

Leader das Ostschweizer Magazin

31.08.2020

Avenue ID: 791
Artikel: 12
Folgeseiten: 23

	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Cover	01
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Künftig wird es hybride Grossanlässe geben	02
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Evatec gewinnt 9. Prix Svc Ostschweiz	09
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Die Entgratungsprofis aus dem Rheintal	12
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Vom Hand- zum Gross-Sonnenschirm	14
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Festliche Stimmung trotz Corona	17
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Aus der Forschung auf den Markt	21
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Herzblut für KMU	24
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Präzision aus einer Hand	28
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Flachbettcutter aus dem «Silicon Valley der Feinmechanik»	30
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin Freude am Wein und am Handwerk	32
	28.08.2020	Leader / Das Ostschweizer Unternehmermagazin «Freude pur»	34



LEADER

DAS OSTSCHWEIZER UNTERNEHMERMAGAZIN

leaderdigital.ch
August 6/2020
Preis CHF 8.50
19. Jahrgang



Prix SVC Ostschweiz 2020:

*Die Evatec AG
räumt ab*



**Mission:
Sauber.**

pronto-ag.ch

pronto
Wir verstehen mehr
als Reinigung.

Eventbranche:

Mit neuen Ideen gegen die Krise

Begrenzungsinitiative:

Was sie für Ostschweizer KMU bedeutet

Alpenrheintal:

Nährboden für Weltmarktführer

Weiterbildung schafft Freiraum!

bzb.

bzbuchs.ch



Künftig wird es hybride Grossanlässe geben

In der Ostschweiz finden übers Jahr unzählige grosse Wirtschaftsanlässe statt – die Liste der Absagen oder Verschiebungen ist deshalb lang. Bei Pflichtveranstaltungen wie Generalversammlungen gibt es virtuelle Alternativen – bei Wissensvermittlung, Debatten und Netzwerken aber sind persönliche Kontakte wichtig.



*«Ich denke, es wird vermehrt
Hybrid-Veranstaltungen geben.»*

Reini Frei, freicom

Auch wenn die Digitalisierung jeden einzelnen Lebensbereich durchdringt, hat sie es nicht geschafft, gewisse analoge Gewohnheiten obsolet zu machen. Vor allem im Frühjahr und im Herbst treffen sich landauf, landab in kleinen Säli und grossen Hallen Dutzende oder Hunderte von Industriellen, Gewerblern, KMU-Besitzern oder Verbandsdelegierte mit Vertretern aus Politik und Gesellschaft (in fast allen Bereichen mit einem wachsenden Anteil an Frauen). Manchmal sind es über 1000 Wirtschaftsköpfe, die sich treffen; nur, um neuen Ideen zu lauschen, müssten sie freilich nicht physisch



zusammenkommen. Insbesondere der persönliche, niederschwellige Austausch von Erfahrungen und das Fachsimpeln sind es, die sich nicht so richtig in die digitale Welt konvertieren lassen.

Die verschiedenen Anlässe haben nach wie vor ihren Reiz, die Agenda für 2020 war darum längst klar – dann kam die Pandemie. In den Kalendern der Ostschweizer Wirtschaftsleute klaffen Lücken, es fehlen plötzlich lieb gewonnene Fixpunkte.

Internationaler Event

Das St.Gallen Symposium ist unter all diesen Anlässen aus verschiedenen Gründen eine Besonderheit. Es ist eine langjährige Initiative mit internationaler Ausstrahlung und ebenso internationalem Publikum. Das Gipfeltreffen von Top-Shots aus aller Welt mit der nächsten Generation wird zudem im Wesentlichen von einer Gruppe Studenten der HSG organisiert. 35 junge Leute hatten ihr Studium für ein Jahr unterbrochen, um das St.Gallen Symposium vorzubereiten. Zum 50. St.Gallen Symposium wären 600 Grössen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft erwartet worden sowie 500 Talente aus gegen 100 Nationen.

Das Jubiläum sollte würdig begangen werden, und das wird es auch, wie Beat Ulrich, CEO des St.Gallen Symposiums, verspricht. «Das 50. Jubiläumssymposium wurde nicht abgesagt, sondern in Anbetracht der Gesamtsituation um ein Jahr auf Mai 2021 verschoben.» Eine echte Alternative zur Verschiebung und somit zu einem Symposium-losen Jahr 2020 gab es nicht. «Eine grössere rein digitale Alternative wurde besprochen, war jedoch aufgrund der Kurzfristigkeit und unseren eigenen Qualitätsansprüchen keine Option für Anfang Mai 2020», sagt Beat Ulrich. Das Jubiläum wird also 2021 begangen, ein guter Teil des aktuellen studentischen OKs wird auch dann noch an Bord sein.

Andere Projekte lanciert

Das 1969 gegründete und 1970 erstmals durchgeführte Symposium ist heute weit mehr als der bekannte Grossanlass im Frühjahr. Die Enttäuschung bei den Studenten, dass der Anlass nicht durchgeführt werden kann, war sehr gross, berichtet Beat Ulrich, es sei aber auch eindrücklich gewesen, mit welcher Energie sie danach andere Projekte angepackt hätten. «Zusammen mit den Studenten haben wir im Kontext der Verschiebung 15 Projekte gestartet», sagt Ulrich. Diese griffen bestehende Ideen auf und hätten einen langfristigen Einfluss auf die Strategie. Dazu gehört das Erarbeiten eines modernen Mobilitätskonzepts, aber auch der Einbezug geeigneter Dialogformate, mit denen das Symposium das gan-



ze Jahr über aktiv sein wird. «Für dieses Projekt wurden neue Partnerschaften aufgebaut, beispielsweise mit der University of Oxford», verrät Beat Ulrich, ohne schon alles zu viel zu sagen: «Darüber kommunizieren wir zu gegebener Zeit mehr.»

Der Entscheid, das Symposium zu verschieben, sei bei Partnern wie auch beim Publikum auf grosse Akzeptanz gestossen, hält Beat Ulrich fest, die ideelle und die finanzielle Unterstützung der Initiative hat nicht gelitten: «Auch unsere Partner sehen die Notwendigkeit des Dialoges mit der nächsten Generation als noch grösser an als zuvor. In vielen Dingen braucht es neue Lösungen, die den kommenden Generationen gerecht werden – da werden wir beitragen, diese zu entwickeln.»

Neue Formen in Planung

Durch die Unterstützung der namhaften Partner konnte ein grosser Teil der Kosten gedeckt werden – Kosten, die nicht nur für den Event im Mai anfielen, sondern auch für Vor-Anlässe in zehn Städten oder für einen globalen Aufsatzwettbewerb und für die Erarbeitung verschiedener Studien. Der verbleibende Verlust kann mit Rückstellungen und aus der Substanz der St.Galler Stiftung für Internationale Studien gedeckt werden. Die lokalen Hotelpartner und die Olma-Messen lobt Ulrich für ihre konstruktive Zusammenarbeit bei der Verschiebung.

Für die kommenden Symposien wären ohnehin verschiedene Weiterentwicklungen geplant gewesen, diese werden nun unter dem Eindruck der Corona-Massnahmen gezielt verfeinert. Unter anderen sollen hybride Konferenzformen mit Referenten und Teilnehmern sowohl vor Ort als auch über Live-Schaltungen zu weltweiten Partner-Standorten wie Singapur umgesetzt werden. Bleiben wird der Anspruch, gemäss dem Leitsatz «lead with the next generation in mind» Führungskräfte aus Wirtschaft und Politik durch die junge Generation inspirieren zu lassen. So sollen Entscheidungen herbeigeführt werden, die den veränderten und langfristigen Anliegen der nächsten Generation gerecht werden.

