

# NEUE FRICKTALER ZEITUNG

DIENSTAG | DONNERSTAG | FREITAG

**Aargovia TAXI**  
**Ihr Fricktaler Taxi**

**079 761 45 88**

Gerne jederzeit für Sie da!



**Die blinde Strickerin**  
Silvia Schätzle  
aus Kaiser-  
augst. *Seite 2*

**SBB machen vorwärts**  
Bis 2024 soll Rheinfelden  
einen neuen Bahnhof  
erhalten.  
*Seite 7*



**Machen Sie mit uns Ihr Haus winterfest** – Tel. +41 61 861 15 15  
Unser Servicezimmermann überprüft für nur CHF 111.- exkl. MwSt. Ihr Stiel-/ oder Flachdach. Wir freuen uns auf Ihren Anruf. (nur in Privathäusern bis 31.10.17 gültig)

## «Die Schnellen schlucken die Langsamen»

Balteschwiler AG: Investitionen in Laufenburg waren die richtige Entscheidung

Markus Rupp ist CEO bei der Balteschwiler AG. Ausbildung hat für ihn einen sehr hohen Stellenwert. Im Gespräch mit der NFZ spricht der 54-Jährige deshalb auch seine Vision einer Balteschwiler-Akademie an.

Susanne Hörth

**NFZ: Herr Rupp, Balteschwiler hat in den letzten Jahren viel in neue Infrastrukturen in Laufenburg investiert. Ein Standortbekenntnis?**  
Markus Rupp: Ganz klar ja. Wenn ein Unternehmen auf eine rund 220-jährige erfolgreiche Geschichte an diesem Ort zurückschauen kann, braucht es keinerlei Überlegungen, woanders hinzugehen. Was hier in den letzten Jahren an Neuem entstanden ist, sind Innovationen und der Wille, ein verlässlicher Arbeitgeber zu bleiben.

**Mit was hebt sich Ihr Betrieb von anderen ab?**

Logistische Dienstleistungen, die wir hier bieten können, werden auch den Unterschied zu anderen Anbietern machen. Kurze Wege sind Erfolgsfaktoren der Zukunft. Denken Sie nur allein an das explodierende Verkehrsaufkommen (Stau) und die daraus resultierenden wirtschaftlichen Kosten (LSVA). Früher hiess es, die Grossen fressen die Kleinen. Heute heisst es, die Schnellen schlucken die Langsamen. Die Kapitalbindung wird heute an den Lieferanten abgetreten und von daher bin ich überzeugt, dass sich diese gewaltige Investition langfristig als richtig erweist.

**Wo positioniert sich Balteschwiler am Markt?**

Wir sehen uns als Komplettanbieter für das holzverarbeitende Gewerbe.

Mit über 18000 Handelsprodukten, einer Produktion, die sich den individuellen Kundenbedürfnissen anpassen kann, sind wir sehr breit aufgestellt. Unsere Kernkompetenzen finden sich in den Bereichen Holz im Garten, der Fassade, im Innenausbau und, immer zentraler, im Elementbau mit Projektcharakter. Insofern gehören wir zu den sieben grössten Anbietern in der Schweiz.

**Wie viele Menschen arbeiten bei Balteschwiler?**

Zu unserer Balteschwiler-Familie zählen 110 Kolleginnen und Kollegen in den verschiedensten Funktionen.

**Auch in den verschiedensten Berufen?**

Hier sehe ich eine Achillesferse von Balteschwiler! Wir bieten jungen Menschen an, eine kaufmännische Grundausbildung bei uns zu absolvieren. Aber dann wird's dunkel! Schreiner, Maschinisten, Techniker, Verkäufer, all die Berufe, welche wir brauchen, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, sind leider noch nicht Bestandteil des Ausbildungskonzepts bei uns.

**Aus Ihren Worten spürt man, Ausbildung ist Ihnen sehr wichtig.**

Lebenslanges Lernen gehört zu meinen festen Werten. Ich habe eine Vision. Ich würde gerne eine Balteschwiler-Akademie gründen. Für junge Berufsleute in der Holzbranche. Für den Erfolg eines Betriebes sind die Mitarbeiter matchentscheidend. Sie holen die Kunden ab, beraten, begeistern für unser Angebot. Letztlich ist es auch der Kunde, der den Lohn bezahlt und nicht die Buchhaltung des Betriebes.



«Lebenslanges Lernen gehört zu meinen festen Werten», sagt Markus Rupp, CEO bei Balteschwiler.

