

CREDIT SUISSE



# Unternehmer

Tempo

## Fliegende Kleidung

Bardusch AG: waschen und sortieren im Takt.

## Top 100 Award

Schub für Jungunternehmen.

## Textilien in der Formel 1

Schneller und sicherer durch die Cortex Hübeline AG.

*bardusch*  
Heidi Zugg

## Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer



**Schnell sein, Topqualität produzieren und termingerecht liefern – das sind typische Eigenschaften schweizerischer Unternehmen. Atomgenaue Pünktlichkeit ist gar eine Kernkompetenz der hier vorgestellten Moser-Baer AG, welche die Schweizer Bahnhofsuhrn produziert. Bei der Cortex Hümbelin AG spielt das Tempo eine besondere Rolle: Die Firma verhilft mit ihren Produkten Formel-1-Teams zu mehr Sicherheit und Geschwindigkeit auf den Rennstrecken. Als Bank für Unternehmer ist es uns ein zentrales Anliegen, uns mit Ihnen in Ihrem Tempo zu bewegen.**

Andreas Gerber  
Leiter KMU-Geschäft Schweiz

## Inhalt



04 — Waschen und sortieren im Takt

**100 Tonnen Kleidung sammelt die Bardusch AG täglich ein, wäscht, glättet, sortiert und verteilt sie wieder.**



20 — Formel 1: leichter = schneller

**Das Textilunternehmen Cortex Hümbelin AG produziert Rückhalteseile und Kunststofftanks für Formel-1-Rennwagen.**



24 — Im Emmental bleibt die Zeit nie stehen

**Seit 75 Jahren entwickelt und produziert die Moser-Baer AG Uhranlagen und Zeitsysteme für öffentliche Gebäude wie Flughäfen und Bahnhöfe.**



12 — Frühaufsteher und Farbenpracht

**Um 5 Uhr in der Früh herrscht hier Hochbetrieb: Die Zürcher Blumenbörse ist Haupt-Drehscheibe des Schweizer Blumenhandels.**

04 — Fliegende Kleidung

Bardusch AG: waschen und sortieren im Takt, liefern auf den Punkt.

10 — Top 100 Startup Award

Ein Preis, der Vertrauen generiert und Türen öffnet.

12 — Frischprodukt Blumen

Eine Rose aus Ecuador ist zwei Tage nach ihrem Schnitt an der Zürcher Blumenbörse. Einige Stunden später erfreut sie bereits die Endkunden.

16 — 1e-Vorsorgepläne

Neue Möglichkeiten zum optimierten Vermögensaufbau.

18 — Wechselkurse

Planungssicherheit bei der Währungsabsicherung.

20 — Textilien in der Formel 1

Cortex Hümbelin AG macht Rennwagen durch extraleichtes und widerstandsfähiges Material schneller und sicherer.

24 — Präzision in Zeit und Technik

Das Emmentaler Familienunternehmen Moser-Baer AG produziert viel mehr als die berühmte SBB-Uhr. Seine Zeitsysteme liefert es in 150 Länder.

29 — In Kürze

Wissenswertes für Unternehmenskunden:  
Online Credit und die beiden Initiativen «5 vor 12» und «Wunsch-Schloss».

30 — Aufgefallen

Mit seinen Zahnimplantaten aus Keramik ist Dentalpoint der Konkurrenz vier Entwicklungsjahre voraus.

# Waschen und sortieren im Takt

**Etwa 100 Tonnen Wäsche verarbeiten die 700 Mitarbeitenden der Bardusch AG täglich in der Schweiz. Dabei lässt sich in dieser Menge praktisch jedes einzelne Wäschestück nachverfolgen. Eine Führung durch den Standort Brugg zeigt: Mit einer Wäscherei im herkömmlichen Sinne ist diese hochautomatisierte Wasch- und Sortieranlage nur noch bedingt verwandt. — Mariska Beirne**

Verwaltungsratspräsident  
Andreas Holzer und Heidi Zaugg,  
Sprecherin der Geschäftsleitung,  
in der Sortieranlage des  
Bardusch-Standorts in Brugg.







Ein Besuch in den feuchtwarmen Hallen der Bardusch AG birgt Überraschungen: Was im ersten Augenblick aussieht wie ein leerer Korridor, wird im nächsten Moment von Hunderten weissen Hemden «geflutet», die auf ihren Bügeln am Schienensystem dahinfliegen. Schnell, einen Schritt zur Seite! Die Hemdenserie nimmt kein Ende, dazwischen haben sich ein paar blaue Poloshirts verirrt, gefolgt von olivfarbenen Kochschürzen. Wie eine Garnison Soldaten reihen sich die Wäschestücke auf, bevor sie ins obere Stockwerk in die Sortierung spediert werden. Das Klicken der Systembügel bildet mit dem Summen der Wasch- und Dampfmaschinen den charakteristischen Geräuschteppich der Grosswäscherei.

#### **Ein Schweizer Unternehmen mit deutscher Mutter**

Etwa 250'000 Wäschestücke, das entspricht 100 Tonnen, werden in den Anlagen der Bardusch AG täglich gewaschen, getrocknet und sortiert. «Wir sind ein deutsches Familienunternehmen, das heute in acht Ländern tätig ist. Die Schweiz ist neben Deutschland der wichtigste Standort», erklärt Verwaltungsratspräsident Andreas Holzer. Heidi Zaugg, Sprecherin der Schweizer Geschäftsleitung, betont: «Hier in Brugg sind wir seit 1964 tätig, wir sehen uns als einheimisches Unternehmen: Wir waschen mit Schweizer Wasser für Schweizer Kunden und wir zahlen Schweizer Löhne.» Gewaschen werden

zum grössten Teil Textilien, die von der Bardusch AG speziell für die Kunden designt oder beschafft und anschliessend zum Gebrauch überlassen werden. Der Kern der Dienstleistung besteht aus der regelmässigen Versorgung der Kunden mit den gewaschenen und sortierten Textilien.

#### **Waschen im Grossformat**

Eine Flotte von fast 70 dunkelblauen Bardusch-Lastwagen ist jeden Tag in der ganzen Schweiz unterwegs. In Brugg sind es zwölf LKWs, die täglich in mehreren Touren die Kunden anfahren. Die Schmutzwäsche wird so über den ganzen Tag in hohen Rollcontainern angeliefert. «Unsere Mitarbeitenden in der Sortierung



Die Kleidungsstücke werden in der Sortieranlage nach Kriterien wie Kunde, Grösse oder Träger sortiert.



trennen nach Grad der Verschmutzung, Farbe und Materialien – so, wie wir es aus der eigenen Waschküche zu Hause kennen», erklärt Heidi Zaugg. Zur Sortierung gehört auch das Kontrollieren der Hosen-, Kittel- und Schürzentaschen: «Vom Autoschlüssel bis zur Geburtszange haben wir schon alles gefunden», meint Andreas Holzer schmunzelnd. Die sortierten Textilien kommen nun auf die Förderbänder der Waschstrassen und von hier in den Waschtunnel mit 15 Waschkammern. Die Anlage sieht fast ein wenig aus wie eine Weltraumstation. Jede der Kammern fasst etwa 60 Kilogramm Wäsche. «Während in Privathaushalten oftmals Vollwaschmittel verwendet werden, können wir hier die Dosierung der einzelnen Komponenten präzise auf die Wäscheart und den Waschgang abstimmen. Wir verwenden fast keine Parfüms und verzichten auf allergene Stoffe. Unsere Wäsche soll am Ende möglichst neutral riechen», sagt Zaugg. «Für Aussehenstehende sieht das Sortieren und Einschichten der Wäsche recht banal aus», hält Holzer fest. Eine solche Anlage zu «fahren», sei jedoch ziemlich anspruchsvoll, man benötige die richtige Mischung aus Erfahrung und Fingerspitzengefühl, denn hier in der Sortierung werde der Takt der ganzen Wäscherei vorgegeben, erklärt der Verwaltungsratspräsident fast ein wenig ehrfürchtig.

### **Schwebende Wäschestücke**

Eine Schleuse trennt die Schmutzabteilung von der sauberen Seite mit den fliegenden Hemden. Passieren darf sie nur, wer den weissen Bardusch-Kittel anzieht, sich die Hände wäscht und desinfiziert. Ohne Desinfektion bleibt man stecken, denn der Türöffnungs-Mechanismus ist mit dem Dispenser gekoppelt. Die Rückseite der Waschstrasse gleicht der Vorderseite – mit dem Unterschied, dass die Wäsche, die aus den Kammern auf die langen Förderbänder kommt, nun sauber ist. Flinke Hände hängen die noch feuchten Stücke auf die Bügel. Jedes Teil ist entweder mit einem RFID-Chip oder einem Barcode versehen. Im Innern der Bügel befindet sich ebenfalls ein



Eine Mitarbeiterin kontrolliert die Kleidungsstücke auf mögliche Defekte und Flecken.

RFID-Chip. «Das Wäschestück und der Bügel werden in diesem Moment miteinander «verheiratet». Von hier an ist jedes Kleidungsstück im System identifiziert und kann über den Bügel einzeln gesteuert werden», so Andreas Holzer. Die feuchten Wäschestücke schweben nun an den Bügeln in den sogenannten Finisher, wo sie mittels Warmluft und Dampf getrocknet werden. Welche Hitze ein Kleidungsstück verträgt, wird wiederum durch den Code oder Chip gesteuert. Vom Finisher aus bewegen sich die Bügel zur Qualitätskontrolle. Eine Mitarbeiterin greift nach

einem Hemd. Fachkundig überprüft sie es auf Flecken und Defekte, gleichzeitig schliesst sie die Knöpfe. Findet die Kontrolleurin einen Grund zur Beanstandung, gibt sie diesen auf dem Touch-Bildschirm ein. Entsprechend schwebt das Kleidungsstück anschliessend auf dem vorgegebenen Weg weiter: entweder in die Reparaturabteilung, wo an fünf Nähmaschinen in rasantem Tempo geflickt wird, oder es wird zurück in die Schmutzabteilung spediert. Wenn alles in Ordnung ist, setzt es seinen Weg fort. Und wo wird gebügelt? «Die meisten Kleidungsstücke haben nach

## **Bardusch AG**

**Die Bardusch AG ist Teil eines international tätigen Familienunternehmens mit deutschem Mutterhaus. In der Schweiz ist sie seit 1960 tätig und beschäftigt rund 700 Mitarbeitende in den Niederlassungen in Basel, Brugg, Rheinfelden, Yverdon, Sierre und Thun. Das Unternehmen betreut die gesamte Wäscheaufbereitung und -logistik für Spitäler, Alterszentren, Gastronomiebetriebe sowie für Gewerbe und Industrie. Verwaltungsratspräsident ist Andreas M. Holzer; Heidi Zaugg ist Sprecherin der Geschäftsleitung.**  
[bardusch.com](http://bardusch.com)

Der gesamte Prozess vom Ausladen der schmutzigen Wäsche bis zum Einladen der sauberen Wäsche dauert fünf bis sechs Stunden.



