

«Stehenbleiben? – Lieber nicht!»

Neuer Schub für Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt: Thomas Busenhart (47) kandidiert offiziell an der 114. ordentlichen Generalversammlung 2024 vom 25. März 2024 für den leitenden Vorstand. Damit stellt sich dem Wirtschaftsverband ein engagierter Branchenkenner mit viel Erfahrung zur Verfügung. Falls gewählt, möchte er neben Know-how auch Tatkraft einbringen: «Ich diskutiere gerne – auch kontrovers. Aber dann will ich umsetzen ...!»

«Faire du sur place? – Plutôt pas!»

Un nouvel élan pour l'Association: Thomas Busenhart est le candidat officiel à l'élection au comité lors de la 114^e assemblée générale ordinaire du 25 mars 2024. C'est un connaisseur engagé du secteur, doté d'une grande expérience, qui se met à la disposition de notre Association économique. S'il est élu, il souhaite apporter non seulement son savoir-faire, mais aussi son dynamisme: «J'aime la discussion, même controversée. Mais après, je veux passer à l'action!»

Er kommt aus dem Handwerk, denkt ganzheitlich und trägt aktuell die Verantwortung für über 400 Mitarbeitende: Thomas Busenhart, CEO der Ferroflex Group AG, ist ein Manager mit Praxis- und Realbezug. Sein beruflicher Werdegang gibt einen echten Macher der Branche zu erkennen. Die Bereitschaft zur Mitarbeit im Vorstand von Swissavant stützt sich zum einen auf die Gewissheit, dass der Verband gut in Form ist. Darüber hinaus sagt er: «Die Welt dreht sich immer schneller. Da können wir am besten als starkes Branchenkollektiv mithalten und positiven Einfluss nehmen!» – Die *perspective* hat Thomas Busenhart zur persönlichen Kandidatur befragt.

Herr Busenhart, Sie sind privat und beruflich stark engagiert und wollen sich dennoch für den Wirtschaftsverband Swissavant Zeit nehmen. Was spricht Sie hier zusätzlich an?

Der Wirtschaftsverband ist als Impulsgeber und Dienstleister für unsere Branche unentbehrlich. Man hört gelegentlich, Verbände würden von KI abgelöst. Obschon digital affin, kann ich mir dies nicht vorstellen, wie man ein Branchenkollektiv «künstlich» organisieren und aktiv am Leben erhalten will. Das wird immer eine humane Intelligenz und ein persönliches Engagement brauchen. – Ja, und ich sehe auch, dass Swissavant als nationale Organisation gut aufgestellt ist. Wir brauchen ein starkes Miteinander, um heute wie morgen mithalten und unsere Position proaktiv gestalten zu können. Ich helfe gerne mit, wenn ich etwas beitragen kann.

Sie sehen Swissavant positiv. Gilt das auch für die Branche?

Durchaus! Der Schweizer Eisenwarenhandel ist von der Bauwirtschaft abhängig und hat deshalb ein starkes Zugpferd. Auch wenn der Bau in Zyklen verläuft, gebaut und renoviert wird immer. Allerdings ist vieles einem dynamischen Wandel unterworfen, und dieser geht rasch vor sich. Wir müssen die Veränderungen rechtzeitig erkennen und geschickt darauf reagieren. Dabei ist die Digitalisierung nur ein Teilbereich.

Issu de l'artisanat, Thomas Busenhart pense de manière globale et assume actuellement la responsabilité de plus de 400 collaborateurs. En tant que CEO de Ferroflex Group AG, ce manager tourné vers la pratique a le sens des réalités. Son parcours professionnel révèle un véritable homme d'action de la branche. Sa volonté de participer au comité de Swissavant s'appuie d'une part sur la certitude que l'Association est en bonne forme. En outre, il déclare: «Le monde tourne de plus en plus vite. C'est en tant que collectif fort de la branche que nous pouvons le mieux suivre le rythme et exercer une influence positive!» *perspective* a interrogé Thomas Busenhart au sujet de sa candidature.

Monsieur Busenhart, vous êtes très engagé dans votre vie privée et professionnelle, mais vous voulez quand même consacrer du temps à l'association économique Swissavant. Quel est pour vous l'attrait supplémentaire?

