

Unternehmer

Januar 2020

Aus Unternehmersicht

einfach – komplex

Digitalisierung im Labor

Start-up Andrew Alliance
und sein vernetzter
Pipettier-Roboter

Flow-Sensoren

Digmesa lässt weltweit
Kaffee perfekt fließen



Andrew Alliance SA

Bald nach seiner Gründung setzte sich das Genfer Start-up mit seinem Pipettier-Roboter gegen mehrere Pharmariesen durch. Kürzlich wiederholte es diesen Erfolg. Seite 04



Schwab-Guillod AG

Gemüse anpflanzen und ausliefern, das klingt zunächst simpel. Ein Besuch im Berner Seeland offenbart die logistischen Feinheiten. Seite 20



Digmesa AG

Ihre Flow-Sensoren messen in Kaffeemaschinen den Durchfluss. Neugier und Durchhaltevermögen prägen die Entwicklung des Unternehmens seit seiner Gründung. Seite 14

Inhalt

04 Von der Pipette zum vernetzten Labor

Andrew Alliance digitalisiert Labors.
Die Hürden sind zahlreich, die Erfolge auch.

10 Marktplatz für Unternehmen

Die Plattform OpportunityNet hilft bei der Suche und Vermittlung einer Unternehmensnachfolge.

12 Unsicherheiten fordern Unternehmen

Studie zeigt: 43 Prozent der Schweizer Unternehmen sichern sich mittels Hedging ab.

13 Handelshürden meistern

Switzerland Global Enterprise unterstützt KMU, wenn es bei Exportfragen komplex wird.

14 «Wenn wir zu teuer sind, bestellt niemand bei uns – Swissness hin oder her.»

Einst Garagentüftler, heute mehrfache Marktführer: Der Gründer und der CEO der Digma AG gemeinsam im Interview.

18 Begegnung und Austausch

Der Swiss Venture Club vernetzt Schweizer Unternehmen über verschiedene Plattformen.

19 Homeoffice-Arbeitsplätze

Centre Patronal zeigt auf, worauf es aus rechtlicher Sicht ankommt.

20 Der Logistikprofi im Gemüsegarten

Schwab-Guillod handelt mit Früchten und Gemüse. Schnelligkeit und Hygiene sind dabei oberste Gebote.

25 In Kürze

Wissenswertes für Unternehmenskunden:
Die Credit Suisse ist die Schweizer Bank mit dem höchsten Digitalisierungsgrad.

26 Aufgefallen: KLARA

Wer erledigt die Buchhaltung schon kostenlos? KLARA.

Vielschichtigkeit als Norm



Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer

Sicherlich fragen auch Sie sich ab und zu: «Warum so kompliziert? Das könnte man doch einfacher machen!» Genauso ging es dem Firmengründer der Digma AG, als er in den 1980er-Jahren eine Kaffeemaschine aufschraubte. Während die meisten solche Impulse gleich wieder vergessen, liess der Gedanke Heinz Plüss nicht mehr los. Was daraus entstand, lesen Sie in diesem Magazin.

Der Gegensatz «einfach – komplex» wird Ihnen in dieser Ausgabe immer wieder begegnen. Etwa beim Start-up Andrew Alliance: Die Geschäftsidee war, die simple Handbewegung des Pipettierens im Labor durch einen Roboter zu ersetzen. Einfach ist hier nur noch die Ausführung für die Labormitarbeitenden, der Roboter selbst ist ziemlich komplex.

Auch wir arbeiten ständig daran, komplexe Abläufe zu vereinfachen. Kürzlich wurde die Credit Suisse in einer Studie der Hochschule Luzern als die Schweizer Bank mit dem höchsten Digitalisierungsgrad im Firmenkundengeschäft ausgezeichnet. Damit bezwecken wir vor allem eines: Dass Sie als Unternehmerin oder Unternehmer den besten Service erhalten – und das möglichst einfach.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen dieser «Unternehmer»-Ausgabe.

Freundliche Grüsse

Andreas Gerber

Leiter KMU-Geschäft Schweiz

Von der simplen Pipette zum vernetzten Labor

Andrew Alliance entwickelt Pipettier-Roboter und elektronische Pipetten. Angetrieben wird das Start-up von der Vision, das gesamte Labor zu vernetzen und die immer komplexer werdenden Arbeitsschritte zu automatisieren. CEO Piero Zucchelli verrät das Erfolgsgeheimnis. Dabei geht es nicht nur um anspruchsvolle Technologien und Robotik.

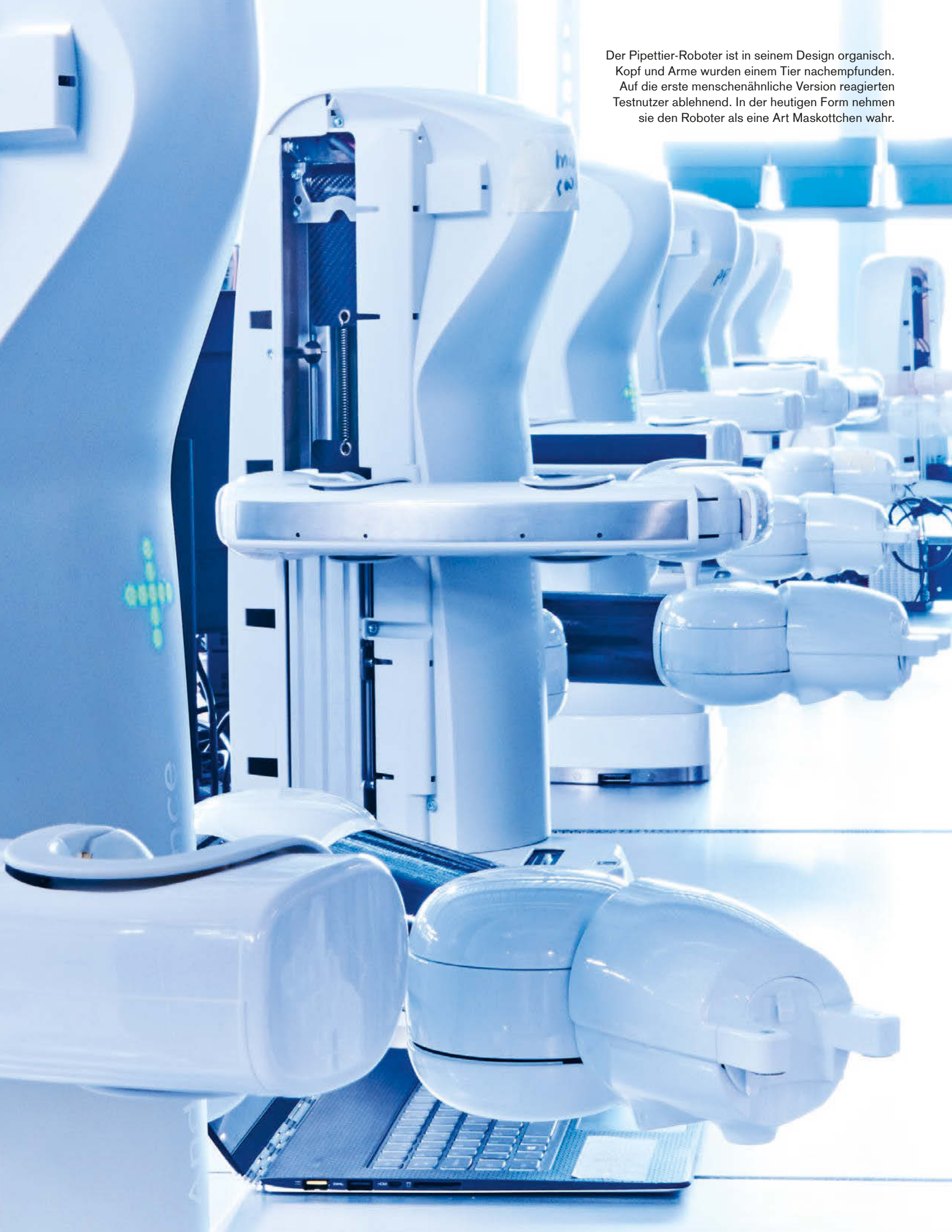
Text: Eva-Maria Morton de Lachapelle

Piero Zucchelli, CEO von Andrew Alliance, entspricht mit seinem Dokortitel in Teilchenphysik, aber auch mit seinen wilden Locken eher dem Klischee des Wissenschaftlers denn des erfolgreichen Unternehmers. So überrascht es nicht, dass der gebürtige Italiener elf Jahre am grossen Teilchenbeschleuniger des CERN in Genf forschte. Der zufällige Kontakt zu einem Investor führte zu Zucchellis erster Firmengründung: «Damals dachte ich, alles beginnt mit einer guten Idee. Wir entwickelten eine fantastische Technologie, für die es am Ende aber keinen Absatzmarkt gab.» Der Misserfolg legte jedoch den Grundstein für die Gründung eines zweiten Unternehmens. Einige Geldgeber und Mitarbeitende wagten ein weiteres Abenteuer mit dem Physiker.

