

Schliessfach kommt zum Kunden

Geht es um Sicherheit in Banken, an Flughäfen oder in Firmengebäuden, ist die MS Protect AG oft nicht weit.

Thomas Griesser Kym

Lenggenwil – bekannt für seine Fasnacht. Mit dem Auto durchquert man das Dorf, Teil der Gemeinde Niederhelfenschwil, in einer Minute. Hier finden sich ein Restaurant, eine Tankstelle, der Dorfladen samt Postfiliale, ein gutes halbes Dutzend Gewerbebetriebe. Und mit der MS Protect AG einer der marktführenden Betriebe seiner Branche, der vor kurzem die Hand gewechselt hat.

Auf einen Satz reduziert, ist das Unternehmen im Sicherheitsmetallbau tätig. Konkret entwickelt, produziert und vertreibt die Firma mit rund 50 Mitarbeitenden hauptsächlich Personenschleusen, Tresore und automatische Kundenmietfachanlagen, dazu auch Sicherheitstüren, Einwurfanlagen usw. Die grösste Kundengruppe sind die Banken. Immer wichtiger werden aber die Bundesverwaltung, Flughäfen, Hochschulen, Botenschaften, die Armee, Firmen aus Branchen mit kritischer Infrastruktur wie Telekommunikation, Strom, Wasser und Schienenverkehr oder Firmen aus Industrie, Handel, Dienstleistungen usw. 30 Jahre lang haben Beatrice und Karl Schlierenzauer das Unternehmen geführt und innegehabt. Nun haben sie, per 1. Oktober, die MS Protect je hälftig an Manuel Fülleemann und Simon Schefer verkauft, die sich auch die Geschäftsleitung teilen.

Viele Gemeinsamkeiten und eine ideale Ergänzung

Die beiden Jungunternehmer haben viel gemeinsam. Beide sind Jahrgang 1987, beide wohnen in Winterthur, stammen aber aus dem Thurgau, Fülleemann aus Steckborn, Schefer aus Berg. Ihre Wege haben sich immer wieder gekreuzt, beide haben bei Müller-Martini Polymechaniker gelernt, wobei Fülleemann Schefers Unterstift war. Nach der Ausbildung haben die beiden Männer wiederholt bei der gleichen Firma gearbeitet, unter anderen auch bei der MS Protect. Als sich ihnen dann, mittlerweile bei einem Unternehmen in Winterthur angestellt, die Chance bot, im Rahmen von Schlierenzauers Nachfolgeregelung die MS Protect zu übernehmen, griffen sie zu. «Wir wollten immer schon selbstständig werden, das war uns schon während der Lehre klar», sagt Fülleemann. «Und wir wollten das zusammen machen», ergänzt Schefer. Denn



Die Jungunternehmer und Chefs der MS Protect AG, Manuel Fülleemann (links) und Simon Schefer, neben einer Personenschleuse. Bild: Urs Bucher (Lenggenwil, 5. November 2019)

«Wir wollten immer schon selbstständig werden.»

Manuel Fülleemann
Co-Chef der MS Protect AG

das Duo ergänzt sich: Fülleemann ist der Verkäufer, der auch zuständig ist für Marketing und Finanzen. Schefer ist der Techniker, der die Entwicklung und Produktion und damit das operative Geschäft verantwortet. Das war schon so während ihrer früheren gemeinsamen Zeit bei



Visualisierung einer automatischen Kundenmietfachanlage. Bild: PD

der MS Protect. Schefer: «Ich habe damals als Projektleiter verarbeitet, was Manuel zuvor verkauft hat.»

Die MS Protect ist zu 70 Prozent im Schweizer Markt aktiv, zu 30 Prozent im Export nach Deutschland. Als einer von zwei führenden Betrieben der Bran-

mit Schliessfächern ihr Fach öffneten. Die moderne Variante davon sind automatische Anlagen. Dazu begibt sich der Kunde in der Bank nach der Identifikation in einen sicheren Raum, und ein Roboter schickt ihm sein Schliessfach nach oben. Fülleemann nennt zwei Vorteile gegenüber der herkömmlichen Variante: «Es ist sicherer, und es ist rund um die Uhr verfügbar und nicht nur während der Öffnungszeiten der Bank.» Auf einem Rundgang durch den Betrieb zeigt sich, dass die MS Protect gerade eine solche automatische Anlage für ein deutsches Geldinstitut herstellt. «Wir punkten mit Schweizer Qualität und Präzision, mit unserer grossen Fertigungstiefe, mit gutem Service sowie mit der Kombination aus Metallbau und Elektronik», sagt Schefer. Zentral sei auch der Produktionsstandort Schweiz. Zwar sei Lenggenwil in der Schweiz nicht zentral gelegen, aber man führt auch Büros in der Westschweiz, in Basel und Bern, und zur Bearbeitung des deutschen Marktes sei die relative Grenznähe ideal.

