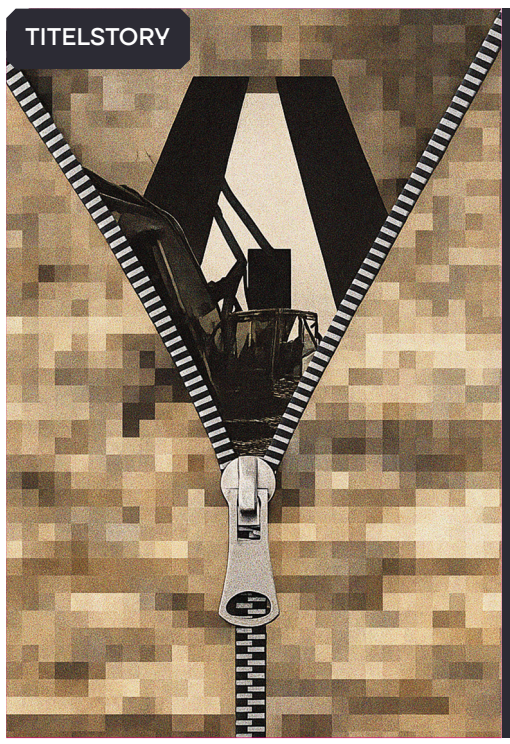
Robert Aebi

AUSGABE 02/2025

MENSCHEN&MASCHINEN

TITELSTORY



WAS ZUSAMMENGEHÖRT, WÄCHST ZUSAMMEN

Die Integration von D.O.B. & Völk in die Robert Aebi Gruppe ist in vollem Gange. Strukturen verbinden sich, Teams rücken enger zusammen, gemeinsame Ziele werden greifbar. Noch läuft nicht alles rund, und doch ist spürbar: Wir sind auf einem guten Weg.

Auf Basis vieler Gespräche möchten wir mit dem verantwortlichen Integrationsteam, bestehend aus Kolleginnen und Kollegen von D.O.B. & Völk sowie von Robert Aebi, den Prozess beleuchten, Fortschritte sichtbar machen und Potenziale aufzeigen.

→ Mehr dazu ab Seite 5

NACHGEFRAGT



EURE MEINUNG ZÄHLT

Macht Menschen&Maschinen noch lebendiger

Habt ihr etwas erlebt, das ihr teilen möchtet? Dann schreibt uns!

→ Mehr dazu ab Seite 20

FÜR DEN KUNDEN

AGRITECHNICA: GEMEINSAM AUF DER GROSSEN BÜHNE

Die Agritechnica 2025 war mehr als eine Messe – sie war ein Meilenstein. Zum ersten Mal traten die Landtechnik-Teams aus der Schweiz und Deutschland gemeinsam mit D.O.B. & Völk vereint auf dem Stand von John Deere auf. Was vor zwei Jahren noch kaum vorstellbar war, wurde Realität:
Aus getrennten Auftritten entstand eine gemeinsame Bühne – und ein starkes Signal für die Zukunft.

→ Mehr dazu ab Seite 12

IM GESPRÄCH

WIR BLEIBEN EIN FAMILIENUNTERNEHMEN – MIT VERANTWORTUNG, HERZ UND AMBITION

In einem offenen Gespräch spricht CEO Marcel Zahner über die Herausforderungen und Chancen des rasanten Wachstums der Robert Aebi Gruppe. Was bedeutet es, ein Familienunternehmen mit 1'500 Mitarbeitenden zu führen? Wie gelingt es, familiäre Werte mit unternehmerischer Ambition zu verbinden? Und warum ist persönliche Nähe wichtiger denn je? Ein Interview über Verantwortung, Kultur, strategische Ziele – und darüber, was uns als Robert Aebi wirklich stark macht.

→ Mehr dazu ab Seite 18

PERSONAL

WARUM UNS JUNGE TALENTE ERFOLGREICH MACHEN

Deutschland und die Schweiz – vereint unter dem Dach von Robert Aebi – wachsen nicht nur organisatorisch zusammen, sondern auch im Bereich der Nachwuchsförderung. Unsere Lernenden und Auszubildenden sind ein zentrales Element unseres Erfolgs. Sie steigen mit frischem Blick und viel Energie ein, meistern erste Herausforderungen und bringen vom ersten Tag an wertvolle Impulse ins Unternehmen. Getreu unserem Selbstverständnis ist «Gemeinsam bauen und wachsen» hier von Anfang an der Leitgedanke.

→ Mehr dazu ab Seite 24

SCHON GEWUSST



DAS NEUE DESIGNKONZEPT FINDET SCHRITT FÜR SCHRITT ANWENDUNG.

IN DIESER AUSGABE

2 **EDITORIAL**

3 **KOMPETENZ, DIE GRENZEN ÜBERWINDET**
Für den Kunden

4 **145 JAHRE ROBERT AEBI**
Schon gewusst

5 **WAS ZUSAMMENGEHÖRT, WÄCHST ZUSAMMEN**
Titelstory

8 **D.O.B. & HANS VÖLK: TECHNIK MIT GESCHICHTE UND ZUKUNFT**
Titelstory

10 **EIN FORMAT MIT ZUKUNFT**
Für den Kunden

11 **STRATEGIE BEDEUTET RICHTUNG**
Nachgefragt

12 **AGRITECHNICA: GEMEINSAM AUF DER GROSSEN BÜHNE**
Für den Kunden

14 **PRO DAYS**
Für den Kunden

15 **«VERTRAUEN IST DER SCHLÜSSEL»**
Im Gespräch

16 **ROBERT AEBI IM NEUEN KLEID**
Schon gewusst

18 **«WIR BLEIBEN EIN FAMILIENUNTERNEHMEN – MIT VERANTWORTUNG, HERZ UND AMBITION»**
Im Gespräch

20 **LESERBRIEFE**
Schon gewusst

21 **BERUFLICH ENGAGIERT, FAMILIÄR VERBUNDEN – GESCHICHTEN, DIE DAS LEBEN SCHREIBT**
Story

22 **WELTMEISTERLICH**
Für den Kunden

23 **NACHWUCHS IN DER RACO-FAMILIE**
Für den Kunden

24 **WARUM UNS JUNGE TALENTE ERFOLGREICH MACHEN**
Personal

26 **GEMEINSAM MEHR ERREICHEN**
Nachgefragt

27 **MENSCHEN GLAUBEN MENSCHEN**
Für den Kunden

28 **WENN HIGHTECH AUF ACKERLAND TRIFFT**
Personal

29 **MIT LEIDENSCHAFT FÜR QUALITÄT**
Für den Kunden

30 **GELEBTE UNTERNEHMENSGESCHICHTE**
Personal

32 **EVENTKALENDER**
Schon gewusst

EDITORIAL



MARCEL ZAHNER.

LIEBE KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN,

für Robert Aebi geht ein besonderes Jahr zu Ende – ein Jahr des Wandels und des Aufbruchs. Wir haben viele Veränderungen angestossen und darüber einen tiefgreifenden Transformationsprozess gestartet, der zwar heute noch nicht überall sichtbar ist, uns aber in den kommenden Jahren entscheidend prägen wird. An dieser Stelle möchte ich meinen aufrichtigen Dank an euch alle aussprechen. In vielen Bereichen wurde Ausserordentliches geleistet, und ohne euren Einsatz wäre dieser Weg nicht möglich.

Mit der D.O.B. & Völk GmbH haben wir unser Vertriebsgebiet deutlich erweitert und sind nun einer der grössten John Deere Händler in Europa. Erste positive Effekte zeigen sich bereits in besseren Einkaufskonditionen, höherer Maschinenverfügbarkeit und einem intensiveren Austausch zwischen unseren Business Units. Deswegen freut es mich besonders, euch in dieser Ausgabe von Menschen&Maschinen Einblicke zu geben, wie wir diesen Weg gemeinsam gestalten und welche Chancen sich daraus für uns alle ergeben.

Die Integration von D.O.B. & Völk steht ganz im Zeichen unserer Transformation hin zu One Firm – gemeinsam stark, über Standorte und Business Units hinweg. Besonders freut mich, dass dieser Gedanke in vielen Bereichen bereits spürbar gelebt wird. Das Miteinander, die Offenheit und der Teamgeist, welche das vergangene Management-Meeting geprägt haben, sind gute Beispiele dieser Entwicklung. Selbstkritisch müssen wir aber anmerken, dass wir trotz den bereits realisierten Erfolgen erst am Anfang dieser Transformation stehen. Wir haben noch viel Potenzial, die Vorteile einer One-Firm-Kultur zu nutzen. Da sind wir alle gefordert, dass wir uns täglich in diese Richtung verbessern und in kleinen Schritten weiterentwickeln.

Täglich etwas besser sein als wir es am Tag zuvor waren, ist auch der Kerngedanke von Kaizen. Es ist die erklärte Zielsetzung, dass Kaizen 2028 Teil unserer DNA sein wird. Aktuell sind wir an einem kritischen Punkt, weshalb wir uns entschieden haben, das Kaizen-Team personell zu stärken, damit wir diesen Meilenstein erreichen.

Bis 2028 wollen wir nicht nur Kaizen fest in unserer DNA verankern, sondern wir werden auch unsere Strukturen und Prozesse merklich verbessern. Nach einer Phase des starken Wachstums steht nun im Fokus, unser «Haus in Ordnung zu bringen». Dabei muss unsere Aufmerksamkeit nicht nur darauf liegen, dass wir unsere Strukturen und Prozesse bereinigen, sondern dass wir diese auch vereinheitlichen und maximal vereinfachen. Schliesslich können nur einfache Prozesse digitalisiert werden, was für unsere Weiterentwicklung äusserst wichtig ist. Das macht es aber auch unabdingbar, dass wir uns verändern und unsere Arbeitsweisen anpassen müssen.

Damit schliesst sich der Kreis. Wir befinden uns mitten in einem Kulturwandel – hin zu einer One Firm mit klaren Strukturen, einfachen Prozessen und einer starken, gemeinsamen Identität.

Bei allem Wandel wollen wir aber sicherstellen, dass wir die entscheidenden Werte unseres Familienunternehmens bewusst pflegen. Ein weiteres, wichtiges Thema in dieser Ausgabe der Mitarbeiterzeitung. Es ist nicht zuletzt unser familiäres Umfeld, das unser tolles Arbeitsklima ausmacht. Mit diesem Gedanken wünsche ich euch und euren Familien wunderschöne und erholsame Festtage.



FÜR DEN KUNDEN

KOMPETENZ, DIE GRENZEN ÜBERWINDET

DAS TEAM BTB BETREUT PROJEKTE IN DER SCHWEIZ UND IM AUSLAND



BTB UNTERWEGS IN GRÖNLAND.

PUTZMEISTER IM EINSATZ – PRÄZISION BIS INS LETZTE STAUBKORN

Während Epiroc für den Fels zuständig ist, steht Putzmeister für den Beton. Ein besonderes Projekt führte Norbert Murawski, einen weiteren BTB-Spezialisten, in ein Kernkraftwerk bei Baden. Dort musste eine Leitung gelegt werden, unter strengsten Sicherheitsauflagen.

«Alles, was du reinbringst, musst du wieder rausbringen, und alles wird auf Strahlung geprüft», erklärt Norbert. «Jedes Bohrloch, jeder Staubkrümel wird dokumentiert.» Der Verwaltungsaufwand sei riesig gewesen. «Wir haben uns ständig umgezogen, gemessen, geprüft. Es war speziell. Das Gefühl, mit Strahlung zu arbeiten, ist nie ganz weg. Aber das Team hat uns hervorragend betreut.»

Zuvor war die BTB schon im Kernkraftwerk Zwilag Zwischenlager Würenlingen AG erfolgreich unterwegs. Das hat zum neuen Auftrag im Kernkraftwerk Betznau geführt. «So etwas zeigt, dass Qualität Vertrauen schafft», betont Roman Herrmann.

KOMPETENZ, DIE GRENZEN ÜBERWINDET

Die 2023 innerhalb der Bautechnik Schweiz gegründete Abteilung BTB vereint das Beste aus zwei Welten: die Betontechnik von Putzmeister und die Tunnel- und Bergbautechnik von Epiroc.

Wenn in Grönland ein Bohrgerät stillsteht, herrscht Funkstille im wahrsten Sinn des Wortes. Minus 40 Grad, kein Internet, kaum Strassen, nur Eis, Schnee und Felsen. In dieser Umgebung arbeitete Heinrich «Heiri» Lagler, Servicetechniker der BTB, der Beton-, Tunnel- und Bergbautechnik von Robert Aebi. Er war einer von wenigen Spezialisten, die eine defekte Bohrmaschine der Marke Epiroc in einer Goldmine wieder zum Laufen bringen sollten.

«Der Bohrwagen S1 D-DH wollte einfach nicht mehr starten», erzählt Heiri. «Das Ersatzteil hatte fast einen Monat Lieferzeit, und solange stand alles still. Für die Mine bedeutete das: keine Förderung, keine Einnahmen.» Die Anreise war beschwerlich, vier Stunden Bootsfahrt oder eine Stunde Helikopterflug, je nach Wetter. Die Kommunikation erfolgte ausschliesslich über Funk, da keine anderen Verbindungsmöglichkeiten zur Verfügung standen. Doch selbst dieser Funkkontakt brach immer wieder zusammen. «Wenn der Funk tot war, blieb uns nichts anderes übrig, als den Kurier loszuschicken», erklärt Heiri. «Der musste dann rund eine Stunde weit hinausfahren, bis er wieder Empfang hatte und eine Nachricht übermitteln konnte.»

Trotz aller Widrigkeiten lief die Maschine nach einer gewissen Zeit wieder. «Das Gefühl, wenn der Motor endlich anspringt und die Mannschaft jubelt, ist unbezahlbar.» Gemeinsam mit ihm arbeiteten Menschen aus aller Welt: Kanadier, Schweden, Isländer. «Multikulti pur», beschreibt es Heiri. «Aber wir verfolgen alle dasselbe Ziel: die Maschinen am Laufen zu halten.» Das oberste Ziel des Kunden ist es, Stillstände zu vermeiden, so viel Gestein wie möglich zu durchbrechen und dabei möglichst viel Gold zu fördern.

Die Goldmine, betrieben von Amaroq Minerals, war nicht nur technisch eine Herausforderung. Nach tagelangem Schneefall kam es sogar zu einer Notfallevakuierung. Zwei Tage lang stand alles still, weil das Gelände zu gefährlich war. «Da wird einem bewusst, wie wichtig Vorbereitung, Erfahrung und Teamgeist sind», erinnert sich Heiri.

VON DER ARKTIS NACH SCHOTTLAND

Nach Grönland kam Schottland. Auch dort, in einer alten Goldmine, stand alles still. «Heiri hat in Schottland einen super Job gemacht», sagt Roman Herrmann, Leiter der BTB. «Er hat es geschafft, jede Maschine zum Laufen zu bringen.» Die Mine plant nun regelmässige Einsätze, einmal im Monat eine Woche lang. Heiri freut sich darauf: «Ich bin mit dem Auto hochgefahren, 1800 Kilometer. Eine schöne Strecke, und ich mag diese Art von Abenteuer.» Heiris Motto lautet: Geht nicht, gibt's nicht! Mit ein paar Anpassungen lässt sich fast alles möglich machen. Selbst wenn einmal ein Teil nicht ganz passt, Hauptsache, es geht vorwärts.

Vom modernen Kompetenzzentrum in Gettnau im Kanton Luzern aus betreut das rund zwanzigköpfige Team Projekte in der Schweiz und im Ausland. «Wir sind klein genug, um schnell zu reagieren, und gross genug, um jede Herausforderung zu meistern», betont Roman.
Gerade internationale Einsätze zeigen, wie wertvoll Schweizer Qualitätsstandards sind. «In Grönland oder Schottland merkt man, wie sehr unsere Arbeitsqualität geschätzt wird», erzählt Heiri. «Die Leute dort wissen, dass wir kommen, um Probleme zu lösen, und bleiben, bis alles läuft.»



DAS TEAM DER BTB IM REGIONALZENTRUM GETTNAU.

FÜR DEN KUNDEN

TECHNIK TRIFFT MENSCH

BTB-Projekte sind mehr als Maschinen und Beton. Sie sind Geschichten von Menschen, die anpacken, improvisieren und Grenzen verschieben. Geschichten von Vertrauen, Teamgeist und Leidenschaft.

Ob bei minus 40 Grad im ewigen Eis oder in der heissen Tiefe eines Tunnels: Die BTB zeigt, wofür sie steht: Leidenschaft, Präzision und Verlässlichkeit – überall dort, wo Technik an ihre Grenzen geht. (MEC)



EINSATZ IN SCHOTTLAND.

KURZ & KNAPP

Die Abteilung **BTB (Beton-, Tunnel- und Bergbautechnik)** wurde 2023 gegründet und ist die jüngste Einheit der Robert Aebi Bautechnik. Sie bündelt die exklusiven Schweizer Vertretungen von **Putzmeister und Epiroc** und kombiniert damit tiefgreifendes Fachwissen und die passende Technik für wichtige Nischenmärkte. Vom Kompetenzzentrum in Gettnau (LU) aus bietet BTB integrierte Lösungen für Beton-, Tunnel- und Bergbauprojekte.

Die Kompetenz der BTB ist auch international gefragt: Dank der hohen Fachkompetenz werden unsere Mitarbeitenden nicht nur in der Schweiz, sondern auch darüber hinaus eingesetzt – die Anfragen wie jene aus Grönland und Schottland kamen direkt von unserem Partner Epiroc.