der Trocknung im Finisher schon ein gutes Glättbild. Nur feinere Hemden und Blusen für Frontmitarbeiter werden in der Presserei feingeglättet», so Heidi Zaugg. Auch diese ist weitgehend automatisiert: Eine Mitarbeiterin drapiert eine Bluse auf einer Art Büste und schiebt sie anschliessend in eine transparente Kabine. Dort wird die Bluse

anfährt. Zum Glück befindet sich hier oben nur die automatische Sortieranlage. Hier werden in einem ersten Schritt die Kleidungsstücke automatisch nach Kunde grob sortiert und hintereinander eingeordnet. Sobald ein Kundenbestand ausgeliefert werden soll, ruft der Operateur die entsprechende Charge ab. Wenn Andreas Holzer über dieses

nach Bau, Garderobe und Träger. Kurz vor der Auslieferung gelangen die sortierten Kleidungsstücke wieder ins Parterre, wo sie von vier Maschinen gefaltet werden. «Der gesamte Prozess vom Aus- bis zum Einladen in den Lastwagen dauert fünf bis sechs Stunden. Expressbestellungen schaffen wir auch in vier Stunden», erklärt Heidi Zaugg. Das Geschäftsmodell der Bardusch AG umfasst nicht nur die Pflege von Kleidungsstücken: «Wir sind so etwas wie eine Wäschebank: Statt Geld verleihen wir Textilien an unsere Kunden», veranschaulicht Holzer. Das Unternehmen stellt in Zusammenarbeit mit seinen Kunden die gesamte Arbeitskleidung zusammen, lässt diese mit dem Firmenlogo besticken und stellt sie anschliessend im Leasing zur Verfügung. Für die Kunden entfällt so die ganze Kleiderlogistik inklusive Lagerung von grösseren Beständen.

## «Wir sind so etwas wie eine Wäschebank: Statt Geld verleihen wir Textilien an unsere Kunden.»

— Andreas Holzer

vom Inneren der Büste aus 30 Sekunden mit heisser Luft aufgeplustert, sodass jedes Knitterfältchen verschwindet. Mit dem Bügeleisen wird danach höchstens noch kurz nachgebessert.

### **Sortieren wie im Güterbahnhof**

In der Galerie über der Waschanlage ist es nochmals einige Grade wärmer als unten, wo sich die Luft bereits tropisch

System spricht, ist seine Begeisterung spürbar: «Unsere Sortieranlage ist vergleichbar mit einem Güterbahnhof. Wir haben 17 Sortierschlaufen. Damit lässt sich – bei zweimaligem Durchlauf der Sortierstecke – nach jedem Kriterium sortieren, wenn es vorgängig so erfasst wurde.» Manche Kunden wünschen ihre Arbeitskleidung nur nach Art der Teile und Grösse sortiert, andere

### **Unbürokratisches Leasing der Lastwagenflotte**

Seit einigen Jahren arbeitet die Bardusch AG nach Lean-Prinzipien: Gemäss der in den japanischen Toyota-Werken entwickelten Arbeitsphilosophie sollen Stillstandzeiten vermieden, unnötige



Handgriffe eliminiert und Abläufe optimiert werden. «Zum vereinbarten Zeitpunkt liefern zu können, ist uns enorm wichtig», erklärt Heidi Zaugg. Der ärgste Feind dieser Pünktlichkeit sei der Strassenverkehr, der manchmal unberechenbar sein könne – obwohl die Bardusch AG mit ihren sechs Standorten in der Schweiz bewusst recht nah bei den Kunden ist. «Wir kommunizieren diese Unsicherheit sehr konsequent an unsere Kunden – und unsere Ehrlichkeit wird geschätzt», ist Andreas Holzer überzeugt. Dieselbe Offenheit erwartet das Wäschereiunternehmen auch von seiner Bank: «Letztes Jahr begleitete uns die Credit Suisse bei der Akquisition einer Grosswäscherei in Thun. Die Bank versteht unser Geschäftsmodell und stellt auch kritische Fragen, wenn es nötig ist – das passt», so Zaugg. Am häufigsten ist die Wäscherei aber für das Leasing der Flotte von fast 70 LKWs mit der Bank in Kontakt. «Die Lastwagenflotte ist unsere Visitenkarte. Als Unternehmen, das Sauberkeit verkauft, haben wir selbstverständlich sehr hohe Ansprüche an die Umweltverträglichkeit unseres Fahrzeugparks. Deshalb wechseln wir die LKWs regelmässig aus», erklärt Andreas Holzer. Heidi Zaugg schätzt die raschen, unkomplizierten Prozesse in der Leasingabteilung der Credit Suisse: «Benötigen wir einen Vertrag für einen neuen Lastwagen, reicht ein Anruf und dann geht es ganz schnell», erklärt sie. Als hätten sie auf dieses Stichwort gewartet, fliegen in diesem Moment in hohem Tempo einige Hundert Hemden um die Schienenkurve und verdecken die Sicht auf die Sprecherin der Geschäftsleitung. Rasch taucht sie unter den Hemden wieder hervor und ergänzt lachend: «Bei der Credit Suisse einen Leasingvertrag für einen neuen LKW zu erhalten, dauert weniger lang als der Waschprozess dieser Hemden.»

## Schnell, effizient und flexibel



Jörg Beer leitet das Firmenkundengeschäft im Marktgebiet Aarau und arbeitet seit 1985 mit Unterbrechungen schon 27 Jahre für die Credit Suisse. Seit 2011 ist er für die Betreuung der Bardusch AG zuständig.

### Seit 2011 betreuen Sie die Bardusch AG. Wie erleben Sie diesen Kunden?

Bardusch hat sich in den vergangenen 15 Jahren mit der Übernahme diverser Wäschereien stark im Schweizer Markt positioniert.

### Der Preisdruck und die Konkurrenz aus dem nahen Ausland sind hoch. Wie geht Bardusch damit um?

Die Bardusch AG ist enorm schnell in der Abwicklung und bewegt sich im Markt flexibel. Man hat in den letzten Jahren durch Lean-Massnahmen die Effizienz gesteigert. Positiv wirkt sich auch die Fokussierung auf Arbeitskleidung aus. Vor Kurzem führte die Bardusch AG mit der Verarbeitung von Bewohnerwäsche eine neue, sehr interessante Dienstleistung ein: Sie übernimmt die gesam-

te Wäsche von Alterszentren. Anhand des firmeneigenen Barcodesystems können alle Wäschestücke den einzelnen Bewohnern wieder zugeordnet werden. So erhält jeder seinen persönlichen sauberen Wäschebeutel zurück.

### Welches sind die von der Bardusch AG am häufigsten genutzten Dienstleistungen der Credit Suisse?

Ein wichtiges Geschäft ist das Leasing der Lastwagenflotte von beinahe 70 LKWs, doch das läuft fast von alleine. Wir definieren nur jeweils zu Jahresbeginn die Rahmenlimits. Innerhalb dieser steht es dem Kunden das ganze Jahr über frei, neue Verträge abzuschliessen. Deshalb geht das dann auch sehr fix. Die Bardusch AG wickelt auch die Verarbeitung der Löhne aller Schweizer Filialen über die Credit Suisse ab und schätzt unsere Zuverlässigkeit in der Zahlungsverkehrsabwicklung. Zudem wissen wir, dass die Bardusch AG in der Schweiz weiter wachsen will und dies auch via Firmenübernahmen geschehen kann. Deshalb haben wir die Bardusch AG mit deren Einverständnis als potenzielle Käuferin auf unserer internen Vermittlungsplattform Opportunity Net registriert. Finden wir auf der Verkäuferseite eine passende Firma und liegen die entsprechenden Vertraulichkeitserklärungen (Waiver) vor, dann können wir den Kontakt zwischen diesen Parteien herstellen.

### Durch die Übernahmen im Welschland hatte die Bardusch AG eine Zeit lang zwei Kundenberater – einen deutsch- und einen französischsprachigen. Nun wurden die Aufgaben zusammengeführt und Sie sind für die gesamte Bardusch AG zuständig. Ist diese Zentralisierung üblich?

Das war der Wunsch des Kunden. Hätte die Bardusch AG weiterhin zwei Kundenberater haben wollen, hätten wir das so gelassen. Aber für den Kunden war es ein Vorteil, alles aus einer Hand zu bekommen.

### Wie sehen Sie die Zukunft der Bardusch AG in den nächsten Jahren?

Der Preisdruck wird bleiben, aber die Firma ist bestens positioniert. Es würde mich freuen, wenn die Firma – und damit verbunden unsere langjährige Zusammenarbeit – weiter wächst.

## Top 100 – «Take-off»-Unterstützung für Jungunternehmen

**Die Credit Suisse agiert als strategischer Partner des «Top 100 Swiss Startup Award» – eines der prestigeträchtigsten Preise für Jungunternehmen in der Schweiz. Der Firma Ava, Gewinner 2017, ebnete der erste Platz den Weg für eine aussergewöhnlich hohe Finanzierungsrunde.** — Mariska Beirne

Was beeinflusst den Erfolg oder Misserfolg eines Start-ups? Entscheidende Faktoren sind neben einer innovativen Idee ein starkes, motiviertes Team, ein durchdachtes Geschäftsmodell, eine solide Finanzierung und der geeignete Zeitpunkt. Sind diese Voraussetzungen gegeben, stehen die Chancen auf Erfolg recht gut. Die Schweiz verzeichnet mehr stark wachsende Jungunternehmen als die meisten Vergleichsländer. Bei den internationalen Innovationsrankings ist sie denn auch jeweils auf den vordersten Plätzen zu finden.

### Vertrauen von Mitarbeitenden und Investoren

Das Jungunternehmen Ava entwickelt und produziert ein Armband für Frauen, das die fruchtbaren Tage seiner Trägerin anzeigt. 2017 belegte Ava den ersten Platz im Top-100-Ranking. Die Preisverleihung ist ein medienwirksamer Anlass, der die Gewinner bei potenziellen Kundinnen und Investoren sichtbar macht. Nach dem Nutzen der Auszeichnung gefragt, lautet das Stichwort, das Pascal Koenig, dem CEO von Ava, als Erstes einfällt: «Vertrauen. Der

Award half uns bei der kürzlich erfolgten Finanzierungsrunde in der Höhe von 30 Millionen Schweizer Franken. Das ist ein sehr hoher Betrag für ein Schweizer Start-up; selbst im Silicon Valley ist das viel», berichtet Koenig. Das Vertrauen aber sei nicht nur in Bezug auf potenzielle Geldgeber wertvoll, sondern auch gegenüber den Mitarbeitenden eine Art Qualitätsausweis, Bestätigung und Dankeschön. Denn für ein Start-up zu arbeiten, sei zwar motivierend, gleichzeitig aber mit Risiken und häufig auch Lohnabstrichen verbunden. «Um als Unternehmen weiterzukommen, sind wir auf aussergewöhnlich gute Leute und ihr Vertrauen angewiesen. Vor dem Top-100-Wettbewerb zählten wir 30 Mitarbeitende, heute sind wir 70», so Koenig.