Auch Privatpersonen in der Kundenkartei

«Karl Schlierenzauer war sehr innovativ», sagt Fülleemann. Diese Innovationskraft will man beibehalten. Wichtig sei aber auch eine gewisse Kontinuität, denn «Sicherheit ist Vertrauenssache». Abstriche an den bewährten Tugenden seien deshalb kein Thema. Hingegen wolle man interne Prozesse verbessern und so effizienter werden. Auch die Automatisierung bei ihren Produkten wollen die beiden Jungunternehmer vorantreiben, denn diese sei ihr Alleinstellungsmerkmal. Zudem wollen sie in weitere europäische Märkte in der EU und in Osteuropa expandieren und tragen sich mit dem Gedanken, auch ihre Lehrlingsausbildung auszubauen. «Das Unternehmen ist gesund, und wir pflegen eine gesunde Streitkultur», sagen die beiden Compagnons. «Wir sind uns lange nicht immer einig, finden aber in Diskussionen immer eine Lösung.»

Privatpersonen zählen ebenfalls zu den Kunden der MS Protect, ab und zu bei Sicherheitstüren, oft aber bei Tresoren. Von einem Panzerschrank mit einem herkömmlichen mechanischen Schloss aber hält Fülleemann nicht viel. «Das verleitet Einbrecher nur dazu, auf der Suche nach dem Schlüssel das ganze Haus zu durchwühlen.»

Schnäppchenjäger erwarten immer höhere Rabatte

Rabattschlacht Am 29. November ist es wieder so weit: Am «Black Friday» und kurz darauf am «Cyber Monday» locken Detailhändler rund um die Welt Schnäppchenjäger mit Rabatten in ihre Läden und auf ihre Webseiten. Auch in der Schweiz wollen die «Black Friday»-Shopper von hohen Preisnachlässen profitieren. Zudem dürfte sich das Geschäft verstärkt ins Internet verlagern. In den USA läuten die Detailhändler traditionell am Freitag vor dem «Thanksgiving»-Wochenende das Weihnachtsgeschäft ein und gewähren auf ihre Waren hohe Rabatte. Die «Black Friday»-Welle ist längst auch nach Europa und in die Schweiz übergeschwappt.

Hierzulande wollen rund die Hälfte der «Black Friday»-Fans länger geplante Einkäufe am Monatsende besonders günstig tätigen, wie eine vom Beratungsunternehmen Oliver Wyman veröffentlichte Umfrage zeigt. Dabei steigt die Erwartung an die Höhe der Rabatte von Jahr zu Jahr.

Warenkauf erst zum halben Preis

In diesem Jahr werden den Angaben zufolge 54 Prozent der Befragten nur noch dann zuschlagen, wenn die Händler ihre Preise um 50 Prozent oder mehr reduzieren. Im 2018 hatten mit 44 Prozent weniger «Black Friday»-Shopper dies als Kaufkriterium angegeben. Sollten die Rabatte zu niedrig sein, werde knapp die Hälfte der Befragten ihre Einkäufe auf später verschieben oder ganz darauf verzichten, hiess es weiter.

Die Rabattschlacht findet aber nicht nur in den Läden statt, sondern vermehrt auch im Internet. Laut der Befragung planen 58 Prozent der befragten Shopper, im Internet auf die Schnäppchensuche zu gehen. Rund 22 Prozent werden wohl nebst der Internetsuche auch in die Läden gehen, und nur ein Fünftel will klassisch nur im Laden shoppen.

Für den Detailhandel könnte «Black Friday» laut Oliver Wyman-Experte Nordal Cavadini vom erhofften Segen zum Fluch werden: «Mit zu hohen Rabatten kannibalisiert der Detailhandel sein Tagesgeschäft und verliert margenstarke Umsätze.» Dabei sei die Erwartung der Konsumenten nicht, dass die Hälfte des Sortiments zwei Wochen lang zum halben Preis angeboten wird. Besser sei es mit gezielten, individuelleren Aktionen auch den Absatz nicht-reduzierter Ware zu fördern. (awp)

ANZEIGE

Trauring Workshop
Kaufen Sie noch, oder schmieden Sie schon?

1886
LABHART
CHRONOMETRIE & GOLDSCHMIEDE
Inhaber Romano Prader

Neugasse 48 | 9000 Sankt Gallen
chronometrie.ch