SCHON GEWUSST

145 JAHRE ROBERT AEBI

ALS MUSIK GESCHICHTE SCHRIEB

Im Jahr 2026 feiern wir 145 Jahre Robert Aebi – eine stolze Zahl. Wer etwas Kopfrechnen mag, merkt sofort: 1981 stand das 100-jährige Jubiläum an. Damals haben sich die Mitarbeitenden zusammengetan und unter der Leitung von Johann Meier, damals Buchhalter, ein besonderes Musikstück komponieren lassen: den **Robert Aebi Marsch.**

Die Uraufführung fand am 31. Mai 1981 statt, gespielt vom **Jugendorchester Regensdorf** unter der Leitung des **Dirigenten Peter Künzli.** Er ist zudem der Verfasser des Stücks und wohnt noch heute in Regensdorf, Watt. Dank Herrn Künzlis Archiv gibt es sogar eine **Tonaufnahme der Aufführung,** die die damalige Stimmung lebendig werden lässt.

Doch 1981 war nicht nur für Robert Aebi ein bewegendes Jahr. Weltweit und in der Schweiz gab es Unruhen und Proteste, besonders rund um das Thema Atomkraft. Die grösste Kundgebung der Schweiz fand in Kaiseraugst mit 20'000 Menschen statt, in Deutschland versammelten sich 50'000 Menschen in Wilstermarsch. Politisch bewegte die Welt die Trennung Deutschlands: Helmut Schmidt war Bundeskanzler im Westen, Erich Honecker Generalsekretär im Osten.

Musikalisch war 1981 ein Jahr voller Hits, die noch heute Erinnerungen wecken: Phil Collins mit «In the Air Tonight», ABBA mit «Super Trouper», Kim Wilde mit «Kids in America» und Queen mit «Flash». International sorgte die Hochzeit von Lady Diana Spencer und Prinz Charles am 29. Juli für Begeisterung und weltweites Interesse. Gleichzeitig tauchten Berichte über die neue Immunschwächekrankheit AIDS auf – ein Thema, das damals nur wenig Aufmerksamkeit erhielt.

Während all dies geschah, feierte unsere Belegschaft ihr Jubiläum, voller Stolz und mit Freude an der gemeinsamen Arbeit. Der Robert Aebi Marsch, komponiert von Mitarbeitenden für Mitarbeitende, ist bis heute ein Symbol für **Zusammenhalt und Leidenschaft,** das die Erinnerungen an diese besonderen Zeiten lebendig hält. Ein echtes Produkt seiner Zeit.

Unsere Haltung ist bis heute dieselbe geblieben – und das erfüllt uns mit Stolz. Wir sind und bleiben Robert Aebi: verwurzelt in unserer Geschichte, getragen von den Menschen, die sie schreiben. Mit Respekt für das Bewährte und voller Neugier auf das, was kommt, verbinden wir Erfahrung mit frischen Ideen. So entsteht aus Tradition immer wieder Neues – mit Herz, Leidenschaft und dem Mut, unsere Träume Wirklichkeit werden zu lassen.

Scanne den Code, und spüre die **100-jährige Jubiläumsfeier** nach. Erlebe die Geschichten, die Musik und die stolze Tradition einer Belegschaft, die auch in turbulenten Zeiten zusammenhält. (AMGR)



Unten am Eingang vor unserem Restaurant «Zum Robert» in Regensdorf hängt heute noch das eingerahmte Notenblatt des Robert Aebi Marsches. Ein kleines Andenken an all die stolzen Aebianer, die schon damals mit Herzblut für Menschen&Maschinen einstanden.

TITELSTORY

WAS ZUSAMMENGEHÖRT, WÄCHST ZUSAMMEN

AUS D.O.B. & VÖLK WIRD ROBERT AEBI



BEEINDRUCKENDE KULISSE: DAS MAIFEST DER D.O.B. IN LAUTERHOFEN.



DIE LANDTECHNIK-TEAMS BESICHTIGEN DEN STANDORT ACHSTETTEN.

Die Integration von D.O.B. & Völk in die Robert Aebi Gruppe ist in vollem Gange. Strukturen verbinden sich, Teams rücken enger zusammen, gemeinsame Ziele werden greifbar. Noch läuft nicht alles rund, und doch ist spürbar: Wir sind auf einem guten Weg.
Auf Basis vieler Gespräche möchten wir mit dem verantwortlichen Integrationsteam, bestehend aus Kolleginnen und Kollegen von D.O.B. & Völk sowie von Robert Aebi, den Prozess beleuchten, Fortschritte sichtbar machen und Potenziale aufzeigen.

VIELE KLEINE SCHRITTE UND EIN EMOTIONALER MEILENSTEIN

«Ich wüsste keine Situation, wo man dachte, so – jetzt ist der grosse Brocken weg. Es waren viele kleine Schritte, die uns vorangebracht haben», sagt Johanna Eisenschmid-Völk (Leitung HR, D.O.B. & Völk). Von einheitlicher Software bis zum ersten gemeinsamen Messeauftritt in Karpfham: Nach und nach haben sich neue gemeinsame Prozesse entwickelt.

Einer dieser Schritte wurde zum Meilenstein. Das Management-Meeting in der Schweiz haben viele Teilnehmende als Wendepunkt empfunden, an dem aus getrennten Teams ein gemeinsames «Wir» wurde.

«Vorher gab es nicht so viele Berührungspunkte», erinnert sich Martin Neth (Leitung After Sales, D.O.B. & Völk). «Aber dort hat sich jeder in die Robert Aebi Familie aufgenommen gefühlt.» Auch D.O.B. & Völk Vertriebsleiter Anton Loibl spricht von einem besonderen Moment: «Ich habe noch nie eine Veranstaltung erlebt, wo man sich so schnell kennen und schätzen gelernt hat. Ohne Show, ohne Maschinen, einfach als Menschen.»

HERAUSFORDERUNGEN OFFEN ANSPRECHEN

Trotz aller Fortschritte ist der Weg kein leichter. Unterschiedliche Prozesse, Systeme und Erwartungen müssen nach wie vor zusammengeführt werden. «Wir dachten, Robert Aebi kommt mit 100 Prozent funktionierenden Strukturen», erzählt Martin Neth mit einem Lächeln. «Dann haben wir festgestellt: Die haben auch ihre Herausforderungen.»

Diese Offenheit zieht sich durch viele Gespräche. Auch Tobias Keppler, der die Integration auf Gruppenebene begleitet, sagt rückblickend: «Wir hätten uns mehr Zeit für die Analyse der Organisation nehmen müssen und die Namenslösung mit dem doppelten Firmennamen würden wir heute nicht mehr so wählen, sondern klipp und klar Robert Aebi.»

Die Lernkurve war steil. Doch genau darin liegt eine Stärke: Aus Erfahrung wird Wissen, und aus Kritik entsteht Entwicklung. Michael Oettl (Leitung Organisationsentwicklung, D.O.B. & Völk) richtet den Blick nach vorn: «Im Zuge der Einführung des digitalen Dokumentenmanagements über alle Standorte von D.O.B. & Völk hinweg werden gesamtbetrieblich ein Grossteil der Prozesse überarbeitet, standardisiert und digitalisiert – das wird mehrere Wochen bis Monate in Anspruch nehmen.»

KULTUR: WAS UNS VERBINDET

Wenn man die Stimmen hört, ist eines auffällig: Kulturell passt es richtig gut. «Viel, viel besser als erwartet. Das ist traumhaft, menschlich perfekt», betont Martin Neth. Und Armin Segmüller (Geschäftsführer BUL-CH) bestätigt den Eindruck: «Wir sprechen dieselbe Sprache, haben dieselben Herausforderungen und das spürt man. Oder wie Marcel Zahner sagt – ein echter Cultural Fit, also eine Übereinstimmung der Kulturen.»

Gerade persönliche Begegnungen haben viel bewegt. «Wenn sich die Leute treffen, merkt man: Die sind ja gar nicht so anders», sagt Johanna Eisenschmid-Völk. «Dieses ‹wir und die› wurde schnell im Keim erstickt.»

SORGEN ERNST NEHMEN, VERTRAUEN STÄRKEN

Neue Strukturen, neue Namen, neue Abläufe – Veränderung löst immer auch Unsicherheit aus. «Jetzt führen wir das Positive aus D.O.B., Hans Völk und Robert Aebi zusammen. Das heisst aber auch, jeder Mitarbeiter muss jetzt irgendwas anders machen», beschreibt es Anton Loibl. «Gerade im Vertrieb waren die Sorgen spürbar, weil überall Headhunter angeklopft haben.»

Deshalb setzt das Management auf Nähe und Transparenz durch Informationsveranstaltungen. Michael Oettl erinnert sich: «Wir haben da bereichsübergreifend sehr intensiv zusammengearbeitet, um alle Mitarbeiter abzuholen und miteinander Lösungen zu finden.» Das hat geholfen, Themen frühzeitig zu klären und Gerüchte zu entkräften. «Manche Fragen wären uns gar nicht bewusst gewesen, wenn sie nicht gestellt worden wären», sagt Johanna Eisenschmid-Völk.

PERSPEKTIVEN FÜR DIE ZUKUNFT

Mit der Integration entsteht nicht nur ein grösseres Unternehmen, sondern auch ein breiteres Fundament für die Zukunft. «Die neue Grösse ermöglicht uns, Spezialisten aufzubauen und Talente wei-



HANS VÖLK: HÄCKSLERABEND IN ECHING.



GEMEINSAME VORBEREITUNG FÜR DIE AGRITECHNICA.

TITELSTORY

terzuentwickeln», sagt Anton Loibl. «Das schafft Entwicklungschancen für alle und macht uns auch nach aussen wirklich attraktiv als Arbeitgeber.»

Auch länderübergreifend entstehen Synergien. Armin Segmüller sieht Vorteile im Einkauf, im Lagermanagement und in der Digitalisierung: «Wir können jetzt Ressourcen bündeln und so einsetzen, wie es für uns am gewinnbringendsten ist.» Tobias Keppler ergänzt: «Durch die Partnerschaft mit John Deere und die neue Grösse gewinnen wir Stabilität. Wir sind jetzt ein Player, den man in Europa ernst nimmt.»

ONE FIRM – MEHR ALS EIN SCHLAGWORT

Das Ziel aller Schritte heisst «One Firm»: so viel Einheit wie möglich, so viel Freiheit wie nötig. Der Gedanke, der auch das interne Race28 prägt, wird mit Leben gefüllt. «Wir müssen die Silos aufbrechen», fasst Anton Loibl zusammen.

INTEGRATION LEBT VOM DIALOG – UND BEGINNT MIT JEDEM GEMEINSAMEN MOMENT

Am Ende zeigt sich: Integration ist kein Projekt mit Enddatum, sondern ein Prozess, der wächst – mit jedem Dialog, jedem gemeinsamen Erfolg und jeder offenen Frage. Besonders gemeinsame Veranstaltungen wie Meetings, Messen oder Trainings, wie zum Beispiel im Vorfeld der Agritechnica mit den Sales Teams der Landtechnik Deutschland und Schweiz geschehen, fördern diesen Austausch. Sie schaffen Räume, in denen Menschen über Standorte und Funktionen hinweg miteinander ins Gespräch kommen, Verständnis wächst und neue Netzwerke entstehen.

Was wir mitnehmen, ist Zuversicht und die Gewissheit, dass dies der Beginn einer gemeinsamen Zukunft als eine Robert Aebi Familie ist. (BECS)



NEUHEITENVORSTELLUNG ZWEIBRÜCKEN.



MICHAEL OETTL, LEITUNG ORGANISATIONENTWICKLUNG, D.O.B. & VÖLK

«Das Beste aus drei Welten»

Für Michael Oettl war die Integration von D.O.B. & Völk ein vielschichtiger Prozess, bei dem Menschen, Strukturen und Systeme zusammenwachsen mussten. «Es gab mehrere Momente, wo es am Anfang etwas schwieriger war. So grosse Unternehmen systemtechnisch zu bündeln, war schon komplex», zeigt er sich beeindruckt. Die Zusammenarbeit mit der Schweiz sei anfangs ungewohnt gewesen: «Einfache Themen haben länger gedauert, das hat es für uns etwas träger gemacht. Aber jetzt, wo eine gewisse Routine reinkommt, wird es deutlich besser.» Auch kulturell habe sich die Entscheidung bewährt. «Wir haben in puncto Philosophie, Werte und Vision viele Gemeinsamkeiten.» Sein Fokus liegt nun auf der Weiterentwicklung: «Die Systeme sind integriert und wir sind nun dabei, sie komplett zu digitalisieren.»



ANTON LOIBL, LEITUNG VERTRIEB, D.O.B. & VÖLK

«Die Basis für künftiges Wachstum»

Anton sieht in der Integration vor allem eine organisatorische Aufgabe mit grosser Wirkung. «Wir haben die vertrauensvolle Aufgabe bekommen, eine neue, skalierbare Struktur aufzustellen, die es so noch nicht gegeben hat.» Das Ziel sei, künftige Wachstumsschritte vorzubereiten: «Wir haben Deutschland in sieben Regionen geteilt. Jede Region wird von einer Doppelspitze aus Verkaufsleiter und Kundendienstleiter geführt.»

Für ihn ist klar: «Jetzt ist die Zeit zu sagen, wir bringen alles auf eine Linie und nutzen die Energien aller Betriebe.» Besonders deutlich sei ihm das in der deutschen Landtechnik GmbH geworden. «Viele haben sich bisher nur als fünftes Rad am Wagen empfunden.» Und: «Aus unterschiedlichstem Silo-Denken muss eine Einheit werden – ob zwischen den Filialen oder zwischen den Units.» Daran arbeite man nun verstärkt. Doch er ergänzt: «Zuerst muss der Laden laufen, es müssen Umsätze generiert werden.»



MEILENSTEIN: ERSTER GEMEINSAMER AUFTRITT ALS D.O.B. & VÖLK BEI DER ROTTALSCHAU IN KARPFHAM.



TOBIAS KEPPLER, LEITUNG UNTERNEHMENSINTEGRATION D.O.B. & VÖLK, ROBERT AEBI

«Zusammen Herausforderungen meistern»

Tobias blickt auf einen intensiven Prozess zurück. «Es war spannend, weil du gleichzeitig mit D.O.B. und Völk verhandelst und zusätzlich mit John Deere. Mit Robert Aebi sind das vier Player, die wir zusammenbringen mussten.»

Besonders die Dimension habe ihn beeindruckt: «Am Anfang ist dir gar nicht bewusst, wie gross das Ganze ist, wie viele Mitarbeiter und Niederlassungen da dazugehören.» Trotz aller Komplexität zieht er eine erfreuliche Bilanz: «Ich bin sehr positiv überrascht, dass wir beide Firmen so gut übernehmen konnten.»

Die finanzielle Integration sieht er als besondere Herausforderung: «Gemeinsame Kostenstellen, Buchhaltungsrichtlinien und die Konsolidierung der Bankenvielfalt. Das ist ein grosses Thema, das uns bewegt.» Gleichzeitig betont er den Fortschritt: «Die Integration der Systeme ist hervorragend gelaufen.» Für ihn steht fest: «Wir sind auf gutem Kurs und die Leute sind wirklich mit Herz dabei.»



MARTIN NETH, LEITUNG AFTER SALES, D.O.B. & VÖLK

«Strukturen schaffen, Begegnung fördern»

Martin beschreibt die Integration als anspruchsvolle, aber produktive Phase. «Gerade in der Übergangsphase hätten wir gedacht, dass es runder läuft, aber das ist schon eine riesige Herausforderung.» Trotzdem habe sich gezeigt, wie stark der Zusammenhalt sei: «Die Nähe zum Mitarbeiter, das Familiäre – das ist unsere Gemeinsamkeit.»

Sein Verantwortungsbereich umfasst mehr als 300 Mitarbeitende in Service, Ersatzteilen und Precision Tech. «Wir haben die Strukturen aufgebaut, so wie es der Hersteller und die Zukunft von uns fordern.» Nun gehe es darum, Ergebnisse sichtbar zu machen: «Es soll ja am Ende des Tages nicht nur Spass machen, sondern auch Geld verdienen.» Persönliche Begegnung mache dabei den Unterschied: «Wenn die Leute wissen, wer hinter Robert Aebi steckt, dann wächst Vertrauen. Dann können wir richtig Gas geben.»



JOHANNA EISENSCHMID-VÖLK, LEITUNG HR, D.O.B. & VÖLK

«Dialoge führen und sich weiterentwickeln»

Für Johanna war die Zusammenführung von D.O.B. & Völk eine Frage der Organisation und des Miteinanders. «Man muss wirklich erst alle Prozesse anschauen und dann schauen, womit man in Zukunft arbeiten kann.» Der Aufwand sei deutlich spürbar gewesen: «Jeder von uns hat schon kleinere Übernahmen mitgemacht, aber das war schon ein grosses Ding.»

Wichtig war ihr, dass der Dialog nie abreisst: «Wir konnten Gerüchte aufklären, indem wir Fragen beantwortet haben und gesagt haben, wie es ist.» Inzwischen laufe vieles ruhiger: «Je näher die Vorgesetzten an den Leuten dran sind, desto besser wird es.»
Ihr Blick bleibt pragmatisch: «Das Unternehmen kann sich dadurch gut weiterentwickeln, denn jeder bringt Punkte mit, die gut sind. Das ist ein riesiger Schritt, damit wir zukunftsfähiger werden.»

