

SPECIAL

 **EY Entrepreneur
Of The Year™**



Otto Hofstetter:

Ostschweizer gewinnt EY- Unternehmerpreis

Seite 14

Viktor Calabrò:

Mit der STAFF FINDER AG auf Erfolgskurs

Seite 28



MASERATI

AUTOZENTRUM WEST www.maserati-west.ch
Piccardstrasse 1 • 9015 St. Gallen • Tel. 071 311 66 66



*«EY Entrepreneur
Of The Year 2014»
kürt nur wenige
Gewinner sind alle
unsere Kunden.*

*Im Unternehmen stellen sich viele Herausforderungen.
Unsere Vorsorge passt sich an.*

Vorsorgen mit Swiss Life bietet mehr:
höchste Flexibilität und Sicherheit mit der umfassendsten
Palette an Vorsorgelösungen. Testen Sie uns in einem
persönlichen Beratungsgespräch. www.swisslife.ch/kmu

Swiss Life ist Sponsorin von «EY Entrepreneur Of The Year».


SwissLife
So fängt Zukunft an.



«Primus inter pares»

Unternehmerinnen und Unternehmer sind engagierte Leute. Wenn sie langfristig Erfolg haben möchten, dann müssen sie sich an verschiedenen Fronten immer wieder von neuem bewähren, gegen innen ebenso wie gegen aussen. Der Wettbewerb – national und oft international – hält sie auf Trab.

Der Erfolg des Unternehmens ist den Verantwortlichen sicher Motivator. Ansporn mag auch die gesellschaftliche Anerkennung sein. Ein Höhepunkt in jeder Unternehmer-Karriere ist aber zweifellos dann erreicht, wenn die Business-Community eine oder einen der Ihren auszeichnet. Genau das macht die unabhängige und kompetente Jury des «Entrepreneur of the year»-Wettbewerbs Jahr für Jahr, und das bereits zum 17. Mal.

Die für den Unternehmerpreis nominierte Finalistin und die zahlreicheren Finalisten, die hier vorgestellt werden, haben diesen Höhepunkt bereits erreicht. Dazu beglückwünsche ich Sie ausdrücklich und ich wünsche Ihnen weiterhin viel Energie und den verdienten Erfolg. Sie alle haben Ausserordentliches geleistet und sich einen Namen gemacht.

Sicher möchte jede und jeder Nominierte am Schluss gerne auf dem obersten Podest stehen. Aber schliesslich wird nur einer den Titel «Entrepreneur of the year» für sich gewinnen können. Die Jury, die in den verschiedenen Bereichen den «Primus inter pares» küren muss, übernimmt hier eine schwierige Aufgabe. Und das erst noch mit dem Bewusstsein, dass sich hinter den diesjährigen Finalisten bereits neue Anwärterinnen und Anwärter für das nächste Jahr einreihen.

Johann N. Schneider-Ammann
Bundesrat

Ein grosser Augenblick, der den Besten gehört: den Siegern des EY Entrepreneur Of The Year™ 2014

Mit ihrem Ideenreichtum und ihrem grossen unternehmerischen Erfolg haben sie eine unabhängige Jury tief beeindruckt – die Sieger des Unternehmerwettbewerbs **EY Entrepreneur Of The Year™ 2014:**

Viktor Calabrò, STAFF FINDER AG, in der Kategorie Emerging Entrepreneur

Otto Hofstetter, Otto Hofstetter AG, in der Kategorie Industrie/High-Tech/Life Sciences

Beat und Martin Jucker, Jucker Farm AG, in der Kategorie Dienstleistung/Handel

Hans R. und Thomas H. Rüegg, Baumann Federn AG, in der Kategorie Family Business

EY gratuliert den Gewinnern ganz herzlich!

www.ey.com/ch/eoy



 **EY Entrepreneur Of The Year™**

2014 Switzerland

PROGRAMMPARTNER

 CREDIT SUISSE

SPONSOREN

 **amag**  **CLS COMMUNICATION**

 *H. Moser & Cie.*  **SWISS**

 **SwissLife**


EY
Building a better
working world



Einzigartige Wettbewerbsfähigkeit

Seit 17 Jahren vergibt Ernst & Young – kurz EY – auch in der Schweiz den «Entrepreneur Of The Year»-Award. In diesem Jahr haben sich 33 Unternehmerinnen und Unternehmer für die Teilnahme qualifiziert. Bereits seit dem 10. September stehen eine Finalistin und acht Finalisten für den «Swiss Entrepreneur Of The Year 2014 Award» in den drei Kategorien «Dienstleistung/Handel», «Emerging Enterprises» und «Industrie/High-Tech/Life-Sciences» fest. Auch dieses Jahr wurde zudem ein Familienunternehmen ausgezeichnet, das in mindestens dritter Generation von einem Mitglied der Familie aktiv geführt wird.

Am 24. Oktober 2014 erfuhren wir in St.Gallen an einem hochkarätigen Anlass im Stadttheater, welchen Unternehmern der begehrte Preis verliehen wurde. Dass es letztlich auch eine Ostschweizer Firma auf den obersten Podestplatz geschafft hat, freut mich natürlich besonders.

Alle nominierten Persönlichkeiten werden für ihre herausragenden Leistungen gewürdigt, die sie täglich im öffentlichen Interesse erbringen. Dadurch stehen sie für kurze Zeit im wohlverdienten Rampenlicht. Sie tun dies auch stellvertretend für die vielen Unternehmerinnen und Unternehmer in der Schweiz, die nicht am Wettbewerb teilnehmen konnten und trotzdem einen Finalplatz verdient hätten. Nicht umsonst wurde die Schweizer Wirtschaft erst neulich wieder für die einzigartige Wettbewerbsfähigkeit ausgezeichnet.

Regierungsrat Benedikt Würth

Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartementes des Kantons St.Gallen



SPECIAL zum EY Entrepreneur Of The Year® 2014

Impressum

Magazin LEADER, MetroComm AG, Bahnhofstrasse 8, 9001 St.Gallen, Telefon 071 272 80 50, Fax 071 272 80 51, leader@metrocomm.ch, www.leaderonline.ch | Verleger: Natal Schnetzer | Redaktion: Marcel Baumgartner (Leitung), baumgartner@insom.ch | Fotografie: Bodo Rüedi | Geschäftsleitung: Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | Anzeigenleitung: Martin Schwizer, mshwizer@metrocomm.ch | Marketingservice/Aboverwaltung: Verena Zäch, info@metrocomm.ch | Abopreis: Fr. 60.– für 18 Ausgaben | Erscheinung: Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben | Gestaltung: Tammy Rühli, trueli@metrocomm.ch | Druck: Ostschweiz Druck AG, 9300 Wittenbach | LEADER ist ein beim Institut für geistiges Eigentum eingetragenes Markenzeichen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. ISSN 1660-2757



International war die Ostschweiz schon immer. Dank uns aber **noch etwas mehr.**



Die St.GallenBodenseeArea bringt Unternehmen in die Ostschweiz.

Im Auftrag der Kantone St.Gallen, Thurgau und beider Appenzell betreiben wir die internationale Standortpromotion und Ansiedlungsunterstützung für den drittgrössten Wirtschaftsraum der Schweiz, unsere Ostschweiz. Wir positionieren unsere Region in ausgewählten Märkten und akquirieren internationale Unternehmen, die hier Arbeitsplätze schaffen. Damit tragen wir aktiv zur dynamischen Entwicklung unserer Wirtschaft und zum Erhalt und Ausbau von Arbeitsplätzen bei.

St.GallenBodenseeArea

Davidstrasse 35
CH-9001 St. Gallen | Switzerland

Telefon +41 58 229 64 64
invest@sgba.ch | www.sgba.ch





EY Entrepreneur Of The Year 2014

Das sind die Gewinner im Überblick

Seite 8

- | | |
|---|---|
| <p>10 Unternehmerprogramm mit einer globalen Dimension
Bestätigung für das unternehmerische Wirken</p> | <p>36 Patrick Burkhalter, Ergon Informatik AG
«Wir bieten keine, Fließband-Informatik»</p> |
| <p>12 Heinrich Christen, EY
«Ohne Willen baut man kaum ein Siegerunternehmen auf»</p> | <p>40 Helene Niedhart, CAT Aviation AG
In drei Tagen um die Welt</p> |
| <p>14 Otto Hofstetter, Otto Hofstetter AG
«Die Anzahl ernstzunehmender Mitbewerber ist bescheiden»</p> | <p>44 Thomas H. und Hans R. Rüegg, Baumann Federn AG
An die Spitze und noch weiter</p> |
| <p>18 Beat Guhl, Sky-Frame
Aussicht auf mehr</p> | <p>47 Elgar Fleisch, Universität St. Gallen und ETH Zürich
«Stringent und transparent geführter Prozess»</p> |
| <p>22 Thomas Würsch, CP Pumpen AG
Dem Zeitgeist stets einen Schritt voraus sein</p> | <p>52 Bernhard Alpstaeg, Swisspor Management AG
«Die Schweizermacher»</p> |
| <p>24 Tobias Häckermann, Sherpany/Agilentia AG
Aus Aktionären Fans mit Verantwortung machen</p> | <p>57 Hans Huber, «Master Entrepreneur 2013»
Beharrlichkeit, Disziplin und ein Gefühl für Märkte</p> |
| <p>28 Viktor Calabrò, STAFF FINDER
Ausgezeichnet in der Kategorie «Emerging Entrepreneur»</p> | <p>61 Christoph Tobler, Sefar Holding AG
Nachhaltige Kompromisse suchen</p> |
| <p>32 Martin und Beat Jucker, Jucker Farm AG
«Es reicht, wenn man der Beste ist»</p> | <p>65 Jan Schoch, Leonteq AG
Der Finanzkrise getrotzt</p> |
| <p>35 Alain Borle, Pac Team Group
«Ein schönes Display hebt den Wert zusätzlich»</p> | |

EY Entrepreneur Of The Year 2014: Das sind die Gewinner

33 Unternehmerinnen und Unternehmer haben sich 2014 für die Teilnahme in der Schweiz qualifiziert. Im September 2014 hat die Jury schliesslich die Finalisten bekanntgegeben, welche sich Chancen auf einen Sieg in den vier einzelnen Kategorien ausrechnen konnten. Seit dem 24. Oktober ist klar, wer sich in die Liste der bereits durch EY Schweiz als «Beste der Besten» Gewürdigten einreihen kann. Die Gala zur Preisverleihung fand in St.Gallen vor mehreren hundert Gästen aus Wirtschaft, Politik und Kultur statt. Eine Auszeichnung ging denn auch gleich in die Ostschweiz.

Text: Marcel Baumgartner/EY Schweiz Bild: EY Schweiz

Seit 1998 führt EY Schweiz den EY Entrepreneur Of The Year-Wettbewerb durch. Er ist Teil eines weltumspannenden Programms für Unternehmerinnen und Unternehmer und wird von EY global in mehr als 145 Städten und über 60 Ländern ausgerichtet. 33 Unternehmerinnen und Unternehmer haben sich 2014 für die Teilnahme in der Schweiz qualifiziert. Am 10. September 2014 hat die Jury die Finalisten der einzelnen Kategorien bekanntgegeben. Nun steht fest, wer den Preis zu sich nachhause beziehungsweise ins Unternehmen mitnehmen kann.

Als einzige Organisation führt EY einen Wettbewerb für Entrepreneurs weltweit nach einheitlichen Kriterien durch.

Kategorie «Dienstleistung/Handel»

In der Kategorie «Dienstleistung/Handel» konnten sich Martin und Beat Jucker von der Jucker Farm AG durchsetzen. Ihr Konzept von Erlebnisbauernhöfen in Seegräben und Jona überzeugte die Jury. Jährlich setzen sie mit ihren rund 150 Mitarbeitenden in den eigenen rustikalen Eventlokalitäten über 500 massgeschneiderte Events und Seminare für Firmen und Private um.

Ebenfalls nominiert waren:

- Patrick Burkhalter von der Ergon Informatik AG in Zürich, Informationstechnologie, 187 Berater.
- Alain Borle von der Pac Team Group in Le Mont-sur-Lausanne, POS-Design und -Bauten, 430 Mitarbeitende

- Helene Niedhart von der Cat Aviation AG in Kloten, Luftverkehr 55 Berater

Kategorie «Emerging Entrepreneur»:

Der Gewinner in der Kategorie «Emerging Entrepreneur» heisst Viktor Calabrò. Seine STAFF FINDER AG in Zürich beschäftigt mittlerweile rund 26 Mitarbeitende. STAFF FINDER ist die erste vollautomatische Personalverleih-Plattform. Die Online-Dienstleistung ist absolut einzigartig und erlaubt es, Personalengpässe rund um die Uhr innert 4 Stunden zu decken.

Ebenfalls nominiert war:

- Tobias Häckermann von der Agilentia AG/Sherpany AG in Zürich, Informationstechnologie, 20 Mitarbeitende

Kategorie «Industrie/High-Tech/Life-Sciences»:

Die Auszeichnung in der Kategorie «Industrie/High-Tech/Life-Sciences» geht an Otto Hofstetter von der Otto Hofstetter AG in Uznach, welche 185 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Das Unternehmen produziert Spritzgiesswerkzeuge zur Herstellung von hochwertigen Kunststoffverpackungen. Die Hauptanwendungsgebiete der Werkzeuge sind PET-Preforms, Dünnwandverpackungen, Kartuschen und Gärtnerartikel.

Ebenfalls nominiert waren:

- Beat Guhl von der Sky-Frame AG in Frauenfeld, Fensterbau, 112 Mitarbeitende
- Thomas Würsch von der CP Pumpen AG in Zofingen, Batterien, Pumpen, 60 Mitarbeitende



Family Business

2014 wurde ausserdem erneut ein Award in der Kategorie «Family Business» verliehen. Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie jeweils Familienunternehmer, die ihr Unternehmen seit mindestens drei Generationen aktiv führen. Heuer geht der Preis an Thomas H. und Hans. R. Rüegg von der Baumann Federn AG in Ermenswil.

Die Jury

Die qualifizierte, unabhängige Jury des EY Entrepreneur Of The Year-Wettbewerbs bestand 2014 aus Bernhard Alpstaeg, swisspor Management AG, Patron und Entrepreneur Of The Year 2007; Dr. Riccardo Braglia, Helsinn Holding SA, CEO und Entrepreneur Of The Year 2012; Brigitte Breisacher, Alpnach Holding AG, CEO und Delegierte des Verwaltungsrates; Claude R. Cornaz, Vetropack Holding AG, CEO und Entrepreneur Of The Year 2012; Dr. Beat Curti, Unternehmer; Prof. Dr. Elgar Fleisch, Universität St.Gallen und ETH Zürich, Professor für Informations- und Technologiemanagement; Dr. Paul J. Hälg, Dätwyler Holding AG, CEO; Karin Keller-Sutter, Ständerätin; Pierre-Alain Schnegg, SolvAxis S.A., Entrepreneur Of The Year 2004; Sébastien Tondeur, MCI Group Holding SA, Entrepreneur Of The Year 2011; Prof. Dr. Thomas Zellweger, Universität St.Gallen, Direktor Center for Family Business.

Ein Wettbewerb mit Weltformat

Als einzige Organisation führt EY einen Wettbewerb für Entrepreneurs weltweit nach einheitlichen Kriterien durch. Rund 10 000 Unternehmerinnen und Unternehmer bewerben sich jedes Jahr in über 60 Ländern um den begehrten Titel EY Entrepreneur Of The Year. Zudem kürt im Frühsommer des Folgejahres eine unabhängige Jury jeweils den EY World Entrepreneur Of The Year in Monte Carlo. Jan Schoch, CEO von Leonteq Securities AG, trat 2014 für die Schweiz an und Markus Kaiser, Kaiser

AG, repräsentierte das Fürstentum Liechtenstein. Der nationale Wettbewerb wurde in der Schweiz 2014 bereits zum 17. Mal durchgeführt. Exklusive Programmpartnerin ist die Credit Suisse. Als Sponsoren engagieren sich AMAG, CLS Communication, Swiss Life, die Uhrenmanufaktur H. Moser & Cie. und SWISS.

Über die globale EY-Organisation

Die globale EY-Organisation ist eine Marktführerin in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Rechtsberatung sowie in den Advisory Services. Wir fördern mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Dienstleistungen weltweit die Zuversicht und die Vertrauensbildung in die Finanzmärkte und die Volkswirtschaften. Für diese Herausforderung sind wir dank gut ausgebildeter Mitarbeitender, starker Teams sowie ausgezeichneten Dienstleistungen und Kundenbeziehungen bestens gerüstet. Building a better working world: Unser globales Versprechen ist es, gewinnbringend den Fortschritt voranzutreiben – für unsere Mitarbeitenden, unsere Kunden und die Gesellschaft.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Kunden. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website: www.ey.com.

Die EY-Organisation ist in der Schweiz durch die Ernst & Young AG, Basel, an zehn Standorten sowie in Liechtenstein durch die Ernst & Young AG, Vaduz, vertreten.

Bestätigung für das unternehmerische Wirken

Die Auszeichnung «EY Entrepreneur Of The Year» wird in der Schweiz und weltweit in über 50 Ländern gewählt. Wir sind stolz darauf, dass Entrepreneur Of The Year das einzige Unternehmerprogramm mit einer globalen Dimension ist.

Text und Bild: EY Schweiz

*Die Gewinner 2013 v.l.:
Christoph Tobler,
Jan Schoch, Hans Huber,
Kadir & Deniz Ugur,
Rolf Sonderegger*

Allem voran ist der Titel Entrepreneur Of The Year eine einzigartige Würdigung Ihres unternehmerischen Schaffens. Sie hat ihren offensichtlichsten Ausdruck im weltweit anerkannten Award. Der Gewinn des Titels verhilft Ihnen zudem zu nationaler Medienpräsenz. Die Finalistinnen und Finalisten des jährlichen Wettbewerbs werden anlässlich

der Award Night persönlich und mit einem eigenen Kurzporträt dem Publikum vorgestellt.

Im Zentrum der Aufmerksamkeit

Programmpartner und Hauptsponsor ist die Credit Suisse. Weitere Sponsoren unterstützen das Programm mit Sachwerten und Überraschungen für die



Gewinner. Als Finalistin oder Finalist werden Sie an der nationalen «Award Night» im Oktober gewürdigt und dem Publikum und den Medien vorgestellt. Als Siegerin oder Sieger einer Kategorie stehen Sie im Zentrum der Aufmerksamkeit. Medien und Öffentlichkeit werden Sie besser kennenlernen wollen. Die Entrepreneurs Of The Year erleben ein Jahr, das sie für Kontakte auf allen Ebenen nutzen können. Zum Beispiel, wenn Sie als unsere Gäste in Palm Springs die US-amerikanische Preisverleihung hautnah miterleben. Aus den Landessiegern der Welt kürt im Frühsommer des Folgejahres eine unabhängige Jury jeweils den World Entrepreneur Of The Year in Monte Carlo. Uday Kotak von der Kotak Mahindra Bank aus Indien gewann den begehrten Titel 2014. Dieser weltweite Wettbewerb ist einmalig. Alle für den World Entrepreneur Of The Year vorgeschlagenen Unternehmerinnen und Unternehmer werden in die Hall of Fame der besten Unternehmer der Welt aufgenommen. Des Weiteren werden verschiedene interessante Alumni-Programme und Veranstaltungen durchgeführt.

Aus den Landessiegern der Welt kürt im Frühsommer des Folgejahres eine unabhängige Jury jeweils den World Entrepreneur Of The Year in Monte Carlo.

Zulassung zum Wettbewerb

Bevor es aber überhaupt soweit kommen kann, gilt es eine erste Hürde zu nehmen: die Zulassung zum Wettbewerb. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer müssen Kriterien erfüllen, die sich gezielt an unternehmerischen Realitäten orientieren. Damit ist bereits mit der Zulassung zum Wettbewerb eine erste Bestätigung für unternehmerisches Wirken im besten Sinne erreicht.

In der Schweiz spürt EY seit 1998 erfolgreiche Unternehmer auf, die aus allen Sektoren und Branchen, Regionen und Märkten kommen. Sie sind mutig, innovativ und risikobereit, verlässlich, verbindlich und stark, d.h. sie sind das Rückgrat der Schweizer Volkswirtschaft.

Acht gute Gründe für die Teilnahme

- Öffentliche Anerkennung der persönlichen unternehmerischen Leistung
- Imagegewinn und Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Erhöhte Medienpräsenz
- Wertvoller Kompetenz- und Strategiecheck durch eine unabhängige Jury
- Zugang zum weltweitem EOY Netzwerk von Unternehmer und Unternehmerinnen
- Mitarbeitermotivation
- Teilnahme an diversen Alumni-Programmen
- Attraktive Preise



Nominierungskriterien

Wer Entrepreneur Of The Year wird, gehört zu den besten Unternehmerinnen und Unternehmern der Welt. Das Potenzial dazu bestätigt bereits die Nominierung. Sie wird öffentlich bekannt gemacht.