Virtuelle Generalversammlungen

Mit dem Unternehmen alea iacta AG ist Geschäftsführer Roger Tinner in der Strategie- und Kommunikationsberatung zu Hause, ein grosses Betätigungsfeld der Firma ist aber auch das Eventmanagement. Zu den Kunden zählen beispielsweise Verbände, die alea iacta mit der Organisation von Generalversammlungen betrauen. Zwei solcher GV hätten nicht den Corona-Spielregeln entsprochen und konnten nicht wie ge-



wohnt abgehalten werden, sie wurden deshalb von der alea iacta AG virtuell durchgeführt.

Das wäre für andere Veranstaltung keine befriedigende Alternative gewesen, weshalb grosse, von alea iacta organisierte Events neu angesetzt wurden. Der Prix SVC Ostschweiz, die alle zwei Jahre angesetzte Verleihung des angesehenen Wirtschaftspreises des Swiss Venture Clubs, wurde von März auf Mitte August verschoben. «Wir führen eine



«Gelassenheit ist eine der wichtigsten Tugenden im Geschäftsleben.»

Roger Tinner, alea iacta AG

abgespeckte Variante durch», sagt Roger Tinner. Um den Vorschriften genüge zu leisten, wurde die Zahl der Teilnehmer auf 350 begrenzt. Dafür gibt es ein Live-Streaming des Anlasses. Der bisherige Networking-Apéro, das muntere Gewusel von 1000 Gästen, wird durch ein Dinner mit festen Plätzen ersetzt.

Paul kommt wie gewohnt

Verschoben von März auf den 25. September wurde auch der Kommunikationstag «Paul kommt auch», dieser Anlass wird vermutlich ausser den inzwischen selbstverständlichen Hygieneregeln keine konzeptionellen Anpassungen erfahren. Das gleiche gilt für den Swiss Fundraising Day, der vom Juni auf den 9. Oktober geschoben wurde.

Am regulären Datum, dem 23. Oktober, soll der Schweizer KMU-Tag wie geplant stattfinden können, «wobei die Zahl der



Teilnehmer vor Ort von den aktuellen behördlichen Entscheidungen abhängt», wie Roger Tinner einschränkt. Bleibt es bei der im Sommer aktuellen Grenze von 1000 Personen, müsste der KMU-Tag etwas schrumpfen. Dazu müssen natürlich räumlich und organisatorisch alle notwendigen Massnahmen getroffen werden, «es macht jedoch wenig Sinn, diese jetzt schon festzulegen, weil sich ja noch einiges ändern kann», sagt Roger Tinner.

Die neue Situation eröffnet auch neue Möglichkeiten. Bei einem Verband hat alea iacta nicht nur die GV online durchgeführt, sondern auch neue Online-Gefässe geschaffen, die auf eine gute Nachfrage stiessen. Andere Bereiche lassen sich noch nicht digital kompensieren, wie Tinner sagt: «Bisher kenne ich kein Online-Format, das konsequent auf Richtung Virtual Reality setzt und damit Networking in einem eigentlichen Sinn ermöglichen würde.»

Tinners Unternehmen hatte durch die Corona-Wirren wenige zusätzliche externe Kosten, weil etwa Eventlocations Verschiebungen ohne Kostenfolge akzeptierten. Die internen Kosten für zusätzliche Arbeit «gehören zum Risiko des eigenen Unternehmens», sagt Tinner. Sein Learning aus der Krise: «Es hat bestätigt, dass Gelassenheit eine der wichtigsten Tugenden im Geschäftsleben insgesamt, ganz besonders jedoch im Eventbereich ist.» Seine Firma sei glücklicherweise so breit aufgestellt, dass sie durch Verschiebungen und Ausfälle nicht in existenzielle Not gerate.

Firmenanlässe wurden abgesagt

Die Kommunikationsagentur freicom hat ein starkes Standbein im Eventmanagement und organisiert sowohl eigene Anlässe als auch Kunden-Events. «Einige Firmen-Events, für die wir als Agentur konzeptionell und organisatorisch zuständig waren, wurden abgesagt», sagt Reinhard Frei, der CEO des Unternehmens. «Hingegen konnten wir zum Glück alle geplanten Eigen-Veranstaltungen in die zweite Jahreshälfte verschieben und mussten nichts absagen.»

«Bei einer Verschiebung entstehen nicht unerhebliche Zusatzkosten aufgrund der Koordination mit bisherigen und neuen Referenten, Absprachen mit Infrastruktur-Anbietern, Sponsoren, Dienstleistungspartnern usw.», gibt Reni Frei zu bedenken. Auch bereits angemeldeten Teilnehmer müssten über neue Vorschriften und Massnahmen informiert werden. «Zudem möchten wir neu Live-Streams an Veranstaltungen anbieten, was natürlich auch wieder mit Mehraufwand verbunden ist.»

Beim Ostschweizer Personaltag hat freicom sehr früh reagiert und bereits Mitte März, kurz nach dem Lockdown, mit den Olma-Messen ein Verschiebedatum fixiert. Statt im Juni fin-



det der Anlass nun am 24. September statt. «Wir gehen davon aus, dass wir alle Veranstaltungen durchführen können», sagt Reni Frei, «je nach Situation wird die Form aufgrund der Covid-19 Verordnung aber etwas anders sein als in den vergangenen Jahren.»

Grossanlässe werden es schwer haben

Frei zeigt sich überzeugt, dass sich auch mit den Corona-bedingten Anpassungen erfolgreiche Veranstaltungen durchführen lassen. Nach dem Personaltag organisiert seine Firma planmässig am 5. November das Wirtschaftsforum Thurgau mit etwa 400 Besuchern und am 22. Januar 2021 das Rheintaler Wirtschaftsforum mit etwa 800 Gästen.

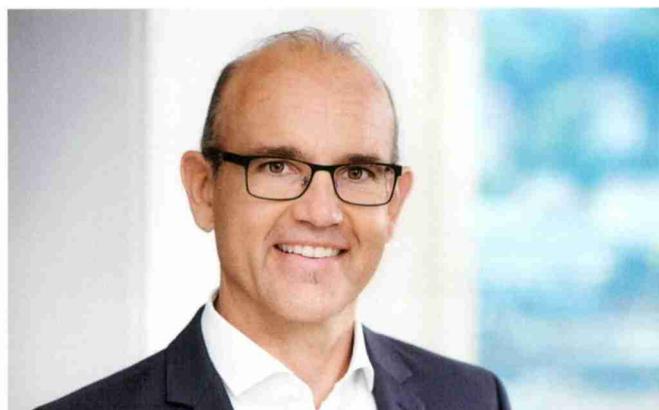
Auch da wird Reni Frei in Zukunft neue Modelle erwägen. Er glaubt, dass es Grossveranstaltungen mit mehr als 800 oder 1000 Teilnehmern in Zukunft schwer haben werden: «Es wird vermehrt Hybrid-Veranstaltungen geben, mit einigen Zuschauern vor Ort und weiteren, die via Live-Stream teilnehmen.»