Foto: Susanne Hörth

Fortsetzung Interview auf Seite 3

**W**  
WOLFIS MODA  
RENE LEZARD  
LUIA CERANO  
Metzgerstrasse 4 | 79713 Bad Säckingen  
www.wolfis-moda.de

**Sind die Hasen flauschig, wird der Winter graug.**  
Bauernregel  
heizen-waermen.ch  
rebmann

**Südamerika anders entdecken - mit dem Kenner**  
www.haeseli-reisen.ch

Jetzt testen  
RGeissmann  
Multimedienetze  
**Wir verbinden**  
Ein Anschluss für alles zum besten Preis  
TV Internet Telefonie  
www.rgeissmann.ch, 061 965 91 91

Heute in verschiedenen Gemeinden mit Beilage von

**BadeWelten**  
DIE BADERSTÄTTE  
**Mösch AG**  
Sanitär + Spengler seit 1905  
www.moesch.ag

Barcode with numbers: 9 771661 366002 4 0036

**SALE!**  
**MÖBEL BROTZ**  
E-Mail: [info@brotz.de](mailto:info@brotz.de)  
Internet: [www.brotz.de](http://www.brotz.de)  
Möbel Brotz GmbH, Hauptstrasse 74, D-79730 Murg  
Öffnungszeiten: Mo-Fr 9-19 Uhr, Sa 9-18 Uhr, Tel. +49 (0) 77 63 80 00-0

# «Die Baumeister der Zukunft sind die Mitarbeiter»

Naturmaterialien wie Holz sind im Trend

Seit rund eineinhalb Jahren ist Markus Rupp CEO bei der Balmeschwiler AG. Der Naturwerkstoff Holz habe ihm den Ärmel reingenommen, sagt er.

Susanne Hörth

**Herr Rupp, täuscht es oder wird vermehrt mit Holz gebaut?**

**Markus Rupp:** Nein, es täuscht nicht. Naturmaterialien sind im Trend. Im Jahre 2015 wurden 65,6 Milliarden Franken verbaut. Der Holzanteil beträgt 18 Prozent.

**Warum der Trend zu mehr Holz?**

Holz ist ein sehr nachhaltiger Naturwerkstoff. Das haben die Leute erkannt. Das führt dazu, dass sich Private wie auch immer mehr Firmen für dieses Baumaterial interessieren. Und seit den neuen Brandschutzverordnungen noch mehr. Bis vor zwei Jahren konnte man Vollkonstruktionen aus Holz nur sechsgeschossig bauen. Heute sind bereits über zehn Stockwerke möglich.

Der Trend zu mehr Holz beim Bauen hat 2010 begonnen. Unter anderem, weil Holz immer besser die gestellten Anforderungen erfüllt.

**Seit eineinhalb Jahren sind Sie nun schon CEO bei Balmeschwiler. Was haben Sie seither in Zusammenhang mit dem Werkmaterial Holz besonders lernen dürfen oder müssen?**

Ich musste lernen, dass Holz zwar ein Naturstoff ist, der sehr geschätzt wird, aber gleichzeitig aus ästhetischen Gründen dessen Eigenschaften, z. B. die Astlöcher, beanstandet werden. Meine Reaktion darauf ist, dass ich frage: worauf hockt der Vogel, wenn er auf einem Baum sitzt?

**Auf einem Ast!**

Eben. Haben Sie schon einmal einen Wald ohne Äste gesehen. Nur Stecken stünden da. Stellen Sie sich dieses Bild vor. Das müsste man mal mittels einer Karikatur darstellen.

**Kein anmachendes Bild.**

**Inbesondere da die Menschen das Naherholungsgebiet Wald schätzen.** Das ist so. Im Gegensatz zu vielen europäischen Ländern dürfen wir einfach so in den Wald. Es wird uns nicht verboten, weil es privat oder abgesperrt ist.

**Hat der ästhetische Anspruch der Kundschaft Auswirkung bei der Beschaffung des Holzes?**

Ja. Man hat damit begonnen, Bäume nicht direkt am Boden zu fällen. Man lässt ein bis eineinhalb Meter des Stammes stehen. Dies, weil es hier die meisten Äste gibt und auch weil in Bodennähe das Holz feuchter ist, somit länger zum Trocknen braucht.

