

Mila-d'Opiz-CEO Caroline Studer:

«Wir sind aktiv und
neugierig geblieben»

Seite 4

Mila d'Opiz

80 Jahre im Dienst
von Schönheit und Pflege



Hochwertige Verpackungen
für hochwertige Kosmetik



K+D, der
Verpackungslieferant
von Mila D'Opiz,
gratuliert
zum Jubiläum!



Allerhöchstens Lachfalten. Mit uns sehen Sie dem Alter gelassen entgegen.

Wir gratulieren Mila d'Opiz zu 80 erfolgreichen Jahren am Puls der Kosmetikbranche. Und sind stolz, diesen Weg bereits seit 30 Jahren als Partner für die berufliche Vorsorge mitzugehen.



 asga
pensionskasse



«Wir sind aktiv und neugierig geblieben»

Caroline Studer, CEO von Mila d'Opiz, im Gespräch über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Unternehmens

Seite 4

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>8 Seit 80 Jahren denselben Werten verpflichtet
Ein Blick in die Chronik eines Unternehmens mit einer reichen Geschichte</p> | <p>15 Achtung, streng geheim!
Hinter den Kulissen von Forschung und Entwicklung, dem Herzstück des Unternehmens</p> |
| <p>10 Die zweite Generation blickt zurück
Erinnerungen von Silva und Wolf Studer-Opitz an die Anfänge des Unternehmens</p> | <p>17 Die hohe Kunst der Beweglichkeit
Die Bewegungskünstlerin Nina Burri, Botschafterin von Mila d'Opiz, im Porträt</p> |
| <p>12 15 Produktlinien – eine Philosophie
Kleine Kostproben aus der vielfältigen Produktwelt von Mila d'Opiz</p> | <p>18 Alphornklänge und Bratwürste zum Jubiläum
Impressionen rund um die Feier zum 80-Jahre-Jubiläum</p> |



SPECIAL zum 80-Jahre-Jubiläum der Mila d'Opiz

Impressum

Magazin LEADER, MetroComm AG, Bahnhofstrasse 8, 9001 St.Gallen, Telefon 071 272 80 50, Fax 071 272 80 51, leader@metrocomm.ch, www.leaderdigital.ch | Verleger: Natal Schnetzer | Redaktion: Stephan Ziegler (Leitung), sziegler@metrocomm.ch | Texte: Stefan Millius | Fotografie: Marlies Thurnheer, mthurnheer@metrocomm.ch, zVg | Geschäftsleitung: Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | Anzeigenleitung: Verena Mächler, vmaechler@metrocomm.ch | Marketingservice/Aboverwaltung: Fabienne Schnetzer, 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 | Satz: Béatrice Lang, blang@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

metro
comm

«Wir sind aktiv und neugierig geblieben»

Seit 2008 ist mit Caroline Studer die dritte Familiengeneration im Unternehmen tätig – inzwischen als CEO. Im Interview spricht sie über das Erfolgsrezept von Mila d'Opiz, über die Gründerin der Firma und darüber, was die Zukunft bringen wird.

Caroline Studer, Mila d'Opiz blickt auf 80 Jahre zurück. Was ist das bemerkenswerteste Detail aus der Geschichte?

Die Pionierarbeit meiner Grossmutter Mila Opitz-Altherr erfüllt mich heute noch mit grosser Ehrfurcht, und ich habe oft das Gefühl, dass sie mir heute noch über die Schultern schaut. Wichtig ist mir, dass wir immer noch aktiv und unabhängig auf dem Markt sind und nicht von einem Grosskonzern aufgekauft oder implementiert worden sind. Geholfen dabei haben unsere Flexibilität und Anpassungsfähigkeit an immer neue Gesetze, Wünsche und Veränderungen, die zum Teil gar nichts mit Chemie oder Kosmetik zu tun haben. Ganz konkret ist mir der grosse Tag des Awards in Erinnerung, der Sieg 2014 mit unserer «The Skin Whisperer Cream» als international bestes Premium-Kosmetikprodukt. Und dass wir 2018 mit derselben Luxuslinie, dieses Mal mit der «The Skin Whisperer Eye Cream» ausgezeichnet wurden: für das beste Premium-Kosmetikprodukt und die beste Verpackung.

«Konkret ist mir der grosse Tag des Awards in Erinnerung, der Sieg mit unserer «The Skin Whisperer Cream» als international bestes Premium-Kosmetikprodukt.»

In diesen 80 Jahren sind viele Marken in den Bereichen Kosmetik und Pflege gekommen und wieder verschwunden. Was hat Mila d'Opiz besser gemacht?