### Eine exklusive Plattform

Jede Woche flattern bei Pascal Koenig Anmeldungen für weitere Innovationspreise ins Büro. «Ich könnte meine ganze Arbeitszeit für solche Bewerbungen aufwenden», schmunzelt er. Der junge CEO will indes keine Trophäen sammeln, denn am Ende entscheide der Markt und auf diesen will sich Ava konzentrieren. «Wir fokussieren unsere Ressourcen auf einige wenige Preise – der «Top 100 Award» ist einer der wichtigsten», meint Koenig. Hinter «Top 100» steht als Organisator das Start-up-Förderprogramm Venturelab. Venturelab schleuste seit 2004 rund 30'000 Start-up-Talente durch sein Workshopangebot und vernetzte viele angehende Unternehmer mit führenden Investoren und Industriepartnern. Darüber hinaus stellte Venturelab Kontakte zu erfolgreichen Gründern her, die ihr Wissen als Business Angels zur Verfügung stellen. Seit 2011 gehört der «Top 100 Swiss Startup Award» zu den Kernaktivitäten von Venturelab. Wie der Name sagt, wird an der Award Night die Rangfolge der 100 interessantesten Schweizer Start-ups bekannt gegeben. Erstellt wird diese Liste von 100 Experten, Investoren und Industriepartnern, die täglich mit



Die Gewinner der Top-100-Preisverleihung 2017:

Patrick Thévoz, Flyability SA, Peter Stein, Ava, Lisa Falco, Ava, Yann Tissot, L.E.S.S. SA (v. l. n. r.).

Start-ups arbeiten. Für die eingeladenen Junggründer stellt der Anlass somit eine interessante Plattform dar, ganz ungeachtet des erzielten Platzes im Ranking.

#### **Unternehmernetzwerk von Credit Suisse und SVC**

Zu den wichtigsten Partnern des Anlasses zählen die Credit Suisse als exklusiver Banken-Kooperationspartner und der KMU-Verein Swiss Venture Club (SVC). Die Ziele des SVC bestehen unter anderem darin, das Schweizer Unternehmertum zu fördern, indem er

Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Medien und Kultur zusammenbringt und so das Knüpfen hochwertiger Kontakte ermöglicht. Der Netzwerkgedanke steht auch für die Credit Suisse im Vordergrund, die den Jungunternehmern Zugang zu ihrem hochkarätigen Netzwerk sowie Investoren rund um den Globus bietet. Als Gewinner des Awards 2017 wurde Ava von der Credit Suisse auf die jährlich stattfindende Unternehmerreise eingeladen: «Ich bin sehr gespannt darauf. Die Reise wird uns nach Vietnam und

China führen – für uns sehr spannende Destinationen mit riesigem Marktpotenzial und interessanten Produktionsmöglichkeiten», erzählt Pascal Koenig. Für Ava öffnete der «Top 100 Swiss Award» in der Schweiz bereits eine Reihe von Türen – möglicherweise nun bald auch in Asien.

**Public Voting: Stimmen Sie für Ihr Lieblings-Start-up, das nicht älter als fünf Jahre ist:**

[top100startup.ch](http://top100startup.ch)





Seit bald zehn Jahren befindet sich die Zürcher Blumenbörse am Standort in Wangen bei Dübendorf, wo das gesamte Sortiment ebenerdig über drei Hallen verteilt zu finden ist.

## «Schnittblumen sind ein Frischprodukt. Da muss alles sehr schnell gehen.»

**Ein bunter Sommerstrauss aus Rosen, Frauenmantel, Lilien, Löwenmäulchen und Brombeeren: Drei Tage zuvor standen diese Blumen in weiten, farbenprächtigen Feldern im kenianischen Hochland, in den Niederlanden, in der Schweiz. Ein Gespräch mit Bernhard Wüthrich, Abteilungsleiter Schnittblumen in der Genossenschaft Zürcher Blumenbörse, und Ralph Huggel, der diese grösste Schweizer Drehscheibe für Blumen leitet.**

– Mariska Beirne

**Es ist 6 Uhr morgens. Wir sitzen mit Ralph Huggel im gemütlichen Café der Zürcher Blumenbörse, nachdem er uns durch die bunten, betörend duftenden Hallen geführt hat. Nach der Hälfte des Gesprächs setzt sich Bernhard Wüthrich zu uns, der Experte für Schnittblumen.**

**Sie sehen sehr munter aus. Stehen Sie jeden Tag so früh auf?**

Ralph Huggel (RH): Ich beginne meist um 5 Uhr, wenn die Blumenbörse öffnet. Nach 15 Uhr ist mein Arbeitstag zu

Ende. Es wäre sinnlos, von 8 bis 18 Uhr zu arbeiten – dann könnte ich mich ja nicht mit meinem Team austauschen. Zwölf Leute beginnen jeweils sogar schon vor 4 Uhr in der Früh. Sie nehmen die Lieferungen in Empfang, die dann ankommen, und richten bis 5 Uhr alles her. Was das Frühaufstehen angeht, bewundere ich aber vor allem unsere Kunden: Viele von ihnen schieben schon um 5 Uhr morgens ihren Einkaufstrolley durch unsere Hallen, eine Stunde später fahren sie mit den frischen Blumen

zurück, und um 8 Uhr öffnen sie ihr Geschäft. Dort stehen sie bis Ladenschluss und erledigen danach noch die Kassenabrechnung.

**Die Zürcher Blumenbörse ist eine Genossenschaft. Sind Sie eine Art Blumen-Engroshandel?**

RH: Wir sind eine Börse, die als Genossenschaft organisiert ist, gegründet vor 70 Jahren von Gärtnereien in der Region. Die Genossenschafter liefern uns ihre Ware, die sie uns in Kommission geben. Das heisst, wir kaufen sie ihnen nicht ab. Erst wenn die Blumen und Pflanzen verkauft sind, erhalten sie den Verkaufspreis, und wir behalten die Kommission. Was nicht über den Ladentisch geht, nimmt der Verkäufer zurück. Auf diese Weise haben die Kunden ein riesiges Angebot. Es gibt im Frühling beispielsweise Narzissen von 15 Anbietern: Einige sind langstielig, andere kurzstielig, in kleinen oder grossen Töpfen, in jeder Gelbnuance und zu unterschiedlichen Preisen – eine echte Börse eben.

**Wie wird man Genossenschafter?**

RH: Man muss zum einen aktiv produzieren und für mindestens 12'000 Franken pro Jahr Ware liefern, zum anderen muss man von der Generalversammlung aufgenommen werden. Derzeit sind 43 Grossgärtnereien bei uns Genossenschafter. Dass jemand aus der Region stammt, ist nicht mehr das entscheidende Kriterium, vielmehr sind heute Spezialisten gefragt. Wir haben beispielsweise ein Mitglied, das auf einzigartige Gerbera spezialisiert ist. Andere sind stark in Orchideen oder Rosen. Solche Nischenplayer sind attraktiv, weil sie das Sortiment bereichern und die Kunden anziehen. Auf diese Weise verkaufen auch die anderen Mitglieder mehr Produkte.

**Die Blumenbörse lebt aber nicht nur vom Kommissionsgeschäft.**

RH: Nein, wir wollen ja eine möglichst grosse Vielfalt bieten. Deshalb kaufen wir vor allem auch Schnittblumen

## «Was die New Yorker Wall Street für den Finanzmarkt ist, ist im Blumenhandel die Blumenbörse von Aalsmeer in den Niederlanden. Die Preise sind sehr volatil und ändern sich im Minutentakt.»

— Bernhard Wüthrich

von ausländischen Anbietern in grossen Mengen. Rosen aus Ecuador kann man natürlich nicht zurückgeben, wenn sie nicht verkauft wurden. Zusätzlich sind drei weitere Anbieter auf unserer Verkaufsfläche eingemietet, die ebenfalls nicht in Kommission verkaufen. Aber ihre Präsenz regt den Wettbewerb zusätzlich an. (Bernhard Wüthrich gesellt sich zu uns.)

### Wie muss man sich diesen Wettbewerb vorstellen? Ändern sich die Blumenpreise denn so rasch?

Bernhard Wüthrich (BW): Was die New Yorker Wall Street für den Finanzmarkt ist, ist im Blumenhandel die Blumenbörse von Aalsmeer in den Niederlanden. Die Preise sind sehr volatil und ändern sich im Minutentakt. Unsere Preise werden davon beeinflusst – in der Regel mit einem Tag Zeitverzögerung wegen der Transportdauer. Wenn aber einer unserer Konkurrenten mitten am Tag die Preise

von bestimmten Blumen heruntersetzt, weil er gerade eine günstige Lieferung erhalten hat, müssen die anderen nachziehen, wenn sie wettbewerbsfähig bleiben wollen.

### Welches sind die Hauptfaktoren, die Angebot und Nachfrage beeinflussen?

RH: Wir sind sehr stark wetterabhängig. Schlechtes Wetter ist Schnittblumenwetter, weil die Leute dann frische Blumen im Wohnzimmer haben möchten. Bei schönem Wetter laufen die Gartenpflanzen gut.

BW: Letztes Jahr ergab sich eine Situation, wie sie glücklicherweise selten vorkommt: Wir hatten im April einen Temperatursturz, und der ganze Frühlingsflor für die Gärten wie Primeln, Stiefmütterchen und Narzissen blieb bei uns liegen, denn bei Minustemperaturen und Schnee pflanzt niemand. Als es wieder warm wurde, war der Mai da und mit ihm der Sommerflor – da interessiert sich keiner

mehr für Frühlingsblumen, selbst wenn man die Preise drastisch senkt. Auch die Farben spielen eine wichtige Rolle. Bis Ostern verkaufen sich Gelb und Weiss normalerweise sehr gut, danach kann man Gelb bis zu den Sonnenblumen als Hauptfarbe vergessen. Dieses Jahr war allerdings auch Weiss nicht sehr beliebt vor Ostern, dafür Orange. Wenn Schnee liegt, will man keine weissen Blumen.

### Gibt es andere Farben, die zu bestimmten Zeiten beliebt sind?

BW: Rosa ist seit einigen Jahren ein Dauerbrenner – das verkauft sich immer. Am stärksten mit einer Farbe assoziiert ist der Valentinstag. Der ist klassisch rot, hauptsächlich in Form von Rosen. An einem gewöhnlichen Verkaufstag gehen in der ganzen Börse, inklusive Shops, etwa 10'000 Rosen über die Theke. Am Valentinstag sind es zehnmal so viel – und 95 Prozent davon sind rot. Die Weihnachtszeit war ursprünglich ebenfalls rot, doch das hat sich sehr verändert, hier haben wir heute viele verschiedene Farben. Der schönste Tag im Jahr für uns ist der Muttertag! Da gibt es querbeet die gesamte Farbpalette – das ist ein Traum für unsere Einkäufer.

