



2009	
Monat	Jahr
01.01.	1,00
02.01.	1,00
03.01.	1,00
04.01.	1,00
05.01.	1,00
06.01.	1,00
07.01.	1,00
08.01.	1,00
09.01.	1,00
10.01.	1,00
11.01.	1,00
12.01.	1,00
13.01.	1,00
14.01.	1,00
15.01.	1,00
16.01.	1,00
17.01.	1,00
18.01.	1,00
19.01.	1,00
20.01.	1,00
21.01.	1,00
22.01.	1,00
23.01.	1,00
24.01.	1,00
25.01.	1,00
26.01.	1,00
27.01.	1,00
28.01.	1,00
29.01.	1,00
30.01.	1,00
31.01.	1,00
31.12.	1,00



24 STUNDEN MIT FREDI REUST, UNTERNEHMENSFÜHRUNG.

Fredi Reust engagiert sich für die Entwicklung und das Wachstum des Unternehmens Reust Gastro. Ihn feuert positive Kundenresonanz genauso an wie der Anspruch, immer wieder einen Schritt voraus zu sein.

Im Gegensatz zu seiner Crew arbeitet Fredi Reust meist während der normalen Arbeitszeiten im seinem Büro im ersten Stock mit Sicht auf die Gleise. Die Freude am Unternehmen und an den Menschen, mit denen er tagtäglich zu tun hat, motiviert den diplomierten Controller immer wieder, sein Bestes zu geben. Da bei war das Familienunternehmen gar nicht erste Wahl, als er nach der kaufmännischen Lehre die Jobsuche begann. Reust entschied sich zuerst für eine internationale Handelsfirma und bekam eine Anstellung im Rechnungswesen. Diese Tätigkeit war spannend und vielseitig. Sie führte ihn danach für zwei Jahre nach Korea. Ab 1988 wieder in der Schweiz, war Multitasking angesagt: Begleitend zu einer neuen Anstellung in einem Treuhandbüro absolvierte er eine fünfjährige Ausbildung zum Controller und begann den Vater im Betrieb zu unterstützen. «Eine sehr strenge und anspruchsvolle Zeit», sagt er heute rückblickend. Und doch bedeutungsvoll für seine Zukunft, weil er sich nach dem Diplom gegen eine weitere Festanstellung und für den Einstieg im Familienbetrieb entschied.

Faszination KMU

Sich in einem kleinen Betrieb den Herausforderungen der Zukunft zu stellen und Strategien zu erarbeiten, ist spannend. Wie geht man mit Wachstum und mehr Platzbedarf um? Wie schafft man den Spagat zwischen hohen Anforderungen an den Betrieb und die Konsequenzen des

Kostendrucks für soziale Aspekte und Umweltbelange? Wie kann man höchste Produktqualität möglichst kostengünstig anbieten? Die Erfolgsfaktoren sind die kurzen Entscheidungswege, die schnellen Anpassungsmöglichkeiten an die Marktbedingungen und die Effizienz. «Jeder einzelne Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin sind ein wichtiger Teil des Motors und jede Handlung wirkt sich direkt und schnell aus», bestätigt der Familienverantwortliche aus Erfahrung.

Echtes Erscheinungsbild

Die Zukunft sieht Fredi Reust im weiteren Aufbau von starken Partnerschaften. Ein Geben und Nehmen gegenüber Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern. Marketing und Kommunikation liegen dem jüngereren der beiden Reust-Brüder auch im Blut. Seit einigen Jahren investiert er in Marketing und gibt ein Kundenmagazin heraus. Mittlerweile haben die thematischen Aroma-Magazine eine Fangemeinde gefunden und werden sogar gesammelt. «Die Idee war, einen Kommunikationskreis zu schliessen: den Pilz-Lieferanten mit dem Food & Beverage-Direktor, den Rübli-Bauern mit dem Spitzenkoch besser bekannt zu machen. Und dazu aus unseren Reihen immer wieder eine Insider-Sicht zu geben», sagt er. Dieses Jahr kam die frische Website mit der neuen Positionierung «Ihr Aromalieferant» dazu und rundet das Konzept professionell ab.