Vielleicht nichts besser, aber weitsichtiger und vor allem schneller: Wir waren stets bereit, wenn es gesetzliche Änderungen gegeben hat. Und wir haben als eines der ersten Unternehmen der Schweiz die SQS-Zertifizierung bestanden und später auch die

Anerkennung der Swissmedic erhalten. Auf unseren Lorbeeren haben wir uns nie ausgeruht, sondern sind immer aktiv und neugierig geblieben, was uns auch heute noch auszeichnet.

Grossen Wert legen Sie auf Nachhaltigkeit. Ist das heute einfach ein Gebot der Zeit oder war das stets Teil der Unternehmensphilosophie?

Sicherlich gehört es heute fast zum guten Ton, dass man darüber spricht und in dieser Hinsicht auch etwas unternimmt. Wir heizen schon seit jeher mit Fernwärme und produzieren unseren weissen Dampf selber. Wir versuchen auch, mit unserer Auswahl an Verpackungsmaterial und Rohstoffen unsere Umwelt nicht mit langen Transportwegen zu belasten und kaufen so viel wie möglich in der Schweiz und im benachbarten Ausland ein.

Ihre Grossmutter Mila Opitz-Altherr war eine Pionierin und eine Vorzeigeunternehmerin – in einer Zeit, als Frauen sehr selten in dieser Rolle waren. Wie haben Sie sie in Erinnerung?

Als strenge Frau, wir haben ihr immer «General» gesagt – mit eiserner Disziplin und Durchsetzungsvermögen. Ich war ein äusserst temperamentvoller Wildfang, sie eine elegante, anmutige, ruhige Lady. Das hat nicht immer so gut zusammengepasst.

Mila d'Opiz ist früh in den Export eingestiegen, später kam die Produktion für Drittfirmen im eigenen Labor dazu, danach eine Kosmetikakademie. Wie haben sich die einzelnen Bereiche durch die Jahre entwickelt?

Der Einstieg in den Export mit Mila-d'Opiz-Produkten begann ab 1958, vorerst in Europa, später in einzelnen Ländern in Fernost. Einige dieser Länder haben wir durch politische Veränderungen wieder verloren. Die

.....
Mila-d'Opiz-CEO Caroline Studer:
Noch einiges im Köcher.
.....



PENTEX

Gratulation!

Pentex – Dienstleister für hochwertige Berufsbekleidung und massgeschneiderte Kollektionen sowie den umfassenden Volservice für Industrie, Gewerbe und Dienstleistung.

bernetgroup.ch

B
BERNET

Kleenline
PENTEX
rentex

CREDIT SUISSE 

«Wir möchten die Besten in der Blechbearbeitung werden. Mit Qualität und Menschlichkeit.»

Stefanie Schwarz-Keller, strategische Geschäftsführerin der Keller Laser AG

Unternehmer brauchen Visionen, Innovationsgeist und Durchhaltewillen. Sowie einen verlässlichen Finanzpartner. credit-suisse.com/unternehmer



Copyright © 2018 Credit Suisse Group AG und/oder mit ihr verbundene Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten.

Feinkartonagen

Tiefziehteile

Klarsichtverpackungen

Individuelle Verpackungslösungen seit 1902

BÜHLER

Kreativ verpacken

Emil Bühler GmbH & Co. KG
Allmendstraße 20
77971 Kippenheim
Germany

Tel. +49 (0)7825. 84 43-0
info@emil-buehler.de

www.emil-buehler.de





jederzeit abrufbar sind. Ebenfalls wurde für Mila d'Opiz eine neue Homepage kreiert, die den neusten Anforderungen standhält und beweglich ist und bleibt.

St.Gallen gilt nicht gerade als Hochburg des Kosmetikbereichs. Ihr Unternehmen ist historisch bedingt hier zuhause. Gibt es Vorteile für diesen Standort?

Da wir 1984 in St.Gallen einen geeigneten Bauplatz für einen Neubau kaufen konnten, stand ein Standortwechsel nie zur Diskussion. Auch weil «Swiss Made» zu einem Brand geworden ist und wir 90 Prozent unserer Produkte exportieren.

.....
Zurzeit beliefern wir über 40 Firmen im In- und Ausland.
.....

Zum Schluss: Ist bald wieder mit «grossen Würfeln» zu rechnen?

Wir haben so einiges im Köcher, sowohl in Forschung und Entwicklung wie auch in der Erschliessung neuer Märkte. Da aber das eine ein noch zu hütendes Geheimnis und das andere noch nicht spruchreif ist, ist es besser, an dieser Stelle zu schweigen. Lassen Sie sich überraschen!

Lohnproduktion konnte ab 1996 aufgenommen werden – erst mit dem Neubau hatten wir die dafür notwendige Infrastruktur. Zurzeit beliefern wir über 40 Firmen im In- und Ausland, wobei wir meistens auch die Produktentwicklung übernehmen. Unser neues Forschungs- und Entwicklungslabor konnte vor Kurzem bezogen werden, die Vergrößerung unserer Konfektionsabteilung wird Ende 2018 fertig sein, und ab Januar 2019 sind wir in der Lage, unsere Kapazitäten mit diversen Neuinvestitionen zu erhöhen.