### Bieten Ihre Einkäufer selber an der Börse von Aalsmeer mit?

RH: Nein, wir pflegen eine langjährige Partnerschaft zu einem niederländischen Lieferanten, der für uns jeden Tag frühmorgens an der Börse mitbietet. Er kennt unsere Bedürfnisse und Qualitätsstandards und bietet nur, wo es für uns Sinn macht. Für unsere Geschäftsbeziehungen ins Ausland ist die Credit Suisse übrigens ein wichtiger Partner.

### Inwiefern?

RH: Unsere Auslandszahlungen und Devisengeschäfte laufen über die Credit Suisse. Mit der Devisenabteilung sind wir am häufigsten in Kontakt. Wir benötigen für diese Geschäfte eine Bank, die international operiert und bei der alles aus einer Hand kommt. Die Credit Suisse ist nicht unsere einzige Bank,

## Genossenschaft Zürcher Blumenbörse

Der 1948 gegründeten Genossenschaft gehören derzeit 43 Gärtnereien an. Sie beschäftigt 65 Mitarbeitende. Geschäftsführer ist seit dem 1. Januar 2018 Ralph Huggel. In der 35'000 Quadratmeter Verkaufsebene umfassenden Blumenbörse kann nur einkaufen, wer über einen speziellen Ausweis verfügt. Diesen erhalten Blumen- und Pflanzenfachgeschäfte sowie Unternehmen im Gartenbau. Seit bald zehn Jahren befindet sich die Zürcher Blumenbörse in Wangen bei Dübendorf, davor war sie in Oberengstringen beheimatet. [zuercher-blumenboerse.ch](http://zuercher-blumenboerse.ch)



aber mit ihr haben wir die längste Geschäftsbeziehung: Sie besteht seit unserer Gründung 1948. Der Kundenberater kennt unsere Eigenheiten und versteht unsere Bedürfnisse, so können wir uns auf das Tagesgeschäft konzentrieren.

**Und das ist ja sehr schnellebig: Blumen verwelken rasch. Wie lange dauert der Warenumsatz bei Schnittblumen?**

**BW:** Schnittblumen sind ein Frischprodukt. Wenn sie bei uns eintreffen, müssen sie innerhalb von 24 bis 48 Stunden weiterverkauft werden. Nehmen wir eine Rose aus Ecuador oder Kenia. Am Montag wird sie geschnitten und per Flugzeug in die Schweiz spedit. Am Mittwochmorgen trifft sie sehr früh bei uns ein.

**RH:** Einige Stunden später liegt die Rose vielleicht bereits auf dem Trolley einer Floristin und am Abend steht sie in einer Vase in einem Schweizer Wohnzimmer.

Seit sie auf dem Blumenfeld in Ecuador oder Kenia stand, sind nicht einmal drei Tage vergangen.

**Wie planen Sie den Einkauf der richtigen Mengen?**

**RH:** Nicht nur unsere Einkäufer, auch unsere Lieferanten kennen unsere Bedürfnisse bestens.

**BW:** Perfektes Timing in Abstimmung mit der Wetterprognose ist für uns entscheidend. Das Wetter ist, wie erwähnt, unser grösster Risikofaktor. Zum Glück kommt es wirklich selten vor, dass es uns einen Strich durch die Rechnung macht.

**Spielen digitale Prozesse bei Ihnen eine wichtige Rolle?**

**RH:** In der Abrechnung des Kommissionsgeschäfts und in der Logistik schon, aber im Sinne des Onlineshops noch nicht. Die Floristen und Gärtner wollen ihre Ware sehen – ein Stell-

vertreterbild einer Blumensorte würde ihren Zweck nicht erfüllen. Blumen zu kaufen, bleibt auch im digitalen Zeitalter etwas Sinnliches. Wir arbeiten allerdings daran, einen repräsentativen Onlineshop aufzubauen.

**Sie arbeiten in einem Blumenmeer. Können Sie diese Schönheit noch geniessen?**

**RH:** Vielleicht müssen Sie mich in ein paar Jahren wieder fragen, denn ich habe erst Anfang 2018 bei der Zürcher Blumenbörse angefangen. Ich vermute aber, dass meine Antwort ganz ähnlich ausfallen wird: Ich empfinde diesen Arbeitsort als Privileg. Die schönsten Momente für mich sind, wenn ein Lastwagen voller Kräuter ankommt. Reisst man die Zellophanfolien um die Palette auf, wird die ganze Umgebung in eine Wolke von ätherischen Kräuterdüften gehüllt. Diese Intensität ist unbeschreiblich.

Ralph Huggel, seit 1. Januar Geschäftsführer der Zürcher Blumenbörse, kommt ursprünglich aus der Lebensmittelbranche. In der Blumenwelt hat er sich inzwischen gut eingelebt und er ist fleissig dabei, die lateinischen Blumennamen zu lernen.



# 1e-Vorsorgepläne: Vermögensaufbau optimieren

**Seit Oktober 2017 bestehen neue Möglichkeiten zum optimierten Vermögensaufbau anhand der sogenannten 1e-Pläne. Diese geben Anlegern und Unternehmen neue Freiheiten in der Gestaltung ihrer Vorsorge.**

Das Vorsorgevermögen gehört schon lange zur meistprivilegierten Vermögensmasse von Unternehmen – sowohl aus steuerlicher Sicht als auch in Bezug auf das Konkursprivileg. Im Oktober 2017 hat der Gesetzgeber die 1e-Pläne neu geregelt. Damit ergeben sich neue taktische Vorteile für Unternehmer und versicherte Kaderleute.

## **Was sind 1e-Vorsorgepläne?**

Die Bezeichnung «1e-Pläne» leitet sich vom Artikel 1e in der Verordnung über die berufliche Vorsorge (BVV 2) ab. Die meisten Arbeitnehmer verwahren den grössten Teil ihres Vermögens in ihrer Pensionskasse. Seit 2006 ist es bei einigen Kassen möglich, bezüglich der Anlagestrategien im überobligatorischen Bereich mitzureden – vorausgesetzt, der Versicherten-Jahreslohn beträgt mindestens 126'900 Franken. Weil bis vor Kurzem das gesamte Anlagerisiko bei den Kassen lag, propagierten diese die 1e-Lösungen bisher allerdings wenig. Die im Herbst 2017 erfolgte Gesetzesänderung behob diese Asymmetrie:

Neu profitieren die Versicherten nicht nur von den Chancen ihrer Anlagestrategie, sie tragen auch die Risiken.

## **Wahlfreiheit und Renditechancen**

Für Versicherte mit einem Einkommen von über 126'900 Franken bieten die 1e-Vorsorgepläne eine Reihe von Vorteilen: Das 1e-Vorsorgevermögen ist vom bestehenden Pensionskassenvermögen vollständig segregiert. Das bedeutet, jeder Versicherte spart in seinen eigenen «Topf», ähnlich wie in der 3. Säule. Aufgrund der demografischen Entwicklung und der Zinssituation muss er keine Umverteilungseffekte in die Basiskasse mehr in Kauf nehmen. Zudem ist jeder frei, seine Anlagestrategie selbst aus bis zu zehn Optionen zu wählen, von denen mindestens eine risikoarm sein muss. Eine positive Performance wird dem Anleger direkt gutgeschrieben. Ferner lässt sich auf die Kosten der Anlagen sehr direkt Einfluss nehmen – auf lange Sicht ein entscheidender Faktor beim Vermögensaufbau.

## **Eher konservativ oder eher risikofreudig?**

Bei der Anlagestrategie ist eine eingehende Beratung zu empfehlen. Auch sollte die Strategie regelmässig überprüft werden, denn jeder Versicherte profitiert zwar von den Chancen, trägt aber auch das Risiko selbst: Die Entscheidung, ob jemand eine konservative Anlagestrategie oder eine riskantere Strategie mit höheren Renditechancen wählt, sollte mit der persönlichen Gesamtsituation abgestimmt werden. So bietet sich etwa kurz vor der Pensionierung möglicherweise der Wechsel in risikoärmere Anlagen an. Das Interessante aber ist: Die Strategien können regelmässig gewechselt werden, sollte sich beispielsweise die private Vermögenslage ändern.

## **Unternehmen: Freisetzen von Eigenkapital**

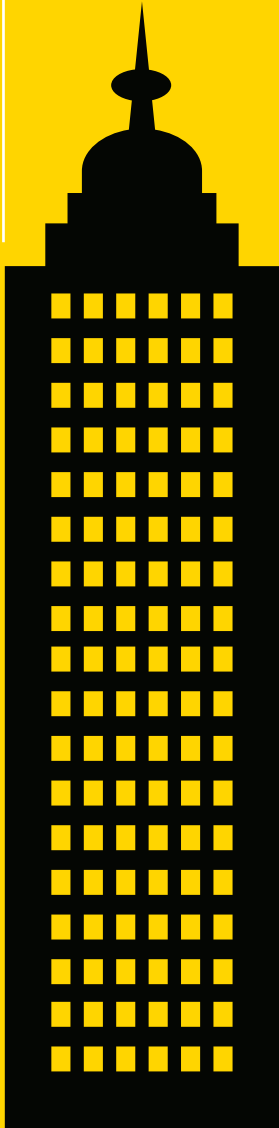
Auch Unternehmen profitieren von den Möglichkeiten der 1e-Vorsorgepläne: Firmen, die gemäss IFRS oder US-GAAP rapportieren, müssen für Pensionskassenlösungen in der Schweiz Risiko-Rückstellungen bilden, die das Eigenkapital belasten. 1e ist die einzige Möglichkeit, diese Rückstellungen zu vermeiden, wodurch in der Folge Eigenkapital freigesetzt werden kann. Die 1e-Pläne eignen sich insbesondere auch für Firmeninhaber, welche die Vorsorge als taktisches Instrument einer Entnahmestrategie einsetzen. Hauptsächlich also für Unternehmer, die auf verschiedenen Stufen nicht betriebsnotwendige Reserven halten und bisher zögerten, diese in ihr Privatvermögen zu überführen. Hierbei nicht unwichtig: In ungefähr zwei Jahren wird – sofern das Volk zustimmt – die Steuervorlage 17 in Kraft treten. Dividenden werden dann höher besteuert, als dies heute der Fall ist. Mit der Einzahlung von Dividenden in die 2. Säule kann der Effekt der erhöhten Besteuerung gemildert werden. Die Credit Suisse beobachtet zurzeit, dass sich viele Unternehmen der Thematik durchaus bewusst sind. Dies zeigen auch die seit Herbst 2017 zunehmenden Anfragen zu den Themen 2. Säule und 1e-Lösungen.