1. Der Entrepreneur trägt die Verantwortung für das Unternehmen.
2. Der Entrepreneur hat eine aktive Position im Unternehmen. Er/sie hält einen nennenswerten Anteil am Unternehmen, ist Teil des Managements und massgeblich für das Wachstum in den letzten Jahren verantwortlich.
3. Der Unternehmenssitz ist in der Schweiz.
4. Im Jahr 2011 waren mindestens 40 Mitarbeitende beschäftigt (Emerging Entrepreneur: fünf Mitarbeitende).
5. Das Unternehmen besteht seit mindestens acht Jahren (Emerging Entrepreneur: zwei Jahre).
6. Minimal werden CHF zehn Millionen Umsatz im Jahr erzielt (Emerging Entrepreneur: CHF eine Million).
7. Family Business: mindestens 3. Generation aktiv in der Führung des Unternehmens

Die Kategorien

- Industrie/High-Tech/Life Science
- Dienstleistung/Handel
- Emerging Entrepreneur
- Family Business

Der Ablauf

- Schritt 1: Einreichung der Nominationsunterlagen (inkl. allfällige Beilagen wie Geschäftsbericht, Businessmodell, Zahlenmaterial) an EY (bis spätestens 30. April)
- Schritt 2: Interview der Nominierten durch EY (Mai/Juni)
- Schritt 3: Vorselektion je Kategorie durch die Jury (Ende Juni)
- Schritt 4: Interview der Finalisten durch die Jury (Juli/August)
- Schritt 5: Preisverleihung (Oktober)

«Ohne Willen baut man kaum ein Siegerunternehmen auf»

Nachhaltiges Unternehmertum ist auszeichnungswürdig und soll die entsprechende Aufmerksamkeit erhalten. Genau diesen Ansatz verfolgt EY seit 1998 auch in der Schweiz. Heinrich Christen (*1965), Partner in charge of EY Entrepreneur Of The Year Schweiz, sagt im Interview, inwiefern die Preisträger langfristig profitieren, was Politiker von Unternehmern lernen müssten und wie sich die «Sinnsuche» der Generation Y auf den Markt auswirken könnte.

Interview: Marcel Baumgartner Bild: EY

Heinrich Christen, seit 1998 führt EY Schweiz den EY Entrepreneur Of The Year-Wettbewerb durch. Seither sind – gerade in der Schweiz – unzählige weitere Unternehmerpreise dazugekommen. Was macht jenen von EY einzigartig?

Der ausserordentlich aufwändige und sorgfältige Auswahlprozess, die kompetente und unabhängige Jury sowie die Tatsache, dass EoY weltweit durchgeführt wird und deshalb in jedem Land der Welt anerkannt wird.

«Schauen Sie nur, wie unsere Verwaltungen in den vergangenen Jahren gewachsen sind... Diese Leute müssen sich auch irgendwie beschäftigen.»

Gute Wirtschaftslage, schlechte Wirtschaftslage oder gar Finanzkrise: Der Wettbewerb fand schon unter den unterschiedlichsten Voraussetzungen statt. Ist es gerade in Krisenzeiten umso wichtiger, das Unternehmertum zu feiern?

Absolut. Die Auszeichnung erfolgreicher Unternehmerinnen und Unternehmer ist stets ein Ansporn für andere. Und die damit verbundene, breite öffentliche Anerkennung tut immer gut.

Kam es schon vor, dass Sie Unternehmen auszeichnen wollten, diese jedoch das Rampenlicht scheuten und deshalb «absagten»?

Eigentlich nicht. Wenn man ihnen den sorgfältigen Prozess und die Bedeutung des Preises erklärt, dann machen grundsätzlich alle mit. Der eine oder andere braucht für den Entscheidungsprozess zum Mitmachen einfach etwas mehr Zeit.

In der jüngsten Vergangenheit gab es gerade auf der politischen Ebene verschiedene «Angriffe» auf den Wirtschaftsstandort Schweiz. Stand heute: Wie beurteilen Sie die Situation? Verfügt die Schweiz nach wie vor über einzigartige Standortvorteile oder sind diese zunehmend in Gefahr?

Natürlich sind sie in Gefahr, zum einen von aussen – Stichwort «Steuern» –, zum anderen von innen, durch die Uneinigkeit unserer Politik. Aber ich bin zuversichtlich, dass wir die meisten Standortvorteile verteidigen können – wenn wir nur wollen.

Unternehmer unternehmen etwas. Politiker politisieren. Was könnte die zweite Gruppe noch mehr von der ersten lernen?

Ganz klar die Fixierung auf Lösungen anstelle der medienwirksamen Bewirtschaftung von Problemen.

Wir haben mit ständig neuen Gesetzgebungen zu tun. Ebenso bringen immer neue Technologien mächtig Bewegung in gewisse Branchen. Ist es heute schwieriger, erfolgreich Schritt zu halten, als beispielsweise noch in den 1980er- oder 1990er-Jahren?

Ich denke schon. Technologiebrüche sind das eine, aber das andere ist der internationale Wettbewerbsdruck, der natürlich aufgrund der Globalisierung deutlich zugenommen hat. Das sieht man auch bei unseren Gewinnern: Diese haben sich immer auf den Weltmärkten durchgesetzt – ohne diesen Willen baut man kaum ein Siegerunternehmen auf.

Auf jede Bewegung folgt in der Regel eine Gegenbewegung. So sucht die Generation Y statt Geld und Ruhm wieder vermehrt nach Sinn und



*Heinrich Christen,
Partner in charge of
EY Entrepreneur
Of The Year Schweiz,
mit Moderatorin
Sandra Studer 2013.*

Ausgleich. Wird sich dies Ihrer Meinung nach auf das Unternehmertum der nächsten Jahre auswirken?

Schwierig zu sagen. Tatsache bleibt, dass sich nur ganz wenige Menschen den Weg ins Unternehmertum zutrauen. Und die steigende Nachfrage nach qualifizierten Fachleuten könnte dazu führen, dass der Weg in die Selbstständigkeit noch weiter an Attraktivität

Sie sind, gerade auch im Rahmen des EY-Wettbewerbs in ständigem Kontakt mit Unternehmern. Was sind Sorgen, die fast flächendeckend vorhanden sind?

Mangel an guten Leuten! Und die zunehmende Regulierungssucht unserer stetig wachsenden Behörden. Diese scheint fast nicht zu bremsen. Schauen Sie nur, wie unsere Verwaltungen in den vergangenen Jahren gewachsen sind... Diese Leute müssen sich auch irgendwie beschäftigen.

Die Auszeichnung erfolgreicher Unternehmerinnen und Unternehmer ist stets ein Ansporn für andere.

verliert. Umgekehrt bin ich in den vergangenen Jahren immer wieder begeistert, wenn ich sehe, was für tolle Menschen mit Hingabe und Leidenschaft grossartige Start-ups in der Schweiz aufbauen.

Nun wurde am 24. Oktober erneut gefeiert. In die «Entrepreneur»-Geschichte reihen sich neue Gewinner ein. Wie nachhaltig ist die Auszeichnung für diese Unternehmer?

Sehr nachhaltig. Sie finden Zugang zu einem weltweiten Netzwerk von erfolgreichen Unternehmen. Und aus den vergangenen Jahren wissen wir, dass die Aufmerksamkeit auf den Preis gerade bei Kunden und möglichen Investoren sehr gross ist.

«Die Anzahl ernstzunehmender Mitbewerber ist bescheiden»

Die Otto Hofstetter AG mit Sitz in Uznach gehört zu den bedeutendsten Arbeitgeberinnen der Region. Das Unternehmen beschäftigt rund 190 Angestellte. Die Produktion von Spritzgiesswerkzeugen zur Herstellung von hochwertigen Kunststoffverpackungen erstreckt sich über eine Fläche von 11 000 Quadratmetern. Im Gespräch mit CEO Otto Hofstetter, der 1997 die Firmenleitung von seinem Vater, Gründer des Unternehmens, übernahm.

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** Bodo Rüedi

Otto Hofstetter, wie schaffte es Ihr Unternehmen, in diesem Bereich eine Führungsposition im Weltmarkt einzunehmen?

Zu Beginn unserer Aktivitäten im Kunststoff-Formenbau – also zirka im Jahre 1960 – konnten wir in allen Anwendungsbereichen viel Erfahrung sammeln. In dieser Zeit entschieden wir uns aus wirtschaftlichen Gründen, uns auf ein Marktgebiet – jenes der Dünwandverpackungen – zu konzentrieren. Diese Entscheidung war der richtige Weg für unser Unternehmen, konnten wir doch in nur einer

Beginn war unser Erfolg die Alleinstellung als Werkzeugbauer in Europa für diese Anwendung. Heute sind wir Technologie-Leader und die Nummer Zwei im Weltmarkt – hinter Husky. Diese Marktstellung erreichten wir nur durch kontinuierliche Weiterentwicklung. Die Werkzeuge überzeugen durch Zuverlässigkeit, Qualität und einen guten Marktpreis.

Das tönt nach einem reibungslosen Verlauf. Gab es in der Geschichte des Unternehmens auch Rückschläge?

In den Jahren 1974 bis 1980 hatten wir eine sehr schwierige Zeit – auch finanziell. Durch den Mut, immer neue Produkte zu entwickeln, können wir aber bis heute auf eine mehrheitlich positive Vergangenheit zurückblicken.

Rückschläge gab es vor allem in der Eurokrise. In zu kurzer Zeit wurde unsere Marge stark reduziert und nur langsam konnten wir beispielsweise durch optimierte Fertigung oder weiterer Professionalisierung des Einkaufs die Gewinne wieder erhöhen. Die Verkaufs-Preise konnten nicht angehoben werden, da unsere Mitbewerber in USA und Europa produzieren, das heisst die Preisbasis ist jeweils in Dollar oder Euro.

Sie erwähnen es: Die Konkurrenz schläft nicht. Mit welchem Mitteln sichern Sie sich Ihre Position?

Durch kontinuierliche Verbesserung unserer Werkzeuge. Zudem haben wir in den vergangenen Jahren unsere Serviceabteilung stark ausgebaut. Mit Dienstleistungen wie Kundens Schulung, Produktionsunterstützung bei Kunden vor Ort oder Unterhaltsdienstleistung können wir uns von den Mitbewerbern unterscheiden.

Wir unterstützen unsere Partner – die Maschinenhersteller – mit Leihwerkzeugen für ihre Tests in den

«Wir mussten die letzten zehn Jahre feststellen, dass die Vorschriften und die Gesetzesflut für die KMU ein fast unerträgliches Mass annahmen.»

Produktegruppe unsere Werkzeuge intensiver weiterentwickeln. Die Kunden realisierten schnell, dass die Werkzeuge der Otto Hofstetter AG besser, das heisst schneller und zuverlässiger produzierten, als die bis dahin verfügbaren Werkzeuge. Zudem wurde vermehrt mit den Spritzgiessmaschinenherstellern zusammengearbeitet und gemeinsam an internationalen Messen ausgestellt.

Wann erfolgte der Start im PET-Bereich, der heute das grösste Segment darstellt?

Im PET-Bereich sind wir seit Beginn der Entwicklung der PET-Flasche mit den dazugehörigen Preform-Werkzeugen involviert, also schon seit 1978. Die ersten Aufträge erhielten wir aus den USA als Entwicklungsaufträge und konnten dann mehrere Produktions-Werkzeuge herstellen. Diese damals neue Verpackung für Getränke setzte sich im Markt schnell durch und wir glaubten an deren Nachhaltigkeit. Zu



*Ausgezeichnet als «Entrepreneur Of The Year 2014»
in der Kategorie «Industrie/High Tech/Life Sciences»:
Otto Hofstetter, CEO der Otto Hofstetter AG in Uznach.*



STILSICHER

BURBERRY | ERMENEGILDO ZEGNA | HACKETT
LONDON | THE KOOPLES | STRELLSON |
BRUNELLO CUCINELLI | JACOB COHEN

Labors und sichern uns somit den Zugang zu deren Kunden. Unsere Flexibilität, wie auch die flache Entscheidungsstruktur, ermöglichen uns auf jede Situation schnell zu reagieren.

Bewegen Sie sich in einem typischen Verdrängungsmarkt?

Nein, unsere Produkte sind Investitionsgüter. Sicher kämpfen wir im Markt auch um unsere Aufträge, die Anzahl ernstzunehmender Mitbewerber auf unserem Qualitätsniveau ist aber nach heutigem Stand eher bescheiden. Trotzdem müssen wir unsere Kunden immer wieder von der Preis-Leistungsfähigkeit unserer Produkte überzeugen, da es auf dem nächsten, tieferen Qualitätslevel schon bereits wesentlich mehr Anbieter gibt und auch ein anderer Preislevel angeboten werden kann.

Sind stetige Neuerungen gefragt oder verlangen die Kunden nach einer Konstanz?

Neuerungen sind immer gefragt, zumal die Kunden sehr preissensitiv geworden sind. Somit werden wir gezwungen, immer bessere, sowie auch kostengünstigere Werkzeuge zu bauen.

Die Konstanz ist ein Muss in Bezug auf Qualität und Leistung. Das wird von uns immer erwartet. In der heutigen, schnelllebigen Zeit verlangen unsere Kunden auch vermehrt Konstanz in Bezug auf unser Personal, das heisst die Ansprechpartner für unsere

zu fertigen, wie wir sie heute in Uznach produzieren. Das bedeutet aber auch, dass wir uns nicht allzu schnell auf Konkurrenz aus Indien einstellen müssen, da lokale Werkzeugbauer noch weit entfernt vom Qualitätsniveau international tätiger Unternehmen sind.

Sie sprechen die Vorzüge der Schweiz an. In den vergangenen Monaten wurde jedoch heftig darüber diskutiert, ob die Schweiz vermehrt an Attraktivität einbüsst. Wie beurteilen Sie die Situation im Vergleich zu anderen Ländern?

Wir mussten die letzten zehn Jahre feststellen, dass die Vorschriften und die Gesetzesflut für die KMU ein fast unerträgliches Mass annahmen. Anstelle Abläufe und Vorschriften zu reduzieren wurde ein riesiger administrativer Aufwand generiert. Ich denke, man sollte wieder vermehrt «praktisch handeln können» und sich nicht hinter Gesetzen und Vorschriften verbergen. Die Diskussion über Mindestlöhne und die 1:12-Initiative hilft meiner Meinung nach auch nicht, ausländische Investoren anzulocken.

Kommen wir zurück zu Ihrem Kernbusiness: Welches sind die Hauptabsatzmärkte für die Produkte der Otto Hofstetter AG?

Mit rund 60 Prozent ganz klar Europa. Der restliche Teil verteilt sich hauptsächlich auf den Mittleren Osten, die Türkei und Asien.

Wie schwer ist es, einen neuen Markt zu erschliessen?

Für uns ist das sehr schwer, da unsere Verkaufsstruktur und unsere Grösse es nicht zulässt, Mitarbeiter für eine neue Markterschliessung freizustellen. Wir versuchen aber durch Partnerfirmen – Konzerne mit grossen, weltweiten Vertriebsorganisationen – in neue Märkte zu gelangen.

Gibt es demnach noch einige weisse Flecken auf der Landkarte?

Die USA sind für uns ein solcher. Grund dafür ist, dass unser Hauptkonkurrent Husky diesen Markt mit allen, ihm zur Verfügung stehenden Mitteln kompromisslos verteidigt und wir nur mit einer eigenen Niederlassung in den USA in diesem Markt bestehen könnten.

Wohin soll sich das Unternehmen in naher Zukunft entwickeln?

Wir wollen Marktführer in Bezug auf Innovation, Qualität und Liefertreue bleiben. So wie sich der weltweite Markt entwickelt, möchten wir am Wachstum teilhaben. Wir werden alles versuchen, um unsere heutige Stellung zu halten beziehungsweise zu erhöhen. Die Steigerung der Produktion werden wir durch Rationalisierung und Investitionen in moderne, automatisierte Produktionsmittel erhalten.

«Rückschläge gab es vor allem in der Eurokrise. In zu kurzer Zeit wurde unsere Marge stark reduziert.»

Kunden. Vielfach wird mittlerweile erkannt, dass mit einer stabilen, persönlichen Kundenbeziehung sehr viel Zeit und damit auch Geld eingespart werden kann. Ausserdem ist der Informationsfluss wesentlich effizienter und Missverständnisse können grossenteils vermeiden werden.

Die Produkte werden praktisch zu 100 Prozent ins Ausland exportiert. Wieso halten Sie am Standort Schweiz fest?

Wir mussten feststellen, dass die Schweizer Qualität nach wie vor ein wichtiges und auch überzeugendes Argument für den Verkauf unserer Produkte darstellt. Zudem werden nach wie vor die mit dem Label «swiss made» verbundenen Attribute wie beispielsweise Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit und dergleichen weltweit sehr geschätzt.

Wir produzieren seit rund drei Jahren in unserer Niederlassung in Indien für den indischen Markt und erhofften uns preisliche Wettbewerbsfähigkeit für diesen Markt. Leider stellen wir fest, dass das Qualitätsbewusstsein unserer Mitarbeiter in Indien nicht annähernd genügt, um Teile in derselben Qualität



Sky-Frame-CEO Beat Guhl:

*«Durch den Leistungssport wurde
mein systematisches Hinarbeiten auf
ein Ziel noch stärker ausgeprägt.»*

Aussicht auf mehr

Wenn aus einer geschaffenen Produktmarke ein eigenes Unternehmen entsteht, zeigt dies eindrücklich den erfolgreichen Werdegang einer Idee bis zum internationalen Durchbruch. Der R&G Metallbau AG in Ellikon ist genau dies mit «Sky-Frame», dem selbst entwickelten, grossflächigen Aluminium-Schiebefenstersystem, gelungen. Im Gespräch erklärt CEO Beat Guhl, wie es zum «rahmenlosen Durchbruch» kam.

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** Bodo Rüedi

Beat Guhl, Sie sind unter den drei Finalisten des diesjährigen «EY Entrepreneur Of The Year». Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Für ein kleines Unternehmen in der Baubranche haben wir einen eher untypischen Werdegang auf den wir stolz sind. Wir haben es geschafft ein innovatives Produkt zu entwickeln, dieses in der Schweiz zu produzieren und weltweit zu vermarkten und zu exportieren. Um aus dem lokal verankerten Gewerbe einen internationalen Vertrieb aufzubauen mussten wir den Schritt von der Tüftlerwerkstatt zu einer industriellen Produktion wagen. Auf diesem Weg gab es einige Hürden zu meistern.

«Ähnliche Produkte gab es schon länger, nur waren diese technologisch auf einem in unserer Baukultur nicht akzeptierten Level.»

Was machen Sie anders als Ihre Konkurrenten?

Das hat sicher auch mit Glück zu tun denn es gibt viele gute Metallbauunternehmen in der Region und überhaupt in der Schweiz. Ich bin von Natur aus rastlos. Es scheint, dass mein Drang zum stetigen Optimieren und Verbessern unserer Produkte und des gesamten Geschäfts überdurchschnittlich intensiv ist.

Ihr Unternehmen konnte vergangenes Jahr das 20-Jahre-Jubiläum feiern. Wenn Sie zurückblicken: Welches waren die entscheidenden Eckpunkte im Werdegang der Firma?

Meine Weiterbildung KMU-HSG im Jahr 2001 hat mir sehr viele wertvolle Inputs gegeben. In dieser Zeit wurde mein handwerklich geprägtes Denken wirtschaftlich geschult.

Eines der wichtigsten Ereignisse der letzten Jahre ist die Patentanmeldung für Sky-Frame im Jahr 2002, damit begann unsere Erfolgsgeschichte.

Was bewog Sie zum Schritt in die Selbständigkeit?

In den Diskussionen am Familientisch auf dem elterlichen Bauernhof habe ich bereits in meiner Kindheit unternehmerisches Denken miterlebt. Zudem zog es mich in den Orientierungslauf. Durch diesen Leistungssport wurde mein systematisches Hinarbeiten auf ein Ziel noch stärker ausgeprägt. Letztlich war es eine Frage der Zeit bis ich den Wunsch von einem eigenen Unternehmen realisierte.

Mussten Sie auch Rückschläge verzeichnen?

Von grossen Rückschlägen kann ich Ihnen zum Glück nicht erzählen, aber kleinere Stolpersteine gehören zum Alltag. Nach diesen muss man sich wieder neu ausrichten, das Gelernte verarbeiten und weitergehen. In der Entwicklung von Produkten und auch von Organisationen ist der Weg selten so, wie man sich das am Anfang vorstellt.

Ein Highlight bildet die Eigenentwicklung Sky-Frame, ein spezielles, rahmenloses Schiebefenstersystem. Wie kam es dazu?