Sie haben bei Amtsübernahme angekündigt, in Zukunft stärker auf die Neuen Medien und Onlinekanäle zu setzen. Was wurde hier umgesetzt und in die Wege geleitet?

Mit der Kommunikations- und Werbeagentur Ka Boom haben wir Mila d'Opiz ein völlig neues Gesicht gegeben. Dieses CD/CI setzen wir nicht nur in den «alten» Medien wie Journalen und Zeitschriften ein, sondern auch auf Facebook, Instagram, Twitter und auf Businessplattformen wie LinkedIn und Xing. Es wurden auch verschiedene Videos mit Behandlungen und Image-Filme gemacht, die auf YouTube gestellt wurden und

Zur Person

Caroline Studer (*1964) hat zunächst die Ausbildung zur Primarlehrerin absolviert und danach die HSG mit dem Bachelor abgeschlossen. Nach einigen Jahren als Lehrerin hat sie ein Jahr in Südafrika verbracht und war dort an der Reorganisation der Verkaufsabteilung eines Unternehmens beteiligt. Zurück in der Schweiz trat Studer ins Familienunternehmen im Bereich Personalabteilung und Einkauf ein. Nach sieben Jahren folgte eine Neuorientierung: Die Mutter von zwei Kindern kehrte zurück ins Klassenzimmer und absolvierte nebenberuflich ein Psychologiestudium. Seit 2008 steht Caroline Studer wieder im Dienst der Mila d'Opiz AG.

Seit 80 Jahren denselben Werten verpflichtet

Die Ursprünge von Mila d'Opiz sind bemerkenswert: Am Beginn der Unternehmensgeschichte stand eine mutige, ideenreiche Frau. In den Jahrzehnten danach wurde die Vision von Mila Opitz-Altherr konsequent weiterverfolgt. Aus dem Traum einer jungen Frau wurde eine Marke von Weltruf.



Die Appenzellerin Emilie Opitz-Altherr, genannt Mila, steckte voller Ideen.

Es war 1938, in einer Zeit, als Frauen meist noch die ihnen von Männern zugedachte Rolle auszuführen hatten – und selten eine, die ihren wahren Fähigkeiten entsprach. Die Appenzellerin Emilie Opitz-Altherr, genannt Mila, war damals 35 Jahre jung und steckte voller Ideen. Ihre eigenen Hautprobleme bekämpfte sie nicht einfach mit den Mitteln, die der damals bescheidene Markt bot. Deshalb entschied sie sich kurzerhand, selbst mit pflegenden Substanzen zu experimentieren.

Ihre Vorgehensweise war bereits ein Vorgehensschmack auf die spätere Firmengeschichte: Sie arbeitete dafür mit einem Hautarzt zusammen. Und in diesem kleinen Team entstand eine Neuheit, die aus heutiger Sicht als bahnbrechend bezeichnet werden kann: eine Hormoncrème. Das war die Grundlage für ein eigenes Kosmetikunternehmen mit dem Namen «Milopa» – eine Kurzform für Mila Opitz-Altherr. 1945 wurde die Firma ins Handelsregister eingetragen, und der Bau der ersten Fabrik begann.

Früh internationale Ansprüche

Wie visionär – und auch mutig – die Unternehmerin war, zeigte sich daran, dass sie sich früh nicht um Landesgrenzen kümmerte. Bereits 1950 exportierte die Firma die ersten Produkte ins Ausland. Der erste Milopa-Slogan ist ein Sinnbild für die grossen Ambitionen Richtung internationale Märkte: «The Golden Point of Beauty».

Kaum eine Unternehmensgeschichte verläuft ganz ohne Einschnitte. Für Milopa bot das Jahr 1958 einen solchen – und zwar einen grossen: Am 6. März vor 60 Jahren zerstörte ein Grossbrand weite Teile des «Spezialkosmetikhauses Milopa». Zum Opfer fiel ihm nicht nur der ganze Bürostock, auch das Forschungslabor – gerade erst zum Betrieb bereit – wurde unbenutzbar. Eine Situation, in der sich zeigte, dass Mila Opitz-Altherr Probleme als lösbare Herausforderungen sah: In Provisorien und auf Kisten wurde in Vollbetrieb weitergearbeitet.



Bereits 1950 exportierte die Firma die ersten Produkte ins Ausland.

