

THOMANN
NUTZFAHRZEUGE AG
SCHMERIKON · CHUR · FRAUENFELD · ARBON

4 Werte, 170 Mitarbeitende, 30 Lernende.
Dank 40 Arbeitszeitmodellen **Mehrwert für
alle Kunden und Mitarbeitenden.**



thomannag.com

SPECIAL

**EY Entrepreneur
Of The Year™**



**Willi Miesch,
CEO der Medartis AG:**

Auf den Prix SVC folgt der EY-Award

Seite 21

Heinrich Christen von EY:

«Ein guter Jahrgang»

Seite 8



**EY Entrepreneur
Of The Year™**

2016 Switzerland

EY

Building a better
working world

Vorbildlich eindrücklich: Wir gratulieren den Entrepreneuren des Jahres!

Die Preisträger des Unternehmerwettbewerbs
EY Entrepreneur Of The Year 2016™ sind:

Olivier Brouhant, AMARIS GROUP SA,
in der Kategorie Dienstleistung/Handel

Willi Miesch, Medartis AG,
in der Kategorie Industrie/HighTech/Life Sciences

Tej Tadi, MindMaze SA,
in der Kategorie Emerging Entrepreneur

Hans-Rudolf Schurter, Schurter Holding AG,
in der Kategorie Family Business

Die weiteren Finalisten sind:

Jakob Limacher, Thomas Suter und Christian Zindel,
Kalaidos Bildungsgruppe AG

Stefan Honegger, Honegger Management AG

Raymond Knigge, Interiman Group Services SA

Roland Brack, BRACK.CH AG

Marc Ehrlich, Vipa Lausanne SA

Kamila Markram, Frontiers Media SA

Francesco Dell'Endice, QualySense AG

Hannes Eugster und Christian Meier, iNovitas AG

Raphael Oberholzer, NEEO AG

Dr. Thomas Meier-Bickel, Hans Oetiker Holding AG

Beat Burlet, Bucher Leichtbau AG

EY gratuliert den Gewinnern und Finalisten ganz herzlich!
www.ey.com/ch/eoy

PROGRAMMPARTNER

CREDIT SUISSE

SPONSOREN

amag


H. Moser & Cie.
VERY RARE





Die Perlen der Unternehmenswelt

Der amerikanische Ökonom, Publizist und Berater Peter F. Drucker hat einst gesagt: «In circa fünf Jahren wird es zwei Arten von Unternehmenskernen geben: solche, die global denken, und solche, die arbeitslos sind.» Drucker ist vor über zehn Jahren verstorben, das Szenario, das er auf fünf Jahre hinaus angelegt hat, hat also inzwischen Gültigkeit. Und wenn das Zitat – der Dramatik geschuldet – auch etwas gar absolut formuliert war, so müssen wir wohl doch einräumen: Der Mann hatte völlig recht.

Natürlich ist nicht jedes Unternehmen weltweit tätig. Der Schreiner von nebenan mit einem Kundenkreis in einem Radius von 20 Kilometern scheint auf den ersten Blick recht wenig mit der globalisierten Wirtschaft zu tun zu haben. Diese Denkweise ist aber zu eingeschränkt. Denn auch wenn dieser Schreiner nicht den Weltmarkt bedient, so gibt es umgekehrt potenzielle Konkurrenten weit weg, die vielleicht bereits heute daran arbeiten, den Schreiner vor Ort überflüssig zu machen. Ob das gelingt, wie es gelingt: Das ist offen. Aber als gesichert gelten darf, dass fast jede Branche in den vergangenen Jahren massive Umwälzungen erfahren hat und in Zukunft weiter durchleben wird. Deshalb gilt: Selbst wer rein lokal ausgerichtet ist, muss das wirtschaftliche Weltgeschehen im Auge haben – und wenn nötig auf dieses reagieren.

Den Unternehmen, die im Rahmen des «Entrepreneur Of The Year» als Finalisten oder gar als Sieger ausgerufen werden, ist eines mit Sicherheit gemeinsam: Sie sind sich dieser Zusammenhänge bewusst, und sie sind in der Lage, sich diesen anzupassen. Anders wäre es ihnen gar nicht möglich, in einem quantitativ und qualitativ dicht besetzten Teilnehmerfeld erfolgreich zu sein. Ein Magazin wie das vorliegende zusammenzutragen zu dürfen, ist deshalb eine überaus dankbare Aufgabe. Denn vom ersten Moment an steht fest, dass sich hier die Perlen der Unternehmenswelt aneinanderreihen werden.

Übrigens: Peter F. Drucker hat sein Zitat von weiter oben nicht zusammenhangslos von sich gegeben. Im Rahmen des Referats, das er damals hielt, hat er im Anschluss an seine provokante Aussage gleich auch die Frage thematisiert, was denn eigentlich «global» heisst. Das wiederum ist eine Frage, die den Rahmen dieses Vorworts definitiv sprengen würde...

Marcel Baumgartner
Chefredaktor

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



«Divers, widerstandsfähig und innovativ»

Heinrich Christen

Seite 8

- | | |
|---|--|
| <p>07 Würdigung der Romandie
Alles zum diesjährigen Award</p> <p>10 Schurter Holding AG
Gewinner der Kategorie «Family Business»</p> <p>12 Bucher Leichtbau AG
Schweizer Leichtigkeit hebt ab</p> <p>13 Hans Oetiker Holding AG
Expansionsstrategie als Erfolgsfaktor</p> <p>16 MindMaze SA
Gewinner der Kategorie «Emerging Entrepreneur»</p> <p>17 NEOO AG
Zwischen Solothurn und Silicon Valley</p> <p>18 QualySense AG
Spin-off auf Erfolgskurs</p> <p>19 iNovitas AG
Wie Street View – aber besser</p> <p>21 Medartis AG
Gewinner der Kategorie «Industrie/High-Tech/Life-Sciences»</p> | <p>22 Frontiers Media SA
Die Zukunft der Wissenschaft</p> <p>24 VIPA Lausanne SA
Rohstoffe dorthin bringen, wo sie gebraucht werden</p> <p>27 Amaris Group SA
Gewinner der Kategorie «Dienstleistung/Handel»</p> <p>28 BRACK.CH AG
Vom Dachstock an die vorderste Front</p> <p>29 Honegger Management AG
Spezialisten für die Sauberkeit</p> <p>32 Kalaidos Bildungsgruppe AG
«Wir prüfen Standorte in Polen, Indien und China»</p> <p>34 Interiman Group Services SA
Arbeitgeber und Arbeitnehmer zusammenführen</p> |
|---|--|

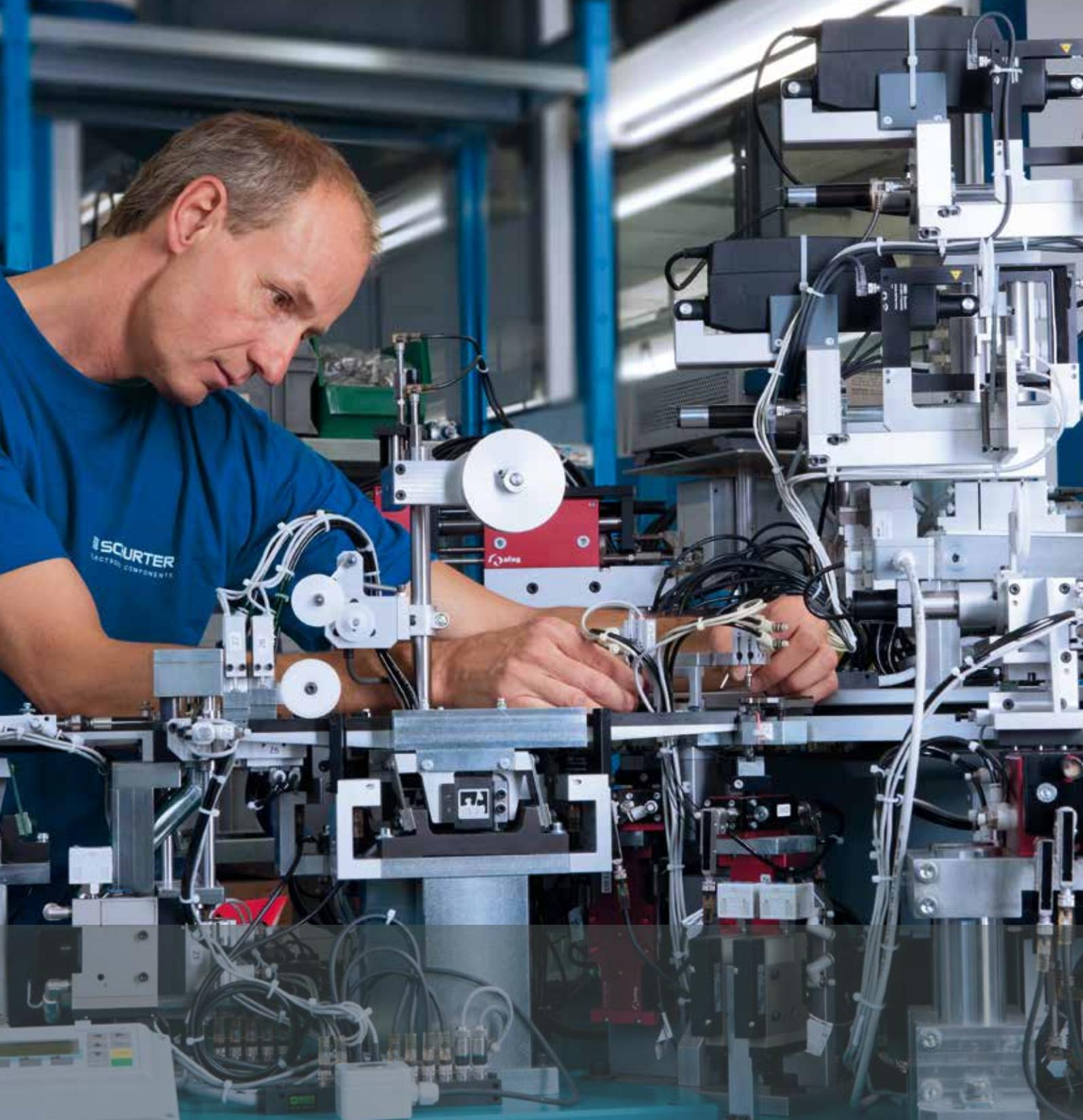


SPECIAL zum EY Entrepreneur Of The Year™ 2016

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@leaderonline.ch | **Fotografie:** Bodo Rüedi, zVg | **Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | **Anzeigenleitung:** Martin Schwizer, mschwizer@metrocomm.ch | **Marketingservice/Aboverwaltung:** Vreni 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, truehli@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 begeistern unsere Kunden mit Komponenten
und Lösungen für sichere Stromzuführung und
einfache Bedienung

SCHURTER AG
Werkhofstrasse 8-12
6002 Luzern
schurter.com

 **SCHURTER**
ELECTRONIC COMPONENTS

EY Entrepreneur Of The Year 2016: Das sind die Gewinner

59 Persönlichkeiten von insgesamt 49 Firmen aus allen Landesteilen standen dieses Jahr auf dem Prüfstand. Letztlich qualifizierten sich 15 Unternehmen für die vier Award-Kategorien. Das Unternehmermagazin LEADER präsentiert in dieser Sonderausgabe sämtliche Finalisten und Sieger.



EY engagiert sich seit 1986 mit dem einzigartigen Entrepreneur Of The Year-Programm ausdrücklich für Unternehmerinnen und Unternehmer: Ausgehend von den USA, hat sich das Programm mittlerweile in über 70 Ländern etabliert. Allein der Wettbewerb findet in 150 Städten statt – seit 1998 auch in der Schweiz. Das macht EY zur einzigen Organisation mit einem Unternehmerwettbewerb auf globaler Ebene. Insgesamt bewerben sich jeweils über 10000 Unternehmerinnen und Unternehmer um den Titel EY Entrepreneur Of The Year. Im Frühsommer des Folgejahres kürt eine unabhängige Jury aus allen Landessiegern den EY World Entrepreneur Of The Year. Die Schweiz wurde 2016 von Jan Lichtenberg, InSphero AG, vertreten: Lichtenberg hat vor Jahresfrist den Award in der Kategorie «Emerging Entrepreneur» gewonnen und stiess auch in Monte Carlo auf rundum positive Resonanz.

Würdigung der Romandie

Der Schweizer Wettbewerb wurde 2016 zum 19. Mal durchgeführt. Die Preisverleihung und die zugehörige Gala fanden am 28. Oktober 2016 in Lausanne statt. Seit der ersten Durchführung des EY-Wettbewerbs stellt die Westschweiz hervorragende Kandidatinnen und Kandidaten. Darunter sind zahlreiche Award-Gewinner. Dass nun zum ersten Mal auch die Gala zu Ehren der Schweizer Entrepreneurs in der Romandie ausgerichtet wurde, ist nicht zuletzt eine Würdigung der vielen erfolgreichen Unternehmerinnen und Unternehmer dieses Landesteils.

