

SVC
WIR VERNETZEN KMU

Prix SVC Espace Mittelland



BILD ANDREAS VON GUNTEN

2. Rang
Romantik Hotel Hornberg

3. Rang
Polydec SA

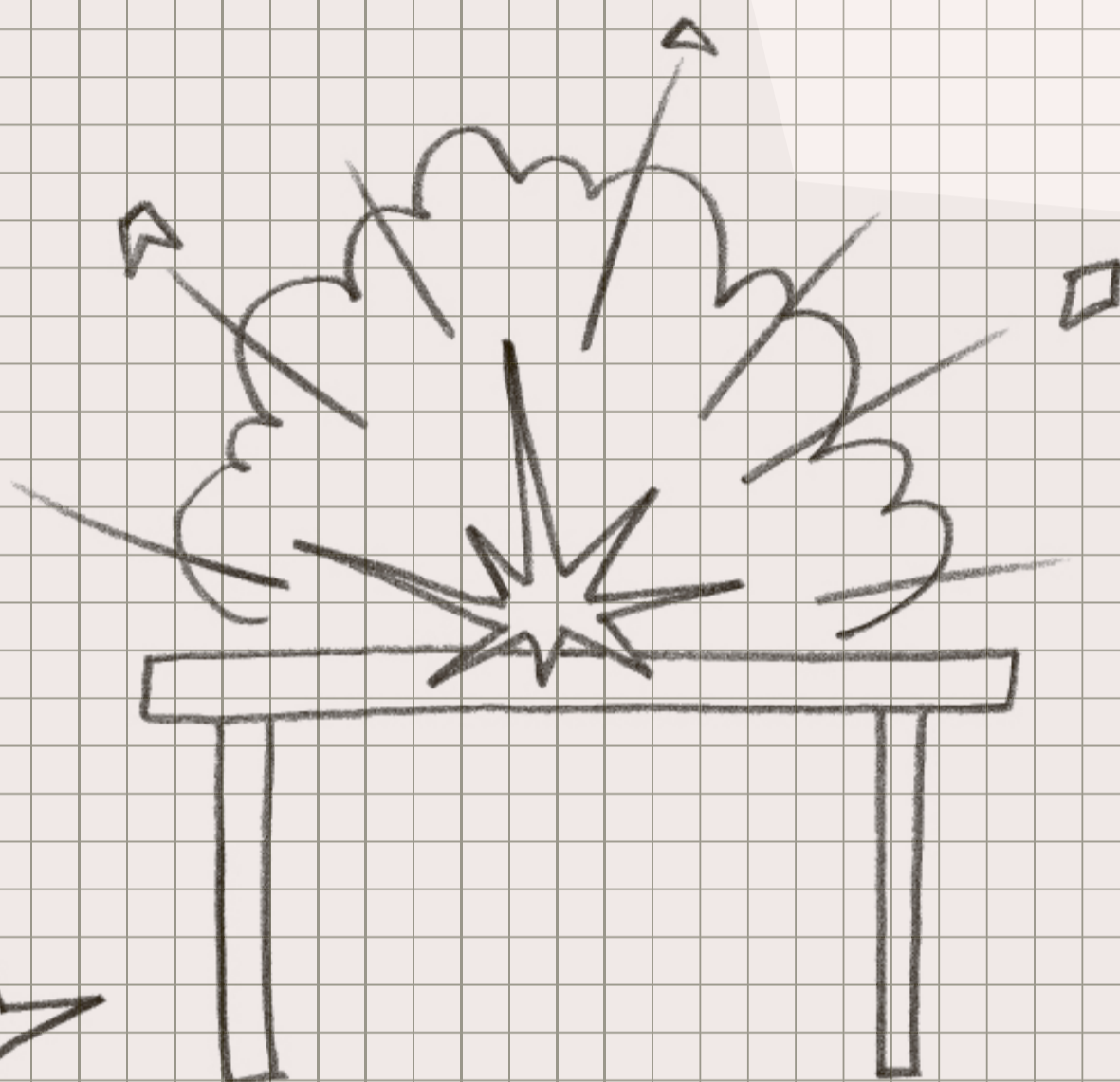
Diplomränge
Domicil Bern AG
Matter-Luginbühl AG
Schneeberger AG Lineartechnik

1. Rang
Asic Robotics AG

Zweites Experiment



Erstes Patent



Gefahrlos
experimentieren:
am Mobiliar
Forum Thun.
mobiliar.ch/mft

Was immer kommt – wir helfen
Ihnen rasch und unkompliziert.

die Mobiliar

Unsichtbare Sieger sichtbar machen



Regierungsrat Christoph Ammann.

KMU, kleine und mittlere Unternehmen, prägen die Struktur unserer Wirtschaft. Manche dieser Betriebe sind in technologischen Nischen weltweit führend. Andere wiederum leisten lokal wichtige Dienstleistungen und Arbeiten für unseren Wirtschaftsstandort. Diese Unternehmen sind in der Öffentlichkeit weniger bekannt als grosse Konzerne mit klingenden Namen. Zu Unrecht! Der Prix SVC Espace Mittelland rückt diese «Hidden Champions» oder «unsichtbaren Sieger» ins Rampenlicht. Sie haben es verdient.

Der Prix SVC Espace Mittelland hilft, die wirtschaftliche Vielfalt in unserer Wirtschaftsregion sichtbar zu machen. Er zeigt, in welchem grossen, anspruchsvollen Umfeld Unternehmen agieren, und vor allem zeigt er auf, wie erfolgreich Unternehmen in unserer Grosse region sind. Diese Erfolge sind anste-

ckend und tragen zu einem guten Umfeld bei. Meine Aufgabe als Volkswirtschaftsdirektor ist es, dieses Umfeld zu pflegen und es möglichst gut auszugestalten. Dazu zählt unter anderem das Thema Innovation. Innovationsförderung sehe ich als Daueraufgabe und deshalb ist sie ein Schwerpunkt in der Regierungspolitik 2019 bis 2022 des Kantons Bern.

Ob Innovationen erfolgreich sind, entscheidet aber nicht die Regierung oder die Politik – das hängt stark vom Zusammenspiel verschiedener Akteure ab. Das gilt für unsere Wirtschaftsregion mit ihren stark technologieorientierten KMU ganz besonders.

Nur im Zusammenspiel unterschiedlicher Markt- und Entwicklungsteilnehmer entstehen aus neuen Erkenntnissen industriennahe Anwendungen. Die Aufgabe der öffentlichen Hand ist es, Innovation zu ermöglichen, Rahmenbedingungen zu schaffen, anzustossen, zu begünstigen – sowohl für die bestehenden Unternehmen, als auch bei Neugründungen und Neuansiedlungen.

Wir sind im Espace Mittelland wirtschaftlich gut aufgestellt. Wir haben viele starke Unternehmen mit kompetenten, motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. In einem gut funktionierenden Zusammenspiel zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft werden wir auch die Herausforderungen der Zukunft erfolgreich meistern. Davon bin ich überzeugt.

Regierungsrat Christoph Ammann,
Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Bern

Inhalt

Die Jury

Unternehmen können sich nicht um eine Nomination für den Prix SVC bewerben. Sie werden von einer Expertenjury ausgewählt und bewertet.Seite 4

Die Gewinner

Schon die Nomination allein ist ein Gewinn: Die sechs für den Prix SVC Espace Mittelland nominierten Unternehmen im Porträt vorgestellt. Seiten 7–9 und 12–14

People

Die Preisverleihung fand am Mittwoch im Kursaal Bern statt. Unter die 1400 geladenen Gäste mischten sich viele bekannte Gesichter aus Politik und Wirtschaft.Seite 10

Blick zurück

Vor zehn Jahren holte sich das Emmentaler Unternehmen Jakob AG beim Prix SVC Espace Mittelland die Siegestrophäe. CEO Peter Jakob blickt zurück.Seite 15

Innovation

Jahr für Jahr unterstützt die Standortförderung des Kantons Bern Start-ups aller Art. Ein Überblick über ihre Arbeit während des letzten Jahrzehnts.Seite 17

Interview

Seit anderthalb Jahren wird der SVC von Andreas Gerber präsiert. Im Interview spricht er über seine Zeit an der Vereinsspitze und seiner Faszination für das Unternehmertum.Seite 19