Unter neuem Namen

Eine Herausforderung als Chance: Das war auch das Motto, als das Unternehmen 1965 vor einem Namensstreit stand. Der Baby-nahrungshersteller Milupa stürzte sich an der Ähnlichkeit des Firmennamens Milopa. Diese setzte nicht auf Anwälte, sondern auf die eigene Kreativität – und taufte sich kurzerhand um. Und zwar in «Mila d'Opiz»: ein Name, der viel mehr Glamour und Internationalität ausstrahlt. Gleichzeitig erfolgte die Aufteilung in die M. Opitz & Co. AG und die Handelsfirma Mila d'Opiz AG. In der neuen Struktur wurden hohe Exportziele definiert – und auch erreicht.

1986 erfolgte der Umzug in einen Neubau an der Haggenstrasse 40 in St.Gallen. Ein entscheidender Schritt fast 50 Jahre nach der Gründung. Die neue Infrastruktur erlaubte einen langen ersehnten Ausbau: die Produktion im Auftrag von Drittfirmen. Sie erfolgte nun in modernen Labors und einer Entwicklungsabteilung. Damit konnten – ein weiterer Meilenstein – zusätzliche Dienstleistungen im Bereich Kosmetik erbracht, aber auch Forschungsaufträge übernommen werden.

Lückenlose Qualität

Eine Premiere in der Schweiz im Kosmetikbereich war die ISO-Zertifizierung nach dem Qualitätszertifikat ISO 9001 im Jahr 1994. Das hiess nichts anderes als: Von der Anlieferung der Rohstoffe bis zur Verpackung und Auslieferung wird bei der M. Opitz & Co. AG jeder Schritt lückenlos qualitätsüberwacht. Damit konnte das Unternehmen auch als einziger Kosmetikerhersteller in der Schweiz pharmazeutische Produkte herstellen und abfüllen. Schon damals wurden Standards erfüllt, die innerhalb der EU erst einige Jahre später eingeführt wurden.

Kurz vor der Jahrtausendwende erfolgte ein weiterer Meilenstein: die Gründung der Kosmetikakademie ARCOS, kurz für «Academy for Cosmetology». Das eigene Aus- und Weiterbildungszentrum ist über die Landesgrenzen hinaus einzigartig in der Kosmetikbranche. Dank den entsprechenden Zertifizierungen kann hier die Ausbildung zur Kosmetikerin mit Diplom absolviert werden, in Voll- oder Teilzeit. Weitere Titel wie das CIDESCO-Diplom – die weltweit höchste Auszeichnung – oder das Eidg. Fähigkeitszeugnis runden das Angebot ab.

Dritte Generation

1951 trat Silva Opitz, die Tochter der Gründerin, in die Firma ein und entwickelte dieses zusammen mit ihrem Mann Wolf Studer

weiter. 2008 war dann die Reihe an der dritten Generation: Caroline Studer entschied sich, das Erbe weiterzutragen, und war zunächst für Marketing und Verkauf verantwortlich. Seit 2014 steht sie als CEO an der Spitze des Unternehmens.

In den Jahren seither ist sich der Familienbetrieb mit einem kontinuierlichen Ausbau und dem Streben nach Neuem treu geblieben. 2016 wurde die Fabrikation ein weiteres Mal mit neuen Maschinen und Systemen erweitert. Dasselbe gilt für den Forschungsbereich und damit auch die Produktpalette: 2016 gewann «Phyto DS Forbidden Serum» einen Preis als innovativstes Kosmetikprodukt der Schweiz.

So ereignisreich und wechselhaft die Geschichte des Unternehmens auch ist, vieles zieht sich wie eine rote Linie durch sie: das Streben nach höchster Qualität in allen Bereichen, die Suche nach echten Innovationen sowie das Übernehmen von Verantwortung gegenüber den Kundinnen und Kunden, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und der Umwelt. Ein weiteres zentrales Element sind Partnerschaften: Einige von ihnen gehen zurück auf die ersten Exporte im Jahr 1950 und haben bis heute Bestand. Es sind wertvolle, langfristige Beziehungen, die dem Unternehmen bis heute einen Wissens- und Erfahrungsvorsprung garantieren.

Die zweite Generation blickt zurück

Es ist nie selbstverständlich, wenn Unternehmensgründer ihr Lebenswerk innerhalb der eigenen Firma weitergeben können. Silva und Wolf Studer-Opitz haben Mila d'Opiz in der zweiten Generation übernommen und weiter zum Erfolg geführt.

Rückblickend war die Kombination perfekt: Hier Silva Studer-Opitz, die Tochter der Firmengründerin, die ein Handels- und Dolmetscherdiplom erworben hatte, dort ihr Ehemann Wolf Studer, ein in St.Gallen und Innsbruck ausgebildeter Doktor der Ökonomie. Sie brachten die besten Voraussetzungen mit, um den von Mila Opitz-Altherr eingeleiteten Weg weiterzuführen.