## Die 2. Säule der Vorsorge: Obligatorium, Überobligatorium und Kadervorsorge

### Kadervorsorge 1e-Pläne

Lohn bis CHF 846'000  
Untergrenze CHF 126'900

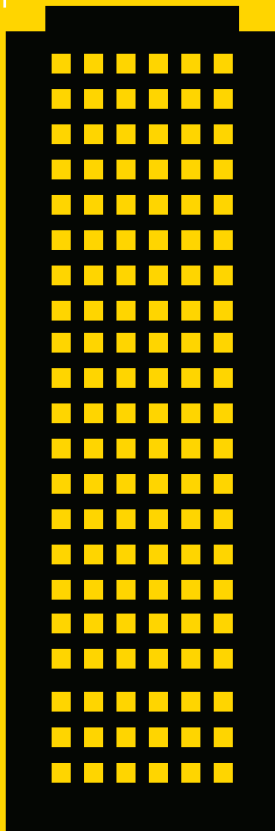
**Kapitalbezug**  
Rentenbezug in der Regel  
nicht vorgesehen



### BVG- Überobligatorium

Lohn bis CHF 126'900  
Untergrenze CHF 84'600

**Renten- oder Kapitalbezug**  
Umwandlungssatz wird  
nach marktwirtschaftlichen  
Kriterien und mathematisch  
festgelegt



### BVG- Obligatorium

Lohn bis CHF 84'600  
Untergrenze CHF 24'675

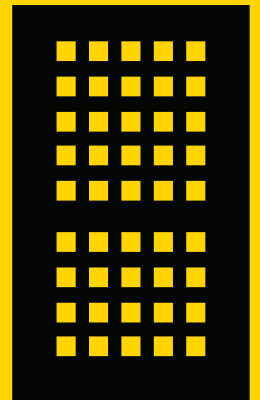
**Renten- oder Kapitalbezug**  
Rentenumwandlungssatz  
gesetzlich geregelt



### Kein BVG

Lohn bis CHF 24'675

**Rentenbezug**  
Staatlich geregelt





# Wechselkurse: Wer verfolgt welche Strategie?

## Eine Credit Suisse Studie zeigt: Trotz der stabileren Währungssituation streben Schweizer KMU weiterhin nach Planungssicherheit.

Wie bewerten kleinere und mittlere Unternehmen die aktuelle Lage der Wirtschaft und der Wechselkurse? Und welche Massnahmen werden ergriffen, um sich trotz anhaltender Währungsrisiken auf das Kerngeschäft fokussieren zu können? Dies untersuchte die Credit Suisse in einer Studie, in der über 300 Schweizer Firmenkunden zu ihren

Erwartungen bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklungen im Jahr 2018 befragt wurden.

### Vorsichtiger Optimismus

Die Umfrageresultate zeigen, dass dank des starken Wachstums in den Hauptabnehmerländern und der Stabilität des Euro auch die Schweizer KMU positiv

gestimmt sind und mehrheitlich davon ausgehen, dass sich das Wechselkurspaar EUR/CHF 2018 zwischen 1.15 und 1.20 einpendeln wird. Zudem geht ein Grossteil der Befragten davon aus, dass die Schweizer Wirtschaft sich auch in diesem Jahr mindestens ebenso dynamisch weiterentwickeln wird wie 2017. Allerdings zeigen sich die KMU mit ihren Erwartungen nicht ganz so optimistisch wie zahlreiche Ökonomen und Finanzanalysten, die mit 2,0 Prozent ein doppelt so hohes Wirtschaftswachstum vorhersehen.

### Enge Verflechtung mit ausländischen Märkten

Die Mehrheit der Befragten gab an, eng mit den ausländischen Märkten verflochten zu sein. Immerhin sind 70 Prozent dieser KMU im Export- und Importgeschäft tätig. Lediglich 30 Prozent der Unternehmen fokussieren sich ausschliesslich auf den Schweizer Markt – die meisten davon bewegen sich im Dienstleistungssektor. Dass erstere von den Währungsschwankungen unmittelbar betroffen sind, ist verständlich, doch

## Zwei Drittel der KMU sichern sich gegen Währungsrisiken ab.

### Die Umfrageteilnehmer im Überblick

**324**

Anzahl Teilnehmer



#### Sektor

Dienstleistungen	47%
Industrie	49%
Beides	4%



#### Wirtschaftliche Verflechtung

Exporteur	31%
Importeur	20%
Beides	19%
Nur Schweiz	30%

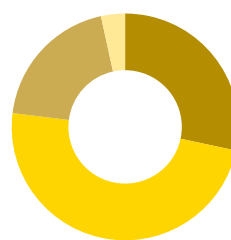


#### Anzahl Mitarbeitende

1–50	33%
51–200	30%
> 200	37%

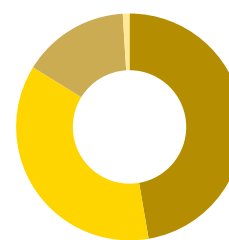
### Die Hälfte der Einkäufe wird in EUR abgerechnet

#### Einkaufswährung



CHF	28%
EUR	49%
USD	20%
Andere	3%

#### Verkaufswährung



CHF	47%
EUR	37%
USD	15%
Andere	1%

Quelle: Credit Suisse Firmenkunden-Umfrage 2018

auch letztere werden wirtschaftlich in Mitleidenschaft gezogen, wenn es auf dem internationalen Markt zu einem verschärften Wettbewerb und zu Währungsschwankungen kommt. Oftmals beziehen diese Unternehmen ihre Ware von Schweizer Importeuren oder verkaufen Produkte an Schweizer Exporteure. Sie werden damit in zweiter Instanz ebenso durch Währungsunsicherheiten beeinträchtigt.

### Absicherungen sind verbreitet

Die Abhängigkeit von den Währungsentwicklungen widerspiegelt sich in den Kauf- und Verkaufsverträgen, die in fremden Währungen aufgesetzt werden. 72 Prozent der befragten Firmenkunden wickeln ihre Einkäufe in einer Fremdwährung ab. Davon sind rund zwei Drittel der Verträge in Euro aufgesetzt. Der Verkauf von Waren und Dienstleistungen wird ebenfalls mehrheitlich in ausländischen Währungen abgewickelt. Auch wenn die KMU keine grösseren Schwankungen bei den Währungen erwarten, sichern sich die meisten von ihnen gegen Währungsrisiken ab. Ein Grund

für das Streben nach Planungssicherheit ist der Wunsch, sich verstärkt auf das Kerngeschäft konzentrieren zu können. Ein Viertel der befragten KMU verfügt über eine komplette Absicherung der Währungspositionen, 44 Prozent sichern sich zumindest teilweise ab. Demgegenüber steht jedoch immer noch ein Drittel der Befragten, das keinerlei Währungsabsicherung betreibt und somit die Risiken auf die eigenen Bücher übernimmt.

### Fremdwährungskonten und Termingeschäfte

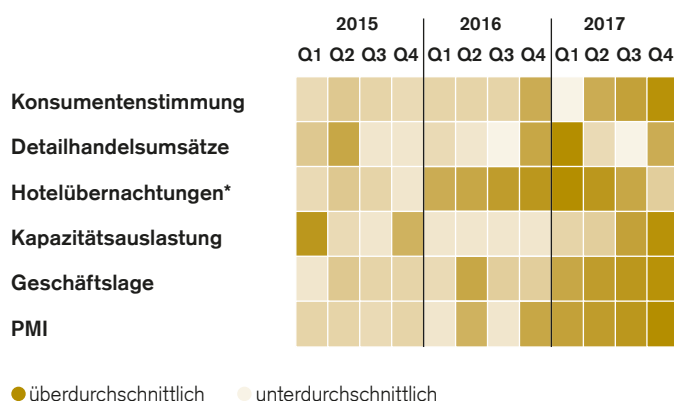
Wie sieht die Absicherung der kleineren und mittleren Unternehmen im konkreten Fall aus? Welche Strategien hinsichtlich der Fremdwährungsrisiken verfolgen sie? Im Rahmen der Studie werden exemplarisch KMU-Vertreter aus unterschiedlichen Branchen und Regionen hinsichtlich ihrer Strategie genauer befragt. Einer davon ist der Sonnenbrillen-Exporteur Swiss Eyewear Group AG, der auf eine vollständige Absicherung gegen Währungsrisiken setzt. Diese wird dadurch erzielt, dass die Produkte

noch vor der Produktion veräussert werden. Termingeschäfte dienen hier der Absicherung zukünftiger Zahlungsflüsse. Der Softwareentwickler Abacus Research AG gibt im Interview mit der Credit Suisse an, Konten in EUR, USD und CHF zu führen. Dabei liegt der Fokus darauf, stets über genügend Liquidität in einer Währung zu verfügen, um die Ausgaben für die kommenden Wochen tätigen zu können. Gleichzeitig werden vorteilhafte Kursbewegungen genutzt. Bei grösseren Projekten erfolgt auch hier die Absicherung über Termingeschäfte. Dies sind nur zwei Beispiele für die Umsichtigkeit der Schweizer KMU. Auch wenn nicht alle eine volle Absicherung gewährleisten, eines haben die befragten Unternehmen gemeinsam: Ziel dieser Aktivitäten sind die Reduktion von Ungewissheit und die Erhöhung der Planungssicherheit.

Die gesamte Studie finden Sie hier:

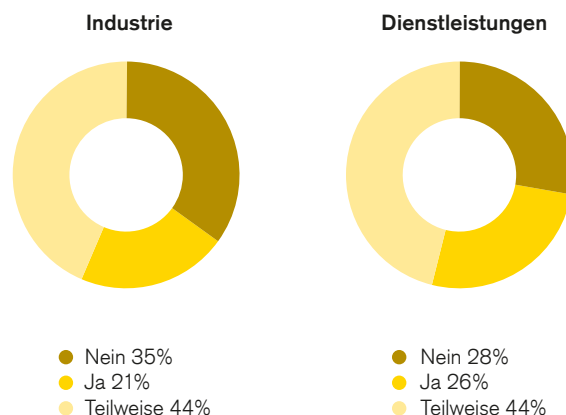
[credit-suisse.com/devisen](https://credit-suisse.com/devisen)

### Wirtschaftliches Umfeld: eine positive Entwicklung seit 2015



Quelle: Datastream, GfK, Credit Suisse; \* von Schweizer Gästen.

### Die Verbreitung von Währungsabsicherungen



Quelle: Credit Suisse Firmenkunden-Umfrage 2018

# Formel 1: leichter = schneller

Ein kleines Schweizer Textilunternehmen verhilft dem Formel-1-Rennsport zu mehr Tempo. Die textilen Produkte der Cortex Hümbelin AG aus dem Aargau machen die Rennfahrzeuge sicherer und zugleich leichter und schneller. — Mariska Beirne



Thomas Hümbelin, der mit seinem Bruder Hanspeter das Unternehmen leitet, hält den Prototyp eines textilen Treibstofftanks für die Formel 1 in die Höhe. Mit 300 Klebestellen ist die Herstellung sehr aufwendig.