Die Jury

EY verlässt sich für die Evaluation der Finalisten und die Vergabe der Entrepreneur Of The Year-Awards auf eine qualifizierte, unabhängige Jury. Sie setzt sich 2016 zusammen aus Bernhard Alpstaeg (swisspor Management AG, Patron und Entrepreneur Of The Year 2007), Brigitte Breisacher (Alpnach Norm-Schränkelemente AG, Inhaberin und Unternehmensleiterin der Alpnach-Norm-Gruppe), Claude R. Cornaz (Vetropack Holding AG, CEO und Entrepreneur Of The Year 2012), Dr. Beat Curti (Unternehmer), Prof. Dr. Elgar Fleisch (ETH Zürich und Universität St.Gallen HSG), Dr. Paul J. Hälgi (Dätwyler Holding AG, CEO), Edouard Pfister (Sonceboz SA, Präsident des Verwaltungsrates), Sébastien Tondeur (MCI Group Holding SA, CEO und Entrepreneur Of The Year 2011) sowie Prof. Dr. Thomas Zellweger (Universität St.Gallen HSG, Direktor Center for Family Business).

Welche Firmen in den vier Kategorien «Industrie/High-Tech/Life Sciences», «Family Business», «Dienstleistung/Handel» und «Emerging Entrepreneur» nominiert wurden und welche es letztlich aufs Siegerstüchlein schafften, erfahren Sie auf den nachfolgenden Seiten dieser Publikation.

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: zVg

Ein guter Jahrgang

Seit 19 Jahren zeichnet EY Schweiz erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer mit dem «EY Entrepreneur Of The Year»-Award aus. Heinrich Christen, verantwortlich für die Schweizer Auszeichnungen, spricht im Interview über die diesjährigen Bewerber und den Nutzen eines Awards.

Heinrich Christen, in der Schweiz gibt es zahlreiche Unternehmerpreise. Was ist an Ihrem speziell, weshalb sollten sich Unternehmer für Ihren Award bewerben?

Unser Preis ist aus zwei Gründen speziell. Der erste Grund: Es ist der einzige Preis, der global verliehen wird. Das heisst, wir vergeben Auszeichnungen nach einheitlichen Kriterien in mehr als 60 Ländern weltweit. Dadurch ist der Award global anerkannt. Das ist vor allem für Unternehmen im Exportbereich interessant. Zudem können wir von allen Preisen in der Schweiz das strengste Auswahlverfahren vorweisen;

«Bei den meisten anderen Unternehmerpreisen werden die Bewerber nur anhand eines Papiers geprüft. Das genügt in meinen Augen nicht.»

unsere Bewerber müssen ein zweistufiges Verfahren durchlaufen: Zuerst durch ein Interview mit EY, anschliessend werden sie von einer komplett unabhängigen Jury persönlich ebenfalls interviewt. Dabei werden intensive Gespräche geführt, die den Jurymitgliedern auch helfen, die teils komplexen Produkte der Bewerber noch besser zu verstehen. Dieser persönliche Kontakt ist aufwendig, aber sinnvoll. Bei den meisten anderen Unternehmerpreisen werden die Bewerber nur anhand eines Papiers geprüft. Das genügt in meinen Augen nicht.

Was bringt eine Kandidatur einem Unternehmen?

Dadurch, dass unser Preis weltweit vergeben wird und weltweit bekannt ist, haben wir ein starkes Netzwerk. Eine Auszeichnung öffnet somit einem Schweizer Unternehmen im Ausland Tür und Tor: Ich war soeben mit den letztjährigen Gewinnern aller deutschsprachigen Länder auf einer Studienreise in Vietnam. Die Unternehmer profitieren so von persönlicher Vernetzung, vom Meinungs- und Erfahrungsaustausch.

Können Sie sagen, ob der diesjährige Jahrgang im Vergleich zu den vorherigen eher ein guter oder ein schlechter war?

Das ist – wie beim Wein – natürlich subjektiv. Aber in meinen Augen war 2016 ein sehr guter Jahrgang. Für uns auch ein interessanter: Wir haben viele spannende Unternehmen entdeckt, die wir vorher nicht gekannt haben, obwohl bei uns auch viele Unternehmen mehr als einmal mitmachen und dann beim 2. oder 3. Mal erfolgreich sind. Wir hatten zuerst befürchtet, dass der letztjährige Frankenschock noch nachwirkt, dass sich nicht viele Unternehmer bewerben würden. Aber wir hatten gut 70 Bewerbungen. Und daher kann ich fürs Jahr 2016 sagen: Die Menge an Bewerbern und deren Qualität waren ausgezeichnet. Wir haben wieder einmal gesehen, wie divers, widerstandsfähig und innovativ die Schweizer Wirtschaft ist.

Interview: Malolo Kessler

Bild: Bodo Rüedi

Heinrich «Henry» Christen, verantwortlich für den Schweizer EY Entrepreneur Of The Year-Award:

«Wir haben wieder einmal gesehen, wie divers, widerstandsfähig und innovativ die Schweizer Wirtschaft ist.»



«Eigenkapitalquote ist wichtiger als Eigenkapitalrendite»

Die Schurter Holding AG mit Sitz in Luzern ist ein international tätiger Schweizer Hersteller von Elektronikkomponenten und Anbieter von Elektronikdienstleistungen. Hans-Rudolf Schurter steht dem Familienunternehmen in dritter Generation vor. Der Präsident des Verwaltungsrates über Rückschläge und interessante Märkte.



Hans-Rudolf Schurter führt die Schurter Holding AG in dritter Generation.

Hans-Rudolf Schurter, was können Sie uns zur Firmengeschichte erzählen? Wer hat das Unternehmen wann und aus welchem Grund gegründet?

Mein Grossvater Heinrich Schurter war Mechanikermeister. Er gründete unser Unternehmen 1933. In der schwierigen Zwischenkriegszeit waren viele von Arbeitslosigkeit betroffen, und er wollte selbstständig und unabhängig sein. Deshalb wagte sich mein Grossvater an dieses «Start-up» heran. Die Finanzierung war schwierig: Die angefragte Bank gab keinen Kredit, sodass er sich an seine Mutter und an seine Schwiegermutter wandte. Gemeinsam brachten die beiden Frauen das notwendige Startkapital zusammen.

Wie hat sich das Unternehmen seither entwickelt? Gab es auch Rückschläge?

Das Unternehmen entwickelte sich kontinuierlich; natürlich blieben aber auch Rückschläge nicht aus. Ich denke da insbesondere an die Kriegsjahre von 1939 bis 1945, die Ölkrise von 1974 und die Finanz-

krise von 2008. Alle diese geschichtlichen Ereignisse hinterliessen ihre Spuren in Bilanz und Erfolgsrechnung. Dazu hatten wir aber auch Brände und Überschwemmungen in den eigenen Betrieben zu meistern, ebenso wie Fehlentwicklungen in der Innovationsfähigkeit oder missglückte Akquisitionen.

Und wie entwickelte sich das Unternehmen im Bezug auf den Personalbestand?

Das Unternehmen wurde 1933 mit zwölf Mitarbeitenden gegründet. Heute beschäftigen wir knapp 1600, davon rund 500 in der Schweiz.

Zur Schurter-Gruppe gehören diverse Gesellschaften in anderen Ländern. Welcher ist ihr wichtigster Markt? Und wie sieht die Strategie hinsichtlich weiterer Markterschliessungen aus?

Der wichtigste Markt ist Deutschland, der ungefähr für 25 bis 30 Prozent unseres Umsatzes verantwortlich zeichnet. Es gibt wenige weisse Flecken auf der Erde, wo sich ein wirklich verstärktes Engagement für unsere Produkte noch lohnen würde. Klar untervertreten sind wir aber in Asien und in einigen Ländern Osteuropas. Dort werden wir den Hebel ansetzen.

Sie bieten Dienstleistungen in verschiedensten Bereichen. Welche sind am meisten gefragt?

Ein grosses Wachstum haben wir im Bereich, den wir «Solutions» nennen. Dort bieten wir den Kunden Gesamtlösungen für den elektronischen Teil eines Gerätes an. Der Vorteil für den Kunden liegt darin, dass er einen zentralen Teil seines Gerätes aus einer Hand beziehen kann. Das vereinfacht die Lieferkette und die Logistik. Zusätzlich schaltet der Kunde seine Risiken mit unzuverlässigen Lieferanten aus.

In welchen Bereichen sehen Sie noch Potenzial?

Vor allem im Bereich der Automobilindustrie. Dort verzeichnen wir starke Wachstumszahlen, obschon wir besser vertreten sein könnten. Sehr interessant sind auch die Raumfahrt und die Solarindustrie. Allerdings ist das Mengengerüst in der Automo-

billbranche vielversprechender als in diesen beiden Bereichen. Die grössten Herausforderungen sind zurzeit der kontinuierliche Preiserfall, das stetige Auf und Ab der Märkte sowie die in einzelnen Ländern stark steigenden Arbeits- und Materialkosten.

«Jeder muss seinen Rucksack tragen. Gottlob sieht man diesem nicht an, wie viele Steine drin sind.»

Die Schurter Holding AG ist ein Familienunternehmen. Wie wirkt sich das aufs Tagesgeschäft aus?

Viele Mitarbeitende arbeiten gerne in einem Unternehmen, in dem die Führung bekannt, die Finanzen stabil und die Risiken eines Arbeitsplatzverlustes berechenbar sind. Unsere Unternehmensphilosophie basiert auf den fünf «V», die wir mit Hingabe pflegen: Vertrauen, Verantwortung, Vorbild, Vernetzung und Veränderung. Nichtfamiliäre Grossunternehmen interpretieren diese Werte oft anders.

Die Konkurrenz in Ihrer Branche ist gross. Wie schaffen Sie es, sich auf dem Markt zu behaupten?

Heute ist die Konkurrenz in jeder Branche gross; jeder muss seinen Rucksack tragen. Gottlob sieht man

diesem nicht an, wie viele Steine drin sind. Wir gehen seit jeher besonnen, aber vorwärtsorientiert mit der Ressource Geld um. Die Eigenkapitalquote ist mir wichtiger als die Eigenkapitalrendite.

Welche Vorteile bringt eine Nominierung für den EY-Award?

Durch die medienwirksame Award-Verleihung erhoffe ich mir ein besseres Verständnis und eine erhöhte Akzeptanz der hiesigen Unternehmer. Denn diese Gewerbetreibenden sorgen mit ihrer Arbeit dafür, dass unser Land sich im Wohlstand weiterentwickeln kann – Tag für Tag mit riesigem Engagement.

Zum Schluss ein Blick in die Zukunft: Wo steht die Schurter Holding AG in zehn Jahren?

Das ist eine oft gestellte Frage. Ich halte es mit berühmten Zeitgenossen: «Eine Voraussage ist schwierig, vor allem wenn sie die Zukunft betrifft.» Ernsthaft: Wenn es uns gelingt, mit innovativen Produkten und Dienstleistungen die Bedürfnisse unserer Kunden zu treffen, ist mir um die Zukunft nicht bange.

Interview: Tamara Johnson

Bild: zVg

Anzeige

St.Gallen Bodensee Area

more for less

Now connected with
Cologne/Bonn
and Vienna.

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

Die St.GallenBodenseeArea ist eine offizielle Zusammenarbeit der Standortpromotionen der Kantone St.Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden. Wir betreiben gemeinsam internationale Standortpromotion und Ansiedlungsunterstützung für den drittgrössten Wirtschaftsraum der Schweiz. Wir positionieren den Wirtschaftsraum in ausgewählten Märkten und Clustern und akquirieren internationale Unternehmen. Damit tragen wir bei zum Wachstum unserer Wirtschaft und zum Erhalt und Ausbau von Arbeitsplätzen.

People's Viennaline fliegt ab dem 2. November 2016 vom Flughafen St.Gallen-Altenrhein via Friedrichshafen nach Köln. www.peoples.ch

St.GallenBodenseeArea | Davidstrasse 35 | CH-9001 St. Gallen | Switzerland | Telefon +41 58 229 64 64 | invest@sgba.ch | www.sgba.ch

Schweizer Leichtigkeit hebt ab

Die Bucher Leichtbau AG entwickelt unter anderem Küchensysteme für Flugzeuge. Unlängst hat das Unternehmen mit Sitz in Fällanden die Swiss-Flugzeuge des Typs Boeing 777 mit seinen Bordküchen ausgestattet.



Beat Burllet führt das Unternehmen, das sein Grossvater 1953 gegründet hat.

Wie schaffen wir es, unsere Produkte noch leichter zu bauen? Das ist eine der zentralsten Fragen und eine der grössten Herausforderungen für die Bucher Leichtbau AG mit Sitz in Fällanden, Kanton Zürich. Das Familienunternehmen fertigt Lösungen in Leichtbauweise für die Luftfahrt. Gegründet wurde es im Jahr 1953 von Heinrich Bucher. Dieser war bis zur Unternehmensgründung bei der Swissair als

«Als eigentümergeführtes Familienunternehmen haben wir den Vorteil, recht schnell agieren zu können.»

Spenglermeister angestellt gewesen und hatte in dieser Funktion Unterhaltsarbeiten und Reparaturen an Flugzeugen durchgeführt. Diese Arbeiten begann er nach der Firmengründung als Selbständiger anzubieten und schuf später auch eigene Produkte wie Transportkisten, Bordküchen, Trolleys und Luftrettungsausrüstungen, die er an Luftfahrtunternehmen verkaufte. Nach seinem Tod im Jahr 1992 übernahm

die zweite Generation. Heute wird das Unternehmen bereits in dritter Generation geführt, von Beat Burllet, dem Enkel von Heinrich Bucher. «Leichtbau war und ist in der Aviatik ein wichtiges Thema», sagt der CEO.

