

Verlagsbeilage

Wirtschaftsraum Zürich

Zweifel Pomy-Chips gewinnt den «Prix SVC»



Der Swiss Venture Club gratuliert

1. Rang

Zweifel Pomy-Chips AG
Zürich
Roger Harlacher
CEO und Delegierter des
Verwaltungsrats



2. Rang

HeiQ Materials AG
Schlieren
Carlo Centonze
CEO



3. Rang

Medipack AG
Schaffhausen
Reto Artusi
CEO



Diplomrang

Cosanum AG
Schlieren
Bruno Schefer
Headcoach & Family Board
cosaNetwork



Diplomrang

Optotune AG
Dietikon
Manuel Aschwanden
CEO



Diplomrang

Toggenburger
Unternehmungen
Winterthur
Truls Toggenburger
CEO

CREDIT SUISSE

EY Building a better working world

die Mobiliar

swisscom

Goldpartner



CARANPACHE
Genève



EH EULER HERMES



HABEGGER

HALLENSTADION



Microsoft

mbtag

Sponsoren und Partner



NZZ

Medienpartner

Die Welt verändert sich, die Schweiz muss mithalten



Bundesrat Guy Parmelin.

Bundesrat Guy Parmelin · Die entwickelte Welt – und dazu gehört auch die Schweiz – steht vor einer ihrer grössten Herausforderungen seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs. Es geht hier um Geopolitik. Es geht um Technologie. Aber darüber hinaus geht es vor allem um Wirtschaft.

Die Globalisierung hat dazu beigetragen, dass der asiatische Raum eine Wirtschaftsdynamik entwickelt, die man sich vor drei Jahrzehnten kaum hätte erträumen können. Dadurch verändert sich aber auch das politische Machtgefüge. Die westliche Welt hat zwar nichts an Wirtschaftskraft eingebüsst, aber Asien ist relativ gesehen viel stärker geworden und redet immer klarer mit.

«Die Schweiz kann sich international nur behaupten, wenn wir an der Spitze mit den Innovativsten mithalten können.»

Die Digitalisierung zwingt uns, vieles neu zu überdenken

Die Digitalisierung bringt ihrerseits die herkömmlichen Produktionsmodelle aus dem Gleichgewicht und zwingt die Wirtschaft, vieles neu zu überdenken. Neueinsteiger können dank innovativer Möglichkeiten ganze Wirtschaftszweige durcheinanderwirbeln. Das hat Konsequenzen für die Unternehmen, aber auch für die ganze Arbeitswelt.

Das ist sicher nicht neu. Innovation gab es schon immer. Aber das Tempo hat ersthaft zugenommen. Es gibt mehr Konkurrenten. Zudem können sie überall auf der Welt ganz unerwartet auftreten. Die Digitalisierung macht es möglich.

Wir sind gut in Forschung, Innovation und Fortschritt

Die Schweiz kann auf die geopolitischen Herausforderungen nicht viel bieten. Dafür ist unser Land viel zu klein. Aber sehr wichtig ist, dass wir mit allen Akteuren ausgezeichnete politische und wirtschaftliche Beziehungen haben. Diese Kontakte sollen auch helfen, dass die laufenden Veränderungen der Weltordnung so friedlich wie nur möglich verlaufen.

Bei der technologischen Herausforderung sind wir sicher ganz auf unserem Terrain. Forschung, Innovation und Fortschritt haben in der wirtschaftlichen Entwicklung unseres Landes schon immer eine grundlegende Rolle gespielt. Die Herausforderungen sind jedoch sehr gross, auch für die Schweiz. Hier gilt: Den Anschluss nicht verlieren, vorausdenken, neue technologische Möglichkeiten nutzen. Kurz – innovativ bleiben.

Ich bin dem Swiss Venture Club dankbar für seinen Beitrag

Der Swiss Venture Club (SVC) trägt sicher dazu bei, dass die Schweiz weiterhin an der Spitze bleibt. Und das in zweierlei Hinsicht:

- Erstens fördert der SVC den Austausch unter Unternehmern, Investoren und Innovatoren. Dabei werden verschiedene Ideen, Modelle und Technologien zusammengebracht und neue Wege beschritten.

- Zweitens, dank der Verleihung des «Prix SVC», spornt der Swiss Venture Club den Wettbewerbsgeist an. Er wird zugleich zur Schaubühne für neue, inspirierende Ideen, die wiederum den Innovationsgeist anderer Mitbewerber in unserem Land fördern.

Dafür bin ich als Wirtschafts-, Bildungs- und Forschungs-, aber auch als Innovationsminister dem Swiss Venture Club sehr dankbar.

Unternehmer sollen Ideen und Träume verwirklichen können

Die Schweiz kann sich international nur behaupten, wenn wir an der Spitze mit den Innovativsten mithalten können. Ich werde meinerseits alles unternehmen, um unserem Land weiterhin die bestmöglichen Rahmenbedingungen zu verschaffen, damit wir das erreichen. Unsere Unternehmer und Erfinder sollen ihre Ideen und Träume weiterhin in der Schweiz verwirklichen können und so zum Wohlstand unserer Bevölkerung beitragen.

Bundesrat **Guy Parmelin** ist Vorsteher des Eidgenössischen Departements für Wirtschaft, Bildung und Forschung.

Inhalt

STOLZ AUF WERKPLATZ

Interview mit Walter Kielholz, VR-Präsident Swiss Re.

Seite 4

MEGATHEMEN FÜR KMU

Interview mit SVC Präsident Andreas Gerber.

Seite 6

3. PLATZ: MEDIPACK

Ein Treiber hinter dem Erfolg: CEO Reto Artusi.

Seite 9

DIPLOMRANG: OPTOTUNE

Einblicke mit Geschäftsführer Manuel Aschwanden.

Seite 12

DIE PREISVERLEIHUNG

Wie die sechs Finalisten ihren grossen Abend erlebt haben.

Seite 5

1. PLATZ: ZWEIFEL POMY-CHIPS

Ein Treiber hinter dem Erfolg: CEO Roger Harlacher.

Seite 7

MEHR ANERKENNUNG

Interview mit SVC Regionalleiter Steven Himmelsbach.

Seite 10

DIPLOMRANG: TOGGENBURGER

Einblicke mit Geschäftsführer Truls Toggenburger.

Seite 13

UNSER WIRTSCHAFTSMOTOR

Warum KMU das «ökonomische Rückgrat der Schweiz» bilden.

Seite 6

2. PLATZ: HEIQ MATERIALS

Ein Treiber hinter dem Erfolg: CEO Carlo Centonze.

Seite 8

DIPLOMRANG: COSANUM

Einblicke mit Headcoach Bruno Schefer.

Seite 11

AUF GROSSER KMU-TOUR

Jurypräsident Daniel Läubli über die Besuche bei den Finalisten.

Seite 14

Impressum

«Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich» ist eine Verlagsbeilage der NZZ-Mediengruppe. Inhalt realisiert durch NZZ Content Solutions in Kooperation mit Swiss Venture Club (SVC). Fotografen: Roberto Conciatori und Manuel Lopez. www.swiss-venture-club.ch

Projektleitung: Norman Bandi, Leiter NZZ Content Solutions, c/o Neue Zürcher Zeitung AG, Falkenstrasse 11, Postfach, 8021 Zürich. www.nzzcreativesolutions.ch

«Ich bin stolz auf den Werkplatz Schweiz»

Walter Kielholz, Verwaltungsratspräsident der Swiss Re, in seiner Funktion als Mitglied des Ehrenpatronats und Schirmherr Wirtschaftsraum Zürich im Swiss Venture Club (SVC) über die Kraft der KMU, wirtschaftliche Herausforderungen und Neugier.

Herr Kielholz, was war der entscheidende Rat, den Sie für Ihre Karriere mal erhalten haben?

Wie alle jungen Leute, habe auch ich nach der Mittelschule von meiner Familie gute Ratschläge mit auf den Weg bekommen. Meinem Vater war es immer wichtig, dass ich Neues ausprobieren und in diesem Sinne immer neugierig bleibe. Da war er absolut resolut.

Kam dieser Rat zum richtigen Zeitpunkt oder ist es Ihnen später wieder eingefallen und begleitet Sie seither?

Ja, noch immer. Die Neugier hat mich eigentlich in meiner ganzen Laufbahn begleitet. Neugier öffnet eben Optionen. Nicht nur am Anfang, sondern auch unterwegs. Das habe ich stets für spannend gehalten als minutiös geplante Karriereschritte.

Was verbindet Sie als Verwaltungsratspräsident eines Rückversicherungskonzerns mit kleinen und mittleren Unternehmen, die im Fokus des Netzwerks Swiss Venture Club (SVC) stehen? KMU sind für unsere Wirtschaft und Gesellschaft von zentraler Bedeutung. Sie tragen den Grossteil der Wertschöpfung und sind Teil unserer Identität.

«KMU helfen, zwei grosse Herausforderungen unserer Zeit zu bestehen: den demografischen Wandel und die digitale Transformation.»

Die Schweiz ist ein Land der erfolgreichen KMU, von denen viele auch global unterwegs sind, einige als internationale Marktführer. Die Kunden von Swiss Re sind hauptsächlich grössere Firmen, in erster Linie Versicherungen in aller Welt. Wir unterstützen also Kunden, die auch für KMU Lösungen erarbeiten. Zudem kauft Swiss Re jährlich Waren und Dienstleistungen für knapp 500 Millionen Franken bei rund 2400 Zulieferern in der Schweiz ein – weitaus die meisten davon sind KMU.

Welche persönlichen Erlebnisse verbinden Sie mit dem SVC?

Die «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich» von 2006, im 150-Jahre-Jubiläum der Credit Suisse, ist mir nachhaltig in Erinnerung. Die Verleihung am Hauptbahnhof durchzuführen und dort die KMU sozusagen als Lokomotiven der Schweiz zu würdigen, hätte nicht treffen der gewählt werden können. Die Stimmung und die Emotionen waren gewaltig. Ich schätze die anregenden persönlichen Gespräche mit Gästen und Finalisten und bin stolz auf den Werkplatz Schweiz. Das Streben nach Exzellenz auch in schwierigem Umfeld fasziniert mich.

Sie sind beim SVC seit 2011 Schirmherr für die Region Wirtschaftsraum Zürich: Warum setzen Sie sich so engagiert für KMU in der Schweiz ein?

Kleine und mittlere Unternehmen sind essentiell für die Innovations- und Schaffenskraft der Schweizer Wirtschaft, und das gilt auch für die Region Zürich. Sie helfen, zwei grosse Herausforderungen unserer Zeit zu bestehen: den demografischen Wandel und die digitale Transformation. In den nächsten Jahren beschleunigen sich der Generationenwechsel und der Mangel an Fachkräften. Für die Entwicklung von Fachleuten spielen die KMU eine zentrale Rolle. Sie sind ein Reservoir von Talenten und erhöhen die Attraktivität des Standorts Schweiz. Die Digitalisierung kann für kleinere Betriebe eine Gefahr sein, viele aber können schneller auf den



Walter Kielholz ist Verwaltungsratspräsident von Swiss Re.

«Eine weitere Herausforderung ist der Klimawandel. Nachhaltigkeit ist kein Modewort, sondern wird in der Wirtschaft zur Normalität.»

arbeit, die hohe Dichte von Hochschulen und die damit verbundene Innovationskraft – um nur einige Stärken zu nennen.

Und wo müssen in nächster Zeit unbedingt politische Weichenstellungen gemacht werden?

Wichtig ist für die Wirtschaft, dass ein für die Unternehmen günstiges Umfeld entsteht. Mit dem Rahmenvertrag Schweiz-EU und der Konzernverantwortungs-Initiative stehen bedeutende strategische Herausforderungen für den Standort Schweiz im Raum. Bezüglich der Digitalisierung geht es um die richtigen Entscheidungen punkto Datenschutz und Sicherheit. Dieser Wandel kann nur mit vereinten Kräften erfolgreich gestaltet werden. Hier sind letztlich alle Wirtschaftsakteure und Stakeholder gefragt. Wir müssen sie alle in die Diskussion und Weiterentwicklung einbeziehen. Ängste der Bevölkerung ernst nehmen und auch mit genügend Selbstvertrauen Lösungen suchen.

Interview: Rahel Balmer

Wandel von Geschäftsmodellen reagieren als manche Grossunternehmen. Agilität ist das Zauberwort – und viele KMU haben diese im Blut.

Seit 2006 hat der SVC in der Region Wirtschaftsraum Zürich 42 erfolgreiche Unternehmen ausgezeichnet, welches KMU hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Eine einzelne Firma hervorheben kann und will ich nicht. Es ist die Fülle über alle Branchen hinweg, die beeindruckt und begeistert. Nicht ohne Grund dürfen wir alle zwei Jahre über 2000 Gäste an der Preisverleihung im Hallenstadion begrüssen und ihnen KMU-Erfolgsgeschichten zeigen und feiern.

Der Swiss Venture Club zeichnet mit dem Prix SVC etablierte Firmen aus. Auf der anderen Seite pflegt er den Dialog mit Start-ups. Was geben Sie Jungunternehmerinnen mit auf den Weg?

