

Als Dividende zwei Liter Bier

BierVision Monstein AG ist die «Neuunternehmung des Monats Mai»

Der Name BierVision ist Martin Ebners Anlage-Vehikel entlehnt. Im Gegensatz zum Schwyzer Financier, der bös gestolpert ist, stehen die Bierbrauer im Landwassertal mit beiden Beinen auf dem Boden. Und erobern sich mit ihrem Unternehmenskonzept die Auszeichnung «Neuunternehmer des Monats».

• VON HANS BÄRTSCH

«Wir waren zur richtigen Zeit am richtigen Ort», sagt Andreas Aegerter, Geschäftsführer der BierVision Monstein AG, gegen Schluss unseres Gesprächs. Und äussert damit leise Zweifel, ob die Finanzierung des Unternehmens heute, in einem bedeutend raueren wirtschaftlichen Umfeld, gleich erfolgreich realisiert werden könnte wie damals.

Damals, das ist erst gut zwei Jahre her, und der «Point of no return», der Punkt, wo es zu einer Umkehr zu spät ist, bereits überschritten. Denn seit dem Dorffest im August 1999, als erstmals aus dem qualitativ hervorragenden Monsteiner Wasser Bier gebraut wurde – mangels Produktionsmöglichkeiten im Zürcher Back & Brau –, liess die Initianten der Bieridee die Vision einer eigenen Brauerei nicht mehr los. Zu diesen Initianten gehörten (und gehören noch immer) der Architekt Hans-Peter Hoffmann, der Jurist und Verwaltungsrichter Urs Meisser, der Werbegrafiker Beat Rüttimann und der zu jenem Zeitpunkt in Davos als Hotelier tätige Andreas Aegerter.

Dorffest als «Kick-off»

Den reissenden Absatz der ersten 2000 Liter Monstein-Bier bezeichnet Aegerter als eigentlichen «Kick-off», die Bierproduktion auf eine «regelmässige Basis» zu stellen. Gesagt, getan. Es wurde ein Verein gegründet (mit 100 Franken à fonds perdu war man dabei) und ein Businessplan erstellt. Bei Letzterem kam den Initianten zupass, dass sie aus unterschiedlichen Berufen wertvolle Erfahrungen einbringen konnten. Klar war ihnen von allem Anfang an, dass die Bierproduktion nicht das einzige Standbein sein sollte. Die touristische Förderung des idyllisch gelegenen Wäldersdorfs Monstein war dem Quartett ebenso wichtig.

Blieb die Finanzierungsfrage zu lösen. Bei Banken erfolgreich anzuklopfen erwies sich als illusorisch. So wurde der Weg eingeschlagen, den schon viele Neuunternehmer gewählt haben bzw. zu nehmen gezwungen waren, jener über die Familie, über Freunde



Mit Leib und Seele bei der Arbeit: Geschäftsführer Andreas Aegerter mit einem in Monstein gebrauten Bier.

Bild Peter de Jong

und Bekannte. Die Idee verfiel, erfolgreicher hätte die Aktienzeichnung nicht ablaufen können. In zwei Schritten kamen 1,3 Mio. Franken zusammen. «Über 600 Aktionäre aus der ganzen Welt sind heute an der BierVision Monstein AG beteiligt, vom Vierjährigen bis zur 97-jährigen Wittfrau», so Aegerter nicht ohne Stolz.

Viel Sinn für Humor

Sowohl Sinn für Humor wie den Riecher für cleveres Marketing beweist die Natural-Dividende, die den Aktionären ausgeschüttet wird – zwei Liter Bier. Der Name für die Unternehmung, BierVision Monstein, ist übrigens einem anderen, inzwischen gestrauchelten Visionär entlehnt, nämlich dem Schwyzer Financier Martin Eber respektive dessen Anlage-Vehikel, die Namen wie Pharma, Finanz, Spezialitäten oder Stillhalter Vision tragen.

Nachdem im 178-Seelen-Dorf Monstein, 1626 Meter über Meer und zehn Kilometer von Davos entfernt gelegen, die ehemalige Sennerei umfunktioniert war, wurde im Sommer 2001 mit Bierbrauen begonnen. 1000 Hektoliter Gerstensaft verliessen im letzten Jahr die höchstgelegene Brauerei Europas, viel mehr als nach Businessplan vorgesehen (der maximale Ausstoss wird mit 2000 Hektolitern erreicht sein). Hergestellt wird zum einen das Monsteiner Huusbier und zum andern das Monsteiner Wätterguoge-Bier (Wätterguoge ist die Walser Bezeichnung für den Alpensalamander).

Für eine Kleinbrauerei ist der Ausstoss beachtlich. Dennoch: Die Masse ist nicht das Ziel. «Wir sind in einem Nischenmarkt tätig», sagt Aegerter, «und das soll so bleiben.» Mit den naturtrüben Bieren erzielt die BierVision Monstein AG rund die Hälfte ihres Umsatzes von derzeit rund einer halben Million Franken. Die andere Hälfte machen Bier-Nebenprodukte, Merchandising und die touristischen Angebote aus.