L'Association économique est indispensable en tant que source d'impulsions et prestataire de services pour notre branche. On entend parfois dire que les associations seront remplacées par l'IA. Malgré mes affinités avec le numérique, je ne peux pas m'imaginer organiser «artificiellement» un collectif de la branche et le maintenir activement en vie. Il faudra toujours une intelligence humaine et un engagement personnel. – Certes, je vois aussi que Swissavant est bien positionnée en tant qu'organisation nationale. Nous avons besoin d'une coopération forte pour tenir le coup aujourd'hui comme demain et façonner notre position de manière proactive. Je participerai volontiers si je peux apporter une contribution.

Vous avez une vision positive de l'Association. Vaut-elle aussi pour la branche?

Tout à fait! Le commerce suisse de la quincaillerie dépend du secteur de la construction et a donc une forte locomotive. Même si la construction évolue par cycles, on construit et on rénove toujours. Toutefois, beaucoup de choses sont soumises à des changements dynamiques, et ceux-ci sont rapides. Nous devons reconnaître les changements à temps et y réagir habilement. La numérisation n'est qu'un aspect de la question.

«Swissavant ist heute als nationale Branchenorganisation gut aufgestellt und als Impulsgeber und Dienstleister für unsere Branche unentbehrlich. Da sich die Welt immer schneller dreht, brauchen wir ein starkes Branchenkollektiv, um mithalten zu können.», so die Meinung von Thomas Busenhardt zum Wirtschaftsverband.

«Swissavant est aujourd'hui bien positionnée. En tant qu'organisation nationale elle est indispensable en tant que source d'impulsions et prestataire de services pour notre branche. Comme le monde tourne de plus en plus vite, nous avons besoin d'un collectif de branche fort pour pouvoir suivre le rythme», tel est l'avis de Thomas Busenhardt sur l'Association économique.



Weitere Veränderungen?

Die Kundenansprüche verändern sich auch. Wir müssen darauf mit neuen Dienstleistungen antworten, das Kundeninteresse immer wieder wecken und mit neuen Angeboten noch mehr Einsatz für unsere Kunden zeigen. Was die letzten 20 Jahre funktioniert hat, reicht heute schlicht nicht mehr. Unsere Branche hat sich bereits stark verändert und gezeigt, dass sie «Wandel» kann. Aber wir müssen dranbleiben – wachsam und vorausschauend!

D'autres changements?

Les exigences des clients évoluent aussi. Nous devons y répondre par de nouveaux services, éveiller sans cesse l'intérêt des clients et nous engager encore plus auprès d'eux en leur proposant de nouvelles offres. Ce qui a fonctionné ces 20 dernières années ne suffit tout simplement plus aujourd'hui. Notre secteur a déjà beaucoup évolué et a montré qu'il pouvait «changer». Mais nous devons rester vigilants, dans le coup et anticiper!

Der offizielle Kandidat für den Vorstand von Swissavant:

- Thomas Busenhardt (47), verheiratet, 2 Kinder
- Hobbys: Radsport, Squash, Laufen, Skifahren, Wandern, Reisen
- Lehre als Maurer, 10 Jahre Maurer und Akkordmaurer/Schaler in diversen Firmen
- Diverse Engagements im Schweizer Baustoff- und im Eisenwarenfachhandel mit zunehmender Fach- und Managementverantwortung (Einkauf/Verkauf)
- Diverse VR-Mandate und VR-Präsidi im Sektor Baumaterialien und Baustoffhandel
- Nebenämter (beruflich und privat) in Kommissionen, Verbänden, Ausschüssen und Vorständen
- Kaufmännische und betriebswirtschaftliche Aus- und Weiterbildungen bis zum EMBA (Executive Master of Business Administration – Masterarbeit: «E-Commerce und der Einfluss auf das Vertriebsmodell der Ferroflex Group AG»)
- Seit 2013 bei der Ferroflex Group AG – seit 2020 CEO der Ferroflex Group AG (Holdinggesellschaft, rund 400 Mitarbeitende an 11 Standorten)

Le candidat officiel au comité de Swissavant:

- Thomas Busenhardt (47), marié, 2 enfants
- Hobbys: cyclisme, squash, course à pied, ski, randonnée, voyages
- Apprentissage de maçon, 10 ans de maçonnerie et de maçonnerie à la pièce / coffreur dans différentes entreprises
- Divers engagements dans le commerce suisse de matériaux de construction et de quincaillerie, avec des responsabilités techniques et de gestion croissantes (achats/ventes)
- Divers mandats de membre ou de présidence de conseils d'administration dans le secteur du commerce des matériaux de construction
- Mandats annexes (professionnels et privés) dans des commissions, associations, comités et conseils d'administration
- Formations initiale et continues dans le commerce et la gestion d'entreprise jusqu'à l'EMBA (Executive Master of Business Administration – mémoire de master: «L'e-commerce et son influence sur le modèle commercial du Groupe Ferroflex SA»)
- Depuis 2013 au sein du Groupe Ferroflex SA, depuis 2020 en tant que CEO (société holding, environ 400 collaborateurs/collaboratrices sur 11 sites)

