



Werden Produkte aus der Schweiz für deutsche Chefs und Investoren jetzt unerschwinglich?

Mitte Januar hat die Schweizer Nationalbank den Mindestkurs von 1,20 Franken je Euro aufgehoben. Die Folgen für die Schweizer Hersteller von Großküchentechnik und Kaffeemaschinen sind heftig.

Seit 2011 hatte die Schweizer Nationalbank alles dafür getan, den Franken-Wechselkurs durch den Kauf von Euros zu stabilisieren. Ihr Bestreben war es, dass der Euro mindestens 1,20 Franken kostet. Seit Beginn der Interventionen hat die Bank die ungeheure Summe von 250 Milliarden Euro angesammelt. Zuletzt sollen es wöchentlich 15 Milliarden Euro gewesen sein, um das Kursziel zu halten, damit Schweizer Waren für Ausländer erschwinglich bleiben. Doch am 15. Januar zog die Schweizer Nationalbank völlig unerwartet die Notbremse – ein Schock für die Schweizer Industrie, die 40 Prozent ihrer Exporte an deutsche Kunden verkauft. Die wenigsten Unternehmen waren darauf vorbereitet. Folge: Schlagartig schoss der Kurs des Frankens in die Höhe – ein Euro kostete plötzlich nur noch 0,85 Franken und war damit rund 25 Prozent weniger wert. Zwar

hat sich der Kurs inzwischen bei 1,05 Franken je Euro eingependelt, trotzdem sind die Folgen für die Schweizer Industrie und den Tourismus dramatisch. Einige Wirtschaftsforscher fürchten sogar eine Rezession im Land.

Für Investoren und Gastronomen in Deutschland ist das Thema hochrelevant, da wichtige und renommierte Firmen aus dem Bereich Großküchentechnik und Kaffeemaschinen ihren Sitz in der Schweiz haben. Vor allem Küchenchefs fragen sich jetzt zu Recht, wie es mit renommierten Marken wie Elro, Menu System, Berner, Hugentobler, Therma (gehört zu Electrolux), Jura, Franke, Schaerer oder Thermoplan weitergeht. Wechselkursbedingt haben sich Produkte aus der Schweiz – zumindest auf dem Papier – quasi über Nacht um 20 Prozent verteuert. Eine Kaffeemaschine für 5 000 Euro gekostet demnach jetzt 6 000 Euro, die Rechnung für einen Induktions-

herdblock für 100 000 Euro steigt auf 120 000 Euro. Im Wettbewerb mit Herstellern aus dem Euro-Raum ist die Schweizer Wirtschaft somit ins Hintertreffen geraten.

Um ihre Kunden in Deutschland nicht zu verlieren, werden die meisten Hersteller versuchen, den Preisschock zumindest für die erste Zeit abzufedern. Ein Kaffeemaschinenhersteller, der nicht genannt werden möchte, will erst im Laufe des Sommers eine Preisanpassung vornehmen. Hugentobler, Hersteller des Hold-o-mats, wird den Preis seines Geräts aufgrund des Wettbewerbsdrucks ebenfalls nicht anheben, wohl aber den für seine Herdanlagen und Kochsysteme. Wie hoch der Aufschlag schlussendlich ausfällt, hängt nach Aussagen von Geschäftsführer Reto Hugentobler davon ab, auf welchem Niveau sich der Franken in den nächsten Monaten einpendelt.

Doch mit Preissteigerungen von zehn bis 15 Prozent für Produkte „Made in Switzerland“ müssen die deutschen Kunden vermutlich schon rechnen. Die Schweizer Hersteller haben indes angekündigt, weitere Einsparpotentiale zu erschließen und ihre Vorlieferanten mit

ins Boot zu holen – sprich, den Druck an sie weiterzugeben. Fakt ist aber auch, dass bestehende Kostenstrukturen nicht von heute auf morgen in großem Umfang verändert werden können. Somit werden die Hersteller in den sauren Apfel beißen, und versuchen, für eine gewisse Zeit mit niedrigen Margen klarzukommen, um ihre deutschen Kunden nicht zu verprellen. Wenn ein Kaffeemaschinenhersteller seine Geräte allerdings langfristig preislich auf dem alten Niveau halten kann, fragt sich unter Umständen so mancher deutscher Kunde, ob die Margen in der Vergangenheit nicht zu hoch waren und er somit abgezockt wurde.