Weltweit 350 Mitarbeitende

Weltweit beschäftigt die Bucher-Gruppe an drei Standorten rund 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In Fällanden arbeiten etwa 200 davon. Sie beschäftigen sich mit der Entwicklung, Zulassung und Produktion von Bordküchen für Flugzeuge und Rettungsausrüstungen für Helikopter. In Sinn-Fleischbach, Deutschland, entstehen zudem unter anderem Stauschränke, Monumente für die First und Business Class sowie Trennwände. Am dritten Standort der Gruppe, er befindet sich im US-amerikanischen Everett, entwickeln und produzieren die Mitarbeiter Konsolen, Klappische und Monitorarme für Passagierflugzeuge. Zu den grössten Projekten der jüngsten Vergangenheit zählt ein Auftrag für TAP Portugal. Die Fluggesellschaft hat die Bucher Leichtbau AG mit der Einrichtung von Bordküchen und Stauschränken bei den Flugzeugen des Modells A330-900neo betraut. Vorgesehen ist, dass in der zweiten Hälfte des Jahres 2017 das erste Flugzeug dieses Typs ausgeliefert wird. Ebenfalls zu den Kunden der Bucher gehört die Swiss, für welche das Unternehmen Bordküchen für die Flugzeuge des Typs Boeing 777 herstellt.

Gute, langjährige Beziehungen

Schliesslich ebenfalls gefragt sind laut CEO Burllet die Rettungsausrüstungen, die in Helikoptern zum Einsatz kommen. Solche hat die Bucher Gruppe beispielsweise für die Deutsche ADAC Luftrettung GmbH konzipiert und produziert. «Wir profitieren von guten und langjährigen Kundenbeziehungen», erklärt Beat Burllet einer der Faktoren für den Erfolg des Unternehmens. Die Bucher Gruppe sei zwar ein vergleichsweise kleines Unternehmen in den Märkten, in denen sie tätig sei. «Als eigentümergeführtes Familienunternehmen haben wir aber den Vorteil, recht schnell agieren zu können», sagt Burllet weiter. So etwa bei der Umsetzung von Innovationen.

Text: Malolo Kessler

Bild: zVg

Expansionsstrategie als Erfolgsfaktor

Ihre Produkte fahren auf der ganzen Welt umher: Die Hans Oetiker Holding AG produziert Klemmen, Ringe und viele andere Teile für die Fahrzeugindustrie. Das Horgener Maschinen- und Apparatebauunternehmen beschäftigt global 1700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Es war eine Erfindung, die den Grundstein für die Erfolgsgeschichte der Hans Oetiker Holding AG legte: Nachdem Hans Oetiker im Jahr 1942 die Einzelfirma «Hans Oetiker Mechanische Werkstätte» in Horgen ZH gegründet hatte, erfand er 1951 die weltweit erste Ohrklemme. Kein Schmuckstück, sondern ein Teilchen, das heute überall in der Fahrzeugindustrie eingesetzt wird, etwa beim Bau von Gelenkwellen oder Kühlwassersystemen.

«Die Fahrzeugindustrie wird sich in den nächsten zehn bis 20 Jahren schneller und stärker verändern als je zuvor.»

Ein Bestseller geblieben

Dieses erste Produkt des Familienunternehmens ist nach wie vor der Bestseller von Oetiker – auch 65 Jahre später. Und der Hauptsitz ist nach wie vor in Horgen. Sonst hat sich aber vieles getan: Geführt wird das Unternehmen heute in dritter Generation von Dr. Thomas Meier-Bickel. Weltweit beschäftigt

die Gruppe gut 1700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie betreibt Produktionsstätten in Deutschland, Litauen, Spanien, Schweden, den USA, Kanada, Indien und China und Verkaufsbüros in über 20 Ländern. Vertrieben werden nebst den beliebten Ohrklemmen eine Vielzahl an weiteren Produkten für die Fahrzeugindustrie: zum Beispiel Ringe oder Montagewerkzeuge.

Am Hauptsitz in Horgen arbeiten über 50 Ingenieure und Techniker, Werkzeugmacher und Maschinenmechaniker stets daran, neue innovative Teilchen zu schaffen. Dort werden pro Jahr auch bis zu zehn Lehrlinge ausgebildet: Polymechaniker, Konstrukteure, Logistiker und Kaufmännische Angestellte. Das Unternehmen erwartet laut CEO Meier-Bickel, dieses Jahr einen Umsatz von 350 Millionen Franken zu erzielen.

Starker, schneller Wandel

Nebst der Erfindung der Ohrklemme bezeichnet Thomas Meier-Bickel auch die Expansionsstrategie des Unternehmens als Grund für den Erfolg. «Wir haben bereits in den frühen 1960er Jahren nach Nordamerika expandiert, weil Hans Oetiker dort grosses Potenzial sah», erzählt er. Und auch nach China ging das Unternehmen laut dem CEO, bevor es dort überhaupt eine Autoindustrie gab. «Als diese dann kam, waren wir bereits da und gut vorbereitet. Heute sind wir der grösste Klemmenhersteller in China.»

Dass frühes Expandieren aber auch nicht ganz den Erwartungen entsprechend verlaufen kann, zeige das Beispiel Indien: «2006 liessen wir uns dort nieder. Dies mit der Erwartung, dass das Land ein zweites China wird.» Die wirtschaftliche Entwicklung sei aber deutlich langsamer als in China passiert. «Wir waren aber geduldig und profitieren nun von der dortigen Niederlassung.» Ziel des Unternehmens sei generell, nahe bei den Kunden zu sein. Auch, um die Entwicklungen in der Fahrzeugindustrie, den Wandel, genau zu beobachten. «Die Fahrzeugindustrie wird sich in den nächsten zehn bis 20 Jahren schneller und stärker verändern als je zuvor – und wir werden dabei sein», sagt Thomas Meier-Bickel.



Thomas Meier-Bickel führt die Oetiker-Gruppe in dritter Generation.

Text: Malolo Kessler

Bild: zVg

Vor Ort sein, ohne vor Ort zu sein

Wie Google Street View – einfach detaillierter und für Experten: iNovitas, mittlerweile europaweit erfolgreiches Start-up, bietet elektronische 3D-Karten von Strassen- und Bahnkorridoren. Kunden können überall und einfach auf die Karten und dazugehörige Informationen zugreifen. Und sparen so Zeit und Geld.

iNovitas unterwegs: Solche Fahrzeuge sammeln Informationen und Bilder für den Infra-3D-Service. Mit diesem werden Infrastrukturen am Ende hochaufgelöst, georeferenziert und dreidimensional dargestellt.

Quelle: zVg



Ein Mausklick auf die Fotografie genügt – und das System liefert alles: Wie hoch eine Bordsteinkante ist, wie stark das Gefälle eines Hanges, wie gross der Abstand von der Strasse zum Trottoir. «Hinter jedem Pixel stecken Informationen», sagt Christian Meier, CEO der Firma iNovitas. Das Unternehmen mit Sitz in Baden-Dättwil AG hat eine weltweit einzigartige Technologie entwickelt, die für Verwaltungen, Ingenieurbüros und Bahnbetriebe revolutionär ist.

Von überall erreichbar und leicht zu bedienen

iNovitas bietet eine Art Google Street View, einfach mit Tausenden von zusätzlichen Informationen. Dafür fährt die Firma das gewünschte Gebiet mit ihren speziellen Kamerafahrzeugen ab und verarbeitet die Infos schliesslich in hochkomplexer Art und Weise. Ganz einfach ist danach die Bedienung des Tools für den Kunden: Via Cloud-Service kann von überall und jederzeit auf das Tool zugegriffen und damit gearbeitet werden. Es sind keine IT-Installationen nötig. «Auch die Bedienung ist so intuitiv, dass wir meistens nicht einmal eine Schulung durchführen müssen», erklärt Meier weiter. «Ein unglaublich einfaches System also, das unglaublich effizientes Arbeiten ermöglicht.» Das haben bereits Hunderte von Kunden in ganz Europa erfahren. Private Unternehmen ebenso wie die öffentliche Hand. «Mit uns ist man eben vor Ort, ohne vor Ort zu sein.»

Auch dieses Fahrzeug gehört zum Fuhrpark von iNovitas. Eigentlich für unwegsames Gelände gedacht, kam es auch in der Stadt Berlin zum Einsatz, ebenfalls eine Kundin der Aargauer Firma.

Quelle: zVg



iNovitas AG

Oberrohrdorferstrasse 1c, CH-5405 Baden-Dättwil
Tel.: +41 56 552 05 70, info@inovitas.ch
www.inovitas.ch

Projektbeispiel 1:

Abstände zwischen Gleis und Strasse

Die Appenzeller Bahnen betreiben verschiedene Strecken in der Ostschweiz. Ursprünglich hat das Unternehmen iNovitas engagiert, um auf gewissen Strecken die Sicherheitsabstände zwischen dem Bahn- und dem Strassenkorridor zu überprüfen. Das

heisst, iNovitas ist die Strecken abgefahren und alle Infos in das Tool eingespielen, womit die Appenzeller Bahnen die Abstände ganz einfach überprüfen konnte. Und nicht nur das: Die Bahnbetreiberin arbeitet nach wie vor mit dem Tool. So nutzen es beispielsweise Ingenieure, um Pläne zu machen.

So sieht das Tool am Ende für den Kunden aus: Mit einem Mausklick lassen sich Abstände messen.

Quelle: zVg



Projektbeispiel 2:

Das Strassennetz der Stadt St. Gallen

Die Stadt St. Gallen hat iNovitas engagiert, um georeferenzierte 3D-Bilder ihres gesamten Strassennetzes zu erstellen. Gut 400 Kilometer Strassen wurden laut Josef Hauser, Leiter des Vermessungsamts, erfasst. Die Anwendung namens 3D-Geobilddienst ist seit einem Jahr im Einsatz, etwa 120 städtische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich bereits für den Dienst angemeldet. So nutzen beispielsweise das Tiefbauamt, die Stadtpolizei, die Sankt Galler Stadtwerke, Entsorgung

St. Gallen und das Stadtplanungsamt den Service. «Dank dem Bildmaterial von iNovitas besteht die Möglichkeit, aufwendige Begehungen vor Ort einzusparen, aber auch Messungen und 3D-Kartierungen vorzunehmen», sagt Hauser. Das Vermessungsamt habe sehr positive Rückmeldungen von den Anwendern erhalten. «Der Einsatz von infra3D ist für alle Fachleute sowie für kantonale und kommunale Verwaltungen empfehlenswert, welche im Strassenraum Aufgaben zu erfüllen haben.»

Blick vom Büro aus auf den St. Galler Klosterplatz: Die Stadt St. Gallen hat 400 Kilometer Strasse von iNovitas erfassen lassen, gut 120 städtische Mitarbeiter nutzen den Dienst.

Quelle: zVg



Les pionniers de la thérapie virtuelle

Un système de thérapie qui révolutionne le monde de la rééducation : l'entreprise Mindmaze de Lausanne associe les technologies de réalité augmentée et virtuelle et la neurologie et développe des appareils permettant de mieux traiter les patients, après un AVC par exemple. La startup est aujourd'hui estimée à plus d'un milliard de dollars.

Le cerveau ne fonctionne plus correctement, le bras non plus peut-être, ou la jambe. La moitié du visage peut aussi être paralysée : les conséquences d'un AVC peuvent être nombreuses. Les thérapies possibles aussi. Cependant, une chose vaut pour toutes les thérapies : plus la thérapie intervient rapidement après l'AVC et de façon intensive, plus les chances sont grandes de rétablir certains déficits. L'entreprise Mindmaze, située à Lausanne, est en passe de

« Notre objectif est de créer des méthodes permettant de traiter toutes les maladies neurologiques. »

révolutionner la thérapie proposée aux patients victimes d'un AVC, et ce grâce à un système qui associe les technologies de réalité augmentée et virtuelle et la neurologie. Cette idée a permis à l'équipe menée par Tej Tadi, spécialiste en neurosciences et CEO de Mindmaze, de faire de la spin-off de l'École polytechnique fédérale de Lausanne une startup d'exception dont la valeur est estimée à plus d'un milliard de dollars.

Stimulation de régions cérébrales

L'entreprise neurotechnologique a été créée en 2012. Environ 70 collaboratrices et collaborateurs y travaillent sur différentes technologies et développent des logiciels et du matériel pour systèmes thérapeutiques. C'est ainsi qu'a été créé, par exemple, le « Mind-

MotionPRO », l'appareil de thérapie pour patients victimes d'un AVC. En termes simples, ce système stimule certaines régions cérébrales au moyen de logiciels extrêmement complexes, favorisant ainsi l'activité neurologique. Par exemple, un patient peut faire un mouvement avec un bras valide tout en se voyant en même temps sur un écran faire le mouvement avec son autre bras paralysé. Le cerveau est ainsi amené à conclure que la partie du corps paralysée est saine, ce qui favorise en retour le processus de guérison dans le système cérébral, là où se situe la véritable cause de la paralysie. « Avec notre système, les patients peuvent s'entraîner de façon autonome et très fréquemment. Cela permet au kinésithérapeute de traiter plusieurs patients en même temps et ainsi d'accélérer le traitement », explique Tej Tadi. « C'est une aide thérapeutique très précieuse. » En outre, le système pourrait également permettre de traiter des patients qui doivent encore rester au lit, ce qui n'est pas possible avec les robots thérapeutiques classiques.