**Sie reden von heimischen Wäldern. Wird das Holz, welches Balmeschwiler bezieht, auch aus der Schweiz bezogen?**

Leider nein. Die Versorgungskette kommt über die EU. Es sind gerade sieben Prozent unseres Holzbedarfes, die wir als Balmeschwiler aus der Schweiz beziehen. Die Tendenz ist aber ganz klar steigend. Wenn wir von Schweizer Holz reden, geht es hauptsächlich um Weisstannen. Viele Forstbetriebe können kaum noch kostendeckend bewirtschaftet werden, weil sie aus Wettbewerbsgründen die Holzpreise so tief ansetzen müssen.



Markus Rupp ist vom Naturwerkstoff Holz überzeugt.

Foto: Susanne Hörth

**Bringt die Nähe zu Deutschland weitere Vorteile für Ihr Unternehmen?**

Diese Nähe hat sicher dazu beitragen, dass unser Unternehmen heute noch einen gesunden Mitarbeiterstamm hat.

**Was braucht es, damit Ihre Kunden noch mehr auf Holz setzen?**

Holz ist traditionell, Holz ist bodenständig, aber vor allem: mit Holz kann man spielen. Jedes Unternehmen sollte sich deshalb über diesen Werkstoff Gedanken machen. Und ganz wichtig ist auch, dass Holz den Geschmack der Generation trifft, die heute baut. Sicher ist zudem, wer ein Holzhaus hat, leistet einen ökologisch nachhaltigen Beitrag.

**Sie sind ein guter Botschafter fürs Holz.**

Mag sein, Ja! Holz hat mich «erwischt». Holz braucht aber auf allen Ebenen eine interessante Imagekampagne. Holz braucht innovatives Denken. Ich bin überzeugt, mit jungen Architekten, die man für diesen Werkstoff begeistern kann, lässt sich noch sehr viel mehr bewegen.

**Man hört von verschiedenen Branchen, dass sie sich in Sachen Berufsnachwuchs und der Suche nach qualifizierten Fachleuten schwer tun. Gilt das auch für die Holzverarbeitungsindustrie?**

Absolut. Fachlich qualifizierte Mitarbeiter zu finden, ist unsere grösste Herausforderung. Es gibt zurzeit über 1000 offene Stellen in der Schweizer Holzbranche. Wenn man mit der Ingenieurschule in Biel telefoniert, sind selbst die Studenten im zweiten Ausbildungsjahr (Gesamtdauer 3 Jahre) schon alle vergeben. Wir suchen zum Beispiel schon seit Monaten einen

Kalkulator, haben es über alle Kanäle schon versucht. Vergebens.

**Ist denn Balmeschwiler genug attraktiv für einen Arbeitnehmer?**

Genau diese Frage haben wir uns auch gestellt. Würdest Du als 24-jährige junge Frau oder junger Mann zu uns zum Arbeiten kommen? Die Attraktivität des Arbeitgebers ist entscheidend. Warum investiert zum Beispiel Microsoft Millionen in attraktive Arbeitsplätze?

**Um gute Leute zu holen.**

Genau. Dazu kommt auch, dass viele junge Berufslleute gar keinen Arbeitsvertrag mehr wollen. Vielmehr wollen sie ein Projekt betreuen und dann weiter schauen. Die Verbundenheit zum Betrieb, wie wir sie noch erlebt haben, nimmt ab.

**Balmeschwiler wirbt auf seiner Website, dass zwischen Mitarbeitern und Management eine flache Hierarchie herrscht und dass im Unternehmen eine offene und direkte Kommunikation gelebt werde. Ist das so?**

Absolut. Ich bin in einer Führungskultur gross geworden, die gerade das gefordert hat. Meine Türe steht meinen Mitarbeitern 24 Stunden offen. Ich bin auch permanent im Betrieb unterwegs. Ich bin draussen bei den Leuten. Ich nenne das Management by walking. Jeder Mitarbeiter soll auch wissen, an welchen Themen im Unternehmen gearbeitet wird. Viermal im Jahr gibt es genau hierfür eine Personalinformation, an der ich über den Gesundheitszustand informiere.

Die Baumeister der Zukunft sind die Mitarbeiter. Sie sollen nicht nur gefordert sondern auch gefördert werden. Jeder ist Teil des Konstrukts. Ich

habe die Erfahrung gemacht, dass Mitarbeiter, die gefordert werden, eine höhere Motivation mitbringen. Hier gilt auch der Grundsatz: Nichts macht erfolgreicher als der Erfolg. Teil des Erfolgs zu sein, stärkt auch das Selbstbewusstsein.

