

Pionier ohne Angst vor (Sprach-)Grenzen

Vor 25 Jahren eröffnete Kurt Krummenacher seine Agentur für Sprachaufenthalte – Boa Lingua. Initiiert wurde die Firmengründung durch einen eigenen Bedarf, der damals nicht gedeckt werden konnte.

Kurt Krummenacher, wie kamen Sie darauf, eine Sprachreiseagentur zu eröffnen?

Kurt Krummenacher: Ich lernte einst Bankkaufmann und ging anschliessend auf Reisen. Dazu gehörte auch der Plan, einen Sprachaufenthalt in Mexiko zu machen. Vor 25 Jahren ein Ding der Unmöglichkeit, niemand in der Schweiz hatte die Kontakte, geschweige denn bot so etwas an. Also organisierte ich meinen Aufenthalt selbst, knüpfte Beziehungen zu lokalen Sprachschulen. Die Resultate daraus: Nach meiner Rückkehr in die Schweiz eröffnete ich als One-Man-Show meine eigene Sprachreise-Agentur!

Wo waren Sie bei der Eröffnung domiziliert?

KK: Nicht weit weg vom jetzigen Boa-Lingua-Hauptsitz, in einem 25 Quadratmeter grossen Büro in Zug. Ich kaufte mir für 3000 Franken einen Occasion-Commodore-Computer, 1989 das Mass der PC-Dinge. So legte ich mit wenig Mitteln, aber viel Enthusiasmus los.

Als Novize der Branche konnten Sie ja kaum anerkannte Sprachschulen, Internet gabs auch nicht. Wie fanden Sie Ihre Geschäftspartner weltweit?

KK: Ich habe vor der Geschäftseröffnung während Wochen Sprachschulen in ganz Europa und Übersee besucht. Ich brauchte den Überblick über das entsprechende Angebot. So konnte ich Zug um Zug ein Portfolio zusammenzustellen. Bei internationalen Brancheworkshops habe ich mir die nötigen weiteren Informationen geholt.

Wie akquirierten Sie Ihre ersten Kunden? Was waren die Werbekanäle?

KK: Zu Beginn funktionierte es mit der klassischen Mund-zu-Mund-Propaganda. Dazu kam mein berufliches Netzwerk aus meiner Bankzeit. Es war die Zeit der Hochblüte der Printwerbung! Im legendären «Musenalp-Express» platzierte ich grossflächig Werbung. Dazu kamen Berichte in den Medien zu unserer Firma: Das für die Zeit exotische Geschäftsmodell und der spezielle Name Boa Lingua weckten Neugier.

Die Firmenentwicklung verlief sicher nicht linear, welche Schwierigkeiten begleiteten die ersten Jahre?

KK: Ich musste mich zuerst in meiner Rolle als Kleinstunternehmer finden. So brauchte es seine Zeit, um festzustellen, dass ein Businessplan kein starres Gebilde, sondern etwas Dynamisches ist! Schnell merkte ich auch, dass Buchhaltung keine grosse Leiden-



Unternehmer und Visionär: Kurt Krummenacher, Gründer und CEO von Boa Lingua.

schaft von mir ist und diese Arbeit möglichst schnell ausgelagert werden sollte ... Auch die Führung von Mitarbeitenden war eine grosse Herausforderung: Ich hatte zwar Führungserfahrung, dennoch sind die Tonalität und der generelle Umgang mit Angestellten anders, wenn man eine Firma besitzt, im Vergleich zur reinen Vorgesetztenposition.

Der Aufbau einer Firma verursacht Kompromisse im Privatleben, wo müssen Sie solche eingehen?

KK: Der Aufbau war sehr zeitintensiv! Die Ferien wurden oftmals durch Besuche bei Partnerschulen ersetzt, um so möglichst schnell ein breites Angebot aufstellen zu können. Mein Motorrad,

das ich mir mit Begeisterung vor Jahren gekauft hatte, setzte Staub an in der Garage, und auch das einst gepflegte Saxofonspiel ist dem Aufbau zum Opfer gefallen ...

Wann kam der grosse Wachstumsschub zu Ihrer jetzigen Firmenstruktur?

KK: Das lässt sich ziemlich genau am Aufkommen des Internets anbinden. Wir waren 1998 eine der ersten Firmen unseres Bereichs mit einem Auftritt auf diesem Medium, das reihum noch als Eintagsfliege bezeichnet wurde ... Ab dem Jahr 2000 eröffneten wir quasi im Jahresrhythmus Filialen in der Schweiz.

Die Art der Kommunikation hat sich auch in Ihrer Branche

völlig verändert!

KK: Richtig, früher war die Grösse des Inserates massgebend für die Anzahl Kunden, die man generiert. Heute ist eine intensive Präsenz auf allen klassischen und Social-Media-Kanälen unabdingbar. Wir beschäftigen eine Mitarbeiterin, die für die Pflege von Facebook, Twitter und Instagram sowie unseren regelmässigen Blog verantwortlich ist.

Wo sehen Sie die weiteren Wachstumschancen?

KK: Prioritär ist die Festigung unserer Position in den bisherigen Märkten. Dazu gehört auch unsere erste Auslandpräsenz in Frankreich. In den nächsten Jahren werden wir unseren Blick aber auch aufs restliche Europa richten.

Haben Sie in Ihrem Portfolio eine Herzblut-Destination?

KK: Da kommt mir Cartagena in Kolumbien in den Sinn. Die dortige Sprachschule wurde von Nachfahren ausgewanderter Textilarbeiter aus der Schweiz gegründet. Ich lernte die Eigentümerin kennen, nahm Unterricht in der aus zwei Klassenräumen bestehenden Schule. Ich war begeistert! Nach einer von uns vorgeschlagenen Anpassung der Örtlichkeiten nahmen wir die Schule in unser Angebot auf und konnten beobachten, wie die Institution immer erfolgreicher wurde. Da hängt mein Herz drin!

«Schöne Sprache»

Boa Lingua, «schöne Sprache» auf Portugiesisch, wurde vor 25 Jahren von Kurt Krummenacher gegründet. Das Unternehmen bietet weltweit Sprachaufenthalte an. Über 250 Sprachschulen in 30 Ländern umfasst das aktuelle Portfolio. 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind für das Unternehmen an 10 Standorten in der Schweiz und in zwei Filialen in Frankreich tätig. Die Firma ist dem Garantiefonds der Schweizer Reisebranche angeschlossen. Bereits fünfmal wurde Boa Lingua mit der begehrtesten Auszeichnung der Branche, dem STM Award, als «Beste Sprachreiseagentur Europas» ausgezeichnet. **ahy**

www.boalingua.ch

Firmeneigentümer sind dem Gerücht nach «immer im Büro»: Wie gestalten Sie Ihre Work-Life-Balance?

KK: Ich bin ein Bewegungsmensch und treibe somit regelmässig Sport. Dies kann auch gerne eine Joggingrunde über den Mittag sein. Biken in den Bergen und Windsurfen gehören zu meinen weiteren Hobbys. Mit Freunden und der Familie kann ich sehr gut Energie tanken.

Interview Andréas Härry