SCHON GEWUSST

AUS ZWEI WIRD EINS

MARKETING ALS BRÜCKENBAUER: ERSTE SCHRITTE DER INTEGRATION GEMEISTERT

Auch für das Marketing-Team war die Integration, insbesondere deren kommunikative Begleitung, ein herausfordernder Prozess. Eine Kick-off-Veranstaltung und kontinuierliche Anschlussinformation der Mitarbeitenden sollten Vertrauen schaffen und Orientierung geben. Auch operative Prozesse wie Vertrags- und AGB-Anpassungen sowie Markenführung wurden gebündelt. Hier war es ein Meilenstein, ein Intranet für beide Organisationen anzubieten – ein wichtiger Schritt hin zu einer gemeinsamen Identität.

„Worauf wir besonders stolz sind, ist, dass das neue Robert Aebi Markenkonzept, auf das wir so lange hingearbeitet haben, bei D.O.B. & Völk getestet und optimiert werden konnte», sagt Group CMO Cathrin Völz. Getreu nach dem Leitsatz «Im Kleinen erproben, im Grossen ausrollen» erfolgt die vollständige Implementierung über alle Business Units hinweg nun im kommenden Jahr.

Die nächsten Projekte sind bereits definiert:

Zusammenführung der Social-Media-Accounts in der deutschen Landtechnik

Überarbeitung und Zusammenführen der Website

Vereinheitlichen der Arbeitskleidung

TITELSTORY



**ARMIN SEGMÜLLER,
GESCHÄFTSFÜHRER LANDTECHNIK SCHWEIZ**

«Neue Grösse als Schlüssel für neue Möglichkeiten»

Für Armin ist die Integration ein Schritt hin zu mehr Stärke, Stabilität und Unabhängigkeit. «Wir bekommen mehr Möglichkeiten, Spezialisten in diversen Bereichen zu beschäftigen – das würde für Kleinbetriebe eine echte Herausforderung darstellen.»

Die neue Grösse ermögliche auch mehr Einfluss beim Hersteller: «Das gilt nicht nur in Bezug auf Einkaufsvorteile für die gesamte Landtechnik der Gruppe, sondern auch bei produktseitigen Wünschen wird mir zugehört.» Besonders wichtig sei der praktische Nutzen: «Wir müssen nicht alles doppelt und dreifach haben. Der eine oder andere LKW-Transport ist schlussendlich günstiger als ein zu grosses Lager.»

Auch digital will er vorangehen: «Wir könnten über unseren Webshop künftig Bagger oder Traktoren verkaufen, ähnlich wie es die Autobranche macht.» Gleichzeitig müsse man auch weiterhin analoge Themenfelder bespielen: «Vom Papierangebot über den Flyer bis hin zu 100 Prozent digitaler Abwicklung – so vielfältig wie unsere Kundenklientel, so individuell zugeschnitten müssen auch unsere Leistungen sein.» Zudem sieht er Potenzial im digitalen Service: «Wir tragen unseren Teil dazu bei, Softwarelösungen wie Robert Aebi Connect mitzuentwickeln – so bündeln wir Synergien und schaffen echten Mehrwert für unsere Kundschaft.»

D.O.B. & HANS VÖLK: TECHNIK MIT GESCHICHTE UND ZUKUNFT

AUS D.O.B. & VÖLK WIRD ROBERT AEBI

Vom Schmiedehammer bis zum Hightech-Schlepper – D.O.B. und Hans Völk stehen für jahrzehntelange Erfahrung, starke Marken und echte Kundennähe. Mit insgesamt 16 Standorten in Bayern, einem breiten Portfolio und starker Service-Performance ist die D.O.B. & Völk GmbH, die gemeinsam mit der Landtechnik GmbH nun das deutsche Landtechnik-Geschäft der Robert Aebi Gruppe abbildet, bestens aufgestellt für die Herausforderungen von morgen.

TRADITION TRIFFT TECHNIK – ZWEI STARKE UNTERNEHMEN, EIN GEMEINSAMES ZIEL

Betrachtet man die Historie von D.O.B. und Hans Völk, wird schnell klar: Hier treffen Tradition, Innovation und Kundennähe aufeinander – und das mit voller Kraft.

D.O.B. startete 1996 mit dem Spatenstich in Lauterhofen und entwickelte sich in weniger als drei Jahrzehnten zu einem regionalen Schwergewicht in Sachen Landtechnik, Baumaschinen und Kommunaltechnik. Mit inzwischen neun Standorten bietet D.O.B. seinen Kunden nicht nur Maschinen, sondern auch echten Mehrwert: vom 360-Grad-Service über die Fahrerakademie bis hin zu ConnectedSupport und ExpertCheck. Seit 1997 ist D.O.B. offizieller John Deere A-Händler.



LAUTERHOFEN, STANDORT DER D.O.B.



SEIT 1997 IST D.O.B. OFFIZIELLER JOHN DEERE A-HÄNDLER.

Hans Völk blickt auf eine beeindruckende Historie zurück: Seit der Gründung 1866 durch Sebastian Völk hat sich das Unternehmen über fünf Generationen hinweg stetig weiterentwickelt. Heute steht Hans Völk für hochwertige Lösungen in der gewerblichen Kommunaltechnik, Bau- und Gewerbetechnik, Landtechnik und im Bereich Gebrauchtmaschinen. Mit sieben Standorten ist Hans Völk ein verlässlicher Partner für Kommunen und gewerbliche Kunden. Die Zusammenarbeit mit John Deere läuft seit 1998.

Ob Winterdienst, Grünflächenpflege oder Schlepperverkauf – beide Unternehmen zeigen, wie man mit Leidenschaft, Know-how und Nähe zum Kunden erfolgreich ist. Gemeinsam stehen D.O.B. und Hans Völk für ein starkes Netzwerk, das Technik nicht nur verkauft, sondern lebt. Eine echte Bereicherung für die Robert Aebi Gruppe! (BECS)



LANGE TRADITION: HANS VÖLK IN ANTDORF.



EGGENFELDEN, STANDORT VON HANS VÖLK.



AUS DER VOGELPERSPEKTIVE: D.O.B. IN LAUTERHOFEN.

FÜR DEN KUNDEN

EIN FORMAT MIT ZUKUNFT

HINTER DEN KULISSEN DER ERSTEN ROBERT AEBI PRO DAYS

Mit den Pro Days hat ein neues Veranstaltungsformat in der Bautechnik Deutschland erfolgreich Premiere gefeiert – nah am Kunden, direkt vor Ort und mit einem modernen Markenauftritt. Doch wie entsteht so ein Event? Was macht es besonders? Ein Blick hinter die Kulissen – mit Einblicken von Rosalie Mader (Marketing), Lars Engel (Produktmanagement) und Claus Speldrich (Vertrieb) aus dem Organisationsteam.

M&M: WIE KAM ES ZUR IDEE DER PRO DAYS?

Lars: Wir wollten näher an unsere Kunden – dorthin, wo unsere Maschinen im Einsatz sind. Während Volvo auf grosse Messeformate setzt, haben wir ein ergänzendes Konzept entwickelt: kleiner, praxisnaher und persönlicher.

Claus: In der Vergangenheit haben wir bereits kleinere Kundenevents vor Ort unterstützt. Diese Erfahrungen haben gezeigt, wie wertvoll der direkte Austausch und das Erleben der Maschinen im Einsatz sind. Deshalb wollten wir diesen Ansatz weiterentwickeln – professioneller, strukturierter und mit einem starken Markenauftritt. So entstand ein Format, das Kundennähe, Authentizität und Praxiserfahrung vereint.

M&M: WAS WAR BEI DER PLANUNG BESONDERS WICHTIG?

Lars: Es sollte authentisch sein – kein Hochglanz-Auftritt, sondern etwas, das wirklich zu uns als Unternehmen und zu unserer Branche passt. Die Maschinen stehen im Mittelpunkt, aber auch der persönliche Kontakt zu den Kunden war entscheidend.

Rosalie: Mit dem neuen Markenauftritt wollten wir ein klares Zeichen setzen: modern, authentisch und nahbar. Der mobile Eventcontainer war dafür die perfekte Homebase – funktional und ein echter Hingucker.

Claus: Wichtig war uns auch, zu zeigen, dass unser Angebot weit über die Maschinen hinausgeht. Digitale Lösungen, Serviceangebote und Anbauteile gehören dazu. Deshalb haben wir gezielt auch Partner und Zulieferer eingebunden – ein Ansatz, den wir beibehalten wollen.

M&M: WIE LIEF DIE PREMIERE IN ACHSTETTEN?

Claus: Die zwei Tage waren für uns der Beweis: So ein Format funktioniert – und es kommt sehr gut an. Selbst das wechselhafte Wetter konnte der Veranstaltung nichts anhaben.



LIVE-DEMO DER NEUEN VOLVO MOBILBAGGER DER F-SERIE.



KURZE EINFÜHRUNG VOR DEM LIVE-TEST AM VOLVO-KETTENBAGGER EC260.



ERÖFFNUNGSSHOW MIT VORSTELLUNG DER MASCHINENHIGHLIGHTS.



ORGA-TEAM: CLAUS SPELDRICH, ROSALIE MADER, NICOLE MAHLER.



ERFOLGREICHES KUNDENGESPRÄCH FÜR PRODUKTMANAGER LARS ENGEL.

Rosalie: Die Rückmeldungen von Kunden und Verkäufern waren durchweg positiv. Natürlich gab es im Vorfeld einige Herausforderungen, aber das Team hat Grossartiges geleistet – mit viel Leidenschaft und Einsatz.

M&M: WAS NEHMT IHR MIT?

Rosalie: Mit einem klaren Ziel und Teamgeist kann man Grosses erreichen. Das positive Feedback zeigt, dass wir gemeinsam ein Event auf die Beine gestellt haben, das Eindruck hinterlässt.

Lars: Besonders wertvoll war, dass Kunden unsere Maschinen direkt vor Ort testen konnten. So kommen wir nah an ihre Bedürfnisse heran – und lernen selbst auch viel dazu. Wir holen aktiv Rückmeldungen ein, um uns kontinuierlich weiterzuentwickeln.

M&M: WIE GEHT ES WEITER?

Rosalie: Die Pro Days sind keine einmalige Aktion. In Achstetten haben wir das Format bewusst im „kleinen" Rahmen getestet – als Pilotveranstaltung, um Erfahrungen zu sammeln und Abläufe zu optimieren. Kommendes Jahr wollen wir den nächsten Schritt gehen und die Veranstaltung direkt beim Kunden umsetzen.

Claus: Wenn sich das Konzept weiterhin bewährt, kann es perspektivisch auch auf weitere Business Units ausgeweitet werden. So können Synergien genutzt und das bestehende Konzept übernommen werden – mit klarer Wiedererkennung und Mehrwert für alle Beteiligten.

M&M: EUER FAZIT?

Rosalie: Die Veranstaltung zeigt, was möglich ist, wenn aus einer Idee ein gemeinsames Projekt wird. Es braucht Engagement und ein klares Ziel – dann entsteht etwas, das nicht nur funktioniert, sondern auch richtig gut aussieht und zu uns passt. So machen wir Robert Aebi für unsere Kunden erlebbar und stärken unsere Marke."

Claus: Ein grosses Dankeschön an alle – ob Organisation, Team vor Ort, Werkstatt oder Lager. Der Erfolg war echte Teamarbeit. Wir freuen uns auf die nächsten Pro Days und darauf, das Format gemeinsam weiter auszubauen. (MANI)

NACHGEFRAGT

STRATEGIE BEDEUTET RICHTUNG

WIR SCHÄRFEN UNSER RACE28



GEMEINSAMER ENTSCHEID: UNSER RACE WIRD GESCHÄRFT.

Strategie ist kein Selbstzweck. Sie gibt Orientierung, schafft langfristigen Fokus und hilft uns, unsere Kräfte dort zu bündeln, wo sie den grössten Unterschied machen. In einer Welt, die sich ständig verändert, ist es entscheidend, regelmässig innezuhalten und zu prüfen: Sind wir noch auf dem richtigen Kurs?
Genau das haben wir getan – und uns entschieden, unser Race28 zu schärfen.

WARUM JETZT?

Die Rahmenbedingungen haben sich verändert. Mit der neuen Einheit D.O.B. & Völk, die bisher im Race28 nicht abgebildet war, wächst unsere Organisation weiter. Gleichzeitig haben wir eure Rückmeldungen aus Mitarbeiter- und Markenumfrage abgewogen und entschieden: **Wir wollen als EINE Firma zusammenarbeiten.** Darüber haben wir in der letzten Ausgabe von Menschen&Maschinen ausführlich berichtet. Das bedeutet, wir wollen Themen da, wo es sinnvoll ist, künftig schrittweise gemeinsam angehen und Synergien nutzen – über Bereichsgrenzen hinweg.
Unsere neue Grösse wird dann zum Vorteil, wenn wir sie gemeinsam nutzen. Zusammenarbeit schafft Synergien – und mit klaren Strukturen und Prozessen schaffen wir die Grundlage für erfolgreiche Digitalisierung.

Ein praxisnahes Beispiel: Durch die Einführung eines zentralen Einkaufs für die gesamte Gruppe, der sich übergreifend in einem abgestimmten Prozess um die Beschaffung von Arbeitskleidung in beiden Ländern kümmert, lassen sich durch die hohe Bestellmenge naturgemäss Kosten sparen. Ein positiver Nebeneffekt: Wenn die Kleidung in der Schweiz und in Deutschland identisch aussieht, fühlt sich Robert Aebi auch für jeden Einzelnen von uns gleich an – und sieht auch nach aussen so aus.

WAS HABEN WIR BISHER GETAN?

Gemeinsam als Management haben wir intensiv diskutiert, viele Ideen entwickelt und uns auf eine zentrale Erkenntnis geeinigt: **Was wir starten, müssen wir auch zu Ende bringen**. Deshalb investieren wir zuerst in unsere Basis – in ein solides, gemeinsames Fundament, auf dem wir aufbauen können.

Es zeichnen sich klare Handlungsfelder ab, in die wir bis 2028 investieren werden. Der Fokus liegt dabei auf allen Mitarbeitenden – und darauf, unser «Haus in Ordnung» zu bringen.

Alles, was wir tun, wird nur dann erfolgreich sein, wenn wir diesen Weg gemeinsam gehen, als Vorbilder agieren und als Führungskräfte Zusammenarbeit auch möglich machen und fördern.

WIE GEHT ES WEITER?

Im nächsten Schritt werden wir unser Race28 finalisieren, konkrete Projekte und Projektleiter benennen und verabschieden. So arbeiten wir gezielt weiter an den Zukunftsthemen.

In der kommenden Ausgabe der Mitarbeiterzeitung informieren wir euch über die nächsten Schritte und Inhalte.
Bei Fragen wendet euch gerne an eure BU-Leiter oder schaut auf unserem SharePoint vorbei – dort findet ihr alle Informationen rund um das Race28. (BECS)



KONSTRUKTIVE DISKUSSIONEN BEIM MANAGEMENT-MEETING.



WIR WOLLEN ALS **EINE** FIRMA ZUSAMMENARBEITEN.

FÜR DEN KUNDEN

AGRITECHNICA: GEMEINSAM AUF DER GROSSEN BÜHNE

EIN SIGNAL FÜR HEUTE, EIN VERSPRECHEN FÜR MORGEN: DIE LANDTECHNIK-TEAMS PRÄSENTIERTEN SICH GEMEINSAM IN HANNOVER.

Die Agritechnica 2025 war mehr als eine Messe – sie war ein Meilenstein. Zum ersten Mal traten die Landtechnik-Teams aus der Schweiz und Deutschland gemeinsam mit D.O.B. & Völk vereint auf dem Stand von John Deere auf. Was vor zwei Jahren noch kaum vorstellbar war, wurde Realität: Aus getrennten Auftritten entstand eine gemeinsame Bühne – und ein starkes Signal für die Zukunft.



MESSESTAND IM NEUEN DESIGN.


BEREIT FÜR DEN MESSETAG.

WENN KRÄFTE GEBÜNDELT WERDEN, ENTSTEHT ETWAS GROSSES

Der Weg dorthin begann lange vor der Messe. Bei gemeinsamen Schulungen wuchsen Vertrauen, Verständnis und Teamgeist. Praxisnahe Übungen und offene Gespräche legten den Grundstein für das, was auf der Agritechnica sichtbar wurde: echte Zusammenarbeit und ein neues Wir-Gefühl.

Die Marketing-Teams aller drei Units spielten dabei eine Schlüsselrolle. Sie sorgten dafür, dass der Auftritt nicht nur optisch einheitlich war, sondern auch als eine Organisation mit einem klaren Ziel wahrgenommen wurde. Koordinierte Abläufe, präzise Abstimmungen und die verbindende Rolle im Hintergrund machten den Unterschied – und schufen das Gefühl von «One Firm».

Neben dem starken Auftritt war die Messe auch inhaltlich ein Erfolg: Lead-Generierung und Verkaufszahlen entwickelten sich sehr positiv. Die ersten Ergebnisse sind vielversprechend: Details folgen zu einem späteren Zeitpunkt.

«Die Agritechnica war erst der Anfang. Jetzt geht es darum, diesen Zusammenhalt weiter auszubauen und gemeinsam die Zukunft unserer Marke zu gestalten», sagt Group CMO Cathrin Völz. (MAST)


WILLKOMMEN BEI ROBERT AEBI.