Nützen Sie angelegliche Misserfolge gezielt für die Weiterentwicklung der Geschäftsidee, holen Sie sich interdisziplinär

und über Branchen hinweg Unterstützung und Know-how ins Start-up. Firmengründer müssen selbst nicht alles können, aber die richtigen Leute für ihr Unternehmen gewinnen. Eine Fehlerkultur sollte aktiv gepflegt werden, um so die Leistung den Kinderschuhen entwachsen zu lassen und immer innovativ zu bleiben.

Wo sehen Sie zurzeit die grössten Herausforderungen für die Schweiz?

Die Schweiz befindet sich in einer grossen Transformationsphase. Die Alterung der Gesellschaft und die Digitalisierung habe ich bereits erwähnt. Eine weitere Herausforderung ist der Klimawandel. Nachhaltigkeit ist kein Modewort, sondern wird in allen Bereichen der Wirtschaft zur Normalität. Das gilt für die Industrie so gut wie für den Finanzsektor, in dem nachhaltige Anlagen eine wichtige Rolle spielen. Ich bin überzeugt, dass die Schweiz bei all diesen Herausforderungen ihre Stärken ausspielen kann. Dazu gehören die politische Stabilität und die Kultur der Zusammen-

Zur Person

Walter Kielholz (68) ist seit mehr als zehn Jahren Verwaltungsratspräsident der Swiss Re. Er begann seine Laufbahn 1976 bei der General Reinsurance Corporation in Zürich, bei der er verschiedene Positionen in den USA, Grossbritannien und Italien innehatte, bevor er für das europäische Marketing der Gesellschaft verantwortlich wurde. 1986 wechselte Walter Kielholz zur Credit Suisse, bei der er für die Kundenbeziehungen zu grossen Versicherungsgruppen zuständig war. 1989 stiess er zur Swiss Re. 1993 wurde er in die Geschäftsleitung berufen und war von 1997 bis 2002 Chief Executive Officer (CEO). Von 1999 bis 2014 war er zudem Mitglied des Verwaltungsrats der Credit Suisse, von 2003 bis 2009 als Präsident.

Swiss Brand Center Beijing

EURO-SINO ENTERPRISES ASSOCIATION

Seit dem 17. Oktober 2019 operiert Euro-Sino Enterprises Association mit bereits über 30 Schweizer Unternehmen das Swiss Brand Center in der Freihandelszone von Peking. Das Swiss Brand Center bietet Schweizer KMUs eine Plattform für eine vereinfachte Expansion in den chinesischen Markt. Das Center fungiert sowohl als Ausstellungsraum als auch als Verkaufsstelle mit diversen Veranstaltungen, die das Swiss Brand Center und seine Marken in den Fokus von Distributoren und möglichen Partnern rücken. Durch die Lage in der Freihandelszone profitieren die teilnehmenden Unternehmen von besonderen Privilegien und lukrativen Konditionen. Peking als wichtiges wirtschaftliches Zentrum bietet Schweizer Unternehmen den idealen Wirtschaftsstandort mit starker Anbindung an den internationalen Markt.

Das Swiss Brand Center ist offen für alle Schweizer Unternehmen, welche den chinesischen Markt mit minimalen Kosten und geringem Risiko entdecken wollen.

Euro-Sino Enterprises Association

Wir sind eine internationale Consulting Organisation mit Hauptsitz in der Schweiz und engagieren uns für die Entwicklung der bilateralen Wirtschaftskooperation und des kulturellen Austausch zwischen Europa und China. Unser Ziel ist es, eine für beide Seiten vorteilhafte Geschäftsplattform aufzubauen und zu betreiben.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen in Kontakt zu treten und Sie bei der Entwicklung Ihrer Geschäfte in China zu unterstützen!



Kontakt:
www.euro-sino.org
bern@euro-sino.org



Euro-Sino Enterprises Association



Roger Harlacher (links), CEO Zweifel Pomy-Chips, und Andreas Gerber, SVC Präsident.

MANUEL LOPEZ



Bundesrat Guy Parmelin wandte sich per Videobotschaft ans Publikum im Hallenstadion.

NORMAN BANZI



Preisstifter (von links nach rechts): Lisa Benz, Leiterin Bereich Weiterbildung KMU-HSG, Jan Wetter, Sitz- und Regionenleiter Zürich Ernst & Young, und Thomas Gottstein, CEO Credit Suisse Schweiz.

MANUEL LOPEZ



Steven Himmelsbach (links), SVC Regionenleiter Wirtschaftsraum Zürich, und Nik Hartmann, Moderator.

MANUEL LOPEZ

Alle bisher geehrten Unternehmen des «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich»

2020	
1. Platz	Zweifel Pomy-Chips, Zürich
2. Platz	HeiQ Materials, Dietikon
3. Platz	Medipack, Schaffhausen SH
Diplomrang	Cosanum, Schlieren
Diplomrang	Optotune, Dübendorf
Diplomrang	Toggenburger, Winterthur
2018	
1. Platz	Schibli-Gruppe, Zürich
2. Platz	Reichle & De-Massari, Wetzikon
3. Platz	Transa, Zürich
Diplomrang	Meister Abrasives, Andelfingen
Diplomrang	Pumpstation Gastro, Zürich
Diplomrang	Qualipet, Dietikon
2016	
1. Platz	Oetiker Gruppe, Horgen
2. Platz	Kalaidos Bildungsgruppe, Zürich
3. Platz	Trafag, Bubikon
Diplomrang	Bucher Leichtbau, Fällanden
Diplomrang	IE Industrial Engineering, Zürich
Diplomrang	Katadyn Gruppe, Kemptthal
2013	
1. Platz	Baumann Federn, Ermenswil b. Rüti
2. Platz	Zühke Engineering, Schlieren
3. Platz	Mageba, Bülach
Diplomrang	Antistress, Rapperswil-Jona SG
Diplomrang	Brütsch/Rüegger Werkzeuge, Urdorf
Diplomrang	Leuthold Mechanik, Samstagern
2011	
1. Platz	Open Systems, Zürich
2. Platz	Confiserie Sprüngli, Zürich
3. Platz	Digitec, Zürich
Diplomrang	Bächli Bergsport, Nänikon
Diplomrang	Enea, Rapperswil-Jona SG
Diplomrang	Hocoma, Volketswil
2009	
1. Platz	AutoForm Engineering, Zürich
2. Platz	Hilti, Zürich
3. Platz	Eberhard Holding, Kloten
Diplomrang	Ernst Schweizer, Hedingen
Diplomrang	KA-TE PMO, Altendorf SZ
Diplomrang	Kuhn Rikon, Rikon
2006	
1. Platz	Kistler Gruppe, Winterthur
2. Platz	Avatq Evolution, Zürich
3. Platz	Wey Group, Unteregstringen
Diplomrang	Acoustic Swisslerland, Bubikon
Diplomrang	Buchi Glas, Uster
Diplomrang	Derendinger Gruppe, Dietikon

Quelle: Swiss Venture Club (SVC)

Paprika oder Nature? Am Sieger des «Prix SVC» gibt es keinen Zweifel

Der renommierte KMU-Preis für den Wirtschaftsraum Zürich wurde am 16. Januar 2020 zum siebten Mal verliehen. Neben dem Applaus der rund 1800 Zuschauer im Hallenstadion gab es vom Bundesrat viel Lob für den Werkplatz Schweiz.

MARTINA WACKER, HALLENSTADION ZÜRICH

Endlich war es so weit: Am 16. Januar 2020 wurde der «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich» zum siebten Mal verliehen. Die Spannung war gross. Welcher der sechs Finalisten würde das Rennen machen? Diese sechs Preisträger konnten sich in einem mehrstufigen Selektionsprozess aus gut 100 kleinen und mittleren Unternehmen der Region durchsetzen.

Vor den Augen der rund 1800 geladenen Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Medien sowie Kultur, die der Einladung des Swiss Venture Club (SVC) ins Zürcher Hallenstadion gefolgt waren, öffnete der SVC Präsident Andreas Gerber das Couvert. Es herrschte absolute Stille. Dann die Erlösung: «Der Gewinner ist – Zweifel Pomy-Chips», so lüftete Gerber das gut gehütete Geheimnis.

Unter grossem Applaus nahm der Zweifel-Gesef Roger Harlacher die Trophäe sichtlich gerührt entgegen und stemmte sie in die Höhe. «Das ist ein ganz spezieller Moment», sagte er anschließend in seiner Dankesrede. «Es ist eine enorme Wertschätzung für unsere Arbeit. Ich bin sehr stolz, dass wir diesen renommierten KMU-Preis gewinnen durften. Das ist einfach phantastisch.»

In ihrer Laudatio würdigten Steven Himmelsbach, SVC Regionenleiter Wirtschaftsraum Zürich, und Daniel Läubli, Jurypräsident «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich», den grossen Leistungsausweis von Zweifel: «Das Unternehmen behauptet sich seit über 60 Jahren als unangefochtener Leader», erklärte Himmelsbach. Zudem habe Zweifel eine starke Marke etablieren können, solche gebe es nur wenige in der Schweiz, doppelte Läubli nach.

Der Swiss Venture Club zeichnet alle zwei Jahre KMU aus der Region aus, die durch ihre Produkte und Dienstleistungen sowie durch ihre innovativen Geschäftsmodelle überzeugen, so der Regionenleiter Steven Himmelsbach. Nicht zuletzt solle die öffentliche Aufmerksamkeit, welche die Preisträger erhielten, auch für andere Unternehmen ein Ansporn sein.

Der zweite Platz ging an HeiQ Materials, einen führenden Anbieter von Textilinnovationen aus Schlieren. Der CEO Carlo Centonze freute sich über die Rangierung und gratulierte umgehend Roger Harlacher zum Sieg.

Glückwünsche gab es auch von Reto Artusi, CEO von Medipack aus Schaffhausen, dessen Dienstleister der Medizinalindustrie den dritten Platz holte. Ebenso vom Gesundheitslogistiker

Cosanum, vom Photonikspezialisten Optotune und vom Bauzulieferer Toggenburger, die jeweils einen Diplomrang erreichten. «Jeder von uns ist ein Gewinner», sagte Bruno Schefer, Headcoach von Cosanum. Alle Unternehmen hätten es weit gebracht, und man verstehe sich untereinander sehr gut. «Wir haben bereits abgemacht, dass wir uns später wieder treffen.»

Der Jurypräsident Daniel Läubli betonte, dass die Wahl des Siegers diesmal ausserordentlich anspruchsvoll gewesen sei. «Die Diskussionen waren lang und emotional. Das Feld war sehr dicht.» So schwierig sei die Entscheidungsfindung wohl noch nie gewesen.

Zum Auftakt der Preisverleihung gab es eine Videobotschaft von Bundesrat Guy Parmelin. Der Wirtschaftsminister lobte den Werkplatz Schweiz und erklärte: Die sechs nominierten Finalisten stünden stellvertretend für alle KMU in unserem Land. «Die Arbeit, die Sie alle tagtäglich leisten, muss gelobt und gewürdigt werden.»

Beim anschliessenden «Apéro riche» bot sich für die zahlreichen Unternehmerinnen und Unternehmer die Möglichkeit, Ideen auszutauschen sowie Networking zu betreiben – und so aktiv zum weiteren Erfolg des Schweizer Werkplatzes beizutragen.

Swiss Venture Club

Der nationale KMU-Verein Swiss Venture Club (SVC) stellt sich seit 19 Jahren in den Dienst kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU). Heute bietet er mit über 3000 Mitgliedern aus allen Branchen und Regionen eines der grössten und wichtigsten Netzwerke für Unternehmerinnen und Unternehmer der Schweiz. Dafür bringt er innovative Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Medien sowie Kultur zusammen und ermöglicht ihnen das Knüpfen wertvoller Kontakte.

Darüber hinaus schafft der Swiss Venture Club mit der Verleihung des Unternehmerpreises «Prix SVC» öffentliche Aufmerksamkeit für die Erfolge einer Reihe von vermeintlichen «Hidden Champions». Bereits mehr als 350 KMU wurden bis dato in sieben Wirtschaftsregionen in allen Landesteilen ausgezeichnet. Auf diese Art und Weise fördert der «Prix SVC» das Unternehmertum und trägt so seinen Teil zu einer erfolgreichen Schweiz bei.

www.swiss-venture-club.ch

FLAVIAN CAJACOB

Die Schweizer Wirtschaft besteht gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) aus 590'253 marktwirtschaftlichen Firmen und Betrieben (Stand: 22. August 2019). 588'623 davon werden der Kategorie «kleine und mittelgrosse Unternehmen» (KMU) zugeschlagen – das sind imposante 99,7 Prozent. Kein Wunder also, gelten die KMU, die gleichzeitig rund zwei Drittel aller Arbeitsplätze auf sich vereinen, als «ökonomisches Rückgrat der Schweiz».

Und das nicht einzig und allein, was die absoluten Zahlen anbelangt, sondern auch und ganz besonders mit Blick auf die Leistung, wie Andreas Gerber, Präsident Swiss Venture Club (SVC) und Leiter KMU-Geschäft Credit Suisse, betont. «Wir mögen vielleicht ein kleines Land sein, gleichzeitig spielen wir in der Champions League mit, wenn es um Qualität, Service, Innovation und Wettbewerbsfähigkeit geht.» In Zeiten, in denen die Konjunktur weltweit an Schwung verliert und mancherorts bereits die Angst vor der Rezession umgeht, würden solche Werte gleich doppelt zählen, sagt Gerber (siehe Nachfragefragt).