Für die Wirtschaft in der Eurozone hat die Franken-Aufwertung dagegen positive Auswirkungen, da Produkte und Dienstleistungen für die Schweizer nun erheblich preiswerter werden. Grenznahe Regionen verzeichnen daher beispielsweise im Einzelhandel und in der Gastronomie kräftige Umsatzsteigerungen durch Schweizer Kunden und Gäste. Auch die Hersteller von Küchentechnik aus Deutschland könnten somit – zumindest theoretisch – von der Min-



thermaLine

M2M: Made to Measure
Ein Schmuckstück in jeder
Küche - einzigartig in Technik
und Design.

Swiss made since 1871



e-mail: professional@electrolux.de

Share more of our thinking at
www.electrolux.de/foodservice

Electrolux

destkurs-Freigabe profitieren. Kunden aus der Schweiz können ihre Heißluftdämpfer oder Spülmaschinen derzeit in Deutschland oder Italien wesentlich günstiger als noch vor dem 15. Januar einkaufen – beispielsweise bei grenznahen Händlern oder sogar online, da die meisten Produkte aufgrund von Freihandelsbestimmungen zollfrei eingeführt werden können.

Speziell bei der Großküchentechnik relativiert sich der Vorteil für die meisten deutschen Hersteller, da sie ihre Produkte in der Schweiz auch über Händler verkaufen. Um ihre langjährigen Schweizer Partner nicht im Regen stehen zu lassen (weil die dortigen Kunden nicht mehr bei ihnen einkaufen), gewähren Firmen wie Rational oder Palux beispielsweise ihren dortigen Händlern einen Wechselkursbonus, damit sie gegenüber Händlern aus dem EU-Raum wettbewerbsfähig bleiben. Nach dem Motto „Linke Tasche, rechte Tasche“ neutralisieren sich also unter dem Strich die positiven und negativen Effekte.

Und wie geht es weiter? Alles hängt davon ab, wie sich die aktuellen Krisen um den Euro, Griechenland, Sanktionen gegen Russland und der Krieg in der Ukraine entwickeln. Verschärfen sich die Konflikte, wird der Franken weiter aufgewertet. Sollte es dagegen gelingen, in den nächsten Wochen die Krise mit Griechenland zu lösen, könnte sich nach Ansicht von Fachleuten der Franken bei 1,10 Franken einpendeln. Das wäre ein Wechselkurs, mit dem alle Beteiligten zukünftig wieder besser planen und leben könnten. *Jörg-Michael Ehrlich |*

Das sagt... ELECTROLUX



Sebastian Hupe, *Gesamt-Marketingleiter Central Europe, Electrolux Professional, Sursee*

„ Uns war bewusst, dass die Schweizer Nationalbank den Franken durch Interventionen nicht auf Dauer künstlich auf einem Niveau von 1,20 Franken stabil halten würde. Überrascht hat uns der Zeitpunkt. Allerdings kann man im Nachhinein nachvollziehen, dass die Schweizer Nationalbank zum Handeln gezwungen war, nachdem Mario Draghi, Präsident der Europäischen Zentralbank (EZB), angekündigt hatte, Staatsanleihen im