DER MESSESTAND VON JOHN DEERE.


STARKES TEAM:
DIE LANDTECHNIK-MANNSCHAFTEN AUS DEUTSCHLAND UND DER SCHWEIZ.


INTENSIVE KUNDENGESPRÄCHE.



KLAR UND AUFGERÄUMT: D.O.B. & VÖLK ALS TEIL DER ROBERT AEBI GRUPPE.

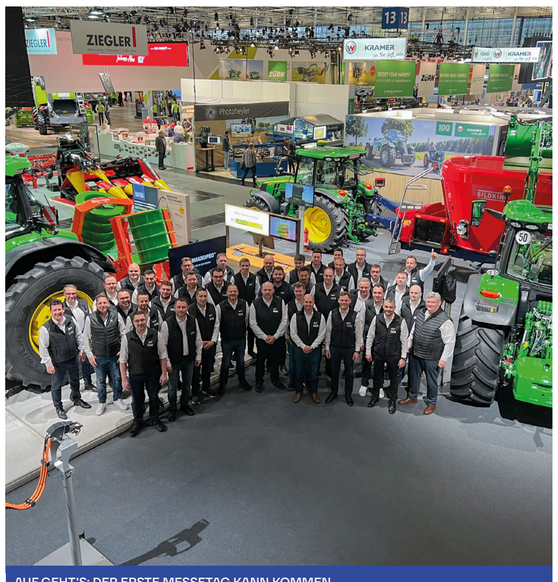

GROSSES INTERESSE DER FACHBESUCHER AM JOHN DEERE STAND.


AUCH MASCHINEN VON KRAMER WAREN VOR ORT.



GIGANTISCHE AUSMASSE: MÄHDRESCHER VON JOHN DEERE.


TOLLE MASCHINENPRÄSENTATION.

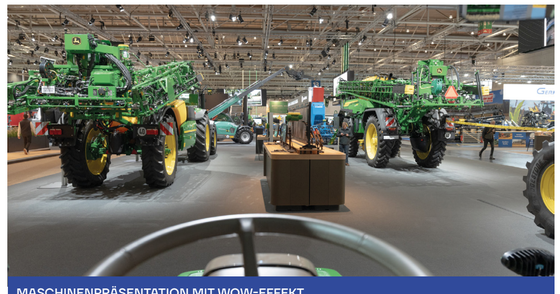


AUF GEHT'S: DER ERSTE MESSETAG KANN KOMMEN.


NEUE MESSEKLEIDUNG.


ARMIN SEGMÜLLER.


MAISHÄCKSLER.


MASCHINENPRÄSENTATION MIT WOW-EFFEKT.


MARKETING-TEAM IN HANNOVER.


ANTON LOIBL, WOLFGANG SPIESS, TOBIAS KEPPLER (V.L.N.R.).

FÜR DEN KUNDEN

EINFACH VIEL SCHÖNER

BOOTS ON TRAINING BEI VOLVO IN ESKILSTUNA



VEREINT VOR ORT: DIE BAUTECHNIK-VERTRIEBSTEAMS AUS DEUTSCHLAND UND DER SCHWEIZ.

Eine Maschine verkauft sich am besten, wenn ihre Vorteile im Vergleich zum Wettbewerb spürbar werden. Genau dies stand im Mittelpunkt des Boots On Trainings bei Volvo in Eskilstuna, an dem unsere Vertriebs- und Produktmanagement-Teams aus Deutschland und der Schweiz gemeinsam teilgenommen haben.

MASCHINENVORTEILE IM DIREKTEN VERGLEICH ERLEBEN

Anders als bei vorherigen Trainings waren dieses Mal Wettbewerbsmaschinen vor Ort. So konnten die Teilnehmenden die Unterschiede nicht nur sehen, sondern die Vorteile im Praxistest selbst erfahren. Nach dem direkten Vergleich der Dumper bringt es Produktmanager Roger Schütz (BUB-CH) direkt auf den Punkt: »Mit dem Volvo zu fahren, ist einfach viel schöner – der Fahrkomfort überzeugt von der ersten Sekunde, da kommt eigentlich gar kein anderer Dumper mehr infrage.«
Auch Ruedi Epper (Technischer Verkaufsberater BUB-CH) zeigt sich begeistert: «Die Produktpräsentation und das Zusammensein beim Boots On in Schweden war spannend und kurzweilig. Gerade der Vergleich vom Elektrobagger zu herkömmlichen Baggern oder auch der Radlader-Vergleich hat sehr praxisnah Maschinen-Know-how vermittelt. Das hilft uns beim Verkauf, die richtigen Argumente zu finden.»

DER PERSÖNLICHE AUSTAUSCH ZÄHLT

Frank Werner (Produktmanager BUB-DE) betont die Bedeutung des persönlichen Austauschs: «Für mich ist neben den Maschinen vor allem der persönliche Kontakt vor Ort zu den Kollegen von Volvo sehr wertvoll. Gerade in Zeiten, in denen so vieles digital abläuft, bedeutet der direkte Austausch unglaublich viel – er stärkt den Zusammenhalt, vertieft die Zusammenarbeit und schafft neue Impulse, die uns gemeinsam weiterbringen.»

GRENZEN ÜBERSCHREITEN – IM BESTEN SINNE

Nicht zuletzt bot die Reise auch eine Gelegenheit für den länderübergreifenden Austausch und das Netzwerken. Claus Speldrich (Strategic Business Development Manager BUB-DE) fasst es treffend zusammen: «Vor Ort haben wir nicht nur neue Maschinen und den echten Volvo Spirit erlebt, sondern auch den wertvollen Austausch mit unseren Kollegen aus der Schweiz.»

Einmal mehr hat sich gezeigt: Wir stehen vor ähnlichen Herausforderungen, können als Team voneinander lernen und gemeinsam stärker auftreten. (RED)

IM GESPRÄCH

«VERTRAUEN IST DER SCHLÜSSEL»

WOLFGANG SPIESS IM GESPRÄCH



SPASS AN DER ARBEIT, DISZIPLIN UND EHRLICHKEIT SIND WOLFGANG WICHTIG.

Seit einigen Wochen ist Wolfgang Spiess Geschäftsführer der Landtechnik Deutschland bei Robert Aebi. Der gebürtige Württemberger lebt mit seiner Frau, einer Physiotherapeutin, seit über 30 Jahren in der Nähe von Augsburg. Gemeinsam haben sie drei erwachsene Kinder, einen Sohn (Betriebswirt) und zwei Töchter (Polizistin und Köchin). Im Interview mit Menschen&Maschinen spricht Wolfgang über seine ersten Eindrücke, persönliche Werte und was ihm wichtig ist.

M&M: WOLFGANG, WIE HAST DU DIE ERSTEN WOCHEN BEI UNS ERLEBT?

Wolfgang: Sehr positiv. Ich habe inzwischen alle Standorte besucht und bin beeindruckt von der Freundlichkeit und Offenheit der Mitarbeitenden. Diese Grundfreundlichkeit ist mir schon in den Vorgesprächen aufgefallen und begleitet mich seither.

M&M: MIT WELCHEN DREI CHARAKTEREIGENSCHAFTEN WÜRDEST DU DICH SELBST BESCHREIBEN?

Wolfgang: Spass an der Arbeit haben, diszipliniert und ehrlich sein – das ist mir wichtig. Ich bin leidenschaftlicher Rennradfahrer und habe früher in höheren Ligen Basketball gespielt – Disziplin gehört für mich von daher einfach dazu. Ehrlichkeit ist mir sowohl privat als auch beruflich wichtig. Und die Arbeit muss Spass machen – schliesslich verbringt man hier in der Regel mehr Zeit als zu Hause.

M&M: GAB ES EINEN PRÄGENDEN MOMENT IN DEINER KARRIERE?

Wolfgang: Ja, als ich 1995 als Assistent der Geschäftsleitung kurzfristig eine Aufsichtsratssitzung vorbereiten musste. Mein Chef verliess das Büro und unterzeichnete vorher blind eine leere Seite, ohne zu wissen, was ich schreiben würde. Dieses Vertrauen hat mich tief beeindruckt und motiviert. Seitdem versuche ich, Verantwortung zu übertragen und Vertrauen zu schenken.

M&M: WAS HAT DICH AN DER LANDTECHNIK GEREIZT?

Wolfgang: Die Bodenständigkeit und die mittelständische Struktur. Ich habe viel Erfahrung mit dezentralen Organisationen und sehe hier viele Parallelen. Vertrauen und Teamarbeit sind auch hier zentrale Themen.

M&M: WIE WAR DER BEWERBUNGSPROZESS?

Wolfgang: Da gibt es eine lustige Anekdote. Ich sollte ein dreiminütiges Vorstellungsvideo drehen. Für jemanden wie mich, der wenig mit Social Media zu tun hat, war das eine echte Herausforderung. Nach mehreren Versuchen und einem improvisierten Setup mit Diaprojektor und Post-its war ich froh, als das Video im Kasten war. Aber es kam offenbar gut an.

M&M: WAS BEDEUTET FAMILIE FÜR DICH – AUCH IM BERUFLICHEN KONTEXT?

Wolfgang: Familie ist ein Rückzugsort, ein Ort zum Krafttanken. Diese Werte übertrage ich auch ins Berufsleben. Ich mache keinen Unterschied zwischen beruflich und privat – auch im Unternehmen sehe ich eine grosse Familie. Es gibt keine zwei Wolfgangs. Deshalb ist mir ein respektvoller, offener Umgang wichtig – egal, wo ich mich bewege.

M&M: WIE SORGST DU FÜR AUSGLEICH?

Wolfgang: Sport ist mein wichtigster Ausgleich. Ausserdem baue ich an einer Modelleisenbahn – ein echtes Lebensprojekt. Ausgleich bedeutet für mich auch, dass ich am Wochenende keine E-Mails verschicke – wenn ich eine schreibe, speichere ich sie ab und versende sie Montag. Ich finde es wichtig, dass jeder seine Balance findet und nicht ständig erreichbar sein muss.

M&M: WAS IST DEIN FOKUS IN DER ANFANGSZEIT BEI DER LANDTECHNIK DEUTSCHLAND?

Wolfgang: Ganz klar: die Menschen. Unser wichtigstes Kapital sind die Mitarbeitenden. Ich möchte, dass sie mich kennenlernen und einschätzen können. Es geht um Vertrauen, Teamplay und darum, gemeinsam Lösungen zu finden. Ich beobachte, dass es manchmal Unsicherheit gibt – da will ich Orientierung geben.

M&M: WAS IST DIR BEI DER ZUSAMMENARBEIT BESONDERS WICHTIG?

Wolfgang: Offene Diskussionen, gerne auch kontroverse Meinungen. Ich möchte nicht wie der «König von Frankreich» behandelt werden, sondern bin ein Teil des Teams. Unterschiedliche Meinungen sind wertvoll – daraus entstehen die besten Lösungen.

M&M: DU HAST DIE OFFENHEIT ERWÄHNT, MIT DER DIR SO VIELE BEGEGNET SIND. IST DIR DARÜBER HINAUS NOCH ETWAS AUFGEFALLEN?

Wolfgang: Ja, es gibt erstaunlich viele junge Menschen – das ist sehr positiv. Ich komme aus einem Umfeld, in dem es schwer ist, junge Leute zu gewinnen. Hier sehe ich viel Potenzial. Gleichzeitig gibt es in der mittleren Altersgruppe Lücken, was eine Herausforderung darstellt.

M&M: WIE SIEHST DU DIE ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR JUNGE MITARBEITENDE?

Wolfgang: Ich bin ein grosser Fan von Durchlässigkeit. Bei meiner ersten Stelle habe ich als Projektleiter angefangen und bin Geschäftsführer geworden. Wer Lust hat, sich weiterzuentwickeln, dem stehen bei uns viele Türen offen. Und wer zufrieden ist, darf das genauso sein.

M&M: WAS MÖCHTEST DU DEN MITARBEITENDEN NOCH MITGEBEN?

Wolfgang: Ich bin immer für Gespräche offen und finde oftmals das gesprochene Wort wichtiger als eine E-Mail zu schreiben. Wir leben von Diskussionen, von Meinungsvielfalt und von Teamarbeit. Nur gemeinsam können wir die besten Lösungen finden. (BECS)



BEGEISTERTER RENNRADFAHRER.

SCHON GEWUSST

ROBERT AEBI IM NEUEN KLEID

EIN NEUES KAPITEL BEGINNT – UND WIR SCHREIBEN ES GEMEINSAM

Stellt euch vor: Ein vertrauter Name, aber in neuem Glanz. Wir alle kennen Robert Aebi – stark, verlässlich, traditionsbewusst. Doch jetzt gehen wir einen Schritt weiter. Unter dem Leitspruch «Gemeinsam bauen und wachsen» geben wir unserer Marke ein frisches Gesicht. Nicht nur ein Logo, sondern ein Gefühl: moderner, klarer, näher an dem, was uns ausmacht.

Die ersten Eindrücke seht ihr hier. Hinter jedem Detail stecken Teamarbeit, Leidenschaft und die Überzeugung, dass Veränderung nur dann stark ist, wenn sie von innen kommt.

Und wie sieht das aus? Keine grosse Show, kein abrupter Schnitt. Stattdessen eine sanfte, durchdachte Umstellung: neue Stellenanzeigen, frische Messeauftritte, praktische und stylische Arbeitskleidung, überarbeitete Flyer und Fahrzeugbeschriftungen. Schritt für Schritt entsteht ein einheitliches Design, das unsere Werte sichtbar macht.

Dabei bleiben wir verantwortungsvoll: Bestehendes wird genutzt, Neues kommt erst, wenn es gebraucht wird. So handeln wir nachhaltig, ohne unsere Dynamik zu verlieren.

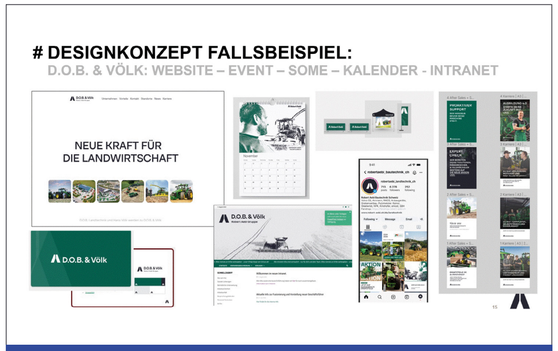
Unser Aufruf an euch: Schaut genau hin in den nächsten Wochen. In Werkstätten, auf der Strasse, in Anzeigen. Findet eure Lieblingsdetails und teilt sie mit uns. Denn eure Begeisterung macht unsere Marke lebendig. (AMGR)



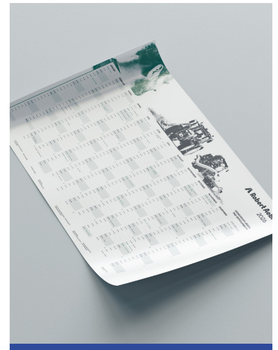
NEUER MESSECONTAINER -
HIER IM EINSATZ BEI DEN PRO DAYS 2025.



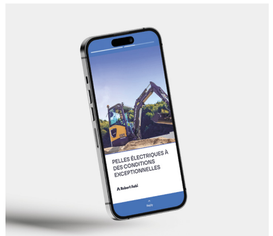
INFO-FLYER RACO.



DAS NEUE DESIGNKONZEPT - HIER: UMSETZUNG BEI D.O.B. & VÖLK.


WANDKALENDER 2026 LANDTECHNIK.


SICHERHEITSWESTEN MIT DEZENTER BILDMARKE.



WHATSAPP-STATUS.



WANDKALENDER 2026 BAUTECHNIK.



TEILNAHMEBESTÄTIGUNGEN BEI SCHULUNGEN DER KUNDEN.



NEUES DESIGN DER VERTRAGSMAPPEN.



WERBLICHE UNTERSTÜTZUNG FÜR AUSBILDUNGSPLÄTZE IN LEONBERG.



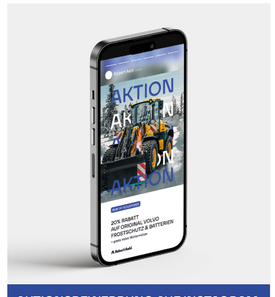
MESSEZELTE FÜR OUTDOOR-EVENTS.



AUFMERKSAMKEITSSTARK:
BAUZAUN-BANNER FÜR EINE SERVICETECHNIKER-STELLE IN TENINGEN.



PRINTANZEIGE IN EINER ZEITUNG.



AKTIONSBEWERBUNG AUF INSTAGRAM.


DEZENT, ABER EINDEUTIG: LOGO AUF DER MESSEKLEIDUNG.



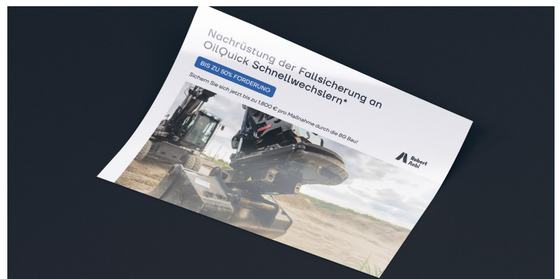
HINGUCKER: BEWERBUNG EINER AUSBILDUNGSSTELLE IN PARSDORF.



NEUE VISITENKARTE.



WHATSAPP-STATUS: STELLENANZEIGE.



FLYER DER BAUTECHNIK.



KUNDENMAGAZIN IM NEUEN LOOK.