Zürich international top

Der Wirtschaftsraum Zürich nimmt im Ranking der Standortqualität regelmässig Spitzenplätze ein. Ausschlaggebend dafür sind unter anderem die Erreichbarkeit der Bevölkerung, der Erwerbstätigen sowie des Flughafens, die Verfügbarkeit von Fachkräften und Hochqualifizierten oder die hohe Lebensqualität und die attraktive Besteuerung von natürlichen Personen – was bezüglich jener von Unternehmen im Vergleich zu anderen Kantonen nicht wirklich zutrifft.

Für Regierungspräsidentin Carmen Walker Späh (FDP), Volkswirtschaftsdi- rektorin des Kantons Zürich, ist klar: «Zürich ist der Wirtschaftsmotor der Schweiz, wir spielen auch international in der Top-Liga mit.» Unter den KMU gebe es viele Exponenten, die mit ihren Produkten und Dienstleistungen weltweit führend seien, so Walker Späh. Anlässlich ihrer Firmenbesuche erlebe sie die Branchen denn auch als hochmodern und äusserst flexibel. «Es beeindruckt mich ungemein, wie dynamisch und innovativ unsere Wirtschaft insgesamt unterwegs ist.»

Belastende Regulatorien

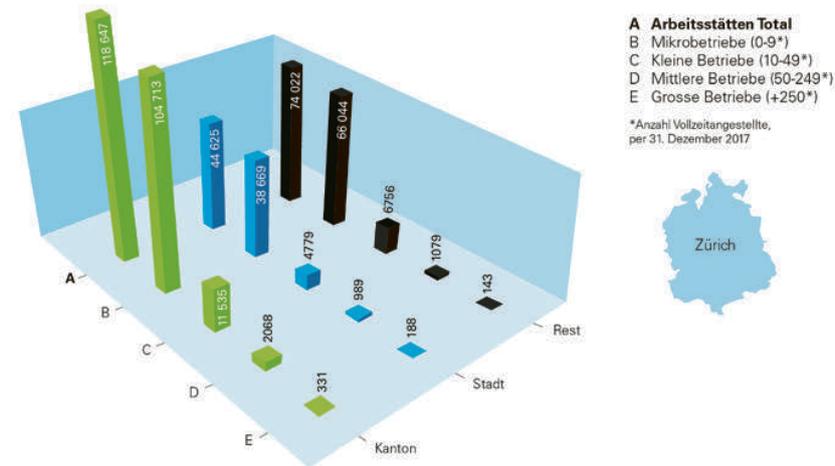
Gerade in Bezug auf den Faktor Innovation profitieren viele KMU im Wirtschaftsraum Zürich von der Nähe zu

Der Wirtschaftsmotor der Schweiz

Das «ökonomische Rückgrat der Schweiz» sieht sich ständig mit neuen Herausforderungen konfrontiert – und meistert diese in der Regel zuverlässig. Zahlen und Fakten zur aktuellen Situation der KMU hierzulande und insbesondere im Wirtschaftsraum Zürich.

Mehr als ein Drittel der KMU in der Stadt Zürich angesiedelt

Anzahl angesiedelter Unternehmen nach Betriebsgrössen im Kanton Zürich



A Arbeitsstätten Total
B Mikrobetriebe (0-9*)
C Kleine Betriebe (10-49*)
D Mittlere Betriebe (50-249*)
E Grosse Betriebe (+250*)

*Anzahl Vollzeitangestellte, per 31. Dezember 2017

den höheren Bildungsinstitutionen wie Universität, ETH und Fachhochschulen. «Ich erlebe unsere Region als wahren Innovationshub», sagt Thomas Hess, Geschäftsleiter des KMU- und Gewerbeverbandes des Kantons Zürich (KGV). «Wir haben eine stabile Volkswirtschaft, eine hohe Lebensqualität, wir profitieren von guten Infrastrukturen und verfügen über eine Vielzahl bestens ausgebildeter, motivierter Berufsleute.»

Wenngleich die wirtschaftliche Ausgangssituation in der Region generell als gut bezeichnet werden könne, warnt Hess dennoch davor, dass immer neue Regulatorien dem Gewerbe das Leben zusätzlich schwer machen würden. «Man sollte generell nicht allzu schwarzmalen in der heutigen Zeit», sagt Hess, «aber Zürich muss dennoch aufpassen, dass es seine Wettbewerbsvorteile mittelfristig nicht verspielt.»

Bedeutender Exportanteil

Gemäss den Ökonomen der Grossbank Credit Suisse tragen die KMU mit ihren Produkten und Dienstleistungen 58 Prozent an die Schweizer Wertschöpfung bei. Gleichzeitig zeichnen die Firmen, die weniger als 250 Personen beschäftigen, verantwortlich für 45 Prozent der Warenexporte. Aufgrund der internationalen Ausrichtung dürfte dieser Anteil im Wirtschaftsraum Zürich noch höher liegen. Dementsprechend direkt oder indirekt ist das hiesige Gewerbe im Verkehr mit dem Ausland denn auch von Handelsströmen und Zollhürden betroffen. Für 29 Prozent der Befragten stellen diese eine grosse oder sehr grosse Herausforderung dar. Weitere 40 Prozent sehen in den protektionistischen Massnahmen hingegen keine oder lediglich eine geringe Hürde beim Marktzugang.

Die meisten KMU würden ihre Hausaufgaben denn auch zuverlässig machen, sagt Volkswirtschaftsdi- rektorin Carmen Walker Späh. «Als liberale Politikerin kann ich den Unternehmen nur empfehlen, dem Wandel, dem wir unterworfen sind, mutig und entschlossen zu begegnen und die Chancen zu erkennen, die gerade die Digitalisierung für jeden Einzelnen bietet.» Da gerade die kleinen und mittelgrossen Firmen und Betriebe im Wirtschaftsraum Zürich häufig im Schatten der grossen internationalen Konzerne stünden, seien Initiativen wie die Verleihung des «Prix SVC» nur zu begrüssen, so Walker Späh. «Solche Auszeichnungen stärken das Selbstbewusstsein der KMU, sie motivieren und honorieren innovatives Unternehmertum und den Erhalt von Arbeitsplätzen.»

«Zürich muss aufpassen, dass es seine Wettbewerbsvorteile mittelfristig nicht verspielt.»



Thomas Hess
Geschäftsleiter
des KMU- und
Gewerbeverbandes
des Kantons Zürich



Carmen Walker Späh
Regierungspräsidentin
und Volkswirtschaftsdi-
rektorin des
Kantons Zürich

«Es beeindruckt mich, wie dynamisch und innovativ unsere Wirtschaft unterwegs ist.»

«Die beiden Megathemen Alterung und Digitalisierung werden weiter zulegen»

Nachgefragt bei Andreas Gerber, Präsident des Swiss Venture Club (SVC) und Leiter KMU-Geschäft der Credit Suisse.

Herr Gerber, welche Themen werden unsere KMU in naher Zukunft vermehrt beschäftigen?

Die beiden Megathemen Alterung und Digitalisierung werden weiter an Gewicht zulegen. Schweizer KMU tun gut daran, den Einfluss des demografischen Wandels und die Bedeutung von älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern nicht zu unterschätzen. Die Baby-boomer lösen in den Unternehmen eine wahre Pensionierungswelle aus.

Was heisst das in Zahlen?

Wir gehen davon aus, dass in den nächsten zehn Jahren schweizweit 1,1 Millionen Menschen das Rentenalter erreichen werden. Bereits 2021 dürften wohl mehr Erwerbspersonen in den Ruhestand gehen, als 20-Jährige in den Arbeitsmarkt eintreten. Darauf müssen sich die Unternehmen einstellen.

Wie sieht es hinsichtlich des digitalen Wandels aus: Sind unsere KMU fit genug für diese Herausforderung?



Andreas Gerber ist Präsident des Swiss Venture Club (SVC) und Leiter KMU-Geschäft der Credit Suisse.

Eine Umfrage unter Schweizer KMU fördert erstaunliche Zahlen zu Tage. Demnach erachten 16 Prozent der befragten Firmen die Digitalisierung als Risiko.

Das ist doch grundsätzlich positiv!

Ich würde sagen: «Ja, aber...» Denn was aufhorchen lässt, ist die Tatsache, dass gut 30 Prozent der Befragten die Meinung vertreten, der digitale Wandel würde sie in absehbarer Zeit höchstens am Rande betreffen. Weitere 24 Prozent stimmen dieser Aussage zumindest teilweise zu. Für mich deutet dieses Resultat darauf hin, dass nicht wenige Schweizer KMU die Tragweite, aber auch die Chancen der technologischen Revolution stark unterschätzen.

In welchen Belangen warten Ihrer Ansicht nach weitere Herausforderungen auf unsere KMU?

Für 75 Prozent der Schweizer KMU ist der Zugang zum europäischen Binnenmarkt wichtig. Insofern kommen der

Stimmung der Weltwirtschaft, dem Rahmenvertrag zwischen der Schweiz und der EU sowie der Thematik der Wechselkursschwankungen natürlich grosse Bedeutung zu. Binnensorientierte Unternehmen, die mit ausländischen Konkurrenten um Marktanteile kämpfen, erfahren vermehrt die Schwächen des Hochkostenlandes Schweiz.

Wie lassen sich diese Herausforderungen meistern?

Die Mehrheit der Schweizer KMU befindet sich in Familienbesitz oder wird vom Inhaber geführt. Die damit verknüpften typischen Strukturen erlauben es den Unternehmen in der Regel, effektiv und effizient auf die Entwicklungen sowohl im Inland als auch im Ausland zu reagieren. Diese Agilität steckt in der DNA vieler kleiner und mittelgrosser Firmen – und sie ist sicherlich einer der grossen Vorteile, welche die Schweizer KMU bezüglich der Bewältigung künftiger Herausforderungen besitzen.

Interview: Flavian Cajacob

«Bereits 2021 dürften mehr Erwerbspersonen in den Ruhestand gehen, als 20-Jährige in den Arbeitsmarkt eintreten.»



Nebst Chips werden Popcorn und andere Snacks produziert.



Roger Harlacher, CEO von Zweifel Pomy-Chips, im Besucherzentrum in Spreitenbach.

BILDER: ROBERTO CONCIATORI

Aus tiefster Überzeugung so inländisch wie möglich

1. Platz: Auch über 60 Jahre nach der Gründung setzt der bekannte Chips-Hersteller Zweifel mit Sitz in Zürich-Höngg auf Pioniergeist – gepaart mit Nachhaltigkeit und möglichst viel Swissness.

MARTINA WACKER

Wer an Chips denkt, denkt automatisch an Zweifel. So sehr hat sich der Familienbetrieb in unseren Köpfen verankert. Kein Wunder, wurde das Unternehmen 2018 mit dem Titel «Brand of the Year» ausgezeichnet. Doch was macht den Erfolg aus? «Wir tun alles für die besten Chips und Snacks!», erklärt Roger Harlacher, Geschäftsführer von Zweifel Pomy-Chips. «Das ist nicht nur unser Werbeslogan, sondern unsere Denkhaltung. Nach diesem Grundsatz leben wir seit der Gründung.»

Angefangen hat die Erfolgsgeschichte 1958 mit der Produktion von Nature Chips. Nur kurze Zeit später folgten die Paprika Chips, deren Rezept bis heute Bestand hat. «Die Produktion und Qualität der Chips sowie die Prozesse und Abläufe haben wir jedoch laufend verbessert», sagt Harlacher. Im Vordergrund stehen Nachhaltigkeit und Swissness. «Wir versuchen, so viel Schweiz wie möglich in unsere Produkte hineinzubringen. Daher verwenden wir für unsere Chips nebst mehrheitlich Schweizer Kartoffeln auch Schweizer Rapsöl sowie Schweizer Alpensalz.»

Der Fokus auf hiesige Produkte hat nicht nur marketingtechnische Gründe: Laut dem Zweifel-Chef werden Schweizer Produkte grundsätzlich als qualitativ hochwertig wahrgenommen. Auch eine tiefe Überzeugung führt zur Förderung von inländischen Produkten. «Durch die Digitalisierung und dadurch den potenziellen Verlust von Nähe, von Kontakten und auch von Vertrauen steigt der Wert von Heimischem», so Harlacher. Deshalb suche die Bevölkerung vermehrt Schweizer Produkte, bei denen sie die Herkunft und Herstellung nachvollziehen kann.

Am Produktionsstandort Spreitenbach liefern jährlich etwa 1100 Last-

wagen insgesamt über 20 000 Tonnen Kartoffeln von rund 250 Bauern an. Daraus werden 6500 Tonnen Chips hergestellt – von Paprika über Moutarde bis zu Inferno. «Im langjährigen Schnitt verwenden wir zu über 95 Prozent Kartoffeln aus der Schweiz», betont Harlacher.

Rückverfolgbare Kartoffelsorten

Für die Herstellung der knusprigen Zweifel Chips kommen nur speziell geeignete Sorten in Frage. Sie tragen edle Namen wie Lady Claire, Lady Rosetta, Marlen, Hermes oder Panda. Denn: Damit die Zweifel Chips richtig knusprig werden, müssen die Kartoffeln genügend Stärke (15 bis 19 Prozent) sowie die richtige Grösse (42 bis 70 Millimeter) aufweisen.