Als wir mit dem Projekt Sky-Frame begonnen haben, habe ich ein starkes Kundenbedürfnis in diese Richtung gespürt. Man könnte sagen, ich war zur richtigen Zeit am richtigen Ort und dazu gehörte auch eine grosse Portion Spürsinn und Mut.

Gab es bisher nichts Ähnliches auf dem Markt?

Ähnliche Produkte gab es schon länger, nur waren diese technologisch auf einem in unserer Baukultur nicht akzeptierten Level und haben dadurch die Kundenbedürfnisse nur teilweise erfüllt. Diese Erkenntnis und das Finden eines Entwicklungsweges haben uns schliesslich zum angestrebten Erfolg geführt.

«Jungunternehmer brauchen starke Partner.»

Roman Hartmann, surfari.ch



Die AXA unterstützt Firmengründer /

- ✓ Startup-Paket
- ✓ AXA Innovation Award

[AXA.ch/startups](https://www.axa.ch/startups)

 **winterthur**

Finanzielle Sicherheit / **neu definiert**

Wie reagierten Architekten und Bauherren auf das Produkt?

Eine klassische Aussage von Architekten war: «Mein Grossvater durfte früher noch mit sehr eleganten Profilen bauen. Seit so stark isoliert werden muss, darf man das nicht mehr. Und jetzt kommen Sie und ermöglichen mir das wieder, das ist ein Geschenk.» Sie sehen: Die Bauherren waren und sind von Sky-Frame begeistert.

«In den Diskussionen am Familientisch auf dem elterlichen Bauernhof habe ich bereits in meiner Kindheit unternehmerisches Denken miterlebt.»

Wird es laufend weiterentwickelt? Und inwiefern besteht die Gefahr, kopiert zu werden?

Bei uns sind heute mehrere Ingenieure mit der Weiterentwicklung und Optimierung von Sky-Frame beschäftigt. Die Gefahr kopiert zu werden besteht natürlich. Wer Erfolg hat bleibt nie alleine. Aufgrund unserer mehr als zehnjährigen Erfahrung und unserem hohen Entwicklungsengagement sind wir für die Zukunft sehr gut aufgestellt.

Keine Sorge, nur noch auf dieses Produkt «reduziert» zu werden?

Die Marke Sky-Frame ist in der Architekturbranche mittlerweile weltweit bekannt. Mit diesem Erfolg hat sie die Bekanntheit der Marke R&G Metallbau überholt. Um dieser Situation gerecht zu werden gründeten wir im 2014 für die Marke Sky-Frame eine eigene Firma.

Sind weitere Ideen bzw. Eigenentwicklungen in der Pipeline?

Bereits auf dem Markt ist Litefront, ein Haltesystem für ein Ganzglasgeländer. Weitere Ideen haben wir viele, aber wir machen einen Schritt nach dem anderen.

Mit welchen weiteren Referenzen konnte die R&G Metallbau AG bisher glänzen?

Bekannt sind die VIP-Lounges im Stadion Letzigrund und im Joggeli. Die spektakulären Bauten sind in der Regel die Herzstücke privater, gehobener Wohnkultur. Dieses Klientel schätzt die Privatsphäre, und daher sind wir bei diesen Projekten oft zur Verschwiegenheit verpflichtet.

phneutral 

Falls Ihr COO ohne Fallschirm ins Sprungtraining ging – unsere Interimsmanager sind ab sofort verfügbar.

Interimsmanagement

Projektmanagement

Auftragsvermittlung

Training & Coaching

phneutral GmbH
Bergstrasse 67
9437 Marbach

T +41 71 534 43 94
ph@phneutral.ch
www.phneutral.ch



Dem Zeitgeist stets einen Schritt voraus sein

CP ist ein Schweizer Präzisionsunternehmen mit hoher Innovationskraft. Seit über 60 Jahren entwickelt und fertigt die Firma intelligente Hightech-Produkte und erbringt Dienstleistungen für eine internationale Kundschaft mit höchsten Ansprüchen. Heute erzielt das Unternehmen mehr als 80 Prozent des Umsatzes im globalen Markt. Im Gespräch mit CEO Thomas Würsch.

Interview: Marcel Baumgartner Bild: zVg.

Thomas Würsch, alle Finalisten des «EY Entrepreneur Of The Year»-Awards zeichnen sich durch eine hohe Innovationskraft aus. Was ist es, was Ihr Unternehmen in diesem Bereich so einzigartig macht?

Wir garantieren mit unseren energiesparenden Pumpen und Pumpensystemen höchste Sicherheit und erstklassige Qualität. Gleichzeitig setzen wir auf ökologische Lösungen, die sich langfristig auch ökonomisch auszahlen. Als Pionierin im Bereich der Energieeffizienz beraten und begleiten wir unsere Kunden von A bis Z. Wir bleiben immer in Bewegung – im technischen Bereich, aber auch im Hinblick auf die Märkte – und schauen so weit als möglich voraus: Manchmal bedenken und diskutieren wir sich erst schemenhaft abzeichnende Entwicklungen, um dem Zeitgeist stets einen Schritt voraus zu sein.

«In der näheren Vergangenheit erlitten wir aufgrund der Finanzkrise einen markanten Umsatzeinbruch, welchen wir jedoch glücklicherweise bereits im Folgejahr wieder wettmachen konnten.»

Die CP Pumpen AG ist seit über sechs Jahrzehnten aktiv. Was war rückblickend ausschlaggebend, um auf die heutige Erfolgsspur zu gelangen?

Verschiedene Faktoren: Nach der Geschäftsübernahme durch meinen Vater Urs Würsch entwickelte CP in den 1980er-Jahren ISO-Norm-Standardpumpen. Damit sanken auch die Preise. Zuvor hatte sich die Firma auf Einzelanfertigungen konzentriert. Gleichzeitig brachte CP die dichtungslosen, magnetgekuppelten Kreiselpumpen auf den Markt. Sie weisen ein weltweit einzigartiges Pumpendesign auf. CP ist deshalb bei Magnetkupplungspumpen in der Schweiz und in Teilen Europas marktführend. 80 Prozent unseres Umsatzes generieren wir heute im Ausland.

Noch vor der letzten Jahrtausendwende richteten wir unseren Fokus zudem auf die Energieeffizienz. Und natürlich trugen auch unsere motivierten Mitarbeitenden, ein erstklassiger Service und die grosse Kundennähe zum Erfolg bei.

Wer in den internationalen Markt eindringt, muss sich mit starken Konkurrenten messen. Ist diese Anzahl an Mitbewerbern in ihrer sehr technologischen Branche überschaubar?

Ja, es handelt sich, je nach Produkt, um fünf bis zehn Konkurrenten. Für CP sind dies allerdings keine Konkurrenten, sondern Mitbewerber. Denn einerseits gibt es wenige Unternehmen, welche mit derselben Qualität im gleichen Markt präsent sind. Und andererseits motivieren uns Mitbewerber. Das heisst, wir stehen gerne im Wettbewerb mit anderen Anbietern.

Ihre Produkte werden in den unterschiedlichsten Segmenten eingesetzt. Wie stark sind Sie Reglementierungen und Gesetzgebungen unterworfen?

Im Vergleich mit anderen Unternehmen sicherlich stark. Denn unsere Pumpen fördern auch besonders heikle und gefährliche Stoffe in der Chemie- und Pharmaindustrie. Wir sind deshalb mit hohen Sicherheitsanforderungen konfrontiert. Generell müssen unsere Produkte eine ganze Reihe von Normen, Richtlinien und weiteren Regelwerken erfüllen. Auch in Sachen Pumpendokumentationen existieren Vorgaben. Schliesslich müssen wir uns auch strikte an die Exportkontrollen für Industriegüter (Dual-Use) des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO halten.

Werden dadurch mitunter auch Innovationen gebremst?

Nein. Da sie in erster Linie der Sicherheit dienen, sehen wir die meisten Vorgaben eher als Herausfor-



Thomas Würsch, CEO der CP Pumpen AG:

«Wir erachten den Finaleinzug als Wertschätzung und Anerkennung der bis anhin erbrachten Leistung der gesamten Belegschaft.»

derungen. Das Einhalten der Normen ermöglicht uns ein weltweites Engagement. Und die Exportgesetzgebung garantiert, dass unsere Pumpen nicht zur Herstellung von Kriegsmaterial missbraucht werden.

Mussten in der Unternehmensgeschichte auch herbe Rückschläge verkraftet werden?

Rückschläge liegen unseres Erachtens in der Natur eines dynamischen Unternehmens. Wir hatten mit einigen zu kämpfen, die aber glücklicherweise nicht existenzbedrohend waren: Gewisse, technische Entwicklungen gelangen zum Beispiel nicht immer auf Anhieb. In der näheren Vergangenheit erlitten wir aufgrund der Finanzkrise einen markanten Umsatzeinbruch, welchen wir jedoch glücklicherweise bereits im Folgejahr wieder wettmachen konnten. Kurz darauf kamen zum Teil dramatische Währungsveränderungen hinzu. Allerdings waren respektive sind wir in der Schweiz nicht die einzige exportorientierte Firma, die vom schwachen Euro-Franken-Wechselkurs betroffen ist. Und wir haben uns mittlerweile damit arrangiert.

Wohin soll sich der Betrieb in den nächsten zehn bis zwanzig Jahren entwickeln?

Unsere Produkte werden wir – wie bis anhin – hinsichtlich Sicherheit und Energieeffizienz weiter laufend optimieren. Präventive Pumpenwartung ist zudem ein Thema. Es gilt, wie eingangs erwähnt, immer einen Schritt voraus zu sein. Deshalb richten wir zurzeit auch verstärkt ein besonderes Augenmerk auf die Pumpenüberwachung und die Pumpenintelligenz: Stichwort «Big Data». Hier befindet sich unsere Branche erst am Anfang der Entwicklung und wir möchten diese konstruktiv mitprägen.

Was bedeutet einem global tätigen Unternehmen der Finaleinzug beim «Entrepreneur Of The Year»?

Wir erachten den Finaleinzug als Wertschätzung und Anerkennung der bis anhin erbrachten Leistung der gesamten Belegschaft. Und freuen uns dementsprechend darüber. Die Aufmerksamkeit, die wir dadurch erhalten, erhöht wiederum unsere Bekanntheit bei Lieferpartnern, im Handel, bei Endkunden und in der breiten Öffentlichkeit.

Anzeige

Tradition und Beständigkeit erleben.

Wir unterstützen die Stiftung KMU Next, damit die kleinen und mittelgrossen Unternehmen (KMU) auch in Zukunft das Rückgrat der schweizerischen Wirtschaft bilden.

Was immer Sie vorhaben. Wir sind für Sie da.

KMU Next
PME
PMI

helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung.

Aus Aktionären Fans mit Verantwortung machen

Sherpany ist die erste unabhängige Plattform, welche die Kommunikation zwischen Unternehmen, Verwaltungsräten und Anlegern erlebbar macht. Mit Sherpany festigen moderne Unternehmen die Loyalität ihrer Anleger, fokussieren die Arbeit im Verwaltungsrat und steigern die Corporate Governance. Sitz der Sherpany/Agilentia AG, welche ihre Wurzeln im Jahr 2009 hat, ist in Zürich. Der eigentliche Startschuss erfolgte vor drei Jahren. Seither ist man auf der Erfolgsspur unterwegs – und hat hohe Ziele.

Text: Stefan Millius Bild: zVg.

Der Einsatz von Social Media, Corporate Blogs und Websites ermöglicht Unternehmen inzwischen, näher bei ihren Konsumenten zu sein als jemals zuvor. Bereits heute werden Beziehungen mit Konsumenten mehrheitlich digital gepflegt. Neue Formen von Brand Engagement und eine vermehrt loyale Haltung der Konsumenten gegenüber Unternehmen, haben den Preis als wichtigstes Kaufkriterium abgelöst. Dank Sherpany pflegen Aktionäre und Unternehmen eine ähnliche Vertrauensbeziehung wie

Mit mehr als 30 Schweizer Emittenten und über 25 000 aktiven Nutzern auf der Plattform, konnte man den Beweis erbringen, dass die Idee funktioniert. «Als wir unser Unternehmen gründeten war klar, dass wir einfach losmarschieren mussten und bei keinem Hindernis stehen bleiben durften. Menschen von unserer Vision zu begeistern und zu begleiten, war und ist eine Freude in meinem Beruf», beschreibt Häckermann seinen Antrieb. Den Beweis zur erbringen, dass die Plattform sowohl rechtlich als auch technisch funktioniert, war anfangs eine der grössten Hürden, die es zu bewältigen galt. Doch auch diese wurde zusammen mit dem 20-köpfigen Team gemeistert.

«Wir sind nicht die preiswerteste Lösung, jedoch die beste auf dem Markt und dieses Versprechen wollen wir erfüllen.»

Nutzer von sozialen Medien. Dies ohne sich um rechtliche und technische Anforderungen in der Anlegerkommunikation kümmern zu müssen. CEO Tobias Häckermann ist überzeugt: «Mit unserer Plattform werden auch bei B2B-Unternehmen Kunden zu Brand Ambassadors und somit zur viralen Visitenkarte.»

«Jetzt erst recht!»

Eine Idee ist das eine, die Realisation das andere. Als Häckermann vor drei Jahren sein Konzept des «Loyalen Aktionärs» vorstellte, riet man ihm, doch besser seine juristische Karriere weiter zu verfolgen. Zu wenig glaube man an seine Vision. Doch genau diese negative Grundhaltung veranlasste den Jungunternehmer, die Idee und das Konzept erst so richtig voranzutreiben. Frei nach dem Motto «Unmöglich? Jetzt erst recht!». Und sein Durchhaltewillen sollte sich auszahlen.

Transparenz wichtiger denn je

Mit dem Angebot bewegt man sich in einem Segment – jener der transparenten Kommunikation –, das in Zukunft noch mehr gefragt sein dürfte. Mit der Digitalisierung und aufgrund von Kanälen wie Suchmaschinen, Social Media und Websites ist Transparenz wichtiger denn je. Der Trend, dass Transparenz vom lästigen Übel zur Chance fürs eigene Business-Modell avanciert, hat deutlich zugenommen. «Grosse Technologieunternehmen wie Google haben gezeigt, dass Transparenz Vertrauen schafft. Als einziges Unternehmen erlaubt es seinen Nutzern auf Youtube Werbung zu überspringen oder Adwords-Anzeigen werden deutlich als Werbung gekennzeichnet», so Tobias Häckermann. Diese Strategie von Google schaffe Transparenz und baue ein unerschütterliches Vertrauen zu seinen Nutzern auf. «Ich erachte diese Art der Offenlegung auch im Bereich der modernen Investor Relations als einen wichtigen Faktor.»

Die zentralen Werte

Mittlerweile steht die Plattform. Statisch darf das Produkt aber niemals werden. Es muss in Bewegung bleiben. Wie aber stellt man sicher, dass es laufend den neuesten Anforderungen genügt? «Neuen Anforderungen zu genügen reicht heute

«Neuen Anforderungen zu genügen reicht heute nicht mehr aus.»

nicht mehr aus», stellt Häckermann sogleich klar. «State-of-the-Art-Standards zu setzen ist unser eigener Qualitätsanspruch. Das gegebene Versprechen an unsere Kunden, technologisch wegweisend, sicherheitsmässig auf eBanking-Niveau tätig zu sein sowie eine intuitive Nutzerführung – also Usability – zu bieten, sind zentrale Werte innerhalb

von Sheryan und werden auch von jedem Mitarbeiter gelebt.»

Der User-centred-Design-Ansatz erlaube es, die Usability gemeinsam mit den Nutzern zu entwickeln und so auf ihre Bedürfnisse Rücksicht zu nehmen. «Dank dieser Entwicklungsmethode leiten wir Anforderungen ab, bevor sie als solche formuliert werden.»

Keine Versuchsobjekte

Stetige Investitionen im Bereich der Innovation und Sicherheit sind hierfür unabdingbar. «Wir sind nicht die preiswerteste Lösung, jedoch die beste auf dem Markt und dieses Versprechen wollen wir erfüllen», ergänzt der CEO. Denn nicht mehr der Preis einer Lösung sei das entscheidende Kriterium sondern die Service-Leistung. Besonders im Bereich der Investor Relations seien Kunden nicht bereit ihre Aktionäre als Versuchsobjekte einzusetzen. «Unsere Kunden wollen den besten Service anbieten, denn es sind



Agilentia-Gründer Nathanael Wettstein,
Roman Bühler und Tobias Häckermann (v.l.n.r.)

*Dies könnte
das einzige Mal sein,
dass Sie eine H. Moser
zu sehen bekommen.*

Ref: 2327-0401



H. Moser & Cie.
VERY RARE

die loyalen Aktionäre, die Unternehmen langfristig weiterbringen und auch in Krisensituationen treu zu den Unternehmen stehen.» Aus diesem Grund fliesse ein Grossteil des Umsatzes in die Forschung und Entwicklung der Produkte – mit dem langfristigen Ziel, aus Aktionären Fans zu machen.

Themenführerschaft ausbauen

Angst, von einem grossen Konkurrenten kopiert zu werden, hat man bei der Sherpany/Agilientia AG keine. Denn hinter dem Angebot stecke viel mehr, als ein blosses Produkt. Tobias Häckermann: «Kopieren ist das eine, die gleiche Leistung und das gleiche Engagement Kunden entgegen zu bringen, steht nochmals auf einem anderen Papier. Das gegebene Kundenversprechen einzuhalten, Trends zu setzen und die Themenführerschaft auszubauen, wird uns helfen unseren Mitbewerbern immer einen Schritt voraus zu sein.»

«Grosse Technologieunternehmen wie Google haben gezeigt, dass Transparenz Vertrauen schafft.»

Prägende Aussage

Ein Zitat eines ehemaligen Professors von der Universität prägt und begleitet den CEO in diesem Zusammenhang noch heute. Die Vorlesung zum Thema «Intellectual Property» schloss er mit folgendem Satz ab: «Der beste und einzig wirklich funktionierende Schutz, ist die stetige Innovation eines Produkts, des Services und des Business Modells.»

Mit diesem Leitspruch will man den Erfolg in den nächsten Jahren noch weiter ausbauen. Häckermanns Ziel ist klar: «Rund 200 Millionen Menschen weltweit sind Privataktionäre von Gesellschaften. Alle diese Aktionäre werden nicht nur auf Sherpany registriert sein, sondern sind Brand Ambassadors für ihre Unternehmen.»

Was ist Sherpany?

1. Sherpany macht aus Aktionären Fans mit Verantwortung.
2. Sherpany ist ein Webdienst, der die transparente Kommunikation zwischen Unternehmen, Verwaltungsrat und Aktionären erleichtert und diese so näher zusammenrückt. Denn: Unternehmen, in denen Aktionäre und Verwaltungsrat am gleichen Strick ziehen, sind erfolgreicher.
3. Durch Sherpany ermächtigte Aktionäre identifizieren sich mit ihrem Unternehmen, beteiligen sich am Geschehen und übernehmen damit Verantwortung. Das Unternehmen wiederum beteiligt seine Eigentümer nicht nur am Unternehmenserfolg, sondern bindet sie auch eng in die wichtigen Entscheidungen ein.
4. Um dies zu gewährleisten, setzt sich Sherpany laufend mit neuen Technologien auseinander und wendet diese gezielt an. Die Nutzer profitieren dabei von einem konsequenten Fokus auf eine einfache, intuitive Handhabung. Die Kunden davon, dass Sherpany als Software-as-a-Service-Lösung einfach zu integrieren und sorgenfrei im Betrieb ist.
5. Sherpany garantiert die Sicherheit und Vertraulichkeit aller verarbeiteten Daten und unterstützt die Corporate Governance, indem die Anforderungen aus lokalen Regulatorien erfüllt werden. Gleichzeitig hat Sherpany einen globalen Anspruch, um auch multinationale Unternehmen bedienen und als einer der marktführenden Partner in Zukunft Standards im Bereich der modernen Investor Relations setzen zu können.

Anzeige

Tradition und Beständigkeit erleben.

Wir unterstützen die Stiftung KMU Next, damit die kleinen und mittelgrossen Unternehmen (KMU) auch in Zukunft das Rückgrat der schweizerischen Wirtschaft bilden.

**Was immer Sie vorhaben.
Wir sind für Sie da.**

KMU Next
PME
PMI

helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung.

Umsatzwachstum von 206 Prozent

STAFF FINDER ist die erste vollautomatische Personalverleih-Plattform. Die Online-Dienstleistung ist absolut einzigartig und erlaubt es, Personalengpässe rund um die Uhr innert vier Stunden zu decken. STAFF FINDER unterstützt den gesamten Prozess von der Einsatzplanung bis zur Abrechnung. Beim EY Entrepreneur Of The Year-Wettbewerb wurde das Unternehmen in der Kategorie «Emerging Entrepreneur» ausgezeichnet. Im Gespräch mit CEO Viktor Calabrò.