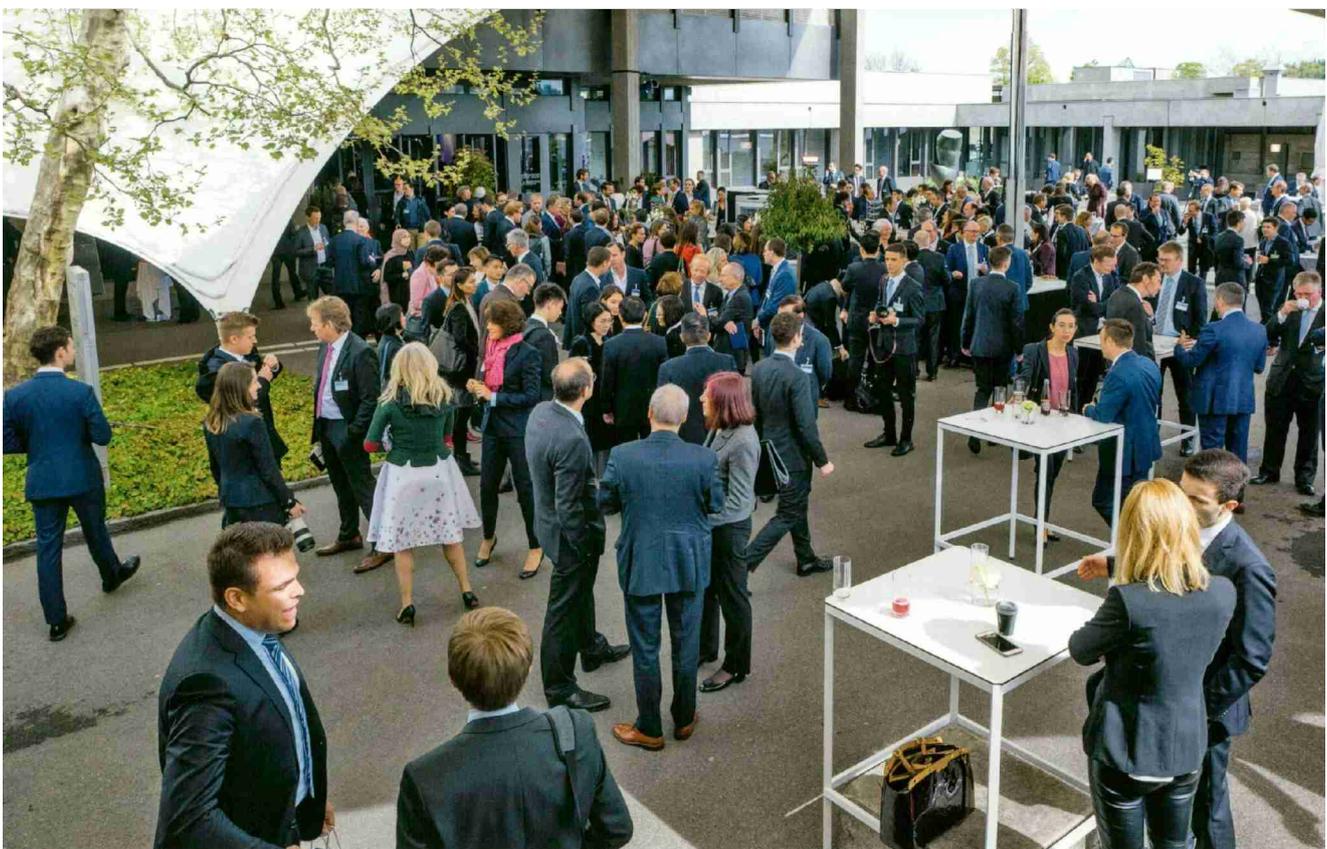
Text: Philipp Landmark

Bilder: Marlies Thurnheer, zVg

«Auch unsere Partner sehen die Notwendigkeit des Dialoges mit der nächsten Generation als noch grösser an als zuvor.»

Beat Ulrich, St.Gallen Symposium





Austausch auf dem HSG-Areal: Der Dialog von Top-Shots aus aller Welt mit Talenten der nächsten Generation macht den Reiz des St.Gallen Symposiums aus.



Evatec gewinnt 9. Prix SVC Ostschweiz

Bei der Verleihung des Prix SVC Ostschweiz 2020 setzte sich am 19. August die Evatec AG aus Trübbach gegen fünf weitere Finalisten durch. Das global tätige Unternehmen entwickelt und produziert Hightech-Dünnschicht-Beschichtungsanlagen. Die Preisverleihung wurde infolge der Coronapandemie erstmals als Hybrid-Event durchgeführt – vor Ort mit rund 300 geladenen Gästen aus Politik und Wirtschaft und via Livestream.

Die Evatec AG um CEO Andreas Wälti gewinnt den Prix SVC Ostschweiz 2020



Die Gewinnerin des Prix SVC Ostschweiz 2020 heisst Evatec AG aus Trübbach. Die Plätze 2 und 3 belegen die Integra Biosciences AG (Zizers) und die Zünd Systemtechnik AG (Altstätten). Ebenfalls in den Final geschafft hatten es die Davaz Holding AG (Fläsch), die Glatz AG (Frauenfeld) und die Heule Werkzeug AG (Balgach).

«Respekt und Anerkennung»

«Eine einmalige Erfolgsgeschichte» nannte Jurypräsident Andrea Fanzun, Partner und CEO der Churer Fanzun AG, die Entwicklung der Evatec AG in seiner Laudatio für den Sieger. Die Evatec entstand 2004 als Management-Buy-out der Unaxis, als die Co-Gründer Andreas Wälti (heute CEO) und Marco Padrun (heute CTO) mit fünf Mitarbeitern starteten. Heute beschäftigt das Unternehmen weltweit über 450 Angestellte, davon rund 300 in Trübbach. Der Jurypräsident dazu: «Diese Zahlen verdienen Respekt und Anerkennung.» Verantwortlich dafür seien eine unternehmerisch kompetente Führungscrew, hoch qualifizierte Mitarbeiter und höchste Qualität im Bau von Beschichtungsanlagen für dünne Filme im Halbleiter-, Optik- und Optoelektronik-Markt. Für das Expertengremium zeugen 380 erteilte und 200 angemeldete Patente von der Innovationskraft des Unternehmens, das mit seinen Entwicklungen und Produkten Kunden auf der ganzen Welt überzeuge.

Sechs Preisträger geehrt

Den zweiten Platz erreichte die Integra Biosciences AG aus Zizers. Das Unternehmen überzeugte die Jury nicht nur durch ihre «herausragende Marktposition», sondern auch durch ihre konsequente Kundenorientierung und ihre ausgeprägte Innovationskultur. So ist das Unternehmen anerkannter Innovationsleader für elektronische Pipetten und entwickelt, fertigt und vertreibt mit heute 280 Angestellten hochqualitative Laborgeräte für das präzise Dosieren von Flüssigkeiten. Den dritten Platz holte sich die Zünd Systemtechnik AG aus Altstätten. Das weltweit tätige Familienunternehmen, das sich auf die Entwicklung und Herstellung digitaler Flachbett-Schneidsysteme spezialisiert hat, beschäftigt weltweit 400 Mitarbeiter, davon 210 am Hauptsitz im Rheintal. Die weiteren Finalisten und Preisträger des Abends sind die Davaz Holding AG (Fläsch), die Glatz AG (Frauenfeld) und die Heule Werkzeug AG (Balgach). In einem mehrstufigen Verfahren hatte die zwölfköpfige Expertenjury im Vorfeld die sechs Finalisten nominiert und während einer Juryreise besucht. Nach klar definierten Kriterien wurde aus allen Nominierten der Sieger erkoren. Zur Auswahl standen er-



neut Firmen aus den beiden Appenzell, Glarus, Graubünden, St.Gallen und Thurgau.

Preisverleihung erstmals als Hybrid-Veranstaltung

Der Swiss Venture Club (SVC) zeichnet mit dem Prix SVC Ostschweiz bereits zum neunten Mal erfolgreiche Klein- und Mittelunternehmen (KMU) der Region aus. Der feierliche Anlass, den erneut Marco Fritsche moderierte, fand wegen der Coronapandemie als Galadiner statt – mit rund 300 geladenen Gästen vor Ort aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft und via Livestream. «Hybrid» nennt man diese Form von Veranstaltung.

Für Jurypräsident Andrea Fanzun müssen sich KMU wohl auch für die Zukunft genauso «hybrid» aufstellen: «Mit der richtigen Strategie, den richtigen Produkten oder Dienstleistungen und den richtigen Mitarbeitern unterwegs sein, dabei aber immer mit allem rechnen und bereit sein für notwendige Anpassungen.» Die sechs diesjährigen Finalisten des Prix SVC Ostschweiz hätten schon bewiesen, dass sie langfristig und auch über Krisenzeiten hinweg, eben «nachhaltig» erfolgreich sein können.

