

Ein Glas Wein mit

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **100 (2020)**

Heft 1081

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Ein Glas Wein mit

Béatrice Lüthi / Inhaberin und Geschäftsführerin Lüthi-Aufzüge, Leimiswil

von Lukas Leuzinger

Der markanteste Turm im beschaulichen Leimiswil im Oberaargau gehört nicht zur Kirche, sondern zur Firma Lüthi-Aufzüge. In dem 30 Meter hohen Bau werden Komponenten von Aufzügen von geschulten Servicetechnikern auf ihre Qualität getestet. Was die Fabrik verlässt, muss «verhabe», wie Béatrice Lüthi sagt. Seit 1997 ist sie Inhaberin und Geschäftsführerin des Unternehmens. Mit 33 Jahren übernahm sie das Unternehmen, das ihr Vater aufgebaut hatte. Schon als Kind hatte sie sich für Technik interessiert und im Familienbetrieb das erste Sackgeld verdient. Später studierte sie Betriebswirtschaft und war bei verschiedenen Unternehmen angestellt, bevor sie in den Familienbetrieb zurückkehrte.

«Klein, aber oho.» So beschreibt Lüthi die Firma mit 54 Angestellten. Während manche Konkurrenten Aufzüge in Massenproduktion herstellen, fertigt Lüthi jeden Lift individuell für die Kunden an. Etwa 50 Aufzüge pro Jahr liefert das Unternehmen aus. Weil man Wert auf Qualität lege, sei man bei der Anschaffung zwar teurer. «Dafür fallen nicht Unterhaltskosten an, die schon nach 15 Jahren den Kaufpreis übersteigen.» Und tatsächlich: Die ältesten Lüthi-Lifte sind seit über 60 Jahren in Betrieb. Es sei auch ökologisch unsinnig, einen Lift alle paar Jahre zu ersetzen, ärgert sich Lüthi. «Alle reden von Nachhaltigkeit, zugleich werden die Kriterien, an denen man Entscheidungsträger misst, immer kurzfristiger. Das geht nicht auf.» Die Firma schränkt ihre Kundschaft bewusst auf einen Radius von einer Stunde Autofahrt um ihren Standort ein – und verzichtet so freiwillig auf Wachstumspotenzial. «So können wir bei Störungen schnell vor Ort sein.» Kundenzufriedenheit geht bei Lüthi eben vor: «Vielerorts ist ein Aufzug ein Nadelöhr. Wenn bei einem Transportunternehmen oder in einem Spital der Lift ausfällt, funktioniert der Betrieb nicht mehr reibungslos.»

Béatrice Lüthi nimmt sich Zeit und führt mich durch die Werkhalle, wo sie jeden Mitarbeiter mit Vornamen begrüsst. Detailliert zeigt sie mir die Maschinen und ihre Komponenten. Man merkt: Hier ist eine Frau mit Herzblut am Werk. Im Sitzungszimmer tischt sie anschliessend zum Primitivo, den ich mitgebracht habe, Bergkäse und Trüffelsalami auf. Die Firma ist ihr

zweites Zuhause, und die Mitarbeiter seien wie eine Familie. Über ihre Angestellten sagt Lüthi, die kinderlos ist: «Ich habe eigentlich 54 Kinder hier.» Manche Angestellte arbeiten bereits in dritter Generation für das Unternehmen. Ihren Führungsstil beschreibt Lüthi als partizipativ; wenn es sein müsse, sei sie aber konsequent und setze sich durch.

Im Gespräch ist Lüthi direkt und nimmt kein Blatt vor den Mund. Etwa wenn sie die «masslose Überregulierung» beklagt: «Zum Teil schreiben die Normen jeden Winkel und jeden Bestandteil vor, so dass für jede andere Lösung eine teure Entwurfsprüfbescheinigung eingeholt werden muss. Die grossen Hersteller erhalten viel schneller und einfacher eine Bescheinigung, was marktverzerrend ist.» Die grossen Hersteller könnten mehr Einfluss auf die Ausgestaltung der Normen nehmen und damit die eigene Marktmacht ausbauen. «Als KMU bleibt einem dann oft nichts anderes übrig, als Komponenten von anderen zu beziehen.» So kauft ihre Firma immer mehr Bestandteile, die sie früher selber herstellte, von Zulieferern. Und das Qualitätssicherungssystem sowie viele Bauteile, die man selber herstelle, müsse man in Deutschland aufwendig zertifizieren lassen. «Das ist eine Marktbehinderung vom Feinsten.»

Sorgen macht Lüthi auch die zunehmende Akademisierung des Bildungssystems. «Heute geht bald jeder, der 2 und 2 zusammenzählen kann, ans Gymi. Da machen die Eltern auch viel Druck. Aber keiner überlegt sich, wer ihm seine Heizung flickt oder einen Lift einbaut.» Die Berufsbildung habe ein Marketingproblem. Auch für ihr Unternehmen sei es schwieriger geworden, genug gut ausgebildetes Personal zu finden. Das liege vielleicht auch daran, dass für jene, die neu auf den Arbeitsmarkt kämen, die Arbeit nicht mehr dieselbe Bedeutung habe wie für ältere Generationen. «Die Jungen haben andere Prioritäten. Bei denen ist die Work-Life-Balance fast wichtiger als alles andere.»

Gleichwohl ist Béatrice Lüthi stolz darauf, «dass ich mich bis jetzt nicht habe unterkriegen lassen». Das sei sie auch ihrem Vater schuldig: «Diese Firma ist sein Lebenswerk, und ich habe versprochen, dieses zu erhalten.»

chen die Eltern auch viel Druck. Aber keiner überlegt sich, wer ihm seine Heizung flickt oder einen Lift einbaut.» Die Berufsbildung habe ein Marketingproblem. Auch für ihr Unternehmen sei es schwieriger geworden, genug gut ausgebildetes Personal zu finden. Das liege vielleicht auch daran, dass für jene, die neu auf den Arbeitsmarkt kämen, die Arbeit nicht mehr dieselbe Bedeutung habe wie für ältere Generationen. «Die Jungen haben andere Prioritäten. Bei denen ist die Work-Life-Balance fast wichtiger als alles andere.»

Gleichwohl ist Béatrice Lüthi stolz darauf, «dass ich mich bis jetzt nicht habe unterkriegen lassen». Das sei sie auch ihrem Vater schuldig: «Diese Firma ist sein Lebenswerk, und ich habe versprochen, dieses zu erhalten.»



Béatrice Lüthi

Illustration: Matthias Wyler / Studio Sirup.

Wein: «Pumone», Primitivo di Manduria, 2018