Vom Problem zur Idee

Diesmal begann Zucchelli anders: «2011 waren wir vier Personen mit einem Problem.» Durch das erste Start-up sei das Team bereits in Kontakt mit grossen Pharmaunternehmen und akademischen Institutionen gewesen. Ihnen sei aufgefallen, dass die Forscher im Labor, direkt neben Hightechgeräten stehend, Flüssigkeiten manuell in Pipetten aufzogen und diese dann auf Reagenzgläser verteilten. Täglich bis zu zwei Stunden lang. Die sich wiederholende Belastung für Daumen und Handgelenk war oftmals Ursache für gesundheitliche Probleme. Zudem sei das manuelle Pipettieren ungenau. Immerhin geht es um Mengen von zehn bis zu einem Tausendstel Milliliter. Zucchelli vergleicht die Arbeit im Labor mit dem Kochen: «Selbst wenn zwei Köche das gleiche Rezept verwenden, schmeckt das Resultat oft unterschiedlich.» Im Labor

Der Pipettier-Roboter ist in seinem Design organisch.
Kopf und Arme wurden einem Tier nachempfunden.
Auf die erste menschenähnliche Version reagierten
Testnutzer ablehnend. In der heutigen Form nehmen
sie den Roboter als eine Art Maskottchen wahr.



Die grössten Herausforderungen auf dem Weg zum Erfolg

- **Fixkosten**

Die Entwicklungskosten des Roboters sind hoch, während keine Einnahmen generiert werden. Das Start-up sucht Sparpotenzial.

- **Internationale Kundschaft**

Die ersten Zahlungen erfolgen in Fremdwährungen, weil die ersten Käufer des Pipettier-Roboters nordamerikanische und japanische Firmen sind. Dem Start-up fehlt jedoch die Erfahrung mit Devisengeschäften.

- **Junge Talente**

Genf ist ein Magnet für hoch qualifizierte Entwickler. Aber junge Talente in diesem Bereich zu finden, ist eine Herausforderung.

- **Finanzierung**

Das Start-up benötigt weitere Geldgeber, um in neue Geschäftsfelder zu expandieren.

Mit diesen Lösungen begegnete Andrew Alliance den Herausforderungen

- **Fixkosten**

Die Fixkosten werden auf unterschiedliche Arten in Schach gehalten: Die Credit Suisse Banking-Plattform bietet den Gründern eine praktische und kostengünstige Infrastruktur für ihre Finanzgeschäfte. Zudem arbeitet das Team während der ersten Entwicklungsphase zu Hause oder in Cafés, um Mietkosten zu sparen.

- **Internationale Kundschaft**

Die Experten der Credit Suisse beraten das Start-up in Fragen zum Devisenhandel. Seither nutzt Andrew Alliance die Services der Bank auch auf internationalem Parkett und sichert sich so gegen Wechselkursschwankungen ab.

- **Junge Talente**

Andrew Alliance rekrutiert Entwickler in Paris und baut dort einen Standort auf.

- **Finanzierung**

Potenzielle Investoren findet Zucchelli im eigenen Netzwerk sowie dem der Credit Suisse. Die Bank begleitet das Start-up bis zum Abschluss der Verhandlungen.



Organische Substanzen, wie Gewebe- oder Blutproben, werden mithilfe von Pipetten aufgezogen und danach in Reagenzgläser dispensiert. Im Anschluss werden sie, je nach gewähltem Verfahren, mit Enzymen oder anderen Kontaktstoffen vermengt, geschleudert oder gekühlt.

sei es jedoch unerlässlich, die Verfahren fehlerfrei wiederholen zu können und jedes Mal genau zu dem gleichen Ergebnis zu kommen.

Im Labor: von simpel zu komplex

Die manuelle Dosierung entspricht dem Vorgehen von vor 30 Jahren. Damals waren nur wenige Arbeitsschritte für einen Test im Labor notwendig, der im Anschluss binäre Resultate lieferte. So prüfte man, ob sich die Flüssigkeit im Reagenzglas verfärbte. Inzwischen beinhalten Verfahren, wie etwa eine DNA-Sequenzierung, mehrere Hundert Schritte und liefern Datenmengen in Gigabyte-Grösse als Ergebnis. Pipettier-Roboter existierten bereits, als Andrew Alliance gegründet wurde. «Der Griff zur Pipette war für die Laboranten aber oft praktischer, als einen Entwickler für die aufwendige Programmierung ins Labor zu bestellen», so Zucchelli. «Die Nutzer wollten einfach zu bedienende Geräte. Es interessierte weder damals noch heute, welche hochgradig komplexe Technologien unter dem Gehäuse stecken.»

Der Pipettier-Roboter Andrew

Eine Erkenntnis, die sich Zucchelli zunutze machte. «2013 waren wir vier Personen, die glaubten, die Lösung des Problems gefunden zu haben», lächelt der CEO breit. An einer renommierten Robotik-Ausstellung in Orlando präsentierte das vierköpfige Team seinen Pipettier-Roboter Andrew™. Dort sollte sich zeigen, ob die Lösung, in deren Entwicklung die vier Ingenieure zwei Jahre Arbeit gesteckt hatten, auch beim Zielpublikum Anklang finden würde. «Wir hatten nur drei Prototypen, die wir an einem winzigen Stand präsentierten. Unser heutiger CTO Giorgio Horak hat sie in seinem Wohnzimmer gebaut und auch die entsprechende Software entwickelt. Bereits nach dem ersten Tag funktionierten nur mehr zwei der drei Geräte.» Nicht die besten Voraussetzungen im Wettbewerb mit den

«Unsere Stärke ist nicht nur die Robotik, sondern dass wir uns darum bemühen, die Interaktion zwischen Mensch und Maschine zu vereinfachen.» Piero Zucchelli



In Vernier testen und kalibrieren die Mitarbeitenden von Andrew Alliance jeden Roboter gemäss den individuellen Kundenanforderungen. So variiert der Einsatz je nach Grösse des Labortisches, Art der Prozeduren und Anzahl der Pipetten.

anderen Ausstellern, zu denen Pharmariesen und bekannte Robotik-Firmen zählten. Umso grösser war die Freude, als Andrew™ in Orlando mit dem «New Product Award 2013» ausgezeichnet wurde und sich anschliessend rasch am Markt etablierte.

Ein «Plus» für mehr Vernetzung

Ein Erfolg, den das Start-up 2019 wiederholen konnte. Der Andrew+™-Roboter heimste bei seiner Vorstellung dieselbe Auszeichnung ein wie sein Vorgänger. Das «Plus» im Namen symbolisiert die neue Vision des Start-ups: die Vernetzung des gesamten Labors, um so die Verfahren zu automatisieren und immer gleiche Resultate zu produzieren. Möglich ist das durch die OneLab-Software. Damit erstellen Wissenschaftler ihre Protokolle digital, die Gerä-

te von Andrew Alliance führen diese automatisch aus. Künftig soll sich das OneLab-Programm auch mit allen anderen Laborgeräten, wie Zentrifuge oder Schüttler, via WLAN oder Bluetooth mit bereits vorhandenen Netzwerken verbinden.

Finanzierung

Für einen solchen Sprung in der Produktentwicklung benötigte Andrew Alliance neue finanzielle Ressourcen. Die Gründungsphase war durch Business Angels und Förderprogramme finanziert worden, die anschliessende Vermarktung der ersten Roboter durch Risikokapitalgeber. Der CEO begab sich 2017 auf die Suche nach Investoren, welche die Vision des vernetzten Labors teilten. Insgesamt sammelte Zucchelli 14 Millionen US-Dollar ein. Zwei



Der Name Andrew Alliance ist inspiriert von der Hauptfigur Andrew im Roman «Der Zweihundertjährige» des Biochemikers und Science-Fiction-Schriftstellers Isaac Asimov. Alliance symbolisiert den starken Fokus des Unternehmens auf einfache Anwendungen für die Nutzer.

der Investoren stammten aus dem Credit Suisse Netzwerk. Seine Berater stellten den Kontakt her und unterstützten das Start-up bei den folgenden Verhandlungen.

Vertrauensverhältnis

Schon seit der Gründung arbeitet Andrew Alliance mit dem Bankhaus Hand in Hand. Zucchelli schätzt das offene Ohr seiner Berater und deren proaktive Haltung. Ausserdem verlässt sich der CEO auf das Fachwissen der bankinternen Experten. Er zählt auf: «Wichtige Themen sind ein allfälliger Börsengang, Finanzpläne oder der Schweizer Markt. Immer ist der entsprechende Experte der Credit Suisse sogleich zur Stelle, um sehr komplexe Fragen einfach zu beantworten.»