großen Umfang aufkaufen zu wollen. Im ersten Moment war die Freigabe des Wechselkurses für uns ein Schock. Doch nach einer genaueren Analyse sieht es momentan so aus, dass wir an unsere deutschen Kunden unter dem Strich keine Preiserhöhungen weitergeben müssen. Die Gründe: Da wir für unsere Produkte einen Anteil der Materialien von Zulieferern aus dem Euro-Raum beziehen, können wir positive Effekte beim Einkauf mitnehmen. Darüber hinaus konnten wir in den letzten Monaten unsere Stückzahlen extrem steigern und dadurch die Kosten in der Produktion deutlich senken. Mittelfristig rechnen wir damit, dass der Wechselkurs des Franken im Vergleich zum Euro sich auf ein gesundes Maß einpendeln wird. Momentan steht der Franken bereits wieder bei 1,06 Franken je Euro. Unsere deutschen Kunden brauchen sich also keine großen Sorgen zu machen. Zielgruppe für die therma-Produkte ist die gehobene Gastronomie und Hotellerie sowie Gemeinschaftsverpflegung. Nicht zuletzt wegen des hervorragenden Images von therma hat sich Electrolux vor einigen Jahren ganz bewusst dazu entschieden, die Produktion in der Schweiz zu belassen und eine völlig neue Produktionsstätte in Sursee zu bauen. Unsere Kunden können sicher sein, dass sie auch weiterhin die gewohnt hohe Qualität, verbunden mit einem perfekten Service, von uns bekommen. Unsere Strategie – hochwertige Küchentechnik „made in Switzerland“ – werden wir mit Sicherheit weiterfahren.

Das sagt... PALUX



Erhard Ikas, *Vorstand Palux AG, Bad Mergentheim*

„ Wir sind von der Freigabe des Franken-Wechselkurses doppelt betroffen. Da ich über die Holding gleichzeitig Eigentümer der Salvis AG in der Schweiz bin, stehe ich vor vergleichbaren Herausforderungen wie andere Schweizer Unternehmer auch. Eine Besonderheit ist jedoch, dass die Palux AG gleichzeitig Hersteller von Großküchentechnik für unsere Schweizer Schwestergesellschaft Salvis ist. Diese Konstellation ermöglicht es uns in der aktuellen Situation, gewisse Vorteile in den Schweizer Markt hineinzutragen, da unsere Produkte aufgrund des starken Frankens für Salvis in Relation günstiger geworden sind. Dieser Effekt tritt aber nur ein, wenn Salvis seine Einkaufsvorteile an seine Schweizer Händler weitergibt. Das ist aus purem Eigeninteresse notwendig, damit die Schweizer Kunden nicht auf Händler aus dem EU-Raum in Deutschland, Frankreich, Österreich oder Italien ausweichen. Gleiches gilt für Palux selbst, da wir in der Schweiz in geringem Umfang ein Eigengeschäft mit einigen Händlern betreiben. Wir gehen davon aus, dass die von uns in Deutschland gefertigten Produkte in der Schweiz verstärkt nachgefragt werden. Die Palux AG hat glücklicherweise

relativ wenige Zulieferer aus der Schweiz, sodass wir von Preissteigerungen nur in geringem Umfang betroffen sind. Zulieferer, mit denen wir Zahlungen in CHF vereinbart haben, werden erst einmal abwarten, bis wir auf sie zukommen. Hier prüfen wir natürlich auch Alternativen aus dem EU-Raum. Bei Zulieferern, mit denen wir Zahlungen in Euro verabredet haben, warten wir erst einmal ab. Tendenziell haben wir die Zusagen erhalten, dass man alles versuchen werde, mit den vereinbarten Euro-Preisen auszukommen. Diese Zulieferer sind sich ihrer Nachteile bewusst und arbeiten daran, ihre Kosten anzupassen, um die aktuell reduzierten Margen wieder zu verbessern. Der schwache Euro ist für uns ein Vorteil beim Verkauf unserer Produkte in den Nicht-Euro-Raum. Daher muss es unser Ziel sein, unsere Umsatzanteile im Nicht-Euro-Raum auszubauen. Der niedrige Euro-Kurs hat auch gegenläufige Einflüsse auf unser Geschäft – insbesondere durch



die Dollarnotierung des Rohstoffs Nickel als Haupteinflussfaktor auf den Preis unseres wichtigsten Rohmaterials Chromnickelstahl. Die Schweizer Notenbank versucht, der heimischen Industrie eine moderate Schwächung des Schweizer Franken in den nächsten Monaten in Aussicht zu stellen. Die spannende Frage bleibt damit für die Schweizer Großküchenhersteller, ob dem guten Zureden auch Taten folgen. Aber eines ist den Schweizer Herstellern klar: Sie müssen selbst einen erheblichen individuellen Beitrag dazu leisten, die Situation zu verbessern, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten.

