



die **baustellen**

Fachzeitschrift für Hoch- /Tief- und Spezialbau

Nr. 03 2023

Mobiles wird nachhaltig

Olivier W. Annaheim, CEO von Conecta, berichtet über die Entwicklung ihres Miet- und Kaufparks.

Spezialteil Bildung

KTH: Unternehmen in der ETH

Hoch- und Tiefbau

Schulhausneubau und Strassenausbau

Baustellenreport

Frauenpower am Bauwerk



Olivier W. Annaheim,
CEO Condicta AG.

«Der Kundennutzen steht im Zentrum»

Text und Fotos: Beat Matter

Seit drei Jahren führt Olivier W. Annaheim als CEO die Conducta AG. Das Unternehmen hat 2022 einen Rekordumsatz realisiert und baut nun seine Gewässerschutzsparte mit einer Übernahme substanziell aus. Ein Gespräch über Werte, Innovationen und Ziele.

«die baustellen»: Wir treffen uns unmittelbar nach der Baumag in Luzern zum Interview. Wie war es, wieder einmal Messepräsenz zu zeigen?

Olivier W. Annaheim: Es war für den Markt Schweiz erfreulich und wichtig, dass mit der Baumag endlich wieder eine Bau-messe im grösseren Massstab stattfinden konnte. Nach den Pandemie-jahren war das Publikumsinteresse gross und der Aufmarsch entsprechend sehr gut. An unserem Stand konnten wir quer durch alle Sparten sehr gute Kundenkontakte pflegen und in bester Messestimmung unbeschwertere Gespräche führen.

Sie sind seit Februar 2020 CEO der Conducta AG. Die Baumag war demnach Ihr erster Messeauftritt in dieser Funktion.

Das stimmt nur für den Schweizer Markt. Wir haben letztes Jahr bereits an einer Messe in Belgien sowie an der Bauma in München ausgestellt. Insbesondere mit unserem Krangeschäft sind wir nebst dem Schweizer Geschäft auch stark im europäischen Ausland engagiert. Aber auch im Heimmarkt haben wir während der Pandemie verschiedene Kundenveranstaltungen und Seminare durchgeführt, wobei ich Gelegenheit hatte, unsere Kunden bei Conducta willkommen zu heissen.

Wie haben die Messebesuchenden inhaltlich auf die Conducta-Präsenz reagiert?

Die Resonanz war durchwegs positiv. Im Durchschnitt hatten wir von Messestart bis

Schluss permanent rund 50 Gäste an unserem Stand. Aus den Kontakten gingen sehr gute Absichtserklärungen für Aufträge hervor. Zum Teil konnten wir sogar direkt an der Messe konkrete Aufträge entgegennehmen.

Wenige Wochen nach der Messe kommunizierten Sie die Übernahme des Neutralisationsgeschäfts von PanGas. War das am Stand schon ein Gesprächsthema?

Ja. Da wir bei Conducta sowie bei PanGas intern schon im Vorfeld über den Schritt informiert hatten, wussten Branchen-insider davon. Entsprechend wurde die Übernahme am Messestand immer wieder angesprochen und führte zu interessanten Fragen.

Welche Bedeutung hat die Übernahme für das Gewässerschutzanlagen-Geschäft von Conducta?

Es ist ein erfreuliches Ereignis für uns. Der Geschäftsbereich ist für Conducta sehr wichtig. Wir führen seit Jahren eine der grössten Mietflotten an Gewässerschutzanlagen. Mit der Übernahme des Geschäftszweigs von PanGas betreiben wir nun definitiv die grösste Flotte. Über den quantitativen Aspekt hinaus profitieren wir in technischen Details vom Zugang zu neuen Technologien. Es handelt sich zwar nicht um «Gamechanger», die wir uns da ins Haus holen. Aber durch die Übernahme sparen wir Zeit, die wir benötigt hätten, um unsere Anlagen selbstständig in diese Richtung weiterzuentwickeln. In letzter Konsequenz

profitieren unsere Kunden davon, dass wir im Bereich des Gewässerschutzes nochmals einen Schritt vorwärts machen.