Text: Tanja Mälius

Bild: Marius Thurnheer

Die Jury des Prix SVC Ostschweiz 2020

- Andrea Fanzun, Jurypräsident, Partner und CEO Fanzun AG
- Gian Bazzi, Generalagent/Inhaber Die Mobiliar Generalagentur St.Gallen
- Christine Bolt, Direktorin Olma Messen St.Gallen
- Reto Freitag, Sales Director East Enterprise Sales & Services Swisscom (Schweiz) AG
- Prof. Dr. Isabella Hatak, KMU-HSG, Ordentliche Professorin, Lehrstuhlvertretung für KMU-Management
- Ruth Metzler-Arnold, VRP Switzerland Global Enterprise, VR u.a. AXA Winterthur, Bühler AG, Universitätsrätin HSG, Stiftungsrätin Avenir Suisse
- Peter Schütz, Inhaber Letrona AG
- Christian Sieber, CEO/Mitinhhaber Sieber Transport AG
- Esther von Ziegler, VR/Mitinhaberin azinova group AG
- Christoph Zeller, SVC Regionenleiter Ostschweiz, Leiter Firmenkunden Region Ostschweiz, Credit Suisse (Schweiz) AG
- Iwan Zimmermann, Associate Partner, Audit Services, Leiter Region Ostschweiz / Liechtenstein Ernst & Young AG
- Reto Zürcher, CEO und Mitinhhaber HB-Therm AG



Heule-CEO Ulf Heule: Neue Industrien angehen.

Die Entgratungsprofis aus dem Rheintal

Die Heule Werkzeuge AG setzt seit 1961 Masstäbe in der Entwicklung und Fertigung von Werkzeugen für die vor- und rückseitige Bearbeitung von Bohrungen. Das Familienunternehmen aus Balgach beliefert heute alle namhaften Automobil- und Luftfahrtshersteller, so CEO Ulf Heule.

Ulf Heule, Ihr Vater Heinrich legte mit einem revolutionären Werkzeug, das auch den Automobilhersteller Daimler-Benz beeindruckt hat, den Grundstein für den Erfolg des Unternehmens. Wo zeigt sich der Pioniergeist bei der Heule Werkzeug AG heute?

Der Einstieg bei Daimler-Benz war der Grundstein für unsere Tätigkeit als Entgratungsprofi. In den letzten Jahrzehnten hat sich Heule vom einfachen Lieferanten von Entgratungswerkzeugen zum Problemlöser in der Branche entwickelt. Projekte werden kundenspezifisch abgewickelt und falls notwendig individuelle Werkzeuge für die entsprechende Applikation entwickelt. Mit diesem individualisierten Vorgehen haben wir weltweit eine Pionierstellung auf dem Markt.

Was sind die grössten Erfolge der bisherigen Firmengeschichte?



Vor knapp 60 Jahren startete mein Vater mit einem Lohnfertigungsbetrieb. Durch den Kontakt mit Daimler-Benz und der anschliessenden Zulassung seiner Spezialwerkzeuge für deren Produktion schrieb er das wohl wichtigste Kapitel der Firmengeschichte. Danach war die Firma vor allem im süddeutschen Raum tätig, heute dürfen wir auf eigene Tochterfirmen in den USA, China, Korea und Deutschland zählen.

Heule ist bei der Entgrattechnologie technologischer Marktleader. Was zeichnet Sie aus?

Bei Heule wird nicht nur einfach ein Werkzeug verkauft, sondern ein komplexes Fertigungsproblem des Kunden gelöst. Wir erfahren von Entgratproblemen, analysieren diese und entwickeln dann – falls es kein passendes Standardwerkzeug gibt – eine individuelle Lösung.

Seit einigen Jahrzehnten expandiert die Heule Werkzeug AG laufend. Was ist Ihre Wachstumsstrategie?

Die Wichtigkeit der Märkte verschiebt sich aktuell klar gegen Osten. Dank unseren Tochterfirmen erhalten wir in auch in diesen Regionen tatkräftige Unterstützung und sind für die Kundschaft vor Ort verfügbar.

Wie sieht die Zukunft aus?

Die Automobil- und die Flugzeugindustrie sind im Umbruch. Deshalb gehen wir neue Industrien an wie beispielsweise die Medizinaltechnik, die Uhren- oder die Energieindustrie. So nutzen wir etwa unsere Erfahrung im Entgraten von Flugzeugturbinen für Projekte mit Turbinenteilen in der Energieindustrie.

Text: Tanja Millius

Bild: Marlies Thurnheer



Prix SVC Ostschweiz – Finalist

Vom Hand- zum Gross-Sonnenschirm

Er sorgt in unzähligen Gärten für Schatten: ein Sonnenschirm der Glatz AG. Die Frauenfelder Firma entwickelt, produziert und vertreibt weltweit Sonnen- und massgefertigte Grossschirme. Dieses Jahr blickt das Familienunternehmen auf eine 125-jährige Geschichte zurück, an deren Erfolg VR-Präsident Markus Glatz und sein Vater und Vorgänger Dölf Glatz massgeblich beteiligt sind.

Markus Glatz, VR-Präsident Glatz AG:
Richtige Einstellung als Erfolgsfaktor.

Markus Glatz, Glatz wurde 1895 als Schirmfabrik gegründet. Heute gehört das Unternehmen zu den weltweit führenden Sonnenschirmherstellern. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Leute mit der richtigen Einstellung und den unterschiedlichsten Fähigkeiten zu engagieren, sie für die gemeinsamen Ziele zu begeistern und zu Hochleistungsteams zu entwickeln.

Dölf Glatz, was sind für Sie die grössten Meilensteine in der Firmengeschichte?

Sicherlich der Wandel des Unternehmens von der handwerklichen Fertigung handgetragener Mode- und Trachten-Sonnenschirme zu industriell hergestellten Gartenschirmen. Symbolisiert wird dies durch den 1931 eingeführten Alexo®. Dann die Entwicklung des ersten Freiarmschirmes Pendalex® 1959. Und schliesslich die Lancierung des ersten professionellen Grossschirmes 1972.

Die Glatz AG setzt immer wieder neue Massstäbe in der Schirmherstellung und überrascht den Markt. Worauf sind Sie besonders stolz?

MG: Auf die kontinuierliche Weiterentwicklung und Internationalisierung des Unternehmens zu einem der führenden Sonnenschirmhersteller weltweit, mit einer Fertigung



für massgeschneiderte Garten- und Grossschirme in der Schweiz.

Was sind denn die wichtigsten Faktoren, um die Nase in einem umkämpften Markt vorne zu haben?

MG: Sicherlich die konsequente Entwicklung und Überarbeitung von Produkten und Sortimenten. Sehr wichtig sind auch internationale Kooperationen sowie ein Führungsteam mit internationaler Erfahrung und Sozialkompetenz.

Und was waren die grössten Herausforderungen in den letzten Jahren?

MG: Der Generationenwechsel von der dritten auf die vierte Familiengeneration, der Markteintritt von Osteuropa nach dem Fall der Mauer sowie von China im Zuge der Globalisierung, die Eurokrise ab 2008 – und aktuell die Coronakrise.

Welche Neuerungen lancierten Sie in dieser Saison?

DG: Wir präsentieren mit Ambiente Nova einen neuen Freiarmschirm im XL-Format mit integrierter Beleuchtung. Neu ist auch der Fortano®: Er wurde für den Einsatz in der Gastronomie und an windexponierten Standorten entwickelt. Und wir freuen uns auf ein tolles Jubiläumfest, das wegen Corona auf 2021 verschoben wurde.





Dölf und Markus Glatz.