Enregistrer et analyser

Même si le kinésithérapeute n'est pas sur place, il peut suivre et consulter à tout moment les progrès de l'entraînement sur l'appareil, et ce de façon plus précise que normalement, par une simple observation à l'œil nu. « C'est un autre avantage de MindMotionPRO. Tout est enregistré dans les moindres détails et peut être analysé ultérieurement », explique Tadi. L'idée et la technologie de Mindmaze sont une réussite : le MindMotionPRO est aujourd'hui déjà testé et utilisé avec succès dans des centres de rééducation en Suisse, en Italie, en Angleterre et en Allemagne. Le deuxième produit développé par Mindmaze est un appareil thérapeutique baptisé « Iomi » que les patients peuvent également utiliser à domicile. « D'une façon générale, notre objectif est de créer des méthodes permettant de traiter toutes les maladies neurologiques. » Des mondes virtuels donc, dont des personnes profitent dans le monde réel.

Tej Tadi, CEO de l'entreprise neurotechnologique Mindmaze.



Texte : Malolo Kessler

Traduction : Marie Meynadier

Photo : mād

Zwischen Solothurn und Silicon Valley

Den Alltag auf magische Weise vereinfachen: Das will das Solothurner Jungunternehmen NEEO mit einer intelligenten Universal-Fernbedienung. Das Gerät befindet sich noch in der Testphase – die NEEO AG hat laut CEO Raphael Oberholzer aber bereits Zehntausende von Vorbestellungen. Und sie wächst rasant.

Raphael Oberholzer hat NEEO im Jahr 2014 zusammen mit Oliver Studer gegründet.



Raphael Oberholzer, Sie sind schon seit zehn Jahren unternehmerisch in der «Smart Home»-Industrie tätig. Wieso haben Sie 2014 mit Oliver Studer die NEEO AG gegründet?

Als Geschäftsführer und Co-Founder einer der führenden Schweizer Firmen in dieser Industrie habe ich viele Grossprojekte für kommerzielle und private Kunden miterlebt und war von der Materie begeistert. Die auf dem Markt erhältlichen Produkte

«Ich wollte Produkte sehen, die einen ganz wichtigen Teil im Leben der Menschen einnehmen.»

haben mich jedoch keinesfalls zufriedengestellt: Es fehlte etwas. Ich wollte Produkte sehen, die einen ganz wichtigen Teil im Leben der Menschen einnehmen. Produkte, die Menschen begeistern und ihren Alltag auf natürliche, gar magische Weise vereinfachen. Ich wusste, dass das irgendwie möglich ist – so haben wir mit NEEO begonnen. Wir entwickeln ein Touchscreen-Gerät, mit dem die gesamte Haustechnik bedient werden kann – vom Fernseher über den Kühlschrank, die Heizung und die Musikanlage bis hin zur Beleuchtung.

Wo steht die Entwicklung?

Die ersten Lieferungen an Testgruppen sind soeben erfolgt. Aktuell sind wir mit Hochdruck daran, die

Massenproduktion in Schwung zu versetzen. Wir haben Zehntausende von Vorbestellungen. Die grösste Herausforderung ist, diesen gerecht zu werden – ein gutes Problem (lacht).

Wie finanzieren Sie all die Arbeit?

Wir haben letztes Jahr die erfolgreichste Schweizer Crowdfunding-Kampagne aller Zeiten lanciert. Diese hat uns einen extremen Kick gegeben und Kapital gebracht. Zusätzlich haben wir eine solide Kombination aus kalifornischen und Schweizer Investoren an Bord holen können. Für nächstes Jahr ist eine Serie-A-Finanzierungsrunde geplant. Wir könnten dank solider Verkaufszahlen zwar bereits nächstes Jahr «Cashflow-positiv» werden, wollen jedoch mit einem grossen Investment schnell wachsen und eine dominante Rolle im Markt einnehmen. Der «Internet of Things»-Markt ist noch sehr jung. Ich bin aber überzeugt, dass NEEO und einige andere frische Brands das Rennen machen werden.

Oliver Studer und Sie sind zu zweit in Solothurn gestartet. Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie mittlerweile?

In der Schweiz sind es knapp 30. Die meisten davon sind Hardware- und Softwareingenieure. In China verfügen wir über ein Operativteam von zwölf Personen, die bei unserem Hauptinvestor angestellt sind. Und in den USA arbeiten aktuell sechs Personen im Bereich Product Design, User Experience und Business Development. Das dortige Büro befindet sich in Cupertino, mitten im Silicon Valley – genau da, wo auch die meisten unserer Partner sind. Ich selbst pendle mit meiner Familie zwischen der Schweiz und dem Silicon Valley. Unser Team wächst rasant: Im Moment kommt fast jede Woche ein neuer Mitarbeiter hinzu.

Interview: Malolo Kessler

Bild: zVg

Spin-off auf Erfolgskurs

Die QalySense AG mit Sitz in Glattbrugg ist ein Spin-off der Universität Zürich. Das 2010 gegründete Unternehmen entwickelt intelligente Sortiermaschinen für Saatgutzüchter, Nahrungsmittelkonzerne und Prüfstellen der Lebensmittelindustrie. Im Gespräch mit Francesco Dell'Endice, CEO und einer von drei Mitbegründern.



*Francesco Dell'Endice,
CEO und Mitbegründer
von QalySense.*

Francesco Dell'Endice, wie lernten Sie die anderen Mitbegründer von QalySense kennen? Was war anfangs Ihr Ziel?

Ich lernte Paolo D'Alcini und Olga Peters während eines Wettbewerbs an der ETH Zürich kennen. Dabei ging es um Unternehmenskonzepte, und wir merkten schnell, dass sich unsere Fähigkeiten ergänzten. Also entschieden wir uns, unsere Kräfte zu bündeln. Wir steckten uns das nicht ganz einfache Ziel, die kritischen Herausforderungen in der Nahrungsmittelversorgung zu lösen: Zum einen wollten wir die natürlichen Ressourcen optimieren. Zum anderen den Wohlstand umverteilen unter allen Parteien der globalen Lebensmittelwertschöpfungskette.

«Das Schöne ist, dass QalySense um ein Vielfaches gewachsen ist, das Feeling eines Start-ups jedoch erhalten blieb.»

Wie muss man sich das Unternehmen in seinen Anfängen vorstellen?

Wir begannen in meiner Wohnung damit, den ersten Prototyp des QSorter Explorer zu bauen. Etwas später zogen wir in eine kleine Garage um. Im Juli 2010 liessen wir uns schliesslich im sogenannten Start-up-Inkubator der ETH in Dübendorf nieder. Bis wir unsere erste Finanzierungsrunde abschlossen, bestand unser ganzes Team nur aus uns Gründern.

Und wie viele Leute beschäftigt QalySense heute?

Heute umfasst das Team rund 30 Menschen aus 16 verschiedenen Ländern. Wir haben inzwischen ein zweites Büro eröffnet, in Chicago. Das Schöne ist, dass QalySense um ein Vielfaches gewachsen ist, das Feeling eines Start-ups jedoch erhalten blieb.

QalySense ist Mitglied der International Seed Testing Association (ISTA). Was bedeutet die Mitgliedschaft für Ihr Geschäft?

Samen sind ein wesentliches Element unseres Lebens, und die Herausforderungen und Chancen in diesem Bereich sind faszinierend. Durch die Mitgliedschaft bleiben wir immer auf dem neusten Stand. Auch hoffen wir, diese Interessengemeinschaft unterstützen zu können. Mit unserer innovativen QSorter-Technologie helfen wir mit, die biologische Variabilität aufrecht zu erhalten.

Was kann der QSorter Explorer genau?

Die einzigartige Technologie erlaubt dem Nutzer, einzelne Körner zu analysieren. Der QSorter Explorer sortiert die Körner nach physischen Eigenschaften wie Grösse, Form oder Farbe. Auch erkennt die Maschine Unterschiede in der Zusammensetzung. So kann sie die Körner auch nach Protein-, Öl-, Fett- oder Feuchtigkeitsgehalt trennen. Die Lösung bedeutet einen grossen Fortschritt in einer Branche, die zuvor nur Durchschnittswerte analysierte. Weltweit führende Unternehmen in den USA und in Europa haben den QSorter Explorer bereits adoptiert.

Wie hebt sich der QSorter Explorer von anderen Sortiermaschinen ab?

Der QSorter Explorer ist die einzige industrielle Lösung, die die Leistungsfähigkeit eines Labors in eine Verarbeitungsanlage bringen kann. Die Maschine bietet unzählige Vorteile im Bezug auf Rohstoffoptimierung und Innovation. Das hat zur Folge, dass die Endprodukte eine sehr hohe Qualität aufweisen. Und die Kunden unserer Kunden geniessen das beste Bier, den besten Kaffee oder die besten Frühstückszerealien.

Interview: Tamara Johnson

Bild: zVg

Wie Street View – aber besser

Ein Start-up hebt ab: Die Firma iNovitas hat eine einzigartige Technologie entwickelt, mit der sie Strassen, Wege und Bahnlinien digitalisiert.

Sie waren schon zu Jugendzeiten befreundet, kennen sich aus der Jungwacht. Heute sind Hannes Eugster und Christian Meier europaweit erfolgreiche Unternehmer. Pioniere in dem, was sie tun – preisgekrönt und fast konkurrenzlos. Ihr Unternehmen iNovitas haben sie im Jahr 2011 gegründet, dies als Spin-off der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW). Beide hatten damals noch einen Nebenjob: Eugster als wissenschaftlicher Mitarbeiter des Instituts Vermessung und Geoinformation der FHNW, Meier als Ingenieur. Um das Start-up zu finanzieren, investierten sie alles, was sie hatten. «Und wir konnten einen weiteren Investor überzeugen», erzählt Meier. «Wir waren von Anfang an von unserer Idee überzeugt.» Zu Recht, wie sich gezeigt hat: CEO Meier und CTO Eugster sind zu zweit gestartet. Mittlerweile beschäftigen sie in ganz Europa etwa 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

«Wir ermöglichen es unseren Nutzern, vor Ort zu sein, ohne vor Ort zu sein.»

Technisch hochkomplex

Die iNovitas AG bietet elektronische 3D-Karten von Strassen- und Bahnkorridoren an. Ähnlich wie Google Street View – allerdings viel detaillierter. «In unserer Software kann man einen Punkt anklicken und bekommt sofort alle relevanten Informationen.

Zum Beispiel, wie stark ein Gefälle eines Hanges ist», erklärt Meier, der nach einer Ausbildung im Elektrobereich noch ein Betriebswirtschaftsstudium absolviert hat.

Die Firma mit Sitz in Baden-Dättwil AG bietet also 3D-Koordinaten. Dafür fahren spezielle Mitarbeiter, Piloten genannt, mit den Messfahrzeugen an den gewünschten Ort und erfassen alle relevanten Daten. Die Daten werden anschliessend ausgewertet und in einem Cloudservice sämtlichen Nutzern zur Verfügung gestellt. «Die Technik, die wir dafür anwenden, ist hochkomplex. Aber dafür ist das Tool dann sehr nutzerfreundlich», erklärt Meier.

Für Bauämter, Ingenieurbüros und Bahnbetriebe ist das Tool sehr nützlich. Sie zählen denn auch zu den Kunden der iNovitas. «Die Mitarbeiter solcher Betriebe müssen nicht mehr vor Ort fahren und selbst Vermessungen machen.» Das spare Zeit und Geld. Es reicht also ein Mausklick – und die Infos sind da. Oder, wie der CEO sagt: «Wir ermöglichen es unseren Nutzern, vor Ort zu sein, ohne vor Ort zu sein.»

Filialen in ganz Europa

Die erste Kundin der iNovitas war die Stadt Kloten. «Bis wir diese erste Kundin hatten, war es ein Kampf», sagt Meier. Mittlerweile nutzen zahlreiche andere Städte und Gemeinden das Tool. So hat zum Beispiel die Stadt Berlin einen umfangreichen Strassenkataster von iNovitas erstellen lassen. Der Kanton Aargau hat ein hochauflösendes, dreidimensionales digitales Abbild des Kantonsstrassennetzes bestellt. Und das sind nur zwei der über 320 Projekte, die iNovitas in den fünf Jahren seit der Gründung umsetzen konnte.

Weil die Dienstleistungen des Unternehmens auch im Ausland gefragt sind, haben Christian Meier und Hannes Eugster bald nach der Firmengründung auch schon expandiert. Mittlerweile betreibt das Unternehmen Filialen in Deutschland, Österreich, Italien, Skandinavien sowie Polen und hat Distributionspartner in weiteren europäischen Ländern und im Nahen Osten. Der Erfolg des Unternehmens lässt sich auch an den Zählerständen der Messfahrzeuge ablesen: Sie zeigen derzeit mehr als 62 000 Strassenkilometer und über 18 000 Schienenkilometer.



CEO Christian Meier und
CTO Hannes Eugster.

Text: Malolo Kessler

Bild: zVg

Zum Wohle der Patienten

Die Medartis AG gilt in Sachen Medizinal-technik weltweit als Vorreiter und Trendsetter. Ihre Hightech-Titanimplantate werden am Hauptsitz in Basel entwickelt und produziert. Die von Medartis patentierten Technologien optimieren die interne Befestigung von Knochenbrüchen und beschleunigen damit die Heilungsprozesse – zum Wohle der Patienten.

Oberstes Ziel der Medartis ist es, den Ärzten jene innovativen Implantate, Instru-

mente und Dienstleistungen zur Verfügung zu stellen, die Fortschritt in der Behandlung und damit verbesserte Lebensqualität für die Patienten bedeuten.

Eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Produkte, Innovation sowie umfassende Serviceleistungen sind die Garanten für langfristige, partnerschaftliche Kundenbeziehungen und bilden seit der Unternehmensgründung im Jahr 1997 die Basis für den nachhaltigen Erfolg der Medartis.

FACTS & FIGURES



Hauptsitz in Basel



Entwicklung und Herstellung
in der Schweiz

Das Kerngeschäft

- Forschung & Entwicklung
- Herstellung
- Produktmanagement
- Qualitätssicherung
- Vertrieb & Logistik
- Marketing
- Schulung & Weiterbildung

360+

Mitarbeitende weltweit

9

Tochtergesellschaften

30+

Distributorenmärkte

15%

durchschnittliches Wachstum
in den letzten 5 Jahren

93

Patente



«Medartis lebt das Unternehmertum»

Die Medartis AG entwickelt und produziert in Basel medizinische Implantate. Diese werden bei der Behandlung von Knochenbrüchen eingesetzt. Das Unternehmen hat neun Tochtergesellschaften und zählt weltweit über 360 Mitarbeitende. CEO Willi Miesch über Unternehmerwettbewerbe, Ziele und Simon Ammann.



Willi Miesch hat die Medartis AG 1997 zusammen mit Dr. h. c. Thomas Straumann gegründet und führt sie seither als CEO.

Willi Miesch, die Medartis AG hat in den letzten zehn Jahren bereits zwei Unternehmerpreise gewonnen, jetzt haben Sie sich beim Entrepreneur Of The Year-Award wieder mit anderen gemessen...

Ja, wir wurden durch den Prix SVC, den wir letztes Jahr gewonnen haben, nominiert. Medartis verkörpert und lebt aus Überzeugung das Unternehmertum. Damit wollen wir unseren Mitarbeitenden eine klare Zukunftsperspektive bieten und einen starken Beitrag zum Unternehmensstandort Schweiz leisten. Eine grosse Motivation für die Entscheidung, mich dem Wettbewerb hochkarätiger Schweizer Unternehmer zu stellen, ist für mich der Entrepreneur-Geist von Thomas Straumann, der im Jahr 2000 mit seiner Firmengruppe Straumann zum Entrepreneur Of The Year gewählt wurde.

«Entscheidend ist, sehr nahe am Markt zu sein.»

Mit ihm haben Sie 1997 die Medartis AG gegründet. Wie ist diese Zusammenarbeit zustande gekommen?

Wir sind Jugendfreunde und haben einst gemeinsam eine Lehre als Feinmechaniker absolviert. Ich leite die Medartis AG seit Beginn als CEO, Thomas Straumann ist Verwaltungsratspräsident. Zu Beginn haben wir uns nur auf die Entwicklung von medizinischen Implantaten konzentriert, 2002 haben wir eine eigene Vertriebsorganisation aufgebaut, 2005 eine eigene Produktionsstätte. Wir sind stolz, dass

heute die gesamte Prozesskette, von der Entstehung bis zur Nachbetreuung, in den Händen hausinterner Abteilungen ist. Alles unter einem Dach. Wir sind mit sieben Mitarbeitern gestartet, heute haben wir weltweit über 360 Mitarbeitende, 175 davon sind bei unseren neun Tochtergesellschaften tätig. Und der heutige Umsatz beträgt knapp 100 Millionen Franken.

Worauf ist die Medartis AG spezialisiert?

Wir stellen technisch hochpräzise Titanimplantate – Platten und Schrauben – für die chirurgische Fixierung von Knochenbrüchen und Osteotomien her. Sie sorgen für eine möglichst optimale und schnelle Rehabilitation der Patienten nach der chirurgischen Wiederherstellung von Frakturen, Fehl- und Missbildungen oder Erkrankungen des Knochenskeletts. Im Bereich der Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie zählen Kieferchirurgen, Neuro- und HNO-Chirurgen sowie plastische Chirurgen zu unseren Kunden. Im Bereich der Extremitäten sind es Hand- und Fusspezialisten sowie Orthopäden und Traumatologen.

Sie haben aber auch schon Skibindungen entwickelt.

Das ist quasi eine Tradition der Familie Straumann: Bereits Thomas Straumanns Vater und Grossvater waren Pioniere in der Ski- und Skisprungbranche. Daher haben Medartis-Ingenieure in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Skisprungteam ein revolutionäres Bindungssystem entwickelt, mit dem Simon Ammann 2010 bei den Olympischen Winterspielen zwei Goldmedaillen holte.

Die Medizintechnikbranche ist ständig in Bewegung. Wie wollen Sie sich auch zukünftig auf dem Markt behaupten?

Entscheidend ist, sehr nahe am Markt zu sein. Zu unseren wichtigsten Werten zählen nach wie vor höchste Qualitätsstandards. Schweizerische Präzisionsarbeit, die in operationeller Exzellenz mündet. Unser Ziel ist, in den nächsten Jahren im zweistelligen Bereich weiter zu wachsen.

Interview: Malolo Kessler

Bild: zVg

L'avenir de la science

Frontiers Media est une maison d'édition Open Access pour publications scientifiques. La plateforme en ligne publie tous les travaux scientifiquement corrects. Seuls les lecteurs décident quels travaux accéderont à la célébrité et ceux qui finiront aux oubliettes. Dans une interview, Kamila Markram, co-fondatrice de Frontiers Media et titulaire d'un doctorat en neurosciences, raconte pourquoi Open Access est l'avenir de la science.

Madame Markram, vous avez créé Frontiers Media en 2007 avec votre mari, Henry. Comment la maison d'édition a-t-elle évolué depuis ?

Dans le court laps de temps qui s'est écoulé depuis sa fondation, Frontiers Media a réussi à se hisser dans le Top 5 des quelque 3000 éditeurs Open Access à l'échelle mondiale. Nous publions 57 journaux en ligne et couvrons plus de 440 disciplines académiques. Dans les prochaines années, nous voulons lancer encore plus de journaux pour pouvoir couvrir l'ensemble du spectre académique. Pour ce qui est des chiffres, nous comptons déjà environ six millions de pages vues et deux millions de téléchargements par mois, avec une tendance à la hausse.

« Dans les prochaines années, nous voulons lancer encore plus de journaux pour pouvoir couvrir l'ensemble du spectre académique. »

Que signifie Open Access dans le monde de l'édition ?

Cela signifie que les articles sont accessibles librement, immédiatement après leur publication – aux scientifiques et aux institutions, mais aussi au grand public. Même s'il paraît logique de donner accès aux connaissances scientifiques au plus grand nombre, 80 pour cent de toutes les publications scientifiques ne sont accessibles que par le biais d'abonnements coûteux.

Chez d'autres éditeurs, le nombre de pages limité et les ventes potentielles déterminent si un travail scientifique sera publié ou non. Quels sont les critères que doivent remplir les travaux publiés chez Frontiers Media ?

Nous publions toutes les études scientifiques correctes sans distinction, plutôt que de choisir seulement quelques pépites. Lors de la vérification par des experts, l'accent est mis sur la validité, la précision

et l'exactitude du travail en question. Si nécessaire, l'auteur est prié de corriger son travail. Par souci de transparence, nous publions avec les travaux les noms de tous les experts impliqués.

L'auteur d'une publication peut suivre le nombre de lecteurs qui s'y intéressent et Frontiers Media récompense les publications les plus populaires. Quelles sont les données que Frontiers Media relève pour cela et comment fonctionne ce système de récompense ?

Nous relevons des mesures dites d'impact. Cette collecte démocratique de données tient compte des avis d'un grand nombre d'experts et traduit l'effet d'une publication sur la communauté scientifique. Un auteur peut suivre en temps réel combien de fois sa publication a été téléchargée, citée ou mentionnée dans les médias sociaux. Il peut également voir les sites web qui renvoient à sa publication et peut ainsi en savoir plus sur l'âge, la région et les centres d'intérêt de ses lecteurs. Ces données permettent d'obtenir un feedback objectif. La récompense fonctionne de la manière suivante : plus les gens s'intéressent à une publication – intérêt mesuré en nombre de téléchargements, de citations et de mentions –, plus son classement s'améliore. La publication bénéficie alors d'un placement plus visible et génère ainsi encore plus de lecteurs. Nous invitons également des auteurs connus à rédiger un compte-rendu circonstancié. Ce type d'article est gratuit. Il place la publication scientifique d'origine dans un contexte plus large, qui bénéficie ainsi d'un public plus vaste, et produit un effet plus important.

Avec votre réseau « Loop », Frontiers Media promeut l'échange réciproque et la mise en réseau au sein de la communauté scientifique. Quelle est l'utilité des médias sociaux académiques pour les chercheurs ?

Nous avons conçu « Loop » pour promouvoir des auteurs et certaines publications. Le système est intégré aussi bien à notre plateforme qu'à d'autres sites Web académiques. Les moteurs de recherche

externes doivent pouvoir trouver facilement les informations sur notre plateforme. Loop s'appuie sur des algorithmes de données intelligents pour placer et distribuer les publications scientifiques de façon

« Partout dans le monde, tous les grands financeurs ont fait de l'Open Access une priorité. »

ciblée. Le système recherche certains mots clés ainsi que certains comportements d'utilisation. Le newsfeed des utilisateurs s'adapte de façon à ce que les chercheurs tombent plus facilement sur les publications qui les intéressent. Loop fait également un résumé des données concernant les articles et les auteurs.

L'Open Access est-il l'avenir de la science ?

Oui, et le bouleversement est déjà en cours. Il y a deux ans, plus de 600 000 publications en Open Access ont été publiées. Et ce nombre pourrait dépasser celui des publications accessibles uniquement par abonnement dès 2018. Le taux de croissance des travaux publiés en Open Access est considérable, autour de 20 % par an. Partout dans le monde, tous les grands financeurs ont fait de l'Open Access une priorité. L'Union européenne a même ordonné que tous les travaux scientifiques financés par les pouvoirs publics doivent être librement accessibles dès 2020.

Interview : Tamara Johnson

Traduction: Marie Meynadier

Photo : mād



Kamila Markram, spécialiste en neurosciences et cofondatrice de Frontiers Media.

Amener les matières premières là où on en a besoin

Les consommateurs en Europe et aux États-Unis achètent de plus en plus de produits d'Asie. À partir des matériaux d'emballage qui accompagnent cette consommation, Vipa Lausanne extrait de précieuses matières premières secondaires et les renvoie dans les pays producteurs.

Vipa Lausanne est une entreprise commerciale du secteur du recyclage. Le slogan publicitaire « Your Waste is Precious » (« Vos déchets ont de la valeur ») contient pas moins de trois niveaux différents : d'un point de vue écologique, les déchets sont précieux parce que le recyclage permet de préserver les ressources naturelles. « Une tonne de papier recyclé

enfants apprennent à l'école comment et pourquoi on recycle », explique-t-il. « Avec l'apprentissage du recyclage, ils acquièrent les premiers réflexes citoyens. » Ehrlich pense qu'ils permettent d'apporter une première pierre à l'édifice. Les enfants deviendront des adultes qui, d'une façon générale, s'interrogent sur la manière de servir la société.

« Nous faisons partie du Top 10 mondial du secteur. Les concurrents sérieux sont rares. »

« Ici à Pully, les impôts locaux ont ainsi baissé d'un pour cent », déclare Ehrlich. Et il croit également à une valeur sociale : « Aujourd'hui, les

Vipa Lausanne a son siège principal à Lausanne ; d'autres bureaux d'approvisionnement sont situés dans des zones industrielles aux États-Unis, en Grande-Bretagne, en Italie, en Grèce, aux Pays-Bas et en Russie. Le réseau de distribution de Vipa Lausanne s'étend sur toute l'Asie. « Nous ne nous occupons pas du recyclage à proprement parler », explique Ehrlich. L'activité de l'entreprise se concentre plutôt sur les connaissances spécialisées des matériaux, la logistique et le financement nécessaire à l'exploitation d'une installation de recyclage. L'accent est essentiellement mis sur le recyclage du papier et du carton. La filiale Retripa, en revanche, est une entreprise industrielle, qui a été rachetée par Vipa Lausanne dès les années 1970. Retripa dispose de camions collecteurs, de centres de tri et d'équipements de tri des déchets. Sa mission principale consiste à transformer des déchets en matières premières secondaires. Outre le papier et le carton, l'entreprise traite d'autres déchets comme le plastique, les métaux, les déchets verts ou le bois.

Marc Ehrlich est CEO de Vipa Lausanne depuis 2002.



Top 10 du secteur

« Depuis ses débuts dans les années 1960, Vipa Lausanne a connu une forte croissance », déclare Ehrlich. « En particulier depuis les années 1990. » À l'époque, les consommateurs en Europe et aux États-Unis ont commencé à acheter de plus en plus de produits d'Asie. Cela a eu pour effet que les porte-containers qui faisaient le voyage vers l'ouest étaient chargés au maximum de leur capacité, tandis que ceux qui se dirigeaient vers l'est étaient quasiment vides. Ainsi, les déchets issus des emballages se sont accumulés en Europe et aux États-Unis, alors qu'en Asie on en avait besoin pour produire des emballages recyclés. « Nous avons su tirer profit de cette évolution », dit Ehrlich.

