

„Wir sind ein Unternehmen zum Anfassen“

Die Sistag AG mit Sitz in der Schweiz ist heute ein bereits in dritter Generation familiengeführtes Unternehmen, das sich vor allem mit Plattenschiebern aber auch anderen Produkten unter dem Markennamen Wey einen Namen gemacht hat. Im Oktober 2021 hat sich der Hersteller mit einer neuen Kommunikationsstrategie und dazugehörigem Internetauftritt neu aufgestellt. Bereits zu Beginn des Jahres verstärkte man sich auch mit neuem Personal für den Standort Deutschland. Im Interview mit dem Fachmagazin Industriearmaturen erläutern Samuel Sidler, Geschäftsführer und Inhaber, Hans-Dieter Raupach, Vertriebsleiter Außendienst Deutschland und Nicolai Neumaier, Vertriebsleiter Innendienst Deutschland, die Strategie hinter der Neuausrichtung und ihre Wachstumsstrategie, die vor allem auch den deutschen Markt im Blick hat.

Herr Sidler, Gratulation zu Ihrem neuen, und wie ich finde, gelungenen und modernen Internetauftritt. Nach einigen Momenten merkt man aber, es sind ja zwei neue Webseiten mitsamt eigenen Markenlogos: eine für die Sistag und eine für Wey. Ist das nicht dasselbe, warum die Trennung?

Samuel Sidler: Der Hauptgrund ist vor allem, beim Kunden ein besseres Verständnis zu erzeugen. Sehen Sie, wir

sind ein Familienunternehmen, das seinen Namen durch seine beiden Gründungsväter Hans Sidler, meinen Großvater und Hans Stalder erhalten hat. Das heißt, der Name Sistag war von Anfang an da. Doch mit der Erlangung des Patentes für einen innovativen Plattenschieber durch Joseph Wey im Jahre 1956, verschwommen die beiden Marken, also die des Herstellers und die des Kernproduktes immer mehr miteinander. Wey ist eine extrem

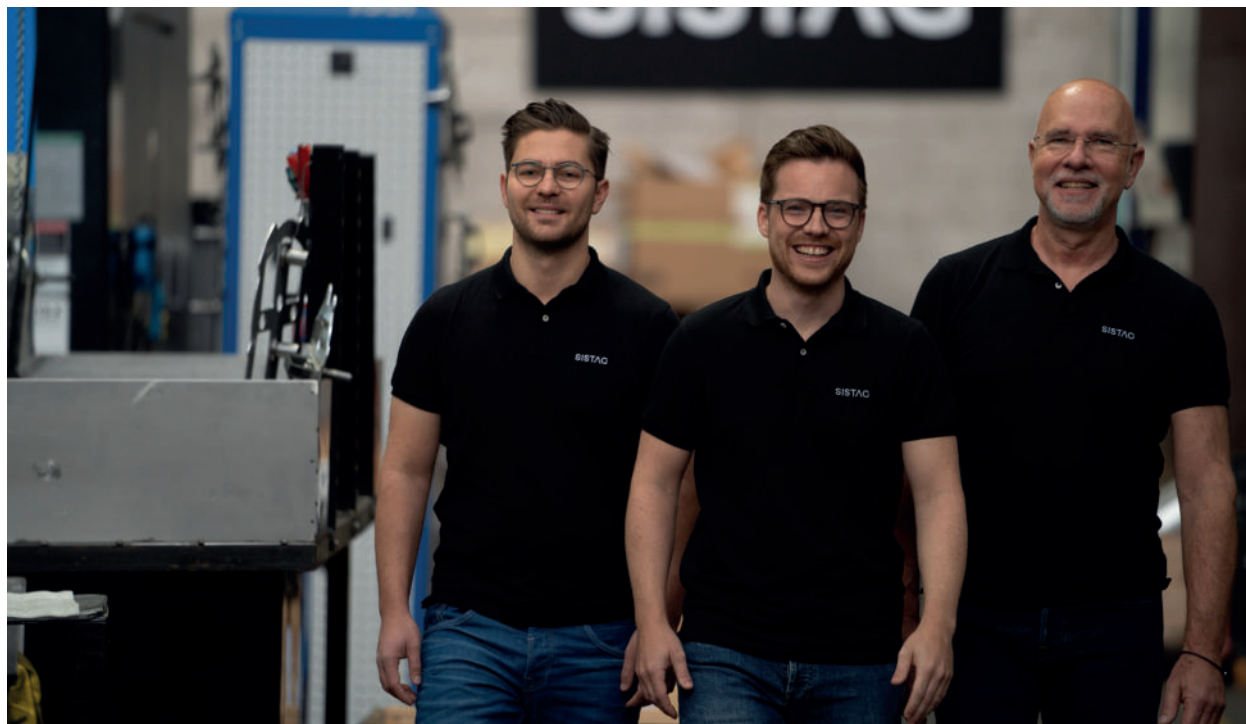


Bild 1: Nicolai Neumaier, Vertriebsleiter Innendienst Deutschland (links), Samuel Sidler, Inhaber und Geschäftsführer Sistag (Mitte) und Hans-Dieter Raupach, Vertriebsleiter Außendienst Deutschland (rechts)



Bild 2: Hochwertige Absperrarmaturen aus der Schweiz

gut eingeführte Marke und seit den sechziger Jahren geradezu ein Synonym für Flachschiebertechnologie. Der Markt kennt also Wey. Was in gewissen Märkten aber nicht immer klar war, ist, dass die Firma Sistag Hersteller dieser Wey-Produkte ist. Das soll sich nun mit dem neuen Auftritt ändern.