IMPRESSUM «Prix SVC Espace Mittelland» ist eine gemeinsame Beilage der Titel BZ Berner Zeitung, Langenthaler Tagblatt, Thuner Tagblatt, Berner Oberländer und Der Bund in Zusammenarbeit mit dem Swiss Venture Club. Herausgeberin/Verlag Tamedia AG, Dammweg 9, 3001 Bern, Tel. 031 330 31 11, E-Mail: beilagen@tamedia.ch, Websites: beilagen.bernerzeitung.ch, beilagen.derbund.ch Anzeigen Tamedia AG Advertising, Tel. 031 330 33 10, E-Mail: inserate@bernerzeitung.ch, Website: advertising.tamedia.ch Head of Advertising Bern Rudolf Lehmann Key Account Manager Sara Friedli Redaktion und Produktion Vesna Burkhälter (Leiterin Beilagen), Philipp Mooser, Anik Coray (Redaktion), Peda Siegrist, Andrea Thüler, Hans-Peter Marti, Sandro Siemer (Layout) Mitarbeit Karin Meier, Jualan Witschi, Rahel Guggisberg, Quentin Schlapbach, Marius Aschwanden, Martin Bürki Partner Rahel Balmer, Sabrina Plattner Auflage 128 251 (Wemf 2018) Leser 324 000 (MACH Basic 2018-2) Druck Tamedia AG, Druckzentrum Bern

ANZEIGE

SCHNEEBERGER AG LINEARTECHNIK

DAS GANZE SPEKTRUM

Von Standardkomponenten bis hin zu kundenspezifischen Gesamtlösungen. SCHNEEBERGER® Lineartechnik steht für wegweisende Innovationen auf dem Gebiet der Lineartechnologie.

SCHNEEBERGER
LINEAR TECHNOLOGY

SCHNEEBERGER AG Lineartechnik
St. Urbanstrasse 12, CH-4914 Roggwil
www.schneeberger.com



Roboter-Ingenieure haben die Nase vorn

Preisverleihung Die Siegestrophäe des diesjährigen Prix SVC Espace Mittelland geht an die Asic Robotics AG aus Burgdorf. Deren CEO Milo Gasser widmet den Preis seinen Mitarbeitenden.



Moderator Patrick Rohr (rechts) gratuliert CEO Milo Gasser zum 1. Platz und freut sich sichtlich mit.

BILD ANDREAS VON GUNTEN

Daniel Düsentribs Motto lautet etwas übermütig: «Dem Ingenieur ist nichts zu schwör.» Sichtlich schwer tat sich am Mittwochabend aber Milo Gasser (39), der seine Ingenieure gerne mit der erfinderischen Comicfigur vergleicht, die richtigen Worte zu finden. Überwältigt war der Chef von Asic Robotics, dass sein Unternehmen im Kursaal Bern vor 1400 Zuschauern den Prix SVC Espace Mittelland 2019 erhalten hat. Nachdem er sich etwas hatte fangen können, zeigte Gasser aber, warum er mit jungen 39 Jahren ein so erfolgreiches Unternehmen führt.

In einer packend vorgetragenen Dankesrede widmete er den Preis seinen Mitarbeitenden, deren Angehörigen und dem Werkplatz Schweiz. Er freute sich sehr über die Anerkennung für ein KMU, das sonst nicht im Rampenlicht stehe, sagte Gasser. Als Gewinner des ersten Preises kann Gasser an einer zehntägigen Unternehmerreise nach Asien teilnehmen. Hinzu kommt ein Gratisseminar für die Geschäftsleitung. Und für die Mitarbeitenden gibt es sicher auch ein Fest.

Den zweiten Preis holte sich das Romantik Hotel Hornberg in Saanenmöser. Brigitte und Christian Hoefliger von Siebenthal führen das aus mehreren Chaletgebäuden bestehende Hotel in dritter Generation. Sie wollen aus ihren Kunden Stammgäste machen und verzichten auf die Zusammenarbeit

«Wir tüfteln und sind in einem mit vielen Risiken verbundenen Geschäft tätig. Aber für die Ingenieure ist das umso spannender»

MILO GASSER, ASIC ROBOTICS AG, CEO

mit grossen Buchungsplattformen im Internet. Das Paar erhält vom Prix SVC eine fünftägige Reise für zwei Personen, entweder an ein Forum mit Gala des Beratungsunternehmens EY in Kalifornien oder eine Geschäftsreise nach Singapur.

Der dritte Preis ging schliesslich an den Mikrodrehteile-Hersteller Polydec aus Biel. Das 1985 gegründete Unternehmen ist gross geworden mit hochpräzisen Achsen für Motoren, die Armaturenzeiger bewegen. Weltweit enthält heute etwa jedes zweite Armaturenbrett solche Achsen aus Biel. Polydec gewinnt einen Teamevent. Das kann zum Beispiel ein Skitag mit Stars von Swiss-Ski sein oder ein privates Training mit einem Schweizer Fussballclub. JW

FIRMENBESUCHSTAG

Zwischen Gstaad und Roggwil

Jury Am 16. Oktober 2018 – gestaffelt an einem Tag – haben die sechs für den Prix SVC Espace Mittelland nominierten Unternehmen Besuch von der Expertenjury erhalten. Unter Zeitdruck galt es Rede und Antwort zu stehen.

Mit dem Bus ging es 310 Kilometer durchs Mittelland. Insgesamt vierzehn Stunden auf Achse, inklusive einem einstündigen Halt an jeder Station. Bereits morgens um 6 Uhr stand die Begrüssung der 16-köpfigen Jury auf dem Programm. Gestartet wurde bei Gipfeli und Kaffee

Matter-Luginbühl AG in Aarberg und Domicil Bern AG in Hinterkappelen.

Von den Experten wurden die unterschiedlichsten Kriterien unter die Lupe genommen, vom kommerziellen Erfolg, über gelebte Nachhaltigkeit bis hin zu strategischen Fragen. Jedes Jurymitglied nahm sich Notizen und füllte einen Bewertungsbogen aus. Mit viel Herzblut stellten die nominierten Unternehmen während des Firmenbesuchstags ihre Gastfreundschaft unter Beweis und präsentierten den Jurymitgliedern ihre jeweiligen Tätigkeitsfelder. Auf eine kurze Präsentation des Unternehmens folgte jeweils ein Firmenrundgang. Zum Schluss stellten sich die Chefs den Fragen der Jurymitglieder.

«Alle von der Jury analysierten und besuchten Firmen beweisen ausserordentlich gute Kenntnisse der Verhältnisse auf dem Weltmarkt, natürlich speziell bezogen auf ihre Angebotssektoren. Und alle Firmen nutzen die besonderen Verhältnisse unseres Landes für ihre Wettbewerbsvorteile aus», würdigte Walter Steinlin, Jurypräsident des Prix SVC Espace Mittelland, die nominierten Firmen. Die Unternehmen würden sich ausserordentliche Wettbewerbspositionen erarbeiten, «manchmal nur in Nischen-sektoren, aber dafür sehr schwer zu kopieren und zum nachhaltigen Vorteil ihrer hiesigen Region und deren Bewohner».



Während des Firmenbesuchstags schaut die Jury jeweils sehr genau hin.

BILD ROBERTO CONCIATORI

«Alle Firmen nutzen die besonderen Verhältnisse unseres Landes für ihre Wettbewerbsvorteile aus»

WALTER STEINLIN, JURYPRESIDENT

im Bus. Und dann hiess es Fahrt aufnehmen für den ersten Firmenbesuch, in Richtung Romantik Hotel Hornberg in Gstaad. Es folgten Abstecher bei den weiteren Nominierten: Asic Robotics in Burgdorf, Schneeberger AG Linear-technik in Roggwil, Polydec SA in Biel,

PMO

Der SVC rückt Unternehmen ins Zentrum

Selektionskriterien Mit dem alle zwei Jahre stattfindenden Prix SVC will der Swiss Venture Club (SVC) das Unternehmertum in verschiedenen Regionen der Schweiz fördern. In den vergangenen sechzehn Jahren wurden bereits über 340 Firmen für ihre Leistungen gewürdigt.

