

Kreativität, kombiniert mit Wirtschaftlichkeit



Bewies sich in einer vernachlässigten Branche: Adriana Meier-Pianegonda erreicht über den Verkauf im Internet Kunden in der ganzen Schweiz.

>> Trotz der steilen Karriere ihres Unternehmens Aha - Mode & Alles für die Handarbeit blieb sie stets mit den Füßen fest auf dem Boden. Der Erfolg der Unternehmerin und vierfachen Mutter Adriana Meier-Pianegonda bekräftigt ihre Geschäftsphilosophie: Weibliche Intuition, gepaart mit Kreativität und Innovationsgeist.

TEXT UND BILDER: ANITA GASSNER

>> «Sie sind die Lokomotive, die einen Zug von schweren Waggons vorwärts zieht. Doch Sie sind stets einen Schritt voraus», lobte einst ein Lieferant die kreativen Ideen der Unternehmerin aus Rhäzüns. Wenn sie etwas wolle, gehe sie mit dem Kopf durch die Wand, beschreibt sich Adriana Meier-Pianegonda selbst. Das tat sie auch vor genau sechs Jahren, als die gelernte Biologie-Laborantin am 19. August 1999 ihren Handarbeitsladen in Rhäzüns eröffnete und somit ihr Hobby zum

Beruf machte. Immer neue und kreative Geschäftsideen treiben die AHA-Chefin vorwärts: «Ich freue mich jeden Morgen auf meine Arbeit. Ich lebe von neuen Herausforderungen.»

Am Anfang stand der Kindheitstraum, einmal Handarbeitslehrerin zu werden: «Nie hätte ich mir einen anderen Beruf vorstellen können.» Ein Unfall und die Folgen einer Handverletzung zwangen sie jedoch dazu, einen anderen Beruf zu lernen. Das Handar-

beiten blieb ein Hobby. Sie nähte später die Kleider für ihre vier Kinder selbst und merkte bald, dass das Angebot an guten und günstigen Stoffen nicht optimal war. Und genau das wollte sie ändern.

Unternehmerin mit Durchhaltewillen

Der Weg zur Selbstständigkeit war jedoch beschwerlich und Unterstützung bekam sie nicht von überall. «Mein Mann stand aber immer voll und ganz hinter mir. Ohne ihn wäre ich nicht so weit gekommen.» Entgegen aller negativen Kommentare verschiedener Seiten und den ersten, schwierigen eineinhalb Jahren, blieb sie standhaft und blickte entschieden in die Zukunft. «Sicherlich gab es deprimierende Arbeitstage, wenn ich fast nichts verkaufte», blickt Meier-Pianegonda zurück. Ständig sucht sie nach neuen Herausforderungen und Ideen. Bisher liess sie ihr Innovationsgeist und ihre Kreativität nicht im Stich, was der Erfolg der letzten Jahre beweist. Nach einem hartnäckigen

Start lenkte die Anfrage einer Handarbeitslehrerin, die nach einer nähbaren Kunststoffolie suchte, das damals noch junge Unternehmen in neue Bahnen.

Verkaufsrenner Drachenhaut

Eine Firma aus Holland schickte ihr ein Muster einer Kunststoffolie. Das passierte versehentlich. «Zu diesem Zeitpunkt befanden sich nur 500 Kunden in meiner Kartei.» Nach unzähligen Verarbeitungsversuchen dieser Folie erwies sich das Material als zu hartnäckig, weil es nur schwer zu bearbeiten war. Es stellte sich jedoch heraus, dass das Material durch Wärme weicher wurde und plötzlich gut zu bearbeiten war.

Heute näht Meier-Pianegonda aus der sogenannten Drachenhaut Diverses: CD-Hüllen, Etuis, Portemonnaies, Handtaschen, Rucksäcke, Tischsets, ja selbst mit einem Drahtgeflecht verstärkte Früchteschalen. «Alles dies kann man in meinen Kursen selbst herstellen. Die Resultate erstaunen mich immer wieder von Neuem.» Jede Frau gehe mit einer einzigartigen, individuell gestalteten Tasche aus ihren Kursen, erzählt die Powerfrau in einer energischen Art. «Der Name Drachenhaut entstand durch Zufall, während einer Diskussion nachts um zwölf». Ganz unerwartet wurde die Drachenhaut zum Verkaufsschlager. «Mein Mann und ich konnten die vielen Anfragen kaum mehr bewältigen.»

Strotzt vor Arbeitslust: Adriana Meier-Pianegonda wurde im Oktober 2004 Neuunternehmerin des Monats.



Im Sommer 2001 kaufte die AHA-Chefin nach dem Konkurs des renommierten Lana-Versands in Klingnau (Aargau) das ganze Konkursmaterial auf. Dann führte eines zum anderen. Die Flut an Kundschaft verlangte nach Veränderungen. Heute beschäftigt Adriana Meier-Pianegonda in ihrem Unternehmen neun Angestellte, darunter drei Lehrlinge. Im Jahr 2003 bezogen sie und ihr Team das neue Ladenlokal in Rhäzüns, das bald wieder aus allen Nähten platzt. In Ilanz

eröffnete man deshalb eine Filiale, wo, genau wie in Rhäzüns, verschiedene Kurse angeboten werden.

Kreativ, aber wirtschaftlich

Heute hat AHA 6000 Kunden in der Kartei. Ein Grossteil der Kundschaft nutzt den Versand über das Internet. Rund 16 000 Besuche pro Monat auf der Homepage sprechen für sich. Im Schnitt verschickt AHA rund 20 Päcklein pro Tag. «Das freut natürlich die Post in Rhäzüns.» Im Angebot ist ein breites Sortiment an Stoffen, Wolle, Garn, Drachenhaut und Mercerie (Knöpfe, Faden, Nadeln, usw.). Einfach alles, was man für das textile Werken und die kreative Freizeitgestaltung braucht. Der Versand über das Internet hat sich als optimale Geschäftsidee bewiesen. «Das Angebot auf unserer Homepage liegt aber auch der Konkurrenz offen», bemerkt Meier-Pianegonda. Deshalb müsse man der Konkurrenz immer einen Schritt voraus sein und die Augen stets offen halten für neue Geschäftsideen: «Eine gesunde Mischung aus Kreativität und Wirtschaftlichkeit; das ist es, was unser Unternehmen vorantreibt». Um die neuen Ideen an die Frau - 100 Prozent der Kunden sind Frauen -, zu bringen, sei es wichtig, immer an Bekanntem anzuknüpfen. So beschreibt Meier-Pianegonda auch ihre Geschäftsphilosophie: «Bestehendes mit Neuem kombinieren, das hat sich bisher am meisten bewährt.»



Drachenhaut macht kreativ: Aus der «Erfindung» von Adriana Meier-Pianegonda entstehen in den Kursen regelmässig persönliche Kunstwerke.