Was nicht immer einfach war. Heute sind die Globalisierung und unzählige gesetzliche Vorschriften grosse Herausforderungen. Silva und Wolf Studer-Opitz hatten es in ihren ersten Jahren im Familienunternehmen mit ganz anderen Problemen zu tun: Nach der Kriegszeit war es beispielsweise

überaus schwierig, die benötigten Rohstoffe zu beschaffen.

«Flaschen und Dosen wurden in allen Farben auf den Markt gebracht und von den Kunden zur Wiederauffüllung retourniert.»

Man half sich pragmatisch: «Flaschen und Dosen wurden in allen Farben auf den Markt gebracht und von den Kunden zur Wiederauffüllung retourniert», erinnern sich die beiden.



Silva und Wolf Studer-Opitz brachten die besten Voraussetzungen mit, um den von Mila Opitz-Altherr eingeleiteten Weg weiterzuführen.

Aber auch auf der politischen Ebene wurden sie aktiv: Sie sprachen hartnäckig in Bern vor, um Zugang zu den Rohstoffen zu erhalten, die für die Produktion und die Weiterführung der Firma notwendig waren.

Ein einschneidendes Erlebnis war der Brand am früheren Standort mitten in St.Gallen im Jahr 1958. Im Rückblick hat der Vorfall das Unternehmen aber auf seinem Weg zum Erfolg nicht aufgehalten. Ein Weg, der von Mila Opitz-Altherr eingeleitet worden war. «Sie war eine Pionierin der damaligen Zeit», sagen Silva und Wolf Studer. Dass aus ihren eigenen Hautproblemen eine Erfolgsgeschichte entstanden ist, sei das Unvergleichliche an der Marke Mila d'Opiz.



AUS UNSERER WERKSTATT



Wir sind stolz darauf, das wir Mila d'Opiz, Caroline Studer und ihre Familie begleiten dürfen – von der Kommunikationsstrategie über die Konzeption bis zur Umsetzung. Vielen Dank für die Zusammenarbeit und herzliche Gratulation zum Jubiläum!

KA BOOM
Die Kommunikationsagentur

Industriestrasse 149, 9200 Gossau
kaboom.ch

15 Produktelinien – eine Philosophie

Die Individualität des Einzelnen stand bei Mila d'Opiz immer Pate bei der Entwicklung neuer Produkte. Das zeigt sich auch im heutigen Angebot: Über 130 Produkte stehen zur Auswahl – zugeschnitten auf das jeweilige Bedürfnis.

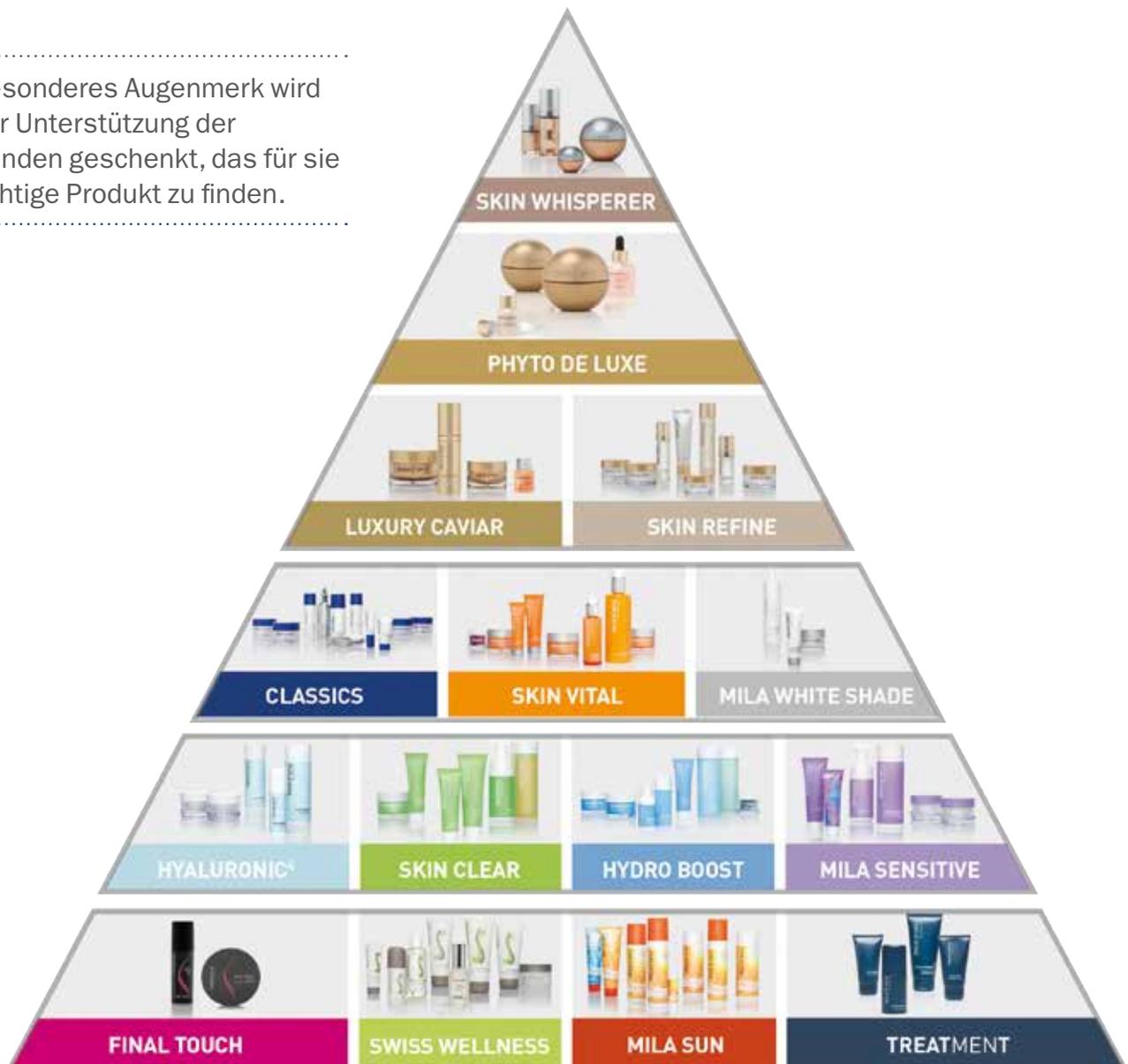
Die Haut, unser grösstes Organ, ist ein Kunstwerk der Natur. Eines, das bei keinem so aussieht wie beim anderen. Das Alter, die Lebensumstände und äussere Einflüsse wirken sich auf die Haut aus – und entsprechend unterscheiden sich die Ansprüche.