Im Zweijahrestakt wird der Prix SVC an vorbildliche Unternehmen in den Wirtschaftsregionen Espace Mittelland, Nordschweiz, Ostschweiz, Suisse romande, Svizzera italiana, Wirtschaftsraum Zürich und Zentralschweiz vergeben. Der Preis zeigt auf, wie wichtig KMU für die Schweizer Wirtschaft sind und motiviert Unternehmen, über sich hinauszuwachsen. Er bedeutet für die Preisträger nicht nur mediale Präsenz, sondern ist in erster Linie eine Anerkennung für die geleistete Arbeit – nicht nur für das Unternehmen und die entsprechenden Führungskräfte, sondern für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In den vergangenen sechzehn Jahren zeichnete der SVC an 57 Preisverleihungen 341 Unternehmen aus. Bis zu 2200 Gäste aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Medien verfolgen jeweils die Firmenpräsentationen, Würdigungen sowie Preisverleihung und nutzen den anschliessenden Apéro fürs Networking.

Hohe Ansprüche

Die Auswahl der Kandidaten wird von einer unabhängigen Expertenjury übernommen. Den Unternehmen selbst ist es nicht möglich, sich um eine Nomination für den Prix SVC zu bewerben. Die Jurymitglieder sind unabhängig, arbeiten praxisnah und sind stark in der jeweiligen Region veran-

kert. Durch ihre langjährige berufliche Erfahrung und ihre tiefe Verankerung in Wirtschaft, Politik, Wissenschaft oder Medien verfügen sie über die notwendigen Anforderungen, um die Unternehmen kompetent und objektiv zu beurteilen. Im Kriterienkatalog, der eigens vom Swiss Venture Club konzipiert wurde, werden harte und weiche Faktoren berücksichtigt.

Wichtig für die Nomination ist beispielsweise der konkrete Leistungsnachweis. Dazu gehören erfolgreiche Partnerschaften, Akquisitionen, Turnarounds oder Management Buyouts. Aber auch die Einzigartigkeit der Value Proposition, also ein hohes Mass an Differenzierung durch einzigartige Produkte oder Verfahren, muss ein Unternehmen vorweisen können. Weiter berücksichtigt die Jury die Attraktivität der Marktposition: Das Unternehmen muss Wachstumspotenzial beweisen und sollte seine Marktposition aus eigener Kraft halten können. Auch das Einsetzen von innovativen Geschäftsmodellen oder Technologien wird in die Nominationsentscheidung miteinbezogen. Das Unternehmen soll zudem einen regionalen Beitrag leisten, indem es lokale Zulieferer nutzt, viele Arbeitsplätze schafft und sich für Kultur, Sport und Wirtschaft in der Region engagiert.

Im Sinne der Nachhaltigkeit soll das Unternehmen seine Wettbewerbs-

vorteile langfristig verteidigen können und wirtschaftlich mit allen Ressourcen haushalten. Entscheidend ist auch die zukünftige Strategie, die aus realistischen Komponenten bestehen und Erfolg versprechen soll. Sowohl die Qualität des Managements als auch die der Mitarbeitenden fließt in die Bewertung mit ein: Während

ausser Acht gelassen: Das Unternehmen sollte ein langfristiges, im Branchenvergleich überdurchschnittliches Umsatz- und Gewinnwachstum aufweisen. Ist schliesslich auch das Erscheinungsbild des Unternehmens sowie der Gesamteindruck stimmig, steht einer Nomination nichts mehr im Weg.

sichtigt. Mit Hilfe von EY und McKinsey erstellt die Jury für jedes KMU ein Unternehmensprofil, das anhand des Kriterienkatalogs laufend erweitert wird. An einer ersten Jurysitzung wird dann die Longlist, die aus 90 bis 200 Unternehmen besteht, diskutiert und auf eine Shortlist von rund zwölf Unternehmen reduziert. Diese Unternehmen werden je nach Branche auf die Jurymitglieder aufgeteilt, welche sich dann zu einem ersten Gespräch mit der jeweiligen Unternehmensführung treffen. Vor Ort erhalten sie so Einblick in das Unternehmen und nutzen die Möglichkeit für kritische Fragen.

Bei einer zweiten Sitzung stellen die Jurymitglieder die jeweiligen Unternehmen detailliert vor und entscheiden sich für sechs Unternehmen, die für den Prix SVC nominiert werden. Anschliessend werden die sechs Finalisten besucht. Diese stellen der Jury die Geschäftsleitung, die Unternehmensstrategien und den Betrieb vor. An einer dritten Jurysitzung wird schliesslich die Rangierung der sechs Preisträger erstellt. Während die Siegeskulptur dem Erstplatzierten vorbehalten ist, gehen nach der Preisverleihung alle Finalisten als Gewinner aus dem Saal: Sie alle waren beim Selektionsverfahren erfolgreich und wurden als Vorzeigunternehmen der Region identifiziert.

SWISS VENTURE CLUB

In den vergangenen sechzehn Jahren zeichnete der SVC an 57 Preisverleihungen 341 Unternehmen aus. Bis zu 2200 Gäste aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Medien verfolgen jeweils die Firmenpräsentationen, Würdigungen sowie Preisverleihung und nutzen den anschliessenden Apéro fürs Networking.

sich das Management stark für den Erfolg des Unternehmens und für die Mitarbeitenden engagiert, zeichnen sich die Mitarbeiter durch Motivation, Qualifikation und langfristige Loyalität aus. Auch der kommerzielle Erfolg des Unternehmens wird nicht

Mehrstufiges Selektionsverfahren

Während der Recherchephase sucht die Jury rund ein Jahr vor der Preisverleihung nach Unternehmen, die für eine Nomination in Frage kommen, wobei sie KMU der jeweiligen Region berück-

Selektionskriterien

Einzigartigkeit der Value Proposition
Ein hohes Mass an Differenzierung durch einzigartige Produkte oder Verfahren zeichnet das nominierte Unternehmen aus. Die Eintrittsbarrieren im Markt sind hoch und die Marktvorteile eindeutig. Zusätzlich profitiert das Unternehmen von einem guten Image.

Qualität des Managements
Die Unternehmerinnen und Unternehmer engagieren sich stark für den Erfolg des Unternehmens und für die eigenen Mitarbeitenden. Die Motivation und Professionalität des Managements sind überdurchschnittlich.

Attraktivität Marktposition / Industrie
Als Marktführer, Trendsetter und wichtigster Herausforderer in seiner Branche beweist das Unternehmen sein Wachstumspotenzial. Unabhängig von der Marktentwicklung kann die attraktive Marktposition aus eigener Kraft gehalten werden.

Innovatives Geschäftsmodell / Technologie
Neuste Technologien werden eingesetzt und sind durch Patente geschützt, oder das Geschäftsmodell ist revolutionär. Durch ständige Innovation erarbeitet sich das nominierte Unternehmen Wettbewerbsvorteile.

Anzahl geschaffene Arbeitsplätze
Mit langfristigen und neuen Arbeitsplätzen leistet das Unternehmen einen wesentlichen Beitrag an die Wirtschaftskraft der Region.

Nachhaltigkeit
Das Unternehmen kann seine Wettbewerbsvorteile langfristig verteidigen. Es haushaltet wirtschaftlich mit allen Ressourcen. Das Unternehmen profitiert von einem breiten und treuen Kundenbasis.

Zukünftige Strategie
Die Strategie ist klar formuliert und kommuniziert. Sie besteht aus realistischen Komponenten und verspricht Erfolg. Der Weg zur Umsetzung ist einleuchtend.

Konkreter Leistungsausweis
Die Unternehmensgeschichte hat das Unternehmen vor Herausforderungen gestellt, die besondere Leistungen erforderten. Dazu gehören erfolgreiche Partnerschaften, Akquisitionen, Turnarounds oder Management Buyouts. Auch Auszeichnungen werden bewertet.

Qualität der Mitarbeitenden
Die Mitarbeitenden sind motiviert, qualifiziert und langfristig loyal. Man spürt den Teamspirit.

Kommerzieller Erfolg
Das nominierte Unternehmen weist ein langfristiges, im Branchenvergleich überdurchschnittliches, Umsatz- und Gewinnwachstum auf.

Regionaler Beitrag
Das Unternehmen fungiert als Botschafter der Region und hat eine grosse Aussenwirkung. Indem es Arbeitsplätze schafft, lokale Zulieferer nutzt und sich lokal für Kultur, Sport und Wirtschaft engagiert, leistet das Unternehmen einen merkbaren Beitrag in der Region. Mit einer fortschrittlichen Lehrlingsausbildung zeigt das Unternehmen sein soziales Engagement.