Andrew Alliance

Andrew Alliance wurde im Jahr 2011 von Piero Zucchelli zusammen mit drei Kollegen gegründet, die bereits für das erste Start-up des CEO gearbeitet hatten. Derzeit beschäftigt das Unternehmen 40 Mitarbeitende aus 13 verschiedenen Nationen. Am Hauptsitz in Vernier, nahe Genf, finden sich Forschung und Entwicklung, Marketing und Kundendienst sowie die Montage und Kalibrierung der Produkte unter einem Dach. In Paris sind zwölf Mitarbeitende für die Softwareentwicklung zuständig. Das Büro in Boston kümmert sich hauptsächlich um den Verkauf am umsatzstarken nordamerikanischen Markt. 90 Prozent seines Umsatzes generiert Andrew Alliance ausserhalb der Schweiz.

andrewalliance.com



Piero Zucchelli ist Gründer und CEO von Andrew Alliance. Vor seiner Karriere als Unternehmer arbeitete er über elf Jahre als Wissenschaftler am CERN in Genf. Der gebürtige Italiener hat in Stanford studiert und dort in der Teilchenphysik promoviert.

Marktplatz für Unternehmen

Über die bankinterne Plattform OpportunityNet verbindet die Credit Suisse verkaufs- und investitionswillige Unternehmerinnen und Unternehmer. Text: Mariska Beirne

Ein eigenes Unternehmen führen, selbst Verantwortung tragen, in die Zukunft investieren – davon träumen viele. Wem die zündende Idee für ein Start-up fehlt, für den ist die Übernahme oder Investition in ein bereits bestehendes Geschäft möglicherweise die richtige Lösung. Auf der anderen Seite sind in der Schweiz derzeit viele Unternehmen auf der Suche nach einem Nachfolger und dieser ist immer seltener innerhalb der Familie zu finden. Die Bank prüft im Rahmen eines strukturierten Nachfolgeprozesses gemeinsam mit den Verantwortlichen des Unternehmens verschiedene Optionen: Steht ein Verkauf an externe Manager zur Diskussion? Oder wird eher ein Investor oder industrieller Partner gesucht?

Übereinstimmung in Branche, Preisvorstellung, Region

Dies ist der Moment für OpportunityNet: Die von der Credit Suisse intern betriebene Plattform funktioniert wie eine Börse. Die Daten der zum Verkauf oder Kauf stehenden Firma werden mit den Daten bereits erfasster Kunden abgeglichen. Der Credit Suisse Kundenberater erhält darauf von den passenden Unternehmen ein anonymisiertes Profil, das er Interessenten vorlegen kann. Beurteilen potenzielle Käufer und Verkäufer das Profil der Gegenseite als interessant, werden sie einander vermittelt. Von diesem Zeitpunkt an begleiten die Kundenberaterinnen und Kundenberater beide Parteien bis zum Abschluss, zusammen mit einem Team von bankinternen Nachfolgeexperten. Jährlich entstehen so bis zu 20 Geschäftsverbindungen mit einem Transaktionsvolumen zwischen 1 und 20 Mio. Schweizer Franken.



Entgegen allen Trends in der Schuhbranche produziert die Helvesko AG erfolgreich Schuhe in der Schweiz. Melanie Wicki-Amrein führt das Unternehmen in zweiter Generation.



Erfahren Sie mehr im Video

Als Robert Amrein einst nach einer neuen Herausforderung suchte, erhielt er von seinem Credit Suisse Kundenberater vier Dossiers von Unternehmen, die einen externen Nachfolger suchten. Eines davon passte. Geboren war die schon bald sehr erfolgreiche Helvesko AG. Die Tochter Amreins und heutige CEO Melanie Wicki-Amrein erzählt hier die ganze Geschichte: credit-suisse.com/netzwerk



Denken Sie hier an die Feuerwehr? Warum nicht.

Unternehmer denken weiter. Zum Beispiel, wie Drohnen bei der Brandbekämpfung eingesetzt werden können. Und wir sind die Bank, die mitgeht.

credit-suisse.com/unternehmer

**Credit Suisse
fördert
Innovationen**

Unsicherheiten an den Finanzmärkten fordern Schweizer Unternehmen

Ein Grossteil der Schweizer Unternehmen ist im Aussenhandel tätig. Währungsrisiken sichern sie ab. Text: Joeline Fruchi

Konjunkturelle, geopolitische und politische Ereignisse nehmen stetig Einfluss auf die Devisenkurse. Das hat Auswirkungen auf Unternehmen. Denn wer Geschäftsbeziehungen mit dem Ausland unterhält, ist dem Risiko von Wechselkurschwankungen ausgesetzt.

Transaktionen häufig in Fremdwährungen

Die Unternehmenslandschaft in der Schweiz ist besonders stark betroffen, denn eine Vielzahl der Schweizer Unternehmen ist im Aussenhandel aktiv. Doch nicht nur Exporteure, sondern auch Importunternehmen sowie rein auf den Binnenmarkt fokussierte Firmen wickeln häufig Transaktionen in Fremdwährungen ab. Das zeigt die Studie der Credit Suisse zur Devisenkursentwicklung 2020.

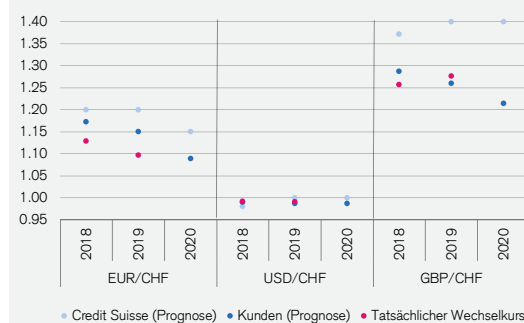
Kursschwankungen können die Marge aus dem operativen Geschäft markant reduzieren und sich somit signifikant auf das Geschäftsergebnis auswirken. Leif Woodtly, Leiter FX Sales der Credit Suisse, weiss: Die Volatilität der Finanzmärkte fordert Schweizer Firmen auch künftig. «Wir merken, dass sich Kunden verstärkt Gedanken über die Entwicklung der Devisenkurse machen.»

Keine Aufwertung des Euro erwartet

In einer Umfrage mit 1280 Schweizer Unternehmen als Teil der Studie erkundigte sich die Credit Suisse nach deren Einschätzungen bezüglich der Weltwirtschafts- und Wechselkursentwicklungen im Jahr 2020. Die Ergebnisse zeigen: Rund 50 Prozent der befragten Firmen gehen von einer stabilen Entwicklung der Schweizer Wirtschaft aus. Ähnlich beständig lauten die Prognosen für den Dollar-Franken-Kurs, der sich nach den Erwartungen der Teilnehmer weiterhin bei 0.99 halten dürfte. Unter anderem aufgrund der globalen Industrieschwäche rechnen die befragten Unternehmen damit, dass auch der Euro gegenüber dem Schweizer Franken bis Ende 2020 nicht aufwertet. Etwas volatiliter sehen sie die Entwicklung beim britischen Pfund.

Aufwertung des Euro bis Ende 2020 nicht erwartet

Wechselkursprognosen und tatsächliche Wechselkurse für das jeweilige Jahresende (Durchschnitt vom Dezember)



Quelle: Credit Suisse Firmenkunden-Umfragen 2017–2019

Unternehmen greifen zur Währungsabsicherung

Im Währungsmanagement gehen Schweizer Unternehmen lieber kein Risiko ein. So auch Scott Sports, ein Multi-Sport- und Multi-Marken-Unternehmen, das seine Währungsrisiken gezielt absichert. «Bei Scott Sports ist man durchaus risikofreudig, nicht aber bei der Währungsabsicherung», sagt CFO Alain Hasler. Mit dieser weitsichtigen Strategie befindet sich Scott Sports in bester Gesellschaft: Rund 43 Prozent der Umfrageteilnehmer sichern sich mit Hedging aktiv gegen Wechselkursrisiken ab.



Frühzeitig Währungsrisiken absichern?

Prognosen und Tipps der Experten finden Sie in der Studie zur Devisenkursentwicklung. Lesen Sie mehr über das Währungsmanagement von drei Unternehmen: credit-suisse.com/devisen

Handelshürden meistern

Exportierende Schweizer Unternehmen befinden sich derzeit in einer komplizierten Lage: Grundsätzlich bieten ihnen die Weltwirtschaft und die Globalisierung so viele Wachstumschancen wie noch nie. Gleichzeitig wird der internationale Freihandel zurzeit aber auf der ganzen Welt infrage gestellt. Die Folge: In vielen Märkten entstehen neue Handelsschranken. Text: Silvana Giger

Gemeint sind damit allerdings weniger die klassischen Zölle. Im Trend liegen nicht-tarifäre Handelsschranken, wie Kontingente oder strenge Vorschriften und Normen – etwa in Bezug auf Herstellung, Verpackung, Etikettierung, Sicherheit oder Umweltverträglichkeit. «Wir beobachten seit einigen Jahren, dass Schweizer Exporteure vermehrt mit sogenannten nicht-tarifären Handelsschranken zu kämpfen haben und sich deswegen mit uns in Verbindung setzen», sagt Alfonso Orlando, Leiter ExportHelp beim Exportförderer Switzerland Global Enterprise.