Worin besteht dieser Schritt vorwärts?

Es geht weiter in Richtung Industrie 4.0. Wir sprechen von ausgebauten Möglichkeiten der Fremdüberwachung sowie von noch besser auswertbaren Betriebsdaten, die zu einer präziseren Steuerung der Begasung führen.

Mehr digitale Intelligenz bei den Gewässerschutzanlagen. Geht es da um spielerische Möglichkeiten oder um handfeste Vorteile für die Kunden?

Es geht klar darum, mit erweiterten digitalen Möglichkeiten den Anwendern unserer Gewässerschutzanlagen spürbare Vorteile zu bieten. Ein Beispiel dazu: Wird eine Gewässerschutzanlage auf einem Bauplatz installiert, ist sie in einer gewissen Grösse und auf eine bestimmte Durchflussmenge konfiguriert. Setzt jedoch starker Regen ein, nimmt die Durchflussmenge rapide zu, weshalb auch die Gaszusatzung erhöht werden muss, um die pH-Neutralisierung zu gewährleisten. Das wird dann zum Problem, wenn die vorrätige Gasmenge auf den regulären Betrieb abgestimmt ist – und bei Mehrbedarf zur Neige geht. Mehr digitale Intelligenz kann in diesem Zusammenhang bedeuten, dass wir systemseitig beispielsweise Wetterdaten und Wetterprognosen berücksichtigen. Dadurch kann die Gasdosierung sowie der Gasnachschub weiter optimiert werden. Feuerwehrlösungen, wie sie in >>



Conducta vermietet und verkauft mobile Infrastruktur in den Bereichen Raumsysteme, mobile Toiletten, Baumaschinen, Eventausstattung und Gewässerschutz.

der Praxis immer wieder vorkommen, können dadurch vermieden werden.

Gab es nebst der Übernahme des PanGas-Neutralisationsgeschäfts weitere Conducta-Neuigkeiten, die an der Messe Gesprächsstoff lieferten?

Wir konnten im Bereich Baumaschinen und Baugeräte diverse Neuerungen präsentieren, darunter einen innovativen neuen Betonkübel, der uns grosse Freude bereitet. Auch bei den Steinfräsen und -sägen gab es Neues zu sehen. Das sind insgesamt nicht die grossen Produktwürfe, aber die sukzessive Pflege und Ergänzung unseres Sortiments ist ein entscheidender Qualitätsfaktor von Conducta. Zu den Produktneuerungen kommen teils neue Services hinzu, die wir im Bereich Raumsysteme anbieten. Es geht dabei um Möbelprogramme, die bedarfsspezifisch vollständig eingemietet werden können. Unsere Entwicklung geht dahin, dass wir unseren Kunden bereichsweise mehr und mehr Rundumservices anbieten wollen. Zudem haben wir erstmalig eine PV-Anlage auf einem Container präsentiert, die in unserem Nachhaltigkeitskonzept eine bedeutende Rolle spielt.

Conducta positioniert sich als Anbieter von Lösungen für Projekte in den Bereichen Industrie, Service public, Events, Bauwesen, Architektur und Private. Welche Relevanz hat die Baubranche heute für Conducta?

Im Bauwesen liegen unsere Wurzeln. Und mit gegen 50 Prozent Umsatzanteil stellt das Bauwesen nach wie vor die mit Abstand umsatzstärkste Sparte des Unternehmens dar. Obwohl wir unsere Geschäftstätigkeit aus der Baubranche heraus sukzessive erweitert haben, kehren wir uns also keineswegs vom Bau ab.

Die Raumsysteme zeigen die Entwicklung exemplarisch. Was als schlichter «Container» für die Baustelle begann, wird heute als modulares Raumsystem für verschiedenste Bedürfnisse und Ausbaustandards angeboten.