« Nous avons commencé par collecter les déchets là où ils sont produits, puis à amener les matières premières secondaires, que nous en retirions, là où était le besoin. » La quantité de matériaux traités est ainsi passée d'environ 50 000 tonnes à plus d'un million de tonnes par an aujourd'hui. « Nous faisons partie du Top 10 mondial du secteur », ajoute Ehrlich. « Les concurrents sérieux sont rares. »

Son père, Michel Ehrlich, a créé Vipa Lausanne il y a environ 50 ans. L'idée de créer son entreprise lui est venue parce que l'Allemagne était le premier pays européen à commencer à collecter le papier et les vieux cartons pour les recycler. Elle ne disposait toutefois pas des capacités de traitement nécessaires pour fabriquer du papier et du carton recyclés. En Italie, à l'époque, la situation était inversée : le pays ne collectait rien, mais disposait de la capacité industrielle pour recycler, notamment en ce qui concerne le papier toilette. « Il ne manquait plus que le bon entrepreneur capable de surmonter la barrière culturelle et linguistique entre les deux pays », raconte Ehrlich. Aujourd'hui, Retripa emploie 120 collaborateurs en Suisse ; le personnel de Vipa Lausanne compte 25 personnes en Suisse et 25 autres à l'étranger. « Nous sommes toujours une entreprise familiale à 100% », dit Ehrlich. Les associés sont les enfants de l'ancien fondateur : Marc Ehrlich lui-même et sa sœur, Sandra Sheinman.

« Nous sommes toujours une entreprise familiale à 100%. »

Des activités aussi nombreuses que variées

Marc Ehrlich, 45 ans, est marié et a deux enfants de 10 et 13 ans. Il est CEO de Vipa Lausanne depuis 2002. Après des études de droit et gestion d'entreprise à l'université de Lausanne quand il avait 20 ans, il a suivi avec succès différentes formations en management. Sa première expérience professionnelle a été chez Sage, un éditeur de logiciels pour institutions financières. Par la suite, il a travaillé chez PwC et au Crédit Lyonnais. « En 1998, j'ai décidé d'intégrer l'entreprise familiale », explique-t-il. Outre son poste à responsabilité chez Vipa Lausanne, l'entrepreneur est le délégué suisse de l'ERPA (European Recovered Paper Association) et délégué de la Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie. Il s'engage en outre dans la politique locale, prend le temps de faire des apparitions à des manifestations culturelles en Suisse romande et est membre du conseil de fondation du Vevey-Montreux Classical Music Festival ainsi que de l'Ensemble Vocal de Lausanne. Il est également membre du Rotary Club de Lavaux et du GJD (Groupement des Jeunes Dirigeants d'Entreprise).

Texte : Tamara Johnson

Traduction: Marie Meynadier

Photo : màd

Wertvolle Einblicke in Branchen

Jurymitglied Claude Cornaz, CEO der Bülacher Vetropack Holding AG, wurde 2012 mit dem «Entrepreneur Of The Year»-Award ausgezeichnet. Ein Kurzinterview.



Claude Cornaz, Sie haben 2012 selbst den Award gewonnen. Wieso haben Sie sich damals beworben?

Ganz ehrlich? Ich habe mich beworben, weil mich einige Personen sehr freundlich und nachdrücklich dazu eingeladen hatten. Rückblickend darf ich sagen, sie haben recht gehabt: Es war ein guter Entscheid.

Wie konnte Ihre Firma vom Sieg profitieren?

Wirklich bedeutungsvoll war aus meiner Sicht die interne Wirkung. Die Auszeichnung, das habe ich auch immer so gesagt, habe nämlich nicht nur ich bekommen, sondern in gewisser Weise ging sie an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Vetropack-Gruppe. Diese Auszeichnung hat uns alle in dem, was wir tagtäglich tun, bestätigt. So gesehen war der Award eine Anerkennung unserer Leistungen vieler Jahre und bewirkte einen grossen Motivationsschub.

Wieso ist es wichtig, dass es solche Unternehmerwettbewerbe in der Schweiz gibt?

Erst Unternehmenswettbewerbe machen Vergleiche möglich. Man kann sich selbst und das Unternehmen in einen grösseren Zusammenhang stellen. Zudem bietet ein solcher Moment Gelegenheit zur Reflexion, losgelöst von der Tageshektik.

Nun sitzen Sie in der Jury. Wie kam es dazu?

Es mag banal klingen, aber ich wurde angefragt. Doch das ist nur der eine Teil – denn auf der anderen Seite gewinne ich durch die Tätigkeit als Juror einen wertvollen Einblick in die unterschiedlichsten Branchen und Unternehmen, die sich in ganz verschiedenen Entwicklungsphasen befinden. Das ist nicht nur spannend, sondern auch nur als Juror in dieser Tiefe möglich.

Die Jury führt mit den Bewerbern persönliche Gespräche – das bedeutet einen grossen Zeitaufwand.

Der Zeitaufwand darf nicht unterschätzt werden: Um objektiv beurteilen zu können, ist ein intensives Studium der Unterlagen notwendig. Zusätzlich ergänzen persönliche Gespräche und Besuche in den Unternehmen diese Urteilsbildung, was ebenfalls einige Zeit beansprucht. Die Jurytätigkeit ist ein Engagement, das einfach einen weiteren Einsatz erfordert, zusätzlich zu meiner beruflichen Tätigkeit oder anderen Mandaten. Doch wenn die Bereitschaft dafür da ist, findet sich auch die Zeit.

« Je suis corps et âme un entrepreneur »

Raymond Knigge est passionné de foot et s'intéresse au golf et au ski. En 1998, après une carrière fulgurante chez Coca-Cola et Adecco, l'homme d'affaires chevronné a fondé l'entreprise de placement Interiman. Le groupe Interiman compte aujourd'hui douze filiales différentes, chacune spécifique à une branche. Dans cette interview, R. Knigge explique ce qu'il attend de l'avenir



Raymond Knigge : « Le marché suisse est singulier de ce point de vue. »

Raymond Knigge, votre groupe Interiman compte déjà douze filiales. Envisagez-vous de reprendre d'autres entreprises ?

Nous examinons soigneusement chaque opportunité. En fin de compte, nous voulons continuer à croître et augmenter notre part de marché. Nous imposons cependant deux conditions aux entreprises que nous accueillons dans notre groupe : d'une part, le propriétaire initial conserve une part comprise entre 33 et 49 pour cent. D'autre part, il doit être disposé à continuer à jouer un rôle dans l'entreprise, car nous souhaitons en garantir la pérennité.

Elles permettent par exemple à nos demandeurs d'emploi d'accéder facilement aux missions que nous proposons et de contacter les entreprises correspondantes. Mais nos consultants profitent également des nouvelles technologies, car c'est grâce à elles qu'ils améliorent la productivité. Ils sont, par exemple, en mesure de trouver plus rapidement de bons candidats et de trouver des missions correspondant à leurs profils.

Quelles sont les entreprises qui font concurrence à Interiman ?

Le marché suisse est singulier de ce point de vue. Les cinq grands acteurs de notre branche ne font ensemble que 20 pour cent du chiffre d'affaires total. Les petites agences de placement régionales en génèrent 80 pour cent et il en existe actuellement plus de 1600 en Suisse. Nous sommes présents dans tout le pays et nous prévoyons de continuer à croître. Nous pouvons donc imaginer reprendre à l'avenir des petits concurrents bénéficiant d'un bon réseau régional.

Que signifie pour vous la nomination EY ?

J'attends de cette nomination de la visibilité pour mon entreprise et de la reconnaissance pour mon travail. J'espère également que mes enfants soient fiers de moi. Je suis corps et âme un entrepreneur et je ne cherche pas autre chose que réussir et rester le meilleur possible.

La numérisation modifie notre branche de fond en comble.

Quels sont actuellement dans votre branche les plus gros défis ?

De plus en plus de grandes entreprises disposent de leurs propres services de ressources humaines. Elles sont ainsi en mesure de pourvoir elles-mêmes les emplois permanents vacants et ont moins besoin de recourir à des agences de placement. Le marché des emplois temporaires est toutefois en expansion. Et ce, de dix pour cent environ depuis 20 ans. Cela tient aussi à ce que les jeunes s'intéressent de moins en moins à des modèles comme le plan de carrière ou l'employeur à vie et préfèrent vivre des expériences professionnelles aussi variées que possible chez différents employeurs. Les emplois temporaires répondent à ces attentes.

Ressentez-vous la numérisation dans votre branche ?

Et comment. La numérisation modifie notre branche de fond en comble. Les nouvelles applications pour smartphones en sont un bon exemple.

Interiman Group – Siège social Suisse

Av. de Montchoisi 35

1006 Lausanne

www.interiman-group.ch

Ancré à Genève, présent dans le monde entier

En 2007, poussés par l'ambition de créer un nouvel acteur innovant dans le domaine du conseil en management et technologies, Olivier Brouhant et Olivier Tisseyre créent Amaris. Ils n'avaient alors qu'un seul et unique client. Aujourd'hui, ce sont plus de 500 entreprises qui font appel à l'expertise d'Amaris et de ses 2650 employés, répartis sur les cinq continents.



Olivier Brouhant,
CEO d'Amaris Group SA.

Au début de son aventure, Amaris bénéficiait de quelques économies des co-fondateurs puisqu'aucune banque ne voulait les financer. Il n'y avait alors pas encore de bureau. Les entretiens d'embauche, avaient lieu dans des restaurants afin que les candidats ne puissent imaginer que l'entreprise ne disposait pas encore de locaux. Grâce à l'ambition et à la vision d'Olivier Brouhant et d'Olivier Tisseyre, Amaris est très rapidement devenue, l'entreprise de conseil à connaître l'expansion la plus rapide au monde. « Les valeurs d'indépendance et d'international font partie de la genèse d'Amaris. C'est parce que nous les avons suivi que nous avons connu ce succès et que nous sommes aujourd'hui présents dans plus de 45 pays dans le monde. »

De 20 à plus de 2650 employés

Le développement d'Amaris a été extrêmement rapide, au bout de cinq mois seulement, Amaris disposait déjà d'un bureau à Genève. Quelques mois plus tard, l'entreprise ouvrait deux autres bureaux, simultanément, à Lyon et à Londres. Les équipes se résumaient alors à 20 employés. En 2010, seulement trois ans plus tard, Amaris comptait déjà plus de

400 personnes dans ses équipes, 100 clients et dix bureaux dans le monde.

Aujourd'hui, plus de 2650 employés travaillent dans l'un des 90 bureaux Amaris. L'ouverture récente d'une filiale en Australie vient couronner le succès de l'internationalisation du groupe « Amaris est maintenant présent sur les 5 continents. Nous accompagnons nos clients quel que soit leur fuseau horaire. » explique Olivier Brouhant. La stratégie d'internationalisation est aussi tournée vers l'évolution professionnelle des équipes. « Nous combinons les aspirations et les capacités des employés avec les besoins business » ajoute Olivier Brouhant, lui qui, avant la création d'Amaris, avait travaillé pendant dix ans pour différentes entreprises de conseil, mais jamais dans son pays natal, La France. Les expériences internationales font parties de l'ADN d'Olivier Brouhant. Leur importance est primordiale dans sa carrière, c'est ce qu'il souhaite transmettre à ses équipes.

Fondation et incubateur

Dans une dynamique d'évolution constante, Amaris vient d'annoncer la création de sa propre fondation d'entreprise. « Avec la fondation Amaris, nous souhaitons soutenir des projets innovants et au service de l'indépendance, quelque soit le domaine d'action de l'association : éducation, santé, énergie... ». En parallèle « Amaris Inspire ! » accélérateur de startups, verra bientôt le jour. « Nous allons accompagner les startups ambitieuses pour leur permettre d'atteindre leurs objectifs ». Ces projets illustrent deux des valeurs fondatrices du groupe de conseil : l'indépendance et l'innovation. « Nous avons l'ambition d'anticiper les changements et besoins, d'être assez agiles pour nous adapter rapidement. » conclut Olivier Brouhant. Amaris soutient l'entrepreneurship, les initiatives et inspire le changement.

Texte : Malolo Kessler

Traduction: Marie Meynadier

Photo : m2d

Vom Dachstock an die vorderste Front

1994 gründete Roland Brack eine Einmann-Firma. Heute heisst sie BRACK.CH AG, zählt 500 Mitarbeiter und vertreibt 100 000 verschiedene Produkte. Damit zählt das Unternehmen mit Sitz in Mägenwil zu den führenden Online-Fachhändlern der Schweiz.

Vom Dachstock seines Elternhauses aus, ganz alleine: Vor gut 22 Jahren beginnt Roland Brack, damals FH-Student, mit Computern zu handeln. Er kauft Computerteile ein, baut diese zusammen, verkauft sie weiter. Und es läuft gut. Irgendwann stellt er den ersten Mitarbeiter ein, dann den zweiten. Und jetzt, 22 Jahre später, konnte soeben der Arbeitsbeginn der 500. Mitarbeiterin von Brack.ch gefeiert werden. 38 der Mitarbeitenden des IT-Unternehmens sind Lernende in den Abteilungen Mediamatik, Informatik, Informatikpraktik, Logistik und KV. Die allermeisten Angestellten sind in Mägenwil AG beschäftigt, am Hauptsitz von Brack.ch.

Brenner über den Backofen bis zur Windel, vom Tablet über den Whirlpool bis zur Blockflöte: Wer etwas sucht, wird vermutlich auf Brack.ch fündig.