Woher die Kartoffeln stammen, können die Konsumenten übrigens rückverfolgen. «Oben rechts auf der Vorderseite jeder Packung steht der Name des Bauern, dessen Kartoffeln für die Herstellung der Chips verwendet wurden, die sich in der jeweiligen Packung befinden», sagt Roger Harlacher. Dies sei weltweit einzigartig und schaffe Transparenz sowie Vertrauen.

Snacks auf Basis von Bohnen

Nebst Chips produziert Zweifel auch Popcorn und andere Snacks. Um den Pioniergeist zu fördern, legt das KMU viel Wert auf die Entwicklung neuer Produkte. Die jüngste Kreation heisst Vaya und wird auf Basis von Kichererbsen, Erbsen und Bohnen hergestellt. Sie sind nicht frittiert und weisen dadurch 40 Prozent weniger Fett als herkömmliche Snacks auf. Zudem enthalten sie wertvolles pflanzliches Eiweiss.

Die neue Linie ist fulminant gestartet. «Gesunde Snacks haben sich definitiv zu einem Trend entwickelt», ergänzt

der Zweifel-Chef. Dies habe sich auch bei der Lancierung von Granco gezeigt, einem Multikornsnack, den Zweifel vor über zehn Jahren lanciert hat. Genaue Zahlen will das Unternehmen zum aktuellen Verkaufsvolumen von Vaya jedoch nicht bekannt geben.

Mitarbeitende testen Neuheiten

Bevor ein neues Produkt auf den Markt kommt, muss es im eigenen Versuchslabor einige Hürden überwinden. Für das Testen werden aber nicht irgendwelche externe Experten herangezogen, sondern eigene Mitarbeitende. «Diese sind speziell auf Sensorik geschult.» Diese Experten wurden auch befragt, als es vor einigen Jahren um die Einführung der Linie KEZZ ging. Im Gegensatz zu den klassischen Chips werden KEZZ dicker geschnitten und portionsweise extra knusprig frittiert. «Das gibt den Chips die unvergleichliche Knusprigkeit», sagt Harlacher.

Neu gibt es von Zweifel aber nicht nur Chips und Snacks, sondern auch Gewürze. «Wir hatten immer wieder Anfragen von Konsumenten, ob sie unsere Gewürze kaufen könnten», erzählt Harlacher. Das habe das KMU dazu bewogen, eine Gewürzlinie herauszugeben. Angeboten wird aktuell der legendäre Paprika-Geschmack, die scharfe Variante Inferno sowie die Provençale-Mischung.

Besucherzentrum Spreitenbach

Wie sich die Produktion von Chips über die Jahre verändert hat, erfahren Konsumenten im neu gebauten Besucherzentrum, gleich neben der Produktion in Spreitenbach. Das rund 450 Quadratmeter grosse Museum soll nebst der Geschichte des Unternehmens auch die Chips-Herstellung erlebbar machen. Er-

wartet werden gegen 12 000 Besucher pro Jahr, so Harlacher. «Dazu gehört natürlich, dass die Chips und Snacks gekostet werden können.»

Trotz dem Ausbau in Spreitenbach bleibt der ursprüngliche Gründerort Zürich-Höngg nach wie vor ein wichtiger Ort für den Familienbetrieb. «Hier entstand die ganze Unternehmensgeschichte unter anderem auch mit dem Weinbau und der Mosterei.» Noch heute befinden sich in Höngg ein Teil der Administration sowie die Abteilungen Marketing und Verkauf.

Und was viele nicht wissen: Die Firma «Zweifel 1898», die einst ebenfalls von der Zweifel-Familie gegründet wurde, keltert seine Weine in Höngg, die letzte und einzige Kelterei in der Stadt Zürich. «Früher pflegte Heinrich Zweifel zu sagen: Chips machen Durst, Moste löst den Durst.» Obwohl die Mosterei schon vor Jahren aufgegeben wurde, begleitet der Satz das Unternehmen weiter. «Heute geniessen wir die Chips einfach gerne mal zu einem guten Glas Wein», sagt Harlacher.

Bald ein neuer Chef

Roger Harlacher hat sich entschieden, das Amt als CEO und Delegierter des Verwaltungsrats von Zweifel Pomy-Chips per Juni 2020 abzugeben. Der Entscheid basiert hauptsächlich auf privaten Gründen. Nachfolger wird Christoph Zweifel. Der 50-jährige Sohn aus der Gründerfamilie ist seit Mai 2015 Direktor Marketing und Sales sowie Mitglied der Geschäftsleitung. Damit wird das Unternehmen nach 29 Jahren wieder von einem Familienmitglied geführt.

Zweifel Pomy-Chips

Gründungsjahr:	1958
Firmengründer:	Familie Zweifel
Branche:	Nahrungsmittel
Umsatz:	227,8 Millionen Franken (2018)
Hauptsitz:	Zürich-Höngg
Geschäftsleitung:	Roger Harlacher
Inhaber:	Familie Zweifel
Mitarbeitende:	rund 380
Website:	www.zweifel.ch

MARTINA WACKER

Sportler können sich noch so oft waschen: Wenn sie ihre verschwitzten T-Shirts mehrmals verwenden, beginnt es unweigerlich zu stinken. Diese Erfahrung mussten auch Carlo Centonze und sein Freund, der Chemiker Murray Heigt machen. Auf einer Wanderung stanken ihre verschwitzten T-Shirts aus Polyester nach ein paar Tagen derart penetrant, dass sie einige Meter vor ihren Partnerinnen marschieren mussten. «Das traf uns in unserer Ehre», erinnert sich Centonze. «Murray und ich beschlossen deshalb, ein Material zu entwickeln, das schlechte Gerüche unterbindet.» Und schliesslich entstand daraus eine ganze Firma, als Spin-off der ETH Zürich, mit dem Namen HeiQ, der stets an das Wandererlebnis erinnern soll – das englische Wort «hike» steht für «wandern».

Rund 80 Mitarbeitende beschäftigt HeiQ Materials heute in Schlieren und in zwölf Ländern auf fünf Kontinenten. Das 2005 gegründete Unternehmen stellt einige der effektivsten, langlebigsten und leistungsfähigsten Textiltechnologien auf dem Markt her. Ihre Materialien vermeiden nicht nur schlechte Gerüche, sondern wirken auch kühlend oder wärmend, sind wasserabweisend, luftreinigend oder schützen gar vor UV-Strahlung. Kurz: Für Hersteller von Funktions- und Performance-Bekleidung lässt sich damit je nach Anwendung ein substanzialer Mehrwert schaffen. Und je nachdem, wie viel HeiQ-Technologie eingesetzt wird, können diese Kleidungsstücke bis zu hundertmal gewaschen werden.

Zusammenarbeit mit Ikea

Mit einer ihrer jüngsten Lancierungen hilft HeiQ gar, die Luft zu Hause zu reinigen. Die Technologie wurde im Auftrag des schwedischen Möbelgiganten Ikea entwickelt und soll demnächst in Form des Vorhanges namens «Gunrid» lanciert werden. Der Luftreinigungsprozess verwendet dabei die gleiche Energiequelle wie die Photosynthese in der Natur. «Die Vorhänge sind mit sogenannten Photokatalysatoren ausgerüstet, die bei Kontakt mit Licht aktiv werden», sagt der CEO von HeiQ Materials. Diese filtern und zerstören Schadstoffe sowie Gerüche aus der Luft und sorgen dafür, dass die Raumluftqualität verbessert wird. «Ähnliches liess sich für Teppiche und Sofas entwickeln.»

Aber nicht nur mit Luft, sondern auch mit hohen Bergen kennt sich die Firma aus. Dank der Lancierung von «HeiQ XReflex» lassen sich die Spitzen des Himalayas heute leichter und wärmer besteigen. So konnte das KMU zusammen mit einem Forschungspartner letztes Jahr einen funktionellen Stoff entwickeln, der ähnlich wie der Eisbärpelz den Wärmeverlust des Körpers durch Reflektion der körpereigenen Infrarotstrahlung minimiert und dadurch die Isolierungsschicht der Jacke oder des Schlafsackes halbiert.

Nachhaltigkeit im Fokus

Nachhaltigkeit wird bei HeiQ grossgeschrieben. Das dürfte wohl auch an Centonzes Vergangenheit liegen. Bevor der Tessiner mit seiner Firma durchstartete, war er Gründungsmitglied der ebenfalls in der ETH gestarteten Umweltschutzorganisation Myclimate. Die gemeinnützige Schweizer Stiftung ermöglicht Unternehmen und Privatpersonen, ihr klimaschädliches CO₂ zu kompensieren.

«Jedes Jahr kaufen wir pro Kopf bis zu 30 Kilo Textilien. Die ressourcenschonende Herstellung von nachhaltigen Textilien hat somit eine grosse Wirkung auf die Umwelt», sagt er. Je nach Schätzung verursacht die Modeindustrie zwischen 8 und 10 Prozent der globalen CO₂-Emissionen. Jedoch sei der Einsatz von Chemie bei der Herstellung von Textilien unvermeidbar, so Carlo Centonze. «Ohne Chemie können keine Textilien hergestellt werden.» Umso wichtiger sei deshalb, dass sie nachhaltig sei – wie etwa bei der Entwicklung des neuen Schwimmanzuges von Speedo.

«Der Nachhaltigkeitsgedanke war bei HeiQ vom ersten Tag an Teil des Entwicklungskonzepts», sagt der CEO. Man setze deshalb auf erneuerbare Rohstoffe und eine Produktion, die Energie



Carlo Centonze, CEO von HeiQ Materials in Schlieren.

BILDER: ROBERTO CONCIATORI

Auf den Spuren von Teflon, Lycra oder Goretex

2. Platz: HeiQ Materials entwickelt funktionelle, biobasierte Chemie, welche die Textilindustrie grüner machen soll – mit grossem Erfolg. Nun macht das KMU mit Ikea auch die Raumluftqualität besser.

durch Prozessoptimierung spare. Denn: «Neben dem Erzeugen von CO₂-Emissionen verbraucht die Textilindustrie laut HeiQ am meisten Wasser.»

Aus diesem Grund hat das Unternehmen eine neue Technologie mit Namen «HeiQ Clean Tech» entwickelt. Sie trägt dazu bei, dass das Färben von Polyester bis zu 35 Prozent weniger Wasser, Energie und Zeit verbraucht und somit weniger CO₂-Emissionen verursacht. 2019 gewann HeiQ für die Entwicklung der Technologie den Schweizerischen Umweltpreis der Wirtschaft.

Kühlende Kleidung

Nebst nachhaltiger Chemie sieht sich HeiQ auch als Problemlöser für die Sorgen im Alltag, zum Beispiel im Zusammenhang mit den steigenden Temperaturen. So empfiehlt die japanische Regierung seit Fukushima, die Klimaanlagen im Büro erst ab 28 Grad einzuschalten, um Energie einzusparen. «Das heisst: Viele Menschen müssen im Sommer schwitzen – erst recht, wenn sie wie in Japan formale Anzüge mit Krawatten tragen», sagt Centonze.

Dank der Entwicklung von «HeiQ Smart Temp» hat das Schlierener Unternehmen eine Textiltechnologie entwickelt, die dynamisch kühlt, wenn eine erhöhte Körpertemperatur erreicht wird. Sobald die Abkühlung eingetreten ist, wird die kühlende Wirkung automatisch beendet.

Forschung mit Doktoranden

«HeiQ versteht sich vor allem als dienstleistungsorientierter Partner.» Tritt ein

Textilunternehmen mit einer Idee an HeiQ, wird das Projekt nach Überprüfung aufgesteckt und in der Regel verschiedenen Hochschul- und Universitätspartnern zugeteilt, welche die Aufgabenpakete erforschen. «Aktuell finanzieren wir ein Netzwerk von über 40 Doktoranden an 14 Forschungsstätten», sagt Centonze. Von der Idee bis zur Markteinführung eines neuen Produkts dauert es typischerweise 18 Monate.

Die erfolgreichen Technologien werden schliesslich mit Etiketten an den Kleidern oder anderen Textilien sowie auf Social Media beworben. Damit erhält der Konsument einen Überblick über seinen Nutzen und den Mehrwert, wofür er einen Aufpreis zahlt. Griffing betextete Hangtags mit Videolinks, die ans Kleidungsstück angebracht werden und mit QR-Codes versehen sind, machen den Zusatznutzen auf den ersten Blick beim Kauf erkennbar. «Das Ziel ist es, dass sich unsere Produkte gleich stark in den Köpfen verankern wie zum Beispiel Teflon, Lycra oder Goretex», sagt Centonze.

HeiQ Materials

Gründungsdatum:	2005
Firmengründer:	Carlo Centonze und Murray Heigt
Branche:	Textilchemie und funktionelle Stoffe
Umsatz:	im zweistelligen Millionenbereich
Hauptsitz:	Schlieren
Geschäftsleitung:	Carlo Centonze
Inhaber:	mehr als 100 Investoren aus aller Welt
Mitarbeitende:	rund 80
Website:	www.heiq.com



Rund 80 Mitarbeitende forschen an neuen Textilinnovationen.

Innovative Verpackungen für medizinische Produkte

3. Platz: Stents, Gelenke oder Schrauben – jedes Jahr produziert Medipack Millionen von Blister-Verpackungen. Mehrheitlich für medizinische Produkte. Stets unter strengsten Reinheitsauflagen.



