti gehört seit 2003 zur Thurgauer Arbonia-Forster-Gruppe.** Unter diesem Dach brachte es die Division «Küchen und Kühlen» auf 267 Millionen Franken. Diese sind aber nicht ausschliesslich Piatti zuzuordnen, gehören doch auch bekannte Marken wie Miele oder Forster in diese Division. (AZ)

Basilea erwartet tieferen Verlust

Das kotierte Basler Pharmaunternehmen Basilea Pharmaceutica AG hat gestern einige revidierte Prognosewerte für das laufende Geschäftsjahr publik gemacht. Als Folge niedrigerer Betriebskosten soll der monatliche Betriebsverlust auf 7 Millionen Franken beschränkt werden, statt – wie bisher angenommen – 8 Millionen Franken. Damit würde der Jahresverlust insgesamt rund 12 Millionen Franken tiefer ausfallen als bisher kalkuliert. Als Grund wird der starke Franken genannt: Bei Basilea fällt der Betriebsaufwand zum grössten Teil in fremden Währungen an.



Am Sitz der Basler Pharmafirma. PD

Weniger Umsatz mit Toctino

Gleichsam die Kehrseite der Medaille: Basilea rechnet für das laufende Jahr lediglich mit ... den Jahr lediglich 32 bis 34 Millionen Franken mit Toctino umsetzen, hielt Basilea gestern fest. Allerdings verzeichne das Medikament in allen eu-

Verpackungsfirmen im Wechselbad

Die Mehrheit der Schweizer Verpackungsindustrie zeigt sich für das laufende Jahr «vorsichtig optimistisch». Dies hielt der Vizepräsident des Schweizerischen Verpackungsinstituts SVI, Markus Tavernier, gestern fest. Allerdings gäben einige Rahmenbedingungen Anlass zur Sorge. Im Vordergrund stehen die Währungssituation (Stichwort Frankenstärke) und der Trend zu steigenden Energiepreisen.

Rund zwei Drittel der Abnehmermärkte betreffen den Konsumbereich (Nahrungsmittel, Getränke und weitere Konsumgüter). Der restliche Drittel entfällt auf den Industriesektor. Überdurchschnittlich gewachsen ken. Die Branche hat sich damit vom schwachen Jahr 2009 erholt, als der Umsatz um 10 Prozent eingebrochen war. Er liegt aber insgesamt immer noch unter dem Niveau vor der Krise. Die Zahl der Beschäftigten stieg 2010 leicht (um 1 Prozent) auf 19 138 Personen. In der SVI-Statistik sind unverändert knapp 240 Unternehmen enthalten.

Am stärksten fiel das letztjährige Wachstum im Bereich der Kunststoffverpackungen aus: Dieser legte um 10 Prozent zu und steuert mit 3,6 Milliarden Franken mehr als die Hälfte an den Gesamtumsatz der Branche bei. Einzig im Bereich Kunststoffverpackungen konnte das Vorkrisenniveau (2008) über-

Hier spricht der Chef
Alexis Reize*

Eurokurs: Se für Importeu

■ Zunehmend herrscht
Märkten die Meinung, d
auf Import ausgerichtet
Schweizer Unternehme
grossen Gewinner der E
se seien. Tatsächlich ko
bei Einkäufen aus dem
raum Einsparungen erz
werden. Die Situation z
sich jedoch je nach Bra
deutlich unterschiedlic
Optik, ein familiengefü
Unternehmen im Berei
Brillenglashandels mit
Produktionsstätte in Tr
bezieht Waren und Tec
gie zur Herstellung von
gläsern aus dem Eurora
Löhne machen jedoch i
noch den Löwenanteil
Kosten aus, und diese b
wir in Franken.

Es häufen sich die Klag
Kunden insbesondere a
grenznahen Regionen ü
zum Teil massive Umsa
gänge, weil sich die Ko
tinnen und Konsument
grund des starken Fran
vermehrt jenseits der L
grenze mit Sehhilfen ei
cken. Dies macht sich b
rem Auftragseingang b
bar. So geht es zurzeit v
binnenmarktorientierte

Die Eurokrise betrifft uns alle. Es braucht jetzt mutige Entschei

Unternehmen, meisten
Die Eurokrise ist auch e
lem für die vermeintlic
Gewinner dieser Situat
braucht nun einen gem
men Effort:
• Die staatlichen Institu
sollen endlich alle zur
gung stehenden Instru
einsetzen, um den Wer
rer Landeswährung geg
Euro (und Dollar) auf
einem vernünftigen Ni
halten.
• Die Händler müssen
Angeboten (auch preisl
Natur) an ihre Kundinn
Kunden herantreten. Si
gen über die Möglichk
auch und insbesondere
Swiss-Made-Produkten.
Preisdifferenz zum um
den Ausland muss nich
sein, trotz des starken
Frankens.
• Konsumentinnen und
menten sind in Schwei
schäften herzlich willk
Sie sollen sich dort übe
len Angebote informie
werden feststellen, das
der Gang über die Gre
der Gesamtbetrachtung
lohnt. Sie leisten damit
wichtigen Beitrag, das
zerische Lohnniveau im
nationalen Vergleich a
Spitzenplatz zu halten.
Eurokrise betrifft uns a
braucht jetzt mutige u
ligente Entscheide, abe
Fairness und Solidarität
Chancen stehen gut, ge
aus der Eurokrise zu ge