



Gemeinsam seit 15 Jahren in der Kommunikationsbranche tätig: Kajo Bächle (links) und Olivier Chauliac sind die Inhaber der Werbeagentur clus communication in Chur. Bild Ursula Meisser

«Eigenständige Werbung, die verkauft»

clus communication ist die «Neuunternehmung des Monats Juni»

Olivier Chauliac und Kajo Bächle sind mit ihrer Firma clus communication in einem Metier tätig, in dem sie jeden Tag zu 100 Prozent gefordert sind. Gemäss dem Motto «Wir sind schnell und gut und bringen auf den Punkt» haben sie es schon ziemlich weit gebracht – jetzt auch zum «Neuunternehmer des Monats».

• VON HANS BARTSCH

Erst seit wenigen Wochen sind Olivier Chauliac (34) und Kajo Bächle (38) mit ihrer Firma an der Tittwiesenstrasse 21 in Chur zu Hause. Es ist ein fantastischer Raum, hoch und hell. Es steht nichts Unnützes herum, das ablenkt oder beengt (siehe www.clus.ch). In dieser Atmosphäre müssen die Gedanken geradezu frei schweben – und zu guten Ideen, letztlich konkreten Projekten in den Bereichen Marketing, PR und Werbung führen.

Etwas irritiert allerdings. Trotz ei-

ner weit grösseren Anzahl Computer und entsprechend viel Platz sind nur drei Personen anwesend. Nebst den Gesellschaftern Chauliac und Bächle gehört Tom Jörg fest zum Team. Dieser pendelt täglich von Zürich nach Chur. Als Ziel schweben den clus-Inhabern fünf bis sechs Mitarbeiter vor. «Aber wir lassen uns Zeit mit der Suche», sagt Chauliac. Nebst der fachlichen Qualifikation müssen die Mitarbeiter vor allem gut ins Team passen.

Qualitatives Wachstum – mehr als ein Schlagwort

Die Personalpolitik gibt gleich auch einen Hinweis auf eine grundsätzliche Geschäftsphilosophie, die bei clus mehr ist als ein Schlagwort: qualitatives Wachstum. Kajo Bächle und Olivier Chauliac sind zusammen seit 15 Jahren in der Kommunikationsbranche tätig. Während Ersterer Gestaltung studiert hat, kommt Letzterer von der Architektur her und hat sich anschliessend zum Multimedia Producer ausbilden lassen. Kennen gelernt haben sie sich beim letzten Arbeitgeber. Den Schritt in die Selbstständigkeit haben sie letztes Jahr gewagt.

«Es hat funktioniert, von Anfang an», sagen beide. Weshalb? Weil sie schon beim früheren Brötchengeber gute Arbeit geleistet haben. Hervorragende Referenzen waren und sind es auch, die zu neuen Aufträgen führen. Auf die Frage, wie man in einem immer bunteren, lauterem, von Reizen

Neuunternehmer
des Monats
www.neuunternehmer.ch
DIE SÜDOSTSCHWEIZ

überfluteten Umfeld erfolgreich Werbung machen kann, verrät Bächle: «Wer nicht von der Flut mitgerissen werden will, schwimmt gegen den Strom. Mit eigenständiger Werbung, die verkauft.» clus arbeitet mit Gegensätzen. Eben mit leisen Tönen, statt noch lauter zu rufen als die Konkurrenz, oder mit dem Stilmittel Schwarzweiss, wenn überall sonst Farben dominieren.

Keine Kundenaufträge, sondern Partnerschaften

Gute Werbung beginnt für Chauliac und Bächle mit dem Motto: «Wir nehmen keine Kundenaufträge an, sondern gehen Partnerschaften ein.» Anders gesagt: clus ist mehr als nur ausführende Agentur. clus nimmt ihre beratende Funktion wahr, unterstützt Unternehmen auch in der strategischen Planung. Der Vertiefung in die Aufgabenstellung wird genügend Zeit eingeräumt. Dazu zählen auch Workshops, in denen durch eine genaue Ist-Analyse die Grundlagen guter Unternehmenskommunikation geschaffen werden. Dann – ein wichtiger Erfolgsfaktor für clus – die schnelle Umsetzung.

