

Die diskreten Profiteure der Krise

BUBIKON. Die Bubiker Dianit AG baut im nahen Ausland ein viergeschossiges Wertschutzgebäude. Getarnt, bewacht, eine Art Geldspeicher für wohlhabende Pessimisten. Und ein Symbol dafür, wie sehr sich Krisenzeiten für den Tresorbauer bezahlt machen.

STEFAN KRÄHENBÜHL

«Schwierig», «herausfordernd», «ungerecht»: Wenn es um die Einordnung der Wirtschaftslage geht, sind die Meinungen gemacht. Fast alle Firmen leiden auf die eine oder andere Weise unter den Entwicklungen im Euro-Raum. Aber eben nur fast alle. Zu den wenigen Profiteuren der Krise gehört die Dianit AG. Der Tresorbauer, der im Januar von Wil SG nach Bubikon umgezogen ist, verzeichnet seit Ausbruch der Bankenkrise 2008 eine deutlich grössere Nachfrage. «Das schwindende Vertrauen in die Banken ist Wind unter unseren Flügeln», sagt CEO Werner Gubser. «Längst glauben viele Menschen nicht mehr daran, dass ihre Gelder auf dem Sparkonto sicher sind. Sie wollen einen Teil ihres Vermögens zu Hause aufbewahren.» Die tiefen Zinsen und Sorgen um nicht deklarierte Konten tun ihr Übriges.

Vom aufkommenden Pessimismus der Schweizer profitiert Dianit mit jähr-

lichen Wachstumsraten von 15 bis 20 Prozent. Und je radikaler die Auswüchse der aktuellen Krise sind, desto stärker steigt die Nachfrage nach Wertschutz. «Zurzeit ist die Debatte um die privaten Spareinlagen in Zypern ein grosser Treiber», so Gubser.

Ansturm der Superreichen

Dabei geht der Trend weit über die Installation von Tresoren hinaus. Im grenznahen Ausland baut Dianit momentan ein vierstöckiges Wertschutzgebäude. Eine Art Geldspeicher für Superreiche, als Mehrfamilienhaus getarnt, ausgerüstet mit Sicherheitsschleusen und Wachpersonal. Der Ansturm auf einen Platz im Gebäude, das von privaten Investoren finanziert wird, ist gross. Noch vor Baubeginn waren sämtliche Schliessfächer ausgebucht, das ursprüngliche Projekt wurde um ein Viertel vergrössert. Drei weitere solche Gebäude sind gemäss Gubser in der Schweiz geplant. Die Projektausschreibungen laufen.

Doch was versteckt sich dereinst uneinnehmbar hinter der erfundenen Fassade eines normalen Mehrfamilienhauses? Edelmetalle und Schmuck gehören zu den klassischen Objekten, die zwischen Schichten aus Stahl und Beton die Jahre überdauern müssen. Doch nicht immer sind die potenziellen Kunden von Dianit harmlose Vermögende. Gubser erinnert sich an einen Fall, in dem der Interessent eines Tresorsystems in illegale Geschäfte involviert war. «Solche Projekte brechen wir unverzüglich ab», so Gubser. «Wir wollen nicht in krumme Geschäfte verwickelt werden.» In einer Branche, in der vom Vertrauen der Kunden alles abhängt, sind gewisse Beziehungen alles andere als förderlich.

Xenophobie prägt die Branche

Wie sensibel die Dianit AG mit ihren Kunden umgehen muss, zeigt sich an einigen Beispielen besonders gut. So ist der Lieferwagen des Unternehmens beispielsweise als Lkw eines real existierenden Fachgeschäfts für Büromöbel getarnt, mit dem Dianit nur zu diesem Zweck eine Kooperation eingegangen ist. Weiter ist die Zusammenarbeit mit Freelancern tabu. Sogar von einem Einsatz von Personen mit Migrationshinter-

grund sieht man in Bubikon ab. «Das würden viele Kunden nicht akzeptieren», sagt Verkaufschef Reto Rohrer. Wo die Angst um das eigene Hab und Gut beginnt, hört der Glauben an das Gute im Menschen anscheinend auf.