Exakt. Entscheidend ist: Die Entwicklung nahm ihren Lauf, indem wir den «Container» für die Baustelle sukzessive weiterentwickelt haben. Die heutigen Büro- und Mannschaftsunterkünfte auf Baustellen sind mit den «Containern» vor 30, 40 Jahren nicht mehr zu vergleichen. Aus dieser Bewegung heraus hat sich schliesslich mehr und mehr gezeigt, dass modulare Lösungen nach dem Vorbild des Baucontainers auch in anderen Bereichen sinnvoll eingesetzt werden können: Etwa als temporäre Lösungen für Schulen, Kindergärten, Spitäler oder auch als Büroerweiterung in der Industrie.

Wodurch unterscheiden sich die Anforderungen?

In vielen Fällen bleiben modulare Provisorien länger bestehen, als dies auf einem regulären Bauplatz üblich ist. Zusätzlich gelten höhere energetische Anforderungen. Im Bereich unserer modularen Raumsysteme denken wir klar in Richtung CO₂-Neutralität. Mit einer nachhaltigen Materialisierung, mit naturnahen Dämmmaterialien sowie optionalen PV-Anlagen, mit denen modulare Bauten zu Selbstversorgern werden können, bieten wir hier ein breites Spektrum von Möglichkeiten. Hinzu kommt, dass wir aus unserer langen Geschichte in der Baubranche über sehr viel Know-how und Projekterfahrung mit

Raumsystemen verfügen – von dem auch unsere Kunden in neuen Geschäftsbereichen profitieren.

Zurück zum Bau: Welches ist Ihr stärkster bauorientierter Sortimentsbereich?

Mit fast 50 Prozent Marktanteil sind wir der grösste Schweizer Anbieter von Raumlösungen für den Bau. Die Raumsysteme und Container sind also der Renner innerhalb unseres Bausortiments. Daneben haben wir auch im Bereich der Gewässerschutzanlagen so viele Anfragen, dass wir Vollgas geben müssen, um die Nachfrage zu befriedigen. Auch bei den Schnelleinsatzkränen spüren wir seit Jahren eine grosse und stabile Nachfrage. Wie die Container ist auch der Schnelleinsatzkran ein stark imageprägendes Produkt für Conducta – und als solches überaus wichtig.

Bei den Gewässerschutzanlagen wie bei den Raumsystemen sind Ihre Kunden mit umweltgesetzlichen Vorgaben konfrontiert. Sind diese die zentralen Treiber für technische Entwicklungen?

Gesamthaft betrachtet kann man sagen, dass sich die gesetzlichen Vorgaben und die sensibilisierte Grundhaltung unserer Kunden gut ergänzen und gemeinsam dafür sorgen, dass die Entwicklung in eine sinnvolle Richtung geht. Im Bereich Gewässerschutz haben die einschlägigen gesetzlichen Vorschriften den nötigen Impuls gegeben. Mittlerweile kann man sagen, dass das Bewusstsein für den richtigen Umgang mit belastetem Wasser im Bauwesen und in der gesamten Wirtschaft vorhanden ist. Und mehr noch: bei einer überwältigenden Mehrheit unserer Kunden entspricht es heute einem klaren Bedürfnis, belastetes Wasser so in den Kreislauf zurückzuführen, dass Umweltschäden vermieden werden können. Dem kommen wir mit Anlagen entgegen, die wir laufend weiterentwickeln.

Und bei den Raumsystemen?