Palux Küchen werden voraussichtlich in der Schweiz nun verstärkt nachgefragt

Schön, wenn
einem mehr
Möglichkeiten*
offen stehen.



* Dibas 64 C – Einer für alles, der vollwertige Backofen, der auch kochen kann.

- * Multitalent – backen, dämpfen, garen und regenerieren
- * Einschubtimer – alle Bleche einzeln steuerbar
- * Genussbewusste Aromaküche – schonende, frische Zubereitung
- * Garen auf den Punkt – mit Kerntemperaturfühler



Halle B6
Stand 212

WIESHEU
Im Laden backen!



therma-Küchen aus Sursee sollen auch in Zukunft für die deutschen Kunden nicht teurer werden

Das sagt... HUGENTOBLER



Reto Hugentobler, Geschäftsführer, Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG, CH-Schönbühl

„Mir war schon länger klar, dass die Schweizer Nationalbank die Stützung des Franken aufheben würde. Die Frage war nur, wann dies geschieht. Trotzdem kam die Entscheidung dann unerwartet für uns. Wir waren aber vorbereitet, und hatten uns bereits im Vorfeld Gedanken über Lösungen und Perspektiven gemacht. Da Produkte aus dem EU-Raum für die Schweizer billiger werden, besteht die Gefahr, dass Hersteller aus Deutschland, Österreich oder Italien ihre Marktanteile bei uns ausbauen wollen. Schweizer Gastronomen könnten sich beispielsweise

über das Internet deutlich günstiger mit Produkten aus Deutschland eindecken. Wir spielen daher mit Währungsrabatten die wir 1:1 weitergeben, um in der Schweiz wettbewerbsfähig zu bleiben.

Was unseren Hold-o-maten angeht, der komplett in der Schweiz gefertigt wird, kann ich unsere deutschen Kunden beruhigen. Wir werden alles daran setzen, den Preis zu halten. Angesichts diverser Konkurrenzprodukte könnte eine Preisanhebung dazu führen, dass sich einige Wiederverkäufer und Kunden gegen unser Erfolgsprodukt entscheiden und auf Billigkopien wechseln. Wir können mit einer geringeren Marge leben, werden aber gleichzeitig unsere Produktion noch effizienter gestalten und mit unseren Zulieferer über angepasste Konditionen sprechen. Bei unseren Herdanlagen „der Schweizer Herd“, die wir ebenfalls komplett in der Schweiz produzieren, ist allerdings eine moderate

Qualität hat ihren Preis – früher und heute. Die Preise für Herdanlagen von Hugentobler werden steigen

Preisanpassung unumgebar. Da unsere wichtigsten Mitbewerber in diesem Segment ebenfalls in der Schweiz produzieren, sehe ich für uns derzeit keine gravierenden Wettbewerbsnachteile.

Ich bin zudem davon überzeugt, dass sich Qualität, wie wir sie produzieren, am Markt behaupten wird. Und es ist nun mal ein betriebswirtschaftliches Gesetz, dass man die gute Qualität nicht zum günstigsten Preis erhalten kann. Der Großküchenmarkt von morgen wird zudem nicht vom Verkauf von Einzelapparaten bestimmt werden, sondern von Kochsystemen, die es einem Küchenchef ermöglichen, durch mehr Effizienz eine bessere Küchenrendite zu erwirtschaften. Was momentan z.B. auf dem Markt für Heißluftdämpfer abläuft, ist Wahnsinn. Der Markt ist meiner Ansicht nach total kaputt, da jeder versucht, durch hohe Rabatte seine Marktanteile zu halten. Doch

mit Deckungsbeiträgen von ein paar Prozent ist eine nachhaltige Unternehmensentwicklung kaum möglich, und die Dienstleistung bleibt auf der Strecke.