Erscheinungsbild des Unternehmens / Gesamteindruck
Das Unternehmen als Ganzes vermittelt ein stimmiges Bild und hinterlässt einen bleibenden Eindruck. Als modernes, zukunftsorientiertes und erfolgreiches Unternehmen ist es ein Aushängeschild der Region.

ANZEIGE

WENGERPLATTNER
RECHTSANWÄLTE

BASEL | ZÜRICH | BERN

Erfahren.
Kompetent.
Lösungsorientiert.

Wirtschaftsrecht ist seit 30 Jahren unsere Domäne. Kompetenz und Erfahrung sind unsere Argumente für Ihren Erfolg.
www.wenger-plattner.ch

Wenger Plattner, Jungfraustrasse 1, 3000 Bern 6

Wer steckt hinter dem ersten Preis?

Seit 2010 gestaltet Rochester-Bern Executive Programs (RoBe) mit dem Gewinner des Prix SVC Espace Mittelland massgeschneiderte Führungseminare. Doch wer ist der Hauptsponsor des ersten Preises beim Prix SVC Mittelland? – Ein kurzes Porträt.

«Meliora!» – auf Deutsch: Besser! – so lautet die Maxime der University of Rochester im Staat New York in den USA. Rochester-Bern Executive Programs (RoBe), die gemeinsame Tochter mit der Universität Bern, lebt dieses Motto in ihren Weiterbildungsprogrammen, und zwar ganz besonders dann, wenn es um die Qualität von Dozierenden, Inhalten und Kundenservice geht.

Seit 25 Jahren im Weiterbildungsmarkt

Die Stiftung mit Sitz an der Universität Bern ist seit 25 Jahren im Weiterbildungsmarkt für Führungskräfte tätig. Neben dem Rochester-Bern Executive MBA, dem einzigen rein universitären Dual Degree Programm in unserem Land, bietet RoBe auch Weiterbildungen für Verwaltungsräte sowie für Firmen an. Allen Programmen gemeinsam sind neben dem bereits genannten Motto die Kompatibilität mit der vollen Agenda der Teilnehmenden, der Austausch mit erfahrenen Peers und die Anwendungsorientierung: Was man bei RoBe lernt, lässt sich direkt im Berufs- und Führungsalltag einsetzen.

«Ich habe vom Studiengang in jeder Hinsicht profitiert. Als CEO und VR erhielt ich ein hochstehendes, praxisnahes Update in allen Bereichen des General Managements. Die Prüfungsaufgaben konnte ich zu 100 Prozent auf die Situation im Unternehmen anwenden. Die damit verbundene Reflektion hat in meinem Unternehmen und VR zu einigen sofortigen Änderungen geführt.»

Axel Förster, VR-Präsident und CEO der Rychiger AG



Weiterbildung für Verwaltungsräte

Seit 2016 bietet RoBe den Studiengang «Certificate of Advanced Studies (CAS) in General Management für Verwaltungsräte» der Universität Bern an. Das Programm richtet sich in erster Linie an die Bedürfnisse von amtierenden und künftigen Verwaltungsrätinnen und -räten in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Der Fokus liegt auf Themen wie Governance, Strategie, Finanzen, Personal und Krisenmanagement. Zudem werden aktuelle Herausforderungen wie Digitalisierung oder Change Management im Rahmen der Module thematisiert, dies alles durch die «Brille» des Verwaltungsrats. Ergänzt

werden die theoretischen Inhalte mit dem persönlichen Erfahrungsschatz bekannter Gastreferenten aus Politik und Wirtschaft.

Auch ehemalige Gewinner des Prix SVC haben bereits oder sind momentan daran, die 10-monatige Weiterbildung von RoBe zu absolvieren: Prix SVC Espace Mittelland Gewinner 2015, Axel Förster, sowie der CFO des letztjährigen Gewinners des Prix SVC Zentralschweiz, Marc Hauser.

«Der intensive Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmenden und mit den Referenten bietet mir persönlich einen echten Mehr-

wert. Ausserdem wird im Programm aktuelles akademisches und praktisches Wissen auf die spezifischen Bedürfnisse von KMUs ausgerichtet. Das erlaubt mir, mein bestehendes Knowhow zu ergänzen und direkt ins Unternehmen einzubringen.

Marc Hauser, CFO der Seven-Air Gebr. Meyer AG

Gezielte Seminare für SVC-Gewinner

Beim Prix SVC Espace Mittelland erhält nun der Gewinner ein massgeschneidertes Seminar mit RoBe. Der Entwicklungsprozess läuft wie folgt ab: Der Gewinner diskutiert gemeinsam mit RoBe, welchen Entwicklungsbedarf es im Unternehmen gibt. Auf dieser Basis werden dann gezielt Themen definiert, Dozierende ausgewählt, das passende Format bestimmt. Die Heiniger AG in Herzogenbuchsee beispielsweise entschied sich für ein Führungseminar, in das nicht nur Geschäftsleitung und Kader einbezogen wurden, sondern auch die Gruppenleitung. Zusammen mit Dozierenden und Praxisreferenten aus KMU erarbeitete man gemeinsame Grundlagen, anschliessend analysierte man in einer Serie von Workshops die Ist-Situation und definierte das gewünschte Soll. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: die gemeinsam definierten Ziele sind akzeptiert und werden aktiv umgesetzt.

» www.rochester-bern.ch

ROBE Rochester-Bern Executive Programs

Asic Robotics AG
Ihr Schweizer
Ansprechpartner
für alle Fragen
rund um die
Automation

asic
ROBOTICS

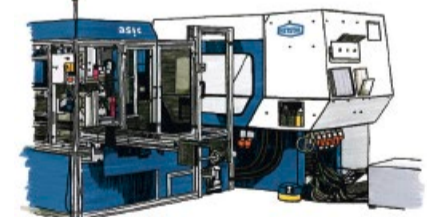
Roboterkonzepte



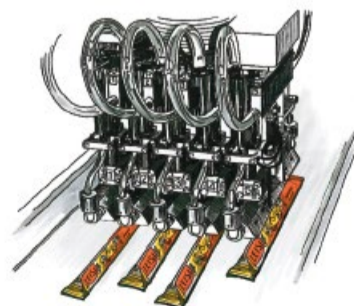
Transferlinien



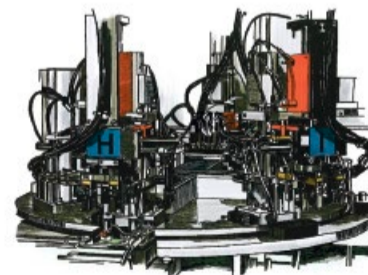
Spritzgussmaschinen



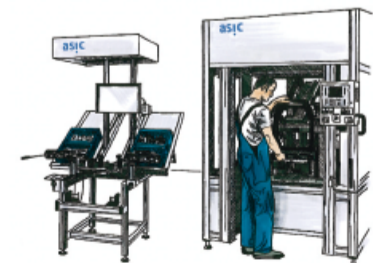
Verpackungsanlagen



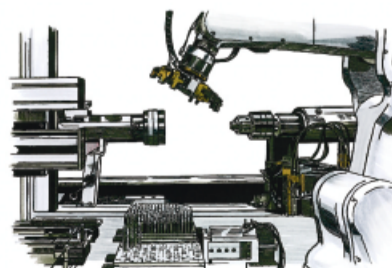
Rundschalttische



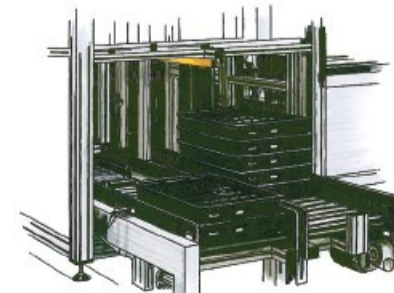
Manuelle Systeme



Maschinenbeschickung



Palettierer



Roboter, die schrauben und schweissen

Asic Robotics AG Kreative Ingenieure sind in der Industrie für die Automatisierung begehrt. Die Burgdorfer Firma Asic Robotics konnte sogar im Jahr des Frankenschocks einen Wachstumssprung wagen.



Milo Gasser, Chef von Asic Robotics, steht in der hinter Glaskästen geschützten neuesten Roboteranlage.