Insbesondere bei Raumsystemen, die ausserhalb von Bauplätzen als temporäre Lösungen modular erstellt werden, setzen die heutigen Bauvorschriften die klaren Leit- und Richtlinien. Als Anbieter haben wir >>

jedoch eine Vision, die deutlich weitergeht, als dies heutige gesetzliche Grundlagen vorgeben. Das modulare Bauen ist unserer Einschätzung nach die Bautechnologie des 21. Jahrhunderts. Angesichts dessen ist es uns ein Bedürfnis, dass wir Lösungen zur Verfügung stellen können, die ökonomisch, ökologisch sowie auch atmosphärisch interessant sind. Diese Faktoren schliessen sich nicht aus, sondern inspirieren gesamthaft zu technischen Weiterentwicklungen, von denen wir überzeugt sind, dass sie den Nerv unserer Kunden sehr gut treffen.

Die Raumsysteme werden auf Baustellen sowie ausserhalb des Bauwesens eingesetzt – dies mit teils ganz anderen Anforderungen. Decken Sie die verschiedenen Kundengruppen auch mit unterschiedlichen Beratungs- und Verkaufsteams ab?

Unbedingt. Unser Vertrieb ist aufgeteilt. Der eine Teil, in dem rund die Hälfte unserer Vertriebsmannschaft tätig ist, konzentriert sich voll auf die Baubranche. Daneben haben wir separate Teams, die den Gewässerschutz sowie das modulare Bauen ausserhalb der Branche betreuen.

In der Schweizer Bauwirtschaft herrscht ein ausgeprägter Preiskampf. Wie positionieren Sie sich in diesem Umfeld?

Wir sind in vielen Bereichen unserer Geschäftstätigkeit marktführend unterwegs. Im Zentrum steht für uns dabei nicht der tiefste Preis, sondern der Kundennutzen – also die Qualität, die der Kunde für den Preis erhält. Dieser Kundennutzen ist bei Conducta über alle Sortimentsbereiche hinweg deutlich überdurchschnittlich. Das ist exakt, wie wir uns positionieren: Wir bieten unseren Kunden qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen zu fairen Preisen.

Sie bieten in vielen Bereichen Ihres Angebots sowohl Kauf- als auch Mietlösungen an. Welche Lösung bevorzugen Sie aus Sicht des Anbieters?

Auch hier gilt: Für uns stehen Kundennutzen und das Kundenbedürfnis im Zentrum. Ausgehend davon sind für uns Kauf- und



«Mit fast 50 Prozent Marktanteil sind wir der grösste Schweizer Anbieter von Raumlösungen für den Bau.»

Olivier W. Annaheim, CEO Conducta AG

Mietlösungen gleichwertig. Denn sie bieten uns die Möglichkeit, Kunden mit unterschiedlichen Strategien und Bedürfnissen optimal zu bedienen.

In welcher Produktgruppe haben Sie die höchsten Mietanteile?

Mit unseren WC-Kabinen betreiben wir nahezu ausschliesslich ein Mietgeschäft. Es folgen die Raumsysteme, bei denen der Mietanteil rund 65 Prozent beträgt. Auch bei den Gewässerschutzanlagen und Kranen haben wir einen Überhang bei der Miete, wenn auch nicht ganz so ausgeprägt wie bei den Raumsystemen. Demgegenüber ist die Kauflösung bei den Baumaschinen und -geräten klar dominant.

Hat die Pandemie dem Mietgeschäft zusätzlichen Vorschub gegeben?

Ganz klar. In unsicheren Zeiten ist das Bedürfnis nach Flexibilität noch zusätzlich gestiegen. Entsprechend haben wir in den vergangenen drei Jahren unseren Mietpark substantiell ausgebaut. Den Modulpark

haben wir beispielsweise um fast 1000 Stück aufgestockt, um die Nachfrage befriedigen zu können. Dass wir heute zu rund 90 Prozent ausgelastet sind, ist ein klares Indiz dafür, dass die Entwicklung nach der Pandemie nicht zurückgeht.

Sie haben den Conducta-Schnelleinsatzkran bereits angesprochen, den das Unternehmen vor gut 40 Jahren zu produzieren begann. Wie steht es heute um das einstige Pionierprodukt?