Interview: Marcel Baumgartner Bild: zVg.

Viktor Calabrò, STAFF FINDER hat sich auf kurzfristige Personalvermittlung spezialisiert. Was war der Ursprung für diese Businessidee?

Die Idee ist aus einem eigenen Bedarf entstanden. Vor zehn Jahren habe ich die Eventagentur «la folie» gegründet. Während meiner Zeit als Geschäftsführer wurde mir immer wieder klar, woran es bei der Einsatzplanung fehlt: Die richtigen Mitarbeiter zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Und das ohne immensen Mehrkosten oder enormen Aufwand. Aus diesem Need, den auch viele andere Arbeitgeber tagtäglich verspüren, ist eine Vision entstanden, die durch die Gründung von STAFF FINDER Realität wurde: Ich wollte eine vollautomatische Personalverleih-Plattform kreieren, die eine Just-in-Time-Personalstrategie erlaubt, das heisst auch besonders kurzfristige und kurzzeitige Einsätze zuverlässig und ohne grossen Aufwand optimal besetzt.

«Wir sind in der Lage, mit extrem wenig administrativem Aufwand auch sehr kurzfristige und kurzzeitige Einsätze zu besetzen.»

Das Konzept tönt nach einem hektischen Arbeitsalltag. Kommen Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch zum Durchatmen?

Da unsere Plattform vollautomatisch funktioniert, ist die «Handarbeit» dahinter geringer als man auf den ersten Blick erwarten würde. Trotzdem haben wir natürlich einen umfassenden Customer Support, der unsere Kunden sieben Tage die Woche von frühmorgens bis spätabends professionell betreut.

Um der rasant steigenden Nachfrage nach unserem Service gerecht zu werden, stellen wir laufend neue Mitarbeitende ein. Anfang 2013 hatten wir knapp 20 Mitarbeiter, im Moment sind es fast 50, wobei sich diese Zahl bis Anfang 2015 nochmals deutlich erhöhen wird.

Sie entwickeln sich enorm rasch vom typischen Start-up zum grossen Arbeitgeber.

Wir haben den innovativen und dynamischen Start-up-Spirit intern beibehalten, was dazu führt, dass wir einen sehr starken Teamzusammenhalt haben und die Atmosphäre im Büro dadurch sehr gut ist. Wir wollen etwas erreichen und deswegen muss natürlich jeder von der Idee begeistert sein und gerne zur Arbeit kommen. Ausserdem achten wir auf geregelte Arbeitszeiten – nach 19 Uhr ist kaum noch jemand im Büro anzutreffen. Und wenn jemand schon mal um 15 Uhr aus dem Büro muss, schaut keiner schräg. Was wir nach aussen verkaufen, halten wir intern natürlich auch ein.

Haben Sie niemals Mühe, alle Vakanzen zu besetzen?

45 000 Arbeitskräfte sind auf unserer Plattform registriert und warten auf ihren nächsten Einsatz. Daher können wir 98 Prozent aller Personalanfragen unserer Kunden in nur vier Stunden mit den optimalen Mitarbeitern besetzen.

Und wie sieht es inhouse aus?

Inhouse verfolgen wir ebenfalls eine Just-in-Time-Personalstrategie und versuchen die optimale Balance zwischen temporären und festangestellten Mitarbeitenden zu finden – genauso, wie wir es auch unseren Kunden empfehlen. Selbstverständlich vertrauen wir dabei auf unseren Mitarbeiter-Pool: Zum Beispiel für unsere Hotline, für kurzzeitige Peak-Einsätze in unserem Büro oder an Events. Aus solchen kurzzeitigen Einsätzen sind auch schon langfristige Arbeitsverhältnisse entstanden.

Zusätzlich bieten wir diverse Einstiegsmöglichkeiten, sei es über Praktika, Quick-Start-Programme oder den Direkteinstieg. Mit diesem Mix aus Just-in-Time und klassischer Rekrutierung sind wir bis anhin sehr gut gefahren.



Es gibt gerade im Personalvermittlungsbereich einige Mitbewerber – auch solche mit bekanntem Namen. Was machen Sie anders beziehungsweise besser als diese?

Unsere Dienstleistung ist auf dem Markt einmalig. Wir sind in der Lage, mit extrem wenig administrativem Aufwand auch sehr kurzfristige und kurzzeitige Einsätze zu besetzen. Für herkömmliche Personalverleiher ist diese Art von Einsätzen nicht kostendeckend, weshalb sie diese Dienstleistung gar nicht erst anbieten. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Letzten Monat haben wir über 1200 Löhne ausbezahlt, manche davon beliefen sich auf unter 100 Franken. Der Abrechnungsaufwand ist bei diesen Summen für viele Anbieter nicht profitabel oder ganz einfach nicht machbar.

«Um der rasant steigenden Nachfrage nach unserem Service gerecht zu werden, stellen wir laufend neue Mitarbeitende ein.»

Unsere Kunden haben über uns die Möglichkeit, jederzeit die richtige Person, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu haben – dies zu den tiefsten Vollkosten und auch für Einsätze, die nur 30 Minuten dauern.

Letztlich dürfte auch jener Anbieter die Nase vorne haben, welcher über das grösste Netzwerk verfügt. Investieren Sie entsprechend, um einen möglichst hohen Bekanntheitsgrad zu erreichen?

Ein gutes Netzwerk zu haben, ist auf jeden Fall wichtig. Dabei zählt nicht unbedingt die Grösse, sondern die Qualität. Das beste Netzwerk ist jedoch unnützlich, wenn die Dienstleistung versagt. Negative Erfahrungen werden im Schnitt neun Mal weiter erzählt, positive nur drei Mal.

Wir haben dieses Jahr unsere Marketingaktivitäten stark ausgebaut und arbeiten vermehrt auch

Zum Unternehmen

STAFF FINDER ist weltweit der erste Anbieter für Just-In-Time-Personalverleih. Die Mitarbeitenden finden innerhalb von vier Stunden – 365 Tage im Jahr und rund um die Uhr – qualifiziertes Personal für die unterschiedlichsten Einsatzgebiete aus den Branchen Hotellerie & Gastronomie, Detailhandel & Logistik, Promotion & Event sowie für kaufmännische Temporärstellen. Über 45 000 Arbeitnehmer und 2500 Arbeitgeber nutzen die einzigartige sowie grösste vollautomatische Just-in-Time-Plattform bereits. Derzeit vermittelt STAFF FINDER monatlich rund 4000 Jobs – Tendenz stark steigend.

Dabei bietet STAFF FINDER den Arbeitnehmenden flexible und spannende Einsätze zu fairen Arbeitsbedingungen. Arbeitgebern ermöglicht die Plattform, besser mit Auslastungsspitzen umzugehen und flexibel zu agieren.

mit externen Agenturen zusammen um unseren Bekanntheitsgrad zu steigern.

Welches sind im Tagesgeschäft die grössten Herausforderungen?

Das Verleihmodell, welches STAFF FINDER bietet, erfordert ein Umdenken, weil ein völlig neuer Ansatz dahinter steht. Um ein allgemeines Verständnis für das Just-in-Time-Personalmanagementkonzept zu erreichen, gilt es für uns, in der Kommunikation Pionierarbeit zu leisten.

Wie stark spüren Sie die wirtschaftlichen Schwankungen in den einzelnen Branchen?

Wir spüren das definitiv. Die Personalbranche ist eine Art Seismograph für die Wirtschaft: Zieht eine Krise auf, beginnen Unternehmen häufig damit zunächst Temporärpersonal abzubauen. Ist ein neuer Aufschwung in Sicht, wird für den nächsten Peak wieder temporär eingestellt.

Bisher haben wir eine zum Markt überdurchschnittliche Performance erreicht: Während der Markt in den vergangenen drei Jahren um sieben Prozent gewachsen ist, hat unser Umsatzwachstum in dieser Zeit durchschnittlich 206 Prozent pro Jahr betragen. Während des Jahres spüren wir natürlich dieselbe Saisonalität, wie dies auch unsere Kunden tun. So ist zum Beispiel das Weihnachtsgeschäft auch für uns besonders wichtig.

Was sind die künftigen Ziele, welche Sie mit dem Unternehmen anstreben?

Auch in den nächsten Jahren wollen wir unsere positive Performance beibehalten und weiter wachsen. Wir sind uns sicher, dass wir im Bereich der Grosskunden sowie in gewissen Regionen Potenzial haben. Zusätzlich werden aufgrund der Internationalisierung der Plattform auch ausländische Firmen zu unserem Kundenportfolio hinzukommen.

Sieber expandiert in den Fernen Osten

Das Ostschweizer Logistik-Unternehmen Sieber ist weiter auf Erfolgs- und Expansionskurs. Mit den neuen Niederlassungen in Vietnam und Südkorea erschliesst man sich den aufstrebenden asiatischen Markt, dessen wirtschaftliche Bedeutung in den nächsten Jahren weiter zunehmen wird.

Dass die Firma Sieber im Jahr 2014 Niederlassungen in Ho Chi Minh City und in Seoul eröffnen wird, hätte 1975 wohl niemand für möglich gehalten. Damals gründeten die Brüder Paul und Erich Sieber in Berneck die Sieber Transport AG, die in den vergangenen knapp vierzig Jahren zu einem weltumspannenden Logistik-Unternehmen gewachsen ist. Heute beschäftigt das in zweiter Generation von Christian und Michael Sieber geführte Familienunternehmen über 500 Mitarbeitende auf drei Kontinenten.

IT-Kompetenz als Erfolgsfaktor

Die Logistik ist in der globalisierten Welt von heute wichtiger denn je. Immer schneller, immer komplexer, immer globaler und immer digitaler lautet die

Devise. Dass dabei die Bedeutung der Informationstechnologie stetig zunimmt, versteht sich von selbst. Sieber verfügt über eine eigene IT-Abteilung und modernste digitale Lösungen, mit denen unter anderem die Logistikprozesse – wie auch Warenbewegungen entlang der Supply Chain jederzeit verfolgt und abgebildet werden können.

Logistik-Lösungen nach Mass

Mit der IT alleine ist es natürlich nicht getan. Wer seinen Kunden wie Sieber immer den bestmöglichen «way of logistics» bieten will, braucht ein ganzheitliches Logistikverständnis. Bei Sieber stehen deshalb am Anfang immer die Analyse der bestehenden Logistik-Abläufe sowie eine Bedürfnisabklärung. Nur so können am Ende ganzheitliche,

*Zu Wasser, zu Land
und in der Luft:
Sieber Transport.*



*Dang Nguyen Bao Chau,
Niederlassungsleiterin
von Sieber Transport
in Vietnam.*



massgeschneiderte Logistik-Lösungen resultieren, für die Sieber über die Landesgrenzen hinaus geschätzt wird.

Grosses Potenzial in Asien

Dass mit den intelligenten Logistik-Lösungen von Sieber Zeit und Geld gespart werden kann, wird sich bestimmt auch in Asien schnell herumsprechen. In Vietnam wurden mit langjährigen Partnern bereits vielversprechende Joint Ventures gegründet. Der Fokus liegt dabei auf Textilien, Schuhen und Agrarprodukten wie zum Beispiel Fisch. Die Vorzeichen stehen gut, dass Sieber auch in Asien erfolgreich Fuss fassen kann und sich so zu einem noch besser vernetzten Global Player rund um Transport, Logistik und Zusatz-Services für ihre Kunden wird.

Fakten zur Sieber-Gruppe

Gründungsjahr: 1975

Hauptsitz: Berneck

Mitarbeiter weltweit: ca. 560

Standorte: 17 in der Schweiz sowie in Österreich, USA, Vietnam und Südkorea

Partner: weltweit mehrere Dutzend

Eigene Fahrzeuge: 250

Logistikfläche: 130 000 m²

Palettenplätze: über 150 000

Weitere Informationen:

www.sieber.ch



*Standort Sieber Transport
in Pratteln*



«Es reicht, wenn man der Beste ist»

Die Jucker Farm AG ging als Sieger in der Kategorie «Dienstleistung/Handel hervor». Die beiden Brüder Martin und Beat Jucker haben mit ihren Erlebnisbauernhöfen in Seegräben und Jona bewiesen, dass es möglich ist, Landwirtschaft für eine breite Masse auf hohem Niveau erlebbar zu machen. Ihr unermüdlicher Innovationsgeist führte zur Auszeichnung «Entrepreneur Of The Year».

Text: Michael Brunner **Bilder:** zVg.

*Mehrfach ausgezeichnete
Unternehmer:
Martin und Beat Jucker.*

Beat und Martin Jucker haben in den vergangenen Jahren für viel Aufruhr im Zürcher Oberland gesorgt. Angefangen mit der Kürbisausstellung, haben sie es innert kürzester Zeit geschafft, den elterlichen Obstbaubetrieb zu einem beliebten und national bekannten Ausflugsziel auszubauen. Mit ihren Höfen schaffen es die Gebrüder Jucker, Landwirtschaft und Tourismus auf einem hohen Niveau zu verbinden und auch für internationale Gäste attraktiv zu machen.

Jährlich zählen die Höfe über 800 000 Besucher. Einen nicht zu verachtenden Teil tragen die mehr als 500 Firmenanlässe und Seminare bei, die auf den beiden Höfen durchgeführt werden.

Meilenstein für die Landwirtschaft

Die Auszeichnung «Entrepreneur Of The Year» ist nicht die erste Trophäe, die die beiden Brüder für ihr Konzept entgegennehmen dürfen. Ziemlich ge-



nau vor einem Jahr ging der Milestone Tourismuspreis Schweiz ebenfalls an die Jucker Farm. Er ehrt herausragende Ideen, Projekte und Persönlichkeiten mit der wichtigsten Auszeichnung in der Branche. Der Gewinn eines Landwirtschaftsbetriebs in diesem Bereich setzte ein Zeichen in zwei Richtungen. Einerseits zeigt es, dass es im Bereich der Landwirtschaft möglich ist, professionellen Tourismus zu betreiben und damit subventionsfrei und rentabel zu wirtschaften. Zweitens verdeutlicht es, dass das Bedürfnis der urbanen Bevölkerung nach Ländlichkeit gross ist. Die Auszeichnung der Jucker Farm AG markierte diesen Trend deutlich – damals wie auch in diesem Herbst. Bundesrat Johann Schneider-Ammann ehrte in seiner Laudatio 2013 die Jucker Farm als «Beispiellose Erfolgsgeschichte». Zunehmend

«Transparenz, Nachhaltigkeit und das Wissen, woher die Produkte stammen, sind hoch im Trend.»

stösst das Konzept des Erlebnisbauernhofs – gerade auch im Event- und Seminarbereich bei internationalen Gästen auf reges Interesse. Der Hof in Seegräben hat alleine 2013 drei Mal hohen Besuch von Bundespräsident Ueli Maurer und seinen internationalen Gästen erhalten.

Drang nach Unabhängigkeit

Für die beiden Unternehmer ist es klar, was ihr Konzept auszeichnet: Dass sie vom Staat unabhängig einen Landwirtschaftsbetrieb führen und einen Grossteil ihrer Produkte auch direkt an die Konsumenten verkaufen. So war es denn auch der Drang

nach dieser Unabhängigkeit, welcher die Idee der einst reifen liess. Die Gebrüder Jucker wollten frei sein und die gesamte Wertschöpfungskette selber kontrollieren. Entsprechend verfolgten sie die Vision weiter, hofeigene Spezialitäten im erlebnisorientierten Umfeld anzubieten. Ins Businessdeutsch übersetzt heisst das nichts anders als Gastronomie und Direktverkauf auf hohem Niveau sowie Businessevents, Seminare, Hochzeiten usw. mit professionellem Eventmanagement. Ein Angebot, das sich einer ungebrochenen grossen Nachfrage erfreut. Die Gäste kommen dabei zu rund 50 Prozent aus dem Wirtschaftsraum Zürich und zu 50 Prozent aus der ganzen Welt.

«Geerdete» Anlässe

Einen Erlebnisbauernhof professionell zu führen ist entsprechend kapitalintensiv. Auf einem risikoreichen Pfad bewegen sich Martin und Beat Jucker aber nicht. «Da wir sehr stark diversifiziert sind, bestehen keine existenziellen Risiken oder Abhängigkeiten», erklären sie. Und damit man sich auch in Zukunft keine Sorgen machen muss, werden laufend weitere Innovationen und Angebote ausgetüfelt. Während andere Events immer technologischer und digitaler werden, beschreiten die beiden Brüder quasi den anderen Weg. Sie setzen auf «geerdete» Anlässe mit einprägsamen Erlebnissen. Denn sie wissen: «Transparenz, Nachhaltigkeit und das Wissen, woher die Produkte stammen, sind hoch im Trend. Niemand kann diese Werte besser verkörpern als ein Bauer.» So geerdet wie ihr Angebot, so geerdet sind auch die beiden Unternehmer geblieben. Auf die Frage, wie stark man sich laufend erneuern muss, um attraktiv zu bleiben, fällt die Antwort kurz und knapp aus: «Es reicht, wenn man der Beste ist.»

Anzeige

Tradition und Beständigkeit erleben.

Wir unterstützen die Stiftung KMU Next, damit die kleinen und mittelgrossen Unternehmen (KMU) auch in Zukunft das Rückgrat der schweizerischen Wirtschaft bilden.

Was immer Sie vorhaben. Wir sind für Sie da.

KMU Next
PME
PMI

helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung.

Erfolgreich ins 2015: Wie der Jahres- oder Projekt-Kick-off gelingt

Noch während das laufende Geschäftsjahr am Ausklingen ist und man bei Weihnachtsessen die Erfolge des Jahres feiert, stehen schon die nächsten Projekte und ein neues Jahr vor der Tür. Mit einem Jahres- oder Projekt-Kick-off kann das eigene Team motiviert in die neuen Aufgaben starten.



Startbedingungen entscheidend

Ein Kick-off-Meeting prägt die Erwartungshaltung der Mitarbeitenden und motiviert für Kommendes. Hier entscheidet sich, welche Bedeutung der einzelne Mitarbeitende dem Projekt beimisst – und letztlich auch die Erfolgchance des Vorhabens. Daher muss es inhaltlich sauber vorbereitet sein, Klarheit über Ziele bieten, Rollen verteilen, Regeln für die Zusammenarbeit und anzuwendende Methoden beinhalten und einen gemeinsamen Konsens herstellen. Damit aber nicht genug: Motivation, Teamentwicklung und -bildung und die zwischenmenschliche Interaktion sind entscheidend über Erfolg und Misserfolg eines Kick-offs.

Flexibler und serviceorientierter Partner

Meist empfiehlt es sich, für einen Kick-off die eigenen vier Wände zu verlassen – optimal, wenn man einen verlässlichen Partner an der Hand hat und man sich nicht selbst um Räumlichkeiten, Verpflegung und Rahmenprogramm kümmern muss.

Mitten in der Natur und doch urban – nur eine Autostunde von Zürich oder St.Gallen entfernt liegt mit dem Kursaal, als Business & Event Center des Grand Resort Bad Ragaz, einer dieser Partner. Eingebettet in die Landschaft der Weinregion Bündner Herrschaft stehen vielfältige Tagungsmöglichkeiten zur Auswahl, die Freiraum für Ideen bieten. Dafür sorgen das unverwechselbare Ambiente aus Licht und

Eleganz, modernste Infrastruktur sowie ein Service, der für vollendete Gastgeberqualitäten steht. So bietet Küchenchef Renato Wüst beispielsweise mit vier verschiedenen Linien die Möglichkeit zur individuellen und zielbewussten Ernährung für Ihren Kick-off: Durch die Wahl des richtigen Essens können Teilnehmer ihre geistige und körperliche Leistungsfähigkeit steigern, Stress reduzieren und für ein ausgewogenes Körpergefühl sorgen.

Das führende Wellbeing & Medical Health Resort Europas bietet damit eine Umgebung für ideenreiche Meetings mit Weitblick, um Mitarbeitende und Geschäftspartner zu kreativen Höhenflügen zu motivieren und einen Kick-off optimal zu gestalten.

Jahres- oder Projekt-Kick-off-Meeting:

30 % Rabatt in den ersten 3 Monaten des neuen Jahres.

Buchen Sie die Victor Hugo Lounge des Grand Resort Bad Ragaz (siehe Bild) für Ihre Veranstaltung bis 31. März 2015 zur Tagesmiete von CHF 700.– statt CHF 1000.– (Buchungscode: Entrepreneur of the Year).

Anfragen und Reservationen unter Telefon +41 (0)81 303 30 30 oder meeting@resortragaz.ch

«Ein schönes Display hebt den Wert zusätzlich»

Die Westschweizer Pac Team Group verleiht sozusagen dem Luxus einen zusätzlichen Luxus. Vor 60 Jahren begann das Unternehmen mit der Kreation von Displays für bekannte Schweizer Uhrenmarken. Am Point of Sale sind die Schöpfungen des Unternehmens von CEO Alain Borle heute weltweit im Einsatz. Im Gespräch mit dem leidenschaftlichen Präsentator schöner Dinge.