Nicht-tarifäre Handelshürden sind mit Zeit und Geld verbunden

Insbesondere die Registrierungs- und Zertifizierungsvorschriften können beim Export oftmals langwierige und kostenintensive Prozesse sein. «Beispielsweise in China gelten, wie in vielen westlichen Ländern auch, für Gesundheitsprodukte, Medizintechnik, Lebensmittel oder Kosmetika strenge Vorschriften», so Alfonso Orlando. «Die Zulassung für kosmetische Produkte kann in China schnell bis zu einem Jahr dauern und mehrere Tausend Franken pro Produkt kosten.» Auch beim Export in die USA muss für den Registrierungsprozess genügend Zeit eingerechnet werden. «Ein Kunde von uns staunte nicht schlecht, als er Lebensmittel in die USA exportieren wollte und ihm die zuständige Behörde ein mehrseitiges Dokument mit zahlreichen Änderungsvorgaben zurückschickte.»

Umgang mit Handelshürden

Ein allgemeingültiges Rezept, wie Schweizer Exporteure mit Handelshürden umgehen können, gibt es laut Alfonso

Orlando nicht. «Das regulatorische Umfeld verändert sich stetig und Unternehmen müssen anhand von verschiedenen Kriterien abschätzen, ob ein Markt für sie interessant ist.» Und bevor KMU aufgrund von auftretenden Handelsbarrieren von einem wichtigen Geschäft absehen, rät der S-GE-Experte: «Es lohnt sich, Alternativen zu prüfen. Freihandelsabkommen können eine Option sein, da sie den Marktzugang in zahlreiche Länder erleichtern.»



Haben Sie Fragen zum Export?

Switzerland Global Enterprise (S-GE) begleitet Unternehmen auf dem Weg in neue Märkte. Im Auftrag von Bund (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO) und Kantonen fördert S-GE Export und Investment und hilft Kunden, neues Potenzial für ihr internationales Geschäft zu realisieren. Seit 2009 ist die Credit Suisse ein wichtiger Partner von S-GE. Weitere Informationen zur Internationalisierung finden Sie hier: s-ge.com/exporthelp

«Wenn wir zu teuer sind, bestellt niemand bei uns – Swissness hin oder her.»

Die Geschäftsidee der Digmesa entstand, als Heinz Plüss vor bald 40 Jahren eine Kaffeemaschine aufschraubte. Heute ist seine Firma in verschiedenen Bereichen Marktführerin für Durchflussmessgeräte. Im Interview erzählen er und CEO Stefan Schneider, weshalb ihre Kunden bereit sind, etwas mehr zu bezahlen, und wieso in Zukunft speziell auch Männer von einem Digmesa-Produkt profitieren werden. Text: Anja Kutter

Heinz Plüss und Stefan Schneider, Sie sorgen dafür, dass meine Tasse nicht überläuft, wenn ich am Morgen den Knopf meiner Kaffeemaschine drücke. Wie stellen Sie das an?

Stefan Schneider (SS): (lacht) Das stimmt. Wir produzieren sogenannte Flow-Sensoren. Diese messen Flüssigkeitsmengen. Die Kaffeemaschinen-Hersteller können dadurch garantieren, dass bei einem Espresso immer exakt 40 Milliliter Kaffee in die Tasse fliessen.

Machen die Flow-Sensoren für Kaffeemaschinen den Hauptteil Ihres Geschäfts aus?

SS: Ja. In den meisten Kaffeemaschinen weltweit sind unsere Sensoren verbaut. Pro Jahr produzieren wir rund zehn Millionen davon.

Der Ursprung der Digmesa liegt in den frühen 1980er-Jahren. Wie hat damals alles begonnen?

Heinz Plüss (HP): Ich arbeitete in der Wassermessungs-industrie, verkaufte Wasseruhren im Aussendienst. Als ich einmal eine Kaffeemaschine aufschraubte, dachte ich: viel zu kompliziert! Ich war überzeugt, dass das auch einfacher geht – mit einem Flow-Sensor. Doch mein Arbeitgeber hatte an meiner Idee kein Interesse.

Das hinderte Sie aber nicht daran, es trotzdem zu versuchen.

HP: Ich begann zu basteln und zu produzieren – zusammen mit meinem ältesten Sohn im Keller unseres Einfamilienhauses in Schönbühl. Als die Nachfrage stieg und der Platz zu eng wurde, mietete ich in Biel ein Lokal, stellte einen ersten Mitarbeiter ein und kaufte eine Maschine.

Heute hat die Digmesa ihren Sitz in Ipsach bei Biel, setzt pro Jahr rund 20 Millionen Franken um und beschäftigt über 70 Mitarbeitende. Gab es in der ganzen Zeit keine Rückschläge oder Krisen?

HP: Doch. Ein paar Jahre nachdem ich mich selbstständig gemacht hatte, wurde eine Technologie erfunden, die dazu führte, dass die Konkurrenz unsere Produkte plötzlich ganz einfach nachbauen konnte. Das war ein harter Schlag.

Wie haben Sie diese Krise überwunden?

HP: Wir haben erneut versucht, Vorsprung zu gewinnen – vor allem durch Innovation. Und wir haben auf Diversifikation gesetzt.



Das Team an der Spitze der Digimesa: CEO Stefan Schneider (links) und Firmengründer Heinz Plüss.

«Als ich eine Kaffeemaschine aufschraubte, dachte ich: viel zu kompliziert!» Heinz Plüss

Was heisst das konkret?

SS: Heute messen wir ganz verschiedene Flüssigkeiten. Zwar macht der Kaffee immer noch über die Hälfte unserer Geschäftstätigkeit aus. Mittlerweile werden unsere Produkte aber in den unterschiedlichsten Branchen eingesetzt, wo kleine Flüssigkeitsmengen gemessen werden: im Bierausschank, in der Spezialchemie, Industrie oder Medizintechnik.

HP: Der andere grosse Anteil unseres heutigen Geschäfts sind Wasserfilter.

Geht es dort auch um die Messung einer Flüssigkeitsmenge?

SS: Dort geht es um die Kontrolle, zum Beispiel der Wasserhärte bei Heizungswasser. Ursprünglich war das der Wunsch eines Kunden, den wir umgesetzt haben. Daraus ist schliesslich ein neues Geschäftsfeld entstanden.

Läuft das häufig so ab?

SS: Das ist Teil unseres Erfolgs. Der Kunde äussert einen Wunsch, wir sehen Potenzial darin, investieren in die Innovation und transferieren sie danach auf andere Märkte. Das tönt jetzt einfach, ist aber bis zur definitiven Lösung oft hochkomplex und erfordert unternehmerischen Mut. Dass wir trotzdem so kundenspezifisch arbeiten, ist eine unserer grossen Stärken.

Was hebt die Digimesa Ihrer Meinung nach sonst noch von der Konkurrenz ab?

SS: Die konstante Qualität. Wir erreichen diese vor allem durch Automatisierung.

HP: Viele Konkurrenzprodukte aus China stammen aus Handarbeit. Dort ist die Fehlerrate massiv höher. Wir hingegen sind in der Lage, grösste Mengen in gleicher Qualität pünktlich zu liefern. Das schafft Vertrauen. Dafür sind unsere Kunden auch bereit, etwas mehr zu bezahlen.

Die Produktion ins Ausland zu verlagern, stand also nie zur Diskussion?