BILD BEAT MATHYS

Alle 5,2 Sekunden ist eine Uhr fertig zusammengesetzt – aus zwei Dutzend kleinen und kleinsten Teilen. Das schafft eine Roboteranlage von Asic Robotics.

Das Unternehmen baut keine Roboter in Menschengestalt, sondern vollautomatische Produktionsanlagen mit Greifarmen, Förderbändern und Drehtellern. Diese können Teile aufeinandersetzen, verschrauben, schweissen, kleben oder etwa auch la-

sagt Unternehmenschef Milo Gasser. «Oftmals sollen die Anlagen die Produkte auch noch prüfen, beschriften und verpacken können.»

Dann beginnen sie zu tüfteln. Rund neunzig Personen arbeiten in Burgdorf für Asic Robotics, ein grosser Teil sind Ingenieure. Milo Gasser (39), der seit siebzehn Jahren für das Unternehmen arbeitet, vergleicht Asic Robotics mit einer Erfinderkunstwerkstatt von Daniel Düsentrüb. Sie grübeln, machen Handskizzen und beginnen dann, die allesamt extern eingekauften Geräte und Werkzeuge zusammenzufügen. Sie testen und perfektionieren ihre Anlage bis hin zur Inbetriebnahme.

Nur Prototypen

Grössere Anlagen kosten mehrere Millionen Franken. Insgesamt kommt die Gruppe so auf einen Jahresumsatz von sechzig Millionen. Zu den Kunden zählen Unternehmen aus der Autobranche, der Medizintechnik, der Elektronik und der Uhrenindustrie. Bei den Namen der Kunden bleibt Gasser diskret. Es seien Weltkonzerne darunter, sagt er.

Es erstaunt, dass sich Grossunternehmen Maschinen für zentrale Produktionsprozesse extern bauen lassen. Gasser sagt dazu, selbst Konzerne hätten die Ressourcen dafür oft nicht. Und sie würden ihr Prozess-Know-how

FIRMENPORTRÄT

Die im Jahr 1995 gegründete Asic Robotics AG mit Hauptsitz in Burgdorf hat sich auf die Bereiche Automation und industrielle Robotik spezialisiert. Sie baut je nach Kundenwunsch vollautomatische Produktionsanlagen aller Art, sei dies für die Automobilindustrie, die Uhrenproduktion, den Elektronikbereich oder die Medizintechnikbranche rund um die Welt. Das Unternehmen verfügt über vier Tochtergesellschaften sowie Niederlassungen in Deutschland und Frankreich. Es beschäftigt insgesamt rund 200 Mitarbeitende. Im Jahr 2016 wurde am Hauptsitz in Burgdorf eine neue Produktionshalle mit einer Fläche von 1700 Quadratmetern eingeweiht, die eine Verdoppelung der Produktionskapazität möglich machte. pmo

nicht an Asic Robotics verlieren, weil sie die Maschinen inklusive des geistigen Eigentums erhalten. «Wir haben kein einziges Patent, keine Lizenz.»

Jede Maschine sei eine Sonderanfertigung, ein Prototyp, sagt Gasser. Denn die Prozesse und Kunden seien immer anders. «Das ist spannend für unsere Mitarbeitenden. Die Leiden-

schaft und die innovativen Ideen aller Mitarbeiter machen den Unterschied zu den Konkurrenten», ist der Firmenchef überzeugt, denn «die schlaueste Maschine ist letztlich auch die preiswerteste». So aufgestellt, konnte die stark exportorientierte Asic Robotics 2015 die geplante Erweiterung der Produktion um eine zweite Montagehalle und ein Lager durchziehen, obwohl die Nationalbank den Euromindestkurs aufgehoben hatte.

Statt ganz wegzuziehen

Und was sagt Gasser zum Vorwurf, Roboter würden Menschen die Arbeit wegnehmen? Es würden sich viele Schweizer Industriefirmen überlegen, die Produktion auszulagern. Mit der Investition in Automatisierung könne jedoch oft der Produktionsstandort Schweiz erhalten werden, womit entsprechende Arbeitsplätze verblieben. Für Gasser ist dies eine sehr gute Alternative zum Abwandern der Firmen in Billiglohnländer.

Die Burgdorfer selber wollen moderat wachsen. Mit neunzig Angestellten am Hauptsitz sieht Gasser das Unternehmen gut aufgestellt. Hinzu kommen zehn Mitarbeitende bei der Tochterfirma Scheidegger in Burgdorf, fünfzehn bei der Zufag in Lützelflüh und weitere 85 Angestellte in Deutschland. JULIAN WITSCHI

5 FRAGEN AN MILO GASSER, GESCHÄFTSFÜHRER ASIC ROBOTICS AG, BURGDORF

Welche Bedeutung hat die Teilnahme am Prix SVC Espace Mittelland für Ihre Firma und Sie persönlich?

Die ganze Asic-Crew fühlt sich stolz, nebst den Kundenanerkennungen nun auch eine etwas öffentlichere Wertschätzung zu geniessen. Wir haben die Nominierung als Entschädigung dafür gesehen, dass wir seit Jahren den Erfolg mit viel Herzblut und Fleiss erzwingen. Für mich persönlich war die Teilnahme eine Bestätigung, dass die von mir mitgeprägte Unternehmenskultur stimmt.

Was macht Ihr Unternehmen anders als andere? Wie lauten Ihre Erfolgsrezepte?

Unsere Begeisterungsfähigkeit und unsere Firmenkultur zeichnen uns aus. Wir haben einen unbändigen Willen, am gleichen Strick zu ziehen und uns mit Leidenschaft und Stolz tagtäglich für den Erfolg einzusetzen. Ein Ausruhen auf durchschnittlichem Niveau war für uns nie eine Option!

Wie ist Ihre Firma in der Öffentlichkeit präsent? Werbung, Social Media, Public Relations oder anderes?

Wir leisten sehr wenig bis keine Öffentlichkeitsarbeit. Unser Marketing beschränkt sich auf eine erfolgreiche Projektabwicklung, entsprechend zufriedene Kunden und deren Weiterempfehlung.

Von welchen Prinzipien lassen Sie sich als Vorgesetzter leiten?

Es geht um die Menschen! Seien es die Endverbraucher, die Kunden oder die Mitarbeitenden. Dies ist eine zugegebenermassen etwas banale Antwort, die in jedem Lehrbuch nachzulesen ist. Trotzdem stimmt sie. Projektgeschäft hat in einem hohen Mass mit Menschen und deren Einsatz, Leidenschaft und Identifikation mit den Produkten und der Firma zu tun. Die Asic Robotics hat sich von Beginn weg an dieser Philosophie orientiert, und ich werde nicht müde zu betonen, dass dies ein fundamentaler Erfolgsbaustein ist. Ich bin der Meinung, dass wir in unserem Betrieb eine ausserordentlich gute Kultur pflegen, in welcher wir uns gegenseitig als möglichst gleichgestellte Verbündete im alltäglichen Einsatz um Innovation und Perfektion sehen.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten Ihrer Firma?

Automation und Robotik stellen im Zusammenhang mit der Digitalisierung und Industrie 4.0 Megatrends dar, die wir aufnehmen. Auch wenn globale Tendenzen wie Währungskrisen, Protektionismus und drohende Handelskriege dieser Aussage ein wenig den Wind aus den Segeln nehmen, so bin ich bezüglich der Zukunft unserer Branche sehr optimistisch gestimmt. Solange wir uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen und uns weiter auf unsere Werte berufen, sehe ich deshalb viel Potenzial für die Asic Robotics. Karin Meier

«Die Leidenschaft und die innovativen Ideen aller Mitarbeiter machen den Unterschied zu den Konkurrenten»

MILO GASSER, ASIC ROBOTICS AG, CEO

serbohren. «Unsere Kunden kommen zu uns, bringen diverse Einzelteile mit und fragen, ob wir eine Maschine entwickeln können, die diese Teile in grosser Stückzahl montieren kann»,

Diese Hoteliers sind ohne grosse Buchungsportale erfolgreich

Romantik Hotel Hornberg Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal führen das Romantik Hotel Hornberg in Saanenmöser seit sechzehn Jahren. Sie starteten mit vielen Risiken und etwas blauäugig. Heute verweigern sie sich Buchungsportalen und setzen auf Stammgäste.



Christian und Brigitte Hoefliger-von Siebenthal wollen mit Gastfreundschaft überzeugen statt mit unklarer Rabattpolitik.