Interview: Stefan Millius Bild: zVg.

*Alain Borle, CEO der Pac Team Group:
«In zehn Jahren möchte ich unsere aktuellen Verkaufszahlen verdoppelt haben.»*



Alain Borle, als einer der Finalisten des Wettbewerbs 2014: Was macht Ihre Firma so besonders, was zeichnet sie aus – und auch Sie selbst als CEO?

Es ist wohl ganz generell mein Sinn für Unternehmertum. Ich habe die Firma vor 25 Jahren von meinem Onkel und meinem Vater übernommen, also als klassischen Familienbetrieb. Damals war es ein Waadtländer KMU mit einem Umsatz von 8 Millionen Franken, heute sind wir ein multinationales Unternehmen mit rund 55 Millionen Franken Jahresumsatz.

«Wir sind gezwungen, immer kreativ zu sein, an der Spitze der neuesten Technologien zu bleiben und gleichzeitig die dauerhaft hohe Qualität der Produkte und Dienstleistungen sicherzustellen.»

Wir befinden uns mitten im digitalen Zeitalter. Gibt es denn noch immer ein Bedürfnis nach «Point of sale»-Präsentation?

Absolut, ohne Zweifel. In der Welt des Luxus muss der Endverbraucher das Objekt spüren und berühren

können. Ein schönes Fensterdisplay hebt den Wert des Objekts zusätzlich.

Ihre Firma liegt in einer Grenzregion. Ist das ein Fluch, ein Segen – oder beides?

Der Standort innerhalb der Schweiz hat auf unser Geschäft keinen Einfluss. Viel wichtiger für uns ist der Ruf der Schweiz als ein Land der Exzellenz und Kompetenz.

Ihre Produkte müssen einerseits kreativ sein, andererseits auch ganz einfach funktional und praktisch. Liegt darin eine Herausforderung?

Das kann man so sagen, ja. Wir sind gezwungen, immer kreativ zu sein, an der Spitze der neuesten Technologien zu bleiben und gleichzeitig die dauerhaft hohe Qualität der Produkte und Dienstleistungen sicherzustellen. Es ist eine ständige Herausforderung, das Niveau zu halten.

Müssen Sie stets die Wünsche Ihrer Kunden originalgetreu umsetzen oder gibt es Spielraum für Ihre eigenen Ideen?

Es ist ein wenig von beidem. Manchmal sind wir es, die eine Idee aufbringen, auf die der Kunde anspringt. In anderen Fällen sind die Spezifikationen so vorgegeben, dass der Rahmen enger gesteckt ist. Dann müssen wir eben unsere Kreativität besonders spielen lassen für eine optimale Lösung.

Wo wird Ihr Unternehmen in zehn bis zwanzig Jahren stehen?

In zehn Jahren möchte ich unsere aktuellen Verkaufszahlen verdoppelt haben und allmählich beginnen, die Übergabe an meine Nachfolger an die Hand zu nehmen. In zwanzig Jahren werde ich den Staffelfstab weitergereicht haben, und das Pac-Team wird weiter auf Erfolgskurs sein.



*Patrick Burkhalter,
CEO der Ergon Informatik AG:
«Unsichtbarer Tunnel.»*

«Wir bieten keine «Fließband-Informatik»»

Die Softwarefirma Ergon in Zürich ist führend in der Herstellung von individuellen Softwarelösungen und Softwareprodukten. Die Mitarbeitenden sind hochqualifizierte IT-Spezialisten mit Fokus auf den Kundennutzen. Sie antizipieren Technologietrends und entwickeln Lösungen, die Wettbewerbsvorteile bringen. Im Gespräch mit Patrick Burkhalter, CEO der Ergon Informatik AG.

Interview: Marcel Baumgartner Bilder: zVg.

Patrick Burkhalter, Sie sind unter den Finalisten des EY Entrepreneur Of The Year-Wettbewerbs 2014. Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Wir sind mit 30 Jahren eines der ältesten und erfolgreichsten Softwareunternehmen der Schweiz und haben eine Unternehmenskultur, die es uns erlaubt, trotz Fachkräftemangel all unsere Stellen mit hochqualifizierten Mitarbeitenden zu besetzen. Wir glauben an den Wirtschaftsstandort Schweiz und an die

denken und bereit sind, die «letzte Meile» zu gehen und qualitativ hochstehende Arbeit zu leisten. Wir bieten keine «Fließband-Informatik», sondern massgeschneiderte Lösungen, die für unsere Kunden Effizienzgewinne und damit Wettbewerbsvorteile bieten. Diese Lösungen haben ihren Preis – aber weil sie konzeptionell durchdacht sind, haben sie auch länger Bestand und lassen sich flexibel auf neue Bedürfnisse anpassen. Es passiert nicht selten, dass eine Firma zu uns kommt, wenn sie mit der Integration oder dem Anpassen einer Standardlösung nicht die gewünschte Wirkung erzielen konnte...

«Seit 30 Jahren wird bei uns eine Kultur der Transparenz, Eigenverantwortung und Mitbestimmung gelebt und gefördert.»

Qualität unserer Ingenieursarbeit. Darum betreiben wir bewusst kein Offshoring, sondern erbringen all unsere Dienstleistungen von unserem Standort in Zürich aus.

Das ist ein Bereich, der sich in den vergangenen Jahren markant gewandelt hat. Wie halten Sie mit den neusten Entwicklung Schritt??

Eine Kernkompetenz von Ergon ist die Antizipation von Trends unter sich verändernden Marktbedingungen. Neue Entwicklungen werden regelmässig in den Teams und zwischen den Abteilungen ausgetauscht. In unserem Arbeitsklima, das Innovation fördert, werden neue Technologien ausprobiert und unseren Kunden frühzeitig verfügbar gemacht, damit sie vom Wettbewerbsvorsprung profitieren können.

Was ist es, was Ihre Produkte von anderen Firmen abhebt?

Unsere Unternehmenskultur führt dazu, dass wir nicht nur sehr zufriedene, sondern auch sehr motivierte Mitarbeitende haben, die mit den Kunden mit-

Das A und O in Ihrem Bereich sind die Mitarbeitenden. Wie schwer ist es, fähige IT-Spezialisten zu bekommen?

Ergon hat dank ihrem guten Ruf in der Branche bisher ohne grossen Aufwand die gesuchten Spezialisten anstellen können. Viele kommen über Mund- zu Mund-Propaganda zu uns; ein ETH-Professor sprach sogar mal von einem «unsichtbaren Tunnel», der von der ETH zu Ergon führe.

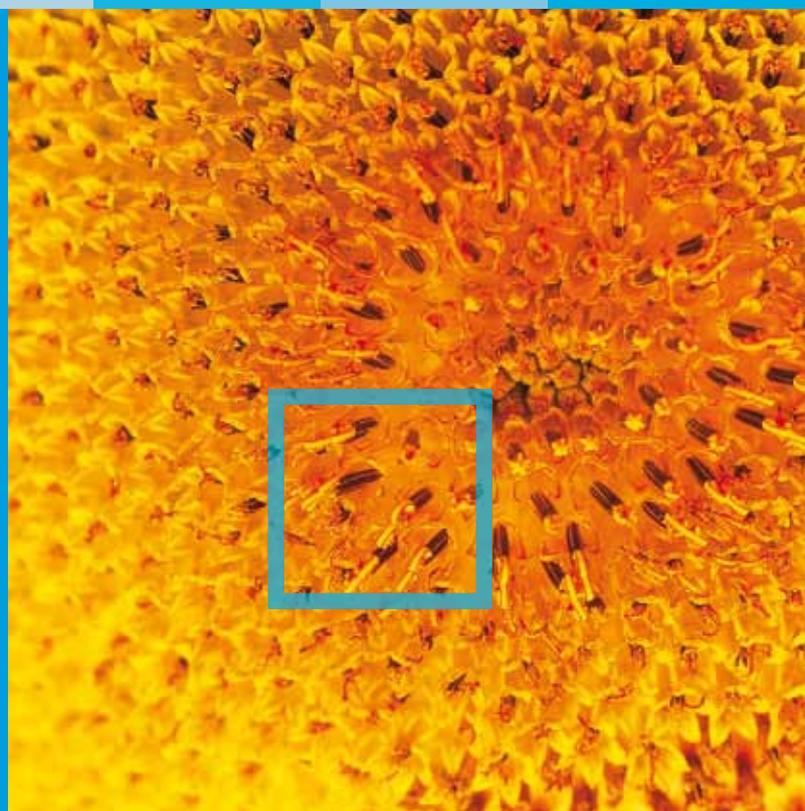
Dennoch: Hat sich der Kampf um die besten Talente nicht erheblich verschärft?

Schauen wir nur schon den Bankensektor an, in dem der Ruf nach Digitalisierung und Effizienzsteigerung sehr stark ist. Dieser Trend gilt auch für die anderen Branchen. Der Bedarf wird vor allem im Bereich der hochqualifizierten Informatiker stetig zunehmen.

2014 wurde Ergon mit dem 2. Platz bei «Great Place to Work» bei den mittelgrossen Firmen ausgezeichnet, 2012 mit dem «Swiss Arbeitgeber Award» und dem «ICT Education and Training Award» und 2008 als erste Firma mit dem «SwissICT Champion Award» ausgezeichnet. Wo stehen all diese Preise?

Unsere Kunden haben mehr Cash
und weniger Ärger.

Warum?



Darum!

Weil wir als beste Datenbank für Wirtschafts- und Bonitätsauskünfte bekannt sind. Weil kein anderes Unternehmen in der Schweiz die zentralen Bereiche Auskunft sowie Inkasso aus einer Hand in dieser Form abdeckt. Das bedeutet für Sie: Mehr Cash, weniger Debitorenverluste, verbesserte Kundenstruktur, Ärger ausgelagert. Wählen Sie Ihren ortsnahen Partner.

www.creditreform.ch

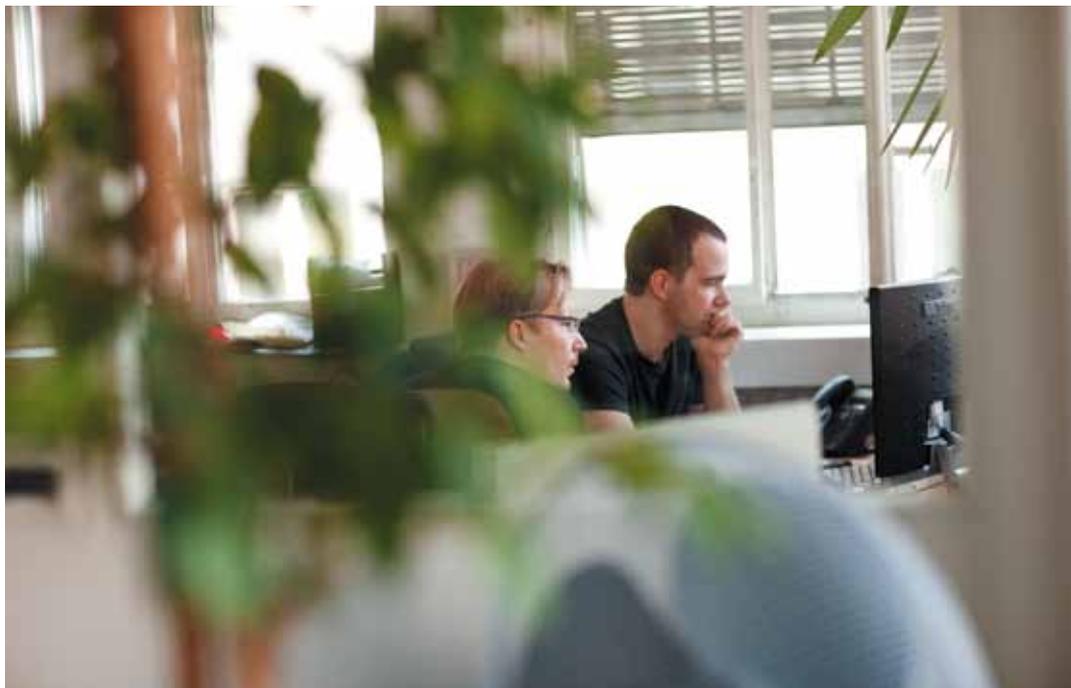
**+ Creditreform
Egeli Basel AG**
Münchensteinerstrasse 127
CH-4002 Basel
Tel. +41 (0)61 337 90 40
Fax +41 (0)61 337 90 45
info@basel.creditreform.ch

**+ Creditreform
Egeli St. Gallen AG**
Teufener Strasse 36
CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 (0)71 221 11 21
Fax +41 (0)71 221 11 25
info@st.gallen.creditreform.ch

**+ Creditreform
Egeli Zürich AG**
Binzmühlestrasse 13
CH-8050 Zürich
Tel. +41 (0)44 307 80 80
Fax +41 (0)44 307 80 85
info@zuerich.creditreform.ch



Creditreform
GEMEINSAM GEGEN VERLUSTE.



*Kultur der Transparenz,
Eigenverantwortung
und Mitbestimmung:
So gewinnt man
den Kampf um die
besten Talente.*

Die stehen im grossen Aufenthaltsraum der Ergon am neuen Standort in Zürich – denn unsere Mitarbeitenden haben diese Preise verdient und darum stehen sie auch dort.

Mitarbeitenden die Salärsumme reduziert und viel Zeit in Forschung und Entwicklung investiert. Dar- aus ist unter anderem unser Softwareprodukt «Air- lock» entstanden, das heute einen Fünftel unseres Unternehmensumsatzes erzielt.

«Ergon hat dank ihrem guten Ruf in der Branche bisher ohne grossen Aufwand die gesuchten Spezialisten anstellen können.»

Die Würdigungen zeigen, dass Sie auf der Erfolgsspur sind. Das Unternehmen wurde 1984 gegründet. Ging es seither stetig aufwärts?

Auch wir hatten nach der Implosion des Internet Bubbles im 2001 und in den Folgejahren mit einem Umsatz- und Gewinneinbruch zu kämpfen. Wir haben aber damals keine Mitarbeitenden entlassen, sondern mit dem einstimmigen Einverständnis aller

Stichwort Arbeitgeber Award: Was ist es, was Sie Ihren Mitarbeitenden besonderes bieten?

Seit 30 Jahren wird bei uns eine Kultur der Transparenz, Eigenverantwortung und Mitbestimmung gelebt und gefördert. Dazu gehören vollständige Lohntransparenz, die Gleichberechtigung aller Mitarbeitenden und das Vetorecht aller gegenüber Entscheiden der Vorgesetzten. Wir sind der Überzeugung, dass neben weiteren Benefits vor allem diese – eigentlich urschweizerische – Kultur der Mitbestimmung und Eigenverantwortung dazu beiträgt, dass wir zu den beliebtesten Arbeitgebern der Schweiz zählen.

Anzeige

Tradition und Beständigkeit erleben.

Wir unterstützen die Stiftung KMU Next, damit die kleinen und mittelgrossen Unternehmen (KMU) auch in Zukunft das Rückgrat der schweizerischen Wirtschaft bilden.

**Was immer Sie vorhaben.
Wir sind für Sie da.**

KMU Next
PME
PMI

helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung.

In drei Tagen um die Welt

Eine langfristige Geschäftsstrategie basierend auf hohem Qualitätsniveau in Bezug auf Dienstleistung, Kunden, Mitarbeiter und Flugzeuge sowie eine frühzeitige Ausrichtung auf die globalen Entwicklungen: Diese Faktoren zeichnen die CAT Aviation AG in Kloten aus. Deren CEO ist Helene Niedhart. Für sie steht fest: Auch wenn man in diesem Business den Sternen etwas näher ist, darf man dennoch niemals die Bodenhaftung verlieren.

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** zVg.

Helene Niedhart, ich stelle es mir enorm schwierig vor, eine Business Airline zu betreiben. Wie stark sind Sie – abgesehen von turbulenten Flügen – Schwankungen ausgesetzt?

Das Business Aviation Geschäft kennt nur ein volatiles Umfeld – auch im übertragenen Sinne – und zwingt uns, die vom Markt geforderte Dynamik ohne Wenn und Aber umzusetzen. In diesem extrem stark regulierten Geschäft stellt dies eine grosse Herausforderung dar.

Führte etwa die Finanzkrise zu massiven Einbrüchen in Ihrem Business?

Ja sicher, die Finanzkrise löste weltweit einen extremen Einbruch auch in der Business Aviation aus. Allerdings hat nicht nur der Zusammenbruch der

ten wiederum eine erfreuliche Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr.

Was muss man in erster Linie beachten, um in diesem Bereich nachhaltig erfolgreich zu sein?

Auch wenn wir Piloten ab und zu den Sternen etwas näher sind, sollten wir nicht nach ihnen greifen wollen. Unsere Ziele dürfen durchaus hoch gesteckt sein, müssen aber die Möglichkeit bieten, erreicht werden zu können. Dazu braucht es Mut und Durchhaltevermögen. Man muss auch einmal nein sagen können, wenn bei einem Geschäft zu viel Unsicherheit besteht oder wenn es nicht in unser Konzept passt. Wichtig ist auch, täglich an einer guten Firmenkultur zu arbeiten, um hochmotivierte Mitarbeiter im Team zu wissen, die Vertrauen in die Geschäftsleitung haben können.

«Die meisten Menschen werden beim Thema Fliegen sehr emotional und verlieren nicht selten die Bodenhaftung.»

Finanzmärkte dazu geführt, sondern auch der vorausgegangene, absolut ungesunde Boom in unserer Branche. Es wurden viel zu viele Flugzeuge bestellt, die gar nie profitabel hätten eingesetzt werden können. Die Business Aviation ist und bleibt ein Nischenmarkt.

Wie sieht es heute aus? Wie erfolgreich sind Sie unterwegs?

Glücklicherweise hat sich unsere solide und auf Langfristigkeit ausgerichtete Geschäftspolitik bezahlt gemacht. Nach einem miserablen Jahr 2009 konnten wir wieder langsam an die erfolgreichen Jahre anknüpfen. Wir haben alle immer an den Erfolg geglaubt, und unsere Mitarbeiter haben mit grossartigem Einsatz erstaunliche Leistungen erbracht. Auch dieses Jahr dürfen wir wieder mit einem hervorragenden Ergebnis rechnen. Wir erwar-

Immerhin kann niemand von heute auf morgen in diesen Markt einsteigen. Wie stark ist die Konkurrenz?

Grundsätzlich kann jedermann in dieses Geschäft einsteigen, wenn genügend finanzielle Mittel vorhanden sind. Aber Erfolg haben steht auf einem anderen Blatt. Die meisten Menschen werden beim Thema Fliegen sehr emotional und verlieren nicht selten die Bodenhaftung. Deshalb sieht man immer wieder neue Firmen kommen und gehen. Aus einem grossen Vermögen kann leicht ein kleines werden. Unsere Konkurrenten sind vor allem Business Jet Fluggesellschaften in Europa, die mit tieferen Kosten und günstigeren Rahmenbedingungen operieren können. Dazu kommt der Währungsdruck. Mit 1.20 Franken ist der Euro wieder auf dem Tiefststand und macht es uns somit schwer, konkurrenzfähige Preise anzubieten.

Das Unternehmen hat seine Wurzeln im Jahre 1987. Im Laufe der Zeit dürften einige spannende Episoden aus dem Alltag zusammengekommen sein. Können Sie eine erzählen?



*Helene Niedhart, Pilotin und
CEO der CAT Aviation AG:*

*«Aus einem grossen Vermögen
kann leicht ein kleines werden.»*

Den eigenen Weg finden

Weiterbildungsmaster

Executive MBA in vier Fachrichtungen: Dienstleistungsmanagement, Entrepreneurship – Leitung KMU und Profitcenter, Sales- und Marketing – Management, Wertorientiertes Finanzmanagement | **MAS in Corporate Innovation Management** | **MAS in Business Process Engineering**

Zertifikatslehrgänge

Key Account Management | Strategisches Leadership

Interessiert? Details zu diesen und anderen Weiterbildungen finden Sie unter www.fhsg.ch/weiterbildung oder rufen Sie uns an +41 71 226 12 50. Wir beraten Sie gerne.

Da gäbe es natürlich vieles zu erzählen, zum Beispiel mein kürzlich geflogener Trip rund um die Welt – in nur drei Tagen. Oder vielleicht meine Erfahrung, eine Mirage 2000-5 pilotieren zu dürfen, die sich in allen möglichen Fluglagen spielend leicht fliegen liess. Das Fliegen war einfach, aber die vorausgegangene Prozedur bei der Einkleidung mit Druckanzug, Stiefeln, Helm, Sauerstoff etc. war zeitaufwendig und kompliziert.

«Glücklicherweise hat sich unsere solide und auf Langfristigkeit ausgerichtete Geschäftspolitik bezahlt gemacht.»