Wenn ich einem Kunden aufzeigen und beweisen kann, dass er durch unsere Kochsysteme und neue Produktionsmethoden rund 300 000 Euro pro Jahr sparen kann, spielt es für den Unternehmer unterm Strich eine untergeordnete Rolle, ob ein Heißluftdämpfer nun 1 000 Euro mehr oder weniger kostet.

Die Reduktion auf Internet-Shopping, Discount, Ausschreibungswahnsinn und Sales – das ist nicht unser Weg für die Zukunft. Wir wollen Profiküchen revolutionieren und fit machen für die Zukunft. Und da ist die Küchentechnik nicht so relevant wie das Know-how unserer Systemtechniker, die vor Ort beweisen, wie die Rendite erhöht wird, indem sie die Küchenbrigaden unserer Kunden individuell coachen.



Das sagt... RATIONAL



Erich Baumgärtner, Vorstand kaufmännischer Bereich (CFO), Rational AG, Landsberg/Lech

„Als ich die Nachricht von der Freigabe des Franken-Wechselkurses hörte, war mein erster Gedanke, dass das grundsätzlich positiv für uns ist. Je stärker eine ausländische Währung, desto besser für ein exportorientiertes Unternehmen wie Rational. Da die Schweiz zentral in Europa liegt, relativieren sich allerdings die positiven Effekte. Grund: Die Schweizer Kunden können durch das Währungsgefälle dazu animiert werden, unsere Geräte in Deutschland, Frankreich, Italien oder Österreich einzukaufen. Damit unsere Schweizer Händler wettbewerbsfähig bleiben, haben wir uns daher sehr schnell zur Einführung eines Wechselkursbonus entschlossen. Ziel dieser Maßnahme ist es, das Preisgefüge in der Schweiz zu erhalten. Somit schadet uns der starke Franken nicht, aber wir profitieren auch nur geringfügig. Mittelfristig gehe ich davon aus, dass die positiven und negativen Effekte sich unter dem Strich neutralisieren. Im Dollarraum profitieren wir dagegen von einem schwachen Euro, ebenso wie beim britischen Pfund. Das liegt daran, dass wir die wesentlichen Herstellkosten im Euro tätigen. Wenn Dollar oder Pfund dann mehr Euro

bringen, ist das gut für uns. Derzeit steuern Dollargeschäfte rund zehn Prozent zum Umsatz bei. Das hat schon Auswirkungen. Mitarbeiter unseres zentralen Treasury-Bereichs beobachten im Rahmen des Fremdwährungsmanagements täglich die Entwicklung der Wechselkurse und erstellen entsprechende Prognosen. Darauf aufbauend, nutzen wir auch die Möglichkeit von Kurssicherungsgeschäften über Banken. Falls sich ein Kurs verschlechtern sollte, bekommen wir dann trotzdem den abgesicherten Kurs. Im umgekehrten Fall müssen wir allerdings ebenfalls den Kurs akzeptieren, den wir abgesichert haben. Solche Sicherungsmaßnahmen tragen dazu bei, unser Risiko zu minimieren und besser planen zu können.



Damit ihre Schweizer Händler wettbewerbsfähig bleiben, hat die Rational AG einen Wechselkursbonus eingeführt

Und was bringt die Zukunft? Wir gehen momentan davon aus, dass sich der Franken-Wechselkurs längerfristig wieder in Richtung 1,25 Franken bewegen wird. Der Währungsraum, in dem der Franken gehandelt wird, ist zu klein, um sich auf Dauer von der Kaufkraftparität in Europa abzukoppeln.



Besuchen Sie uns auf der Messe:
INTERNORGA Hamburg
Halle A4, Stand 103

SHOWTIME

BLANCO COOK – die neue Generation. Frontcooking für anspruchsvolles Publikum. Mit extra leistungsstarker Filtertechnik ION TEC und Platz für bis zu vier Kochgeräte.

www.blanco-professional.de



BLANCO
PROFESSIONAL

ANZEIGE