Bereits eine beachtliche Referenzliste

Trotz der erst kurzen Zeit der Selbstständigkeit hat clus eine beachtliche Referenzliste vorzuweisen. Da wären etwa der Geschäftsbericht 2001 der Graubündner Kantonalbank sowie deren Kundenmagazin «Puls», Prospekte und Stelleninserate. Ein weiteres Beispiel ist der Internetauftritt von Graubünden 2003 (anlässlich der Jubiläumsfeierlichkeiten «200 Jahre Graubünden bei der Eidgenossenschaft», siehe www.gr2003.ch). Stolz sind Olivier Chauliac und Kajo Bächle

auch auf die Kommunikationskonzepte für die Swiss Helicopter Group, Holz Graubünden, die Mühlen Lietha in Grüşch (Wurzelbrot) und die Malanser Älplibahn. Die Liste an Projekten ist natürlich länger, genannt seien hier noch die Arbeiten für die Grand-Hotels Bad Ragaz, Graubünden Ferien (Marktauftritt in Asien) und die Praxis Cla Mosca in Zürich (www.mosca.ch).

Ein Konsumgut zu bewerben wäre reizvoll

clus ist überwiegend in den Bereichen Tourismus und Dienstleistung tätig. Gibt es etwas, wofür Olivier Chauliac und Kajo Bächle in Zukunft auch einmal gerne Werbung machen möchten? «Ein Konsumgut, eine Massenware, ein Industrieprodukt», sagt Chauliac. Ob Kaffee, Mineralwasser oder Zahnpasta, sei egal. Aber die Vermarktung eines Produktes wäre schon reizvoll. Dann gäbe von ihnen aus gesehen der Tourismus noch viel her. Viele Tourismusanbieter wie zum Beispiel die RhB «haben ihr kommunikatives Potenzial noch nicht ausgeschöpft», wie sich Chauliac mit einem Schmunzeln ausdrückt.

clus GmbH, Tittwiesenstrasse 21, 7000 Chur, Telefon 081 250 64 35, Fax 081 250 64 36, E-Mail mail@clus.ch, Homepage www.clus.ch

«Extrem hohe Lebensqualität»

hb.- Graubünden sei für eine Werbeagentur zwar ein relativ kleiner Markt, dafür sei aber auch die Konkurrenz nicht so gross wie beispielsweise in Zürich, sagen die Inhaber der clus GmbH. Zur Schwierigkeit, qualifizierte Berufsleute zu finden, meinen Olivier Chauliac und Kajo Bächle, dieses Problem stelle sich weniger, wenn man ein attraktiver Arbeitgeber sei. Aber gute Leute von auswärts in die Region zu locken sei tatsächlich nicht ganz einfach. Auch wenn der Kanton «eine extrem hohe Lebensqualität» bietet.

In einer Selbsteinschätzung charakterisieren Chauliac und Bächle ihre Stärken unter anderem mit «hoher Qualität» und «kurzen Entscheidungswegen». Schwächen orten sie auf Grund ihrer jungen Unternehmensgeschichte in der geringen Bekanntheit. Das dürfte sich in Kürze ändern.

«You can get it if you really want!»

Beat De Coi hält es mit dem Reggae-Sänger Jimmy Cliff. «You can get it if you really want!» gibt das Beiratsmitglied auch dem Neuunternehmer dieses Monats mit auf den Weg. Die Ziele allerdings müssten realistisch bleiben.

• MIT BEAT DE COI SPRACH HANS BARTSCH

Herr De Coi, was finden Sie besonders innovativ und interessant an den «Neuunternehmern des Monats», Olivier Chauliac und Kajo Bächle, beziehungsweise ihrer Firma clus communication?

Beat De Coi: Die Firma deckt ein klares Bedürfnis ab, nämlich Internet- und andere Werbeaufträge für kleine Unternehmen.