BILD HANNES NIEDERKOFER

Wer einkehrt im Hotel Hornberg, sucht nicht den Glamour von Gstaad, sondern ein bodenständiges Landhaushotel. Gelegen ist es am Dorfrand von Saanenmöser, zehn Autominuten entfernt von Gstaad. Zum Skilift und zur Skischule sind es wenige Schritte. Im Viersternhaus ist die Ambiance entspannt. «Willkommen im Hornberg», sagt Hotelier Christian Hoefliger-von Siebenthal. Regelmässig steht er an der Réception. «Das Beste an unserem Hotel sind unsere Gäste», sagt er. Es seien äusserst spannende Menschen, aber niemand sei abgehoben.

Die Gäste verbringen die wertvollsten Tage des Jahres, nämlich ihre Ferien, im Hotel. «Ihre Bedürfnisse stehen ganz im Mittelpunkt», sagt er zu seinem Erfolgsrezept. Er und seine Frau Brigitte würden alles tun, damit sich jeder persönlich angesprochen fühle und sich optimal erholen könne. Darum trifft man die beiden morgens während des Frühstücks an, wenn sie Gästen Kaffee servieren und Tipps für den Tag geben, oder am Abend, wenn sie Gäste beraten, welchen Wein sie trinken könnten. Brigitte Hoefliger-von Siebenthal kümmert sich neben der Arbeit im Hotel auch um ihre beiden Buben im Alter von elf und dreizehn Jahren.

Jung Hoteliers geworden

Der Aargauer mit Schwyzer Wurzeln und die Saanerin lernten sich 1998 an der Hotelfachschule in Luzern kennen. Im Alter von 25 respektive 27 Jahren übernahmen sie 2003 den Familienbetrieb in dritter Generation. Das Horn-

FIRMENPORTRÄT

Seit dem Jahr 1936 empfängt das Romantik Hotel Hornberg in Gstaad-Saanenmöser, das von Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal bereits in dritter Generation mit viel Herzblut geleitet wird, Gäste aus Nah und Fern in seinen Räumen. Dafür stehen in vier verschiedenen Chalets total 42 Zimmer mit 85 Betten zur Verfügung. Zur Infrastruktur zählt neben dem Wellnessbereich auch eine moderne Seminarinfrastruktur. Für den Betrieb des Hotels können die beiden Inhaber auf insgesamt 54 Mitarbeitende zurückgreifen, darunter vierzehn Lernende. In den vergangenen Jahren wurde im Romantik Hotel Hornberg kräftig investiert, um sich auch künftig mit hoher Qualität auszeichnen zu können. pmo

berg wurde 1936 von Brigittes Grosseltern gegründet: Werner und Helene von Siebenthal eröffneten die Pension Hornberg damals mit 24 Betten. Im Jahr 1970 übernahmen den Betrieb Elisabeth und Peter von Siebenthal-Wild.

Finanziell sind Generationenwechsel oft nicht einfach. Christian Hoefliger-von Siebenthal sagt aber: «Die drei Schwestern von Brigitte hatten einen ganz grossen Anteil daran, dass die Nachfolgeregelung so reibungslos erfolgte. Ansonsten wäre dies nicht möglich gewesen.» Viele und grosse Investitionen standen damals an. In den letzten sechzehn Jahren wurde fast alles

umgebaut: die Küche, das Hallenbad, die Bar und die Zimmer. Auch das Restaurant: «Es ist super, waren wir so jung. Das Risiko hätten wir mit 35 Jahren wohl nicht mehr auf uns genommen», sagt Christian Hoefliger-von Siebenthal.

Die Hotelanlage umfasst das 1936 erbaute Chalet und diverse neue, damit verbundene Gebäude im gleichen Baustil. Das Hotel hat vierzig Einheiten, darunter Einzel- und Doppelzimmer, Juniorsuiten und grosse Familienapartements. Von der Sonnenterrasse aus hat man einen Panoramablick auf die Bergwelt des Saanenlandes.

Viele Schweizer Stammgäste

Der grösste Teil der Gäste reist aus der Schweiz an. Es sind rund 70 Prozent. Auf Portalen wie Booking.com oder Trivago sucht man das Hotel vergebens. «Wir haben uns bewusst dagegen entschieden», sagt Brigitte Hoefliger-von Siebenthal: «Wir sind damit zu 100 Prozent unabhängig, und die eingesparten Kommissionen können wir vollumfänglich reinvestieren.» Viele Kunden seien Stammgäste. «Das Ziel ist immer, dass sie sich in einem solchen Masse wohl fühlen, dass sie wiederkommen und uns weiterempfehlen.»

Zudem: Die Zimmer in dem Viersternhotel kosten für alle Gäste gleich viel. «Wir verfolgen eine sehr transparente Preispolitik mit sehr kleinen Schwankungen zwischen absoluter Hochsaison und ruhigeren Tagen», sagt der Hornberg-Hotelier.

Das Branchenumfeld ist schwierig: «Die grossen Herausforderungen der Zukunft sind sicherlich die hohen Gestehungskosten in der Schweiz verbun-

den mit dem Preisdruck auf dem Markt und der Fachkräftemangel.» Bei der Auswahl zähle die Sozialkompetenz viel: «Die Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital. Nur wenn sie glücklich sind, können sie ihr Bestes geben für den Kunden.» Das Personal genieße darum viele Freiräume: «Uns ist es lieber, wenn ein Mitarbeiter auf seine eigene Art freundlich ist, als wenn er dem

«Die Herausforderungen der Zukunft sind sicherlich die hohen Gestehungskosten in der Schweiz, der Preisdruck und der Fachkräftemangel»

CHRISTIAN HOEFLIGER-VON SIEBENTHAL

Gast mit austauschbaren Floskeln begegnet», sagt Christian Hoefliger-von Siebenthal.

Er und seine Frau arbeiten oft sieben Tage die Woche. Die Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern und der Kontakt zu den Gästen gäben ihm immer wieder Energie für neue Projekte. Als Nächstes steht ein weiterer Umbau an. Die Zimmer werden renoviert, ein grosser Teil der Bodenbeläge, einige Fassaden und ein Teil des Restaurants.

RAHEL GUGGISBERG

5 FRAGEN AN

BRIGITTE UND CHRISTIAN HOEFLIGER-VON SIEBENTHAL, INHABER ROMANTIK HOTEL HORNBERG, GSTAAD-SAANENMÖSER

Welche Bedeutung hat die Teilnahme am Prix SVC Espace Mittelland für Ihre Firma und Sie persönlich?

Die Teilnahme war eine tolle Honorierung der Leistung unserer 54 Mitarbeitenden. Sie hat aber natürlich auch Wirkung gegen aussen: Sie signalisiert unseren Gästen, dass sie bei uns eine Leistung auf einem gewissen Niveau erwarten dürfen. Für uns persönlich, die wir das Romantik Hotel Hornberg seit sechzehn Jahren leiten, war die Teilnahme eine grosse Ehre.

Was macht Ihr Unternehmen anders als andere? Wie lauten Ihre Erfolgsrezepte?

Diese Frage lässt sich wahrscheinlich von aussen besser beantworten. Fleiss und Beharrlichkeit sowie ein extrem starker Kundenfokus sind jedoch sicher Voraussetzungen. Unser Leitsatz lautet: Liebe nicht dein Produkt, sondern liebe deinen Kunden. Zudem investieren wir so viel wir können in unsere Infrastruktur. In der heutigen Zeit ist dies enorm wichtig – es gibt viele hervorragende Mitbewerber im Alpenraum.

Wie ist Ihre Firma in der Öffentlichkeit präsent? Werbung, Social Media, Public Relations oder anderes?

Wir betreiben ein klassisches Retention Marketing: Unsere Energie fliesst vollumfänglich in die Kunden vor Ort. Wir wollen ihnen ein so gutes Erlebnis bieten, dass sie wiederkommen und uns weiterempfehlen. Unser operatives Marketing besteht vor allem aus der Pflege der Website, dem Blog mit unseren Geschichten und unserer Präsenz in den sozialen Medien.

Von welchen Prinzipien lassen Sie sich als Vorgesetzte leiten?