Text: Tanja Millius
Bilder: Marlies Thurnheer. zVg



84 Prix SVC Ostschweiz



Festliche Stimmung trotz Corona

Wir gratulieren der Evatec AG zum Gewinn des 9. Prix SVC Ostschweiz 2020, der am 19. August in der Olmhalle 3.1 vor rund 300 Gästen und via Livestream verliehen wurde. Fotografiert für den LEADER hat Marlies Thurnheer; alle Bilder des Anlasses finden Sie auf [leaderdigital.ch/galerien](https://www.leaderdigital.ch/galerien)



LEADER | August 2020

Leader/Das Ostschweizer Unternehmernmagazin
9014 St. Gallen
071/ 272 80 50
<https://www.leaderdigital.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 6'457
Erscheinungsweise: 9x jährlich



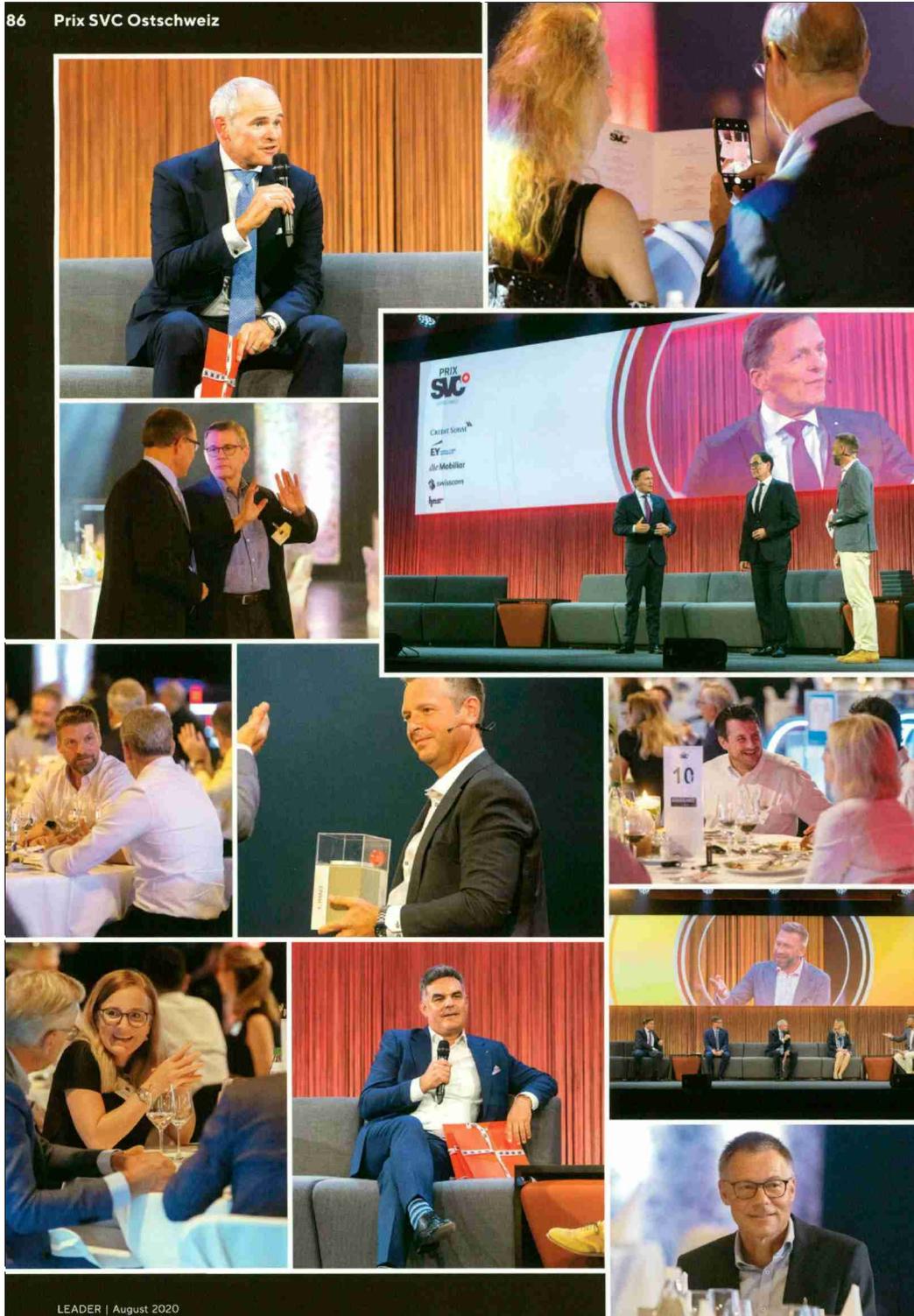
Seite: 85
Fläche: 229'048 mm²

Auftrag: 1073424
Themen-Nr.: 260.012

Referenz: 78143245
Ausschnitt Seite: 2/4



LEADER | August 2020







Aus der Forschung auf den Markt

Die Gewinnerin des Prix SVC Ostschweiz 2020 heisst Evatec AG. Das Unternehmen hat sich auf Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Hightech-Dünnschichtungsanlagen für den Halbleiter-, Optik- und Optoelektronik-Markt spezialisiert. Über 300 Ingenieure, Wissenschaftler und Supportmitarbeiter arbeiten in Trübbach. Die Geschichte der Evatec ist auch eine Erfolgsgeschichte von CEO Andreas Wälti und CTO Marco Padrun.



Andreas Wälti: CEO Evatec AG:
Technologisch immer vorne dabei sein.



Andreas Wälti, CEO, und Marco Padrun, CTO Evatec AG.

Andreas Wälti, was war es für ein Gefühl, die Siegertrophäe entgegenzunehmen?

Ein sehr schönes! Der Sieg ist für uns eine Bestätigung, dass wir in der Region wahrgenommen werden, obwohl wir extrem exportorientiert sind. Es freut uns sehr, dass wir auch in der eigenen Umgebung so geschätzt werden.

Sie haben sich gegen fünf Finalisten durchgesetzt. Was hat Sie an der Laudatio der Jury besonders gefreut?

Mich freut ausserordentlich, dass man sieht, dass wir viel in Innovation und Technologie investieren – und dies die Jury überzeugt hat. Es freut uns auch, dass die Jury sieht, dass wir uns zum Werkplatz Schweiz bekennen und die Entwicklung und den grössten Teil der Arbeitsplätze bewusst hier behalten. Das zeigt auch die Tatsache, dass wir in den letzten Jahren ein neues Labor in Trübbach gebaut haben und hier weiter investieren und neue Produkte entwickeln.

Was für eine nachhaltige Wirkung versprechen Sie sich vom Sieg des Prix SVC Ostschweiz 2020?

Er zeigt vor allem auch unseren Leuten, dass wir auf dem richtigen Weg und als Arbeitgeber ein sicherer Wert sind.

Jurypräsident Andrea Fanzun nennt die Evatec AG eine «einmalige Erfolgsgeschichte»: Sie gründeten das Unter-



nehmen 2004 zusammen mit Marco Padrun. Heute ist es ein erfolgreiches, global tätiges Unternehmen. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Immer sehr nahe an unseren Kunden zu sein! Unsere Projekte, die in enger Zusammenarbeit mit Kunden und Instituten in der Schweiz und Europa entwickelt werden, sollen auch zukünftig technologisch zuvorderst mitspielen. In den letzten zwei Jahren haben wir etwa ein komplett neues Labor mit Reinräumen gebaut.

Sie gründeten das Unternehmen nach Ihrem Studium an der NTB Buchs und arbeiten bis heute eng mit der NTB zusammen, aber auch mit der Empa und der ETH. Wie profitiert die Evatec von dieser Zusammenarbeit?

Einige dieser Kooperationen laufen über Innosuisse, die Schweiz. Agentur für Innovationsförderung. Sie hat strenge Kriterien, damit ein Projekt überhaupt genehmigt wird. Unter anderem wird zum Beispiel der Innovationsgrad eines Projektes bewertet. Dazu müssen der wissenschaftliche und wirtschaftliche Ansatz neuartig sein. Davon profitieren wir als Unternehmen, aber auch das Partnerinstitut, da es industrienahe neue Kompetenzen erarbeiten kann.

Fast alles, was in Trübbach produziert wird, gelangt an Kunden im Ausland – die starke Auslandabhängigkeit birgt auch Risiken. Wie spüren Sie das?