Wo liegen die Stärken, wo die Schwächen von clus?

Beat De Coi: Die Stärken des Unternehmens sind Kreativität, Unabhängigkeit und sehr gute Referenzen. Zu den Schwächen zählt ihr Bekanntheitsgrad.

Was können Sie der Firma aus Ihrer Erfahrung als Unternehmer mitgeben auf dem weiteren Weg?

Beat De Coi: You can get it if you really want (as long as your objectives are realistic)! Auf Deutsch: Man kann alles erreichen, wenn man nur will – solange die Ziele realistisch bleiben.

Inwiefern sind Olivier Chauliac und sein Geschäftspartner Kajo Bächle ein Beispiel für andere Firmen, die im selben Bereich tätig sind?

Beat De Coi: Durch ihren Mut zum Risiko. Die Referenzen zeigen, dass auch ein Start-up oder eine Kleinfirma im Bereich Kommunikation sehr gute Mandate erhält (beispielsweise jene der Graubündner Kantonalbank).

Der Beirat beurteilt die Firmen, die sich zum «Neuunternehmer des Monats» eignen. Was hat eigentlich Sie bewogen, bei diesem Projekt mitzumachen?

Beat De Coi: Ich kenne die Problematik aus eigener Erfahrung und möchte diese Erfahrung einbringen, denn oft wird das Thema Start-up zu theoretisch behandelt.

Ein kurzes Wort zu Ihrer eigenen Tätigkeit als Unternehmer: Wer und was ist die Cedes AG?

Beat De Coi: Cedes ist eine internationale Gruppe von zehn Unternehmen mit Hauptsitz in Landquart, welche von meiner Frau und mir 1986 als «Garagenfirma» gegründet wurde. Cedes entwickelt und fabriziert optoelektronische Sensoren, etwa zur Absicherung von gefährlichen Maschinen oder von Lifttüren. Wir beschäftigen zurzeit knapp 160 Mitarbeiter und hatten seit der Gründung ein Wachstum von fast 30 Prozent pro Jahr.



Bescheinigt der Firma clus Mut zum Risiko: Beat De Coi, selber als Unternehmer tätig.

Bild Theo Gstöhl

Die Partner zum Erfolg

hb.- Die Aktion «Neuunternehmer des Monats» läuft unter dem Patronat der «Südostschweiz» und von Hewlett-Packard (HP). Folgende Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit sich ein Unternehmen für diese Auszeichnung und die damit verbundene Publikation in der SO bewerben kann:

- Firmensitz in der Südostschweiz (GR, GL, SG Gaster/See),
- Gründung innerhalb der letzten drei Jahre,
- Eintrag im Handelsregister,
- innovatives Marktangebot,
- potenzieller Kundenkreis in der Südostschweiz.

Anmeldung im Internet: www.neuunternehmer.ch. Dort sind weitere interessante Informationen zu diesen und weiteren Unternehmen zu finden. Die Postadresse lautet: Weibel Consult, Stichwort «Neuunternehmer», Sichelweg 36, 4103 Bottmingen. Die Teilnehmer müssen ihre Geschäftsidee im Anmeldeformular vorstellen; Businesspläne werden nicht verlangt.

Die Beurteilung der eingegange-

nen Bewerbungen erfolgt durch einen Beirat, dem folgende Personen aus Wirtschaft und Politik angehören: Beat De Coi (Cedes AG, Landquart), Andreas Wieland (Hamilton Bonaduz AG, Bonaduz), Reto Gurtner (Weisse Arena AG, Laax), Hanspeter Weibel (Weibel Consult, Bottmingen BL), Markus Hinnen



(Hewlett-Packard AG, Urdorf ZH), Andrea Masüger («Die Südostschweiz», Chur), Brigitta M. Gadiant (Juristin/Nationalrätin, Chur), Josef Walker (KMU Zentrum, Chur), Jürg Michel (Vertreter der Bündner Wirtschaftsverbände) und Eugen Arpagaus (Wirtschaftsförderung des Kantons Graubünden).