Wir sehen in jedem unserer Mitarbeitenden in erster Linie den Menschen. Deshalb legen wir sehr grossen Wert auf die Sozialkompetenz. Fachkompetenz fordern wir natürlich ebenfalls ein, doch diese lässt sich auch im Betrieb entwickeln. Zu diesem Zweck führen wir die Mitarbeitenden eng, aber im Sinne von Coaches. So schaffen wir ein Arbeitsklima, in dem unsere Mitarbeitenden ihr Potenzial nutzen und Leistung abrufen können.

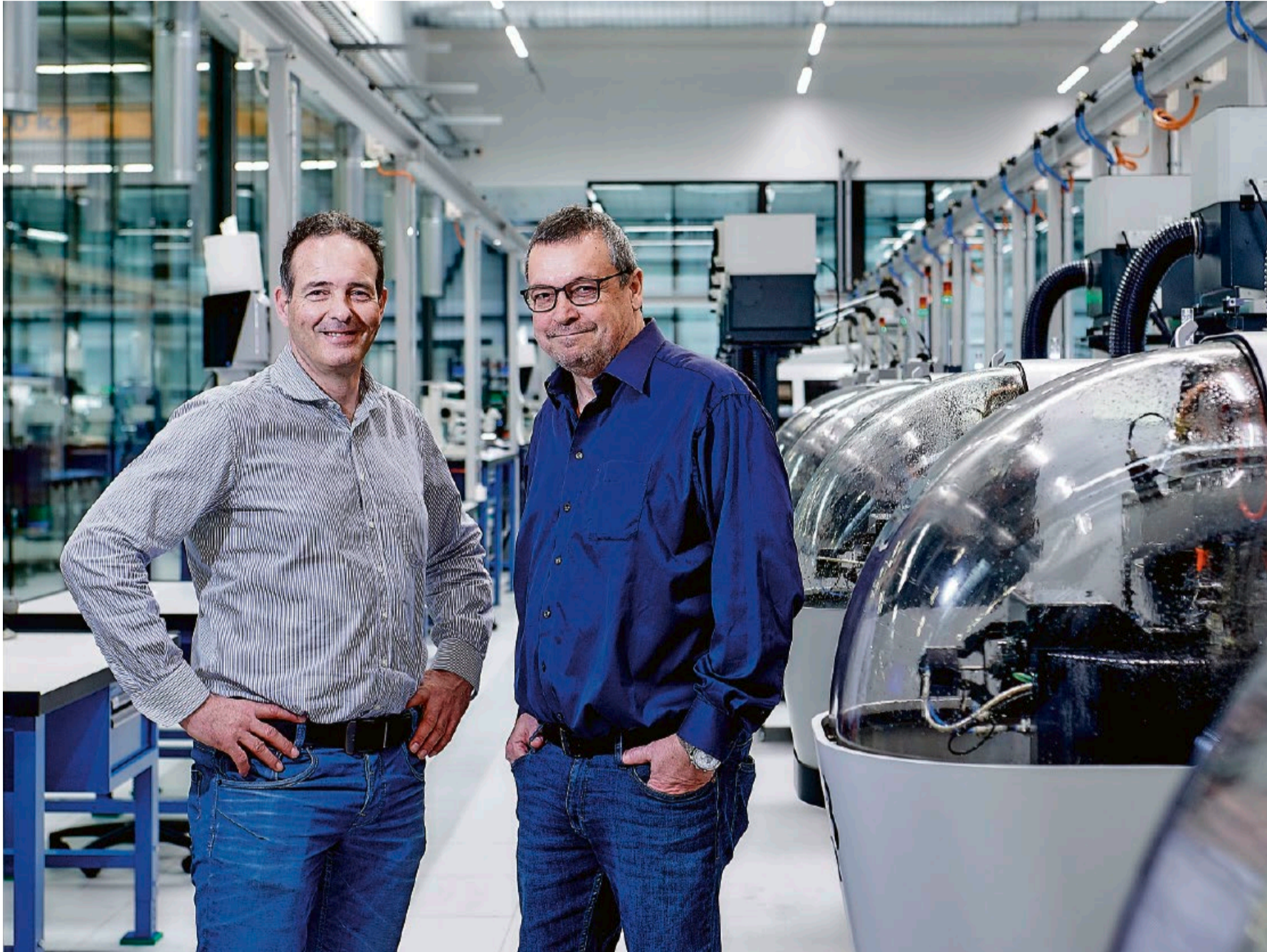
Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten Ihrer Firma?

Wir bieten Ruhe, viel Natur, frische Luft und Weite. Das wird auch in Zukunft gefragt sein. Dennoch ist das Kundenverhalten schwierig einzuschätzen. Wir müssen deshalb agil bleiben, damit wir auf wechselnde Gästebedürfnisse eingehen können. Mit dieser Reaktionsfähigkeit sollten wir es schaffen, weiterhin Investitionen in unsere Infrastruktur zu tätigen und unsere Existenz nachhaltig zu sichern.

Karin Meier

Bieler Miniteilchen für den Weltmarkt

Polydec SA Weltweit enthält etwa jedes zweite Armaturenbrett Teile der Bieler Firma Polydec. Das Unternehmen hat nun eine neue Leitung und neue Besitzer erhalten.



Rochade beim Mikrodrehteil-Hersteller: Pascal Barbezat (links) hat Claude Konrad als Chef von Polydec abgelöst.

BILD ADRIAN MOSER

Die kleinsten Teile sehen aus wie Metallsplinter. Erst unter der Lupe erkennt man, dass es winzige Schrauben (nur zwei Millimeter lang) und andere Komponenten für Uhrwerke sind. Eine andere Spezialität der Bieler Polydec SA sind sehr dünne Prüfspitzen für Messgeräte, mit denen Mikroprozessoren getestet werden können. Der Durchmesser der Prüfspitzen beträgt bei den kleinsten weniger als 0,3 Millimeter. Zum Vergleich: Ein Haar ist knapp 0,1 Millimeter dünn.

Bei den Toleranzen ist Polydec noch präziser: «Wir arbeiten auf bis zu plus/minus zwei Tausendstelmmillimeter genau», sagt der neue Firmenchef Pascal Barbezat. Seine Mitarbeitenden bearbeiten Drähte und Stangen auf Drehautomaten und stellen damit sogenannte Mikrodrehteile her.

Start als Zweimannbetrieb

Pascal Barbezat, zuvor Verkaufschef, hat das Unternehmen mit seinen siebzig Angestellten auf Anfang 2019 gemeinsam mit dem Finanzchef Thierry

Mathez übernommen. Einst war es ein Zweimannbetrieb: Claude Konrad gründete die Firma im Jahr 1985 zusammen mit seinem Cousin, dem Automechaniker Jean-François Konrad.

Er habe, erzählt Claude Konrad, nach der Ausbildung zum Feinmechaniker eigentlich mit seiner Frau für einige Zeit nach Indien gehen wollen. Doch sie hätten das Visum nicht erhalten. So sei er im Alter von 27 Jahren eher zufällig zum Unternehmer geworden. «Ich wollte eigenständig sein.» Zusammen mit seinem Cousin kaufte er seinem Bruder, der das Décoltageunternehmen vom Vater hatte übernehmen können, fünf Drehmaschinen ab. Dies mit zwei Bankkrediten von je 15 000 Franken.

Wenn es nichts geworden wäre, hätte er problemlos als Feinmechaniker wieder einen Job finden können, sagt Konrad. Aber er und sein Cousin hatten den richtigen Riecher. Sie hatten gehört, dass ein Autoindustriezulieferer Teile für Armaturen suchte. Konkret: kleine Achsen für jene Mikromotoren, welche die Armaturenzeiger hochpräzise bewe-

«Mit hoher Präzision und grosser Liefertermintreue, was wichtig ist in der Autoindustrie, haben wir uns in dieser Nische auf dem Weltmarkt etablieren können»

CLAUDE KONRAD, POLYDEC SA, EHEMALIGER CEO

gen. Mit ihren Drehmaschinen stellten die Jungunternehmer aus Metallstäben solche Mikroachsen her. «Mit hoher Präzision und grosser Liefertermintreue, was wichtig ist in der Autoindustrie, haben wir uns in dieser Nische auf dem Weltmarkt etablieren können», sagt Konrad. Sie konnten laufend ausbauen und erwarben die wichtigsten Zertifikate in der streng reglementierten Autoindustrie.