Hervorragend. Conducta hat damals mit der Lancierung des Euro-Schnelleinsatzkrans effektiv Pionierarbeit geleistet. Und noch heute hat die Technologie des Krans volle Berechtigung, wie die gute Nachfrage belegt. Entsprechend zögern wir auch nicht, unseren Schnelleinsatzkran nächstens wieder neu zu lancieren: So bringen wir eine neue Kransteuerung auf den Markt, die den Anforderungen von Industrie 4.0 entspricht und Fernüberwachung sowie gewisse Remote-Servicearbeiten ermöglicht. Technologie, die sich im Bereich der Obendreher-Krane bereits etabliert hat, wird damit optional für die Schnelleinsatzkrane verfügbar.

Das Kransegment mutete eine gute Zeit lang exotisch im Conducta-Sortiment an, weil Sie darin nicht nur Händler, sondern Hersteller sind.

Von aussen betrachtet ist das nachvollziehbar. Zwei Faktoren sprechen jedoch dagegen, das Krangeschäft innerhalb des Unternehmens als exotisch zu betrachten. Erstens ist mit den Gewässerschutzanlagen ein weiteres Segment hinzugekommen, in dem wir selbst produzieren. Zweitens fügen sich unsere Krankunden hervorragend in unseren Gesamtkundenstamm ein. Der Kran ist nicht Exot, sondern logische Komplettierung unseres Sortiments.

Die Conducta-Schnelleinsatzkrane sind ein wichtiger Teil des Auslandsgeschäfts von Conducta. Wie ist dieses aufgestellt?

Die Kranproduktion sowie den Kranvertrieb leisten wir direkt von unserem italienischen Produktionsstandort in Schio aus. Wir haben schon vor Jahrzehnten damit >>

begonnen, ein internationales Netz von Krankunden aufzubauen. Heute haben wir in Österreich, Belgien und weiteren Ländern exklusive Vertretungen. Sie stellen den fachkundigen Unterhalt sicher und unterstützen den Verkauf. In Deutschland sind wir mit regionalen Niederlassungen präsent, die uns auch dabei helfen, den weiteren nördlichen EU-Raum abzudecken. Unter eigenem Namen sind wir im süd-deutschen Geretsried aktiv und decken von dort aus den Raum Baden-Württemberg und Bayern mit unseren Kran- und Raumlösungen ab. Insbesondere im süd-deutschen Raum konnten wir in den letzten Jahren stark wachsen.

Mit welchem Rezept?

Simpel gesagt: Wir bringen das, was wir in der Schweiz gelernt haben, in den süd-deutschen Raum. Das kommt sehr gut an. Wir sind seit über 30 Jahren in Deutschland präsent. Dank eines sehr starken deutschen Vertriebsteams konnten wir uns einen sehr guten Zugang zu deutschen Baumeistern erarbeiten, die von unseren Kran- und Raumlösungen überzeugt sind. Gegenwärtig prüfen wir die Einführung eines weiteren Condicta-Produkts in den deutschen Raum.

In der Schweiz ist Condicta an acht Standorten von Trimmis bei Landquart bis zu Meyrin bei Genf präsent, zuletzt kam im Jahr 2021 Härkingen hinzu. Sind weitere Aktivitäten geplant?

Ja. Die Geschäftsentwicklung in der Romandie ist sehr positiv. Deshalb evaluieren

wir derzeit einen weiteren Standort in der Westschweiz. Ein solcher könnte im besten Fall noch dieses Jahr Realität werden. Regelmässig machen wir uns auch Gedanken über das Tessin. Wir würden in der italienischen Schweiz gerne stärker tätig werden. Bisher hat sich aber nicht die Situation ergeben, in der alles zusammengepasst hat.

Wie gelingt es Ihnen in der Condicta AG, ein einheitliches Wir-Gefühl über alle Standorte hinweg zu erzeugen?