Für die Herstellung der Verpackungen gibt es acht Reinnräume.

BILDER: ROBERTO CONCIATORI

MARTINA WACKER

Es ist ein geschichtsträchtiges Firmengebäude, das hier an der Mühlentalstrasse in Schaffhausen steht. Im Inneren zieren Bilder von vergangenen Zeiten die hohen Wände. Zu sehen sind Arbeiter, die Metall schmelzen und verarbeiten. Hoch geht es die massive Stein-
treppe ins Sitzungszimmer. «Hier, in diesen Räumen, nahm einst die Schaffhauser Industrialisierung ihren Anfang», erklärt Reto Artusi, CEO von Medipack.

Einst gehörte das Fabrikgelände Georg Fischer. 1802 kaufte Johann Conrad Fischer eine ertragslos gewordene Farb- und Giftmühle und richtete eine Metallschmelze ein. 1864 gelang dem Unternehmen – dank einer Erfindung des Sohnes von Georg Fischer – der Durchbruch mit der Produktion von Röhrenverbindungsstücken, den sogenannten Fittings. Das Unternehmen liess dafür eine Produktionsstätte sowie eine Verzinkelei errichten.

Heute dienen diese Fabrikgebäude der Medipack AG als Firmensitz. Von der Fassade der Passerelle, die beide Liegenschaften miteinander verbindet, prangt ihr Logo in Grossbuchstaben.

Gesamte Wertschöpfungskette

Medipack wurde 1977 von Aldo Artusi, dem Vater von Reto Artusi, gegründet. Nach dessen Tod übernahm der Sohn die Geschäftsleitung mit elf Mitarbeitenden und baute das KMU laufend aus. Heute beschäftigt Medipack in Schaffhausen 209 Mitarbeitende und liefert in die ganze Welt.

Der Familienbetrieb bietet individuelle Verpackungslösungen für den Medizinal- und Pharmabereich sowie für die Uhrenindustrie an. Dabei liefert Medipack nicht nur hochwertige Medizinal-Blister (Sichtverpackungen) und weitere Verpackungsprodukte, sondern auch verschiedene Typen von Heissiegel- und Stanzmaschinen. Artusis Rezept: «Wir sind das einzige Unternehmen, das in Sachen Medizinal-Verpackungen die ganze Breite anbietet – von der Folie bis hin zur eigenen Verpackungsmaschine, inklusive Verpackungsservice.»

Strategische Weichenstellung

«Nicht alleine Innovationen, sondern die strategische Weichenstellung hat unsere Firma auf ihren Expansionskurs geführt», sagt Artusi. Dabei hat ihm sicherlich auch der medizinische Fortschritt geholfen. So hat die Medizin in den vergangenen Jahrzehnten einen enormen

Entwicklungsschub erfahren. Stents, Katheter, Gelenke, Schrauben oder Platten: Neben neuen kommen auch immer teurere Produkte zum Einsatz.

Bei all diesen Hilfsmitteln erwarten Patienten zu Recht, dass sie von höchster Reinheit sind, damit keine Gefahr besteht, dass Keime oder andere Verunreinigungen in den Körper gelangen und Folgeschäden auslösen. «Die grösste Gefahr von Verunreinigungen besteht nicht bei der Herstellung der Produkte oder im Operationsaal, sondern beim Transport. Deshalb ist es wichtig, dass die Verpackung hält», weiss Artusi.

Um dies sicherzustellen, deckt Medipack den ganzen Produktionsprozess ab – vom Design bis hin zur Herstellung der Verpackungen. «Wir machen unseren Kunden jedes Jahr etwa 500 Vorschläge für neue Verpackungen», so Artusi. Rund 150 neue Werkzeuge werden letztlich dann auch gebaut. Zudem liefert Medipack die zum Verschluss der Verpackungen notwendigen Siegeldeckel, die nach Kundenwünschen gestaltet, beschriftet und ausgestanzt werden.

Eine ihrer individuell angefertigten Verpackungen schaffte es jüngst gar ins Fernsehen: In einer Folge der deutschen Fassung von «Die Höhlen der Löwen» wurde ein Mini-Inhalator vorgestellt. Die Verpackung stammt von Medipack. «Als Systemanbieter lieferten wir innerhalb kürzester Zeit eine Blister-Verpackung. Das heisst, vom Design über Folienproduktion, Werkzeugherstellung sowie Tiefziehprozess bis hin zur Siegelmaschine und Produktion der Siegeldeckel erhielt der Kunde bei uns alles aus einer Hand», erzählt Artusi sichtlich stolz.

20 Tonnen Folie wöchentlich

Für die Herstellung der Verpackungen stehen im ehemaligen Fabrikgebäude in Schaffhausen acht Reinnräume zur Verfügung. Eine eigene Wasseraufbereitungsanlage stellt zudem sicher, dass angelieferte Teile nach dem Waschen keimfrei sind.

Medipack

Gründungsjahr:	1977
Firmengründer:	Aldo Artusi
Branche:	Medizinalindustrie
Umsatz:	«ausreichend»
Hauptsitz:	Schaffhausen
Geschäftsleitung:	Reto Artusi
Inhaber:	Reto Artusi
Mitarbeitende:	209
Website:	www.medipack.ch

Wie viele verschiedene Verpackungen Medipack im Jahr herstellt, weiss Reto Artusi nicht im Detail. Nur so viel: «Es sind Millionen», sagt er. «Wir stellen jede Woche mehr als 20 Tonnen Folie her, die für die Produktion der Blister-Verpackungen benötigt werden.» Vor einiger Zeit hat Medipack begonnen, die Folien für die Produktion von Blister-Verpackungen selber herzustellen. «Damit können wir den steigenden Ansprüchen der Kunden und des Gesetzgebers gerecht werden», ergänzt Artusi.

Zudem bietet das Unternehmen seinen Auftraggebern kundenspezifische Sondermaschinen an. «Diese bauen wir exakt so zusammen, wie es der Kunde wünscht», sagt Artusi. Damit kann jeder Auftraggeber seine Produkte direkt bei sich verpacken und versiegeln. Alleine im letzten Jahr wurden 72 individuell zusammengebaute Maschinen verkauft – meist zusammen mit einem Servicevertrag. «Das heisst, nach dem Verkauf begleiten wir den Kunden weiter, indem wir die Maschine regelmässig warten und anpassen», so Artusi.

Absatzfördernde Regulierung

In dieser Breite ist das Unternehmen fast konkurrenzlos. Demnach hat Medipack Kunden in der ganzen Welt. Bis zu 50 Prozent der hergestellten Produkte werden jedoch nach Deutschland exportiert. So haben sich beispielsweise in der Gegend von Tuttlingen gleich mehrere Firmen angesiedelt, die verschiedenste Teile für den Medizinal-Bereich herstellen.

Zunehmend findet das KMU Abnehmer aus anderen Bereichen, insbesondere aus der Uhrenindustrie. «Nachdem diese Branche lange in der Krise war, sehen wir hier eine steigende Nachfrage nach spezifischen Verpackungen», sagt Artusi. «Aber auch in anderen Branchen nimmt die Nachfrage nach spezifischen Verpackungen weiter zu.

Das hängt vor allem mit neuen Regulierungen zusammen», führt Artusi aus. Demnach sieht er der Zukunft seines Familienbetriebs positiv entgegen. «Sobald ein Prozess – das beinhaltet auch die Verpackung – validiert wurde, ist es für das Unternehmen schwierig, den Prozess wieder zu ändern.» Heute generiert Medipack 60 Prozent des Umsatzes mit individuellen Verpackungslösungen, 15 Prozent mit dem Bau von Verpackungsmaschinen und den Rest mit dem Verpackungsservice. «Ich bin deshalb zuversichtlich, dass wir für die kommenden Jahre gut aufgestellt sind», sagt Artusi.



Reto Artusi, CEO von Medipack in Schaffhausen.

The system supplier for all your medical packaging

MEDIPACK AG
MEDICAL PACKAGING

«Die KMU verdienen mehr Anerkennung»

Steven Himmelsbach, *Regionenleiter Wirtschaftsraum Zürich des Swiss Venture Club (SVC) und Leiter Firmenkunden KMU Region Zürich der Credit Suisse Schweiz, über die Situation der kleinen und mittleren Unternehmen – und wie der nationale KMU-Verein ihnen zu mehr Visibilität verhilft.*

Herr Himmelsbach, worin unterscheidet sich der Wirtschaftsraum Zürich von den übrigen Schweizer Wirtschaftsregionen?

Er ist der Motor der gesamtschweizerischen Wirtschaft. Das hat zum einen mit der Dichte breit aufgestellter Wirtschaftszweige zu tun, zum anderen mit der Innovationskraft, die hier alleine schon aufgrund der Anwesenheit von Universität, ETH und anderen Bildungsinstitutionen ausgeprägt ist. Zudem gibt es eine Vielzahl Konzerne von Weltrang mit Sitz in und um Zürich – und sehr viele kleine und mittelständische Unternehmen, die weniger bekannt sind. Seien es traditionelle Familienbetriebe, dynamische Jungfirmen oder aber auch äusserst spannende Start-ups.

Was zeichnet den Wirtschaftsraum Zürich darüber hinaus aus?

Da gibt es verschiedene Faktoren: Einerseits sind im Vergleich zu anderen Regionen mehr Dienstleister und Handelsbetriebe vertreten. Andererseits ist er durch die direkte Flughafenanbindung internationaler. Der Wirtschaftsraum Zürich ist sicherlich besser vernetzt als andere Regionen. Davon profitieren die hier ansässigen Start-ups und Fintechs. Wir sind ein Magnet für gut ausgebildete Fachkräfte aus dem In- und Ausland.

Sowohl als Banker der Credit Suisse als auch in Ihrer Funktion als Regionenleiter Wirtschaftsraum Zürich des Swiss Venture Club (SVC) stehen Sie ständig in Kontakt mit den KMU. Wie erleben Sie die Szene im Tagesgeschäft?
Die KMU bilden bekanntlich das Rückgrat der hiesigen Wirtschaft. Die Kon-

«Die meisten KMU besitzen eine ausgeprägte Gabe, sich letztlich erfolgreich den gegebenen Umständen anzupassen.»



Steven Himmelsbach ist Leiter Firmenkunden KMU Region Zürich der Credit Suisse und Regionenleiter Wirtschaftsraum Zürich des Swiss Venture Club (SVC). MICHELE LIMINA

kurrenz in unserem Einzugsgebiet und in den einzelnen Branchen ist gross, was wiederum die Innovationskraft beflügelt. Ich persönlich bin immer wieder überrascht und beeindruckt, was kleine und mittlere Unternehmen erfinden, entwickeln und vertreiben. Und dies häufig, ohne dass darum viel Aufheben gemacht würde – also praktisch abseits der öffentlichen Wahrnehmung.

Das klingt nach einem Vorwurf.

So möchte ich es nicht verstanden wissen. Eher als Aufruf zur Wertschätzung. Denn die KMU würden ganz bestimmt mehr Anerkennung verdienen. Dafür setzen wir uns nicht zuletzt mit dem Swiss Venture Club und dem «Prix SVC» ein.

Wie ordnen Sie die vielen Regularitäten ein, mit denen sich die KMU tagtäglich konfrontiert sehen?

Im Grossen und Ganzen profitieren die Unternehmen im Wirtschaftsraum Zürich von sehr guten Rahmenbedingungen. Das ist ja mit ein Grund, dass wir gerade hier eine so ausgeprägte Branchendichte und Vielfalt haben oder Weltkonzerne sich in Zürich ansiedeln. Wären die Bedingungen schlecht, sähe das wohl ganz anders aus. Ich würde es einmal so formulieren: Zwänge fördern auch Ideen – und Regularitäten wirken wie Katalysatoren, die die Innovationskraft stärken. Die meisten KMU besitzen denn tatsächlich eine ausgeprägte Gabe, sich letztlich erfolgreich den gegebenen Umständen anzupassen.

Das hört sich fast so an, als ob Sie es sich mit niemandem verscherzen wollten!

Finden Sie? Selbstverständlich bekomme auch ich mit, wenn sich ein Firmeninhaber plötzlich vor die Wahl gestellt sieht, sein Fabrikgebäude in der Schweiz unter nur schwer zu erfüllenden Auflagen und für viel Geld einer Sanierung zu unterziehen – oder irgendwo im Ausland günstiger neu zu bauen. Wenn das Unternehmen sowieso schon im Exportgeschäft tätig ist, liegt der Entscheid mitunter auf der Hand. Dass beispielsweise ein nach aktuellen Vorschriften um ein paar wenige Zentimeter zu tiefes Gelände letztlich hiesige Arbeitsplätze gefährden kann, das ist unverhältnismässig. Wir sind in der Schweiz, was Regularitäten angeht, an einem Niveau angelangt, bei dem es meines Erachtens gefährlich wird. Aufgrund der extremen und zunehmenden Regulierungswut von Behörden für KMU verschwindet – teils unbemerkt – ein wertvoller Teil unserer Volkswirtschaft. Mich persönlich würde interessieren, was die Behörden an den Rahmenbedingungen für unsere KMU verbessern wollen.

Können Sie sich als SVC diesbezüglich an den entscheidenden Stellen einbringen?