Das Lager des Unternehmens mit den über 100 000 Produkten befindet sich in Willisau LU. Von da aus verspricht Brack.ch, jedes vor 17 Uhr bestellte Produkt am Folgetag portofrei auszuliefern. «Dabei ist das heimische Lager und die dortige Technologie unser grosses Plus», sagt Roland Brack. «Unsere moderne Anlage mit teilweise hochautomatisierten Abläufen kann in hoher Frequenz arbeiten und erleichtert so die Auslieferung der Bestellungen. So können wir unser Lieferversprechen zu über 99,9 Prozent einhalten.»

«Wir können unser Lieferversprechen zu über 99,9 Prozent einhalten.»

Ein Lager, optimale Technologie

Aus dem reinen PC-Händler ist in all den Jahren ein Online-Fachhändler geworden. Über 100 000 verschiedene Produkte bietet Brack.ch derzeit an. Darunter nach wie vor IT-Hardware, Software, Multimedia- und Elektroartikel, aber auch Haus- und Gartenzubehör, Spielwaren und Sportsachen, Modellbaumaterial und Musikinstrumente. Vom DVD-

Rundum-Service für Kunden

Ein weiterer Grund für den Erfolg des Unternehmens sei der Rundum-Service: Nebst qualitativ guten Produkten biete Brack.ch verschiedenste Dienstleistungen an. Die Kunden werden per Mail und telefonisch beraten, sie können Blogeinträge mit Instruktionen lesen, auf Wunsch wird das gelieferte Produkt vor Ort erklärt und installiert. «Der Kontakt zur Kundschaft ist sehr wichtig; zufriedene Kunden sind unser wichtigstes Gut», sagt Brack weiter. Seine Firma hat seit der Gründung gut 30 Firmen- oder Kundenübernahmen getätigt. Dadurch, dass Brack.ch auf dem Schweizer Markt ständig in Kontakt mit anderen Unternehmen sei, würden sich sehr oft «fruchtbare Kooperationen oder Zusammenschlüsse» ergeben, sagt Brack weiter. «Und wenn sich solche Chancen für Win-win-Situationen ergeben, sind wir immer schnell im Entscheiden.»

Momentan wird in Willisau der Anbau eines neuen Hochregallagers in Angriff genommen. «Entwickelt sich das Sortiment so rasch weiter wie in den vergangenen Monaten, dann werden wir bis in zehn Jahren wohl alle Bedürfnisse eines normalen Haushaltes im Nonfood-Bereich vollständig abdecken können», prognostiziert Roland Brack.



Roland Brack hat Brack.ch im Jahr 1994 als Einmann-Firma gegründet.

Text: Malolo Kessler

Bild: zVg

Spezialisten für die Sauberkeit

Weil Walter Honegger 1948 keine Stelle mehr in seinem gelernten Beruf fand, begann er, Fenster und Wohnungen zu reinigen. Daraus ist die heutige Honegger AG mit Hauptsitz in Köniz BE entstanden. Ein Unternehmen, das mittlerweile von Enkel Stefan Honegger geführt wird und 6000 Mitarbeitende beschäftigt.

*Führt die Honegger AG in dritter Generation:
Stefan Honegger,
Verwaltungsratspräsident und CEO.*



Eine Firma mit wenig Sex-Appeal. Eine, die immer im Hintergrund, fast unsichtbar, agiert: So wirke die Honegger AG vielleicht auf den ersten Blick, sagt CEO Stefan Honegger. Und um zu schauen, wie eine solche Firma in einem Wettbewerb abschneidet, hat sich das Reinigungs- und Facility-Management-Unternehmen beim EY-Award beworben. «Die Nominierung ist ein grosses Dankeschön und eine wertvolle Motivation für alle Mitarbeitenden und die

«Die Nominierung ist ein grosses Dankeschön und eine wertvolle Motivation für alle Mitarbeitenden und die gesamte Branche.»

gesamte Branche.» Und ob auf den ersten Blick nun unsexy oder nicht – auf den zweiten Blick ist die Honegger AG auf jeden Fall eine Erfolgsgeschichte über mehrere Generationen hinweg: ein Unternehmen, das Zahlen vorweisen kann, die andere Unternehmer bestimmt nicht unsexy finden.

Firma aus der Not gegründet

1948 wurde die Firma von Stefan Honeggers Grossvater Walter gegründet. Dies, weil er nach der Entlassung aus dem Militär keine Arbeit in seinem gelernten Beruf als Textilappreteur fand. Aus der Not heraus begann er, Fenster und Wohnungen zu reinigen. «Das Unternehmen machte in den ersten Jahren schwierige Zeiten durch», erzählt Stefan Honegger.

«Die Sorge, am Ende des Monats die Löhne nicht bezahlen zu können, war stets präsent.»

In den 1960er Jahren stiegen zwei Söhne von Walter Honegger ein, in Fribourg und Solothurn entstanden erste Niederlassungen. Mittlerweile ist das Unternehmen an 25 Standorten in der ganzen Schweiz aktiv. Stefan Honegger (50) führt es in dritter Generation. Und aus dem Einmann-Betrieb ist in bald 70 Jahren ein Grossunternehmen mit rund 6000 Beschäftigten geworden.

Die offene Türe

Rückgrat der Dienstleistungen der Honegger AG sei die Unterhaltsreinigung, sagt Stefan Honegger. Das heisst: die wiederkehrende Reinigung von Büros, Fabriken und Einkaufszentren. «Darauf aufbauend bieten wir verschiedene Leistungen im Bereich von Bau- und Spezialreinigungen an.» Ebenfalls gefragt seit einigen Jahren sei die ganzheitliche Betreuung von Objekten, also im Bereich Technik und Infrastruktur. «Dabei geht es vor allem um die Inspektion von Anlagen und Gebäuden und um Störungsanalysen.»

Ein Spezialgebiet der Honegger AG ist der Bereich Reinräume. Dabei handelt es sich um Räume, die – stark vereinfacht ausgedrückt – partikelfrei sein sollen: Labors zum Beispiel. Die Honegger AG bietet in diesem Bereich eine Rundumleistung von der Konzeption über die Reinigung bis zum Monitoring der Reinräume. «Unser Ziel ist, in diesem Bereich unsere Marktführung auszubauen.» Ausserdem sei geplant, im Bereich «Health Care» Angebote auf den Markt zu bringen, die es heute in dieser Form noch nicht gebe, und damit unter Kostendruck leidenden Institutionen neue Wege aufzuzeigen, sagt Stefan Honegger weiter. Trotz der Grösse des Unternehmens sei ihm wichtig, dass die Mitarbeiter spürten, dass es ein Familienunternehmen sei. «So steht beispielsweise meine Türe immer offen.» Und zwar buchstäblich – das Büro des CEO hat nämlich gar keine Türe.

Text: Malolo Kessler

Bild: zVg

Das Vorzeigeunternehmen

Die Geschichte der Firma Honegger widerspiegelt die Eigenschaften der aufstrebenden Schweizer Wirtschaft in den vergangenen Jahrzehnten. Mittendrin steht Firmenchef Stefan Honegger, der das Motto seines Unternehmens zusammen mit seinen über 6000 Mitarbeitenden aus über 100 Nationen verkörpert: Wir sind Schweiz.

**IHR GEBÄUDE
IST UNSERE MISSION.**
GEBÄUDE-DIENSLEISTUNGEN & -MANAGEMENT

WIR SIND SCHWEIZ
SEIT 1948
HONEGGER

Stefan Honegger stammt aus der dritten Generation eines Schweizer Familienunternehmens, wie es im Buch steht: 1948 von seinem Grossvater als Fensterreinigungsbetrieb gegründet, hat sich die Honegger AG zum schweizweit bedeutendsten Reinigungs- und Gebäudemanagementunternehmen entwickelt. Unterhaltsreinigung und die Reinigung von Büros, Produktionsbetrieben und Einkaufszentren bilden das Rückgrat des Dienstleistungsangebots. In der Zwischenzeit hat sich Honegger auch in anderen, neuen Märkten etabliert.

Ausrichtung Facility Management

Der Erfolg und das Wachstum gaben den Machern Recht: Innerhalb von nur zehn Jahren (1998 bis 2008) wurde die Mitarbeitendenzahl fast verdoppelt (von 2900 auf 5500). Unterdessen ist Honegger

mit 25 Standorten in der ganzen Schweiz vertreten. Dennoch hat sich Stefan Honegger Gedanken gemacht, wie sein Unternehmen in Zukunft aufgestellt sein soll, Stichwort Facility Management: «Neben verschiedenen Leistungen im Bereich Bau- und Spezialreinigung haben wir uns in den letzten Jahren zunehmend auf die gesamtheitliche Betreuung von Objekten konzentriert. Das heisst, wir decken vermehrt auch die Bereiche Technik und Infrastruktur eines Gebäudes ab und kümmern uns um das technische Gebäudemanagement», erklärt Stefan Honegger das zukunftsgerichtete Engagement seines Betriebes.

Spezialisierung Reinnräume

Die Ausdehnung auf umfassende Dienstleistungen ist das eine – die Spezialisierung auf einzelne



Zur Person

Stefan Honegger (50) arbeitete bereits während seiner Schul- und Unizeit im elterlichen Betrieb, um sich sein Hobby und Unterhalt zu finanzieren. Nach Abschluss des Wirtschafts- und Informatikstudiums trat er in die Firma ein und leitete diese mit seinem Vater und seinem ältesten Bruder. Vor 10 Jahren übernahm er den Geschäftsvorsitz. Er ist verheiratet, hat einen Sohn und lebt in Bern.

Bereiche das andere. «Den Bereich Reinräume haben wir in den vergangenen Jahren bewusst gestärkt und ausgebaut. Hier sind wir schweizweit führend», weiss Honegger. In Branchen wie Pharma, Medizintechnik oder Uhren- und Lebensmittelindustrie wird in Reinräumen gearbeitet. Da sind ganzheitliche Angebote und Prozesskonzepte gefragt. «Hier bieten wir nicht nur die eigentlichen Reinraumreinigung an, sondern die vollständige Palette von der Planung, über das Reinraum-Monitoring, die Seminare und Schulungen bis zu den Ausrüstungen und Produkten; zusammen mit unserer Tochterfirma HLD Cleanconsult SA decken wir die gesamte Reinraum-Ausstattung und –Wäscherei ab», erklärt Stefan Honegger die Dienstleistung. «Cleanroom bietet ein beachtliches Wachstumspotenzial und hat uns einen guten Namen verschafft. Dies wollen wir beibehalten und unsere Dienstleistungen weiter ausbauen.»

«Für uns ist es wichtig, nicht nur als Familienunternehmen wahrgenommen zu werden, sondern auch als Familie aufzutreten. Und zu kommunizieren.»

Eine grosse Familie

Vor 40 Jahren beschäftigte die Honegger AG 420 Mitarbeitende – heute sind es über 6000. Die Philosophie und Dienstleistungspalette des Familienunternehmens haben sich bestens bewährt. Auch die Konzentration auf den heimischen Markt. «Es gab in den 90er-Jahren Anfragen aus dem Mittleren Osten sowie aus Südamerika. Wir haben uns aber dafür entschieden, dass wir uns auf das Geschäft in der Schweiz konzentrieren wollen – vor allem auch, weil es kaum Synergien mit dem hiesigen Angebot ergeben hätte», begründet Stefan Honegger den Entscheid. «Für uns ist es wichtig, nicht nur als Familienunternehmen wahrgenommen zu werden,

sondern auch als Familie aufzutreten. Und zu kommunizieren.»

Wir sind Schweiz

Vor zwei Jahren lancierte Honegger anlässlich des 66. Firmengeburtstags eine landesweite Kommunikationskampagne unter dem Motto «Wir sind Schweiz». Inhaltlich wurde aufgezeigt, dass die Unternehmensphilosophie von wichtigen Grundwerten der Schweizer Bevölkerung geprägt ist: Zuverlässigkeit, Weltoffenheit und Sauberkeit. «Mit unseren Mitarbeitenden aus über 100 Nationen vertreten wir ein Stück Schweiz. Sie stammen aus praktisch allen Teilen der Welt; gleichzeitig identifizieren sie sich mühe-los mit unseren Werten, das erfüllt mich mit Stolz», resümiert CEO Stefan Honegger die Kampagneidee und deren Umsetzung.

Die Auszeichnung

Stefan Honegger ist als Finalist für den EY-Award in der Kategorie Dienstleistung/Handel nominiert – eine grosse Ehre für den Firmenchef: «Ich durfte die Jury davon überzeugen, dass es uns zusammen mit unseren vielen Mitarbeitenden aus den unterschiedlichsten Kulturen erfolgreich gelingt, Dienstleistungen im Bereich des Gebäudemanagements zu erbringen. Den Einzug ins Final sehe ich als Dankeschön und wertvolle Motivation für alle Honegger Mitarbeitenden. Diese agieren meist im Hintergrund und stehen dementsprechend nie im Rampenlicht. Gleichzeitig sorgen sie aber tagtäglich dafür, dass wir uns in sauberen und funktionsfähigen Gebäuden bewegen.»



Honegger AG

Bläuackerstrasse 1 | 3098 Köniz

T. +41 31 950 53 53 | www.honegger.ch

«Wir prüfen Standorte in Polen, Indien und China»

Die Kalaidos Bildungsgruppe Schweiz umfasst mehrere Bildungsinstitutionen in der Schweiz und im Ausland. Ihre Gründer träumten davon, Bildung flexibler zu machen. Die privaten Ausbildungen kosten zwar mehr als die staatlichen Gegenstücke. Dennoch finden sie grossen Anklang.