Begleiterin durchs Leben

Dem wird Mila d'Opiz mit 15 Produktelinien und insgesamt über 130 verschiedenen Produkten gerecht. So wird die Marke auch zur Begleiterin durchs Leben, in dessen Verlauf sich die Bedürfnisse nicht selten verändern.

Stets aber kann man auf die Qualität von Mila d'Opiz zählen, denn sie findet sich heute in so unterschiedlichen Anwendungsbereichen wie Anti-Aging, Pflegecremes, Sonnenschutz und Make-up. Das zeigt ein kleiner Ausschnitt aus Produktebeispielen.

.....
 Besonderes Augenmerk wird der Unterstützung der Kunden geschenkt, das für sie richtige Produkt zu finden.



Die «Concentrate Collection» mit dem Schönheitskonzentrat.



Die preisgekrönte Linie «The Skin Whisperer».



Das Parfüm «Emilia».



Eine preisgekrönte Linie ist «The Skin Whisperer» mit einer Creme, einer Augencreme und einem Serum. Sie alle setzen auf revolutionäre Wirkstoffe, welche die Wachstumsfaktoren der Haut anregen. Viel Innovationskraft steckt auch in «Hyaluronic4», bei dem es Mila d'Opiz erstmals gelungen ist, 4-Level-Sodium-Hyaluronat als Wirkstoff einzubauen. Das Ergebnis ist ein einzigartiger Faltenfüller mit Soforteffekt.

Wohltuend und pflegend

Auch in Bereichen mit einer grossen Produktvielfalt auf dem Markt ragt Mila d'Opiz mit neuen Ansätzen hervor. Zum Beispiel im Wellnessbereich mit der Linie «Swiss Wellness», die von professionellen Spa-Instituten sowie Privatkunden begeistert aufgenommen wird. Im Rahmen von entspannenden,

wohltuenden Behandlungen werden verblüffende Pflegeresultate erzielt – mit einer breiten Palette von verschiedenen Produkten.

Rundum geschützt

Ein gutes Beispiel für die Vielfältigkeit der Markenwelt von Mila d'Opiz ist auch der Sonnenschutz. Denn so sehr wir die Sonne lieben und geniessen, so schädigend kann sie für die Haut sein. Mit der Sun-Care-Linie sorgt

das Unternehmen für anhaltenden und zuverlässigen Schutz und kombiniert mit diesen mit einem beschleunigten Bräunungsprozess. Von der Sonnencreme über die Lotion und den Lippenbalsam bis zum Selbstbräuner und der After-Sun-Lotion ist auch hier die Anwendungspalette abgerundet.

Das ist nur ein kleiner Ausschnitt aus der Produktwelt von Mila d'Opiz. Besonderes Augenmerk wird dabei der Unterstützung der Kunden geschenkt, das für sie richtige Produkt zu finden. Unter anderem auf der übersichtlichen Webseite des Unternehmens (miladopiz.com) mit ausführlichen Informationen zu den Wirkstoffen und ihrer Wirkung – und natürlich dem Onlineshop shop.miladopiz.com. Ein Besuch dort ist eine wahre Inspirationsquelle.