ROLL-UP WÄHREND DER PRO DAYS.

MENSCHEN&MASCHINEN 02/2025

IM GESPRÄCH

«WIR BLEIBEN EIN FAMILIEN-UNTERNEHMEN – MIT VERANTWORTUNG, HERZ UND AMBITION»

INTERVIEW MIT MARCEL ZAHNER, CEO DER ROBERT AEBI GRUPPE



UNSER CEO MARCEL, HIER IM GESPRÄCH MIT SONAM TSERING, GROUP CFO.

In einem offenen Gespräch spricht CEO Marcel Zahner über die Herausforderungen und Chancen des rasanten Wachstums der Robert Aebi Gruppe. Was bedeutet es, ein Familienunternehmen mit 1'500 Mitarbeitenden zu führen? Wie gelingt es, familiäre Werte mit unternehmerischer Ambition zu verbinden? Und warum ist persönliche Nähe wichtiger denn je? Ein Interview über Verantwortung, Kultur, strategische Ziele – und darüber, was uns als Robert Aebi wirklich stark macht.

MARCEL, DIE ROBERT AEBI GRUPPE IST STARK GEWACHSEN – MITTLERWEILE ZÄHLEN RUND 1'500 MITARBEITENDE ZUM UNTERNEHMEN. WIE FÜHLT SICH DAS FÜR DICH PERSÖNLICH AN?

Es ist ein grossartiges Gefühl, dieses Wachstum zu erleben – getragen von einer starken Marke Robert Aebi, die Kraft und Modernität ausstrahlt. Gleichzeitig verspüre ich jedoch auch grossen Respekt vor der Verantwortung, die damit einhergeht – gegenüber dem Unternehmen und jedem einzelnen Mitarbeitenden. Was sich aber für mich trotz Wachstum nicht verändert hat, ist das Gefühl, Teil eines Familienunternehmens zu sein. Die Kultur ist geblieben, und das ist mir persönlich unglaublich wichtig. Auch wenn wir nun bereits 47 Standorte betreiben und ich nicht mehr überall persönlich präsent sein kann, bleibt mein Anspruch, eben diese familiäre Kultur zu bewahren und zu pflegen.

WAS MACHT DIESE KULTUR FÜR DICH AUS?

Der persönliche, wertschätzende Umgang miteinander. Bei uns hat jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter einen Namen und ein Gesicht – man kennt sich. Diese Offenheit und Herzlichkeit zeichnen uns aus. Ich höre oft von neuen Kolleginnen und Kollegen, wie positiv überrascht sie über die selbstverständliche und herzliche Aufnahme und Unterstützung im neuen Team sind. Das ist ein echtes Unterscheidungsmerkmal – und nicht für jeden selbstverständlich. Manche Menschen fühlen sich in einem etwas anonymeren Konzernumfeld wohler. Für mich ist klar: Ich suche und lebe genau diese familiäre Kultur der Robert Aebi.

WAS UNTERSCHEIDET ROBERT AEBI KONKRET VON EINEM KONZERN?

Neben der persönlichen Nähe ist es vor allem die Entscheidungsfreiheit. Bei uns sollen Entscheidungen dort getroffen werden, wo das grösste Know-how liegt. In Konzernen erleben wir gerade das Gegenteil: Entscheidungen werden zentralisiert und oftmals nicht von den Leuten getroffen, die das grösste Fachwissen besitzen. Sowas ist demotivierend. Wir wollen, dass unsere Mitarbeitenden Verantwortung übernehmen und den Raum bekommen, unternehmerisch zu denken und zu handeln. Das ist nicht immer einfach, aber es ist Teil unserer Kultur. Jeder Einzelne von uns hat den Auftrag, diese familiäre Kultur mit Leben zu füllen und weiterzuentwickeln.

DU VERWENDEST DAS «RACE TO THE SOUTH» OFT ALS SINNBILD FÜR UNSERE ORGANISATION. WAS STECKT DAHINTER?

Im «Race to the South» erlebt man zwei gegensätzliche Teams: Team Amundsen, das für Expertise, Zusammenarbeit und familiären Zusammenhalt steht – und Team Scott, das hierarchisch, top-down organisiert ist. Für mich ist klar: Wir sind Team Amundsen. Ich möchte keine starre, hierarchische Organisation, sondern ein Kollektiv, das gemeinsam an Lösungen arbeitet. Das bedeutet aber auch, dass wir manchmal unbequeme Entscheidungen treffen müssen – wie in jeder Familie. Auch das gehört dazu.

WELCHE ROLLE SPIELT DABEI DER «ONE FIRM»-GEDANKE?

«One Firm» ist für mich mehr als nur ein strategisches Ziel – es ist ein kultureller Anspruch. Wir wollen nicht länger in D.O.B., Hans Völk oder Robert Aebi denken, nicht einmal in Bautechnik oder Landtechnik, sondern geschlossen als eine Organisation auftreten. Einheitlich, abgestimmt, verbunden. Das bedeutet: harmonisierte Prozesse, abgestimmte Strukturen und ein gemeinsames Verständnis davon, wer wir sind und wofür wir stehen. Der «One Firm»"-Ansatz hilft uns, Synergien zu nutzen, Wissen zu teilen und als starke Einheit aufzutreten – gegenüber unseren Kunden, Lieferanten und auch intern. Es ist ein Weg, der Zeit braucht, aber er ist entscheidend für unsere Zukunftsfähigkeit.

GIBT ES WERTE, DIE DICH PERSÖNLICH BESONDERS PRÄGEN – BERUFLICH WIE PRIVAT?

Ich trenne da nicht. Werte wie Wertschätzung, Fairness und Ambition gelten für mich überall. Wir ziehen niemanden über den Tisch – weder als Unternehmen noch privat. Gleichzeitig sind wir ambitioniert: Wir wollen gewinnen, uns weiterentwickeln und relevant bleiben. Das gilt für unsere Vision genauso wie für eine Partie Schach mit meinen Kindern – da wird nichts geschenkt, sondern verdient.

WAS SIND DEINE STRATEGISCHEN ZIELE FÜR DIE KOMMENDEN JAHRE?

Wachstum bleibt ein zentrales Thema – aber nicht um jeden Preis. Mit dem Wachstum müssen auch Strukturen und Prozesse nachziehen. Das ist unser Hauptfokus bis 2028. Denn mit Grösse kommt auch die Gefahr von Ineffizienz. Eine kleine Ineffizienz multipliziert mit grosser Grösse wird zur grossen Ineffizienz. Deshalb müssen wir unsere Organisation gemeinsam stabil und zukunftsfähig aufstellen – mit klaren Prozessen, solider Profitabilität und hoher Krisenresistenz. Damit wir auch morgen relevant bleiben für unsere Kunden und attraktiv für neue Talente.



«ICH SUCHE UND LEBE DIESE FAMILIÄRE KULTUR DER ROBERT AEBI.»

UND DAS ALLES AUF BASIS DER FAMILIÄREN WERTE?

Unbedingt. Das ist kein Widerspruch, sondern ein Vorteil. Unsere Kultur macht uns attraktiv – für ambitionierte Menschen, die sich einbringen wollen, auf Augenhöhe arbeiten, Verantwortung übernehmen und Teil eines Teams sein möchten. In einem positiven Umfeld entsteht automatisch bessere Leistung. Das ist empirisch belegt – und für uns gelebte Realität. Deshalb ist es mir so wichtig, dass unsere Werte nicht nur bestehen bleiben, sondern gestärkt werden.

WAS WÜNSCHST DU DIR FÜR DIE ZUKUNFT?

Dass unsere gemeinsame Richtung spürbar wird – für jede und jeden im Unternehmen. Wenn unsere Ambitionen nicht nur formuliert, sondern erlebt werden, dann sind wir auf dem richtigen Weg. Und wenn dabei Freude, Stolz und Zusammenhalt entstehen, dann haben wir viel erreicht. (BECS)



ONE FIRM: ENTSCHEIDEND FÜR UNSERE ZUKUNFTSFÄHIGKEIT.



DIE SÖHNE VON MARCEL: TECHNIK-FANS DER NÄCHSTEN GENERATION.

SCHON GEWUSST

EURE MEINUNG ZÄHLT

MACHT MENSCHEN&MASCHINEN NOCH LEBENDIGER

Menschen&Maschinen lebt von euren Ideen, Meinungen und Erfahrungen.

Habt ihr etwas erlebt, das ihr teilen möchtet? Eine Frage, die euch schon länger im Kopf herumgeht? Oder einfach einen Gedanken, der zum Diskutieren anregt?
Dann schreibt uns! Offen und ehrlich – es gibt kein »richtig» oder »falsch». Jeder Beitrag zählt und macht Menschen&Maschinen ein Stück echter und spannender.

Ihr könnt euren Beitrag ganz einfach über das anonyme Formular einreichen oder uns direkt schreiben:
marketing@robert-aebi.com.

Wir lesen alle Zuschriften, beantworten Fragen persönlich oder (wenn gewünscht anonym) in der Zeitung oder im SharePoint-Bereich «Marketing».

Hier geht's zum
anonymen Formular:

Robert Aebi

STORY

BERUFLICH ENGAGIERT, FAMILIÄR VERBUNDEN – GESCHICHTEN, DIE DAS LEBEN SCHREIBT

WIE KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN FAMILIE UND BERUF MEISTERN

Obwohl Robert Aebi in den letzten Jahren stark gewachsen ist, bleibt eines unverändert: Wir arbeiten nach wie vor in einem familiär geführten Unternehmen. Familiäre Werte prägen jeden von uns jedoch nicht nur beruflich, sondern umso mehr privat. Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen – das ist nicht selten eine Herausforderung, die manch einen an seine Grenzen bringt. Wie gehen Kolleginnen und Kollegen in ihrem Alltag damit um? Bietet Robert Aebi eine familienfreundliche Unternehmenskultur? Wir haben bei einigen von ihnen nachgefragt.



ALEXANDER LEMKE,
Verkaufsrepräsentant, BUB-DE

Verkäufer mit Herz – und Papa mit Leidenschaft

Ich bin verheiratet und stolzer Vater von drei Kindern. Unser Jüngster ist 16 Monate alt, dazu kommen mein Sohn und meine Tochter, beide elf Jahre. Familie bedeutet mir unglaublich viel, genauso wie mein Beruf. Ich arbeite Vollzeit, und meine Frau hält unseren Familienalltag mit viel Engagement am Laufen. Wenn ich in meiner Region unterwegs bin, geniesse ich die seltenen, aber wertvollen Momente eines gemeinsamen Frühstücks. Ich starte früh in den Tag, damit ich am Nachmittag wieder zuhause bin. Die Zeit mit meiner Familie ist mir heilig. Administrative Arbeiten mache ich dann im Homeoffice, damit ich beim Abendessen mit dabei bin. Dieses gemeinsame Essen ist unser Fixpunkt: da wird geredet, gelacht und einfach «Familie gelebt».

Natürlich läuft nicht immer alles glatt. Wenn eines der Kinder krank ist oder die Hausaufgaben mal wieder Nerven kosten, wird's herausfordernd. Zum Glück unterstützen uns meine Eltern und meine Schwester tatkräftig. Besonders meine Mama ist eine grosse Hilfe.

Bei Robert Aebi schätze ich die Flexibilität und das Vertrauen. Wir ziehen im Team an einem Strang, die Urlaubsplanung klappt perfekt, und ich kann meine Arbeit so gestalten, dass Familie und Beruf harmonieren. Nach fast zehn Jahren hier bin ich stolz auf das, was ich als Verkäufer und als Papa tue. Ich brenne für beides.

PASCAL WERDER,
Produktmanager Kompaktmaschinen, BUB-CH

Sonntage sind heilig – und der Rest gut organisiert

Ich bin verheiratet und Vater einer vierjährigen Tochter. Mein Job als Produktmanager ist anspruchsvoll und oft sehr dicht getaktet. Trotzdem versuche ich, den Fokus nicht zu verlieren: Arbeit ist wichtig, aber Familie ist das, was zählt. Meine Frau arbeitet zu 60 Prozent, und gemeinsam haben wir einen guten Rhythmus gefunden. Unsere Eltern unterstützen uns bei der Betreuung, und unsere Tochter geht in die Spielgruppe. Das gibt uns allen Struktur.

Ich starte meist früh, damit ich am Nachmittag etwas früher nach Hause komme. Meine Frau koordiniert die Termine, bringt und holt unsere Kleine, und ich schätze, wie gut das bei uns eingespielt ist. Feste Rituale haben wir kaum, allerdings liegt das auch daran, dass wir noch Hobbys und Vereine pflegen. Dafür gehört der Sonntag der Familie. Dann wird nicht gearbeitet, sondern gemeinsam etwas unternommen.



Natürlich bleibt der Haushalt manchmal liegen. Unser Dauerthema ist die Wäsche, die macht keiner gerne. Ich verkriech mich lieber in die Küche. Drum herum kommen wir leider nicht.

Bei Robert Aebi gelingt die Vereinbarkeit von Job und Familie wirklich gut: Die Gleitzeit schafft Freiraum für private Termine, und der Rückhalt im Team ist unschlagbar. Offene Absprachen helfen, Probleme gar nicht erst entstehen zu lassen. So lässt sich auch ein voller Arbeitsalltag entspannt meistern.



IRENE GÖTH,
Sachbearbeiterin Abwicklung, BUL-DE

Mitten im Leben – zwischen Büro, Hausaufgaben und Familienzeit

Ich bin verheiratet und Mama von zwei wunderbaren Kindern: meine Tochter ist 14, mein Sohn 11 Jahre alt. Ich bin ein ruhiger, ausgeglichener Mensch und geniesse es sehr, Mama zu sein. Gleichzeitig gehe ich auch gerne arbeiten. Diese Balance zwischen Familie und Beruf tut mir gut und gibt mir das Gefühl, in beiden Bereichen erfüllt zu sein. Ich arbeite Teilzeit mit 20 Stunden pro Woche, also 50 Prozent.

Mein Mann arbeitet Vollzeit im Schichtdienst, daher bin ich unter der Woche meist alleine mit den Kindern. Vormittags bin ich im Büro, einmal die Woche nachmittags. Vormittags sind sie in der Schule, für nachmittags spanne ich meine Mama mit ein.. Nach der Arbeit koche ich, helfe bei den Hausaufgaben und organisiere Haushalt und Hobbys. Manchmal kann es viel werden, aber wir haben uns gut eingespielt. Wenn mein Mann frei hat, hilft er natürlich mit. Dennoch läuft der Alltag meist über mich, das klappt erstaunlich gut.



Am meisten stresst mich, wenn eines der Kinder krank ist und alles neu organisiert werden muss. Oder wenn Überzeit anfällt, dann muss ich gut planen, denn die Kinder kommen nach Hause, brauchen Aufmerksamkeit, ein offenes Ohr und gemeinsame Zeit. Zum Glück wohnt meine Mutter in der Nähe. Sie ist meine grösste Unterstützung.

Bei Robert Aebi arbeite ich gerne, vor allem wegen der flexiblen Arbeitszeiten. Leider ist Homeoffice bei uns nicht mehr so gern gesehen wie noch zu Corona, dabei würde es mir manche Tage einfacher machen. Positiv bleiben, kommunizieren und gut koordinieren sind für mich der Schlüssel, damit alles funktioniert.



MARTIN BRUNNER,
Serviceleiter Werkstätten D.O.B. & Völk

Familie im Fokus – mit Rückhalt im Job

Wir sind zu fünft: meine Frau, unsere drei Kinder – 17, 13 und zwei Jahre – und ich. Während meine Frau Teilzeit arbeitet und deshalb mehr zuhause sein kann, ist unser Ältester bereits in der Ausbildung, unsere Tochter in der Schule, und der Kleine geht an drei Vormittagen in die Krippe, sonst wird er liebevoll von meiner Frau oder unserer Oma betreut. Da ich für D.O.B.&Völk Vollzeit im Einsatz bin, übernimmt meist meine Frau die Termine und Fahrdienste der Kinder, ich springe spontan ein. Das Zeitmanagement ist für uns eine ständige Herausforderung. Dass ich mich im Arbeitsalltag voll einbringen kann, liegt auch daran, dass wir uns im Familienalltag gegenseitig unterstützen. Dieser Rückhalt gibt mir die Freiheit, meine Aufgaben mit Leidenschaft zu erledigen. Am Wochenende versu-

STORY

chen wir bewusst gemeinsame Momente zu erleben: frühstücken, Ausflüge, auch wenn die Teenager schon langsam ihre eigenen Wege gehen. Mein Arbeitgeber macht es leichter: Menschlichkeit wird gelebt, Flexibilität ist möglich, und in kleinen Teams spürt man echtes Miteinander. Kommunikation ist der Schlüssel: im Job wie zuhause. Wenn wir miteinander reden, können wir alles meistern. Und das Wissen, dass Familie und Arbeit respektiert werden, macht jeden Tag ein Stück leichter.

MATTHIAS GROSS,
Produktmanager, BUL-CH

Drei Bälle, ein Krabbelkind – mein Balanceakt im Alltag

Vatersein ist ein Vollzeitjob und trotzdem arbeite ich 100 Prozent. Unsere Tochter ist jetzt 8.5 Monate. Organisation ist bei uns alles: zwei Tage Betreuung, einmal bei der Schwester meiner Frau, einmal bei einer Kollegin. In dieser Zeit arbeitet meine Frau. Dann wird getauscht und meine Frau ist für unsere Tochter und die anderen Kinder zuständig. Kommunikation ist da wirklich der Schlüssel.