**Was gehört noch zu diesem persönlichen Erfolg?**

Identifikation mit der Arbeit und dem Unternehmen. Ein zufriedener Kunde! Wir verbringen einen grossen Teil unseres Lebens im Betrieb. Es muss doch dann so sein, dass mir das, was ich mache, Spass macht. In einem gesunden Unternehmen muss es auch Platz haben für Auseinandersetzungen. Sich gegenseitig in Frage stellen und pushen, stärken auch den internen Wettbewerb. Und glauben Sie mir, ohne die eigene Wohlfühlzone zu verlassen, wird eine Weiterentwicklung kaum stattfinden. Hart in der Sache, weich im Kern.

**Um die Sache, vielmehr um Holz, dreht sich bei Balmeschwiler alles.**

**Wer ist Markus Rupp?**

«Ich bin ein Quereinsteiger im Quadrat! Und hier wird es Zeit, Danke zu sagen. Danke dem Eigentümer für seinen Mut, mich mit dieser Aufgabe zu betrauen und Danke allen Kolleginnen und Kollegen, die mich unterstützen und viel Geduld aufbringen! Ich bin 54 Jahre jung und habe zwei erwachsene Kinder im Alter von 28 und 26 Jahren. Meine Tochter lebt in Zürich während mein Sohn in Möhlin seine Zelte aufgeschlagen hat. Aufgewachsen bin ich in Bülach (ZH). Gelernt habe ich Automechaniker mit einem Technikum in Winterthur. Über Umwege wurde die Jakem AG in Mönchwilten neun Jahre lang meine berufliche und private Heimat. Ich kenne das Fricktal also ganz gut. So wohnte ich in Stein, in Bözen und lange Jahre in Möhlin. 1996 zog es mich zur Würth AG nach Arlesheim, wo ich in verschiedensten Funktionen tätig war. 2006 habe ich dann noch ein Nachdiplom Studium in Supply Chain gemacht. 2008 bekam ich die Möglichkeit als CEO der Würth AG Schweiz mein Wissen umzusetzen. 2015 wurde es Zeit, auch einmal an mich zu denken und ich beschloss, dieses Kapitel zu beenden. Für 8 Monate stand ich einmal im Mittelpunkt meines Lebens. Schule in Boston (USA) und ein MBA Studium standen auf dem Programm. Plötzlich trat Balmeschwiler in mein Leben, ich war fasziniert von den Chancen, die dieses Unternehmen bietet.»

**Wie sieht die Entwicklung in dieser Branche aus?**

Ganz klar feststellbar, dass durch die veränderten Rahmenbedingungen im statischen Bereich aber vor allem auch beim Oberflächenschutz Holz immer beliebter wird. Und dann gibt es auch das Thema Hybridhölzer. Dabei ist der Kern aus Aluminium – das hört der Holzbauer übrigens gar nicht gerne – ummantelt wird er mit Holz. Am Verbundwerkstoff und deren Verarbeitung wird die Holzbranche sicher nicht vorbeikommen. Wenn unsere Branche attraktiv bleiben will, muss sie sich damit auseinandersetzen.

Und ganz wichtig: die Qualität. Leider hat sich die Holzbranche die Preise selbst kaputt gemacht. Es wird viel über den Preis verkauft und nicht über die Qualität. Und hier meine ich nicht nur den Werkstoff Holz. Die Qualität definiert sich auch über geschulte Mitarbeitende, die dem Kunden einen Mehrwert bieten können. Es darf nicht nur der Beschaffungspreis zählen.

## Tage des Schweizer Holzes am 15./16. September bei Balmeschwiler AG in Laufenburg

Mit diesen zwei landesweiten Tagen der offenen Tür in Schweizer-Holz-Betrieben wird dem breiten Publikum die regionale Breite und Tiefe der Holzproduktion gezeigt. Der erste Tag richtet sich bei der Balmeschwiler AG vor allem an Fachleute.

Am zweiten Tag ist die breite Öffentlichkeit eingeladen, sich bei dem Laufenburger Betrieb einen Einblick über die Holzverarbeitung zu verschaffen. Die gesamte Wertschöpfungskette Holz wird aufgezeigt. Angesprochen sind auch Kinder,

Schulen und damit auch der potenzielle Berufsnachwuchs. Zudem wird ein unterhaltsames Rahmenprogramm geboten, bei dem selbst Helikopter-Rundflüge nicht fehlen.

Markus Rupp zu den Tagen des Schweizer Holzes: «Es ist eine nationale Kampagne der Organisation woodvetia, die zum Ziel hat, mit verschiedensten Partnern aus der Holzbranche einem breiten Publikum den Weg des Schweizer Holzes vom Wald zu ihnen nach Hause aufzuzeigen.» (sh)