



«Geschenke sprechen die emotionale Ebene der Kunden an», erklärt Polynet-Geschäftsführer Dani Freund. Bilder: Madeleine Schoder

## Ramsch eignet sich nicht als Werbeartikel

**BASSERSDORF.** Die Firma Polynet bietet seit über 17 Jahren qualitativ hochstehende Werbeartikel und Kundengeschenke an. Der Fantasie sind dabei fast keine Grenzen gesetzt. Nur die Qualität muss stimmen.

MARTINA CANTIENI

Wer kennt sie nicht: Werbegeschenke, die niemand brauchen kann und darum schnell wieder im Mülleimer landen. Es sind dies Billig-Kugelschreiber, die nicht richtig schreiben, oder Mützen, die wegen peinlicher Aufschrift garantiert nie getragen werden.

Die Bassersdorfer Firma Polynet kämpft seit gut 17 Jahren gegen das schlechte Image von Werbegeschenken an. Wie Geschäftsführer Dani Freund erklärt, bietet Polynet gehobene Werbeartikel und Kundengeschenke an. «Wir geben keine billige Ware ab.» Ramsch sei demnach im Showroom in Bassersdorf nicht zu finden. «Die Firmen sollen ihren Kunden lieber weniger, dafür etwas Gutes schenken», ist das Credo von Polynet.

### Per Zufall zum Traumjob

Geschäftsführer Dani Freund ist gelernter Mechaniker, arbeitete nach seiner Lehre aber als Personalvermittler. Als dann eine Stelle als Werbeartikelverkäufer auf seinem Schreibtisch gelandet sei, habe er sich gleich selber darauf beworben, erzählt der 45-Jährige lachend. An

seiner Arbeit schätze er den direkten Kundenkontakt sehr. Da im Showroom in Bassersdorf neben Freund nur eine weitere Kollegin arbeite, sei das Verhältnis zu den Kunden sehr nah.

Die Firma, die 1996 gegründet wurde, hat ihren Sitz seit 2001 im Zürcher Unterland. Polynet kann auf grosse Namen als Stammkunden zählen. Die Verkehrsbetriebe Luzern, die Schweizerische Post und ABB sind nur drei der grossen Firmen, die ihre Kunden regelmässig mit Produkten von Polynet beschenken.

Das Highlight im Showroom in Bassersdorf sind gemäss Freund edle 2-D- und 3-D-Lasergravuren in Glas. Das aus China stammende Kristallglas wird mit speziellen Laseranlagen in der Schweiz verarbeitet. «Die Firmen reagieren sehr gut auf die Glasartikel», weiss Freund. Das hochwertige Kristallglas verfärbt sich auch nach Jahren nicht gelblich, versichert der Geschäftsführer. Die Glasartikel reichen vom verzierten USB-Stick über gläserne Brieföffner bis hin zum täuschend echt gelaserten Abbild eines Gesichts im Glasquader.

Natürlich seien diese Produkte nicht billig. Bei den kleinen gläsernen Schlüsselanhängern müsse man mit 15 Franken

pro Stück rechnen, und ein grosser Quader mit aufwendiger Lasergravur und Sockel koste bis zu 500 Franken pro Stück. Solche Kundengeschenke seien dann natürlich die Ausnahme und nur für ausgewählte Kunden gedacht.

### Geschenk zur richtigen Zeit

Was aber will ein Kunde mit einem Wärmebeutel im Hochsommer oder einem trendigen Campinggrill im Winter? «Das richtige Timing ist alles», erklärt der 45-Jährige. «Kommt das Geschenk zur falschen Zeit, verliert es seine Wirkung.» Freund versucht, die Firmen zu motivieren, nicht zwingend zur Weihnachtszeit Werbeartikel zu verschenken. Der Kunde sei viel überraschter, wenn er das Geschenk nicht erwarte. «Mittlerweile sind viele Firmen vom klassischen Weihnachtsgeschäft weggekommen.»

Warum sollen Firmen überhaupt Geld für Werbeartikel ausgeben? «Geschenke sprechen die emotionale Ebene der Kunden an», erklärt Freund. Jeder freue sich über eine Aufmerksamkeit. Wenn es dann noch ein qualitativ hochwertiges Geschenk sei, dann bleibe die Firma sicher in guter Erinnerung. Gerade auch in wirtschaftlich schlechteren Zeiten sollen Firmen gemäss Dani Freund nicht plötzlich auf Kundengeschenke verzichten. Denn langfristig würde sich dies negativ auf die Firma auswirken.

### Von der Idee zum Projekt

Oft kämen die Kunden mit einer konkreten Vorstellung in den Showroom nach Bassersdorf. Diese Idee versuche man dann umzusetzen. «Der Fantasie sind fast keine Grenzen gesetzt.» Wer keine eigene Idee habe, könne sich auch von den Produkten im Showroom inspirieren lassen. «Wir bieten einen 5-Sterne-Service», versichert Freund.

200 bis 250 Aufträge kann die Firma pro Jahr verzeichnen. «Reklamationen gibt es praktisch nie», sagt Freund. Dies könne man darauf zurückführen, dass der Kunde immer über den aktuellen Stand der Produktion informiert sei und zuvor ein Probeexemplar zu sehen bekomme. «Ohne Okay des Kunden läuft nichts.»