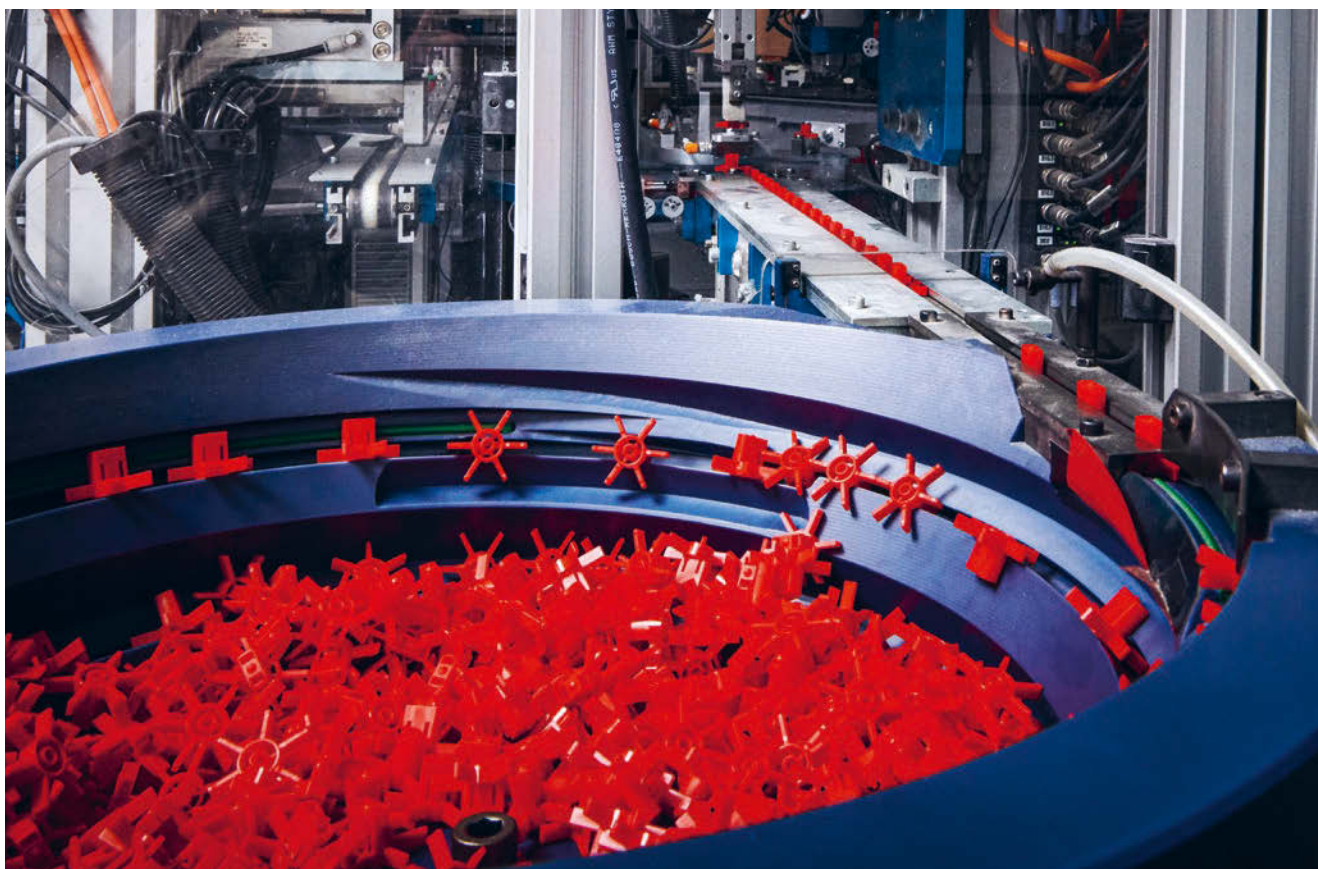
HP: Wir wollten immer hier produzieren. Swissness steht unter anderem für Präzision. Das ist gerade im Bereich der Messgeräte essenziell. Viele Hersteller verlangen sogar explizit Schweizer oder europäische Qualität. Aber wenn wir zu teuer sind, bestellt niemand bei uns – Swissness hin oder her.

Vor Ihrem Geschäftsgebäude befindet sich eine grosse Baugrube. Sie wachsen weiter ...

HP: Wir haben vor ein paar Jahren eine Kunststoff-spritzerei gekauft, die heutige Digimesa Polyform AG in Sutz. Diese möchten wir nun auch geografisch zu uns holen. Wir haben das Glück, mit der Credit Suisse eine gute Partnerin an unserer Seite zu haben. Allein könnten wir ein solches Projekt finanziell nicht stemmen.

Wie lange arbeiten Sie schon mit der Credit Suisse zusammen?

HP: Seit Beginn. Die Credit Suisse hat uns immer gut beraten und wir haben über all die Jahre gegenseitig ein grosses Vertrauen aufgebaut. Die Unterstützung der Bank motiviert uns auch immer wieder, innovativ zu sein.



Marktführerin: Die Digimesa hat bereits über 90 Millionen Durchfluss-Sensoren für Kaffeemaschinen verkauft.



Präzise Arbeit, konstante Qualität und vor allem der Mut zur Innovation haben die Digmesa erfolgreich gemacht.

SS: Das ist unsere Zukunftsvision: viel Innovation, viel Wissen. Dafür automatisiert, günstig, effizient.

Herr Schneider, Sie sind vor 17 Jahren direkt nach dem Ingenieurstudium als Produktentwickler ins Unternehmen gekommen. Seit zwei Jahren sind Sie CEO. Was hat Sie an der Digmesa immer fasziniert?

SS: Dass man hier bei der Entstehung eines Produkts vom ersten Strich an dabei ist. Ausserdem die familiäre Atmosphäre.

HP: Stefan Scheider war einer meiner ersten Ingenieure. Ich selbst bin heute noch Verwaltungsratspräsident. Nachdem meine beiden Söhne leider verstorben sind, habe ich ihn 2017 als Nachfolger eingeführt. Da war ich 85 Jahre alt.

Heute sind Sie 87 – und immer noch stark mit dem Unternehmen verbunden.

HP: So ist es. Doch auch die Zukunft ist geregelt. Das gesamte Kapital befindet sich in meiner Stiftung. Und meine beiden Töchter, die heute Ende 20 sind, haben Interesse, im Unternehmen mitzuwirken.

SS: Und es bleibt spannend. Wir haben verschiedene Projekte mit grossem Potenzial in der Pipeline. In Deutschland hatte eine Frau die Idee, man könnte bei den Männern den Harnstrahl messen und dadurch Hinweise auf Prostataerkrankungen erhalten. (lacht)

Das Produkt ist schon fast fertig, erste Versuche stehen an.

Wenn Sie auf die Geschichte der Firma zurückblicken: Was hat sich bei der Digmesa nie geändert?

SS: Die Firmenkultur. Unsere Mitarbeitenden sind das Wichtigste! Das Büro des Seniors steht immer für alle offen. Und meines auch.

Digmesa AG

Die seit über 35 Jahren in Ipsach ansässige Digmesa AG beschäftigt rund 70 Mitarbeitende. Bis vor zwei Jahren hat Gründer Heinz Plüss die Firma geführt, heute tut dies CEO Stefan Schneider. Die Digmesa entwickelt, produziert und vertreibt weltweit Durchflussmessgeräte für kleine Flüssigkeitsmengen. Das Angebot umfasst mechanische Flow-Sensoren sowie kontaktlose Geräte mit Laser- und Ultraschall-Messtechnik. Sie werden zum Messen, Dosieren und Überwachen in Spital-, Forschungs- und Produktionsbetrieben ebenso wie in Kaffeemaschinen, Waschautomaten und Bierschankanlagen eingesetzt. digmesa.com

Begegnung und Austausch

Neues lernen, sich inspirieren lassen, Entscheidungsträgern der Schweizer KMU-Szene begegnen und zur Förderung des Unternehmertums in der Schweiz beitragen? Den Mitgliedern des Swiss Venture Club stehen genau diese Möglichkeiten offen – und noch einige mehr. Text: Mariska Beirne



«Ich suche nach einem geeigneten Tool, um die Prozesse in unserer Firma besser miteinander zu verknüpfen.» – «Ich kenne da eine Applikation, die eigentlich für eine andere Branche entwickelt wurde, das könnte die passende Lösung für Sie sein.»

Solche Gespräche sind am Rande von Veranstaltungen des Swiss Venture Club (SVC) keine Seltenheit.

Prix SVC als Bekanntheitsbeschleuniger

Der SVC steht für ein Netzwerk, welches das Unternehmertum fördert und im Rahmen dessen sich Unternehmerinnen und Unternehmer unterschiedlicher Generationen treffen und austauschen können. Der SVC betreibt dazu unterschiedliche Plattformen – die bekannteste ist die Plattform zur Vergabe des Prix SVC, der alle zwei Jahre in sieben Regionen der Schweiz vergeben wird. Die Preisträger gehören zu den vielversprechendsten Schweizer Firmen. Bis zum Zeitpunkt ihrer SVC-Auszeichnung sind viele ausserhalb ihrer Branche

eher unbekannt. Die mediale Aufmerksamkeit des Preises ändert dies oft schlagartig.

Inspirierende Netzwerkanlässe und attraktive Vergünstigungen

Auf grossen Anklang stossen bei den rund 3000 Mitgliedern des SVC aber auch die kleineren Netzwerkanlässe, etwa Firmenführungen bei einem der SVC-Mitglieder. Zu sehen, wie andere Unternehmen organisiert sind, eine fremde Firmenkultur kennenzulernen und sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, wird von den Teilnehmenden als sehr inspirierend erlebt. An diese intimeren Anlässe eingeladen wird, wer eine Firmenmitgliedschaft besitzt.