Wir haben in den letzten zwölf Jahren gelernt, mit dem starken Franken so gut wie möglich umzugehen. Da spielen auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen eine wichtige Rolle: In der Schweiz müssen wir achtsam sein, um nicht im globalen Wettbewerb unterzugehen. Konkret heisst das, dass wir nicht an Produktivität und Flexibilität verlieren dürfen, gleichzeitig aber darauf achten müssen, technologisch immer vorne mit dabei zu sein.

Was sind die Flaggschiffe der Evatec AG, auf die Sie besonders stolz sind?

Die Prozessverbesserungen, die wir zusammen mit Kunden und Partnern auf unseren Anlagen entwickeln, um ständig noch bessere Wirkungsgrade aus einem Bauteil zu holen. Ein Beispiel ist ein Ladegerät für ein Mobiltelefon: Vor ein paar Jahren war dieses noch mindestens faustgross, heute ist es nicht grösser als ein normaler 230-V-Netzstecker.

Text: Tanja Millius

Bilder: Marlies Thurnheer, zVg



Christoph Zeller, SVC-Regionenleiter und
OK-Präsident Prix SVC Ostschweiz:

Herzblut für KMU.





Text: Tanja Millius

Bild: Marlies Thurnheer

Profitieren die früheren Preisträger auch heute noch vom Prix SVC Ostschweiz – und wie zeigt sich das?

Wir fragen – spätestens vor der nächsten Verleihung – die früheren Preisträger immer, ob und wie sie vom Gewinn profitieren. Auch wenn die Preisträger ihre Produkte oft exportieren, schätzen sie alle die mediale Aufmerksamkeit und die Steigerung ihrer Bekanntheit zumindest in der Region Ostschweiz. Insbesondere bei der Suche nach Fachkräften und Mitarbeitenden ist ein solcher Preis ein willkommener und nützlicher Imageträger. Fast bei allen steht die Siegerskulptur ganz prominent im Empfangsbereich, als Motivation für die Mitarbeitenden und als Signal an Kunden, Lieferanten und Gäste, dass dies ein im wahrsten Sinn des Worts «ausgezeichnetes» Unternehmen ist.

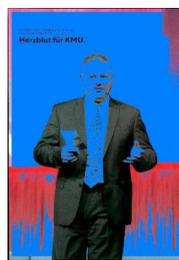
Pflegt der Swiss Venture Club nach der Preisverleihung weiterhin Kontakt zu den Ostschweizer Preisträgern – und was ist das Ziel des Austausches?

Das Netzwerk «verschwindet» zwischen den alle zwei Jahre stattfindenden Preisverleihungen nicht. Ganz im Gegenteil: Den Austausch in der KMU-Landschaft zu fördern und zu pflegen, gehört zu den wichtigen Aufgaben des Swiss Venture Club, der ja Ausrichter der Prix SVC ist. Daher tragen wir diesem Netzwerk gezielt und bewusst Sorge, denn auch hier geht es ums Lernen für die Praxis und Erfahrungsaustausch zwischen Unternehmerinnen und Unternehmern. So gibt es in den «Zwischenjahren» jeweils ein Preisträger-Treffen, wo alle bei einem der Sieger zusammenkommen. Zudem gibt es laufend vielfältige Kontakte zwischen Swiss Venture Club, Jurymitgliedern und Finalisten – nicht zuletzt über Anlässe in den Bereichen Politik, Finanzen, Bildung und Sport.

«Kriterien wie Nachhaltigkeit und Innovationsfähigkeit werden in diesen Zeiten des rasanten Umbruchs jedoch wichtiger als früher.»

Wie hat sich der Prix SCV in den letzten Jahren verändert – welche Anpassungen gab es und wieso?

Am Kern haben wir nichts geändert, er hat sich bewährt. Beim



Ablauf der Preisverleihungen haben wir immer wieder Anpassungen vorgenommen – um die Events spannend zu erhalten. Der Swiss Venture Club hat sich vom «Preisverleiher» jedoch in dieser Zeit zu einem breit abgestützten Netzwerk mit einer Vielzahl an Aktivitäten entwickelt. Gemeinsames Ziel aller Bereiche bleibt es jedoch, das Unternehmertum und die KMU-Landschaft Schweiz zu stärken und deren Leistungen sichtbar zu machen.

Blicken wir in die Zukunft: Welche Kriterien werden bei der Auswahl der künftigen Finalisten zunehmend wichtig?

Auch in Zukunft wird eine Kombination von wesentlichen Faktoren entscheidend für den Erfolg sein. Diese Kombination ist sehr individuell. Kriterien wie Nachhaltigkeit und Innovationsfähigkeit werden in diesen Zeiten des rasanten Umbruchs jedoch wichtiger als früher. Gewinnen wird auch in Zukunft nur ein Unternehmen, das bei allen Kriterien überdurchschnittlich abschneidet.

Die Digitalisierung wird immer wichtiger, Unternehmen stehen heute verschiedenste Kanäle offen, um sich und ihre Firma zu bewerben. Braucht es hier den Prix SVC noch?

Keine Online-Abstimmung und keine Social Media-Kampagne kann das besondere Flair eines Live-Events ersetzen. Das hat unsere «unfreiwillig hybride» Form in diesem Jahr deutlich gezeigt. Nach diesem Jahr werden es unsere Gäste wohl besonders schätzen, 2022 wieder persönlich eingeladen zu werden und mit den Protagonisten des wirtschaftlichen Erfolgs in der Ostschweiz ins Gespräch zu kommen. Die digitalen Kanäle helfen uns natürlich, im Vorfeld und nach der Verleihung die Sieger noch breiter bekannt zu machen und unsere Botschaften breit zu streuen. In diesem Sinn ergänzen sie das Erlebnis «Prix SVC Ostschweiz» ideal.

Sie sind SVC Regionenleiter und auch OK Präsident des Prix SVC Ostschweiz – was ist Ihre persönliche Motivation für Ihr grosses Engagement?

«Herzblut für kleine Unternehmen» verbindet diese beiden Engagements: meine alltägliche Arbeit als Regionenleiter Firmenkunden Ostschweiz bei der Credit Suisse und meine Tätigkeit als OK-Präsident. Ich empfinde es als Privileg, die KMU der Region in ihrer Arbeit zu begleiten und die erfolgreichsten unter ihnen alle zwei Jahre auf der Prix-SVC-Bühne zu präsentieren. Ich lerne selbst ausserordentlich viel von den Unternehmen der Region und bin dankbar, ihnen mit dem Engagement für den Preis und die Verleihung Anerkennung zu zeigen. Ausserdem motiviert mich die Begeisterung



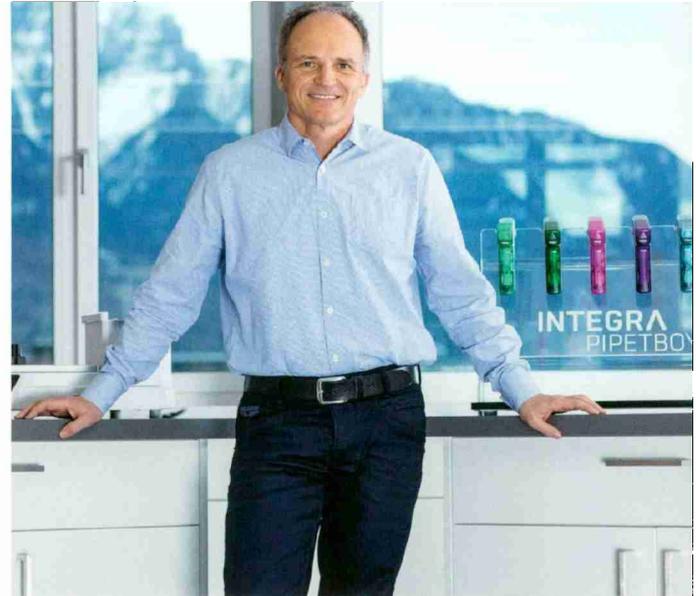
der Preisträger und aller Gäste an unserem Event problemlos für jede weitere Durchführung. Da kommt so viel Freude und Dankbarkeit zurück, dass sich jede Minute OK-Engagement mehr als lohnt!