Als SVC wollen wir hier ganz klar einen Beitrag leisten. Wir stehen für ein starkes Unternehmertum in der Schweiz ein und wollen den KMU eine Plattform und damit Visibilität schaffen, die sie so vermutlich aus eigener Kraft nicht erlangen würden. Mit Veranstaltungen wie dem «Prix SVC» ermöglichen wir den Dialog der KMU mit der Gesellschaft und der Politik. Sie können sich vernetzen, austauschen und Herausforderungen gemeinsam angehen.

Das ist tatsächlich notwendig?

Natürlich, denn gerade die Verantwortlichen von KMU sind häufig Einzelkämpfer. Sie sind im Alltagsgeschäft auf sich alleine gestellt und oft nicht in eine grosse Organisation eingebettet, die ihnen den Rücken stärkt. In welcher Form und Intensität Unternehmerinnen und Unternehmer ihre Verantwortung häufig nicht nur der Firma, den Mitarbeitenden, der Branche und der Gesamtwirtschaft gegenüber, sondern auch noch innerhalb der eigenen Familie wahrnehmen, das finde ich absolut bewundernswert!

Wie unterstützt der SVC die KMU vor diesem Hintergrund?

Wir wollen sowohl die Öffentlichkeit als auch die Politik mit unseren Aktivitäten darauf aufmerksam machen, welche zuverlässige, innovative und spannende Unternehmen wir im Lande haben. Es geht beim SVC also eher in Richtung Vernetzung, Publizität und Sensibilisierung, denn in Richtung politische

«Wir stehen für ein starkes Unternehmertum in der Schweiz ein und wollen den KMU eine Plattform und damit Visibilität schaffen.»

Arbeit. Dafür sind konkret ja eher die einzelnen Verbände da. Unsererseits lancieren wir punktuell konkrete Initiativen gemeinsam mit unseren Partnern. Beispielsweise den Preis «5 vor 12» – ein Vorstoss für schlaue Deregulierung.

Sie haben den «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich» erwähnt, der am 16. Januar 2020 im Hallenstadion verliehen wurde. Aus gut 100 Firmen hat die Jury sechs Finalisten gekürt. Was haben diese besser gemacht als die anderen?

Vielleicht haben sie es nicht besser gemacht, sicher aber anders. Wir geniessen im Wirtschaftsraum Zürich das Privileg, eine Vielzahl an Unternehmen und KMU zu haben, die einen wichtigen Beitrag an die Stärkung unserer Volkswirtschaft leisten. Alle zwei Jahre kürten wir sechs herausragende Firmen für ihren in der Öffentlichkeit kaum visiblen Leistungsausweis. Hinter all diesen Betrieben steht eine grosse Zahl Unternehmer, die Tag für Tag mit viel Herzblut ans Werk gehen.

Was zeichnet diese, aber auch andere typische Schweizer KMU aus?

Bezüglich Innovationskraft, Präzision, Verlässlichkeit und Durchhaltevermögen sind unsere Unternehmer bestimmt ehrenwert. Denken Sie nur an die letztendlich vielen KMU, die gestärkt aus dem «Frankschock» von 2015 und den darauffolgenden schwierigen Jahren hervorgegangen sind. Ich weiss nicht, in welchem anderen Land eine solche riesige Herausforderung von so vielen Betrieben erfolgreich gemeistert worden wäre.

Sie klingen begeistert. Haben Sie auch schon daran gedacht, Ihren Job bei der Bank zu kündigen und selber Unternehmer zu werden?

Ich denke, wir alle fragen uns immer mal wieder, ob wir das, was wir tun, auch in Zukunft tun wollen. Das ist bei mir nicht anders. Aber der Austausch mit den Unternehmern und der Kontakt zu den KMU, sie begeistern mich jeden Tag aus Neue. Insofern drängt sich für mich aktuell kein Jobwechsel auf (lacht). Ich erachte meine Aufgaben bei der CS und innerhalb des SVC als Privileg.

Interview: Flavian Cajacob

Zur Person

Steven Himmelsbach (46) ist seit fünf Jahren Leiter Firmenkunden KMU Region Zürich der Credit Suisse. Er ist zudem Regionenleiter Wirtschaftsraum Zürich des KMU-Vereins Swiss Venture Club (SVC) und Jurymitglied des alle zwei Jahre verliehenen «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich». Steven Himmelsbach arbeitet seit 2008 für die Credit Suisse, unter anderem in den Bereichen Financial Institutions & Transaction Banking sowie Corporate & Institutional Clients. Vor seinem Eintritt in die Grossbank war er bei Zurich Financial Services im Bereich strategische Projekte tätig. Nach seinem Studium an der Universität St. Gallen (lic. oec. HSG) arbeitete er sieben Jahre bei der Boston Consulting Group mit Schwerpunkt auf Finanzinstituten.

Spitallogistik ganz in Violett

Diplomrang: Angesichts des Kostendrucks im Gesundheitswesen müssen auch Kliniken ihre Effizienz laufend verbessern. Der Gesundheitslogistiker Cosanum unterstützt sie dabei mit innovativen Ideen.

MARTINA WACKER

Wer an medizinische Verbrauchartikel denkt, denkt vor allem an Grün oder Weiss, an sterile Räume und den Geruch von Desinfektionsmittel. Umso überraschender ist der Besuch bei Cosanum in Schlieren. Das Unternehmen hat sich hierzulande zu einem marktbestimmenden Gesundheitslogistiker entwickelt. Das KMU unterstützt Kliniken und Institutionen im Gesundheits-

wesen mit innovativen Logistikkonzepten und bietet mit 15000 Artikeln ein grosses Produktportfolio im Bereich Healthcare und persönlicher Schutzausrüstung an.

Der Eingang zu Cosanum ist weder Grün noch Weiss. Im Gegenteil: Violett ist die dominierende Farbe. Egal ob im Logo, auf Präsentationen oder an den Wänden – sogar die Plachen der eigenen Lastwagen strahlen in dieser Couleur. «Die Unternehmensfarbe violett findet im Gesundheitswesen einen sehr guten Anklang und hebt sich von der sterilen Masse ab», erklärt Headcoach Bruno Schefer.

In den vergangenen Jahren hat sich die Spitallogistik deutlich gewandelt – nicht zuletzt wegen des Kostendrucks. «Spitäler müssen ihre Prozesse effizienter gestalten. Das beinhaltet auch, dass die Logistik optimiert wird», sagt Schefer.

Direkte Lieferung bis in den OP

2010 hat eine vom Bund finanzierte Studie der Fachhochschule St. Gallen ge-



Bruno Schefer, Headcoach von Cosanum in Schlieren.

ROBERTO CONCIATORI

ben, dass Spitäler günstiger betrieben und gleichzeitig die Qualität der Pflege erhöht werden könnten, wenn in der Spitallogistik die Prozesse verbessert würden. Angesichts der jährlich steigenden Krankenkassenprämien eine Erkenntnis, die aufhorchen liess.

Mit dem zunehmenden Kostendruck im Gesundheitswesen sei in den vergangenen Jahren bei den Anbietern im Gesundheitsmarkt etwas in Bewegung gekommen, so Schefer. «Die Spitäler arbeiten zunehmend daran, ihre Logistik effizienter zu gestalten und ihre Prozesse zu automatisieren.» Heute würde

die Datenverarbeitung oftmals durchgängig elektronisch erfolgen, wodurch die Fehlerquote deutlich reduziert werden könne.

Im Zuge dieser Optimierung hat Cosanum eine innovative Supply-Chain-Lösung entwickelt. Mit der «cosaOP Logistik» werden Operationssets bei Cosanum gelagert, was in Kliniken Platz für mehr Wertschöpfung schafft. Nach Auftragsingang werden die Sets in einem Reinraum von Cosanum-Mitarbeitenden in geschützter Atmosphäre aus den Transportkartons «ausgepackt» und in einem speziell entwickelten Dop-

pelwagensystem direkt in den Operationssaal geliefert, ohne dass OP-Personal die Sets anfassen muss.

Das Wagen-in-Wagen-System ermöglicht es den OP-Mitarbeitenden, den desinfizierten Innenwagen mit den Sets über eine Rampe aus der unrennen Zone direkt in den Sterilbereich zu fahren. Der Innenwagen dient dabei im Operationssaal gleichzeitig als Lagerfläche und verbleibt dort, bis sämtliche Sets aufgebraucht sind. «Dadurch ist die höchstmögliche Hygiene sichergestellt», ergänzt Bruno Schefer.

Kooperation für Kundennutzen

Täglich gehen rund 600 Bestellungen im 12000 Quadratmeter grossen Logistikzentrum mit 11000 Palettenplätzen und einem Hochregallager von 21 Metern Höhe ein. Und es sollen laufend mehr werden: «Der radikale Kundenfokus spielt bei unserer Arbeit eine zentrale Rolle. Deshalb fragen wir uns jeden Tag, was wir noch besser machen können», sagt Schefer.

Vor diesem Hintergrund geht Cosanum aktiv Kooperationen ein, wie etwa jene mit Pistor. Das Unternehmen versorgt Alters- und Pflegeheime sowie Spitäler mit Lebensmitteln – und dank der Kooperation mit Cosanum seit 2018 auch mit medizinischem Verbrauchsmaterial. Im selben Jahr verkündete Cosanum eine Kooperation mit der Bossard Gruppe, einem Unternehmen im Bereich intelligenter Prozessabwicklung und automatisierter Logistiklösungen.

«Unser Vorbild ist Roger Federer», sagt Schefer. Obwohl er schon eine Legende sei, würde er dennoch versuchen, sich laufend zu verbessern. «Das ist unser Leitmotiv», so der Headcoach und verschwindet im Logistikzentrum, wo bereits die nächste Bestellung eingetroffen ist.

Cosanum	
Gründungsjahr:	1980
Firmengründer:	Überseehandels AG (mit René Schefer als Verwaltungsrat)
Branche:	Gesundheitslogistik
Umsatz:	77 Millionen Franken (2018)
Hauptsitz:	Schlieren
Geschäftsleitung:	Bruno Schefer
Inhaber:	René Schefer und Familie
Mitarbeitende:	rund 130
Website:	www.cosanum.ch



Liebe KMU, vom Landwirt bis zum Gastwirt. Wir sind da für Sie.

Mit 160 Standorten in der ganzen Schweiz sind wir auch in Ihrer Region zuhause. Mehr auf mobilier.ch/kmu

Was immer kommt – wir halten Ihrem Unternehmen den Rücken frei.

dieMobilier

Wie ein Auge fokussieren

Diplomrang: Optotune entwickelt einzigartige Linsen, die kleiner als ein Fingernagel sind und unter anderem in Handy- oder Dentalkameras zum Einsatz kommen.

MARTINA WACKER

Das Bürogebäude in Dietikon ist unscheinbar. Im Erdgeschoss befindet sich ein Getränkemarkt. Nur einige Meter entfernt stehen ein grosser Discounter und eine Tankstelle. Nichts an der Szene mutet an, wie viel Hightech sich hier in der Abgeschlossenheit verbirgt.

Umso grösser ist die Überraschung, als die Jury des «Prix SVC Wirtschafts-

raum Zürich» die Produktionsräume von Optotune betritt. Die hell erleuchteten Räume wirken wie ein grosses Labor. Sämtliche Mitarbeitende tragen Schutzanzüge. Auch die Besucher müssen sich einen weissen Overall sowie blaue Überschuhe überziehen, bevor sie die Produktion betreten dürfen. «Staubpartikel können die Linsen verunreinigen», erklärt Manuel Aschwanden, Geschäftsführer von Optotune.

Das vor zwölf Jahren gegründete Unternehmen hat sich der adaptiven Optik verschrieben und entwickelt eine elektrisch verformbare Linse, die unter anderem in Dentalkameras, Barcodelesern oder Gesichtsfeld-Messgeräten zum Einsatz kommen. Laserflecken-Reduzierer, 2D-Spiegel, Prismen und Strahlverschieber sind Ergänzungen der Produktlinien.

Doktorarbeit als Initialzündung

Den Grundstein für Optotune legte Manuel Aschwanden zusammen mit David Niederer während seines Studiums an



Manuel Aschwanden, Geschäftsführer von Optotune in Dietikon.

ROBERTO CONCIATORI

der ETH Zürich. Für seine Doktorarbeit forschte er über die Anwendung von elektroaktiven Polymeren. Gemeinsam mit seinem Co-Inhaber David Niederer, der parallel seine Masterarbeit zu diesem Thema verfasste, entwickelte er die ersten Linsen-Prototypen.

Heute produziert das Spin-off der ETH Linsen, die kleiner als ein Fingernagel sind und dabei wie ein Auge fokussieren. Durch eine Krümmung erreichen sie einen dreifachen optischen

Zoom. Das macht sie zum Beispiel perfekt für Handykameras, deren Linsen nicht wie bei Digitalkameras ausgefahren werden können.

«Es ist essenziell zu verstehen, wie Märkte funktionieren. Sonst riskiert man, Produkte zu entwickeln, die letztlich niemand braucht», sagt Aschwanden. Früh wagte Optotune deshalb den Schritt ins Ausland. «Wer erfolgreich sein will, muss rausgehen und mit den Kunden sprechen.» Nur so könn-

ten die Idee, die Vision und das Produkt vermittelt werden. «Manchmal sind die Kunden sogar dermassen begeistert, dass sie die Entwicklungskosten übernehmen.»