Die Kalaidos Bildungsgruppe Schweiz betreibt zwölf verschiedene Bildungsinstitute. Bekannte Vertreter sind etwa die Kalaidos Fachhochschule, die AKAD, die Minerva-Schulen, das Lernstudio oder die SIS Swiss International School. Der Hauptsitz ist Zürich. Weitere Standorte befinden sich hierzulande in allen Sprachregionen. Zudem gehören Bildungsinstitute in Deutschland und in Brasilien der Bildungsgruppe an. «Die Kalaidos Bildungsgruppe umfasst heute alle Stufen», sagt Co-Geschäftsführer Jakob Limacher, «vom Kindergarten bis zur Fachhochschule.»

«80 Prozent ihres Umsatzes macht die Bildungsgruppe auf Gebieten, in denen der Staat dasselbe günstiger oder sogar kostenlos anbietet.»

Die Geschichte

1947 lernten sich Herbert Maissen und Juan Meier am Abendgymnasium kennen. Für die Matura nahmen sie einen mehrstündigen Schulweg und 15 bis 20 Wochenstunden Unterricht in Kauf. Und tagsüber mussten sie arbeiten, um sich die Ausbildung

leisten zu können. Ein Lehrer am Abendgymnasium beeindruckte die beiden mit seiner für die damalige Zeit ungewöhnlichen Unterrichtsmethode: «Dieser Lehrer gab den Schülern schriftliche Zusammenfassungen mit, sodass sich das Mitschreiben erübrigte», erzählt Limacher. Inspiriert schufen Maissen und Meier 1956 die AKAD. Die neuartige Schule vereinte Lehrmittel für das Selbststudium mit punktuellen Unterricht – mit Erfolg: Zwei Jahre nach der Gründung bestanden die ersten fünf Schüler die Maturitätsprüfung.

Im Jahr 2000 kauften drei ehemalige Schüler und später Schulleiter die AKAD auf. Sie gründeten wenige Jahre darauf die Kalaidos Bildungsgruppe Schweiz, zu der die AKAD heute gehört. Jakob Limacher, Thomas Suter und Christian Zindel sind gleichberechtigte Partner und teilen sich die Aufgaben in der Geschäftsleitung: Limacher absolvierte das Studium zum Ingenieur und ist für die externe Kommunikation und für rechtliche Themen zuständig. Zindel ist ehemaliger Sekundarlehrer und verantwortet das Personalwesen und die interne Kommunikation. Suter ist gelernter Kaufmann und kümmert sich bei der Bildungsgruppe um die Finanzen,



Teilen sich die Aufgaben in der Geschäftsleitung: Christian Zindel, Thomas Suter und Jakob Limacher (von links).

die IT, die Logistik und die ganze Infrastruktur. «Die dreigeteilte Führungsetage bedeutet sowohl eine Herausforderung als auch einen Mehrwert», kommentiert Limacher die ungewöhnliche Konstellation.

«Seit unserer Übernahme im Jahr 2000 hat sich die Gruppe verdreifacht.»

Der Durchbruch

«Seit unserer Übernahme im Jahr 2000 hat sich die Gruppe verdreifacht», erzählt Jakob Limacher. «Zu den grössten Erfolgen zählen die Weiterentwicklung der Marken AKAD und Minerva, die bilinguale Schule SIS Swiss International School mit Standorten in der Schweiz, in Deutschland und in Brasilien sowie die eidgenössisch akkreditierte Kalaidos Fachhochschule.» Auch die Belegschaft habe sich von rund 1200 auf 3600 verdreifacht.

Und die drei Chefs haben in den nächsten Jahren noch einiges mit der Kalaidos Bildungsgruppe vor. «Wir prüfen zurzeit mögliche Standorte in Polen, Indien und China», sagt Limacher. Die grösste Herausforderung für Kalaidos sei die Geschwindigkeit der

Änderung und der Dichte der regulatorischen Rahmenbedingungen in der Bildung. «Insbesondere in der Schweiz», betont Limacher.

Das Geheimrezept

80 Prozent ihres Umsatzes macht die Bildungsgruppe übrigens auf Gebieten, in denen der Staat dasselbe günstiger oder sogar kostenlos anbietet. Trotzdem nehmen über 20 000 Kunden jährlich die Dienstleistungen der verschiedenen Bildungsinstitute wahr. Das Geheimrezept? «Die allermeisten Ausbildungen sind staatlich anerkannt, und alle sind flexibler als die staatlichen Pendanten», sagt Limacher. Denn wer auf dem Arbeitsmarkt keine passende KV-Lehrstelle findet, kann bei der Bildungsgruppe kaufmännische Kurse belegen.

Und wer keine Zeit findet für das Vollzeitgymnasium, kann sich bei der Bildungsgruppe grösstenteils von zuhause aus auf die Matura vorbereiten. Ganz genau so, wie sich die Gründer der AKAD die Bildung erträumt hatten.

Text: Tamara Johnson

Bild: zVg

Anzeige

OSTSCHWEIZ DRUCK

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



**Unternehmer-
geist.**

Rapprocher employeurs et employés

Depuis presque deux décennies, le groupe Interiman aide à pourvoir des postes vacants, temporairement ou pour une durée indéterminée. Le groupe a des clients dans les branches les plus diverses. Et il continue à croître en permanence.

Raymond Knigge a travaillé pour Coca-Cola de 1975 à 1980, devenant à l'âge de 24 ans le plus jeune responsable des ventes de Suisse. Dans les années 1980 et 1990, il a occupé plusieurs postes d'encadrement dans l'agence d'intérim Ecco et lorsque l'entreprise a

En 2015, le chiffre d'affaires du groupe Interiman s'est élevé à environ 225 millions de francs.

fusionné avec Adia pour créer Adecco. Pendant deux ans, Knigge était Directeur du nouveau groupe. Il l'a quitté en 1998 pour fonder sa propre entreprise de ressources humaines, Interiman. Knigge avait une idée : un groupe d'entreprises composé de filiales spécifiques à une branche. « Tout devait être représenté, depuis le bâtiment jusqu'à l'informatique et au secteur bancaire en passant par la restauration », explique l'entrepreneur.

Plus de 60 filiales

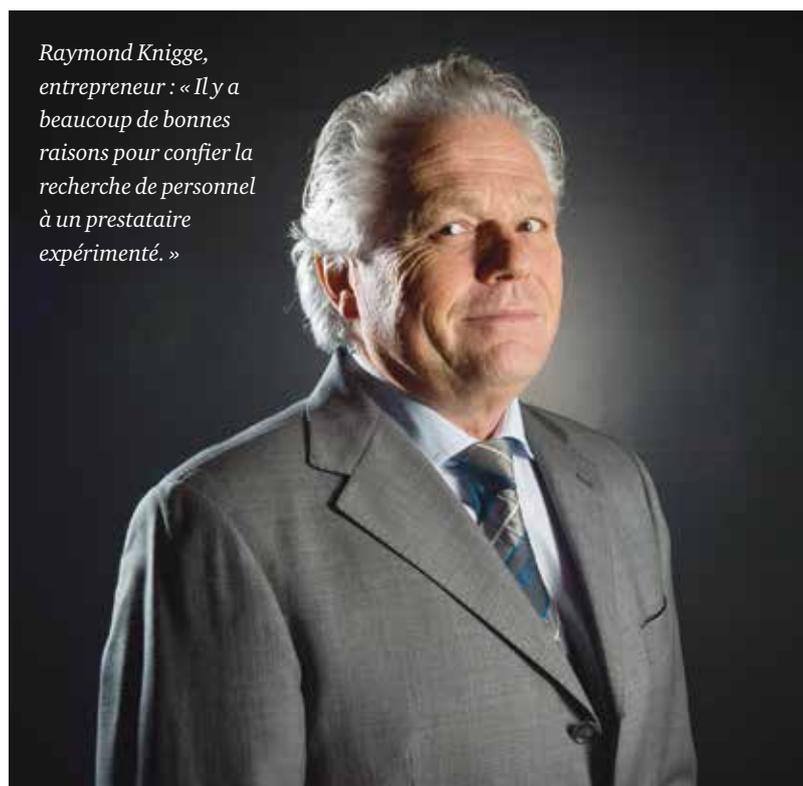
En 2015, le chiffre d'affaires du groupe Interiman s'est élevé à environ 225 millions de francs et pour 2016, le groupe table sur un chiffre probable de 250 millions. Interiman comporte douze filiales différentes avec plus de 60 succursales. Ces entreprises mettent en contact employeurs et main d'œuvre qualifiée, que ce soit pour des missions temporaires ou pour des emplois permanents. À côté des activités de recrutement et de placement, l'externalisation est une autre des spécialités d'Interiman.

« Nous sommes aujourd'hui la principale entreprise suisse de ressources humaines exerçant exclusivement ses activités sur le territoire national », explique Knigge. Des étapes importantes récentes ont été, par exemple, le rachat de Global Personal Partner AG en 2015, ou le partenariat stratégique noué avec GI Group en 2013. « Nous avons récemment lancé la plate-forme Intericlub, qui offre à nos employés temporaires toutes sortes d'avantages », ajoute-t-il.

Variations saisonnières

Le groupe Interiman propose des services de placement spécifiques à la branche dans les secteurs les plus variés : services, technique, industrie et logistique, bâtiment, marketing et ventes, hôtellerie, restauration et events, médecine et industrie pharmaceutique, informatique et secteur bancaire. « Il y a beaucoup de bonnes raisons pour confier la recherche de personnel à un prestataire expérimenté plutôt que de s'en occuper soi-même », explique Knigge. « En cas de surcharge momentanée de travail ou de variations saisonnières, il y a besoin le plus rapidement possible de main d'œuvre supplémentaire et les entreprises ont autre chose à faire que perdre encore du temps à en rechercher. »

Interiman travaille aussi bien avec de grandes entreprises qu'avec des PME. Tous les clients, qu'ils soient grands ou petits, ont d'après Knigge un point commun : « Ils doivent régulièrement compléter leur personnel habituel avec des intérimaires. »



Raymond Knigge, entrepreneur : « Il y a beaucoup de bonnes raisons pour confier la recherche de personnel à un prestataire expérimenté. »

Interview : Tamara Johnson
Traduction : Marie Meynadier
Photo : m&d



**Leonteq hat seit Gründung
in 2007 mehr als 30 Awards
erhalten**

EY ENTREPRENEUR OF THE YEAR 2016

WIR GRATULIEREN ALLEN GEWINNERN

Wir gratulieren den herausragenden Schweizer Unternehmerpersönlichkeiten, die mit der Auszeichnung «EY Entrepreneur of the Year 2016» gewürdigt wurden.

Besonders freuen wir uns als Gewinner 2014 mit dem Gewinner in der Kategorie «Emerging Entrepreneur».

ÜBER LEONTEQ

Leonteq ist ein unabhängiger Technologie- und Servicepartner für Anlagelösungen mit Hauptsitz in Zürich und Büros in Genf, Monaco, Guernsey, Frankfurt, Paris, London, Amsterdam, Singapur und Hongkong.

Das Kernstück von Leonteqs Angebot ist eine eigenentwickelte, innovative IT- und Investment-service-Plattform, die auf höchste Flexibilität, Transparenz und Service für die Plattform- und Distributionspartner des Unternehmens ausgelegt ist.

Die Namenaktien von Leonteq (LEON) sind an der SIX Swiss Exchange kotiert.

Besuchen Sie unseren Youtube-Kanal
«Upgrade to Leonteq» eingeben und sich unterhalten lassen.

Dieses Inserat dient nur zu Informationszwecken und stellt weder eine Empfehlung zum Erwerb von Finanzprodukten noch eine Offerte oder Einladung zur Offertstellung dar. Alle Angaben ohne Gewähr.
© Leonteq Securities AG 2016. Alle Rechte vorbehalten.



Der neue Tiguan. Access All Areas.



Der neue Tiguan. Jetzt Probe fahren.

Mit seinen vielseitigen Features bringt Sie der neue Tiguan einfach überall hin. Die hohe Schulterlinie und die markante Formensprache machen ihn zu einem echten Blickfang. Egal auf welchem Terrain. Modernste Assistenzsysteme wie die automatische Distanzregelung ACC, die Umgebungsansicht "Area View" oder das Umfeldbeobachtungssystem "Front Assist" inkl. City-Notbremsfunktion sorgen für Sicherheit und Komfort während der Fahrt. Dank interaktiven Features wie dem Infotainmentsystem und Car-Net bleiben Sie jederzeit bequem vernetzt. Machen Sie jetzt eine Probefahrt. Mehr Informationen erhalten Sie auf www.volkswagen.ch oder direkt bei Ihrem VW Partner.

Profitieren Sie jetzt vom LeasingPLUS!

VOLKSWAGEN SWISS SERVICE PACKAGE

Gratis-Service bis 100'000 km oder 4 Jahre**



Volkswagen

*LeasingPLUS beinhaltet die Fahrzeugleasingrate wie auch die Dienstleistungen Service und Verschleiss, Reifen und Ersatzwagen sowie Versicherungen. Gültig für die Neuwagenmodelle der Marke Volkswagen bei Finanzierung über AMAG Leasing AG, Baden-Dättwil. Ausgeschlossene Fahrzeuge: direktimportierte Fahrzeuge. Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt. **Es gilt das zuerst Erreichte. Änderungen vorbehalten.