Impulse für Wirtschaft und Gesellschaft

Der SVC will aber mehr, als Unternehmen miteinander zu vernetzen: Als Impulsgeber für die Schweizer Wirtschaft steht der SVC als Mitinitiator derzeit gleich hinter zwei Ideenwettbewerben: «5vor12» setzt sich dafür ein, dass die Regulierungsdichte abnimmt. Der Abbau von bürokratischen Vorschriften soll die Selbstverantwortung von Individuen und Unternehmen gleichzeitig stärken. «Wunsch-Schloss» wurde 2019 bereits zum fünften Mal ausgetragen und unterstützt innovative Konzepte aus der Bevölkerung zu einer jeweils gesamtgesellschaftlich relevanten Thematik. Die Gewinnerin oder der Gewinner erhält Medienpräsenz und Unterstützung im anschliessenden politischen Prozess. Im Vordergrund steht hier die aktive Mitgestaltung der Zukunft.



Firmenführung für SVC-Mitglieder, hier in der Produktion des innovativen Klimagerätebauers Seven-Air in Hitzkirch, Luzern.



Erfahren Sie mehr!

Weitere Informationen zum Swiss Venture Club und zur Möglichkeit, Mitglied zu werden, finden Sie hier: swiss-venture-club.ch

Homeoffice-Arbeitsplätze

Arbeitgeber wünschen von ihrer Belegschaft mehr Flexibilität. Deshalb sind flexible und mobile Arbeitsplätze im Trend. Was ist bei Homeoffice zu beachten?

Text: Martin Kuonen

Laut dem «Flexwork Survey 2016» arbeiten bereits 1,8 Millionen Menschen in der Schweiz zeitweise mobil, d. h. unabhängig von einem festen, üblichen Arbeitsort. Vor allem Homeoffice ist weit verbreitet. Was soll gelten, wenn Mitarbeitende sowohl an ihrem Arbeitsplatz als auch in ihrer Wohnung arbeiten und durch elektronische Kommunikationsmittel mit dem Betrieb verbunden sind? Hierzu wird die Abfassung eines Reglements empfohlen.

Vorerst ist die gegenseitige Freiwilligkeit zur Ausübung von Homeoffice-Arbeit festzuhalten. Mit anderen Worten: Es besteht kein Anspruch auf die Ausübung von Homeoffice. Auch die Dauer der zulässigen Homeoffice-Arbeit ist zu regeln. Die Tage sind mit dem Vorgesetzten abzusprechen. Der Hinweis, dass die Vorgaben des Arbeitsgesetzes einzuhalten sind (Pausen, tägliche Ruhezeit von elf aufeinanderfolgenden Stunden und tägliche Höchstarbeitszeit von 14 Stunden) gehört ins Reglement. Ausgleichs- oder entschädigungspflichtige Überstundenarbeit liegt nur vor, wenn der Vorgesetzte sie im Voraus anordnet oder der Arbeitnehmer sie dem Vorgesetzten im Voraus anmeldet und dieser sie bewilligt. Diese ist nur während der betriebsbestimmten Arbeitszeit möglich. Fahrzeiten zwischen dem ausserbetrieblichen Arbeitsplatz und dem Betrieb gelten nicht als betriebsbedingt und finden keine Anrechnung an die Arbeitszeit.

Die notwendigen Arbeitsmittel einschliesslich Hard- und Software für den ausserbetrieblichen Arbeitsplatz werden vom Unternehmen kostenlos zur Verfügung gestellt und unterhalten. Sie bleiben im Eigentum des Unternehmens und dürfen nicht für private Zwecke genutzt werden. Die Nutzung der Telekommunikationsmittel kann durch das Unternehmen durch geeignete technische Massnahmen eingeschränkt und periodisch überprüft werden. Der Einsatz von privater Infrastruktur erfolgt grundsätzlich auf Kosten und Risiko der Mitarbeitenden. Mehrkosten, die den Mitarbeitenden aus der betrieblichen Nutzung privater Infrastruktur (PC, Telefon, Ausstattung des ausserbetrieblichen Arbeitsplatzes, Energie) erwachsen, werden vom Unternehmen ersetzt. Allfällige Mehrkosten können durch eine monatliche Pauschale abgegolten werden.



Martin Kuonen
Direktor Centre Patronal Bern

Die Mitarbeitenden sollten zudem verpflichtet werden, auf den Schutz von Daten und Informationen gegenüber Dritten besonders zu achten. Sie haben über alle betrieblichen und geschäftlichen Daten, über die sie im Rahmen ihrer Tätigkeit Kenntnis erlangen, Stillschweigen zu bewahren. Der Raum, in dem sich der ausserbetriebliche Arbeitsplatz befindet, ist abzuschliessen, wenn sich die Mitarbeitenden nicht darin aufhalten. Ist dies nicht möglich, ist der Zugang zu internet- oder intranetbasierten Kommunikationsmitteln des Betriebs zu sperren und Unterlagen sind unter Verschluss aufzubewahren.

Vorsicht bei Grenzgängern

Arbeiten Grenzgänger mehr als 25 Prozent physisch am (ausländischen) Wohnort, droht dort die Sozialversicherungsunterstellung. Das heisst, es würden dann die sozialversicherungsrechtlichen Bestimmungen des Auslands gelten, die zum Teil massiv höhere Sozialversicherungsbeiträge als die schweizerischen vorsehen.

Centre Patronal

Centre Patronal ist ein Dienstleistungsunternehmen für Unternehmen. Im Arbeits- und dazugehörigen Sozialversicherungsrecht finden jährlich über 10'000 persönliche Beratungen statt und Fachkräfte werden in praxisorientierten Weiterbildungen, Firmenseminaren und mit Lehraufträgen an Fachhochschulen weitergebildet.»
centrepatronal.ch



Die Brüder Dominik Schwab (links) und Reto Schwab (rechts) teilen sich die Geschäftsleitung. Ebenfalls Mitglied des Verwaltungsrats ist Michael Walther (Mitte), Leiter Finanz- und Rechnungswesen.

Der Logistikprofi im Gemüsegarten

Brokkoli und Papayas, Kartoffeln und Litschis – so unterschiedlich diese Früchte und Gemüse sind, so verschieden ist auch ihre Herkunft, Lagerung und Verarbeitung. Ein Besuch bei der Schwab-Guillod AG im Berner Seeland, wo Entscheidungen schnell gefällt werden und die Mitarbeitenden auch mal aussergewöhnliche Spezialeinsätze leisten, um Kundenversprechen einzuhalten. Text: Mariska Beirne

Der grösste Gemüsegarten der Schweiz befindet sich im Berner Seeland. Wir sind auf dem Weg nach Müntschemier, einem kleinen von Gemüsefeldern umgebenen Dorf. Etwas ausserhalb liegen die Hallen des Unternehmens Schwab-Guillod AG. Zahlreiche Lastwagen, die mit «Früchte – Gemüse» beschriftet sind, kommen uns auf den schmalen Strassen entgegen. Das Ziel ist beinahe erreicht.

Simpel nur auf den ersten Blick

«Unsere Lastwagenflotte umfasst 50 Fahrzeuge. Mit unseren 620 Mitarbeitenden beliefern wir Grosskunden, Grossisten und private Detaillisten in der ganzen Schweiz», erklärt kurze Zeit später Dominik Schwab, der uns zusammen mit seinem Bruder Reto Schwab und Michael Walther empfangen hat. Die beiden Brüder führen das Geschäft als Co-CEOs, während Walther, ebenfalls Geschäftsleitungsmitglied, für die Finanzen verantwortlich zeichnet. Auf dem Weg durch den lebhaften Betrieb erläutern die drei abwechselnd das Unternehmen. «Unser Geschäft funktioniert auf den ersten Blick ganz einfach: Wir erhalten von den Produzenten Gemüse und Früchte und verkaufen sie weiter», sagt Reto Schwab mit Blick auf riesige mit

Kartoffeln gefüllte Holzkisten, sogenannte Paloxen. In diesem Moment entlädt ein LKW exotische Früchte aus Übersee und man beginnt zu ahnen, dass es wohl doch nicht ganz so einfach ist. Dominik Schwab bestätigt: «Etwa 50 Prozent unserer Produkte stammen aus der Schweiz sowie der umliegenden Region. Die andere Hälfte beschaffen wir je nach Saisonalität und Verfügbarkeit im internationalen Markt.»

Ein paar Schritte weiter befindet sich die Abteilung für Convenience-Food. Förderbänder transportieren geschälte Kartoffeln, die kurz gewaschen und anschliessend vakuumiert werden. Mitarbeitende überwachen die computergesteuerten Maschinen, eingekleidet mit weissen Kitteln, blauen Plastikschrützen, Handschuhen, Mundschutz und einer Haarhaube.