Weltweit fiebern Formel-1-Fans mit, wenn jeweils im März die neue Rennsaison mit dem GP von Melbourne eröffnet wird. Für Mercedes begann das erste Rennen 2018 mit einem herben Dämpfer, denn schon in der Qualifikation verfehlte Pilot Valtteri Bottas eine Kurve: Carbonteile wurden durch die Luft geschleudert, zwei Räder baumelten nach dem Crash lose an der Karosserie. Der Fahrer blieb glücklicherweise unver-

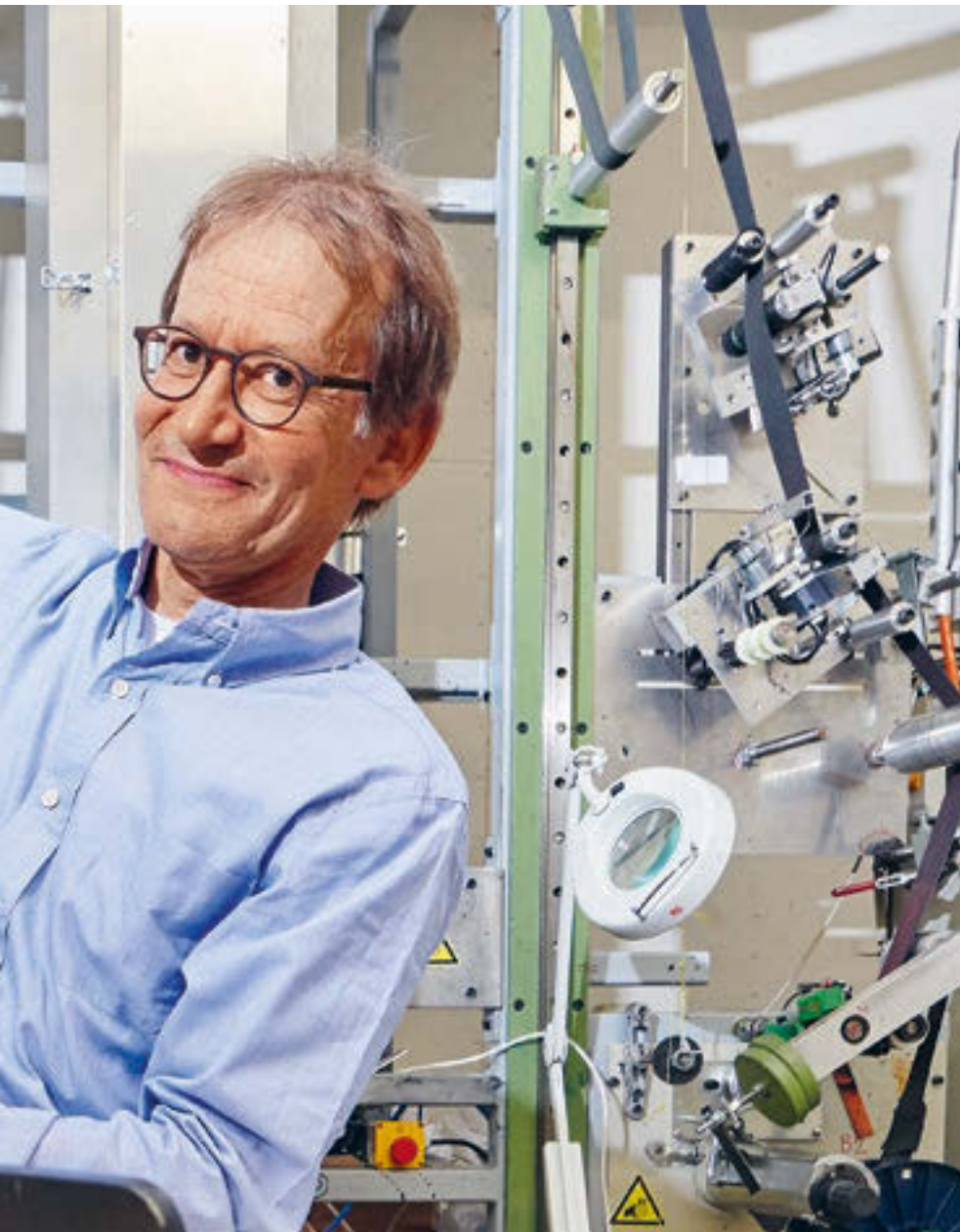
seht, ebenso die Streckenposten und Zuschauer.

## **Zylon: Keine Faser ist stärker**

Selbstverständlich ist das nicht. In der Vergangenheit kamen mehrere Streckenposten durch herumfliegende Räder und Trümmerteile ums Leben. Thomas Hümbelin, der das Unternehmen gemeinsam mit seinem Bruder Hanspeter in dritter Generation lei-

tet, zeigt auf ein Bild des demolierten Wagens: «Diese Rückhalteseile, an denen die beiden Räder mit der Karosserie auch nach dem Crash noch verbunden sind, stammen von uns. Jene Rennställe, die unsere Seile einsetzen, waren in den vergangenen acht Jahren bei Crashes nie mehr von Radverlusten betroffen.» Solche Sicherheitsverbindungen gab es zwar schon vor 2002, als die Cortex Hümbelin AG für ihr





Produkt das Patent anmeldete, doch hielten sie oftmals nicht. Das Schweizer Unternehmen stellt seine Seile aus der Kunstfaser Zylon her. Das ist die für diese Anwendung widerstandsfähigste Faser, die es derzeit gibt. Sie ist leicht, doppelt so stark wie Kevlar und überdies sehr schnittfest, was neben der hohen Zugfestigkeit ein entscheidendes Kriterium ist, da brechende Carbonaufhängungen, in welche die Seile eingebettet

sind, überaus scharfkantig sind. «Dieses Schnürchen beispielsweise wiegt 16 Gramm und kann drei Tonnen Gewicht halten», sagt Hübelin und hält ein Bündel gelber Fasern in die Höhe.

#### **Zwischen Tradition und Hightech**

Inzwischen ist der Firmenchef über eine schmale Treppe in die Werkstatt der Cortex Hübelin AG im Dachgeschoss gestiegen. Im Keller und im Anbau

des unscheinbaren Hauses rattern und surren die Flechtmaschinen. Hier oben sind diese Geräusche nur noch gedämpft zu hören. In den hohen Regalen türmen sich Spulen jeder Grösse. Die darauf aufgewickelten Materialien und Farben scheinen die bald 100-jährige Firmengeschichte erzählen zu wollen: Dicke Hanfseile liegen neben neonfarbenen Synthetikcordeln, feinen Baumwollschnüren in unzähligen Farbtönen, seidenen Litzen und weissen Gummibändern. Thomas Hübelin fasst kurz zusammen: Das 1924 vom Grossvater gegründete Unternehmen fertigte damals Fischereischnüre aus Seide. In den 30er- und 40er-Jahren kamen Nylon und Polyester auf den Markt – man begann, Cordeln für die Bekleidungsindustrie zu flechten. 1962 übernahm der Vater von Thomas und Hanspeter Hübelin den Betrieb, die Söhne folgten 1986. «Wissen Sie, flechten kann jeder, da sind asiatische Produzenten wettbewerbsfähiger. Wir konnten uns jedoch mit den Spezialfasern und ihrer Verarbeitung eine besondere Nische erschliessen, deshalb gibt es uns heute noch», erzählt Thomas Hübelin. Die Technologie für die Rückhalteseile stammt von Walter Nüesch, der die Forschung und Entwicklung der Rennsportdivision der Cortex leitet. Hergestellt werden die Seile von Mitarbeiter Daniel Richiger und seinem Team. Ihre Werkbank befindet sich am Fenster des Raumes und verrät erst bei genauerem Hinschauen: Was hier gefertigt wird, ist von den Spulen in den Regalen inzwischen weit entfernt – das ist Hightech der Königsklasse.

#### **Jeder Millimeter wird genutzt**

Wie sein Vorgesetzter ist auch Richiger ein Tüftler. Sein Fachwissen stammt zum grossen Teil aus dem Segelflugzeug-Modellbau. Er zeigt auf eine Aluminiumform und erklärt: «Der verfügbare Platz in den Formel-1-Boliden ist sehr limitiert. Jeder Millimeter wird ausgenutzt. Nach einer Rennsaison sitzen wir mit den Teams zusammen, die bereits das Fahrzeug der kommenden Saison planen. Wir bauen jeweils ein digitales

3D-Modell des Radzwischenraums, das anschliessend auf einem 3D-Drucker als Prototyp entsteht. Daraus wiederum stellt ein Formenbauer diese Aluminiumform her.» Was nicht viel anders aussieht als eine ausgeklügelte Cake-Backform, ist in Wahrheit ein hochpräzise gearbeitetes Werkzeug, das schnell einmal 10'000 Franken kosten kann. Hierhinein legt Daniel Richiger die gewirnten und gegengezwirnten Zylonfasern, umgiesst sie mit Silikon, um sie in der Folge unter hohem Druck wie einen Kuchen während 20 Minuten zu erhitzen. Die so geformten Seile passen nun perfekt in die Radaufhängungen. «Durch die Silikonummantelung werden die Fasern gestützt und am richtigen Ort gehalten, jedoch nicht chemisch miteinander verbunden oder versteift. So behalten sie ihre Dehnbarkeit, die neben der Zugfestigkeit entscheidend ist, um die von der FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) vorgegebene Energieabsorption von derzeit mindestens sieben Kilojoule zu erfüllen», erklärt Spezialist Richiger. In der aktuellen Formel 1 ist jedes Rad mit drei Rückhalteseilen gesichert – die meisten stammen aus Rapperswil.

#### **Ein textiler Benzintank**

Eine weitere Innovation der Cortex Hümbelin AG für die Formel 1 sieht aus wie ein hügelartiges Gebilde: «Das ist ein Benzintank aus Textilfasern», sagt Thomas Hümbelin. Der bewegliche Tank, im Inneren mit zahlreichen Kammern ausgestattet, damit die Flüssigkeit nicht hin- und herschwappt, ist mit Fluorelastomer beschichtet. Dies ist das widerstandsfähigste Material in Kontakt mit dem aggressiven Benzingemisch. Der Tank hat für die Rennteams zwei grosse Vorteile: Er ist leichter als herkömmliche Tanks und durch seine Flexibilität muss er nicht mühsam eingebaut, sondern kann gefaltet direkt ins Heck verfrachtet und eingesetzt werden. Beide Faktoren – geringeres Gewicht und einfaches Einbauen – sind in der Formel 1, wo letztlich allein das Tempo entscheidend ist, enorm erstrebenswert. Einen Haken gibt es derzeit allerdings

noch: Mit rund 300 Klebestellen und einem zeitaufwendigen Klebeprozess ist die Produktionszeit des Tanks noch zu lang. Gegenwärtig arbeitet die Cortex Hümbelin AG indes mit Chemikern von drei Hochschulen zusammen, um die Klebezeit zu verringern. Falls dies gelingt, stehen die Chancen auf Erfolg gut.

