

Kilchenmann kommt in die Ostschweiz

Seit 1933 steht die Kilchenmann AG aus Kehrsatz bei Bern für Licht, Bild und Ton. Seither hat sie sich von der Radio- und TV-Händlerin zur schweizweit grössten Gesamtdienstleisterin für Kommunikations- und Medientechnik im B-to-B-Bereich gemausert. Adriano Beti, COO der Kilchenmann-Gruppe und CEO der internationalen Einheit, erklärt, warum Kilchenmann nach Pratteln BL, Neuenhof AG und Ecublens VD nun auch nach St.Gallen expandiert.

Adriano Beti, Kilchenmann wurde 1933 als Radio- und TV-Geschäft gegründet. Wo steht die Kilchenmann AG heute?

Seit fast 90 Jahren steht die Kilchenmann AG für Qualität in Licht, Bild und Ton. In dieser Zeit entwickelte sie sich vom einfachen Radio- und TV-Geschäft zur schweizweit führenden Anbieterin von Dienstleistungen für professionelle Audio-, Video- und Kommunikationstechnik sowie multimediale Gesamtlösungen. Mittlerweile unterstützen wir unsere Kunden auch global. So setzen wir beispielsweise ein internationales Projekt für einen Kunden in 85 Ländern um. Bis 2000 war die Kilchenmann AG komplett in Familienhand; dann wurde sie mit einem Management-Buy-out an die damalige Geschäftsleitung übergeben. Ein Schritt, welcher sich im 2020 wiederholte; seither verantwortet ein neues Management-Team die Geschicke der Firma. Wir sind stolz darauf, dass die Kilchenmann AG auch heute noch vollständig inhabergeführt ist.

«Der Kunde will vermehrt digital arbeiten und sucht nach technischen Gesamtlösungen.»

Wie sieht Ihr Angebotsportfolio aus?

Einen grossen Anteil macht nach wie vor das Projektgeschäft aus, also klassische Installationen von Medienräumen und Infrastrukturen oder auch die Ausstattung von Auditorien. Daneben führen wir viele Business-Events durch und unterstützen unsere Kunden bei Videoübertragungen, Streamings, Telefonkonferenzen oder Generalversammlungen, vor Ort und auch hybrid. Dafür haben wir 2020 auch unsere eigene «virtuelle Welt» gebaut. Das ist eine Plattform, die dem Kunden einen einfachen Einstieg in die virtuelle Welt ermöglicht.

Und wie der typische Kilchenmann-Kunde?

Der Kunde will vermehrt digital arbeiten und sucht nach technischen Gesamtlösungen. Dies nicht nur bei Installationen, sondern beispielsweise auch im Customer Flow Management oder bei Digital Signage. Wir begleiten branchenübergreifend Schweizer KMU, internationale Konzerne, Organisationen, Institutionen und Verwaltungen in all diesen Bereichen. Wir sind schon lange kein rein technischer Anbieter mehr, die Zukunft wird noch mehr in Richtung Dienstleistung gehen. Wir werden also noch mehr in der Lösungsentwicklung tätig sein und unsere Beratungs-, Betreuungs- und Wartungsdienstleistungen konsequent weiter ausbauen.

Im April 2022 haben Sie eine Niederlassung im Startfeld in St.Gallen eröffnet. Warum gerade St.Gallen – und warum hier das Startfeld?

Wir wollen noch näher bei unseren Kunden in der Region St.Gallen sein, denn für uns ist Kundennähe zentral. Trotz der Digitalisierung mit all ihren Kommunikationskanälen ist der direkte Kontakt von Mensch zu Mensch, gerade im Beratungs- und Dienstleistungsbereich, für uns entscheidend. Und es gibt noch einen anderen Grund: Innovationsgeist liegt in unserer DNA, mussten wir uns doch über die 90 Jahre auch immer wieder neu erfinden. Unsere Welt verändert sich immer schneller, deshalb suchen wir die Nähe zu Innovationsnetzwerken und nach Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Da passt das Startfeld natürlich bestens, auch in Hinblick auf den Innovationspark Ostschweiz, der dort zu stehen kommen soll.

Hatten Sie vorher schon Kundschaft aus der Ostschweiz oder betreten Sie hier sozusagen «Neuland»?

Ja, wir pflegten hier verschiedene langjährige Kundenbeziehungen. So freuen wir uns über Kunden aus der Hotellerie, dem Gesundheitswesen, der Verwaltung, aber auch aus dem Sportbereich. Ganz neu ist uns der «wilde Osten» also nicht! (lacht)



Adriano Beti:

Globale Unterstützung.

Sie sind nicht nur COO der Kilchenmann-Gruppe, sondern auch CEO der internationalen Einheit. Was macht Kilchenmann international?

Wir unterstützen Kunden, die international tätig sind, beim Rollout von Standardisierungsprojekten in der Kommunikations- und Medientechnik. Dies startet meistens mit der gemeinsamen Entwicklung von Standards, geht über die Installation bis hin zum Betrieb und Unterhalt. Wir setzen beispielsweise Projekte in Vietnam oder den USA mit der gewünschten schweizerischen Qualität um. Unsere Kunden müssen sich also nicht mit den unterschiedlichen Kulturen oder technischen Herausforderungen befassen. Aber es muss ja nicht immer gleich Asien oder Amerika sein, denken wir doch nur schon an die Zusammenarbeit mit Unternehmen in den angrenzenden Ländern – gerade auch an die Bodensee-region: Auch hier wird oft auch grenzüberschreitend gearbeitet. Die Herausforderungen in Deutschland sind uns bestens bekannt, haben wir doch bei Freiburg im Breisgau auch einen eigenen Standort in der EU. Dieses Wissen stellen wir in den Dienst unserer Kunden.

Während der Corona-Pandemie hat die Digitalisierung in Unternehmen einen grossen Schritt gemacht. Haben Sie das auch bei Kilchenmann gespürt?

Ja. Die Art und Weise, wie wir arbeiten, hat sich nachhaltig verändert. Auch wir sind auf die gänzlich digitale oder zumindest hybride Schiene ausgewichen, ebenso wie unsere Kunden.

Dabei haben wir selbst auch viel gelernt. Denn die neue Arbeitsweise bedarf neuer Gesamtlösungen. So gesehen hat uns die Digitalisierung neuen Schub verliehen; denn wer heute vorne mitspielen will, muss auch technisch gut aufgestellt sein. Halbpatzigkeiten bei der Kommunikations- und Medientechnik kann sich heute kaum ein Unternehmen mehr leisten. Und da die ganzen Möglichkeiten immer vielfältiger und damit komplexer werden, sind auch Konzeptions- und Beratungsdienstleistungen noch mehr gefragt.

Blicken wir zum Schluss noch kurz in die Zukunft: Was kommt da auf uns zu?

Wir sehen wieder ein steigendes Bedürfnis an Qualität. Am Anfang der Corona-Zeit, als viel improvisiert wurde, waren Fehler an der Tagesordnung und wurden gerne verziehen. Heute sind die Qualitätsansprüche wieder auf dem früheren Level – und sie werden weiter steigen. Dies und die zunehmende Professionalisierung von Licht-, Bild- und Tonangeboten werden uns helfen, unseren Weg erfolgreich weiterzugehen.

Text: Stephan Ziegler
Bild: zVg