Aktuell exportiert Optotune 97 Prozent der Waren. Ein Teil der Produktion findet am Firmensitz in Dietikon statt. Der Rest wird in der Slowakei hergestellt. «In gewissen Märkten herrscht ein starker Kostendruck. Deshalb mussten wir einen Teil der Produktion auslagern», ergänzt Aschwanden.

30 Prozent Wachstum pro Jahr

Einst mit drei Personen gestartet, beschäftigt Optotune heute rund 180 Mitarbeitende. Etwa die Hälfte davon sind Ingenieurinnen und Ingenieure. Laut Aschwanden hätten sie trotz Fachkräftemangel keine Probleme, qualifiziertes Personal zu finden. «Wir sind eng mit der ETH verbunden und haben eine gute Unternehmenskultur, was uns bei der Akquise von neuen Mitarbeitenden sicherlich hilft.»

Auch sonst läuft es für das KMU rund: «All unsere Kennzahlen wie Umsatz, Lieferungen, Patente sind über die vergangenen Jahre stetig gewachsen», sagt Aschwanden. «Zwar ist es in den eher konservativen industriellen und medizinischen Märkten oft langwierig, als weltweit alleiniger Lieferant in die Systeme integriert zu werden. Doch sobald die Eintrittsbarrieren überwunden und die Komponenten eingebaut sind, ist der Umsatz oft über Jahre garantiert.»

Mittlerweile produziert Optotune für die weltweit führenden Anbieter von Medizingeräten sogenannte Machine-Vision-Systeme oder Projektoren. Jährlich wächst das Unternehmen um rund 30 Prozent. «Unsere grösste Herausforderung ist es, gesund zu wachsen», sagt Aschwanden.

Optotune

Gründungs-jahr:	2008
Firmengründer:	Manuel Aschwanden, David Niederer und Mark Ventura
Branche:	Photonik
Umsatz:	über 10 Millionen Franken
Hauptsitz:	Dietikon
Geschäftsleitung:	Manuel Aschwanden
Inhaber:	Manuel Aschwanden, David Niederer und Mark Ventura
Mitarbeitende:	rund 180
Website:	www.optotune.com



RENAULT
Passion for life

Neuer Renault ZOE

Das Elektroauto für jeden Tag.



**Innovativ, nachhaltig und wirtschaftlich unterwegs:
100 % elektrisch und bis 395 km Reichweite.**




Bis 395 km Reichweite gemäss WLTP (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedures). Neuer ZOE Life R110 Z.E. 40, 0 g CO₂/km (in Betrieb ohne Energieproduktion), Energieverbrauch 17,8 kWh/100 km, Energieeffizienz-Kategorie A.

Ein nachhaltiges Zeichen setzen

Diplomrang: Der Baudienstleister Toggenburger legt grossen Wert auf einen schonenden Abbau und eine möglichst emissionsfreie Aufbereitung von Ressourcen.

MARTINA WACKER

Es herrscht reger Verkehr. Lastwagen um Lastwagen bringt oder holt Kies, Sand, Beton oder Bauschutt. Es ist laut und es staubt. «Ich hoffe, Sie haben nicht Ihre schönsten Schuhe angezogen», entschuldigt sich Truls Toggenburger, als er die Jury des «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich» zu einem Rundgang auf dem etwa 5 Hektar grossen Baustoffplatz Neftenbach begleitet. Er leitet den Familienbetrieb in dritter Genera-

tion. Heute beschäftigt der Baudienstleister Toggenburger 375 Mitarbeitende und ist in den Bereichen Kies, Sand und Beton, Rückbau/Erdbau, Umwelttechnik, Krane und Transporte sowie Hebebühnen tätig.

Gegründet wurde die Firma mit dem markanten schwarz-weissen Schriftzug auf gelbem Grund 1928 von seinem Grossvater. Die ersten Jahre damals waren geprägt von der schweren Wirtschaftskrise. Mit der Abwertung des Fränkens beruhigt sich 1936 die Lage. Gleichzeitig stieg die Nachfrage nach Kies, weil gleich mehrere Festungswerke entlang der Grenze und im Landesinnern gebaut wurden. Damals wurde Kies noch unverarbeitet verkauft. Erst die Mechanisierung ermöglichte schliesslich die Produktion von Kies und Sand in den verschiedenen Zusammensetzungen.

Am Standort Neftenbach sowie in drei Kieswerken und sechs weiteren Betonwerken bereitet das Unternehmen Kies und Beton in verschiedenen Korngrössen und Qualitäten auf.



Truls Toggenburger, Geschäftsführer von Toggenburger in Winterthur. ROBERTO CONCIATORI

Grosse Körnungen werden dabei gebrochen, gewaschen und in verschiedene Sieblinien sortiert. «Je nach Kundenwunsch bieten wir vom einfachen Natur sand bis zu diversen Spezialmischungen alles an», sagt Toggenburger.

Rückbau/Erdbau, Altlasten ...

Für den Geschäftsführer Truls Toggenburger ist klar: «Wenn der Kunde die Sicherheit hat, dass die Dienstleistung stimmt, dann will er sie auch wieder.» Deshalb legt die Firma grossen Wert

darauf, dass Ressourcen möglichst emissionsfrei abgebaut werden. «Unsere Abbaumaschinen sind mit Partikelfiltern ausgerüstet und entsprechen den neuesten Umweltnormen.»

Die Kiesgruben werden nach dem Abbau mit sauberem Aushubmaterial wieder aufgefüllt und zu landwirtschaftlichen Fruchtfolgeflächen oder naturnahen Gebieten mit Magerwiesen, Biotopen oder Nass- und Trockenstandorten gewandelt. «So entstehen ökologische Ausgleichsflächen, die seltenen Vögeln, Insekten oder Pflanzen als

Lebensraum dienen», erklärt Toggenburger. Neben Kies und Beton hat sich das Unternehmen auf den Rückbau/Erdbau und die Behandlung von Altlasten spezialisiert. Auch hier stehen die Ökologie und die nachhaltige Ressourcennutzung im Vordergrund. «Beton- und Mischabbruch, sowie Altlasten werden schon an der Abbruchstelle separiert», sagt Toggenburger.

Anschliessend wird das Material auf einem der vier Recyclingplätze in Neftenbach, Marthalen, Glattfelden oder Aadorf gebrochen, gesiebt und von Fremdstoffen befreit. «Durch die Aufbereitung entstehen Recyclingbaustoffe in Form von Granulaten, die bei uns getrennt gelagert werden, bis sie wieder zu Bauzwecken eingesetzt werden.» Kontaminierte Altlasten werden der Bodenwaschanlage Tollenmatt in Frauenfeld zugeführt und aufbereitet. Das gereinigte Endprodukt wird anschliessend in der Betonproduktion genutzt. «Normalerweise können wir 90 Prozent der bei einem Rückbau entstehenden Baustoffen wieder verwenden», ergänzt Toggenburger. Dadurch würden die natürlichen Kiesvorkommen und der knappe Deponieraum geschont.

... Mobilkrane, Hebebühnen

Weniger staubig zu und her geht es schliesslich bei der Besichtigung der Mobilkrane und der Hebebühnen. Die Mobilkrane heben Lasten bis zu 650 Tonnen und sind ein prägnantes Markenzeichen des Unternehmens. Die Maschinen kommen im Hoch- und Tiefbau, der Windkraft und in der Industrie zum Einsatz. Die Hebebühnen werden von Reinigungsfirmen, der Bauwirtschaft, bei der Energieversorgung und sogar von Eventveranstaltern gemietet. «Wir haben für jeden Höheneinsatz die passende Lösung», sagt Toggenburger.

Toggenburger

Gründungsjahr:	1928
Firmengründer:	Emil Toggenburger
Branche:	Bauzulieferer
Umsatz:	160 Millionen Franken (2018)
Hauptsitz:	Winterthur
Geschäftsleitung:	Truls Toggenburger
Inhaber:	Familie Toggenburger
Mitarbeitende:	375
Website:	www.toggenburger.ch

Z
ZWEIFEL

Qualität

Für die beliebtesten Chips in der Schweiz sind wir darauf bedacht, erstklassige Produkte herzustellen. Dabei ist Top-Qualität unser ständiger Antrieb.

Frische

Seit über 50 Jahren garantieren wir mit dem Zweifel Frisch-Service überall und jederzeit absolute Frische unserer Produkte.

Familientradition

1958 wurden die knusprigen Chips unter der Marke Zweifel lanciert. Noch heute wird das Schweizer Unternehmen von der Familie Zweifel in der 3. Generation geführt.

Wir tun alles für die besten Chips.

DANIEL LÄUBLI

Auch Wissenschaftler

«Die Inspiration für unser Business fanden wir nach einer mehrstündigen Wanderung in den Schweizer Alpen», erklärt uns Carlo Centonze, CEO von HeiQ Materials. «Der üble Geruch unserer synthetischen T-Shirts machte uns zu schaffen und wir fragten uns, ob man da nicht etwas dagegen tun könnte.» HeiQ in Schlieren ist das erste von sechs erfolgreichen Hightech-KMU, das wir mit der Jury des «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich» an diesem Tag besuchen. Wir wollen uns ein direktes Bild vor Ort machen, um mehr über die sechs Finalisten zu erfahren. Als führender Anbieter von Textilinnovationen entwickelt HeiQ neuartige Textilzusätze, die beispielsweise Gerüche verhindern oder die Luftqualität steigern. Zu den Kunden zählen internationale Marken wie Speedo oder Uniqlo. 2019 erhielt das Unternehmen den «Umweltpreis der Wirtschaft» für sein umweltfreundliches Textilfärbungsverfahren «HeiQ Clean Tech», worauf Centonze besonders stolz ist. Dass das KMU ein Spin-off der ETH Zürich ist, merkt man spätestens dann, wenn man durch die im Untergeschoss gelegenen Forschungslabors geht. «Wir sind nicht nur Unternehmer, wir sind auch Wissenschaftler», sagt Centonze, selber ein ETH-Absolvent.

Gesundheitslogistiker

Wenige Meter entfernt befindet sich schon der nächste Finalist. Beim Betreten der Büros von Cosanum in Schlieren fällt einem direkt das in Violett gehaltene Design der Räumlichkeiten auf, das durch einzigartige Fotografien und Kunstgegenstände ergänzt wird. Das seit seiner Gründung 1980 in Familienhand gehaltene Unternehmen hat sich in der Schweiz zu einem marktbestimmenden Gesundheitslogistiker gemausert. Dass es sich bei Cosanum um mehr als ein gewöhnliches Logistikzentrum handelt, erkennt man schnell. «Wir haben keine Mitarbeiter, nur Happy Members», erklärt uns Headcoach Bruno Schefer. Ausser innovativen Logistikkonzepten und einem starken Fokus auf radikale Prozesskostenreduktion legt das KMU grossen Wert auf eine moderne und progressive Firmenkultur. Neben einer alternativen Managementstruktur setzt Cosanum vor allem auf die Selbstverantwortung des Personals und effiziente Meetings, so Schefer. Die Führung gibt uns einen Einblick in das agile und effiziente System, durch das Cosanum seine logistischen Spitzenleistungen erbringt. Innovation ist auch hier der Schlüssel zum Erfolg. Gespannt beobachten wir die Vorführung der neusten Lösungen, mit denen man die Logistik in Spitalern deutlich vereinfachen will.

Immer mit Start-up-Spirit

Die Reise führt uns weiter durch das Limmattal zu Optotune in Dietikon. Inspiriert durch die Funktion des menschlichen Auges entstand das KMU 2008 aus der Doktorarbeit von Geschäftsführer Manuel Aschwanden. «Wir wollen in der Optikkategorie eine Firma sein, die neue Standards setzt», erklärt er uns auf seine sachliche und direkte Art. Das Unternehmen entwickelt und produziert unter anderem aktiv fokussierbare Linsen für Industrie und Mobiltelefon-Technologie. Mit welchen Firmen Optotune zusammenarbeitet, darf Aschwanden nicht verraten – nur sie wissen bereits, welche Handys und anderen Produkte mit Optotune-Technologie in den nächsten Monaten auf den Markt kommen. Das Unternehmen beschäftigt viele junge Ingenieure, die nach ihrem Studium bei Optotune ihre Karriere starten. Man spürt den Start-up-Spirit noch in allen Räumen. Für Aschwanden, selber auch ein ETH-Absolvent, ist dieser ein Muss. «Auch nach über zehn Jahren haben wir unseren Start-up-Charakter nicht verloren.»

Schweizer Geschichte

Bereits von weitem erkennt man das orangeleuchtende Fabrikgebäude unseres nächsten Finalisten. Auf dem Gelände angekommen, gelangen wir über einen Baustellenweg zum neuen Besucherzentrum von Zweifel Pomy-



Die Jurymitglieder des «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich».

ROBERTO CONCIATORI

Innovation ist der Schlüssel zum Erfolg

Auf grosser KMU-Tour: Ein Tag im vergangenen Spätsommer voller guter Unternehmensgeschichten aus dem Blickwinkel des Jurypräsidenten des «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich», der am 16. Januar 2020 im Hallenstadion verliehen wurde.