Für die von Xenophobie geprägten Ansprüche, mit denen er immer wieder konfrontiert werde, habe er anfangs kein Verständnis gehabt, sagt Werner Gubser. Ist das heute anders? «Ich kann die Ängste teils verstehen.» Für den Gesinnungswandel mitverantwortlich ist die Einbruchstatistik der Schweiz. «Wir sind zur Einbrecherhochburg Europas geworden», sagt Gubser. Dass die Täter häufig aus dem Ausland stammten, fördere ein gewisses Misstrauen in der sowieso schon heiklen Branche.

Die Schichten entscheiden

Anders als die Angst vor einem Kollaps des Finanzsystems wirkt sich die sehr reale Gefahr durch Einbrecher jedoch kaum positiv auf das Geschäft von Dianit aus. «Jeder denkt, von einem Einbruch nie betroffen zu sein», sagt Gubser. «Die meisten unserer Kunden im Mittelstandsegment wurden in der Regel bereits Opfer von Einbrüchen. Sie kommen zu uns, wenn es zu spät ist.»

Oft handelt es sich bei Einbrechern um Profis, die mit schweren Maschinen zu Werke gehen. Das verdeutlicht die Hülle eines Tresors im Lager von Dianit, an dem sich Diebe zu schaffen gemacht haben. Von der Rückwand steht ein breites Stück Stahl ab, durch das sich die Täter geschnitten haben. An der darunterliegenden, dicken Betonschicht scheiterten sie schliesslich. «Die Kunst im Tresorbau besteht darin, durch die Kombination verschiedener Schichten aus verschiedenen Stoffen ein Aufbrechen zu verunmöglichen», so Gubser. Nebst den klassischen Elementen Stahl und Beton arbeitet Dianit unter anderem auch mit speziellen Metalllegierungen, Kohlenfasern oder Kunstharz.

Wie effektiv diese Kombinationen sein können, zeigte sich kürzlich, als ein Dianit-Kunde seinen Tresor öffnen lassen wollte, weil er den Code vergessen hatte. Sieben Stunden lang bohrten Experten mit Diamantbohrern erfolglos Löcher in den Stahlkasten. Zu guter Letzt blieb dem Team nichts anderes übrig, als den Tresor mit der rohen Gewalt einer Baggerschaufel zu öffnen. Was für den Besitzer ärgerlich und kostspielig endete, ist für Dianit heute zumindest etwas: gute Werbung.

Das Gewicht ist Nebensache

Die Dianit AG hat sich seit ihrer Gründung 1969 als Tresorbauer im und rund um den Kanton Zürich einen Namen gemacht. Heute stammt ein Grossteil der Tresore aus Deutschland, in der Schweiz verblieben ist ein Werk in Rudolfstetten, in dem unter anderem die Luxuslinie gebaut wird. Hochglanztresore mit 21 Lackschichten, die so ästhetisch wie möglich konzipiert sind. Bis zu 80000 Franken wenden Kunden für einen solchen Tresor auf, Standardprodukte kosten rund 2000 bis 5000 Franken.

Entgegen dem häufigen Glauben wird ein Tresor nicht durch mehr Gewicht sicherer. «Relevant ist die Verankerung im Gebäude», sagt Reto Rohrer, «und natürlich seine Konstruktion.» Gemäss Rohrer ist manch ein Tresor, der 300 Kilogramm wiegt, sicherer als einer mit 2 Tonnen. Das Problem: Viele Versicherungen führen die Versicherungsklassen noch immer nach Gewicht – dies, obschon mit der VdS-Norm, auf die auch Dianit setzt, ein geeigneter Sicherheitsstandard vorhanden wäre. Einen Verband, der sich für einen Wechsel stark machen könnte, gibt es nicht. (stk)



Möglichst viel Ästhetik für die Reichen und Schönen: Dianit-CEO Werner Gubser (links) und Verkaufschef Reto Rohrer mit Tresoren der Luxuslinie. Bild: Nicolas Zonvi

Dieci erhöht Präsenz in Uster

USTER. Dieci will in Uster einen Pizzakurier lancieren. Weitere regionale Ableger sind möglich: Der Rapperswiler Gastrobetrieb setzt in den nächsten Jahren auf den Ausbau seines Kuriernetzes.