Nachts übernimmt meine Frau den Schichtdienst, ich bin eher für die «Quality Time» am Wochenende zuständig. Da holen wir Schlaf, Spiel und Familienzeit etwas nach. Im Sommer lief nebenher noch der Umbau des Hauses. Es war also eher ein Marathon mit Babyfon statt Stoppuhr.



Wenn die Betreuung mal ausfällt, wird's spannend: Dann heisst es, Plan B, C oder D aktivieren. Im Homeoffice klappt das nur bedingt. Mit kleinem Kind ist die Effizienz, sagen wir mal, «variabel». Zum Glück ist Robert Aebi flexibel, sonst wäre der Familienkalender schon längst explodiert.

Mein Fazit: Familie, Job und Renovierung ist wie Jonglieren mit drei Bällen, während einer davon krabbelt. Aber mit Humor, stetiger Organisation und einem verständnisvollen Arbeitgeber geht's erstaunlich gut.



NANCY FUNKE,
Disponentin Mietpark, werwie

Arbeiten mit Rückhalt – leben mit Familie

Ich bin verheiratet und Mama eines dreijährigen Sohnes. Seit ich Mutter bin, hat sich mein Alltag komplett verändert, aber ich möchte meinen Beruf nicht missen. Ich arbeite 30 Stunden pro Woche, während mein Sohn von 8 bis 12 Uhr in der Kita ist. Diese feste Struktur gibt uns Halt, aber ohne die Flexibilität bei werwie wäre das kaum machbar. Wenn mein Sohn beispielsweise krank ist, kann ich von zuhause arbeiten. Das ist eine enorme Erleichterung.

In unserem kleinen Büro in Bad Hersfeld sind wir ein eingespieltes Team. Wir sprechen uns ab, helfen einander und zeigen Verständnis, wenn das Familienleben mal dazwischenkommt. Das ist kein Selbstverständnis, sondern echte Kollegialität.

Meine Familie ist meine grösste Stütze, besonders meine Mutter. Praktischerweise wohnt sie mit uns im selben Haus. So lassen sich Beruf und Familie gut vereinbaren. Abends gehört die Zeit uns: gemeinsames Essen, Spielen, einfach zusammen sein.

Natürlich gibt es stressige Phasen, aber ich weiss: Hier zählt nicht nur Leistung, sondern auch Menschlichkeit. Ich bin dankbar, dass ich Beruf und Familie so leben kann.

Familie und Beruf zu vereinbaren bedeutet nicht, alles perfekt auszubalancieren. Alle Befragten betonen, dass Prioritäten sich je nach Lebensphase verschieben und nicht jeder Tag gleich sein kann. Flexibilität, Kommunikation im Team und ein unterstützendes Umfeld sind entscheidend, um beides gut leben zu können. Das afrikanische Stichwort «It takes a village to raise a child» verdeutlicht die Situation. Es braucht ein ganzes Netzwerk von Familie, Partnern, Grosseltern oder Kolleginnen und Kollegen, um den Alltag mit Kindern zu meistern.

Für Robert Aebi bedeutet das: Eine Kultur von Vertrauen, Flexibilität und gegenseitiger Unterstützung ist ein zentraler Erfolgsfaktor. Sie erlaubt es Mitarbeitenden, Verantwortung im Beruf zu übernehmen und gleichzeitig für ihre Familie da zu sein. «Balance» ist kein Ideal, das perfekt erreicht werden muss, sondern ein fortlaufender Prozess des Justierens und Prioritäten Setzens. Wer die unterschiedlichen Lebensphasen und Bedürfnisse seiner Mitarbeitenden anerkennt und Raum für individuelle Lösungen schafft, stärkt nicht nur die Familie, sondern auch das Unternehmen selbst. «Vereinbarkeit von Familie und Beruf gelingt nicht allein – sie ist Teamarbeit. Eine Kultur, in der Kolleginnen und Kollegen füreinander einspringen, offen kommunizieren und gemeinsam Lösungen finden, macht den Unterschied. Wir fördern dieses Miteinander, weil starke Teams nicht nur den Arbeitsalltag erleichtern, sondern auch Vertrauen und Zusammenhalt schaffen – beruflich wie privat», so Catia Egloff-Bino, Group CHRO.

Denn letztlich gilt: Es geht nicht darum, alles gleichzeitig zu schaffen, sondern das Richtige zur richtigen Zeit. Gemeinsam wachsen und stark sein, beruflich wie privat. (AMGR)

FÜR DEN KUNDEN

WELT-MEISTER-LICH

TEAM AFTER SALES DER BUB-CH SIEGT IM VOLVO-WETTBEWERB



AUSGEZEICHNET IN EKILSTUNA.

Die After Sales-Mannschaft der Bautechnik Schweiz hat im internationalen «More Care Visit»-Wettbewerb von Volvo den ersten Platz belegt: Das Team ist Weltmeister in der Anzahl dokumentierter Maschinenkontrollen. Die drei Kollegen mit den meisten More Care Visits, Erich Stierli, Jonas Müller und Mischa Thoma, durften stellvertretend für alle nach Schweden reisen und die Auszeichnung persönlich entgegennehmen. «Dieser Erfolg zeigt, was möglich ist, wenn alle an einem Strang ziehen. Darauf können wir wirklich stolz sein», sagt Marc Bitterli, Leiter After Sales BUB-CH. «Ein riesiges Dankeschön allen, die mit Engagement und Begeisterung dazu beigetragen haben. Jede durchgeführte Kontrolle hilft uns, die Qualität unserer Arbeit zu sichern, Kundenbeziehungen zu stärken und neue Chancen zu erkennen.» Das Erfolgsmodell soll auch zukünftig fortgesetzt werden – denn More Care Visits sind ein Gewinn für uns alle. (MEC)

FÜR DEN KUNDEN

NACHWUCHS IN DER RACO-FAMILIE

NEUE MODELLE UND NEUES LOGO BEREICHERN PRODUKTPALETTE UND MARKENAUFTRITT



RACO 4600: DER NEUE MIT KABINE.

RACO-Dumper sind seit vielen Jahren fester Bestandteil unseres Dumper-Angebotes in der Schweiz. Bis 2024 konzentrierte sich unser Sortiment auf kompakte RACO-Modelle mit einer Nutzlast von 4.0 bis 7.5 Tonnen. Nun wächst unser Sortiment und somit auch die Anwendungsmöglichkeiten der Maschinen für unsere Kunden.

NEUE MODELLE UND VARIANTEN

Im Zuge einer Modellpflege wurden die altbewährten RACO 2000 und RACO 2500 überarbeitet. Die Modelle RACO 3000 und RACO 4000 erhalten mit den neuen Varianten RACO 3600 und RACO 4600 moderne Nachfolger - jetzt mit Kabine.

Um unser Angebot weiter auszubauen und die Lücke zu den grösseren Volvo-Dumpern zu schliessen, erweitern wir unser Portfolio 2025 um zwei leistungsstarke RACO-Modelle.

RACO T6500:
Raupendumper, mit 10 Tonnen Nutzlast

RACO 8000:
Raddumper, mit 12 Tonnen Nutzlast

Gleichzeitig runden wir auch die Produktpalette nach unten hin ab:

RACO T400e:
Elektrischer Raupendumper,
mit 700 kg Nutzlast

NEUES RACO-LOGO – MODERNES DESIGN, STARKE HERKUNFT

Aber das ist nicht das einzig Neue. Mit der Weiterentwicklung unseres Robert Aebi Logos und des gesamten Markenauftritts haben wir auch das in die Jahre gekommene RACO-Logo modernisiert und in das Robert Aebi Designkonzept integriert. RACO steht für Robert Aebi & Co, ist somit als Marke aus dem Hause Robert Aebi gekennzeichnet. Am Namen wollten wir daher nicht rütteln. Wir wollten ihn jedoch moderner gestalten und optisch zeigen, dass die Marke RACO zur Robert Aebi Familie gehört.

Das Ergebnis: ein Logo, das die Robert Aebi Schrift aufgreift, jedoch durch eine kräftigere Typographie markanter wirkt und sich mit weissen Lettern auf einer symbolisierten schwarzen Mulde präsentiert. Wir haben den Test gemacht: Aus der Ferne ist das Logo gut lesbar, wirkt klar und modern.

FOTOSHOOTING IN MEPPEN

Neue Modelle brauchen neue Bilder, damit wir die Maschinen auf unserer Webseite, in Flyern und Broschüren oder auf unseren Social-Media-Kanälen unseren Kunden vorstellen können. Anders als bei Maschinenherstellern wie Volvo oder John Deere, die uns Bildmaterial zur Verfügung stellen, schlüpfen wir bei den RACO-Dumpern in die Rolle des Herstellers und müssen selbst ran.

Marco Vock (Produktmanager Strassenbau & RACO, BUB-CH) und Marketing Managerin Anja Stein sind dafür nach Meppen gereist, wo unsere RACO-Dumper gefertigt werden. Vor Ort auf dem Fabrikgelände wurden in Zusammenarbeit mit einem professionellen Fotografen Produktaufnahmen gemacht. Anja wurde dabei kurzerhand zur Dumper-Fahrerin, um die Dumper immer wieder neu für die verschiedenen Ansichten zu positionieren.

Bilder aus dem Shooting findet ihr auf der Webseite und in Prospekten, die dort hinterlegt sind. Schaut gerne mal rein. (STAN)



MARCO UND ANJA BEIM FOTOSHOOTING VOR DEM RACO 2000.



RACO T6500 IM VISIER.



RACO 2000 INFO-FLYER.

PERSONAL

WARUM UNS JUNGE TALENTE ERFOLGREICH MACHEN

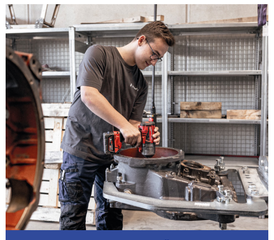
AUSBILDUNG UND LEHRE BEI ROBERT AEBI



STARK: LERNENDE IN REGENSDORF.



MASCHINEN BEDIENEN ZÄHLT ZUM SPASS AM ARBEITSPLATZ.



AUCH UNSERE AZUBIS DÜRFEN AN SHOOTINGS TEILNEHMEN.



DER AUSBILDUNGSLEITER IMMER MITTEN DRIN.

Deutschland und die Schweiz – vereint unter dem Dach von Robert Aebi – wachsen nicht nur organisatorisch zusammen, sondern auch im Bereich der Nachwuchsförderung. Unsere Lernenden und Auszubildenden sind ein zentrales Element unseres Erfolgs. Sie steigen mit frischem Blick und viel Energie ein, meistern erste Herausforderungen und bringen vom ersten Tag an wertvolle Impulse ins Unternehmen. Getreu unserem Selbstverständnis ist «Gemeinsam bauen und wachsen» hier von Anfang an der Leitgedanke.

ONE FIRM IN DER PRAXIS: HR WÄCHST ZUSAMMEN

One Firm hält schrittweise Einzug in unserer Unternehmensgruppe – das zeigt sich auch im Bereich Human Resources (HR). Deutschland und die Schweiz arbeiten immer enger zusammen. Die HR-Teams tauschen regelmässig Ideen, Best Practices und Erfahrungen aus, unterstützen sich gegenseitig und entwickeln gemeinsame Standards. So sollen zum Beispiel die Benefits für Lernende bzw. Azubis in beiden Ländern weitestgehend angeglichen werden, damit alle von identischen Chancen, Rahmenbedingungen und Perspektiven profitieren können. Ziel ist es, das Arbeiten bei Robert Aebi noch attraktiver zu machen und junge Talente langfristig für uns zu begeistern.

AUSBILDUNG BEI ROBERT AEBI: VIELFÄLTIG, PRAXISNAH UND INDIVIDUELL

Robert Aebi bietet insgesamt acht verschiedene Ausbildungsberufe an. In Deutschland kommen zwei Studiengänge hinzu. Bei den Land- und Baumaschinenmechatronikern in Deutschland wird besonders der hohe Praxisbezug in der Ausbildung geschätzt, vor allem durch den Einsatz im Innen- und Aussendienst. Lernende durchlaufen verschiedene Abteilungen und bekommen so ein echtes Gefühl dafür, wie vielseitig unser Unternehmen ist. Die Kombination aus abwechslungsreichen Aufgaben, Standortvielfalt und der Möglichkeit, Beruf und Freizeit zu verbinden, macht das Lernen bei Robert Aebi einzigartig. Hobbys können ebenso gelebt, wie erste berufliche Erfahrungen gesammelt werden. Ein Ausgleich, der Lernenden Kraft gibt und die Entscheidung für Robert Aebi als Ausbildungsbetrieb einfacher werden lässt. So gelingt es zum Beispiel Colin Schmid täglich, seine kaufmännische EFZ-Lehre bei Robert Aebi mit seiner Karriere als Kunstturner zu verbinden. Nicht der erste Lernende, bei dem Robert Aebi diese Kombination möglich gemacht hat und deshalb ein Engagement, für das Robert Aebi von Swiss Olympic als «Sportfreundlicher Lehrbetrieb 24/25» ausgezeichnet wurde. Ein starkes Zeichen für eine Kultur, die Leistung fördert, aber Menschlichkeit nicht vergisst.

TALENTE GEWINNEN: MIT FRISCHEN IDEEN, AUTHENTISCHEN VORBILDERN UND EINER KLAREN BOTSCHAFT

Damit auch künftig motivierte und talentierte Lernende ihren Weg zu uns finden, arbeitet das HR-Team länderübergreifend an einem Konzept «Ausbildung 2.0». Zusätzlich werden konkrete Massnahmen aus dem Race28 wie die Förderung von Frauen in Mechanikerberufen modern und innovativ inszeniert, um Nachwuchs für Robert Aebi zu gewinnen.

Übergreifendes Ziel ist es, unser Unternehmen als zukunftsorientierten, attraktiven und sportfreundlichen Ausbildungsbetrieb mit frischen Ideen und authentischen Vorbildern weiter zu stärken. Die Botschaft ist klar: Ausbildung bei Robert Aebi steht für persönliche Weiterentwicklung, Vielfalt und natürlich Leidenschaft für grosse Maschinen.

AUSBILDUNG MIT WIRKUNG: EIGENINITIATIVE UND SPITZENLEISTUNGEN

Besonders stolz sind wir auf die wachsende Eigenverantwortung unserer jungen Talente. Mit Unterstützung ihrer Praxisbildner und Ausbildungsbeauftragten starten sie im Rahmen der Robert Aebi Juniors (Deutschland) eigene Projekte, bringen persönliche Vorschläge ein und setzen diese um, zum Beispiel Massnahmen fürs Umweltmanagement, die vom Qualitätsmanagement für Audits genutzt werden. Solche Aufgaben zeigen: Lernende und Azubis können bei Robert Aebi aktiv mitgestalten, aus Fehlern lernen, Rückschlüsse ziehen und erleben gleichzeitig, wie eigene Ideen im Unternehmen an Fahrt aufnehmen. Auch herausragende fachliche Erfolge lassen nicht auf sich warten: Landmaschinenmechaniker Andrin Dobler (BUB-CH) sicherte sich bei den Euroskills die Goldmedaille. Wie qualitativ hochwertig die Ausbildung bei Robert Aebi ist, zeigt auch Melissa Halmheu, Servicetechnikerin im Aussendienst in der deutschen Bautechnik: Sie schloss ihre Land- und Baumaschinenmechatronikerinnen-Lehre nach nur zwei Jahren mit 1,0 ab. Das entspricht der Bestnote nach deutschem Notensystem.

INTERNER AUSTAUSCH FÖRDERT VERSTÄNDNIS UND INNOVATION

Der Blick über den Tellerrand ist stets wertvoll und bereichernd. Das zeigt ein neues Austauschprogramm bei Robert Aebi. Lernende aus verschiedenen (Sprach-) Regionen arbeiten für zwei Wochen an einem anderen Standort. Aktuell läuft das Programm in der Schweiz, künftig soll es länderübergreifend aufgestellt werden – als Brücke zwischen Kulturen und Arbeitswelten. Lernende sollen so Erfahrungen sammeln, neue Perspektiven und Sprachen kennenlernen und das Zusammenspiel der verschiedenen Standorte verstehen. Der Benefit für Robert Aebi? Wir profitieren von frischen Ideen, neuen Herangehensweisen und innovativen Lösungsansätzen.



AUSZUBILDENDE DER DEUTSCHEN LANDTECHNIK: PRAXISTEST BEI DER AGRITECHNICA.



BEI FRAGEN STEHEN DIE KOLLEGINNEN REDE UND ANTWORT.

NACHWUCHS SICHERN – MIT EIGENER AUSBILDUNG ZUM ERFOLG

80 bis 90 Prozent unserer Lernenden und Auszubildenden verbleiben im Unternehmen. Diese Quote zeigt: Wir schaffen sehr gute Voraussetzungen, junge Menschen langfristig an Robert Aebi zu binden und damit unsere Fachkräfte von morgen selbst auszubilden.
Gemeinsam sorgen wir dafür, dass das Unternehmen heute wächst und morgen zukunftsfähig bleibt. (AMGR/BECS)

KURZ & KNAPP

Wir möchten, dass jede und jeder bei Robert Aebi seine Zukunft aktiv mitgestalten kann. Eigene Kompetenzen zu managen und weiterzuentwickeln ist dabei ein wichtiges Thema. Ein Grund, weshalb gezielt in den Bereich Personalentwicklung investiert wurde. Bitte melde dich gerne bei deinen Vorgesetzten, wenn du mehr darüber wissen möchtest.