Chips in Spreitenbach. Seit über 60 Jahren beliefert der Familienbetrieb die Bevölkerung mit seinen berühmten Chips. «Wir sind ein auf die Schweiz fokussiertes Unternehmen», erklärt uns Christoph Zweifel, Sohn von Gründer Hansheirich Zweifel und Direktor Marketing und Sales. «Unser grösster Absatzmarkt ist und bleibt die Schweiz.» Der Firma ist es wichtig, möglichst alle Rohstoffe aus der Heimat zu gewinnen. «Praktisch 100 Prozent aller Kartoffeln stammen von Bauern aus der Schweiz.» Es ist schwierig, den vielen Variationen von Chips, die für uns im Besucherzentrum aufgestellt wurden, zu widerstehen, während uns das Zweifel-Team von der überragenden Qualität seiner Produkte vorschwärmt. Eingekleidet in Overalls und Hauben, betreten wir schliesslich die Produktionshalle, wo uns bereits der Geruch von frischen Chips entgegenströmt. Hier kommen sie also her, die berühmten Snacks, die an keinem Schweizer Grillabend fehlen dürfen. Mit dem Bauch voller Chips fahren wir zum nächsten Finalisten.

kleidet in Overalls und Hauben, betreten wir schliesslich die Produktionshalle, wo uns bereits der Geruch von frischen Chips entgegenströmt. Hier kommen sie also her, die berühmten Snacks, die an keinem Schweizer Grillabend fehlen dürfen. Mit dem Bauch voller Chips fahren wir zum nächsten Finalisten.

Verpackung im Zentrum

In einer leicht abgelegenen Schlucht am Stadtrand von Schaffhausen besuchen wir den Familienbetrieb Medipack, der seit mehr als 40 Jahren Verpackungslösungen für den Medizinal- und Pharmabereich produziert. Wo einst im 19. Jahrhundert eine alte Kräutermühle stand, befindet sich heute das

historische Fabrikgebäude, das bis Mitte des 20. Jahrhunderts Georg Fischer gehörte und 2008 von Medipack gekauft wurde. «Mit rund 200 Mitarbeitern sind wir das grösste eigentümergeführte Unternehmen des Kantons Schaffhausen», erklärt uns CEO Reto Artusi stolz. Das Hauptgeschäft basiert auf der Produktion von hochwertigen Sichtverpackungen, die unter reinlichsten Bedingungen hergestellt werden. Daneben entwickelt und produziert das KMU Siegel- und Stanzmaschinen, die an Kunden auf allen fünf Kontinenten verkauft werden. «Unsere langjährige Erfahrung und unser technisches Know-how ermöglichen es uns, den Kunden einen umfassenden und hochwertigen Verpackungsservice aus einer Hand zu bieten», sagt

Artusi, bevor er uns für die Fabrikbesichtigung in vier Gruppen aufteilt. Nach der Tour im alten Fabrikgebäude erhalten wir alle Schokolade mit auf den Weg – natürlich verpackt in der firmeneigenen Sichtverpackung.

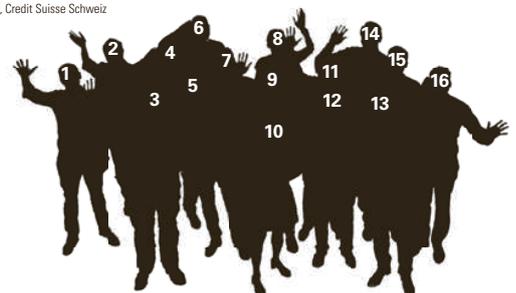
«Mir lupfed und liefere»

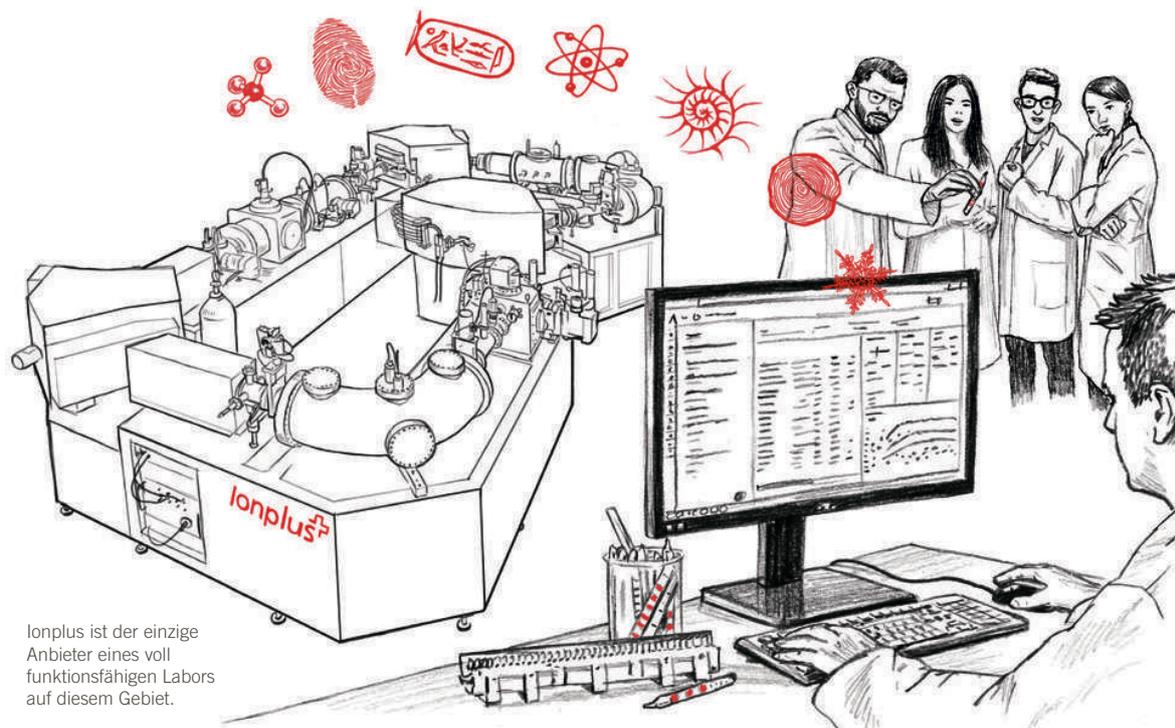
Der letzte Besuch führt uns wieder zurück in den Kanton Zürich. Ungeschützt von der heissen Sommersonne, betreten wir das Gelände der Firma Toggenburger ausserhalb von Winterthur. Das seit der Gründung vor über 90 Jahren in Familienhand gehaltene Unternehmen ist einer der renommiertesten Bau- dienstleister der Schweiz und überzeugt Bauherren im ganzen Land. Wohltuend vor der Hitze auf dem offenen Gelände, versammeln wir uns in einem schön gekühlten Container, der zu einem Aufenthaltsraum umfunktioniert wurde. «Wenn sie mich fragen, was wir hier bei Toggenburger machen», erklärt uns Truls Toggenburger, der die Firma in der dritten Generation führt, «dann ist es mit Steinen und Erde zu arbeiten.» Oder anders gesagt: «Mir lupfed und liefere.» Dem Unternehmen ist es ein Anliegen, sowohl gesellschaftlich als auch ökologisch nachhaltig zu wirtschaften, indem es unvermeidbare CO₂-Emissionen mit Klimaschutzzertifikaten kompensiert und sich in Verbänden und der Region engagiert.

Daniel Läubli ist Partner bei McKinsey & Company Schweiz und Jurypräsident des «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich».

Die Jury des «Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich»

1 Steven Himmelsbach	SVC Regionalleiter Wirtschaftsraum Zürich und Leiter Firmenkunden KMU Region Zürich, Credit Suisse Schweiz
2 Silvio Bonaccio	Leiter Technologietransfer, ETH Zürich
3 Christoph Rossacher	Head of Sales Region East KMU, Swisscom
4 Felix Obrist	CEO, Nahrin
5 Rolf Sonderegger	CEO, Kistler Gruppe
6 Fabian Hediger	Founder & CEO, Beecom; CEO, WorldWebForum
7 Thomas Sauber	Konsulent, Lusterberger Rechtsanwälte Zürich
8 Daniela Bosshardt-Hengartner	Verwaltungsratspräsidentin, Galenica
9 Roman Geiser	CEO & Managing Partner, Farmer Consulting
10 Marianne Fassbind	Partner, Dynamics Group
11 Andreas Gerber	SVC Präsident und Leiter KMU-Geschäft, Credit Suisse Schweiz
12 Urs Seitz	Inhaber, Eugen Seitz
13 Antoine Berger	Inhaber, Berger Gartenbau Kilchberg
14 Dirk Schütz	Chefredaktor «Bilanz», Ringier Axel Springer Schweiz
15 Daniel Läubli	SVC Jurypräsident und Partner, McKinsey & Company Schweiz
16 Jan Wetter	Sitz- und Regionalleiter Zürich, Ernst & Young
17 Alex Sauber	Leiter Markt Ost, Die Mobiliar (nicht auf dem Bild)





Ionplus ist der einzige Anbieter eines voll funktionsfähigen Labors auf diesem Gebiet.

ETH-Spin-Off exportiert ganze Forschungslabore

Ein ETH-Spin-Off entwickelt und exportiert Maschinen zur Datierung von kohlenstoffhaltigen Proben, zum Beispiel von archäologischen Funden. Darin ist das Unternehmen marktführend, obschon es einige Herausforderungen zu meistern hat.

Es ist von blossem Auge nicht sichtbar, radioaktiv und in der Atmosphäre in verschwindend kleiner Menge vorhanden. Sein Name ist 14C. Es handelt sich um ein Kohlenstoff-Isotop. Beim 2013 gegründeten ETH-Spin-Off, Ionplus AG, dreht sich alles um das unscheinbare Isotop. Ionplus ist führend im Bereich der 14C-Radiokarbonmethode, ein Verfahren zur Datierung von kohlenstoffhaltigen Materialien. Das Verfahren findet in der Archäologie, Umwelt- und Meeresforschung, Werkstoffwissenschaft, Biomedizin, Forensik, Geologie sowie Atomenergie Anwendung.

Der einzige Anbieter eines voll funktionsfähigen Labors

Für dieses Verfahren sind verschiedene Maschinen nötig. Die Wichtigste ist ein Beschleunigermassenspektrometer. Vor der Messung muss die Probe durch verschiedene Massnahmen vorbereitet, chemisch aufbereitet und in reinen Kohlenstoff (Graphit) umgewandelt werden. Ionplus ist eines von drei Unternehmen, das Beschleunigermassenspektrometer entwickelt. Anders als seine Konkurrenten bietet das Spin-Off aber Maschinen für die ganze Kette des Verfahrens an, nicht nur zur Messung. Zudem liefert es eine Software zur Datenevaluierung inklusive Datenbanken sowie fundiertes Know-how. Dies macht Ionplus zum einzigen Anbieter eines voll funktionsfähigen Labors.

«Bei einer Laufzeit von je 1,5 Jahren ist die Liquidität für das Unternehmen enorm wichtig. Für ein junges Unternehmen ist das problematisch, da man praktisch keine Aussicht auf günstige Finanzierungen hat.»

Joël Bourquin, CEO

Herausforderung Export

Der Absatzmarkt von Ionplus besteht mehrheitlich aus Forschungsbetrieben auf der ganzen Welt. Die Belieferung von Kunden im Ausland bringt immer eine gewisse Extrapolation an Herausforderungen: Nebst kulturellen Unterschieden und anderen Spielregeln in jedem Land, besteht meistens das Risiko eines Zahlungsausfalls. Eine weitere Schwierigkeit ist die Beschaffung liquider Mittel, was sich besonders zu den Anfängen von Ionplus nicht einfach gestaltete. CEO Joël Bourquin erklärt: «Um eine Anlage überhaupt bauen zu können, brauchen wir rund CHF 700 000 Vorleistung. Bei einer Laufzeit von je 1,5 Jahren ist die Liquidität für das Unternehmen enorm wichtig. Für ein junges Unternehmen ist das problematisch, da man praktisch keine Aussicht auf günstige Finanzierungen hat.» Eine SERV-Deckung kann in diesem Fall Abhilfe schaffen. Diese

übernimmt das Zahlungsrisiko von Ionplus gegenüber der Bank, was Ionplus wiederum Zugang zu Bankprodukten verschafft, wie in diesem Fall die Ausstellung einer Anzahlungsgarantie. Somit muss Ionplus keine weiteren Sicherheiten gegenüber der Bank stellen. «In der Anfangsphase war die SERV die einzige Finanzierungsmöglichkeit. Das war essentiell für unser Wachstum», fügt Bourquin an. Heute verkauft das Unternehmen jährlich vier bis fünf Anlagen im Wert von je rund CHF 2 Mio.

Die SERV deckt politische und wirtschaftliche Risiken beim Export von Gütern und Dienstleistungen und schützt vor Zahlungsausfällen und Liquiditätsengpässen.

SERV Schweizerische Exportrisikoversicherung
T +41 58 551 55 55
info@serv-ch.com
www.serv-ch.com

 **serv**

Das Hallenstadion füllen und Schweizer KMU feiern? Warum nicht.



Wir gratulieren allen Preisträgern des Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich 2020:

Cosanum AG

Optotune AG

HeiQ Materials AG

Toggenburger Unternehmungen

Medipack AG

Zweifel Pomy-Chips AG

Als Bank für Unternehmer und strategischer Partner des
Swiss Venture Club fördern wir das Unternehmertum. Seit 1856.

credit-suisse.com/unternehmer