STEFAN KRÄHENBÜHL

Beim Rapperswiler Gastrounternehmen Dieci AG stehen die Zeichen auf Wachstum. Das Unternehmen, das zu den grössten Pizzakuriern der Schweiz zählt, will sein Filialnetz in den nächsten Jahren kontinuierlich ausbauen. Beginnend in Uster. An der Florastrasse 4, in den Räumlichkeiten, in denen die Metzgerei Schoch bis Ende September ihre Würste verkaufte, baut Dieci in den nächsten Monaten seinen 19. Pizzakurier. Noch steht die Baubewilligung aus, Geschäftsführer Patrick Bircher

rechnet jedoch optimistisch mit einer Eröffnung Anfang Juli.

Was hat ihn bewogen, nach Uster zu expandieren? «Der Standort ist optimal», sagt Bircher. «Einerseits kennt man uns in der Region bereits, andererseits ist das Einzugsgebiet gross genug, um für uns interessant zu sein.» 30000 bis 40000 Einwohner in der näheren Umgebung setzt er voraus. Zwischen 150000 und 300000 Franken wird das Unternehmen in den Aufbau des neuen Kuriers investieren, der wie die meisten der 32 Dieci-Betriebe an einen Franchisingpartner übergeben wird.

Dübendorf ist interessant

Uster ist für Dieci kein Neuland. An der Gerichtsstrasse ist das Unternehmen bereits mit einer Gelateria vertreten. Noch ist offen, ob weitere Standorte in der Region folgen werden. Bircher nennt Dübendorf eine interessante Option. «Es kann aber auch

durchaus sein, dass Wetzikon oder Hinwil irgendwann zum Thema werden.»

Deutlicher ist er, der das Geschäft bei Dieci seit eineinhalb Jahren leitet, beim zukünftigen Fokus des Unternehmens. «Die Pizzakuriere haben in den nächsten Jahren vor den Gelaterias und den Restaurants strategische Priorität», sagt Bircher. Der Grund: Mit den Kurieren erzielt das Unternehmen bei geringeren Systemrisiken eine höhere Rendite. Auch eine Ausweitung des Modells in die Romandie könnte bald zum Thema werden.

Mit Umsatzzielen für die neusten Ableger in Uster hält sich Dieci bedeckt. Man gehe davon aus, dass der Standort sich im oberen Mittelfeld der bestehenden Betriebe eingliedern werde. Furcht vor lokalen Konkurrenten hat Patrick Bircher nicht. «Wir haben uns noch nie einschüchtern lassen. Ausserdem gibt es in Uster weniger Anbieter, als man meinen könnte.»

Auto Trachsler baut aus

WETZIKON. Die Wetziker Auto Trachsler AG verdoppelt ihre Ausstellungsfläche für mehrere Millionen Franken. Dadurch sollen die Verkäufe mittelfristig um ein Drittel gesteigert werden.

STEFAN KRÄHENBÜHL

Zwischen 3,5 und 4 Millionen Franken: So viel investiert die Wetziker Auto Trachsler AG derzeit in den Ausbau ihres Firmensitzes an der Pfäffikerstrasse. Konkret ersetzt das Unternehmen den alten Showroom durch neue Ausstellungsflächen auf zwei Etagen. 1300 Quadratmeter stehen Auto Trachsler nach Beendigung der Bauarbeiten zur Verfügung – bis anhin waren es rund 600 Quadratmeter.

Der Zeitpunkt ist günstig: Die Trachsler-Lieferanten bauen ihre Pro-

duktpaletten zurzeit massiv aus. Allen voran Mercedes. «Ihre Produktoffensive wird auch nächstes Jahr noch weitergehen», sagt Geschäftsführer Heinrich Keller. «Deshalb sind wir auf mehr Platz angewiesen.» Mit dem Ausbau will das Unternehmen stark wachsen. Keller spricht davon, die Verkaufszahlen in den nächsten drei bis fünf Jahren um ein Drittel zu erhöhen. «Wir streben einen jährlichen Gesamtumsatz von 1000 Autos an, heute stehen wir bei rund 700.» Mit der Kernmarke Mercedes strebt Keller ein Wachstum von rund 50 Prozent an.

Die Eröffnung der neuen Ausstellungsräume ist auf Ende September geplant. Bis sich die hohen Investitionen amortisiert haben, dürften gemäss Heinrich Keller sechs bis zehn Jahre vergehen. «Der Schritt lohnt sich doppelt», so Keller. «Wir profitieren nicht nur von deutlich mehr Platz, sondern auch von verbesserten internen Abläufen.»