Uns vereint das Wissen darum, dass an jedem Standort und in jedem Einzugsgebiet entscheidend zum Gesamterfolg des Unternehmens beigetragen wird. Dieses Bewusstsein ist sehr wichtig für den Zusammenhalt im Unternehmen. Ebenfalls stark zum Wir-Gefühl trägt bei, dass wir eine sehr aktive und transparente interne Kommunikation pflegen. Es ist mir ein Anliegen, dass die Mitarbeitenden Bescheid darüber wissen, was im Unternehmen läuft. Um dies sicherzustellen, finden über das Jahr hinweg verschiedenste Kader- und Mitarbeitendenanlässe statt. Bei diesen Gelegenheiten vermitteln wir jedoch nicht einfach von oben herab wichtige Informationen, sondern wir schaffen die Grundlage dafür, dass Anregungen, Ideen und Kritik kreuz und quer in alle Richtungen fliessen. Dieser Austausch ist entscheidend, um als Unternehmung weiterzukommen.

Im kommenden Jahr feiert Condicta das 65-Jahr-Jubiläum. Wie blicken Sie auf das Ereignis?

Es ist mir schon jetzt eine grosse Freude, das Unternehmen ins Jubiläumsjahr führen zu dürfen. Natürlich kann man sich fragen, in welchem Rhythmus man solche Jubiläen feiern soll. Ich bin aber der Meinung, dass man in dieser schnelllebigen Zeit umso bewusster Gelegenheiten nutzen sollte, um zu feiern, was man erreicht hat. Dies insbesondere nach innen. Denn ohne die Mitarbeitenden gäbe es keine Condicta. Wir könnten noch viel bessere Raumsysteme oder Krane im Sortiment haben – ohne unsere grossartigen Leute ginge trotzdem nichts.

Sie sind seit drei Jahren CEO der Condicta AG. Haben Sie erreicht, was Sie sich bei Ihrem Antritt vorgenommen haben?

Ja, ich würde schon sagen. Es erfüllt mich mit Stolz und einer guten Portion Demut, in einer so traditionsreichen Unternehmung Verantwortung übernehmen zu dürfen. Bei meinem Antritt formulierte ich den «Erfolgsweg 2024», unsere Zielsetzungen bis ins Jubiläumsjahr. Dass wir intern bereits heute an der Formulierung des «Erfolgswegs 2028» arbeiten, ist ein Hinweis darauf, dass wir unsere Ziele schon etwas früher erreichen konnten. Wir sind auf breiter Front gut unterwegs. Wir konnten das Geschäftsjahr 2022 mit einem Umsatzrekord abschliessen. Und auch für 2023 sieht es sehr gut aus. Es macht Freude, mit dem Condicta-Team vorwärtszugehen.

Was nehmen Sie sich für die nächsten Jahre vor?

Ohne vorab Details aus unserem «Erfolgsweg 2028» auszuapludern, ist es für Condicta wichtig, sich noch stärker auf den Cradle-to-Cradle-Ansatz zu fokussieren. Also darauf, dass die Baustellen-Infrastruktur möglichst CO₂-frei produziert, betrieben und schliesslich rezykliert werden kann. Wir haben in den letzten zwei Jahren bereits grosse Anstrengungen in diese Richtung unternommen. In den kommenden Jahren wird es darum gehen, vorge-spurte Lösungen zu konkretisieren und auf den Markt zu bringen. Wir sind überzeugt davon, dass das Thema Nachhaltigkeit enorm wichtig ist – und noch weiter an Dringlichkeit zulegen wird. Für diese Zukunft wollen wir fit sein. ||



Persönlich

Name: Olivier W. Annaheim
Funktion: CEO Condicta AG
Alter: 45 Jahre
Hobbys: Geschichte, Fliegerei, Tennis und Skifahren
Berufl. Werdegang: Abschluss an der Universität Zürich als lic. oec. publ. Mehrjährige Tätigkeit in der internationalen Maschinen- und Bauzulieferindustrie in führenden Positionen.