Hygiene: eine zentrale Herausforderung

«Man sieht der Kleidung an, wo hier eine der zentralen Herausforderungen liegt: einwandfreie Hygiene», erklärt Michael Walther. Bakterien und Verunreinigungen durch Menschen lassen sich mit einer Vielzahl von Massnahmen gut überwachen. Weniger leicht kontrollierbar ist das Gemüse vom Feld, das auch Lebensraum von wilden Tieren ist. Diese halten sich nicht an Hygienevorschriften. Reto Schwab dazu:



Während viele Frischprodukte nach 12–36 Stunden die Hallen in Müntschemier wieder verlassen, werden die Karotten in der Winterzeit in Holzpaloxen mehrere Monate lang gelagert.



Das charakteristische Frugem-Logo ziert die Lastwagen der Schwab-Guillod AG. Die 50 Fahrzeuge liefern täglich vom Seeland aus frische Früchte und Gemüse in die gesamte Schweiz.



Das Unternehmen Schwab-Guillod wurde vom Grossvater der Schwab-Brüder gegründet. Vater Hans Schwab ist als Verwaltungsratspräsident tätig.

«Salat kann man nicht bei 60 Grad waschen. Hygiene gehört zu unseren grössten Herausforderungen.» Reto Schwab

«Salat kann man nicht bei 60 Grad waschen. Im Gegensatz zum Ausland verwenden wir beim Waschprozess keine Zusätze. Unsere Produkte reinigen wir sehr gründlich mit gekühltem Wasser.»

Credit Suisse als Partner beim Neubau

Inzwischen befinden wir uns auf der zweiten Etage des dreistöckigen Gebäudes. Michael Walther merkt an: «Dieses Gebäude mit 10'000 m² Fläche haben wir vor zehn Jahren mithilfe der Credit Suisse gebaut.» Dominik Schwab erinnert sich: «Das war eine grosse Entscheidung – damals war unser Vater Hans Schwab noch Geschäftsführer. Er benötigte einen Partner, dem er vertrauen konnte und der auch ihm vertraute, und fand ihn in der Credit Suisse.» Hans Schwab übergab die operative Leitung während der Zeit des Neubaus an seine beiden Söhne, die das 82-jährige Unternehmen nun in dritter Generation weiterführen. Die gute Beziehung zur Bank ist geblieben.

Reger Verkehr zwischen Früchte- und Gemüseinseln

Das Gebäude ist aufgeteilt in verschiedene Packinseln, um die herum sich grüne Mehrweggebinde türmen, die mit Gemüse oder Früchten gefüllt sind. Leuchtend grüner Spinat durchläuft gerade das Waschbecken und wird anschliessend abgetropft auf einem Förderband in die Höhe spediert und gleichzeitig portioniert. Auf der Insel nebenan werden Cherrytomaten in kleine Kartons mit dem Firmenlogo des jeweiligen Endkunden verpackt. In den Gängen herrscht reger Verkehr; unablässig transportieren kleine Elektrostapler die Paletten aus der Halle oder liefern neue Ware. 150 von ihnen kurven insgesamt auf dem Areal herum. Auffällig ist, wie konzentriert alle bei der Arbeit sind. Als dennoch ein Berg mit Tomatenkisten umkippt, helfen schon nach wenigen Sekunden mehrere Personen beim Einsammeln, Aussortieren und Neustapeln.

Spontan für die Kunden nach Genf

«Auf unser Personal sind wir wirklich stolz. Begebenheiten wie eben mit den Tomaten beobachten wir immer wieder», sagt Reto Schwab. Sein Bruder erzählt: «Wir hatten beispielsweise mal die Situation, dass ein Flugzeug mit Produkten in Genf statt in Zürich gelandet war. Wir benötigten die Ware dringend für unsere Kunden, doch aus Genf meldete man, es gebe am Flughafen kein freies Personal zum Palettisieren. Innerhalb von Minuten stand bei uns eine achtköpfige



Schwab-Guillod beschäftigt keine Grenzgänger. Alle rund 620 Mitarbeitenden leben in der Region.

Crew bereit und fuhr mit LKW und Hubstapler nach Genf.» Nickend fügt Michael Walther hinzu: «Wenn man ungeplant und kurzfristig solche Aktionen durchziehen kann, dann hat man eine starke Crew.»

Genaue Planung trotz Unberechenbarkeit

Der Betrieb von Schwab-Guillod ist an jährlich 364 Tagen aktiv und ruht jede Woche nur während sieben Stunden, jeweils in der Nacht von Samstag auf Sonntag. Vor den Feiertagen werden immer Höchstleistungen erbracht. «An solchen Spitzentagen braucht es den Einsatz von jedem, damit die Ware um 5.00 Uhr beim Kunden ist und der Konsument die frische Ware im Regal hat. Hier sind äusserste Flexibilität und Einsatzbereitschaft gefragt. Unser Ziel ist es, einen Warenumsatz von höchstens 24 Stunden zu haben», so Reto Schwab. Dominik Schwab fügt hinzu: «Entscheidungen müssen oft sehr rasch gefällt werden; dies bedingt flache Hierarchien.» Dennoch müssen die Unternehmer-Brüder stets auch eine gewisse Unsicherheit mit einberechnen. Das Wetter etwa, und dies gleich doppelt: «Intensive Trockenheit oder längere Regenperioden beeinflussen sowohl Wachstum und Quantität als auch Qualität, zudem ist das Kaufverhalten der Konsumenten wetterabhängig. Bei Regenwetter sinkt etwa die Nachfrage nach Wassermelonen sofort», so Dominik Schwab.

Ziele: noch weniger Foodwaste, noch mehr Nachhaltigkeit

«Für die Zukunft haben wir eine lange Wunschliste. Wir sind stetig dabei, unsere Prozesse zu optimieren, möchten Foodwaste noch stärker vermeiden als heute und auch in den Bereichen Nachhaltigkeit, fairer Handel und Ökologie noch mehr investieren», sagt Reto Schwab. Sein Bruder präzisiert: «Wir legen bereits heute grossen Wert auf eine nachhaltige und sozialverträgliche Produktion. Zudem setzen wir auf leise und ökologische Fahrzeuge für den Vertrieb. Aber es gibt noch viel Verbesserungspotenzial.»

Eines ist sicher: Simpler werden die Abläufe bei der Schwab-Guillod AG dadurch nicht.

Schwab-Guillod AG

Die 1937 gegründete Schwab-Guillod AG in Müntschemier im Berner Seeland wird heute in dritter Generation von den Brüdern Reto und Dominik Schwab geführt. Das Unternehmen vermarktet das Vollsortiment von Früchten und Gemüse aus dem In- und Ausland. Rund 620 Festangestellte mit Schweizer Wohnsitz sind derzeit bei der Schwab-Guillod AG beschäftigt. Wachsende Bedeutung kommt den Bereichen Convenience-Food und Bio zu.
frugem.ch

Wissenswertes auf einen Blick

Credit Suisse: Nummer 1 in der Digitalisierung

Die Credit Suisse wurde in einer Studie der Hochschule Luzern als Bank mit dem höchsten Digitalisierungsgrad im Firmenkundengeschäft ausgezeichnet. Vor drei Jahren noch auf Platz 5, hat die Credit Suisse in den vergangenen Jahren also mächtig aufgeholt und sich nun an die Top-Position gesetzt:

1. Credit Suisse (35 Punkte)
2. UBS (31 Punkte)
3. Zürcher Kantonalbank (28 Punkte)

Die in Zusammenarbeit mit dem Institut für Finanzdienstleistungen Zug und dem Digital-Banking-Thinktank «e-foresight» der Swisscom erschienene Studie untersuchte mittels Umfrage bei 508 Firmenkunden, welche Angebote für sie am nützlichsten sind und wo Potenzial für Weiterentwicklung besteht. Ergebnis: Die Credit Suisse bietet schon mehrere Punkte auf der Kunden-Wunschliste an, beispielsweise eine Multibanking-Lösung sowie Online-Finanzierungsmöglichkeiten.

Drohne an der Leine? Warum nicht.

Wenn es brennt, zählt jede Sekunde. Die erste Aufgabe der Feuerwehr ist es, möglichst rasch Überlebende zu lokalisieren. Das Schweizer Start-up Fotokite, das zu Perspective Robotics AG gehört, hat zur Unterstützung der Notfallteams eine Drohnen-ähnliche fliegende Kamera entwickelt. Sie steigt, an einer Art Leine befestigt, vom Feuerwehrfahrzeug auf, um aus der Luft Video- und Wärmebilder an die Rettungskräfte zu übermitteln. Damit können Gefahrenherde und Überlebende schneller als mit herkömmlichen Mitteln geortet werden.

Das ETH-Spin-off mit Sitz in Zürich und New York beschäftigt inzwischen 45 Mitarbeitende. Finanziert wird es durch Nationalfonds-Fördergelder, Sponsoren und Venture-Capital-Anleger. Einer davon ist die Credit Suisse Entrepreneur Capital AG unter der Leitung der Helvetica Capital AG.