Oft kämen auch aussergewöhnliche Produkte zustande. Der Geschäftsführer



Das edle Kristallglas stammt aus China...



... und wird durch Lasergravur veredelt.

zeigt ein Knautschfigürchen für eine Malfirma und einen Plüschbus für die Verkehrsbetriebe Luzern. Grundsätzlich sei es ihm wichtig, dass man die Werbeartikel gebrauchen könne. «Wenn es etwas zum Ausstellen sein soll, dann muss es schon etwas besonders Hübsches sein, zum Beispiel die Glasgravuren.»

Neben vielen speziellen und neuen Dingen führt Polynet auch Werbegeschenke, die sich seit Jahren bewähren. Kugelschreiber etwa. Selbst bei solch banalen Gegenständen achte Polynet darauf, dass die Qualität stimme. Doch es gibt auch Produkte, die sich nicht als Werbeartikel eignen. Armbanduhren seien überhaupt nicht mehr gefragt, weiss der Fachmann. «Der Markt dafür ist einfach gesättigt.»

Weitere Informationen unter [www.polynet.ch](http://www.polynet.ch).

## Auf «Minder» reagiert

**RÜMLANG.** An der Generalversammlung der Kaba Holding AG vom 29. Oktober im Mövenpick-Hotel in Regensdorf stehen einige Neuerungen an. Sie sind nicht zuletzt auch auf die «Abzocker»-Initiative zurückzuführen.

Neu werden alle Mitglieder des Verwaltungsrates von Kaba für eine einjährige Amtsperiode gewählt und nicht wie bisher für drei Jahre. Den Aktionären wird die Zuwahl von John Heppner vorgeschlagen, der Maurice P. Andrien ersetzen soll; Letzterer scheidet aufgrund der Alterslimite aus dem Aufsichtsgremium aus. Heppner verfüge über «profunde Branchen- und Industrienkenntnisse vor allem im amerikanischen Markt», hält der Schliesstechnik-Konzern fest. Damit könne die «entsprechende industrielle Erfahrung und Vernetzung trotz des personellen Wechsels nahtlos im Verwaltungsrat gehalten» werden. Im Weiteren wird die Wiederwahl von Elton SK Chiu, Daniel Daeniker, Rolf Dörig und Karina Dubs-Kuenzle vorgeschlagen.

### Auch Vergütungen vorlegen

Der Wechsel vom drei- auf den einjährigen Wahlturnus geht einher mit einer weiteren Neuerung, die auch auf die «Minder»-Initiative zurückzuführen ist: Die Aktionäre können erstmals konsultativ über den Vergütungsbericht abstimmen. Kaba lege «seit geraumer Zeit die Kriterien für die Entschädigungen» offen, ebenso die konkreten Zahlen. Dies habe «bis anhin nie zu ernsthafter Kritik geführt», betont der Konzern weiter. Dies liege wohl daran, dass Kaba im Vergleich mit anderen international ausgerichteten Industriefirmen «angemessene Löhne zahlt». Die Basis für deren Festlegung ist im Übrigen eine Studie, in der rund 2500 Industriefirmen inklusive Mitbewerber aus der Schliesstechnik-Branche verglichen werden. So wolle Kaba «auch künftig vernünftige, aber dennoch kompetitive Entschädigungen ausrichten», heisst es weiter.

Schliesslich erhöht Kaba, wie bereits bei der Veröffentlichung des Jahresergebnisses berichtet, die Zielbandbreite der Dividendenausschüttung von bisher 30 bis 35 Prozent des konsolidierten Nettogewinns auf 40 bis 60 Prozent; im vergangenen Geschäftsjahr (per Ende Juni) betrug der Gewinn 85,5 Millionen Franken. Dementsprechend beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung eine Dividende von 11 Franken pro Aktie, was einer Ausschüttungsrate von 49 Prozent gleichkommt. (az)

## Grossauftrag für Eberhard

**KLOTEN.** Das Paul Scherrer Institut baut im Würenlinger Wald eine neue Grossanlage – den Freie-Elektronen-Röntgenlaser SwissFEL, der 2016 in Betrieb gehen soll. Er wird sehr kurze Pulse von Röntgenlicht mit Lasereigenschaften erzeugen. Ein Konsortium aus Alpiq Infra AG, Eberhard Bau AG und Specogna Bau AG errichtet als Totalunternehmer die Gebäude und die technische Infrastruktur. Die zweistöckige Anlage erstreckt sich über eine Länge von 740 Metern. Der Auftragsteil von Eberhard umfasst nebst 126000 Kubikmeter Erdbewegung und 14000 Quadratmeter Magerbeton und Strassen, Werkleitungen und Plätze. Da ein Grossteil der Anlage unter dem Boden liegt, werden nach Abschluss der Bauarbeiten rund 90 Prozent des Aushubs als Erdwall wieder angelegt, wie Eberhard weiter mitteilt. Besondere Herausforderungen sind der Bodenschutz, die Genauigkeit und die Koordination der verschiedenen Arbeitsgattungen. Der Aushub, der Einbau des Magerbetons, das Verlegen der Werkleitungen, der Hochbau und die Hinterfüllung laufen Hand in Hand. (red/az)



Die Firma Polynet bietet Werbeartikel in allen Formen und Grössen an.