Hans-Dieter Raupach: In Deutschland habe ich auch die Beobachtung gemacht, dass den Kunden der Bezug zum herstellenden Unternehmen wieder sehr wichtig ist. Sie wollen ein fassbares Unternehmen als Ansprechpartner und nicht allein ein sehr gutes Produkt, hinter dem ein vielleicht anonymer Hersteller steht. Mit Sistag und unserem Sitz in der Schweiz, also im Herzen von Europa, sind wir ein Unternehmen zum Anfassen – und ja. Natürlich stellen wir die sehr guten Wey Produkte her.

Nicolai Neumaier: Genau. Ein weiterer Punkt ist auch das Vertrauen, das durch die Nähe zum Kunden erzeugt wird. Das ist insbesondere für mittelständische Firmen aber auch für die großen Konzerne, auf die wir uns gut einstellen können, wichtig. Unsere Kunden wollen wieder vermehrt wissen, mit wem sie es zu tun haben, wer die Menschen hinter dem Namen sind - und sie wollen mit uns reden.

Dafür sind Sie seit Anfang des Jahres für den deutschen Markt sehr gut aufgestellt. Wie fügt sich der deutsche Standort Muggensturm in die globale Strategie ein? Stichwort Wachstum. Welche Potenziale bietet der deutsche Markt?

Nicolai Neumaier: Bislang gab es in Deutschland ein kleines „Außenbüro“ der Schweizer Organisation, das im Jahr 2022 immerhin sein 25-jähriges Bestehen feiert. Die Muttergesellschaft mit Samuel Sidler an der Spitze sieht aber großes Potenzial für Deutschland und möchte den deutschen Standort daher noch stärker nutzen.

Samuel Sidler: Ja, wir haben deshalb unser Setting in diesem Jahr grundlegend geändert mit Nicolai Neumaier in der Funktion als Vertriebsleiter im Innendienst und Hans-Dieter Raupach als Vertriebsleiter für den Außendienst. Gerade die gute Vernetzung und das große Erfahrungswissen in Bezug auf die Wey-Produkte von Hans-Dieter Raupach sind natürlich eine gute Grundlage für Wachstum. Aber auch im Außendienst selbst haben wir zwei weitere extrem erfahrene Kollegen an Bord geholt. Im Innendienst haben wir uns mit neuem Personal ebenfalls mit Know-how verstärkt.

Hans-Dieter Raupach: Die Potenziale in Deutschland sind aus unserer Sicht hoch. Wir sehen uns hier immer noch etwas untervertreten, aber wir glauben, dass wir mit unserer Strategie in Deutschland in den nächsten zehn Jahren signifikant wachsen werden. Ein Teil dieser Strategie spiegelt sich auch in unserem Portfolio wider, so haben wir beispielsweise mittlerweile eine eigene komplette Serie zentrischer weichdichtender Wey Absperrklappen in unser Programm aufgenommen, die immer dann zum Einsatz kommen können, wenn der Flachschieber nicht erforderlich ist.

Da klingt schon etwas von dem an, was gemeinhin als individuelle Kundenlösung bezeichnet wird...

Hans-Dieter Raupach: Ja, genau das ist ja auch unsere Stärke. Mit unserer großen Fertigungstiefe in unserem Werk in Eschenbach in der Schweiz können wir unseren Kunden nahezu jeden Sonderwunsch erfüllen. Und das funktioniert dank des direkten Kontaktes und der Nähe sehr gut. Ganz anders, als wenn wir lange Lieferwege oder Produktionsstätten in Asien hätten.

Samuel Sidler: Das stimmt, gerade in der derzeitigen Coronapandemie konnte man die Abhängigkeit von Fernost gut beobachten. Das nehmen auch die Kunden wahr, die dann gerne auf uns zukommen, weil wir

verlässlich, individuell und in exzellenter Qualität liefern können. Dank modernster Produktionsmethoden und Fertigungsmaschinen, die 24/7 laufen, sind wir bestens für die Wünsche unserer Kunden aufgestellt. Und Kunden, die unser Werk besucht und mit unseren Kollegen hier gesprochen haben, müssen wir nicht weiter überzeugen.

Die Schweiz ist ein Hochlohnland, die Produktion kostet hier jedenfalls mehr als anderswo. Ist das kein Nachteil für Ihr Unternehmen?