Nach dem Blick zurück, jener nach vorne. Wohin geht die Reise noch? Was sind die Visionen für die Zukunft?

Die Grundsätze der Nachhaltigkeit und unseren hohen Qualitätsanspruch wollen wir auch in Zukunft nicht ändern. Mit der neu gegründeten Flugzeugabfertigungsfirma Cat Airservice in Zürich,

Zum Unternehmen

Cat Aviation betreibt und unterhält exklusive Business Jets. Und das mit Erfolg. Seit über 25 Jahren ist es ein inhabergeführtes Unternehmen, das mit viel Engagement und kundenorientierten Dienstleistungen an der Spitze der Executive Aviation fliegt. Die Flotte besteht aus Business Jets der neusten Generation – sowohl für kurze Strecken wie auch für Interkontinental-Flüge.

ein joint venture mit der Airservice Basel, die ein langjähriges, schweizerisches Wartungs- und Abfertigungsunternehmen mit denselben Qualitätsansprüchen und Geschäftsphilosophien wie unseren ist, sehen wir gute Möglichkeiten, unsere Geschäftsfelder gemeinsam zu erweitern. Zusammen decken wir das gesamte Aviatik Spektrum mit Fluggesellschaft, Abfertigung und Flugzeugwartung ab. In dieser Konstellation ergeben sich reelle Chancen, unsere Tätigkeiten auch in Emerging Markets zu expandieren.

Anzeige



Energieeffizienz in chemischen Prozessen Mit CP Pumpen bis zu 30% Energie einsparen



Als einer der führenden Hersteller von energieeffizienten Chemieprozesspumpen beraten wir Sie umfassend, von der Planung bis zur Optimierung neuer und bestehender Pumpensysteme. Das Resultat – Sie sparen Energie, Kosten und reduzieren Ihre CO₂-Emissionen.

Um mehr zu erfahren, wie Sie in Ihren chemischen Prozessen Energie sparen können, besuchen Sie: www.cp-pumps.com

cleaner pumps, cleaner planet™

An die Spitze und noch weiter

Die Baumann Federn AG mit Sitz in Ermenswil wurde in der Sparte «Family Business» ausgezeichnet. Das Unternehmen unter der Leitung von Thomas H. und Hans R. Rüegg ist der einzige Schweizer Familienbetrieb im Bereich der Feder- und Stanzteilproduktion, der global aufgestellt ist.

Text: Marcel Baumgartner Bilder: zVg.

Mit der Baumann Federn AG zeichnete die Entrepreneur-Jury ein Unternehmen aus, welches in vielerlei Hinsicht einzigartig ist. Nur schon die Geschichte der Firma würde einen vertieften Blick verdienen. Denn

weiteren Standorten bis heute fort. 1979 erfolgten weitere Gründungen in den USA und in Asien. Heute, mit sechs Firmen in Europa, zwei in Amerika und ebenso vielen in Asien, ist Baumann Federn weltweit präsent.

Mit technischen Lösungen und Innovationen will die Baumann Federn AG ein technisches Alleinstellungsmerkmal erreichen.

es dürfte in der Schweiz nur noch wenige Familienunternehmen geben, die bereits seit 128 Jahren erfolgreich wirtschaften – und dies nicht nur lokal sondern global. Der Grundstein von Baumann Federn wurde im Jahr 1886 in der Schweiz gelegt. Die internationale Expansion startete schliesslich 1947 mit dem Werk in Italien und setzte sich in Europa mit vier

Fünfte Generation am Steuer

Geführt wird das Unternehmen von der fünften Generation. Thomas und Hans Rüegg setzen dabei nicht nur auf Bewährtes sondern peilen auch Neues aus. Hierfür wurde die «Vision 2020» definiert. Man will sich vom lokalen Generalisten zum globalen Spezialisten wandeln; ein Spezialist in bewusst ausgewählten, strategischen Geschäftsfeldern, in denen Federn, Stanz- und Bieeteile aus Draht- und Bandmaterialien verwendet werden. Und man will sich als Experte für diese Produkte in ausgewählten Anwendungen der Medizin- und Pharmaindustrie



*Bauen die fünfte «Etage».
Thomas H. Rüegg
und Hans R. Rüegg,
Baumann Federn AG.*

mit branchenspezifischen Mindset und Image positionieren. Das Schweizer Familienunternehmen soll zum klaren Weltmarktführer werden, unabhängig bleiben, nachhaltig wachsen und weiter an Marktanteilen gewinnen.

Zeit, sich zu positionieren

Letzteres soll auch durch die Anpeilung neuer Märkte realisiert werden. Geografisch steht hierbei der laufende Aufbau in Asien im Fokus, industriebezogen ist es die Medizinaltechnik, in der konjunkturelle Ausschläge deutlich weniger spürbar sind. Anders als etwa in der Automobilbranche, wobei hier laut den Geschäftsführern geografisch grosse Unterschiede feststellbar sind. «Und, da wir uns im B2B-Bereich bewegen», ergänzt Thomas H. Rüegg, «ist unser Business sowieso nur beschränkt planbar.» Hier kämen dann nicht selten die Vorzüge eines Familienunternehmens zum Tragen. Diese können auch in einem globalen Business noch effektiv ausgenützt werden. «Als Familienunternehmen sind wir nicht gezwungen, kurzfristige Profite

Der Grundstein von Baumann Federn wurde im Jahr 1886 in der Schweiz gelegt.

zu zeigen und haben die nötige Zeit, uns nachhaltig zu positionieren», so Hans R. Rüegg. Die starke, historisch gewachsene Struktur der Firma spiele hier ebenfalls hinein. «Man kann sich das Ganze als Haus vorstellen, das bisher aus vier Stöcken bestand», führt Thomas H. Rüegg aus. Das Haus könne nur um einen Stock erweitert werden, wenn die anderen Etagen auch stabil errichtet wurden. «Damit will ich sagen, dass sicher jede Generation ihre «Meilensteine» hatte und Baumann zu dem gemacht hat, was es heute ist.»

Alleinstellungsmerkmal

Entscheidend sind in dieser Branche jedoch ganz klar auch technisch innovative Lösungen. Deshalb wird permanent in die Technologie der Zukunft investiert. «Zudem achten wir darauf, dass wir unsere Maschinenparks weltweit stetig aktualisieren und auf dem neuesten Stand halten», ergänzt Hans. R. Rüegg. Mit technischen Lösungen und Innovationen will die Baumann Federn AG ein technisches Alleinstellungsmerkmal erreichen. So hat man beispielsweise mit der Bamatec einen eigenen, internen Maschinen- und Sondermaschinenbauer, was in dieser Branche einzigartig ist.

Es besteht kein Zweifel: 128 Jahre Unternehmensgeschichte sind viel. Aber da folgt noch einiges mehr. Das Know-how ist vorhanden. Innovationen und der Wille, vorwärts zu kommen, ebenso. Das «Gebäude» der Baumann Federn AG dürfte künftig noch um die eine oder andere Etage erweitert werden. Die Weichen dafür sind gelegt.



TKF

Bleiben Sie in Führung. Wir zeigen Ihnen wie.

Im Senior Management Programm der Universität St.Gallen erneuern Sie das Know-how für Ihre Führungsposition. Strategie und Wandel, Finanzen und Performance Management, Innovation und Customer Value, Leadership und Implementierung – wir bringen Sie in diesen Themen auf den letzten Stand. Und Sie erweitern Ihr Netzwerk mit international anerkannten HSG-Dozenten und hochkarätigen Business Professionals. **Wir setzen Massstäbe. Mit Ihnen.**

www.senior-management-programm.ch

Elgar Fleisch schätzt an der Juryarbeit besonders, dass «wir uns viel Zeit für einlässliche Diskussionen nehmen können».



«Stringent und transparent geführter Prozess»

Elgar Fleisch ist Professor an der ETH Zürich (Informationsmanagement) sowie an der Universität St.Gallen (Technologiemanagement) und Mitglied der Jury zum «Entrepreneur of the Year Schweiz 2014». Im Interview erklärt er, wie schwierig es für die Jury ist, aus vielen sehr guten Kandidaten den besten zu küren und gibt Antwort auf die Frage, wie nachhaltig ein EOY-Titelgewinn sein kann.

Text: Stephan Ziegler Bild: zVg.

Elgar Fleisch, gibt es Erfolgsfaktoren, die einen Unternehmer besonders für den Titel EOY qualifizieren?

Ja, ein stimmiges Gesamtbild. Im Zentrum steht sicherlich der Mensch mit seiner unternehmerischen Vision, Energie und seinen gelebten Grundsätzen. Dann kommen nachhaltiger finanzieller Erfolg, strategische Perspektiven, internationale Wirkung, Innovation und persönliche Integrität des Unternehmers als Kriterien dazu. An diesen Kriterien messen wir in der Jury unsere Kandidatinnen und Kandidaten.

Dazu haben wir die unterschiedlichen Kategorien eingeführt. Innerhalb dieser ist die Bewertung noch herausfordernd genug. Wir stellen uns dieser Aufgabe mit Detailarbeit und Augenmass. Bisher war das Feedback auch der Kandidaten sehr positiv.

Der EOY hat den Anspruch, jedes Jahr den besten Schweizer Unternehmer zu küren. Was heisst für Sie persönlich «der beste»?

Jemanden, der auch meinen Studenten an ETH und HSG ein Vorbild im umfassenderen Sinn sein kann, der sein Unternehmen als Teil der Gesellschaft begreift und so führt, dass es zum Wohle aller gedeiht, der Umbrüche frühzeitig erahnt und aktiv mitgestaltet.

«Der «beste Unternehmer» ist jemand, der auch meinen Studenten an ETH und HSG ein Vorbild im umfassenderen Sinn sein kann.»

Und gibt es eine Branche oder Region, aus der tendenziell eher Gewinner kommen? Oder anders gefragt: Was liegt bei der Jury besonders im Trend?

Wir orientieren uns an keinem Trend. Nicht einmal in der Kategorie «Emerging Entrepreneurs», in der ich mich besonders einbringen darf, sind beispielsweise nur Technologieunternehmen unter den Gewinnern. Wir versuchen in einem sehr stringent und transparent geführten Prozess, der übrigens recht aufwendig ist, die besten Kandidaten aus dem Pool der Bewerber zu identifizieren. Dabei kommt es natürlich oft vor, dass das Bessere der Gegner des sehr Guten ist.

Sie sagen es: Meist stammen die Finalisten aus sehr unterschiedlichen Branchen. Wie schafft es die Jury, einen – sagen wir – Reiseanbieter mit einem Finanzdienstleister oder einem Industrielken fair zu vergleichen?

Alle Finalisten erfüllen aus Jurysicht die Bedingungen, um als «Entrepreneur of the Year» ausgezeichnet zu werden. Trotzdem müssen Sie sich für einen entscheiden. Was gibt am Schluss den Ausschlag?

Im Vergleich der Finalisten, die eigentlich alle zu den Gewinnern zählen, entscheiden wir uns in sorgfältigem Abwägen nach den eingangs genannten Kriterien. Dabei fliessen natürlich auch die persönlichen Erfahrungen und Hintergründe der Jurymitglieder ein. Was ich an unserer Arbeit besonders schätze, ist, dass wir uns viel Zeit für einlässliche Diskussionen nehmen. Und so entsteht am Schluss ein Entscheid, hinter dem in der Regel alle stehen können.

Warum engagieren Sie als Professor für Informations- und Technologiemanagement sich eigentlich in der Jury zum EOY?

Die Jury ist eine sehr effektive Methode, den Transfer zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zu pflegen – in beide Richtungen. Ich lerne in der Juryarbeit viel und kann dies meinen Studierenden und Spin-off Unternehmen weitergeben.

**Die Wahrscheinlichkeit,
dass die Dinosaurier zurückkehren:
circa 0.000015 Prozent.**

Somit nicht unmöglich.



Der neue Touareg. Mit neuen Assistenz- und Sicherheitssystemen. Bereit für was auch immer.

Fahrer des neuen Touareg bleiben entspannt. Dank neuer Highlights wie optionaler automatischer Distanzregelung ACC, Luftfederung, Area View mit 360°-Sicht auf dem Display, Multikollisionsbremse, 100% Steigfähigkeit plus einer ganzen Reihe Offroad-Features und serienmässigem 4MOTION. Damit sind Sie in nahezu jeder Situation auf der sicheren Seite – selbst wenn Ihnen mal etwas Grösseres über den Weg läuft.

Jetzt bei Ihrem Volkswagen Partner Probe fahren.

VOLKSWAGEN SWISS SERVICE PACKAGE

10 Jahre Service bis 100'000 km
3 Jahre Reparatur bis 100'000 km
3 Jahre Personenassistance



Das Auto.

Und wie nachhaltig ist eine Auszeichnung für den Sieger?

Wir versuchen, nachhaltige Sieger auszuzeichnen. Vor diesem Hintergrund ist die Auszeichnung ein gutes Signal, aber nicht der Grund für langfristigen Erfolg. Das Nachhaltigste für die Finalisten und die Sieger ist der Zugang zum weltweiten EOY-Netzwerk, von dem viele profitieren – oft recht konkret, z. B. in der Auslandsexpansion.

Sind denn aus Ihrer Erfahrung die bisherigen EOY-Gewinner auch nachhaltig erfolgreiche Unternehmer? Oder gab es auch Sieger, die später aufgeben mussten?

Wir legen sehr viel Wert auf Substanz in Person, Unternehmen und Markt. Mir ist bis heute kein Fall bekannt, bei dem sich die Jury geirrt hat. Ich selber bin erst seit vier Jahren dabei und verfolge die ehemaligen Preisträger mit Aufmerksamkeit.

«Wir orientieren uns an keinem Trend.»

Apropos verfolgen: Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Lage der KMU-Landschaft Schweiz – wo locken Chancen, wo drohen Gefahren?

Exportorientierte KMU sind die wichtigsten Innovationsmotoren der Schweiz. Die Umgebung, die sie hier antreffen, ist in vielen Dimensionen einzigartig. Im internationalen Vergleich habe ich manchmal das Gefühl, dass wir schneller zufrieden sind, was an sich ja nicht schlecht ist. Das grosse Wachstum sichern sich dann aber andere Unternehmen in anderen Volkswirtschaften.

Zum Schluss: Würde der Bundesrat Sie als wirtschaftlichen Berater engagieren – was wären Ihre Ratschläge?

Prof. Dr. Elgar Fleisch (*1968) ist Direktor am Institut für Technologiemanagement der Universität St.Gallen HSG und Inhaber des Lehrstuhls für Informationsmanagement an der ETH Zürich. Im Zentrum seiner Forschungsarbeit stehen betriebswirtschaftliche Auswirkungen und Infrastrukturen des ubiquitären Computings. Sein Team untersucht zusammen mit einem globalen Netzwerk von Universitäten eine Infrastruktur für das «Internet der Dinge». Zudem werden in seinen Labors auch Lösungen zum ressourcenschonenden Umgang mit Strom und Wasser erprobt, dateninduzierte Innovationen für die Versicherungswirtschaft abgeleitet und digitale Therapien sowie neuartige Home Automation-Lösungen entwickelt.

Fleisch ist Mitgründer mehrerer Spin-off-Unternehmen und Mitglied in verschiedenen Verwaltungsräten sowie akademischen Steuerungsausschüssen. Er hat 1987 an der HTL Bregenz in der Fachrichtung Maschinenbau maturiert, danach an der Universität Wien Wirtschaftsinformatik studiert und 1993 im Bereich Künstliche Intelligenz seine Dissertation abgeschlossen. Ab 1994 habilitierte er am Institut für Wirtschaftsinformatik an der HSG zum Thema Unternehmensnetzwerke.

Der Bundesrat befasst sich mit zahlreichen unterschiedlichen Wirtschaftsfragen. Zu vielen Themen könnte ich nichts sagen, weil ich nicht kompetent genug fühle. Um die Innovationskraft der Schweiz noch mehr und nach marktwirtschaftlichen Prinzipien zu unterstützen, würde ich es jedoch sehr begrüßen, wenn grosse Pensionsfonds einen Teil des ihnen anvertrauten Geldes in generationsübergreifende Ventures investierten. Dies würde der Schweizer Wirtschaft im Hightech-Bereich aller Voraussicht nach einen sehr grossen und nachhaltigen Schub geben.

Anzeige



Merger & Acquisition
Steuern & Recht
Immobilien
Treuhand

ENTREPRENEUR OF THE YEAR?

Ja. Auch.

Ihr Partner für Merger & Acquisition. Kauf und Verkauf von Unternehmen.
Rolf Staedler, CEO awitgroup AG, +41(0)71 447 88 88
rolf.staedler@awit.ch, www.awit.ch



Zusammen einfach mehr

Der Ursprung ist Leidenschaft, das Ergebnis Dynamik

Für H. Moser & Cie. in Neuhausen am Rheinfall ist die Partnerschaft mit dem Unternehmerwettbewerb «Entrepreneur of the Year» von EY Schweiz eine gute Möglichkeit, um das vortreffliche unternehmerische Erbe von Heinrich Moser fortzuführen.

Text: Marcel Baumgartner Bilder: zVg.

Die Förderung von Unternehmertum ist ein Schlüsselwert, der mit der Schweizer Uhrenmarke H. Moser & Cie. verbunden ist. Heinrich Moser, der Gründer des gleichnamigen Unternehmens in Neuhausen am Rheinfall, war nicht nur ein ambitionierter und visionärer Uhrmacher, sondern auch ein unermüdlicher

mit Glück, sollten schliesslich zum Erfolg führen. Mitunter ausschlaggebend war die Möglichkeit, für den Zaren dessen Uhr zu reparieren. Moser schaffte, was keinem anderen gelang und sicherte sich damit den Ruf eines Experten unter den Uhrmachern. In Rekordzeit nahm er eine führende Position auf diesem Gebiet ein. Als er 20 Jahre später in die Schweiz zurückkehrte, modernisierte er die Infrastruktur in seiner Heimatstadt Schaffhausen. Damals wie heute gilt Heinrich Moser als einer der führenden Schweizer Industripioniere.

**Auch hier setzt man auf die Dynamik.
Genau wie ein Uhrwerk soll auch
der Innovationstrieb niemals stillstehen.**

Unternehmer. Er wanderte 1828 nach St.Petersburg aus, um dort sein Unternehmen zu gründen und sich als Uhrmacher zu profilieren. Dieses Unterfangen war zu jener Zeit mehr als nur abenteuerlich. Alleine die Reise von der Schweiz ins weit entfernte Russland nahm rund einen Monat in Anspruch. Und die Aussichten waren für den 23-Jährigen – milde ausgedrückt – sehr unsicher. Doch sein Können gepaart

Innovationen sind gefragt

Heinrich Moser und seine Geschichte sind auch heute noch spürbar im Betrieb in Neuhausen. Seine Grundsätze, seine Leidenschaft und sein stetiger Antrieb, neue Lösungen zu finden, zeichnen das Ostschweizer Unternehmen aus. Seit der Führungsübernahme durch die Familie Meylan im Jahre 2012 werden diese Werte noch konsequenter gelebt. CEO Edouard Meylan geht es denn auch weniger darum,

*CEO Edouard Meylan.
Im Hintergrund ein
Bild des Firmengründers
Heinrich Moser.*



Der Firmenstandort von H. Moser & Cie. befindet sich in Neuhausen am Rheinfluss.



**H. Moser & Cie.
MOSER SCHAFFHAUSEN AG**

Rundbuckstrasse 10
CH-8212 Neuhausen am Rheinfluss
Tel +41 52 674 0050
Web www.h-moser.com

die langjährige Geschichte der Firma hervorzuheben, als viel mehr um den stetigen Pioniergeist, der es möglich macht, als KMU mit den ganz grossen Playern in der Branche mithalten zu können. Denn der Druck ist enorm. Wer überleben will, muss innovativ sein. H. Moser & Cie. könne aber gerade aufgrund der überschaubaren Grösse punkten. Diese Sorge für Flexibilität – und auch Unabhängigkeit.

Eines von zehn Unternehmen weltweit

Unabhängig ist das Unternehmen auch deshalb, weil es beispielsweise die für Uhren enorm wichtigen Komponenten – etwa die Spiralen – selber produziert. Sie gehört damit weltweit zu den zehn Firmen, welche über das notwendige Know-how verfügen. Das sorgt dafür, dass selbst grössere Gruppen von H. Moser & Cie. abhängig sind. Denn von den

Seit der Führungsübernahme durch die Familie Meylan im Jahre 2012 werden diese Werte noch konsequenter gelebt.

rund 50 000 Spiralen, welche jährlich produziert werden, setzt das Schaffhauser Unternehmen lediglich 2000 Stück für den Eigenbedarf an. Der restliche Teil wird an diverse Abnehmer vertrieben. Und Edouard Meylan ist überzeugt: «Von allen zehn Produzenten der Welt, bieten wir die beste Qualität.» «Swiss made» eben. Und gerade, um dieses Label halten zu können, muss ein Unternehmen heute noch deutlich mehr von der Produktion am Standort Schweiz ausweisen können. H. Moser & Cie. erfüllt die entsprechenden Anforderungen im höchsten Masse. Und bei allen Produkten steht immer der Kunde im Fokus. Es gehe, so Meylan, bei einer Uhr niemals darum, eine möglichst grosse Komplexität zu erreichen, um Erstaunen auszulösen. Vielmehr gelte es, dem Träger mit den Funktionen Nutzen zu stiften. In höchster Qualität. Das hinter all diesen Anwendungen eine komplexe Technologie und enorm viel Know-how steckt, solle dem Kunden nur als Randbegleitung bewusst werden – nämlich indem ihn die Möglichkeiten und die Langlebigkeit begeistern.

