

Bastien Droz, Direktor der Ceramaret SA in Bôle

«Wir richten uns konsequent auf die Zukunft aus»

Die vor über 100 Jahren gegründete Ceramaret SA ist heute ein florierendes KMU mit über 150 Mitarbeitenden. Die in der Bearbeitung von überharten Werkstoffen tätige Firma hat es verstanden, sich neu zu orientieren und zusätzliche Märkte zu erobern. Direktor Bastien Droz äussert sich im Interview unter anderem über die Strategie der Firma, ihre Kunden, das Personal und den Werkplatz Schweiz. **Stéphanie Spiess**

Herr Droz, was zeichnet Ihr Unternehmen besonders aus?

Bastien Droz: Sicherlich dessen konsequente Ausrichtung auf die Zukunft. Wir sind in einem international hart umkämpften Nischenmarkt tätig. Wir versuchen deshalb, uns ständig über die Entwicklung der Bedürfnisse unserer Kundschaft auf dem Laufenden zu halten und die Märkte, in denen wir tätig sind, auszubauen. Unser Kerngeschäft ist die Herstellung von kleinen Hochpräzisionskomponenten aus technischer Keramik, Saphir oder synthetischem Rubin. Das sind alles extrem harte Materialien, die in der Uhrenindustrie, der Medizintechnik, aber auch in der Maschinenindustrie Verwendung finden. Unsere langfristig ausgerichtete Investitionspolitik – über 20 Millionen Franken, geplant über drei Jahre – hat es uns insbesondere erlaubt, Wachstumsreserven einzuplanen und neue Absatzmärkte zu erobern.

Können Sie uns den Ausbau des Unternehmens mit Beispielen illustrieren?

Wir haben die Fläche unserer Lokalitäten verdoppelt, neue Produktionsmaschinen erworben und eine unternehmenseigene Cafeteria eingebaut. Das

lich turbulenten Zeiten, wie wir sie gerade erleben, auf eine treue Kundschaft und auf das Wachstum im Uhrensektor, unserem wichtigsten Abnehmer, zählen.

Wie sind Ihre bevorzugten Märkte strukturiert?

In nur wenigen Jahren ist der Anteil des Uhrensektors 10 Prozent in die Höhe geschneilt, er zeichnet heute für 35 Prozent unseres Umsatzes verantwortlich. Die herausragende Stellung der Uhrenindustrie hat sich so ergeben und wurde von uns nicht aktiv herbeigeführt. Wir legen deshalb grossen Wert darauf, ein Gleichgewicht zwischen unseren verschiedenen Aktivitätssektoren herzustellen. Mit dem Anteil von 60 Prozent unserer Produktion, die für den Export bestimmt ist, zwingt uns die Frankenstärke auch dazu, unsere Effizienz und Reaktionsfähigkeit zu verbessern. Was das anbetrifft, ermöglicht es die von uns gewählte Investitionspolitik, die heute zu greifen beginnt, dass wir unseren Kunden eine Produktionsinfrastruktur der Spitzenklasse anbieten können.

Was ist die Stärke Ihrer Firma? Die Innovation oder das Fortführen der Tradition?

Die beiden Facetten sind bei uns untrennbar verbunden. In ihrem über hundertjährigen Bestehen hat sich Ceramaret ein wertvolles Know-how und eine hohe Glaubwürdigkeit bei der Kundschaft erarbeitet. Angesichts der komplexen Komponenten, die wir herstellen, und der spezifischen Wünsche unserer Kunden sind wir darauf angewiesen, auf das «Erbe» und das Fachwissen unserer Mitarbeitenden zurückgreifen zu können. Die Innovation weist uns den Weg in die Zukunft und eröffnet neue Perspektiven.

Das heisst konkret?

Unsere Forschungs- und Entwicklungsabteilung ist sowohl im Hinblick auf die Industrialisierungsprozesse aktiv als auch in der technischen Entwicklung der Materialien. Sie arbeitet eng mit unseren

«Wir legen grossen Wert darauf, unseren Mitarbeitenden vorteilhafte Arbeitsbedingungen zu bieten.»

sind Trümpfe, die uns auch in Zukunft auf einer positiven Schiene halten werden. Die Ceramaret AG zählt heute 150 Mitarbeitende, kann aber in Zukunft bis zu 250 aufnehmen.

Wie präsentiert sich die aktuelle Situation in Ihrer Branche?