Samuel Sidler: Nein, wir glauben, unser Standort ist kein Nachteil. Die Schweiz steht für innovative Technik, exzellente Qualität und hohe Liefertreue. Wir stellen Armaturen her, die aufgrund ihrer Qualität und Langlebigkeit unterm Strich Ihren Preis wert sind. Sicherlich ist der Verkauf solcher nachhaltigen Produkte anspruchsvoller als dies vielleicht bei Produkten, bei denen ausschließlich der Verkaufspreis im Vordergrund steht, der Fall ist. Aber das ist ja gerade unsere Aufgabe. Wir wollen gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden eine Armatur zum Einsatz bringen, die am Ende des Tages eben die Beste ist.

Hans-Dieter Raupach: Das Stichwort hierfür heißt Total Cost of Ownership (TCO). Sicher erscheint es verlockend, preisgünstige Produkte einzusetzen, aber viele Anwender bzw. Betreiber von Armaturen können sich einen



Das Werk befindet sich in Eschenbach in der Schweiz

ZUM UNTERNEHMEN

Als zukunftsweisendes Familienunternehmen mit Schweizer Wurzeln setzt Sistag seit über 50 Jahren Maßstäbe im nationalen und internationalen Armaturenmarkt. Mit Plattenschiebern, Absperr- und Rückschlagklappen und gehäuselosen Armaturen, die alleamt unter der Produktmarke Wey bekannt sind. Das Unternehmen wurde 1964 in Eschenbach, nahe Luzern gegründet. In den darauffolgenden Jahrzehnten kamen weitere Niederlassungen in den USA und in Deutschland hinzu. Darüber hinaus existiert ein Netzwerk von mehr als 100 Vertriebspartnern weltweit. Die Konstruktion, Fertigung und Montage der Produkte erfolgt auch heute noch in der Schweiz und den USA. Viele der Armaturen werden speziell nach Kundenanforderungen gefertigt. Entsprechend vielfältig sind auch die Anwendungsgebiete, die von der Wasseraufbereitung über Industrie, Bergbau und Kraftwerkstechnik reichen.



Ausfall oder eine Fehlfunktion ihrer Armaturen schlichtweg nicht leisten. Denken Sie an kritische Bereiche, wie etwa die Abwasserentsorgung, wenn hier etwas ausfällt...

Nicolai Neumaier: Unser Ansatz ist es immer, unserem Kunden den höchstmöglichen Nutzen zu liefern. Ein sehr wichtiger Aspekt, der uns immer wieder zugutekommt, ist unsere hohe Liefertreue. Denn was nützt es dem Anlagenbauer nur billig einzukaufen, wenn er die Teile nicht pünktlich bekommt und gegenüber seinem Auftraggeber in Verzug kommt oder gar vertragsbrüchig wird. Wer bei uns bestellt, bekommt nicht nur die beste Qualität – gerade im Hinblick auf TCO – er bekommt es auch pünktlich und verlässlich. Die Redensart vom Schweizer Uhrwerk kommt ja auch nicht von ungefähr. (lacht)

Das leidige Thema Corona. Wie gut sind Sie durch die Krise gekommen? Wie haben Sie den Lockdown genutzt?

Samuel Sidler: Sistag ist gut durch diese herausfordernde Zeit gekommen. Es gab zum Glück keine coronabedingten Ausfälle, alle unsere Mitarbeitenden sind gesund und Kurzarbeit war nie ein Thema. Wir haben versucht, vernünftig und klug mit der Situation umzugehen. Das Jahr 2020 konnte nach Plan abgeschlossen werden und wir werden 2021 mit sehr guten und erfreulichen Zahlen beenden. Was allerdings auch klar ist: wir kämpfen wie viele Unternehmen um Rohstoffe und Elektronikkomponenten. Unsere Fertigungstiefe macht es für uns aber relativ überschaubar. Vieles haben wir tatsächlich noch selbst in der Hand.

Hans-Dieter Raupach: Das ist ein weiterer Vorteil, den wir als familiengeführtes Unternehmen voll ausspielen können. Dinge selbst in die Hand zu nehmen, mit kurzen Entscheidungswegen. Diese Freiheit genieße ich sehr. Natürlich sind wir immer in enger Abstimmung, aber die flachen Hierarchien und unser Mannschaftsgeist sind auch ein Grund, warum wir neues und gute Personal einstellen konnten. Die Zeit in der Corona-Krise haben wir deshalb unter anderem auch für Produkt-Trainings, Coaching und Seminare für die Mitarbeitenden genutzt. Das sind schließlich die Menschen, die draußen beim Kunden sind. Einige unserer Neuen waren vorher in größeren Konzernen und sehen jetzt, wie schnell und flexibel man in einem mittelständischen Familienunternehmen agieren kann – natürlich immer ganz im Sinne des Kunden.

Kontakte

HANS-DIETER RAUPACH

Sistag GmbH
76461 Muggensturm
Tel.: +49 7222 7879 790
h.raupach@sistag.de

NICOLAI NEUMAIER

Sistag GmbH
76461 Muggensturm
Tel.: +49 7222 7879 790
n.neumaier@sistag.de