Erfahren Sie mehr!

Lesen Sie hier den ganzen Artikel
zu Fotokite:
credit-suisse.com/moeglichkeiten

Produktive Zentralschweiz

Eurokrise und Frankenschock beeinflussten nach 2012 die Wirtschaftsstruktur der meisten Schweizer Regionen, aber nicht der Zentralschweiz. Die Region konnte zwischen 2012 und 2017 ein Beschäftigungswachstum von über 7 Prozent verbuchen.

Grosse Diversität im Kern der Schweiz

Mit niedriger Steuerbelastung, einem grossen Fachkräftereservoir und vielerorts guten Verkehrsverbindungen bieten die Zentralschweizer Kantone optimale Voraussetzungen für Firmensitze. Allerdings ist die Wirtschaftsstruktur in den fünf Kantonen jeweils ganz verschieden: Während in Uri, Obwalden und Nidwalden die Landwirtschaft sowie Hotellerie, Gastronomie und Industrie vorherrschen, dominiert in Zug und Luzern der tertiäre Sektor. Die Tourismushochburg Luzern konnte zwischen 2013 und 2018 ein Wachstum von 18,9 Prozent bei den Logiernächten verbuchen. In Prozenten wurde Luzern indes vom kleinen Nidwalden überflügelt, das durch die Eröffnung des Bürgenstock Resort mit einem Wachstum von 61,8 Prozent aufwarten konnte.

Die meisten Start-ups in Zug

11 500 neue Arbeitsstellen entstanden zwischen 2012 und 2017 im Kanton Luzern, was einem Wachstum von 6,5 Prozent entspricht. Noch grösseres Wachstum gab es in Zug, nämlich 10 Prozent. Dieser Kanton weist zudem die grösste Start-up-Dichte auf, gemessen an der Anzahl pro Einwohner. Hier haben 40 Prozent der 10'700 in der Zentralschweiz neu ins Handelsregister eingetragenen Firmen ihren Sitz.



Erfahren Sie mehr!

Die detaillierte Studie zur Zentralschweiz finden Sie hier:
credit-suisse.com/studiezentralschweiz



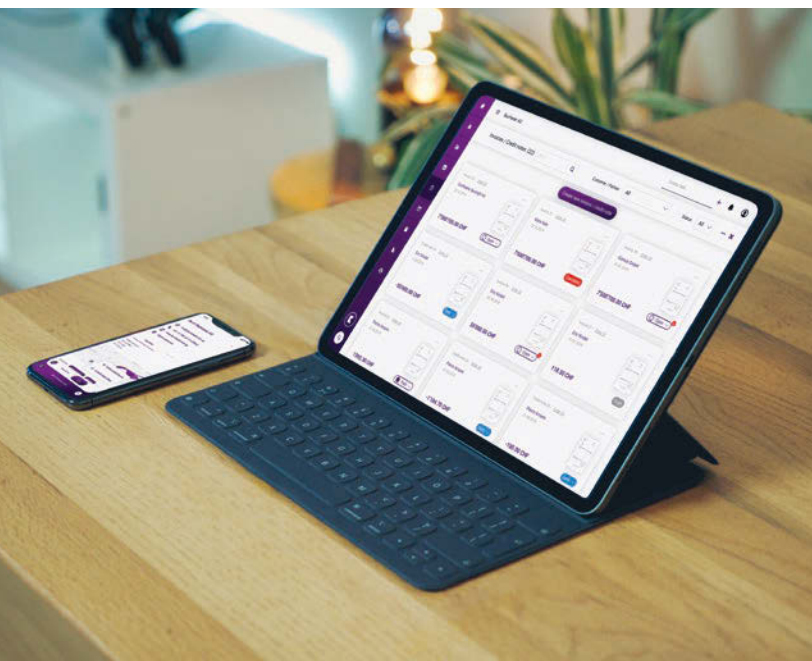
Aufgefallen

Dem Leiter KMU-Geschäft Schweiz, Andreas Gerber, fallen im Kontakt mit Kunden immer wieder ausserordentliche Unternehmen auf. Hier erzählt er, wer ihm in letzter Zeit besonders imponierte.

KLARA: Administration ohne Büro

«KLARA wirbt mit dem Slogan «Macht dein Büro einfach», was eigentlich eine Untertreibung ist. Denn KLARA übernimmt für Unternehmen und Privatpersonen genau jene Tätigkeiten, die vom Tagesgeschäft ablenken: Finanzbuchhaltung, Kundenverwaltung und Lohnabrechnungen. Der Clou ist: Diese Dienstleistungen sind für die Kunden kostenlos.

Da stellt sich die Frage, womit das Unternehmen sein Geld verdient. 2017 aus der Firma Axon Ivy entstanden, beschäftigt das Start-up inzwischen 110 Mitarbeitende. Um seine Dienstleistungen kostengünstig erbringen zu können, hat KLARA viele Prozesse mithilfe künstlicher Intelligenz automatisiert. In der Buchhaltung werden etwa Lohnabrechnungen oder Debitorenforderungen automatisch erstellt und verbucht. Kreditorenbelege scannt der Kunde per App, der Lieferant wird automatisch erfasst, die Zahlung ausgelöst und verbucht. KLARA arbeitet zudem mit Unternehmen wie der Credit Suisse und erhält von diesen jeweils eine kleine Provision. Der KLARA-Kunde zahlt aber nichts. Im Gegenteil: Er kann zum Teil von Dienstleistungen profitieren, die kleinen KMU normalerweise nicht offenstehen. Gewisse Module, wie beispielsweise das Onlinemarketing, die über das Basispaket hinausgehen, sind kostenpflichtig. Doch vielen genügt das Grundangebot, das ja immerhin die gesamte Buchhaltung beinhaltet.»



Mehr Informationen?

Mehr über KLARA finden Sie hier:
klara.ch

Partner der Credit Suisse



Die bereitgestellten Informationen («diese Informationen») wurden von der Credit Suisse Group AG und/oder den mit ihr verbundenen Unternehmen (nachfolgend «CS») mit grösster Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Diese Informationen stellen keine Anlageberatung dar und basieren nicht auf andere Weise auf einer Berücksichtigung der persönlichen Umstände des Empfängers. Diese Informationen sind nicht rechtsverbindlich und stellen weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Abschluss einer Finanztransaktion dar. Die CS lehnt jede Haftung für die Verwendung dieser Informationen ab (das heisst für Verluste, die sich aus dem Missverständnis oder sonstigen Umständen ergeben). Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen und Meinungen repräsentieren die Sicht der CS zum Zeitpunkt der Erstellung und können sich jederzeit und ohne Mitteilung ändern. Die CS gibt keine Gewähr hinsichtlich des Inhalts und der Vollständigkeit der Informationen und lehnt jede Haftung für Verluste ab, die sich aus der Verwendung der Informationen ergeben. Weder diese Informationen noch Kopien davon dürfen in die Vereinigten Staaten von Amerika versandt, dorthin mitgenommen oder in den Vereinigten Staaten von Amerika verteilt oder an US-Personen (im Sinne von Regulation S des US Securities Act von 1933 in dessen jeweils gültiger Fassung) abgegeben werden. Ohne schriftliche Genehmigung der CS dürfen diese Informationen weder auszugsweise noch vollständig vervielfältigt werden. Copyright © 2020 Credit Suisse Group AG und/oder mit ihr verbundene Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten.



gedruckt in der
schweiz

Diese Ausgabe wurde klimaneutral produziert. Die Credit Suisse hat die verursachten CO₂-Emissionen für diese «Unternehmer»-Ausgabe durch Climeworks neutralisieren lassen.

Impressum

Herausgeberin: Credit Suisse (Schweiz) AG, SMMD 2, Postfach 2, 8070 Zürich
Projektführung: Reto Brändli (Leitung), Martina Leberherz
Redaktion: Mariska Beirne (Lemon Spark GmbH), Anja Kutter, Eva-Maria Morton de Lachapelle (alle drei Lemon Spark GmbH), Joeline Fruchi, Silvana Giger, Martin Kuonen
Übersetzung: Credit Suisse Language & Translation Services
Kontakt: unternehmer.inbox@credit-suisse.com
Realisation und Gestaltung: n c ag
Fotografie: Robert Aebli: alle Bilder inkl. Cover, ausser S. 13: Theerawat – stock-adobe.com; S. 18: Besitz Swiss Venture Club; S. 19: Besitz Centre Patronal; S. 26 oben: Besitz Credit Suisse; S. 26 unten: Besitz Klara
Druck: Galledia
Auflage: 75'000 Exemplare

Denken Sie hier an Mittagessen? Warum nicht.

Unternehmer denken weiter. Zum Beispiel, wie aus
Insekten Lebensmittel hergestellt werden können.
Und wir sind die Bank, die mitgeht.

credit-suisse.com/unternehmer

Credit Suisse
unterstützt
Unternehmer