►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE



Foto: Christian Egelmaier

«Die Berufsbildung und damit die professionelle Ausbildung unserer Berufsjugend liegt mir besonders am Herzen, denn damit stellen wir die Zukunft und Wettbewerbsfähigkeit unserer Branchen sicher.», meint Thomas Busenhardt zu den Kernaufgaben eines nationalen Berufsverbandes.

«La formation professionnelle et donc celle de nos jeunes professionnels me tient particulièrement à cœur, car c'est ainsi que nous assurons façon l'avenir et la compétitivité de nos branches», estime Thomas Busenhardt à propos des tâches essentielles d'une association professionnelle nationale.

Können Sie das noch konkreter ausführen?

Bis vor zwei Jahrzehnten war das stationäre Geschäft – auch in unserer Gruppe – DIE Form des Marktauftritts. Heute geht es ohne Präsenz auf allen Kanälen kaum mehr. Wir brauchen die Unterstützung durch starke Marken und Lieferanten, den Kundenbesuch mit Problemlösungen vor Ort und eine digitale Vollversion aller unserer Leistungen für Menschen, die sich nicht im Laden beraten lassen wollen oder können. Also eine breit abgestützte Omnipräsenz im Markt, das meine ich mit Wandel.

Sie beschreiben sich als digital affin ... liegt das Heil am Ende doch noch in Bits und Bytes?

Nein! Agilität und Digitalisierung sind zwar wichtig und entsprechen dem Zeitgeist. Wir müssen aber allen Neuerungen gegenüber offen sein, sie prüfen und sinnvoll einsetzen. Dabei dürfen wir Bewährtes keinesfalls über Bord werfen. Und dazu zähle ich den direkten menschlichen Kontakt – sei es mit Kunden, sei es mit Branchenkollegen im Verband. Oder seien es traditionelle Werte wie Verlässlichkeit, Ehrlichkeit, Bereitschaft zu dienen.

Was wollen Sie im Falle einer Wahl in den Vorstand konkret einbringen?

Ich sehe mich nicht als Vertreter eines bestimmten Mitgliedersegments. Vielmehr will ich mich für die gemeinsame Sache, also für alle Branchenangelegenheiten, für sinnvolle Projekte und für bestmögliche Lösungen einsetzen. Also für unsere Mitglieder als Ganzes. Und zwar auch hier unter Beibehaltung von Bewährtem und Stabilem. Das Aufmischen und Verändern lediglich zur Eigenprofilierung ist nicht mein Stil. – Und zuallererst werde ich mich persönlich seriös in die aktuellen Themen einarbeiten.

Pouvez-vous développer ce point plus concrètement?

Il y a encore deux décennies, le commerce stationnaire – y compris dans notre groupe – était LA forme de présence sur le marché. Aujourd'hui, on ne peut plus guère se passer d'une présence sur tous les canaux. Nous avons besoin du soutien de marques et de fournisseurs forts, de nous rendre sur place chez les clients avec des solutions à leurs problèmes et d'une version numérique complète de toutes nos prestations pour les personnes qui ne veulent ou ne peuvent pas se faire conseiller en magasin. Donc une omniprésence largement soutenue sur le marché, c'est ce que j'entends par changement.

Vous dites avoir une affinité pour le numérique ... le salut réside-t-il finalement dans les bits et les octets?

Non! L'agilité et la numérisation sont certes importantes et correspondent à l'esprit de notre époque. Mais nous devons être ouverts à toutes les nouveautés, les examiner et les utiliser à bon escient. Nous ne devons en aucun cas jeter par-dessus bord ce qui a fait ses preuves. Et je compte parmi ces valeurs le contact humain direct, que ce soit avec les clients ou avec les collègues de la branche au sein de l'association. Ou encore les valeurs traditionnelles telles que la fiabilité, l'honnêteté et la volonté de servir.

Que voulez-vous apporter concrètement si vous êtes élu au comité?