Zu den Nebenprodukten zählt etwa der Monsteiner Brauerchäs, eine mit Schweizer Aromahopfen verfeinerte, im Biertreiber eingelegte, geräucherte

schmack, ein Likör, Pralinees (Malz-Zeltli).

Ausserst bedeutsam für den Betrieb BierVision wie für den Ort Monstein sind die touristischen Angebote: Brau- und Bierseminare, der gemeinsame Genuss des Sonnenuntergangs bei einem Probier an jedem Freitag, Ausflüge ins Wäldersdorf mit dem Oldtimer-Bus oder dem Brauer-Kombi der RhB, verbunden mit einer Besichtigung des «last beerstop before heaven!», wie einer der zügigen Werbeslogans lautet.

Gute Ware kostet mehr

Monstein-Produkte gibt es heute an zahlreichen Orten in Graubünden, in Gastrobetrieben wie im Detailhandel. Seit der vor gut einem Jahr beschlossenen Zusammenarbeit mit Heineken ist vor allem das Bier aus Monstein im Kanton noch verbreiteter erhältlich. In Chur und Zürich sind die Monstein-Artikel in den Globus-Delikatessenabteilungen zu finden. Das weist auch darauf hin, dass die Ware ihren Preis hat. «Für qualitativ gute Produkte ist der Kunde bereit, etwas mehr zu bezahlen», so Aegerter, für den mit dem Schritt in die Selbstständigkeit ein Traum wahr geworden. Weniger Freizeit und Ferien würden durch einen lebhaften Betrieb mit immer neuen Herausforderungen mehr als nur kompensiert. Mit einem Blick in die Zukunft der BierVision Monstein AG spricht Aegerter von einem wachsenden Markt. «Das Potenzial ist noch längst nicht ausgeschöpft.»

BierVision Monstein AG, Postfach, 7278 Davos Monstein, Telefon 081 420 30 60, Fax 081 420 30 61, E-Mail info@biervision-monstein.ch, Homepage www.biervision-monstein.ch

Neuunternehmer
des Monats
www.neuunternehmer.ch
DIE SÜDOSTSCHWEIZ

und letztes Jahr mit dem «Prix d'innovation agricole Suisse» ausgezeichnete Käsespezialität. Keine Schnapsidee, sondern ein weiteres innovatives Produkt ist der Wätterguoge-Bierbrand. Diesen haben die Monsteiner Bierbrauer in Zusammenarbeit mit der Davoser Schnapsbrennerei Kindschi realisiert – und ebenfalls schon einen Preis dafür eingeholst. Mit Biertreiber gefütterte Schweine und Rinder aus der Landschaft Davos – sie erhalten auch mal ein «Feierabendbier» – liefern schliesslich das Fleisch für die Monsteiner Fleischspezialitäten, etwa die Knopfwurst. Weitere Produkte sind in der Pipeline, wie Andreas Aegerter verrät. Etwa ein Fondue mit Rauchge-

«Die Stärken liegen beim Marketing»

Eine solide Finanzierung und ein innovatives Marketing: Von diesen beiden Faktoren ist Beiratsmitglied Beat De Coi bei der BierVision Monstein besonders überzeugt.

• MIT BEAT DE COI SPRACH HANS BÄRTSCH

Herr De Coi, was finden Sie besonders innovativ und interessant an der BierVision Monstein?

Beat De Coi: Zum einen die Finanzierung: Durch die überzeugende Idee konnte BierVision eine breit angelegte Aktienzeichnungskampagne durchführen und somit eine gute Kapitalbasis für die Gründung des Unternehmens schaffen. Dann in einem Marketing, das sticht: «Last beerstop before heaven!» verspricht viel und tönt interessant. Wenn man nach Monstein kommt, wird man sogar noch mehr überrascht, als man eigentlich erwarten würde. Andreas Aegerter macht das absolut hervorragend!

Wo liegen die Stärken des Unternehmens?

Beat De Coi: Die Stärken liegen eindeutig in der Innovation beim Marketing. Bier brauen tun viele, doch das Gesamtkonzept mit Produkten hergestellt aus Abfallprodukten der Bierbrauerei wie Bier-Brot, Bier-Schinken, Bier-Bonbons (Malz-Zeltli), Bier-Käse und mit Events rund um die Brauerei wie «Sonnenuntergang», Brau- und Bierseminare, Biere für Frauen usw. ist hervorragend aufgebaut.

Und wo orten Sie Schwächen?

Beat De Coi: ...hmmm, höchstens, dass wahrscheinlich viel an Andreas Aegerter hängt. Aber bei welchem Unternehmer, der diesen Namen verdient, gilt das nicht?

Wo sehen Sie beim Unternehmenskonzept noch Verbesserungspotenzial?

Beat De Coi: Bei einer besseren Vermarktung im regionalen Umfeld. Die BierVision Monstein ist im Rheintal fast nicht bekannt, obwohl hier eigentlich die Kundschaft von BierVision herkommt.

Welche Chancen geben Sie dem Unternehmen längerfristig?