MAJA BISLIN, LANDMASCHINENMECHANIKERIN, LANDQUART (BUL-CH)
«Am meisten Freude bei meiner Ausbildung habe ich an der vielen Abwechslung, die ich Tag für Tag erlebe, sei es in der Werkstatt oder bei der Hilfe eines Servicetechnikers auswärts. Bei Robert Aebi arbeiten viele Angestellte, die ihr Wissen gerne weitergeben und somit ein motivierendes und lehrreiches Arbeitsklima schaffen. Ich wollte hier meine Ausbildung machen, da es eine moderne Firmenstruktur gibt, die Produktpalette breit ist und die Angestellten klasse waren/sind.»



JOHANNES PÜTZ, LAND- UND BAUMASCHINENMECHATRONIKER, BOLSDORF (BUL-DE)
«An meiner Ausbildung gefällt mir besonders gut, dass sie so vielfältig ist und ich schon so selbständig arbeiten kann. Ausserdem haben wir ein junges cooles Team und die Werkstatteinrichtung und -ausrüstung sind top! Ich habe mich auch wegen der Partnerschaft mit John Deere für Robert Aebi entschieden. Ausserdem denke ich, dass es hier gute Aufstiegschancen gibt. Der Ruf in der Kundschaft ist auch sehr gut und es gibt erfahrene Gesellen, von denen ich viel lernen kann.»



ANDRIN DOBLER, LANDMASCHINENMECHANIKER, EICHBERG (BUL-CH)
«Es war ein unbeschreibliches Gefühl, die Goldmedaille für Robert Aebi und die Schweiz nach Hause zu bringen. Das ganze Training und mein Einsatz haben sich gelohnt.»



COLIN SCHMID, KAUFMANN, REGENSDORF (HR-CH)
«Robert Aebi hat mir Vertrauen geschenkt und mir ermöglicht, meine Leidenschaft für den Sport und meinen Beruf miteinander zu vereinen.»



SOPHIA RODI, JUNIOR CONTROLLERIN, EHEMALS DUALE STUDENTIN BWL-INDUSTRIE, ACHSTETTEN (BUB-DE)
«An meinem dualen Studium hat mir besonders die Abwechslung zwischen Theorie und Praxis gefallen. So konnten die theoretischen Inhalte gleich praktisch im Betrieb angewendet werden. An Robert Aebi schätze ich vor allem die familiäre Atmosphäre und das gute Betriebsklima. Ausserdem freue ich mich jedes Jahr an meinem Geburtstag über den zusätzlichen freien Tag.»

NACHGEFRAGT

GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

FIELD SERVICE: SYNERGIEN NUTZEN, SERVICE VERBINDEN

Im Rahmen der angepassten Unternehmensstrategie, die auf Kooperation zwischen den Bereichen und einheitliche Prozesse setzt, wurde in der letzten Ausgabe on Menschen&Maschinen ein Ausblick auf zentrale Projekte gegeben. Field Service ist eines davon – und zeigt, wie aus einem erfolgreichen Pilotprojekt in der Bautechnik Schweiz (BUB-CH) eine moderne länder- und unitübergreifende Serviceanwendung entstehen kann, mit der Arbeitsabläufe im Service einfacher, transparenter und effizienter gestaltet werden können.

ERFOLGREICHER START IM KLEINEN

Der Grundstein für Field Service wurde bereits 2018 gelegt. In der BUB-CH startete Landquart 2021 als Testgruppe und sammelte erste Erfahrungen im Live-Betrieb. Ein Jahr später folgte Regensdorf, anschliessend wurde das System schrittweise in den Regionalzentren ausgerollt – eine Vorgehensweise, die sich bewährt hat.

Disponent Damian Garcia, seit Beginn als Key User dabei, begleitet den gesamten Entwicklungsprozess. «Es war wichtig, das System in einem kleinen Rahmen zu testen, um zu sehen, wo es hakt und dann nach und nach auszurollen», sagt er. «So konnten wir gezielt anpassen, Schulungen verbessern und unseren Kolleginnen und Kollegen die tägliche Arbeit spürbar erleichtern.»

SCHRITT IN EINE NEUE SYSTEMWELT

Ein zentraler Meilenstein wurde dieses Jahr mit der Migration auf D365 erreicht. Damit entstand die Basis für ein modernes, zentrales System, das alle Serviceprozesse papierlos steuert und auch über Ländergrenzen hinweg nutzbar ist. Die vollständige Integration von Field Service in die D365-Umgebung ebnet den Weg, das System schrittweise auf weitere Business Units auszuweiten.

Damian begleitete die Umstellung als Schnittstelle zwischen Praxis und Systementwicklung und stellte sicher, dass die Anwendung optimal an die Anforderungen der Teams angepasst werden. «Mit der Migration sind wir einen grossen Schritt vorangekommen», erklärt er. «Jetzt können wir Field Service gezielt weiterentwickeln und im Unternehmen Synergien schaffen.»

ERFAHRUNGEN AUS DER PRAXIS – LOB UND LERNKURVEN

Die Rückmeldungen aus den Serviceteams zeigen deutlich, wie sehr Field Service den Arbeitsalltag verändert. Besonders geschätzt wird das vollständig papierlose Arbeiten, das Abläufe beschleunigt und Fehlerquellen reduziert. Auch die Wochenplanung ist für Techniker und Disponenten deutlich transparenter geworden, da Einsätze und Verfügbarkeiten in Echtzeit sichtbar sind. Fotos, Dokumente und Kundeninformationen lassen sich direkt im Auftrag hinterlegen – ein klarer Gewinn an Übersicht und Servicequalität.

Natürlich gibt es auch Punkte, an denen weitergearbeitet wird. Die Integration in Outlook ist beispielsweise noch nicht in allen Bereichen optimal und die Bedienung verlangt zu Beginn etwas Einarbeitung. Für Damian gehören solche Punkte selbstverständlich zur Entwicklung dazu: «Nicht alles läuft von Anfang an perfekt. Entscheidend ist, dass wir Herausforderungen offen ansprechen und das System gemeinsam weiterentwickeln. Jede Rückmeldung – gerade aus der Praxis – bringt uns weiter.»

VON DER SCHWEIZ NACH DEUTSCHLAND – WISSEN TEILEN, SYNERGIEN NUTZEN

Die Einführung von Field Service in der Bautechnik Deutschland (BUB-DE) ist der nächste Schritt. Das Projekt befindet sich derzeit in der Testphase, wobei die Teams von den umfangreichen Erfahrungen aus der Schweiz profitieren. Viele Abläufe können nahezu unverändert übernommen werden, da sie dort bereits mehrfach erprobt und optimiert wurden.

Gleichzeitig gibt es länderspezifische Unterschiede, etwa bei rechtlichen Vorgaben wie der Unfallverhütungsvorschrift (UVV) oder Dokumentationspflichten. «Wir analysieren genau, welche Anpassungen wirklich nötig sind», erklärt Damian. «Wenn etwas unterschiedlich geregelt ist, besprechen wir das direkt mit den Kolleginnen und Kollegen – Ziel ist, so viel wie möglich zu vereinheitlichen und trotzdem gesetzeskonform zu bleiben.»

Miriam Noherr, Servicetechnikerin im Aussendienst in Deutschland und derzeit Key Userin in der Testphase, bestätigt: „Viele Prozesse sind wirklich einfacher – besonders, weil Berichte nicht mehr ausgedruckt, unterschrieben und hochgeladen werden müssen. Jetzt unterschreibt der Kunde direkt digital auf dem Tablet und der Auftrag ist abgeschlossen. Das spart Zeit, Papier und Nerven. Natürlich wird die Umstellungsphase etwas Zeit brauchen, aber ich bin sicher, dass viele schnell die Vorteile sehen werden.» Ihr erster Eindruck bestätigt die positiven Erfahrungen aus der Schweiz.

Field Service unterstützt die deutschen Teams dabei, Arbeitsprozesse effizienter zu gestalten und mehr Raum für die eigentliche Arbeit beim Kunden zu schaffen. In der BUB-CH ist das System bereits fest im Arbeitsalltag etabliert und dient nun als Grundlage für die Einführung in der BUB-DE, die für Q2/2026 geplant ist. Der enge Austausch zwischen den Teams beider Länder ermöglicht es, bestehende Prozesse immer wieder zu hinterfragen und bei Bedarf gezielt zu verbessern. Eine grosse Chance liegt dabei in den neuen Ideen und Sichtweisen, die die Kollegen einbringen. Das ist sehr wertvoll und trägt dazu bei, die Prozesse noch effizienter zu gestalten und nachhaltig weiterzuentwickeln. So wächst das System stetig zusammen – getragen von einem gemeinsamen Anspruch an Qualität, Effizienz und Transparenz.

Gemeinsame Prozesse sind die Basis für Digitalisierung – ein Fokusthema bei Robert Aebi, über dessen Relevanz wir schon oft gesprochen haben und das nun schrittweise Fahrt aufnimmt.

AUSBLICK: NÄCHSTER SCHRITT LANDTECHNIK SCHWEIZ

Nach der erfolgreichen Einführung in der BUB-CH und der laufenden Projektphase in BUB-DE steht als nächstes die BUL-CH auf dem Plan. Damian begleitet den Ausbau weiterhin aktiv mit.

«Am Ende geht es nicht um ein technisches System, sondern um Zusammenarbeit», betont Damian. «Jedes Feedback, jede Rückmeldung, unabhängig aus welcher Business Unit, hilft uns, Field Service zu einem echten gemeinsamen und funktionierenden Werkzeug zu machen.»

Gemeinsam mehr erreichen – durch digitale Transparenz, gute Zusammenarbeit und engagierte Kollegen wie Damian. (MANI)

Microsoft Dynamics 365
Field Service

KURZ & KNAPP

WAS IST FIELD SERVICE?
Field Service ist eine digitale Anwendung, die unsere Serviceprozesse zentral steuert und koordiniert. Für unsere Serviceorganisation bringt sie viele Vorteile: Sie optimiert die Einsatzplanung und Ressourcensteuerung, sorgt dafür, dass der richtige Techniker zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist und reduziert Papierkram durch digitale Dokumentation. Echtzeit-Daten und Dashboards bieten mehr Transparenz und helfen, die Effizienz zu steigern. So werden Abläufe einfacher, schneller und kundenorientierter.



LARS ROTHAUG, LEITER AFTER SALES BUB-DE.



EXPERTE DER ERSTEN STUNDE: DAMIAN BEGLEITET DAS PROJEKT SEIT DEM START IN DER SCHWEIZ UND NUN AUCH BEI DER EINFÜHRUNG IN DEUTSCHLAND.

FÜR DEN KUNDEN

MENSCHEN GLAUBEN MENSCHEN

GESCHICHTEN UNSERER KUNDEN LIEFERN ECHTE STIMMEN MIT ECHTER WIRKUNG



GUT AUSGELEUCHTET: CHRISTIAN GIGER PRÄSENTIERTE SICH SYMPATHISCH UND AUTHENTISCH VOR DER KAMERA.

Nicht Werbeslogans, nicht nur schöne Maschinenbilder, sondern echte Erfahrungen: Wenn ein Kunde erzählt, wie begeistert er von seiner Maschine ist, wie reibungslos die Zusammenarbeit lief oder wie stolz er auf seine Arbeit ist, dann wirkt das ehrlich, authentisch und greifbar. Deshalb sind Kundenstimmen – sei es in Form von Testimonials, Projektberichten oder persönlichen Rückmeldungen – ein zentraler Bestandteil unserer Kommunikation. Denn wenn unsere Kunden erzählen, wie wir ihnen geholfen haben, wirkt das authentischer und überzeugender, als wenn wir es selbst tun.

Ein erstes Beispiel dafür ist der Bericht über den Lohnunternehmer Christian Giger, der im Frühling 2025 aufgenommen wurde. Im Marketing möchten wir künftig **noch mehr Kundenstimmen aufnehmen** und in unseren Kanälen zeigen. Diese Geschichten sind der Beweis dafür, dass unsere Arbeit Wirkung zeigt. Sie machen sichtbar, was uns als Unternehmen ausmacht: Qualität, Vertrauen und Nähe. Und deshalb wollen wir dies auch weiterverfolgen – getreu unserer Mission, Kunden durch unsere Produkte und Dienstleistungen erfolgreicher zu machen.

STOLZ, DER ANSTECKT

Jeder einzelne Kundenbericht ist auch ein Kompliment an euch, an alle Robert Aebi Mitarbeitenden. Denn ohne euer Engagement, eure Kundenbeziehung und euren Einsatz gäbe es diese Geschichten gar nicht. Wenn ein Kunde begeistert erzählt, dass seine Maschine perfekt läuft oder dass der Service «einfach super» war, dann ist das euer Erfolg. Diese Geschichten zeigen, wofür wir stehen und machen sichtbar, was ihr täglich möglich macht.

AUSBLICK

Künftig wollen wir (nicht nur in der Landtechnik, sondern auch in der Bautechnik) diese Begeisterung noch stärker sichtbar machen. Wir möchten regelmässig Kunden zu Wort kommen lassen, die ihre Erfahrungen, aber auch ihre Herausforderungen bei Projekten mit uns teilen, ehrlich und emotional.

Mit jeder Geschichte zeigen wir, dass hinter unseren Produkten Menschen den Unterschied machen. Und dass wir gemeinsam für Qualität, Zuverlässigkeit und Leidenschaft an unserer Arbeit stehen.

DEINE VERMITTLUNG HILFT UNS WEITER

Wenn ihr Kunden kennt, die mit Begeisterung über unsere Produkte oder Services sprechen, die eine besondere Geschichte erzählen können oder einfach Freude an der Zusammenarbeit mit uns haben, meldet euch bitte beim Marketing-Team. Gemeinsam möchten wir diese Stimmen sichtbar machen. (MAST)

KURZ & KNAPP

Lass' dich von Giger mitreissen!
Hier geht's zum Testimonial!

Schaut, was die Stadt Thun zum Alltrec sagt:



SPANNENDE DREHARBEITEN: AUS VIELEN SZENEN ENTSTAND EIN EMOTIONALER IMAGEFILM.



HOCH HINAUS GING ES BEI DEN AUFNAHMEN MIT DER DROHNE.

PERSONAL

WENN HIGHTECH AUF ACKERLAND TRIFFT

EIN TAG MIT SERVICETECHNIKER LUIS LEUWER



MIT DEM WERKSTATTBUS AUS BOLSDORF IST LUIS SCHNELL AN ORT UND STELLE.



BEI DER FEHLERSUCHE IST FINGERSPITZENGEFÜHL GEFRAGT.

Ein kühler Herbstmorgen in der Eifel. Über den Feldern hängt noch leichter Nebel, die Sonne kämpft sich gerade über die Hügel. Neben dem frisch gemähten Feld steht er: ein John Deere 6R 185. Daneben parkt der Werkstattbus der Landtechnik aus dem Regionalzentrum Bolsdorf – die mobile Einsatzzentrale von Servicetechniker Luis Leuwer. Heute dürfen wir von Menschen&Maschinen ihn begleiten – und einen Tag im modernen Berufsbild des Land- und Baumaschinenmechatronikers erleben.

DIGITAL STATT NUR MECHANISCH

«Früher hat man mit Schraubenschlüssel und Gehör gearbeitet – heute zusätzlich mit Laptop und Diagnose-Software», sagt Luis mit einem Lächeln, während er die Fahrerkabine des Schleppers öffnet. Der Fehler, der ihn heute hierhergeführt hat, wurde am Morgen telefonisch in der Werkstatt gemeldet: ein Motor-Fehlercode, durchgegeben vom Landwirt selbst. Für Luis der Startschuss zu einem ganz normalen, aber technisch anspruchsvollen Arbeitstag.

DIAGNOSE PER LAPTOP

Noch vor wenigen Jahren hätte man den Schlepper in die Werkstatt bringen müssen. Heute geht der Service zum Kunden – mobil, digital und effizient. Luis öffnet den Laptop, startet den John Deere Service Advisor und verbindet sich über die Diagnoseschnittstelle mit dem Bordnetz der Maschine. Auf dem Bildschirm erscheinen Werte, Sensoren, Codes – ein digitales Abbild des Traktors. «Hier sehe ich, was die Maschine mir sagen will», erklärt er. «Jeder Fehlercode ist wie ein Hinweis. Die Kunst besteht darin, ihn richtig zu deuten.»

FEHLERSUCHE MIT FINGERSPITZENGEFÜHL

Nach kurzer Analyse steht fest: Ein Sensor meldet unplausible Daten im Bereich der Motorsteuerung. Luis greift zu seinem Werkzeugkoffer – diesmal nicht nur mit Schraubenschlüsseln, sondern auch mit elektronischen Prüfgeräten. Während er Kabel und Anschlüsse überprüft, läuft im Hintergrund die Diagnosesoftware weiter. «Mechanik und Elektronik gehören heute untrennbar zusammen», sagt er. «Wir sind nicht nur Schrauber, wir sind auch Techniker, Programmierer und Problemlöser.»

EIN BERUF IM WANDEL

Der Beruf des Land- und Baumaschinenmechatronikers hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Wo früher Öl, Dieselgeruch und Muskelkraft dominierten, sind heute digitale Systeme, Datenanalyse und Präzisionstechnik gefragt. Moderne Landmaschinen sind rollende Computer – vollgestopft mit Sensorik, GPS, Telematik und intelligenten Assistenzsystemen. Und wer sie wartet, braucht mehr als nur handwerkliches Geschick: Was zählt, sind auch technisches Verständnis, IT-Kompetenz und die Fähigkeit, Fehler systematisch zu interpretieren.