#### **Renommee und Konstanz bei der Bank**

Neben Rückhalteseilen und Tanks entwickelt und produziert das Unternehmen auch speziell leichte Sicherheitsgurte für die Formel 1 sowie textile Schutzgitter für die Luftansaugung der Fahrzeuge. Ausser dem Team Sauber befinden sich alle Rennställe im Ausland, das bedeutet: Der überwiegende Teil der Produkte wird exportiert. «Für unsere internationalen Geschäfte ist es wichtig, mit einer renommierten Bank wie der Credit Suisse zusammenzuarbeiten, die auch den internationalen Zahlungsverkehr reibungslos abwickelt», sagt Hümbelin dazu. Im Hinblick auf die Credit Suisse schätzt er indessen auch noch etwas anderes: «Bei der Credit Suisse erleben wir weniger Personalwechsel als bei anderen Banken. Diese Konstanz ist für uns sehr wertvoll, denn wir sind ein recht spezielles Unternehmen, das in einer komplexen Nische tätig ist. Da ist es angenehm, unsere Tätigkeiten nicht ständig von neuem erklären zu müssen. Zudem erhalten wir für neue Projekte eine Art Vertrauensvorschuss», ergänzt der Geschäftsführer. Vor Kurzem hat Thomas Hümbelin die

60 überschritten, sein Bruder ist eigentlich bereits im offiziellen Pensionsalter. Wie wird es mit der Cortex Hümbelin AG weitergehen? Gibt es eine Nachfolgeregelung? «Ursprünglich hatten wir vor, die Nachfolge auf 2020 abzuschliessen. Aber vielleicht schieben wir das noch etwas auf», meint Hümbelin.

#### **Hoch hinaus in der Raumfahrt**

An Arbeit mangelt es dem findigen Unternehmen so schnell nicht. Für die Formel 1 tüftelt man gerade an einem leichten und stabilen Seitenaufprallschutz. Es gibt auch andere Bereiche, in denen leichtes Material gefragt ist: Für die Raumfahrt etwa hat die Cortex Hümbelin AG speziell leichte Gurte entwickelt, mit denen Gegenstände und Gepäck in den Raketen festgezurrert werden, welche die ISS mit Nachschub versorgen. «Wenn man bedenkt, dass der Transport von einem Kilogramm Waren in den Weltraum ungefähr 50'000 Dollar kostet, ist nachvollziehbar, wie wertvoll leichtes Material ist», so Hümbelin. Die Rennfahrt und die Raumfahrt gehören bereits zu den Kunden der Cortex Hümbelin AG – schneller geht es kaum mehr. Und während die Rennsportkunden nach einem Rennen wild und laut ihr Tempo feiern, forschen die Mitarbeitenden des unauffälligen Aargauer Unternehmens bereits an weiteren Innovationen. Möglicherweise werden die Formel-1-Boliden dadurch in der nächsten Saison wiederum einige Hundertstelsekunden schneller sein.

### **Cortex Hümbelin AG**

**1924 wurde die Cortex Hümbelin AG in Rapperswil gegründet, heute wird sie in dritter Generation von Hanspeter und Thomas Hümbelin geführt. Das Unternehmen produziert eine breite Palette an Kordeln, Seilen, Litzen, Nesteln und Geweben aus unterschiedlichen Materialien, unter anderem für die Formel-1-Rennfahrt und die Raumfahrt. Zu Cortex gehört auch die Hetex Jacquard AG in Niederlenz, die hauptsächlich Chorfäden für Jacquard-Webmaschinen produziert. Die Cortex Hümbelin AG beschäftigt zurzeit 20, die Hetex Jacquard AG sieben Mitarbeitende.** [cortexautomotive.com](http://cortexautomotive.com)





Mitarbeiter Daniel Richiger zeigt eine Pressform, aus der die Befestigungsschlaufen von zwei Rückhalteseilen herausragen.





CEO Reto Reist trägt mit 34 Jahren die Gesamtverantwortung für das traditionsreiche Unternehmen Moser-Baer.

# Viel Tempo im gemächlichen Emmental

**Aus Sumiswald stammt die weltberühmte Bahnhofsuhr von Mobatime. Dahinter steht das Familienunternehmen Moser-Baer, das mit Zeitsystemen und Präzisionstechnik erfolgreich auf dem Weltmarkt mitmisch. Tempo spielt in allen Geschäftsbereichen eine ganz besondere Rolle. Ein Firmenbesuch bei CEO Reto Reist im Emmental.**

– Michael Zollinger

Das Tempo wirkt gemütlich im Dorf Sumiswald. Auch im Café Zyt der Bäckerei Bieri im 5000-Seelen-Dorf scheint niemand wirklich in Eile zu sein. Einen Steinwurf entfernt, an der Spitalstrasse 7, steht das stattliche Emmentaler Haus, das direkt an das Firmengebäude der Moser-Baer AG angebaut ist. Im Dachstock des traditionellen Hauses mit dem schmucken Türmchen hat alles im Jahr 1938 begonnen. Hier oben in der Estrichwerkstatt seines Vaters hat der Bäckerssohn Wilhelm Moser gemeinsam mit drei Mitarbeitenden die ersten Pendülen zusammengebaut. Was im beschaulichen Emmental vor 80 Jahren seine Anfänge nahm, hat sich zu einem

hochinnovativen, international tätigen Familienunternehmen entwickelt, bei dem das Tempo eine grosse Rolle spielt.

## Die legendäre Bahnhofsuhr

Der junge CEO Reto Reist empfängt uns im grossen Sitzungszimmer zum Gespräch. Seit 2013 trägt der heute 34-Jährige die Gesamtverantwortung für das Unternehmen mit 115 Mitarbeitenden in Sumiswald und insgesamt 375 weltweit. Bekannt ist die Moser-Baer AG für die legendäre Bahnhofsuhr unter der Marke Mobatime. Vom SBB-Ingenieur und -Designer Hans Hilfiker gestaltet, haben die Schweizerischen Bundesbahnen die kultige Uhr mit dem roten

Sekundenzeiger schon vor Jahren als Marke schützen lassen. Bis zu 300 Exemplare gehen jährlich an die SBB. Exklusiv beliefert man auch die Deutsche Bahn und Bahnen in Norwegen, Holland, Spanien, Italien, Tschechien oder Russland genauso wie in Singapur, Thailand oder Südamerika. Der legendäre Zeitanzeiger, der auch als Armbanduhr erhältlich ist, wird in den verschiedensten Grössen gefertigt. Die allergrösste Uhr von Mobatime tickt seit 2010 an der Fassade des Bahnhofs Aarau und reicht über drei Stockwerke. Stolze neun Meter misst deren Durchmesser. Liefen die ersten Bahnhofsuhren noch rein mechanisch, so besteht das gesamte Innenleben heute aus Elektronik und eine Leiterplatte treibt die Uhr an. «Die Bahnhofsuhr ist unser Türöffner weltweit», schwärmt Reist. «Man kennt uns deswegen auf der ganzen Welt. Andererseits kämpfen wir deshalb auch gegen ein leicht verstaubtes Image.» Unter dem Label Mobatime bietet die Firma mit einem Exportanteil von über 80 % nämlich längst viel mehr an als nur Bahnhofsuhren. Zu den Dienstleistungen gehören komplexe Zeitsysteme, Zeitreferenzen und Zeitsynchronisationen. Die Kunden sind Transportunternehmen, Flughäfen, Spitäler, Universitäten, Kernkraftwerke und neuerdings auch Banken – alles Branchen, in denen das Tempo eine hohe Bedeutung hat.

## Von Zeitreferenzen und Zeitsynchronisationen

Von Zeitreferenzen spricht man, wenn Zeitserver im Einsatz sind. Diese sind mit einem Satelliten verbunden und beziehen von diesem permanent Zeitinformationen, womit Atomgenauigkeit sichergestellt ist. Dazu gehört ein sogenanntes Zeitnormal, zum Beispiel ein einfacher oder temperierter Quarz oder ein Rubidium. Immer wichtiger werden im öffentlichen Sektor die Zeitsynchronisationen. Bereits vor gut 30 Jahren hat Moser-Baer eine Technologie entwickelt, welche die ersten zentralgesteuerten Uhrenanlagen mit selbstrichtenden Uhren möglich machte. «Das war damals

ein grosses Alleinstellungsmerkmal und wir erhielten einen Berührungspunkt zum Netzwerk, über das wir die Uhren ansteuern konnten», erklärt Reist. Durch die so entwickelten ersten Synchronisationsmedien betrat man das Feld der Netzwerksynchronisationen und begann, nicht nur Uhren sowie Zeitanzeigen zu synchronisieren, sondern auch die gesamten IT-Netzwerke dahinter.

### **Grossauftrag in Spanien**

Dieses Segment wird für Mobatime immer bedeutender. «Vor gut drei Jahren haben wir zum Beispiel die Ausschreibung für die Synchronisation sämtlicher Flughäfen in Spanien gewonnen», berichtet CEO Reist. Der Maschinenbauingenieur erklärt, was das bedeutet: «Auf einem Flughafen sind unzählige IT-Systeme im Einsatz, die miteinander kommunizieren, jedes in einer anderen Sprache. Wir haben ein Produkt entwickelt, das die verschiedenen System-sprachen auf einer Plattform synchronisiert und die Zeit vom gleichen Ort bezieht. Läuft etwas nicht reibungslos, muss möglichst schnell wieder der Normalzustand erreicht werden. Dank der Synchronisation entsteht kein Daten-dschungel. Die erzeugten Logfiles sind in der richtigen Reihenfolge angeordnet, sodass schnell analysiert werden kann, wo genau das Problem herkommt. Die Sicherheitsanforderungen an solche Systeme sind im Flugbusiness immens.» Dass es manchmal im Geschäftsleben auch glückliche Fügungen braucht, zeigte gerade dieses Spanien-Projekt. «Es war tatsächlich reines Glück, dass das von uns für Spanien entwickelte Produkt genau zu den Anforderungen der neuen europäischen Finanzrichtlinie MiFID II in der Bankenwelt passte. So konnten

Seit über 70 Jahren stellt die Moser-Baer AG die bekannten Schweizer Bahnhofsuhr her, die sie zusammen mit der SBB entwickelt hat.







## Er trägt selbst keine Armbanduhr. Schliesslich hat er ja stets und überall Uhren um sich, die ihm das Tempo vorgeben.

wir das mit dem entsprechenden Tempo auf diese Branche übertragen und bereits mehrere Banken als Kunden gewinnen», freut sich Reist. Gerade weil die Publikumsfrequenzen und die Sicherheitsanforderungen in Verkehr, Transport, Gesundheitswesen und Energie, aber auch in der Finanzindustrie stetig steigen, brauche es immer intelligentere Systeme. Von dieser Entwicklung profitiere man, so Reist.