Zum Schluss: Wenn Sie die Bedeutung des Prix SVC Ostschweiz für die Ostschweizer KMU in einem Satz zusammenfassen müssten – wie lautet dieser.

Unsere Preisverleihung ist einer der bedeutendsten Anlässe für die Ostschweizer Wirtschaft. Sie hat eine breite und positive öffentliche Ausstrahlung und bietet eine einmalige Plattform, die Leistungen und Verdienste der Ostschweizer KMU zu würdigen.

Und ganz zum Schluss: Hat ihr persönlicher Favorit den diesjährigen Preis gewonnen?

Auch wenn es am Abend immer eine Rangliste gibt, darf ich klar festhalten: Alle sechs Finalisten des «Prix SVC Ostschweiz» sind aus Sicht der ganzen Jury – und damit auch aus meiner Sicht – «Favoriten» der Ostschweizer Wirtschaft, die übrigens auch als Ganzes einen Preis verdient. Ich bin stolz, in dieser wirtschaftlich so lebendigen und innovativen Region zu arbeiten, und ich hoffe sehr, dass sie auch die derzeit so herausfordernde Zeit gut bewältigen wird.



Adrian Oehler, VR-Präsident Integra Biosciences Group. Urs Hartmann, CEO Integra Biosciences Group.

Präzision aus einer Hand

Die Integra Biosciences AG aus Zizers GR erreichte beim Prix SVC Ostschweiz den zweiten Platz. Das Unternehmen entwickelt, fertigt und vertreibt Laborgeräte für das exakte Dosieren von Flüssigkeiten. Der Marktführer für elektronische Pipetten beschäftigt über 300 Mitarbeiter und hat Niederlassungen in den USA, in Europa, in China und in Japan. Im Gespräch mit CEO Urs Hartmann.

Urs Hartmann, in den letzten fünf Jahren lag das durchschnittliche Wachstum der Integra bei über 20 Prozent. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Basis unseres Erfolges sind unsere qualifizierten und motivierten Mitarbeiter, die in grosser Eigenverantwortung unsere Produkte immer noch intelligenter und bedienerfreundlicher machen. Wir bieten unseren Kunden in der Life-Science-Forschung einen messbaren Mehrwert, indem wir ihre Analysen präziser, effizienter und produktiver gestalten. Neben unserer Entwicklungs- und Produktionskompetenz sind wir auch stolz auf ein gut funktionierendes Marketing sowie darauf, dass wir eine Unternehmung mit familiärem Charakter sind. Und die Corona-Pandemie hat die Nachfrage nach unseren Produkten weiter in die Höhe schnellen lassen.



Innovative Produkte sind das eine, deren Vermarktung das andere – was macht Integra hier besser als ihre Mitbewerber?

Unser Direktvertrieb und die unmittelbare Nähe zu unseren Kunden erlauben uns, deren Bedürfnisse schneller und umfassender zu erfassen und daraus einzigartige Lösungen zu entwickeln. Alles aus einer Hand anzubieten, macht uns agil. Zudem treiben wir die Digitalisierung unseres Marketings voran. **Der Hauptsitz in Zizers soll deutlich vergrössert und Platz für 100 zusätzliche Mitarbeiter geschaffen werden. Welche Ziele verfolgen Sie bezüglich der Weiterentwicklung?**

Wir entwickeln unsere bestehenden Produkte laufend weiter und haben eine vielversprechende Produktpipeline. Wir haben Anfang Jahr auch entschieden, eine zusätzliche Produktionsstätte für Verbrauchsmaterialien wie Pipettenspitzen in Zizers zu errichten. So können wir die erhöhte Nachfrage abdecken und unsere Kundennähe in Europa und Asien stärken, denn unsere Verbrauchsmaterialien werden heute einzig an unserem Standort in den USA hergestellt.

In welche Bereiche investieren Sie künftig vor allem?

Der langfristige Erfolg soll durch die hohe Qualität unserer innovativen Produkte und die intelligente Datennutzung erreicht werden. Hohe Investitionen fließen deshalb in die Entwicklung, aber auch in unseren modernen Produktionsstandort Zizers.

Text: Tanja Millius

Bilder: Marlies Thurnheer



Oliver Zünd, CEO Zünd Systemtechnik AG: Massgeschneiderte Produkte.

Flachbettcutter aus dem «Silicon Valley der Feinmechanik»

Die Zünd Systemtechnik AG aus Altstätten ist ein weltweit tätiges Familienunternehmen, das digitale Flachbettschneidsysteme entwickelt und herstellt. Ihre Produkte sind international gefragt – das Unternehmen wächst stetig. Die erfolgreiche Arbeit wurde beim Prix SVC 2020 mit dem dritten Platz belohnt. Zünd wird in zweiter Generation von Oliver Zünd geleitet.

Oliver Zünd, Ihr Unternehmen exportiert 97 Prozent ihrer Schneidsysteme. Wo liegen Ihre Hauptmärkte und welche hätten Sie gerne künftig im Portfolio?

Unsere Hauptabsatzmärkte sind Europa sowie Nordamerika, wo wir rund 30 Prozent unseres Umsatzes erwirtschaften. In Südamerika und China sehen wir noch ein Marktpotenzial.

Ihre Flachbettcutter werden in verschiedenen Branchen eingesetzt, darunter Lederwaren, Werbetechnik, Verpackung, Bekleidung oder technische Textilien, und sind auf der ganzen Welt gefragt. Was machen Sie besser als Ihre Mitbewerber?

Als Schweizer Maschinenbauer haben wir uns schweiz-typischen Werten wie Qualität, Präzision und Zuverlässigkeit verschrieben. Diese Swissness wird weltweit nach wie vor sehr geschätzt.

Wie wichtig ist die Digitalisierung für Ihr Unternehmen?

Uns geht es vor allem darum, mittels dem Internet of Things



unsere Produkte und Dienstleistungen noch besser auf die Anforderungen unserer Kunden masszuschneiden. Unternehmensintern haben wir schon sehr viele Prozesse digitalisiert und sind entsprechend effizient aufgestellt.

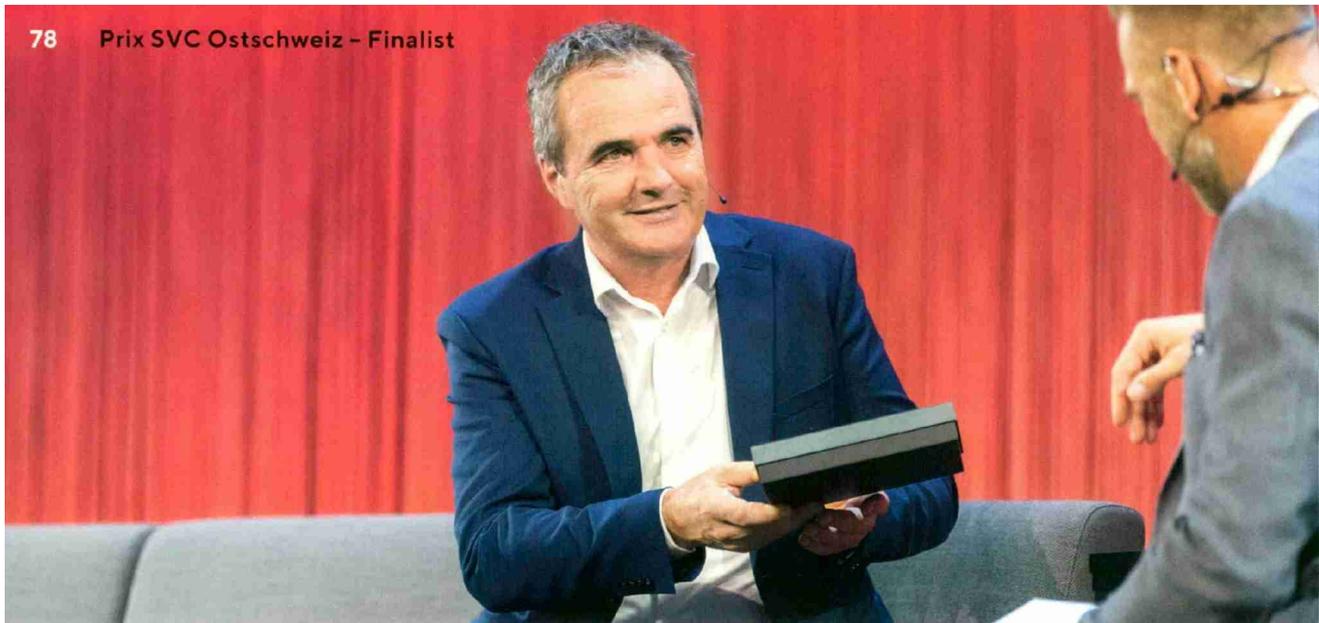
Den Hauptteil der Komponenten für Ihre Produkte beziehen Sie aus dem Rheintal und nicht aus dem nahen Ausland – ein Bekenntnis zum Wirtschaftsstandort?