Je ne me considère pas comme le représentant d'un segment particulier de membres. Je veux plutôt m'engager pour la cause commune, c'est-à-dire pour toutes les préoccupations de notre branche, pour des projets judicieux et pour les meilleures solutions possibles. Donc pour l'ensemble de nos membres. Et ce, là aussi, en conservant ce qui a fait ses preuves et qui est stable. Je ne suis pas du genre à bouleverser et à changer les choses uniquement pour me mettre en valeur. – Et avant tout, je vais me familiariser personnellement et sérieusement avec les sujets d'actualité.

Thomas Busenhart stellt fest:

«Trotz der omnipräsenten Digitalisierung und der dynamischen Transformation in unserer Gesellschaft dürfen wir traditionelle Werte wie Verlässlichkeit, Ehrlichkeit und die Bereitschaft zu dienen, keinesfalls über Bord werfen.»

Haben Sie eine persönliche USP?

(schmunzelt) Grundsätzlich will ich mir keine speziellen Stärken zusprechen. Ich möchte mit meiner persönlichen Erfahrung, mit Offenheit für Neues und mit Sinn für das Machbare zum Wohl unserer Branche beitragen. Der grosse Respekt für die Leistungen unserer Vorgänger gehört mit dazu. – Ein Schwerpunkt wird aber sicher die Berufsbildung sein: Unsere Gruppe betreut 42 Lernende in Detailhandel, Logistik und KV – inklusive 6 Praktikant*innen in der Buchhaltung. Hier bringe ich natürlich, wenn man so will, ein besonderes Interesse mit.

Dann mit Verlaub die Gegenfrage: Würden Sie eine Schwäche benennen wollen?

(schmunzelt) Ich diskutiere gerne zu Wegen und Lösungen – auch kontrovers. Wenn ein Konsens erreicht ist, will ich ihn aber auch umsetzen, und zwar meist zügig. Hier liesse sich allenfalls eine Schwäche verorten, die meine Mitarbeitenden mitunter vielleicht als «Ungeduld» beschreiben würden. Sie dient aber letztlich immer der Sache, nicht meiner Profilierung. Für mich gilt generell: Mitmachen gerne – aber stets mit Herzblut und im Sinne des Ganzen. Halbe Sachen liegen mir definitiv nicht!

Dann wünschen wir Ihnen gutes Gelingen – für die bevorstehende Wahl am 25. März 2024 und für die aktive Mitarbeit im Vorstand von Swissavant. Vielen Dank für das interessante Gespräch!

Mit Blick auf den Schweizer Absatzmarkt analysiert Thomas Busenhart: «Klar ist, dass sich die Kundenansprüche permanent verändern, und wir darauf mit immer neuen Dienstleistungen antworten müssen. Mit neuen attraktiven Angeboten und mehr Einsatz wecken wir das Kundeninteresse.»

Thomas Busenhart constata: «Malgré l'omniprésence de la numérisation et la transformation dynamique de notre société, nous ne devons en aucun cas jeter par-dessus bord les valeurs traditionnelles telles que la fiabilité, l'honnêteté, la volonté de servir.»

Avez-vous une proposition commerciale personnelle et unique?

(sourire) En principe, je ne veux pas m'attribuer de points forts particuliers. Je souhaite contribuer au bien-être de notre branche grâce à mon expérience personnelle, à mon ouverture à la nouveauté et à mon sens du réalisable. Le grand respect pour les prestations de nos prédécesseurs en fait partie. – Mais l'accent sera certainement mis sur la formation professionnelle: notre groupe forme 42 apprentis dans le commerce de détail, la logistique et comme employé de commerce – y compris 6 stagiaires dans la comptabilité. J'y porte naturellement, si l'on peut dire, un intérêt particulier.

Me permettriez vous une question: voudriez-vous nommer un point faible?

(sourire) J'aime discuter des moyens et des solutions, même de façon controversée. Mais une fois un consensus atteint, je veux aussi le mettre en œuvre, et en général vite. C'est là que l'on pourrait éventuellement trouver une faiblesse que mes collaborateurs qualifieraient parfois d'«impatience». Mais au final, elle sert toujours la cause, pas mon profil. Pour moi, la règle générale est la suivante: participer volontiers, mais toujours avec passion et dans l'intérêt de l'ensemble. Les demi-mesures ne me conviennent absolument pas!

Nous vous souhaitons donc bonne chance pour les prochaines élections du 25 mars 2024 et pour votre participation active au comité. Merci beaucoup pour cet entretien intéressant!

Thomas Busenhart analyse le marché suisse: «Il est clair que les exigences des clients changent constamment et que nous devons y répondre par de nouveaux services. Avec de nouvelles offres attrayantes et un engagement accru, nous éveillons l'intérêt des clients.»