

Grosses Know-how, erfrischende Art

Die Nähe zum Kunden bezeichnet Beiratsmitglied Markus Hinnen (Hewlett-Packard) als grosse Stärke der Churer deep GmbH. Die Mitarbeiter würden ihr grosses Know-how auf erfrischende Art einsetzen.

● MIT MARKUS HINNEN SPRACH
HANS BÄRTSCH

Herr Hinnen, was finden Sie besonders innovativ und interessant an Ivo Frei beziehungsweise seiner Firma deep?

Markus Hinnen: Innovationen finden heute im Detail statt. Aus diesem Blickwinkel betrachtet ist vor allem der Auftritt, die Kundenorientiertheit und die Art und Weise, wie die deep GmbH ihre übertragenen Aufgaben löst, innovativ.

Wo liegen die Stärken, wo die Schwächen von deep?

Markus Hinnen: Die Stärken liegen sicherlich im grossen Know-how der Mitarbeiter und der erfrischenden Art, wie sie dieses Wissen in den Projekten umsetzen. Heute werden ganzheitliche Lösungen und Verantwortungen gefordert, das kann deep sehr gut adressieren. Schwächen sehe ich ei-

nerseits im Standort, da Chur doch ein begrenztes Wirtschaftsumfeld bietet und es in der Schweiz immer noch nicht sehr leicht ist, über grössere Distanzen neue enge Kundenbeziehungen aufzubauen. Der zweite «wunde Punkt» liegt meiner Ansicht nach in der grossen Service-Abhängigkeit. Was deep zurzeit fehlt, ist ein regelmässiger Umsatzfluss, unabhängig von der geleisteten Arbeitszeit.

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

Markus Hinnen: Ich denke, deep hat bereits selbst viele Erfahrungen gesammelt und ist damit nicht mehr auf externe Tipps angewiesen. Was mir aber vor allem gefällt, ist die klare Kundenorientiertheit und somit die Nähe zum Kunden. Diese grundsätzliche Geschäftshaltung muss auch in Wachstumsphasen unbedingt beibehalten werden.

Inwiefern könnte Ivo Frei ein Beispiel sein für andere Firmen, die im selben Geschäftsbereich tätig sind?

Markus Hinnen: Herr Frei hat die Fähigkeit, die Kundenwünsche zu erkennen und sie in einem Business-Modell umzusetzen. Dies ist sicherlich der wichtigste Faktor für den Aufbau eines



Klare Kundenorientiertheit: Markus Hinnen attestiert deep einen guten Marktauftritt.

neuen Unternehmens. Heute ist der Dienstleistungssektor im Internetbereich schon stark ausgereizt. Will man trotzdem neu beginnen, muss dies in einer Marktnische geschehen, in der man gewisse Kunden bereits «auf sicher» hat.

Der Beirat beurteilt die Firmen, die sich zum «Neuunternehmer des Monats» eignen. Was hat eigentlich Sie bewogen, als ein

Mitglied des Beirats bei diesem Projekt mitzumachen?

Markus Hinnen: Hewlett-Packard hat ihre Geschäftstätigkeit vor 64 Jahren in einer Garage begonnen. Noch heute besteht dieser Innovationsgeist in vielen Bereichen der Firma. Dieses Klima verpflichtet, neuen Ideen auch ausserhalb der Firma zum Durchbruch zu verhelfen. Mir selbst macht es riesig Spass, mich mit verschiedenen Ideen und Geschäftsmodellen auseinander zu setzen und meine Verkaufs- und Marketingenergie einzubringen. Dazu stellt die Plattform «Neuunternehmer» eine gute Gelegenheit dar.

Sie haben es angetönt: Sie sind bei Hewlett-Packard (HP) tätig. Wer ist HP? Was für eine Funktion haben Sie bei HP inne?

Markus Hinnen: Hewlett Packard (Schweiz) ist mit über zwei Milliarden Franken heute das umsatzstärkste Technologieunternehmen in der Schweiz. Mit unseren Lösungen und Produkten decken wir sämtliche Marktsegmente ab. Ob Konsument, Start-up-Unternehmen, KMU oder Weltkonzern, wir bieten die angepassten Lösungen für alle IT-Bereiche. In diesem Umfeld kümmere ich mich selbst um den Marketingbereich für Geschäftskundenlösungen.