Ganz klar. Der Grossteil unserer Zulieferer sind langjährige Partner aus der Region; wir beziehen zwei Drittel aller Komponenten aus einem Radius von 30 km. Das Rheintal wird nicht umsonst als das «Silicon Valley der Feinmechanik» bezeichnet. Und auch unsere Lieferpartner entwickeln sich ständig weiter und optimieren ihre Effizienz.

Seit der Gründung 1984 durch Ihren Vater Karl Zünd wächst die Firma stetig. Aktuell wird in Altstätten ein Erweiterungsbau realisiert; geplant ist zudem ein neues Montage- und Logistikgebäude. Was sind die Gründe für die Erweiterungen?

Einerseits der Mitarbeiterzuwachs der vergangenen Jahre und andererseits die Tatsache, dass unsere Schneidsysteme in den letzten Jahren grösser wurden und dadurch mehr Fläche beanspruchen. Kommt hinzu, dass wir mittlerweile verschiedenste periphere Anlagen wie Materialtransportsysteme bauen, die ebenfalls mehr Produktionsfläche benötigen.

Text: Tanja Millius
Bild: Marlies Thurnheer



78 Prix SVC Ostschweiz – Finalist

Andrea Davaz, VR-Präsident Davaz-Gruppe: Attraktive neue Weine entwickeln.

Freude am Wein und am Handwerk

Die Winzerfamilie Davaz hat sich seit 1972 vom Weingut hin zum Kompetenzzentrum für Weingenuss entwickelt. Andrea Davaz führt heute ein Weingut in Fläsch, drei Weinhandlungen in Chur, Maienfeld und Pontresina und seit 2018 die Rimuss & Strada Wein AG aus Hallau SH.

Text: Tanja Millius

Bild: Marlies Thurnheer

Andrea Davaz, Ihr Weingut zählt zu den innovativsten der Bündner Herrschaft. Woher kommt Ihre Leidenschaft für Wein?

Aufgewachsen bin ich auf einem Bauernhof. Seit 1972 hat sich unsere Arbeit zunehmend von der traditionellen Landwirtschaft hin zum Weinbau und der Weinbereitung entwickelt. Ich durfte schon früh auf dem Weingut mithelfen. Dies motivierte mich für mein Oenologiestudium, das ich 1987 abschloss, um später das familieneigene Weingut in Fläsch zu übernehmen. 1994 gründete ich zusammen mit zwei Freunden die «Weinhandlung von Salis» in Maienfeld und Pontresina und leitete beide Betriebe bis 2018. Seit 2019 bin ich



als Geschäftsführer und Verwaltungsratspräsident auch für Rimuss & Strada verantwortlich.

2018 retteten Sie Rimuss, das Kultgetränk aus Schaffhausen – Sie kauften die Firma und bringen sie seither als Rimuss & Strada Wein AG wieder auf Kurs. Wie passt Rimuss in das Davaz-Portfolio?

Rimuss haben wir erworben, weil die Marke eine Perle und Rimuss & Strada Wein eine optimale Ergänzung für unsere bestehenden Marktfelder ist. Mit dem Einstieg unserer Kinder ins Familienunternehmen ergaben sich personellen Ressourcen, um einen weiteren Betrieb zu führen und somit weiter zu wachsen.

Sie haben Davaz stetig ausgebaut: Was ist Ihre Strategie?

Durch eigenen Anbau und eigene Kelterung können wir die Qualität der Produkte sicherstellen – und durch den eigenen Weinhandel das Verständnis für die Kundenbedürfnisse laufend vertiefen. Dies erlaubt uns wiederum, attraktive neue Weine zu entwickeln oder spannende Kreationen in unser Handelssortiment aufzunehmen.

Im Weingut in Fläsch steht mit zwei Ihrer Kinder bereits die nächste Generation am Start. Was ist das Wichtigste, dass Sie ihnen mitgeben?

Unsere beiden Söhne sind seit zwei Jahren operativ aktiv. Damit haben wir die Nachfolgeregelung angestossen, wobei wir einerseits von ihrem Elan und Know-how im Bereich der Digitalisierung profitieren, wir sie andererseits auch tatkräftig durch unsere Erfahrung unterstützen. Dass dabei die Freude am Wein und am Handwerk matchentscheidend ist, wurde ihnen wohl in die Wiege gelegt.



«Freude pur»

Bei der Verleihung des letzten Prix SVC Ostschweiz setzte sich 2018 die Corvaglia Holding AG aus Eschlikon TG durch. Inhaber Romeo Corvaglia weiss, was die Auszeichnung bringt.



Prix-SVC-Ostschweiz-2018-Gewinner Romeo Corvaglia: Viel stärker wahrgenommen.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Axel Kirchhoff

Romeo Corvaglia, können Sie sich noch an den Moment erinnern, als der Sieger verkündet wurde?

Aber sicher! Obschon ich mir fest vorgenommen hatte, die Sache ganz gelassen anzugehen, war ich – je näher das Datum rückte – immer angespannter. Als wir am Schluss nur noch zu zweit im Rennen waren, war ich gelassener und guter Hoffnung, dass wir es eigentlich schaffen sollten. Und dann natürlich: Freude pur!

Was gab Ihrer Meinung nach den Ausschlag für den Sieg? Sie haben sich ja gegen fünf starke Finalisten durchgesetzt.

Ich habe eine Werkzeugmacherlehre absolviert und mir das Unternehmertum selbst beigebracht. Vielleicht lag es mir auch schon im Blut? Jedenfalls habe ich die Corvaglia Holding AG dann von null aufgebaut, heute sind wir internationaler Marktführer mit mehreren Alleinstellungsmerkmalen



im globalen Umfeld. Und das Wachstum ist noch keineswegs abgeschlossen.

Haben sich Ihre Erwartungen an die Teilnahme erfüllt?

Für alle unsere Mitarbeiter, aber auch für mich persönlich war es eine Anerkennung der ausserordentlichen Leistung, die wir in den bald 30 Jahren erbracht haben. Also ein klares Ja!

Was blieb, rückblickend, vom Sieg «hängen»?

Ich war überrascht, wie viele Personen und Unternehmen auf uns zugekommen sind. Das mediale Echo war immens, und es ist uns dadurch auch gelungen, neue Partnerschaften einzugehen. Und wir alle waren stolz, dass wir dadurch so bekannt geworden sind.

Konnten Sie ihn auch marketingtechnisch verwerten?

Ja. Unsere Kommunikationsabteilung hat das Beste daraus gemacht. Unser Unternehmen und besonders, was wir überhaupt machen, wurde in der Region dadurch viel stärker wahrgenommen. Dies hilft uns bei der Rekrutierung von Mitarbeitern und Lehrlingen, aber auch im Umgang mit allen Stakeholdern.

Zum Schluss: Wo steht die Siegetrophäe heute?

Gut sichtbar bei uns am Haupteingang in Eschlikon.