### **Mobatec soll wachsen**

Als ausgeprägt international tätiges Unternehmen ist das Tempo bei Moser-Baer ganz generell matchentscheidend. Sich in verschiedenen Zeitzonen zu bewegen, mit fremden Kulturen und deren unterschiedlichem Zeitverständnis klarzukommen, ist für die Mitarbeitenden in Sumiswald ein Muss. Er selbst sei zu rund 50 % auf der ganzen Welt unterwegs, sagt CEO Reist. «Hier in Sumiswald sind wir verbindlich und gehen mit der Zeit sicher sehr schweizerisch um. Wenn ich dann aber zum Beispiel geschäftlich in Saudi-Arabien bin, muss ich bereit sein, mit einem anderen Tempo zu leben und auch mal zwei, drei Stunden auf meine Gesprächspartner zu warten.» Moser-Baer steht für alles rund um Zeit, hat aber ein zweites Standbein. Bereits vor über 30 Jahren erfolgte der Eintritt in die Medizintechnik. Ebenfalls sehr international aufgestellt, bringt das Unternehmen unter der Marke Mobatec innovative Lösungen in die Spitäler. In den Produktionsstandorten Sumiswald und Busswil fertigt man Operationsinstrumente für die Traumatologie, Wirbelsäulenchirurgie und Orthopädie sowie Implantate. «Die Grundphilosophie bei

Mobatec ist genau die gleiche: höchste Qualität, Sicherheit und Zuverlässigkeit.» Das Tempo sei bei Mobatec fast noch wichtiger als bei Mobatime, sagt Reist. Man arbeitet im Zweischichtbetrieb und es braucht häufig viel Flexibilität, um die kurzfristigen Wünsche der internationalen Kunden zu erfüllen. Dieser Bereich wächst bei Moser-Baer, der Innovationsdruck ist entsprechend hoch.

### **Sklaven der Zeit?**

Doch welchen Umgang hat der CEO selbst mit der Zeit? Der Familienvater verneint, dass uns Uhren zu Sklaven der Zeit machen. Er trage selbst keine Armbanduhr, schmunzelt Reist. Schliesslich habe er ja stets und überall Uhren um sich, die ihm das Tempo vorgeben. Entscheidend sei, wie man sich selbst organisiere. Er versuche, den wichtigen Themen immer mit einem gewissen Vorsprung zu begegnen und wenn immer möglich, mit einer gewissen Leichtigkeit

an die Sache ranzugehen. Als junger Chef habe er da wohl Vorteile, während ihm im Gegenzug manchmal die Erfahrung fehle und er sich den Respekt beim Gegenüber oftmals erst verschaffen müsse. «Zentral nach aussen und nach innen sind eine klare Kommunikation und eine klare Linie, damit die Leute wissen, woran sie sind. Und: Man darf sich nicht verzetteln.»

### **Pläne für das Jubiläumsjahr**

Für das diesjährige 80-Jahr-Jubiläum hat sich Reto Reist vor allem eins vorgenommen – neben einem weiterhin erfolgreichen Geschäftsgang natürlich: «Wir feiern zwar nicht unter Ausschluss der Öffentlichkeit, aber im Zentrum sollen unsere Mitarbeitenden und deren Familien stehen. Bei ihnen wollen wir uns bedanken.» Die «Roadmap» sieht für das Jubiläumsjahr einige neue Produkte vor und es sind Investitionen im Bereich Produktion geplant. Auch im dritten, kleinen Segment des Familienunternehmens ist das Tempo übrigens zentral. Man engagiert sich bei kleinen Start-ups im Technologiebereich und hofft, auf die eine oder andere Perle zu stossen. Das braucht Geduld. Zeit nimmt man sich ohnehin bei Moser-Baer. «Wir arbeiten und planen für alle unsere Geschäftsbereiche langfristig. Dazu gehört es, durchaus auch einmal bewusst Tempo rauszunehmen», bringt Reto Reist das Credo auf den Punkt.

### **Moser-Baer AG**

**Das Familienunternehmen Moser-Baer wurde 1938 gegründet. In Sumiswald befindet sich das Stammhaus der Gruppe, die rund 375 Mitarbeitende in sieben Gesellschaften an zehn Standorten beschäftigt. Zum Geschäft gehören die zwei Bereiche Mobatime und Mobatec. In beiden Segmenten beliefert die Firma weltweit mehr als 1500 Kunden in 150 Ländern.**

[moser-baer.ch](http://moser-baer.ch)



## Kreditwürdigkeit rasch prüfen: «Online Credit»

Eine neue Geschäftsidee – aber skeptisch, ob das Kapital reichen wird? Eine wichtige Entscheidung, die finanzielle Auswirkungen auf die Liquidität haben könnte? Unsicher, ob sie von einer Bank überhaupt als kreditwürdig eingestuft würden, suchen viele kleinere und mittlere Unternehmen in ähnlichen Situationen erst einmal im privaten Umfeld nach Lösungen. Mit dem neuen Werkzeug «Online Credit» der Credit Suisse lässt sich die Frage der Kreditwürdigkeit sehr rasch innert weniger Minuten und vollkommen unverbindlich beantworten. Für ein Preisangebot müssen lediglich acht Felder ausgefüllt werden. Erfolgt vonseiten der Bank eine Bestätigung der Kreditwürdigkeit, kann der Kunde anschliessend selbst entscheiden, ob er die erforderlichen Dokumente hochladen möchte. Innerhalb weniger Tage erhält er anschliessend einen Kreditvertrag.

## Schlaue Deregulierung



«5 vor 12» ist der Preis für schlaue Deregulierung. Er wird vom Swiss Venture Club zusammen mit StrategieDialog21 vergeben für das beste Gesetz (im Sinne der Abschaffung eines bestehenden Gesetzes), die beste Vollzugsmassnahme bei der Rechtsanwendung (effizient und kostensenkend) oder den besten Regulierungs- bzw. Deregulierungsvorschlag. Mitmachen kann jeder mit einer schlaun Deregulierungsidee. Bis zum 1. August 2018 werden Vorschläge und konkrete Projekte gesammelt, eine Fachjury wählt dann die drei besten aus. Als Netzwerkpartner unterstützt die Credit Suisse den Wettbewerb.

Weitere Informationen zu «5 vor 12» erhalten Sie hier:

[5-vor-12.ch](http://5-vor-12.ch)

## «Wunsch-Schloss»



Der Ideenwettbewerb «Wunsch-Schloss» sammelt seit 2015 Bürgerideen für einen starken Wirtschaftsstandort Schweiz. Die beiden Projektinitianten StrategieDialog21 und Swiss Venture Club möchten einen Beitrag zur Schliessung der Kluft zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und Politik leisten. Am 28. August 2018 werden die «Wunsch-Schloss»-Ideen Jury und Publikum vorgestellt und die Siegerin oder der Sieger erkoren.

Weitere Informationen zum «Wunsch-Schloss»-Wettbewerb finden Sie hier:

[wunsch-schloss.ch](http://wunsch-schloss.ch)





Ein ZERAMEX®-Keramikimplantat wird von einer Dentalpoint-Mitarbeiterin kontrolliert. Aufgrund seiner weissen Farbe wirkt das Keramikimplantat wie ein natürlicher Zahn.

## Dentalpoint: der Konkurrenz um Jahre voraus

«Es gibt zwei grosse Schlagworte, die gegenwärtig im Bereich der Zahnmedizin im Fokus stehen: Verträglichkeit und Ästhetik. Deshalb sollten Implantate weder als solche erkennbar sein noch Reaktionen im Körper hervorrufen. Jürg Bolleter, Gründer und CEO der Dentalpoint AG, erkannte diese Trends schon sehr früh. Unter dem Markennamen ZERAMEX® liess Dentalpoint bereits mehrere Produkte aus Zirkondioxid patentieren. Dieses Material wird auch Keramik genannt und hat gegenüber dem zurzeit gebräuchlichen Titan zwei grosse Vorteile: Es ist kein Metall und es ist weiss. Damit schimmert es nicht durch das Zahnfleisch und bei Zahnfleischrückgang werden keine unschönen grauen Zahnhälse sichtbar – die Keramik ist damit so unauffällig wie nur möglich.

Gleichzeitig weist sie aber auch alle positiven Eigenschaften des Titans auf. Sie ist ebenso widerstandsfähig und besteht wie die Titanprodukte aus zwei Teilen, die miteinander verschraubt werden. Für Zahnärzte bedeutet dies, dass sie sich keine neuen Verfahren aneignen müssen. 2005 wurde Dentalpoint gegründet. Die ersten vier Jahre investierte man in die Forschung, 2009 kamen die ersten Produkte auf den Markt. Heute beschäftigt das stark wachsende Unternehmen bereits 25 Mitarbeitende, erst kürzlich konnte es eine Partnerschaft mit Nobel Biocare verkünden. Ich sehe für Dentalpoint und seinen innovativen Ansatz sehr viel Potenzial.»

Mehr Informationen zu Dentalpoint:

[zeramex.com](http://zeramex.com)



### 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.

# Partner der Credit Suisse



## Impressum

**Herausgeber:** Credit Suisse (Schweiz) AG, SVMS 11, Postfach 2, 8070 Zürich **Chefredaktion/Projektleitung:** Reto Brändli **Mitarbeit:** Mariska Beirne-Lemon Spark, Michael Zollinger **Projektverantwortung:** Martina Leberherz, David Schätti **Kontakt:** [unternehmer.inbox@credit-suisse.com](mailto:unternehmer.inbox@credit-suisse.com) **Realisation und Gestaltung:** bürograf & Stillhart Konzept **Fotografie:** Robert Aebli: alle Bilder inkl. Cover, ausser S. 3 oben und S. 24 (Gian Marco Castelberg), S. 9 (Foto Basler, Aarau), S. 11 (Sandra Blaser für Venturelab), S. 27 (Adrian Moser), S. 29 (Credit Suisse) **Druck:** Galledia **Auflage:** 75 000 Exemplare



## Cover

Heidi Zaugg, Sprecherin der Geschäftsleitung, Bardusch AG.

Der folgende Disclaimer gilt für sämtliche Seiten des vorliegenden Magazins. Die bereitgestellten Informationen dienen Werbezwecken. Sie stellen keine Anlageberatung dar, basieren auf keine andere Weise auf einer Berücksichtigung der persönlichen Umstände des Empfängers und sind auch nicht das Ergebnis einer objektiven oder unabhängigen Finanzanalyse. Die bereitgestellten Informationen sind nicht rechtsverbindlich und stellen weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Abschluss einer Finanztransaktion dar. 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. 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. Sie stammen aus Quellen, die für zuverlässig erachtet werden. 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. Ist nichts anderes vermerkt, sind alle Zahlen ungeprüft. Die Informationen in diesem Dokument dienen der ausschliesslichen Nutzung durch den Empfänger. Weder die vorliegenden 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 © 2018 Credit Suisse Group AG und/oder mit ihr verbundene Unternehmen und Tochtergesellschaften. Alle Rechte vorbehalten.



# Wachstum über den heimischen Markt hinaus.

Als Bank für Unternehmer bringen wir Sie international weiter.  
[credit-suisse.com/unternehmeninternational](https://credit-suisse.com/unternehmeninternational)