Weil wir als Zulieferer tätig sind, spüren wir die Marktfluktuationen erst mit einer gewissen Verspätung. Glücklicherweise können wir in wirtschaft-

Kunden zusammen, um gemeinsam die beste Lösung zum besten Preis zu finden. Der Bereich «Beratung» ist denn auch zentral bei Ceramaret, wir betrachten die Beziehung zu den Kunden als «Win-win-Partnerschaft»: Auf der einen Seite der Keramikspezialist, auf der anderen der Spezialist für die industrielle Anwendung von Keramik, und beide streben gemeinsam das optimale Resultat an. So bieten wir unseren Kunden auch Produktionsmittel der Spitzenklasse an, welche selbst die komplexesten Anforderungen erfüllen.

Zu den Human Resources: Ist es schwierig für Sie, das benötigte Fachpersonal zu finden?

Unser Unternehmen hat den Vorteil, dass es eine sehr niedrige Personalfluktuation aufweist. Wir suchen gut ausgebildete und erfahrene Fachleute, die sich in spezifischen Bereichen der Technik und der Mechanik auskennen. Trotz unserer Lage im Zentrum der Uhrenregion besteht kein Überfluss an derartigem Fachpersonal. Wir legen deshalb grossen Wert darauf, unseren Mitarbeitenden vorteilhafte Arbeitsbedingungen zu bieten und damit über einen guten Namen in der Region zu verfügen. Zeitgemässe Sozialleistungen, Förderung von Weiterbildungen (sowohl intern als auch extern), eine subventionierte Cafeteria und Arbeitsbedingungen, welche die Vorgaben aus dem Gesamtarbeitsvertrag der Uhrenindustrie erfüllen: Das sind alles Massnahmen, mit denen wir versuchen, unser Personal langfristig zu binden und damit deren Know-how im Betrieb zu behalten.

Inwiefern ist die Öffnung für neue Märkte ein Schlüssel zum Erfolg?

Als unsere Firma 1907 gegründet wurde, belieferte sie ausschliesslich die Uhrenindustrie. Mit der Zeit hat sie in andere Sektoren wie Analyseinstrumente, Matrixdrucker oder auch medizinaltechnisches und chirurgisches Material diversifiziert. Ein Beispiel: Die Firma hat es vor ein paar Jahren geschafft, einen Weltmarktanteil von 85 Prozent bei Matrixdruckernadeln aus Wolfram zu erobern. Neue Gelegenheiten beim Schopfen packen – das ist unser Schlüssel zum Erfolg.



Bild: Stéphanie Spiess

Bastien Droz ist seit 2002 im Kader der Ceramaret SA mit Sitz in Bôle (NE). Im August 2011 übernahm der Direktor. Nach einer Ausbildung zum Ingenieur HTL für Mikrotechnik und einer Weiterbildung in Unternehmensführung an der HSW Neuenburg war der heute 39-jährige Bastien Droz vorerst Projektverantwortlicher, dann Chef Fertigungsmethoden und schliesslich Leiter Managementsystem.

Wie gehen Sie konkret vor?

Um die Märkte so gut wie möglich antizipieren zu können, nehmen wir an zahlreichen internationalen Messen teil. Wir treten dort mit der Kundschaft in Kontakt und machen uns ein Bild über die Tendenzen und Neuerungen auf dem Markt. Zusätzlich zu diesen Aktivitäten fokussieren wir gerade auf neue Kundenakquirierungstools. Die Durchführung von Marktstudien ermöglicht es uns, eine klarere Vorstellung von potenziellen Absatzmärkten zu gewinnen, auf die wir uns dann konzentrieren können. Diese zukunftsgerichteten Studien sind sehr wertvoll, wenn man die Tendenzen von morgen schon heute kennen will. Sie unterstützen uns dabei, rascher mit unseren Kunden in Kontakt treten zu können.

Welches sind aus Ihrer Sicht die herausragenden Stärken des Werkplatzes Schweiz?

Der helvetische Isolationismus, der starke Franken oder auch die Zollbestimmungen schränken das Aktionsfeld der Unternehmer ein. Ein Trumpf der Schweizer Wirtschaft ist hingegen das Know-how unserer Arbeitskräfte. Hinzu kommt der Arbeitsfrieden, der sowohl aus Sicht der Arbeitgeber als auch der Arbeitnehmer einen echten Mehrwert darstellt. Das sind die Faktoren, welche die Schweiz auch aus globaler Sicht zu einem attraktiven Standort machen – neben der Tatsache, dass das Label «Swiss made» überall bekannt und geschätzt ist. ■

Stéphanie Spiess ist Redaktorin bei Cadence Conseils in Lausanne und Sion.