In punkto Verschaffung und Materialien wird H. Moser & Cie. gerade auch in den nächsten Monaten mit

neuen Produkten auf den Markt kommen. Auch hier setzt man auf die Dynamik. Genau wie ein Uhrwerk soll auch der Innovationstrieb niemals stillstehen.

Ein Produkt, das die Branche umwälzt

Auch eine andere Innovation, die aktuell die Medien beschäftigt, lässt Edouard Meylan nicht kalt. Mit der angekündigten «Apple Watch» hat er sich ausgiebig beschäftigt. Er sieht in ihr aber eher einen Vor- statt eines Nachteils für die Branche. Denn sie könnte gerade jüngere Generationen wieder dazu animieren, eine Uhr am Handgelenk zu tragen. Mit der Swatch sei es in den 1970er- und 1980er-Jahren ähnlich gewesen. «Personen, welche vorher niemals eine Uhr getragen haben, wurden plötzlich wieder zu Kunden. Kunden, welche sich zu einem späteren Zeitpunkt auch ein Produkt in der höheren Preisklasse zugelegt haben», so der CEO. Gleiches könnte die «Apple Watch» auslösen. Es dürfte hier ablaufen, wie bei allem: Die breite Masse stürzt sich auf das Produkt und irgendwann – wenn es omnipräsent ist – sehnt man sich wieder nach einem individuelleren Accessoire. Dennoch, «Das Apple-Produkt wird den Markt umkrempeln. Gerade Anbieter im günstigeren Segment dürften betroffen sein», ist Meylan überzeugt. Er selbst kann sich durchaus vorstellen, der einst sporadisch ein solches «Werkzeug» am Handgelenk zu tragen. Aber eben nur sporadisch.

Teil eines grossen Projektes

Beim Event «Entrepreneur of the Year» wird man Edouard Meylan aber jeweils mit einem Produkt aus dem eigenen Hause antreffen. 2013 war er mit H. Moser & Cie. zum ersten Mal präsent und staunte ob der Präsenz der zahlreichen Unternehmerinnen und Unternehmer, die in ihren jeweiligen Segmenten schon seit Jahren erfolgreich unterwegs sind. «Ich habe ein kleines Forum mit vielen Start-up-Firmen erwartet. Der Anlass geht aber weit darüber hinaus. Es ist ein Zusammentreffen von gestandenen Exponenten aus allen Sparten», sagt Meylan. So passe es denn auch perfekt, dass H. Moser & Cie. diese Preisverleihung unterstütze. «Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für unser Unternehmen tätig sind, nehmen mit viel Leidenschaft Teil an einem grossen Projekt. Diese Hingabe spüre ich auch bei unserem Partner EY und sämtlichen am «Entrepreneur of the Year»-Beteiligten.»

«Die Schweizermacher»

Bernhard Alpstaeg gehört zu den bekanntesten (und beliebtesten) Patrons der Schweiz. Als Inhaber der swisspor-Gruppe ist er Herr über rund 3000 Angestellte, die alle den gleichen Bonus erhalten – von der Putzfrau bis zum Direktor. Ein Gespräch über Nominierungen, die Schweizer Wirtschaft und Fussball.

Text: Stephan Ziegler Bild: zVg.

Bernhard Alpstaeg, Sie sind nicht nur swisspor-Chef, sondern als Preisträger 2007 auch Mitglied der Jury zum «Entrepreneur of the Year Schweiz 2014». Wie schwer war es dieses Jahr, aus den Nominierten den Gewinner zu eruieren?

Es war heuer, wie auch in den vergangenen Jahren, extrem schwierig, die Gewinner zu wählen. Als Mitglied der Jury ist es für mich ein Highlight des Jahres, die Erfolgsgeschichten der Nominierten zu lesen, zu studieren und die Nominierten zu besuchen. Die Besuche sind äusserst interessant und reissen mich aus meinem täglichen «Trott» heraus. Ich erlebe immer wieder erneut, wie und wie gut die Schweizer Wirtschaft funktioniert. Die Schweiz verfügt über tolle Unternehmenserfolge!

«Als Mitglied der Jury ist es für mich ein Highlight des Jahres, die Erfolgsgeschichten der Nominierten zu lesen, zu studieren und die Nominierten zu besuchen.»

Und wie geht die Jury konkret vor, wie kommt sie zu den Nominierten und dann zum Gewinner?

Die Vorschläge kommen aus dem EOY-Team, von unseren Partnern und aus dem Kreis der Jury. Das Juryteam sind praxiserfahrene Unternehmer und Unternehmerinnen mit gesundem Menschenverstand und Erfahrung. Die Jury studiert die eingegangenen Unterlagen. Ich selber reserviere mir jeweils einen Sonntagnachmittag, wo ich mich in die Unterlagen vertiefe. Dazu braucht es bei mir ein wirklich ruhiges Wochenende.

Das Juryteam entscheidet dann an einer gemeinsamen Sitzung, welche Personen in die Endauswahl kommen?

Ja. Da gibt es schon intensive Diskussionen... Nachdem das Team die besten drei Nominierten besucht hat, setzen wir uns erneut zusammen. Die Kandi-

daten werden bei unserem Besuch ja persönlich befragt. Wir versuchen dabei, den «Puls» der Unternehmer zu fühlen. Wir versuchen, seine Denkweise und sein Herz zu spüren. Am Schluss muss die Jury jeweils die schwierigste Aufgabe erfüllen: die Gewinner wählen.

Als gut vernetzter Unternehmer kennen Sie die Unternehmen, die ausgezeichnet werden sollen, wahrscheinlich schon aus anderen Zusammenhängen. Wie schwierig ist es da, objektiv zu bleiben?

Diese Frage habe ich mir auch schon einige Male gestellt. Ich kenne tatsächlich viele der Nominierten dem Namen nach und auch als Firma, aber nicht durch einen persönlichen Kontakt. Ich bin froh, wenn ich ein Unternehmen durch das erhaltene Zahlenmaterial noch besser kennenlernen kann. Normalerweise bestätigt sich mein Eindruck, dass ich das Unternehmen richtig eingeschätzt habe. Hätte ich allerdings bereits einen persönlichen oder geschäftlichen Kontakt zu einem Nominierten, würde ich ohne Zögern in den Ausstand treten. Das ist unsere Regel und wird in der EOY-Jury konsequent gelebt.

Welchen Stellenwert hat der Preis eigentlich für die Schweizer Wirtschaft?

Ich finde den Preis «Entrepreneur of the Year» von EY für die Schweiz enorm wichtig. Für mich und viele andere ist er der wichtigste Wirtschaftspreis in der Schweiz, weil er in einem sehr sorgfältigen und aufwendigen Prozess vergeben wird. Der Preis widerspiegelt die Muskelkraft der Schweizer Wirtschaft, gepaart mit Intelligenz. Die Preisträger sind ganz einfach «die Schweizermacher». Ich bin jedes Jahr ganz enorm stolz, weil ich für ein paar Tage hinter die Kulissen des grossartigen Schaffens der Nominierten sehen darf. Denn die Schweiz existiert nicht von Grossunternehmen. Die Schweiz existiert von mittleren und kleinen Unternehmen. Eben den Machern und Steuerzahlern.

*swisspor-Patron Bernhard Alpstaeg
erlebt «immer wieder erneut,
wie und wie gut die Schweizer
Wirtschaft funktioniert».*



WHAT SERVICE MEANS TO US:

We'll fly you wherever you want, whenever you want.
Worldwide! With a check-in time of only 10 minutes.
Forget timetables and overcrowded airports!

YOUR PERSONAL PLANE



CAT  AVIATION

Cat Aviation AG, Zurich-Airport Switzerland, Tel. +41 44 814 00 66, info@cat-aviation.com
www.cat-aviation.com

Und wie schätzen Sie die Bedeutung des Preises für die Nominierten im Allgemeinen und für den Gewinner im Besonderen ein?

Schon die Nomination ist eine grosse Anerkennung. Mit Hochachtung bewertet die Jury die Nominierten. Die Gewinner erfahren eine Bestätigung, dass ihr Schaffen genau richtig ist und es verleiht ihnen enormen Schub. Es ist auch ein grosses Dankeschön an den Gewinner und ein Dankeschön an die Wirtschaft.

Sehen Sie Unterschiede zwischen den Unternehmen in der Schweiz und, sagen wir, in der EU oder in den USA? Oder anders gefragt: Was zeichnet die hiesigen Unternehmen besonders aus?

Ich kann zwar keine Aussagen über die Unternehmen in den USA machen, aber sehr wohl EU-Unternehmen beurteilen, da die swisspor selber in sechs EU-Ländern Produktionsstandorte hat: Die Schweiz hat keine «Knebelwirtschaft», wie dies in manchen EU-Ländern der Fall ist. In der Schweiz darf man Geld verdienen und Gewinne erwirtschaften. In den EU-Ländern gibt es so viele Schikanen, Vorschriften und Steuerprobleme, dass man sich eingeklemmt und behindert vorkommt. Die Schweiz ist ein offe-

SWISSPORARENA. Sehen Sie Parallelen zwischen einem gut geführten Fussballclub und einem ebensolchen Unternehmen?

Beide, Fussball und Wirtschaft, sollten Geld verdienen. Beim Fussball ist es eher schwierig: Fussball – Glamour, Unternehmen – Arbeit. Aber es gibt keinen Sport, der weltweit so stark vertreten ist wie der Fussball. Entsprechend ist auch die Medienpräsenz vorhanden. Von dieser profitiert die swisspor-Gruppe beim Durchsetzen ihrer Marketingstrategie. Die Höhen und Tiefen sind beim Fussball viel zyklischer und nahe beisammen.

Zum Schluss: Wie wichtig ist eigentlich die Galanacht der Preisverleihung, die heuer in St.Gallen stattfindet, für die schweizerische Unternehmerszene, wenn man so sagen will?

Nicht der Ort der Preisverleihung ist wichtig, sondern der Rahmen, in dem die Preisverleihung stattfindet. Die Galanacht ist der Höhepunkt. In ihr wird dem Gewinner die Ehre zuteil, dass viele namhafte Personen aus Politik und Industrie anwesend sind, wenn die Sieger ernannt werden. Alle sind Zeugen der Ehrung. Es ist eine grossartige Kultur – und auch eine Gelegenheit, alte Freunde wiederzutreffen.

«Der Preis widerspiegelt die Muskelkraft der Schweizer Wirtschaft, gepaart mit Intelligenz.»

nes Land. Man kann mit den Behörden, Autoritäten und Entscheidungsträgern auf gleicher Augenhöhe reden und diese um Rat fragen. In der Schweiz sind Tellerwäscherkarrieren noch möglich. Ich hoffe, dass es weiter so bleibt.

Und was zeichnet den Wirtschaftsstandort Schweiz insgesamt aus, wo sehen Sie seine Stärken? Und allenfalls Schwächen?

Die Schweiz ist einzigartig. Ich bin stolz, in der Schweiz leben und arbeiten zu dürfen. Die Schweizer Wirtschaft ist innovativ, flexibel und «saustark». Wir kennen dank unserer vielsprachigen Schweiz die Kulturen. Die Schweizer Wirtschaft, so sehe ich das, will sehr wohl Gewinne erzielen. Aber auch die Zufriedenheit und die gerechte Bezahlung der Mitarbeiter ist ihr ein grosses Anliegen. Der soziale Frieden wird gelebt. Die Schweizer Industrie besteht aus vielen mittelständischen Betrieben, die erstklassige Produkte herstellen und unschlagbar sind. Die Schweiz hat ganz einfach die besseren Berufsleute dank des dualen Bildungssystems. Unsere gut ausgebildeten Handwerker und Berufsleute sind das Rückgrat der Schweiz!

Sie sind auch Grossinvestor beim FC Luzern, sein Stadion trägt den Namen Ihres Unternehmens –

Bernhard Alpstaeg (*1945), «Entrepreneur of the Year 2007», ist ein echter Vollblutunternehmer.

Die Firmengeschichte geht auf das Jahr 1971 zurück: Die Gebrüder Georges und Bernhard Alpstaeg legten damals mit der swisspor AG in Boswil sowie den zwei Produktionsbetrieben Kork AG und Baukork AG den Grundstein für die heutige swisspor-Gruppe. Zuvor absolvierte Alpstaeg eine Berufslehre und studierte dann an der Fachhochschule Konstanz Maschinenbau und Betriebswirtschaft. Inzwischen zählt seine swisspor Holding AG unter den Dachmänneln swisspor, Swisswindows und Swisspearl 25 Standorte in der Schweiz und in Deutschland, Österreich, Polen, Rumänien sowie Slowenien.

Als Patron alter Schule ist Alpstaeg heute für insgesamt rund 3'000 Mitarbeiter verantwortlich, wovon 70 am Hauptsitz in Steinhausen beschäftigt sind. In seiner swisspor ist die Saftwurzel ein unkonventioneller Chef: Regelmässig zieht er sich ein Übergewändli an, mischt sich unter die Arbeiter. Oder er begleitet einen Aussendienstler auf dessen Tour. 2008 erwarb Alpstaeg für über zehn Millionen Franken die Namensrechte an der damals neuen SWISSPORARENA in Luzern – weil seine Tochter Giulia ein grosser Fan des FCL ist.



ABACUS 
version internet

ABACUS Business Software goes mobile

ABACUS bringt Bewegung in Ihr Business. ABA Smart, die App für das iPad, informiert Sie schneller, macht Sie und Ihre Mitarbeiter effizienter und flexibler:

- > Unterwegs Leistungen, Spesen, Stunden erfassen, Rapporte ausfüllen, Adressen und Projektdaten bearbeiten und sofort mit der Software in Ihrem Unternehmen synchronisieren
- > Überall und jederzeit Stammdaten und Standardauswertungen einsehen

www.abacus.ch/links/mobile

 **ABACUS**
business software

ABACUS live erleben am
Topsoft Software Contest
E-Business mit ERP & Webshop
25. November 2014 in Bern
www.topsoft.ch/contest

Beharrlichkeit, Disziplin und ein Gefühl für Märkte

Hans Huber wurde vergangenes Jahr mit dem «Master Entrepreneur» für sein Lebenswerk ausgezeichnet. Der 87-Jährige hat während rund 50 Jahren den Aufbau der SFS-Gruppe zu einem bedeutenden, international tätigen Industrieunternehmen im St.Galler Rheintal vorangetrieben.

Text: Marcel Baumgartner Bild: Bodo Rüedi

«Es macht mir keinen Spass, in der Vergangenheit zu wühlen. Darauf verwende ich keine Zeit», wurde Hans Huber in der «Bilanz» zitiert. Publiziert wurde der fünfseitige Artikel im Oktober 1988 unter der Rubrik «Mann des Monats». Inzwischen ist ein Vierteljahrhundert vergangen. Und Hans Huber muss sich zwangsläufig mit der Vergangenheit beschäftigen. Denn ein vertiefter Blick in eben diese Vergangenheit, die geprägt ist durch nachhaltiges Unternehmertum, veranlasste EY Schweiz dazu, den heute 87-jährigen Ostschweizer 2013 für sein Lebenswerk auszuzeichnen. Eine Ehre mit Signalwirkung. Gerade in Zeiten, in denen der Begriff «Unternehmer» nicht mehr dieselbe Wertschätzung erfährt wie früher, lohnt sich die Auseinandersetzung mit einem, der das «Unternehmen» noch als Lebensantrieb verstanden hat – und es noch immer tut.

Hans Huber hat es stets verstanden, das für ein Unternehmen so wichtige Gut – die Mitarbeitenden – mit ins Boots zu holen.

Im Leben von Hans Huber hat die Arbeit stets einen hohen Stellenwert eingenommen und ihm Freude bereitet und Faszination bedeutet. «Ich bin immer davon ausgegangen, dass dies auch für die Mitarbeitenden so ist und sein soll. Ich war überzeugt, dass Mitarbeitende genau wie ich selbst unternehmerisch tätig sein wollen, dass sie eigenverantwortlich und selbständig handeln können, und dass ich ihnen vertrauen und somit viel zutrauen kann», umschrieb es Huber anlässlich seiner letzten Generalversammlung als Präsident der SFS Holding AG im Mai 1999. Er blickte damals nicht nur auf sein Schaffen zurück, sondern konnte auch von einem absoluten Spitzenergebnis im Jahr 1998 berichten. Der Umsatz konnte um 66 Millionen auf 750 Millionen Franken erhöht werden. Rückblickend auf die zehn vergangenen

Jahre wurde gar eine Steigerung um 75 Prozent erzielt. Und der Aktienwert erhöhte sich seit der Gründung der SFS Holding AG im Jahr 1993 bis zu eben jener Generalversammlung um das Dreifache, was einer Wertvermehrung von 20 Prozent pro Jahr entspricht.

Chancen in Problemen erkennen

Zwischen seiner letzten präsidentalen Rede 1999 und dem Eintritt in die Eisenwarenhandlung B. Stadlers Erben in Altstätten als KV-Lehrling im November 1943 liegen 56 Jahre. Mehr als ein halbes Jahrhundert, in denen Huber die Entwicklung mehrerer Firmen prägte. Ein erster entscheidender Markstein sollte die Gründung der Stadler AG im Jahr 1957 zusammen mit Josef Stadler werden. Hans Huber wurde damit im Alter von 30 Jahren zum Unternehmer, zum Eisenwarenhändler. Als solcher erkennt er schon früh Chancen in den schwierigen Marktverhältnissen. Versorgungsengpässe und die Abhängigkeit von Lieferanten machen Hans Huber klar: Hier ist Potential vorhanden. Statt sich von den Gegebenheiten treiben zu lassen, möchte er diese mitbestimmen. Er schlägt daher Josef Stadler vor, die Produktion von Schrauben als neues Geschäftsfeld zu besetzen, was in der Entstehung der SFS Presswerk Heerbrugg AG im Jahre 1960 gründete (SFS = Swiss Fastening Systems).

Ein wegweisender Entschluss. Sowohl die Handels- als auch die Fertigungstätigkeiten wurden in den folgenden Jahrzehnten kontinuierlich erweitert. Ab 1971 baute die Firma ein internationales Netz von Marktorganisationen auf und 1993 wurde die SFS-Gruppe unter dem Dach der SFS Holding AG zusammengefasst. Während der rund 50 Jahre, in denen Hans Huber den Aufbau der SFS-Gruppe zu einem bedeutenden, international tätigen Industrieunternehmen im St.Galler Rheintal vorantrieb, setzte sich der Unternehmer aber auch noch tatkräftig für weitere Firmen ein. So prägte er als Ver-

Kesslerstrasse 9, CH-9001 St.Gallen, T +41 (0)71 228 29 00, info@k-partner.ch



Schön, dass drei «Entrepreneur of the year» auf uns vertrauen.



Herzliche Gratulation!

Wirtschaftsprüfung
Steuerberatung
Unternehmercoaching

www.k-partner.ch

Die Lösung, die zu Ihnen passt.



Produkte von LISTA haben Standards gesetzt. Für Kunden mit individuellen Anforderungen entwickeln wir massgeschneiderte Lösungen, unabhängig von Grösse oder Branche. Dank unserem durchgängigen System können wir ihre Wünsche zuverlässig und schnell umsetzen.

www.lista.com



Mehr als ein halbes Jahrhundert prägte Hans Huber die Entwicklung mehrerer Firmen.

waltungsrat bzw. als Verwaltungsratspräsident unter anderem die «Gurit-Heberlein», die «Sparkassa Berneck», die «Geberit», die «Fisba Optik» oder die «Huwa». Tätigkeiten, die nicht selten mit harten Entschieden und schlaflosen Nächten verbunden waren.

Statt sich von den Gegebenheiten treiben zu lassen, möchte Hans Huber diese mitbestimmen.