Beat De Coi: Wenn keine Fehler gemacht werden, hat BierVision sicher eine langfristige Perspektive. Das Konzept liesse sich auch noch an anderen Orten implementieren. So quasi «unsere eigene Brauerei um die Ecke». Vor diesem Hintergrund hat das Konzept ein enormes Potenzial, allerdings nicht in Monstein, sondern mit Satelliten regional verankert.

Die Partner zum Erfolg

hb.- Die Aktion «Neuunternehmer des Monats» läuft unter dem Patronat der «Südostschweiz» und von Hewlett-Packard (HP) und wird unterstützt vom Amt für Wirtschaft und Tourismus des Kantons Graubünden und dem Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco). 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 fünf Jahre,
- Eintrag im Handelsregister,
- innovatives Marktangebot,
- potenzieller Kundenkreis in der Südostschweiz.

Informationen und Anmeldung im Internet: www.neuunternehmer.ch. Dort sind weitere interessante Informationen zu Unternehmern zu finden. Die Postadresse lautet: Weibel Consult, Stichwort «Neuunternehmer», Sichelweg 36, 4103 Bottmingen. Die Teilnehmer müssen ihre Geschäftsidee vorstellen; Business-

pläne werden nicht verlangt. Die Beurteilung der Bewerbungen erfolgt durch einen Beirat, dem folgende Personen aus Wirtschaft und Politik angehören: Beat De Coi (Cedes AG, Landquart), Andreas Wieland (Ha-



milton Bonaduz AG, Bonaduz), Reto Gurtner (Weisse Arena AG, Laax), Hanspeter Weibel (Weibel Consult, Bottmingen BL), Markus Hinnen (Hewlett-Packard GmbH, Dübendorf ZH), Andrea Masüger («Die Südostschweiz», Chur), Brigitta M. Gadiest (Juristin/Nationalrätin, Chur), Josef Walker (KMU-Zentrum, Chur), Jürg Michel (Vertreter der Bündner Wirtschaftsverbände) und Eugen Arpagaus (Wirtschaftsförderung des Kantons Graubünden).

ArtVision-Kunden sind ohne Stress

hb.- Die ArtVision ist eine weitere erwähnenswerte Neuunternehmung im Raum Südostschweiz. Nachfolgend stellt sich die Firma mit Sitz in Chur mit eigenen Worten vor.

Gründer: Andrzej und Sandra Slawinski sowie Markus Klose und Peter Rauhut.

Branche: Die ArtVision AG entwickelt, produziert und vertreibt seit April 2002 Technologien und Software für Potenzialentwicklung und Stressmanagement.

Tätigkeit/Marktleistung: Im Zentrum der Aktivität von ArtVision steht die Entwicklung von Software-Modulen, welche mittels Biofeedback gesteuert werden. So dient beispielsweise bei den «Mental Games» ein Sensor, der über den Hautwiderstand das Entspannungsniveau ermittelt, als Schnittstelle zwischen Mensch und PC. Es geht darum zu lernen mit seinen, meist unbewussten körperlichen Reaktionen spielerisch umzugehen. Ziel ist es, auch in stressigen Situationen locker zu bleiben, um auf sein grös-

mögliches Leistungspotenzial zurückgreifen zu können. Die Idee solcher Software beschränkt sich dabei nicht nur auf die Schnittstelle Mensch/Computer. Sie kann über eine Netzwerkfunktion mit mehreren PC auch als Interaktion zwischen Mensch und Mensch angewendet werden. Dadurch lassen sich typische kommunikative bzw. gruppenspezifische Prozesse in einer bislang einzigartigen Trainingsumgebung darstellen.

Gerade im sozialen Bereich wirken sich Anspannungen und Denkgewohnheiten aus, welche zu einem grossen Teil ausserhalb der Kontrolle des Anwenders verlaufen. Sie beeinflussen unsere Leistungsfähigkeit in Teams, unser Statusverhalten, das Selbstbewusstsein, unsere Sprachfertigkeit und viele andere Bereiche gleichermaßen. Mit einer weiteren Software – Verim (Virtuelles Energie, Ressourcen- und Intelligenzmanagement) – und einem Netzwerk ist es möglich, genau diese Bereiche zu erleben und zu trainieren. Verschiedene multimediale

Software-Module stellen unterschiedliche Trainingsumgebungen für verschiedene Zwecke zur Verfügung. So kann z. B. trainiert werden, in angespannten Situationen locker zu bleiben und sein optimales Leistungspotenzial auszunutzen.

Leitspruch/ Motto: Alle haben Stress – unsere Kunden nicht.

Bisherige Erfahrungen: Verim findet bereits erfolgreichen Einsatz in Seminaren sowie u. a. bei der Trainerbildung Swiss Olympic der eidgenössischen Sportschule Magglingen.

Zukunftsaussichten: Für die Zukunft sind weitere Anwendungen in Planung. So etwa ein biofeedbackgesteuertes Rollenspiel, in welchem verschiedene Aufgaben durch tatsächliche physiologische Leistungen gelöst werden müssen.

Adresse: ArtVision Multimedia Production AG, Spundisstrasse 21, 7000 Chur, Telefon 081 286 36 40 oder 0049 30 832 29 448 (deutsche Niederlassung), Fax 081 286 36 97, Homepage www.art-vision.biz.