TECHNIK TRIFFT NATUR

Luis hat Spass an dieser Mischung. «Das ist genau das, was den Job spannend macht», sagt er, während er den defekten Sensor austauscht. «Jeder Einsatz ist anders. Ich bin draussen in der Natur, direkt bei den Kunden, und gleichzeitig arbeite ich mit modernster Technik.» Der neue Sensor wird eingebaut, die Verbindung zum Laptop wiederhergestellt, der Fehlercode gelöscht. Ein letzter Check – der Motor läuft rund, die Werte im grünen Bereich. «Alles wieder fit», sagt Luis.

DOKUMENTATION IN ECHTZEIT

Doch mit der Reparatur ist seine Arbeit noch nicht beendet. Über das digitale Wartungssystem wird der Einsatz dokumentiert – jeder Schritt, jede Komponente, jeder Messwert. So können zukünftige Servicearbeiten noch gezielter vorbereitet werden.

DER WERKSTATTBUS ALS HIGHTECH-ZENTRALE

Der Werkstattbus ist längst mehr als ein kleines rollendes Ersatzteillager – er ist eine mobile Hightech-Zentrale. Neben Werkzeug und Ersatzteilen sind Laptop, Diagnosegeräte, mobile Stromversorgung und Internetanbindung an Bord. Der Aussendienst ist heute ein vernetzter Arbeitsplatz. Luis sagt: «Wenn man einmal erlebt hat, wie viel Technik in einer Maschine steckt, versteht man, dass Digitalisierung in der Landwirtschaft kein Schlagwort ist, sondern gelebte Realität.»

ZWISCHEN SCHRAUBENSCHLÜSSEL UND SOFTWARE

Während der Landwirt zufrieden den Schlepper wieder auf das Feld steuert, packt Luis seine Geräte zusammen. Der nächste Einsatz wartet schon – ein Hydraulikproblem einen Hof weiter. Es ist dieser Wechsel zwischen Natur, Technik und Mensch, der den Beruf für ihn so reizvoll macht.

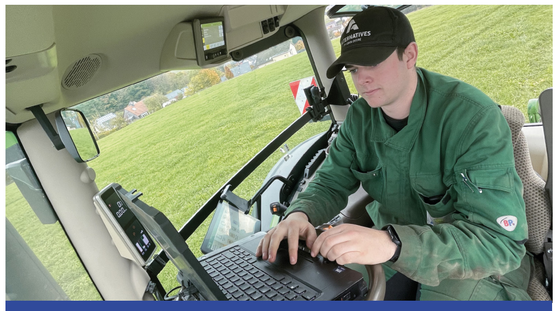
FAZIT: EIN MODERNER SYSTEMEXPERTE

Am Ende des Tages kehrt Luis nach Bolsdorf zurück. In der Werkstatt werden die Daten synchronisiert, die Ersatzteile nachbestellt, die Einsätze geplant. «Stillstand gibt es hier nie», meint er, bevor er sich verabschiedet.

Der Tag mit Luis Leuwer zeigt eindrucksvoll: Ein Land- und Baumaschinenmechatroniker ist längst kein klassischer Mechaniker mehr. Er ist ein moderner Systemexperte, der mit Laptop, Know-how und Leidenschaft dafür sorgt, dass Maschinen und Menschen auf dem Feld im Takt bleiben – zwischen Ackerboden und Algorithmus, Schraubenschlüssel und Software. (PIE)



SYSTEMEXPERTE:
DAS BERUFSBILD DES LAND- UND BAUMASCHINENMECHATRONIKERS IST IM WANDEL.



UNVERZICHTBAR: LAPTOP MIT DIAGNOSE-SOFTWARE.

FÜR DEN KUNDEN

MIT LEIDENSCHAFT FÜR QUALITÄT

WIE DAS WERKSTATT-TEAM VON WERWIE GEBRAUCHTMASCHINEN IN BESTFORM BRINGT



PRÄZISIONSARBEIT: VERLADUNG DES BESCHICKERS FÜR DEN KUNDENTRANSPORT.



EIN ECHTES URGESTEIN BEI WERWIE: SERVICETECHNIKER REINHOLD.

Wenn Reinhold Binz die Lackierpistole in Anschlag bringt, geschieht das routiniert und mit Bedacht: Der 63-Jährige, seit mittlerweile 15 Jahren fester Bestandteil des werwie Werkstatt-Teams in Konz und damit ein echtes Urgestein, ist bekannt dafür, dass er keine halben Sachen macht. So auch bei diesem Projekt: Ein Vögele MT 3000-i Offset Beschicker aus dem Jahr 2021, bislang in der werwie Mietflotte unterwegs, kam nach einem längeren Mieteinsatz zurück auf das Betriebsgelände und wurde dort innerhalb von zwei Wochen mit vereinten Kräften des gesamten Werkstatt-Teams neu lackiert, gewartet, gemäss Herstellervorgaben geprüft und direkt zur Baustelle eines Vertriebskunden in Grossbritannien geliefert. Hintergrund: Die bisherige Mietmaschine wurde verkauft, vorher auf Kundennachfrage in der gewünschten Farbe lackiert und in der Werkstatt topfit gemacht.

«Prozesse wie dieser sind bei uns die Regel», berichtet Daniel Hoffmann, Verkaufsleiter bei werwie. Gebrauchte Maschinen werden vom Strassenbauspezialisten aktiv angekauft, aufbereitet, werden interessant für Kunden aus aller Welt – und schliesslich weiterverkauft. Nach Bedarf werden Maschinen auch in der Miete eingesetzt. Unabhängig davon gilt: Jede Maschine durchläuft die strenge Qualitätsprüfung der Werkstatt-Teams, bevor sie zum Kunden geht. Das ist auf dem Markt längst keine Selbstverständlichkeit, für werwie aber ein Alleinstellungsmerkmal, das die Kunden weltweit schätzen – und deshalb gerne wiederkommen und kaufen. So auch sicher besagter Kunde aus Grossbritannien: Der erworbene Beschicker wurde zunächst gereinigt, dann in Einzelteile zerlegt, anschliessend der Lack angeschliffen, Grundierung und danach neuer Lack aufgetragen, schliesslich wieder zusammengebaut, gewartet und geprüft. «Der Kunde war happy», weiss Daniel zu berichten. Und jeder weiss: Zufriedene Kunden sieht man im Geschäftsleben nicht nur einmal. Gut, wenn man solche Mitarbeiter wie Servicetechniker Reinhold hat, der diesen Qualitätsanspruch aus vollem Herzen mitträgt. (BECS)



SCHRITT FÜR SCHRITT ERWACHT DIE MASCHINE OPTISCH ZU NEUEM LEBEN.

KURZ & KNAPP

werwie kauft und verkauft gebrauchte Strassen- und Erdbaumaschinen – weltweit. Der Fokus liegt auf Maschinen der Wirtgen Group – vertrieben und angekauft werden aber auch Produkte von Bomag, Dynapac, Ammann/Volvo ABG, etc.

In diesem Jahr hat werwie schon diverse Asphaltfertiger, Beschicker, Recycler, Walzen und Fräsen ausgeliefert – unter anderem nach Mexiko, Südafrika, Vietnam und Australien.

Ihr seid bei einem Kunden und seht gebrauchte Strassenbaumaschinen? Bitte sprecht ihn aktiv darauf an, ob ein Verkauf in Frage kommt und meldet euch jederzeit bei den Kolleginnen und Kollegen von werwie – solche Rücknahmen stützen das Kerngeschäft des Unternehmens und sind daher mehr als willkommen!



MARIUS JAKOBY, GESCHÄFTSFÜHRER WERWIE:

«ONE FIRM IST FÜR UNS ESSENZIELL. UM WERWIE ALS INTERNATIONALEN VERTRIEBSKANAL EFFEKTIV FÜR DIE GESAMTE ROBERT AEBI GRUPPE ZU NUTZEN, BRAUCHEN WIR EURE AKTIVE UNTERSTÜTZUNG.»

PERSONAL

GELEBTE UNTERNEHMENSGESCHICHTE

EIN TAG FÜR UNSERE JUBILARINNEN UND JUBILARE

Der diesjährige Jubilarenausflug war ein besonderer Moment der Wertschätzung und des Miteinanders. Wir durften Kolleginnen und Kollegen feiern, die seit vielen Jahren mit Herz, Engagement und Loyalität Teil der Robert Aebi Familie sind. Die langjährige Zugehörigkeit ist für Marcel Zahner ein Zeichen für Beständigkeit in einer sich stetig wandelnden Welt: «So ein Jubiläum ist nicht nur ein Anlass zum Feiern, es ist auch ein Moment der Dankbarkeit. In Zeiten, in denen sich vieles schnell verändert – Märkte, Technologien, Anforderungen – ist Beständigkeit ein Wert, der besonders hervorsticht. Und genau diese Beständigkeit verkörpert ihr.»

In entspannter Atmosphäre, mit vielen persönlichen Gesprächen und schönen gemeinsamen Erlebnissen wurde deutlich, wie stark der Zusammenhalt innerhalb der Robert Aebi Familie ist. Der Ausflug war nicht nur ein Dankeschön, sondern auch ein Zeichen dafür, wie wichtig uns die Menschen hinter den Leistungen sind: «Unsere Jubilare sind nicht nur Teil der Geschichte – sie schreiben sie mit. Ihre Erfahrung, ihr Engagement und ihre Treue machen uns als Unternehmen stark. Dafür sagen wir von Herzen Danke», so Marcel weiter.

Diese Worte spiegeln wider, was uns als Robert Aebi Familie ausmacht: gegenseitige Wertschätzung, Vertrauen und das gemeinsame Streben nach Weiterentwicklung. Insgesamt bringen unsere Jubilare beeindruckende 1180 Jahre Berufserfahrung mit – ein Schatz an Wissen, Kompetenz und gelebter Unternehmenskultur, der uns alle bereichert.

Dieses Jahr waren die Kolleginnen und Kollegen von D.O.B. & Völk leider noch nicht dabei, aber ab 2026 sind auch sie selbstverständlich Teil der Jubiläumsfeiern.

Wir danken allen Jubilarinnen und Jubilaren für ihren Beitrag, ihr Herzblut und ihre Verbundenheit – und freuen uns auf viele weitere gemeinsame Jahre. (AMGR/BECS)



GUTE STIMMUNG IM BÄHNLE.



ATEMBERAUBEND:
BLICK VON DER SKISPRUNGSCHANZE.



SEVERIN FEHLMANN, BUB-CH
Der Vormittag in der Brauerei war schon ein Highlight. Bier geht ja immer, aber die Mountain-Abfahrt am Nachmittag war das absolute i-Tüpfelchen! Danach noch Käsespätzle, Rotkraut und Kaiserschmarrn – wir sind quasi rausgerollt statt rausgelaufen!



LEHRREICH: FÜHRUNG DURCH EINE BRAUEREI.



RAPHAEL SLIWA, BUL-DE
Mountain-Cart fahren war einfach der Hammer. Zwar viel zu kurz, aber ein richtig geniales Erlebnis! Alles war total locker und super durchorganisiert. Besonders schön war es auch, andere Kollegen zu treffen. Schade, dass der Tag so schnell vorbei ging!



EINWEISUNG FÜR DIE MOUNTAIN-CART-FAHRER.



DEN BERG HINAB, VORBEI AN KÜHEN, TRAKTOREN UND AUTOS - ALLE SIND HEIL ANGEKOMMEN.



MARINA SEIDEL, BUB-DE
Ich hatte eine super Zeit mit Kollegen, mit denen ich sonst selten in Kontakt komme, konnte Abläufe kennenlernen und neue Sichtweisen entdecken. Einfach klasse! UND: Trotz meiner Höhenangst habe ich die Wanderung über die löchrigen Wege tatsächlich überlebt. Wer hätte das gedacht? Es war ein wunderschöner Tag voller Spass, Begegnungen und kleiner persönlicher Erfolge!



NATUR PUR BEI DER KLAMMWANDERUNG.



TINA GANZ, BUL-CH
Ich empfinde es als tolles Geschenk, an einem Ausflug teilnehmen zu dürfen. Umso mehr habe ich mich darüber gefreut! Der Tag war super organisiert und für jeden war etwas dabei. Eine tolle Wertschätzung seitens des Arbeitgebers. Mein Highlight war, die Kolleginnen und Kollegen aus Deutschland kennenzulernen. Da wurde mir erst bewusst, wie gross und vielfältig wir sind.



MARIE-LOUISE AEPPLI, PERSONALRESTAURANT REGENSDORF
Der Jubilarenausflug war klasse: tolle Gespräche, neue Kontakte und gute Stimmung! Die vielen Begegnungen und das gemeinsame Lachen haben den Tag unvergesslich gemacht.



PROST AUF DAS JUBILÄUM.



GRUPPENBILD DER DIESJÄHRIGEN JUBILARINNEN UND JUBILARE.

KURZ & KNAPP

Die Namen der Jubilarinnen und Jubilare findest du künftig auf den SharePoint-Seiten des HR.

Jubilarinnen und Jubilare aus Deutschland (ab 2026 auch mit D.O.B. & Völk):

Jubilarinnen und Jubilare aus der Schweiz:

SCHON GEWUSST

KUNDEN BEGEISTERN

EVENTKALENDER 2026* DER ROBERT AEBI GRUPPE

Kultur stärken heisst für uns auch: mit unseren Kunden aktiv in den Dialog treten, Events schaffen Austausch, vertiefen Partnerschafen und ermöglichen neue Beziehungen. Zusammen machen wir das Jahr unserer Kunden besonders!

Änderungen vorbehalten - noch nicht alle Events sind terminiert, so zum Beispiel die Pro Days in 2026. Neue Daten bitte gerne ans Marketing senden.

DATUM	EVENTNAME	ORT	BUSINESS UNIT
09.01.	Neujahrsempfang	Deutschland, Regionalzentren der D.O.B. & Völk	**D.O.B. & Völk**
22.01.	Infratagung	Schweiz, Luzern	**BUB-CH**
28.-29.01.	BioGas Infotage	Deutschland, Ulm	**BUB-DE**
03.02.	Kundentage Erntetechnik	Deutschland, Zweibrücken	**D.O.B. & Völk**
19.-22.02.	Tier&Technik	Schweiz, St. Gallen	**BUL-CH**
24.-27. 02.	Regio Agrar	Deutschland, Augsburg	**D.O.B. & Völk**
26.02.-01.03.	Agrimesse	Schweiz, Thun	**BUL-CH**
27.-29.03.	Frühlingsausstellung Ersigen	Schweiz, Regionalzentrum Ersigen	**BUL-CH/BUB-CH**
14./15.04.	Asphalt Days / Fliegl	Mühldorf am Inn	**werwie**
16.-20.04.	Agrarschau Allgäu	Deutschland, Dietmannsried	**D.O.B. & Völk**
25.04.-03.05.	Bea	Schweiz, Bern	**BUL-CH**
04.-07.05.	IFAT	Deutschland, München	**BUB-DE (über Volvo)**
16.-17.05.	Weiach Historik, inkl. Fahrerclub- Ausscheidungen	Schweiz, Weiach	**BUB-CH**
29.05.	Tagung Baustoffkreislauf Schweiz	Schweiz,Bern	**BUB-CH**
30.-31.05.	Frühlingsausstellung Landquart	Schweiz, Regionalzentrum Landquart	**BUL-CH/BUB-CH**
06.-07.06.	Neueröffnung Rohr	Deutschland, Regionalzentrum Rohr	**D.O.B. & Völk**
16.-17-06.	Swiss Tunnel Congress	Schweiz, Luzern	**BUB-CH**
16.-19.06.	Swiss Public	Schweiz, Bern	**BUL-CH**
22.-23.06.	Volvo Days	Schweden, Eskilstuna	**BUB-CH/BUB-DE**
24.-26.06.	ÖGA	Schweiz, Bern	**BUL-CH/BUB-CH**
28.08.-01.09.	Karpfham	Deutschland, Bad Griesbach	**D.O.B. & Völk**
02.-05.09.	Steinexpo	Deutschland, Nieder-Ofleiden	**BUB-DE/BUB-CH (über Volvo und Epiroc)**
15.-18.09.	Galabau	Deutschland, Nürnberg	**BUB-DE**
02.10.	Fahrerclub Finale	Schweden	**BUB-CH/BUB-CH**
26.-30.11.	AGRAMA	Schweiz, Bern	**BUL-CH**
27.-30.12.	Jahresendausstellung	Schweiz, Regionalzentrum Landquart	**BUL-CH**

IMPRESSUM

Herausgeber: Robert Aebi AG,
Riedthofstrasse 100
8105 Regensdorf
Schweiz
V.i.S.d.P.: Cathrin Völz
Projektleitung: Anna-Maria Gruber

Chefredaktion: Sandra Beckmann (BECS)
Redaktion: Anna-Maria Gruber (AMGR),
Nicole Mahler (MANI),
Chantal Meier (MEC),
Elena Pidde (PIE),
Maya Steiger (MAST),
Anja Stein (STAN)

Fotos: Robert Aebi,
ensch-media
Gestaltung, Satz, Litographie: ensch-media,
Trier, Deutschland
Druck: ensch-media,
Trier, Deutschland
Horisberger,
Regensdorf, Schweiz