Mitarbeiter zu Unternehmern machen

Der Kurzabriss eines Lebenswerkes in rund zehn Sätzen wird diesem natürlich in keiner Weise gerecht. Wie die meisten Unternehmerinnen und Unternehmer musste auch Huber Schicksalsschläge und Niederlagen verbuchen. Aber diese liessen ihn nie das Ziel aus den Augen verlieren. Und dabei hat er es stets verstanden, das für ein Unternehmen so wichtige Gut – die Mitarbeitenden – mit ins Boot zu holen. «Die Erfolgsbeteiligung für die Mitarbeiter führten wir etwa 1978 ein», erinnert sich Huber. Die einfache Formel, die noch heute angewendet wird: EBITA minus fünf Prozent vom betriebsnotwendigen Kapital, davon zehn Prozent an die Mitarbeiter. «Wir geben damit der gesamten Mitarbeiterschaft im In- und Ausland etwa gleich viel zurück, wie wir an Dividenden an die Aktionäre ausschütten.»

In guten Geschäftsjahren kann das für einen Angestellten vier bis fünf Prozent des Jahresgehalts aus-

machen. Die SFS-Mitarbeiter dankten es ihm unter anderem mit einem Buch, das sie ihm an der letzten Generalversammlung überreichten. Darin loben sie Hans Huber unter anderem wegen seinem respektvollen Umgang und wegen seiner Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. Und sie sprechen ihm Dank aus, für seine Hilfe, dass «wir alle zu selbständig denkenden Mitunternehmern geworden sind». Gibt es für einen Unternehmer eine bessere Würdigung als diese?

Förderung der beruflichen Ausbildung

Hans Hubers Leben ist geprägt von seiner Philosophie, die er wie folgt umschreibt: «Für mich heisst «das Leben leben», sich auf Menschen, auf die Dinge, auf die Arbeit einzulassen mit ganzer Kraft. Damit meine ich, seinem eigenen Leben Sinn geben, darüber nachdenken, es gestalten – tätig sein im weiteren Sinne.» Nicht zuletzt deshalb gründete er 1997, zwei Jahre vor dem Rückzug aus der operativen Tätigkeit, die «Hans Huber Stiftung» zur Förderung der beruflichen Ausbildung. «Für Unternehmen unserer Art, ja für alle Unternehmen, muss die Lehrlingsausbildung ein besonderes Anliegen sein. Es darf nicht sein, dass die Lehrlingsausbildung – wie beispielsweise in Italien – durch die politische Hintertür einfach verschwindet.»

Beharrlichkeit, Disziplin und ein Gefühl für Märkte, aber auch für Kunden und Mitarbeitenden zeichnen den Weg von Huber aus. So strafte er seinen Lehrer Lügen, der ihm prophezeite: «Also Hans, aus Dir wird nie etwas.»



HERZLICHEN
GLÜCKWUNSCH!

E&Y ENTREPRENEUR OF THE YEAR 2014

WIR GRATULIEREN DEN GEWINNERN

Wir gratulieren den herausragenden Schweizer Unternehmerpersönlichkeiten, die mit der Auszeichnung «E&Y Entrepreneur of the Year 2014» gewürdigt wurden.

Besonders freuen wir uns als Vorjahresgewinner mit dem Gewinner in der Kategorie «Emerging Entrepreneur».

ÜBER LEONTEQ

Leonteq ist ein unabhängiger Technologie- und Servicepartner für Anlagelösungen. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Zürich und ist mit Büros in Genf, Monaco, Guernsey, Frankfurt, Paris, London, Singapur und Hongkong vertreten. Das sehr erfahrene Spezialistenteam von Leonteq betreibt eine eigenentwickelte IT- und Investment-Plattform, die auf höchste Flexibilität, Innovation, Transparenz und Service für die Kunden ausgerichtet ist. Die Namenaktien von Leonteq (LEON) sind an der SIX Swiss Exchange kotiert. www.leonteq.com



Besuchen Sie Youtube:

Upgrade to Leonteq eingeben und sich unterhalten lassen

Nachhaltige Kompromisse suchen

In der Kategorie «Family Business» setzte sich vergangenes Jahr die Sefar Holding AG in Thal gegen die Confiseur Läderach AG und die Renggli AG durch. Das Unternehmen entstand 1907 aus dem Zusammenschluss von sieben Familienfirmen und befindet sich noch heute im Besitz der Gründerfamilien. Seit 2005 ist Christoph Tobler als CEO für weltweit rund 2200 Mitarbeitende zuständig. Ein Mann, der nach der Lebensphilosophie «Handle stets so, dass Du den betroffenen Menschen immer in die Augen sehen kannst» führt.

Text: Marcel Baumgartner Bild: zVg.

Als Christoph Tobler 2004 seine Funktion als Leiter der Industry Division der Sika-Gruppe in Baar zugunsten eines CEO-Postens bei der Sefar aufgab, kehrte er dorthin zurück, wo schon sein Urgrossvater vor über 150 Jahren eingestiegen ist. Dieser trat 1850 als kaufmännischer Lehrling in die Dufour & Co. ein, eines von sieben eigenständigen Familienunternehmen, die sich 1907 zur heutigen Sefar zusammenschlossen. Tobler gehört bereits seit 1995 dem Verwaltungsrat der Sefar an und entschied 2004, sich beim bevorstehenden CEO-Wechsel ins Assessment der Kandidaten einzureihen. Auf die Frage der «Handelszeitung», wie wichtig ihm die eigene Karriere sei, antwortete er damals: «Wenig, denn sonst wäre ich wohl besser bei Sika geblieben.»

«Wir wollen weiter als Familienunternehmen wachsen und in unseren Märkten eine führende Rolle einnehmen.»

In 100 Ländern vertreten

Ein Anflug von Ironie dürfte hier wohl hineingespielt haben, denn immerhin glänzt das Unternehmen Sefar seit Jahren mit ausgezeichneten Zahlen und setzt auf eine Expansionsstrategie durch Übernahmen von lokalen Gesellschaften sowie die Gründung von Niederlassungen weltweit. Ein strategischer Meilenstein war auch die Übernahme des Garngeschäfts von Monosuisse. So kann sich ein CEO durchaus einen Namen schaffen und in die Geschichtsbücher eingehen...

Das Unternehmen mit Sitz in Thal hat sich auf Siebdruck- und Filtrationsanwendungen spezialisiert. Im Druckbereich stellt sie Gewebe aus Polyester und Polyamid für alle Anwendungen des Siebdrucks her. Auf dem Gebiet der Filtration produziert Sefar Präzi-

sionsgewebe für eine Vielzahl von Anwendungen: in der Prozess- und Lebensmittelindustrie zum Beispiel für Zentrifugen oder Vakuumbandtrockner oder als einbaufertige Komponenten beispielsweise für Automobile, Mobiltelefone und andere Geräte. Sefar ist in 25 Ländern mit Tochtergesellschaften und in weiteren 75 Ländern mit Vertretungen tätig.

«Nur ein erster Schritt»

Damit ist der Zenit allerdings noch nicht erreicht, wie Christoph Tobler gegenüber dem LEADER erklärt: «Wir wollen weiter als Familienunternehmen wachsen und in unseren Märkten eine führende Rolle einnehmen, sowohl was die Technologie als auch die Marktanteile betrifft.» Dies soll jedoch immer vor dem Hintergrund geschehen, dass die gesunde finanzielle Basis bestehen bleibt und jährlich eine attraktive Dividende ausgeschüttet werden kann. So ist das Unternehmen laufend auf der Suche nach neuen Anwendungsmöglichkeiten für seine präzisen Gewebe. «In den letzten Jahren haben wir bereits erste Erfolge in der Diversifikation aus Siebdruck und Filtration erzielt, in Anwendungen der Architektur, Elektroluminiszenz und Photovoltaik. Auch in der Garnherstellung sehen wir noch attraktives Potential – und die Akquisition von Monosuisse im Jahr 2009 war nur ein erster Schritt.»

Das starke Fundament

Man hört es heraus. Hier führt ein Mann ein Unternehmen, der sich in keinsten Weise auf dem Erfolg ausruhen will. Er wittert weitere Marktchancen und schlägt den Vorwärtsgang ein. Gerade auch deshalb ist die Sefar eine würdige Preisträgerin. «Es ist natürlich eine grosse Ehre für eine Firma, die nach aussen wenig bekannt ist», umschreibt Tobler den Stellenwert der Auszeichnung. «Ich nehme diese jedoch stellvertretend für alle unsere Vorfahren im Geschäft entgegen. Ohne ihr grosses Engagement über

Präsentieren Sie Ihre Publikation ...



... auf dem **Tablet!**



Erfahren Sie mehr!

Ostschweiz Druck

Kataloge · Zeitschriften · Bücher · Werbeprospekte

Hofstetstrasse 14, 9300 Wittenbach

T 071 292 29 29, F 071 292 29 38

www.ostschweizdruck.ch



Sefar-CEO Christoph Tobler:

«Zu meinen, dass in einem solchen Konstrukt durchs Band andere Werte gepflegt werden, wäre verfehlt.»

Generationen hinaus bestünde heute nicht das starke Fundament, auf dem ich nun weiterbauen kann.» Aus diesem Grund sieht der CEO auch viel mehr die Sefar als Familienfirma in der Rolle der Preisträgerin und weniger sich als Einzelperson. Er freut sich auch für alle Mitarbeitenden über diesen Preis, denn zahlreiche von ihnen stammen aus lokalen Familien, die schon über mehrere Generationen für Sefar tätig sind und somit ebenfalls zum Erfolg beigetragen haben. «Wir sind in der Tat eine grosse Sefar-Familie».

«Ein stabiles Aktionariat ist kostbar, aber es muss auch daran gearbeitet werden.»

Keine Kompromisse bei der Geschäftsethik

Ist es gerade dieses Fundament der familiären Werte, das für konstanten Erfolg sorgte und sorgt? «Ein stabiles Aktionariat ist kostbar, aber es muss auch daran gearbeitet werden», relativiert Tobler. So sei beispielsweise jeder Familienstamm unabhängig von seiner Beteiligungsgrösse im Verwaltungsrat vertreten und habe somit Einfluss darauf, was mit dem Erbe seiner Vorfahren geschehe. Dieser enge Bezug – aber auch eine gute finanzielle, wie emotionale Dividende – sei wichtig für den langfristigen Erfolg einer Familienfirma. «Die emotionale Dividende ist die Begeisterung, die jeder Aktionär für «seine» Firma verspürt», umschreibt es der CEO. So soll die Sefar eine klare strategische Linie verfolgen, spannende Innovationen auf den Markt bringen, in Bezug auf Geschäftsethik keine Kompromisse machen und die Aktionäre gut informiert halten. «Der enge Einbezug der Jungaktionäre, der Aktionärgeneration der Zukunft, ist ebenfalls enorm wichtig.»

Stellt sich die Frage, ob solche Besitzverhältnisse mitunter nicht auch zu schwierigen Diskussionen

führen. Christoph Tobler: «Solange das Unternehmen gut läuft, sind die Diskussionen selten schwierig. Zudem sind sie auch erwünscht, denn sie bringen uns immer wieder weiter.» Falls es aber einmal zu schwierigen Diskussionen kommen sollte, sei es wichtig, alle Beteiligten zur Lösungsfindung am Tisch zu haben. «Ein Entscheid der Mehrheit gegen die Minderheit wäre wohl einfach umsetzbar, führte aber unweigerlich zur Instabilität im Aktionariat und im schlimmsten Fall zum Auseinanderbrechen der Firma.» Oftmals sei daher der scheinbar kürzere Weg nicht der bessere und es lohne sich, im Sinne des Zusammenhaltes einen Kompromiss zu finden, der dann aber auch nachhaltig sei.

Durch dick und dünn

In der Geschäftsführung muss sich auch ein Familienunternehmen mit dem Markt messen. Zu meinen, dass in einem solchen Konstrukt durchs Band andere Werte gepflegt werden, wäre daher verfehlt. «Die Rechnungslegung muss wie in einem kotierten Unternehmen erfolgen und bei den finanziellen Zielsetzungen dürfen keine Abstriche gemacht werden», erklärt Tobler. Eine solide finanzielle Basis mit genügend Reserven, um auch in schwierigen Phasen noch aus freiem Entscheid agieren zu können, sei ausschlaggebend für ein Familienunternehmen. «Einen Unterschied zu kotierten Unternehmen gibt es jedoch sicher im Zeithorizont der Planung und Beurteilung: Wir planen langfristig und geben auch die notwendige Zeit, Innovationen zu entwickeln und an den Markt zu bringen.»

Ein Quartalsdenken und -handeln entspreche laut Tobler nicht einem Familienunternehmen. «Im Aktionärskreis zeigt sich ebenfalls ein grosser Unterschied, indem viele Familienaktionäre immer noch das Herzblut der Gründergeneration in sich spüren und der Firma durch dick und dünn die Stange halten.»

Jucker
FARM

RUSTIKALE SEMINARE & EVENTS
AUF HOHEM NIVEAU.



www.juckerfarm.ch



«BÜLACHER GLAS»

produzieren wir heute nicht nur in der Schweiz, sondern auch in Österreich, Kroatien, Tschechien, in der Slowakei und in der Ukraine. www.vetropack.com

vetropack 



Der Finanzkrise getrotzt

Der in Appenzell wohnhafte Jan Schoch gilt als Senkrechtstarter in der von Krisen durchgeschüttelten Finanzbranche. Als CEO und Gründungspartner der Leonteq AG mit Sitz in Zürich hat sich der 36-Jährige in die oberste Liga katapultiert. EY zeichnete ihn hierfür 2013 mit dem «Entrepreneur Of The Year» in der Kategorie «Emerging Entrepreneur» aus.

Text: Marcel Baumgartner Bild: zVg.



Senkrechtstarter
Jan Schoch

Jan Schoch und seine Gründungspartner Michael Hartweg, Sandro Dorigo und Lukas Ruflin hatten 2007 den richtigen Riecher: Kurz vor Beginn der Finanzkrise gründeten sie im Frühjahr die EFG Financial Products. Nur fünf Jahre später brachten sie das erfolgreiche Unternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, das Anlageerlebnis von Investoren zu revolutionieren, an

Raiffeisen-Tochter den bisher von EFG International gehaltenen Aktienanteil von 20.25 Prozent an EFG Financial Products zu einem Preis von 70.2 Millionen Franken. Zusammen mit einem bereits bestehenden Anteil von 2.5 Prozent ist Notenstein damit grösster Einzelaktionär des Unternehmens, das neu unter dem Namen Leonteq AG auftritt. Das erklärte Ziel des Unternehmens ist es, sich durch ihre moderne und integrierte Plattform für Anlagelösungen, die auch White-labeling-Partnern wie Notenstein zur Verfügung steht, von Mitbewerbern abzuheben. Leonteq setzt hierbei auf erfahrene Experten, die ihren Fokus auf das gemeinsame Erreichen der Kundenziele legen, und auf eine fortschrittliche IT-Infrastruktur, die neue Standards im Hinblick auf Stabilität und Flexibilität setzt.

Eckpunkte einer Karriere

Die Auszeichnung mit dem «Entrepreneur Of The Year» unterstreicht gewissermassen die Hartnäckigkeit, mit der Jan Schoch und seine Weggefährten ihre Ziele verfolgten. Nach seiner Ausbildung an der Universität St.Gallen begann Schoch seine berufliche Laufbahn bei Goldman Sachs in London. Nach anfänglicher Tätigkeit in der Structured Solutions Group im Bereich Structuring wechselte er später zu Goldman Sachs International in der Schweiz. Dort war er für das schweizerische Geschäft auf dem Gebiet OTC Options, Futures, Listed Options, Portfolio Trading und Equity Finance verantwortlich. Er baute das Geschäft mit strukturierten Produkten auf und wurde Head of Public Distribution für Goldman Sachs in der Schweiz. Jan Schoch war über sechs Jahre für Goldman Sachs tätig, bis er Head of Equity, Commodity and Hybrid Derivatives von Lehman Brothers International Europe in der Schweiz wurde. Hier leitete er – im Alter von 30 Jahren – ein Team von 20 Mitarbeitenden an drei Standorten. Im April 2007 beendete er seine Tätigkeiten bei Lehman Brothers, um Leonteq Securities mitzugründen. Ein Schritt, der sich für ihn und seine Partner als goldrichtig – und für die Branche als wegweisend herausstellen sollte.

Schoch und seine Partner hatten von Beginn an die Nase im Wind, umschifften gefährliche Gewässer und machten im immer härter werdenden Marktumfeld vieles richtig.

die Börse. Anfangs noch als einer von vielen Start-ups belächelt, wuchsen nicht nur Umsatz und Gewinn stetig, sondern auch die Anzahl der Mitarbeitenden – von anfangs vier auf mittlerweile rund 300. Schoch und seine Partner hatten von Beginn an die Nase im Wind, umschifften gefährliche Gewässer und machten im immer härter werdenden Marktumfeld vieles richtig.

Übernahme und Namenswechsel

Ein Umstand, den auch die Privatbank Notenstein hellhörig machte. Im Frühjahr 2013 übernahm die



Eine Würdigung des Unternehmertums

Seit 1998 führt EY Schweiz den EY Entrepreneur Of The Year-Wettbewerb durch. Mit ihm soll nachhaltiges Unternehmertum gewürdigt werden. Es sollen «Schaffer» ins Rampenlicht gestellt werden, welche durch ihren unbändigen Willen, durch Pioniergeist, Mut und Ausdauer sowie durch einen inneren Antrieb, zu gestalten und eben zu «unternehmen», seit Jahren aktiv mithelfen, dem Wirtschaftsstandort Schweiz seinen Spitzenplatz zu bewahren.

Es war im Jahre 2002 exakt dieses Themenspektrum, das uns dazu veranlasste, ein Magazin zu lancieren, welches Erfolgsmeldungen rund um Unternehmer und Unternehmen publiziert. Die Publikation LEADER gilt seither als Stimme der Ostschweizer Wirtschaft. Wir geben jenen Raum, die innovativ und beständig sind, damit Arbeitsplätze schaffen und unseren Wohlstand sichern.

Es freut uns daher, dass es auch dieses Jahr zu einer Zusammenarbeit mit den Organisatoren des EY Entrepreneur Of The Year-Wettbewerbs gekommen ist. Das Ergebnis ist die vorliegende Sonderausgabe zur Preisverleihung in St.Gallen, an welcher auch ein Ostschweizer Unternehmen ausgezeichnet wurde.

Dass wir das Unternehmertum feiern, ist heute wichtiger denn je. Die Zeiten, in denen die Gesellschaft bedingungslos ehrfürchtig auf Geschäftsführerinnen und -führer blickte, sind längst vorbei. Gerade linke Kreise wurden in der jüngsten Vergangenheit nicht müde, auf die Wirtschaft und deren Vertreter zu schiessen. Wir alle werden laufend mit neuen Forderungen, Gesetzgebungen und Anschuldigungen konfrontiert. Natürlich gab es Verfehlungen. Natürlich wird teilweise Missbrauch betrieben. Aber der Anteil jener, die sich in erster Linie bereichern wollen und nicht wirklich den Drang verspüren, nachhaltig unternehmerisch tätig zu sein, ist im Verhältnis gering. Die meisten, die sich «Unternehmerin» beziehungsweise «Unternehmer» nennen, haben den Wunsch, etwas zu erschaffen, das einer späteren Generation überreicht werden kann.

Und dennoch sind wir alle gefordert, Gegensteuer zu den teilweise irrsinnigen Vorstellungen gewisser Gruppierungen zu geben. Und dies nicht nur aus eigenem Interesse, sondern zum Wohl einer Gesellschaft, die sich auch in Zukunft als «liberal» bezeichnen will.

Wir klatschen im Rahmen des Entrepreneur Of The Year-Wettbewerbs Beifall für sämtliche nominierten Unternehmerinnen und Unternehmer – an dieser Stelle herzliche Gratulation an alle Beteiligten! Hoffen wir, dass wir nach den nächsten eidgenössischen Wahlen im Herbst 2015 ebenso frohen Mutes sind. Hoffen wir, dass dann auch auf dem politischen Parkett jene am Schalthebel der Macht sitzen, die nicht nur regulieren, sondern ebenfalls etwas erschaffen wollen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Natal Schnetzer'.

Natal Schnetzer
Verleger, Unternehmermagazin LEADER

DRINNEN DRAUSSEN WOHNEN.



Die rahmenlosen Schiebefenster von Sky-Frame gehen schwellenlos in ihre Umgebung über. Innenräume verwandeln sich so zu Aussenräumen und ermöglichen eine einzigartige Wohnatmosphäre: [SKY-FRAME.CH](https://www.sky-frame.ch)

SKY-FRAME

Wir gratulieren allen Schweizer Unternehmern.

So auch den Gewinnern des
EY Entrepreneur Of The Year™ 2014 Switzerland.

Als die Bank für Unternehmer fördern wir das Unternehmertum. Seit 1856.

Wir gratulieren allen Finalisten. Allen Teilnehmern. Und allen Unternehmern der Schweiz.
Weil sie mit ihren Ideen und ihrer Leistung Werte und Arbeit schaffen. Unternehmen Sie auch?
Kontaktieren Sie uns unter der Gratisnummer 0800 88 88 71.

credit-suisse.com/unternehmer