.....
 Das Alter, die Lebensumstände und äussere Einflüsse wirken sich auf die Haut aus – und entsprechend unterscheiden sich die Ansprüche.



info@haennigartenbau.ch - www.haennigartenbau.ch - tel 071 277 23 03 - mingerstrasse 7 - 9014 st.gallen

Wir gratulieren der Mila d'Opiz zum 80 Jahre Jubiläum!



ELEKTROTECHNIK
Huber+Monsch

Starkstrom | Automation | Telematik | Informatik

www.hubermensch.ch

Als langjähriger Partner
für Telematik und Elektrotechnik
gratulieren wir zum Jubiläum.

**Kommunikations- und
IT-Lösungen für KMU**

**MACHT
STARK!**



**Pflanzliches Arzneimittel
mit Sibirischer Taigawurzel**

Taigavita hilft bei Müdigkeits- und Schwächegefühl sowie
bei nachlassender Leistungs- und Konzentrationsfähigkeit.

In Apotheken und Drogerien. Dies ist ein zugelassenes
Arzneimittel. Lesen Sie die Packungsbeilage.

www.alpinamed.ch



Alpinamed
gratuliert
Mila d'Opiz
zum Jubiläum
und wünscht
Bärenkräfte für
die Zukunft!

Achtung, streng geheim!

Forschung und Entwicklung haben in der Geschichte von Mila d'Opiz schon immer eine grosse Rolle gespielt – und heute mehr als je zuvor. Ein Blick hinter die Kulissen der «Erfinder».

Als «Hexenküche» wird das erste Forschungslabor, das 1958 entstand, in einer Chronik der Firma neckisch bezeichnet, auch wenn die Arbeit natürlich schon damals auf wissenschaftlichen Grundlagen erfolgte. Kaum betriebsbereit, machte ein Grossbrand das Labor allerdings für einige Zeit unbenützt. Doch die Familie rappelte sich schnell auf, die Forschung wurde wieder aufgenommen, und 1962 stiess ein zweiter Chemiker zum ersten dazu, gefolgt vom baldigen Ausbau des Labors.

Der Neubau an der Haggenstrasse in St.Gallen bedeutete auch für die Forschungsabteilung einen Quantensprung. Hier entstanden hochmoderne Labors mit Mikrobiologie, Analytik und anderen Verfahren – ideale Arbeitsvoraussetzungen für die kreativen Köpfe.

Die Aufgabe des Unternehmensbereichs Forschung und Entwicklung ist klar: Neue Produkte und Verarbeitungstechnologien zu erarbeiten. Dabei gilt es, nicht einfach die aktuellen Bedürfnisse abzudecken, sondern die Trends von morgen aufzuspüren. Dazu gehört auch, stets und möglichst schnell den innovativsten und effektivsten Rohstoff zu finden, der in ein Produkt fliesst. Die Weiterbildung an Rohstoffmessen und in verschiedenen Fachgremien ist dabei zentral, nur so ist man stets auf dem Laufenden.

Drei Mitarbeiter mit chemischem und/oder pharmazeutischem Hintergrund wirken hier, eine Fachperson ist für «Regulatory Affairs» zuständig, kümmert sich also um die rechtlichen Aspekte der Neuentwicklungen. Die Rohstoffe wiederum kommen aus aller

Welt, wobei das Unternehmen gerade bei den Hightech-Rohstoffen oft auf die Schweiz zählt.

Woran im Forschungslabor gerade gearbeitet wird: Das ist eine spannende Frage – und sie muss unbeantwortet bleiben. Denn ob es um ein Produkt für Mila d'Opitz oder um den Auftrag eines Kunden geht, stets gilt eine strikte Geheimhaltung. Denn schliesslich hätte so manches Unternehmen gern gewusst, wie die Innovationen «Made in St.Gallen» entstehen.

Der Neubau an der Haggenstrasse in St.Gallen bedeutete auch für die Forschungsabteilung einen Quantensprung.



Die Aufgabe des Unternehmensbereichs Forschung und Entwicklung: Neue Produkte und Verarbeitungstechnologien zu erarbeiten. Brigitte Signer, seit 30 Jahren im Unternehmen.

WIR SUCHEN PERSÖNLICHKEITEN



Qualifizierte und engagierte Mitarbeitende sind das wertvollste Kapital Ihres Unternehmens.

Professionelle Bewerberselektion und individuelles HR-Management sind unser Beitrag an Ihren Erfolg. Seit 1979.



SCHÖNENBERGER AG
personalberatung • executive search

ST.GALLEN | ZÜRICH | MÜNCHEN
www.pms-schoenenberger.com

v.burger ag

schreinerei + innenausbau

Vielen Dank für die geschätzte Zusammenarbeit.

Ausstellung
Mo-Fr 7:00 - 12:00 / 13:30 - 17:00,
oder nach Vereinbarung



v.burger ag • lukasstrasse 29 • 9008 st.gallen
info@schreinerei-burger.ch
tel. 071 245 40 15 • fax 071 245 40 27

www.schreinerei-burger.ch

 www.facebook.com/schreinereiVBURGERAG 

 www.zellwag.com

ZELLWAG
PHARMTECH



KONZEPTIONIERUNG UND HERSTELLUNG VON FÜLL- UND VERSCHLISSANLAGEN

WIR GRATULIEREN MILA D'OPIZ HERZLICH ZUM FIRMENJUBILÄUM UND SIND STOLZ DARAUFGESICHT ALS LIEFERANT EINEN TEIL DER ERFOLGSGESCHICHTE MITSCHREIBEN ZU DÜRFEN



Die hohe Kunst der Beweglichkeit

Nina Burri ist die offizielle Botschafterin von Mila d'Opiz. In ihrer Rolle als Ambassadeur verkörpert die «Schlangenfrau» in ihrer Kunst vieles von dem, was das Unternehmen auszeichnet.



Sie war der Stargast beim 80-Jahre-Jubiläum von Mila d'Opiz: die Kontorsionistin Nina Burri. Hinter dem Zungenbrecher verbirgt sich die hohe Kunst des fast unbegrenzten Spiels mit dem Körper. Einen Einblick in ihr Können gab Nina Burri kurzerhand auf einer improvisierten Bühne – der Laderampe der Kosmetikfirma.

Die ausgebildete Bühnentänzerin stiess mit 30 Jahren auf die Kontorsion. Wörtlich bedeutet der lateinische Begriff Drehung oder Windung. Es ist eine Form der Akrobatik, die den meisten Betrachtern als physisch unmöglich erscheint. Der Körper verbiegt sich scheinbar mühelos, auch wenn natürlich jahrelanges hartes Training dahintersteckt. Atemlos sieht man zu, wie die Gesetze der Schwerkraft und des menschlichen Körpers ausgehebelt werden.

.....
 Atemlos sieht man zu, wie die Gesetze des menschlichen Körpers ausgehebelt werden.

Nina Burri hat die alte Kunstform, die oft im Zirkus gezeigt wird, auf eine neue Ebene gehoben. Sie hat früh Kontorsion mit Tanz verbunden und in aufwendige Choreografien eingebaut. Inzwischen ist sie weit über die Schweiz hinaus bekannt, war zu Gast in vielen TV-Sendungen und auf diversen Bühnen rund um den Globus.

Als Ambassadeur von Mila d'Opiz ist Nina Burri – die auch als Model arbeitet – die perfekte Besetzung. Sie verkörpert viele der Eigenschaften des Unternehmens und seiner Produkte: Innovationskraft, Kreativität, Weiblichkeit – und natürlich Beweglichkeit.



Alphornklänge und Bratwürste zum Jubiläum

Gemeinsam mit Partnern aus aller Welt und der neuen Botschafterin Nina Burri feierte Mila d'Opiz das 80-jährige Bestehen des Unternehmens in St.Gallen und im Appenzellerland. Ein Rückblick in Bildern.





GUS GROUP
Prozesse steuern. Flexibel und effizient.

Mila d'Opiz ist immer einen Schritt voraus

Mit optimierten Unternehmensprozessen

Die GUS-OS Suite ist ein modernes ERP-System, das Prozessabläufe nachhaltig verbessert. Unsere Lösung basiert auf fast 40 Jahren Projekterfahrung in den Branchen Kosmetik, Pharma, Medizintechnik, Chemie, Food und Logistik. Die Vorteile liegen auf der Hand:

- Hohe Prozesssicherheit durch ein integriertes Workflow-Management
- Schnelle Anpassung mit rund 1.000 vorkonfigurierten Teilprozessen
- Flexible Nutzung – OnPremise, in der Cloud oder Hybrid
- Performant und skalierbar – läuft zu 100% im Browser
- Digitale Vernetzung mit Partnern, Kunden und Maschinen

Kompetenz überzeugt – neben unserem langjährigen Kunden Mila d'Opiz setzen viele Unternehmen die GUS-OS Suite erfolgreich ein!

Zum 80-jährigen Jubiläum gratulieren wir Mila d'Opiz ganz herzlich!

www.gus-group.com

WIR GRATULIEREN MILA D'OPIZ ZUM 80-JÄHRIGEN BESTEHEN

SELBSTKLEBE-ETIKETTEN

9300 Wittenbach
info@hobadruckag.ch
www.hobadruckag.ch

hoba
DRUCK

MILA D'OPIZ AG

Haggenstrasse 40
CH-9014 St.Gallen
Tel. +41 71 274 28 28
info@mila-d-opiz.ch
www.miladopiz.com