Sechs Milliarden Stück

Heute enthält etwa jedes zweite Armaturenbrett auf der Welt Mikroachsen von Polydec. Die Firma stellt pro Monat vierzig Millionen solche Achsen her. Insgesamt hat das Unternehmen seit der Gründung über sechs Milliarden Mikrodrehteile gefertigt. Die meisten Maschinen laufen computergesteuert und rund um die Uhr. Die Pläne für alle Mikrodreh-

teile sind digital erfasst. Gut 40 Prozent des Umsatzes erzielt Polydec noch immer mit Achsen für Armaturenmotoren.

Allerdings dürfte dieses Stammgeschäft mit der zunehmenden Verbreitung von digitalen Geschwindigkeitsanzeigen in der Zukunft schrumpfen. «Bislang werden Digitalanzeigen zwar vor allem in teureren Fahrzeugen eingebaut. Doch die Preise werden sinken und unsere Absätze hier kaum noch steigen», sagt Barbezat. Auch bei den Prüfspitzen spürt Polydec wachsende Konkurrenz, vor allem von Herstellern aus Asien. Der Umsatzanteil beträgt noch gut 10 Prozent. Detailliertere Zahlen nennt das Unternehmen nicht.

Wachsen will Polydec bei Mikrodrehteilen für die Uhrenindustrie, und ein neues Feld ist die Medizinaltechnik. Die Basis dafür ist gelegt. Bis vor drei Jahren kämpfte das Unternehmen mit Platzproblemen und musste auch mal einen Auftrag ablehnen. Dann konnte es von der ehemaligen Metallfassadenherstellerin «Hartmann + Co.» das Gebäude in der Nähe der Stadien von Biel übernehmen. Von den 10 000 Quadratmetern mietet Polydec rund 4000 Quadratmeter, den Rest mieten andere.

Das Gebäude gehört nach wie vor den Firmengründern Claude und Jean-François Konrad. In einem Teil der Halle hat Claude Konrad seine Autos parkiert.

Der 60-Jährige sammelt Oldtimer von General Motors respektive Opel, am liebsten solche, die noch in Biel gebaut worden sind. Mit Polydec hat er auch ein Stück der bewegten Bieler Industriegeschichte geschrieben.

JULIAN WITSCHI

5 FRAGEN AN CLAUDE KONRAD UND PASCAL BARBEZAT, EHEMALIGER UND NEUER CEO POLYDEC SA, BIEL

Welche Bedeutung hat die Teilnahme am Prix SVC Espace Mittelland für Ihre Firma und Sie persönlich?

Sie hat uns mit Stolz erfüllt und ist eine Anerkennung für unsere Mitarbeitenden und unser Management. Zudem verschafft sie uns ein gutes Image bei finanziellen und politischen Institutionen.

Was macht Ihr Unternehmen anders als andere? Wie lauten Ihre Erfolgsrezepte?

Unser Unternehmen findet seine Daseinsberechtigung in erster Linie im Wohlergehen der Mitarbeitenden und dem der Kunden. Für die Mitarbeitenden sind ein sicherer Arbeitsplatz und der Lohn wichtig. Um dies zu gewährleisten, brauchen wir Kunden, und zwar treue Kunden. Heute reicht es nicht aus, nur ein guter Zulieferer zu sein. Man muss der Beste in seinem Nischenmarkt sein und den Kunden den besten Service bieten. Ein Rezept dafür gibt es nicht wirklich, ausser, dass Chancen erkannt und genutzt werden müssen. Man muss sich immer weiter verbessern und darf nie denken, man sei am Ziel.

Wie ist Ihre Firma in der Öffentlichkeit präsent? Werbung, Social Media, Public Relations oder anderes?

Unsere Kunden sind ziemlich grosse Unternehmen, teils sogar multinationale Konzerne. Sie zu erreichen, ist nicht einfach. In den letzten Jahren haben wir die Werbebudgets nicht erhöht und sogar die Teilnahme an Industriemessen reduziert, da sie trotz teils grösseren Investitionen nur ein mittelmässiges Ergebnis brachten. Dafür ist die Präsenz unseres Unternehmens im Internet sehr wichtig. Auch der persönliche Kontakt spielt eine grosse Rolle. Sobald ein interessantes Unternehmen mit uns Kontakt aufnimmt, versuchen wir, dessen Schlüsselperson zu treffen.

Von welchen Prinzipien lassen Sie sich als Vorgesetzte leiten?

Wir begegnen unseren Mitarbeitenden mit Empathie. Dies bedeutet nicht, dass wir alles akzeptieren, sondern dass wir ihnen gegenüber positiv und aufmerksam sind. Je grösser das Unternehmen wird, desto schwieriger ist diese Aufgabe.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten Ihrer Firma?

Zur Zeit ist die Automobilindustrie in vollem Umbruch. Unser Marktanteil wird in den kommenden Jahren zurückgehen. Dank unseren Kompetenzen im Mikrobereich sind wir jedoch zuversichtlich, diversifizieren zu können – vor allem in der Medizinaltechnik. Wir leiten bereits alles Nötige dafür in die Wege. Deshalb sehen wir der Zukunft positiv entgegen.

Karin Meier

FIRMENPORTRÄT

Die Firma Polydec mit Hauptsitz in Biel wurde im Jahr 1985 gegründet und sechs Jahre später in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Heute zählt das Unternehmen zu den weltweit marktführenden Anbietern von Präzisionsdrehteilen, die sie im Mikrobereich mit höchster Präzision fertigt. Monat für Monat produziert der Betrieb gut vierzig Millionen Teile. Zur internationalen Kundschaft der Polydec SA zählen hauptsächlich die Automobil-, die Elektronik-, die Uhrenindustrie sowie die Medizinaltechnik. Das Unternehmen verfügt neben seiner im Jahr 2016 neu bezogenen Produktionsanlage in Biel auch über eine Verkaufsniederlassung in den USA. Es beschäftigt aktuell rund siebzig Mitarbeitende.

pmo



Milo Gasser (mitte), CEO von Asic Robotics AG, freut sich über den 1. Preis beim Prix SVC Espace Mittelland.

BILDER ANDREAS VON GUNTEN

«Jeder Finalist hätte die Siegestrophäe

Erneut haben sich diese Woche für die Verleihung des Prix SVC Espace Mittelland rund 1400 Gäste im Berner Kursaal eingefunden, darunter auch Berner Prominenz aus Politik, Wirtschaft und Kultur. Während eines kurzen Gesprächs schilderte Roland Schaller, SVC Regionenleiter Espace Mittelland, seine Eindrücke.



Roland Schaller.

Herr Schaller, was hat Sie an der diesjährigen Ausgabe des Prix SVC Espace Mittelland besonders beeindruckt?

Roland Schaller: Ich bin jedes Jahr ob der Marktleistung und des unermüdligen Engagements der Finalisten beeindruckt. Was diese Unternehmen mit ihren Mitarbeitenden tagtäglich mit viel Herzblut leisten, kann nicht genug gewürdigt und hinausgetragen werden. In diesem Jahr besonders hervorzuheben ist die Branchenvielfalt, und die damit verbundenen unterschiedlichen Wettbewerbsstrategien und -positionierungen. Jeder Finalist ist ein Sieger und hat ein hartes Selektionsverfahren hinter sich – jeder hätte die Siegestrophäe mehr als verdient!

Der Prix SVC ist ein Anlass mit Strahlkraft. Wie ordnen Sie dessen Bedeutung für die Region ein?

Der Wirtschaftsraum Espace Mittelland ist ein tragender Wirtschaftsmotor der Schweiz. Und in einer Grossregion wie dem Mittelland ist es wichtig, regelmässig die wichtigsten Akteure und Newcomer an einem Anlass zusammenzubringen. Wir wollen Unternehmerinnen, Unternehmer und deren Firmen zeigen und feiern, Erfahrungen austauschen und das Netzwerk pflegen. Und dies noch zusätzlich in einem feierlichen und hoch emotionalen Rahmen zu erleben, macht die Einzigartigkeit unserer Prix SVC Verleihungen aus. Der Prix SVC ist mittlerweile zu einem der wichtigsten Wirtschaftsanklässe in der Schweiz geworden und ein fixer Eintrag in der Agenda.

Nach der Verleihung ist vor der Verleihung. Sind die Planungen für 2021 bereits angelaufen? Bleibt das bisherige Konzept bestehen? Sie sagen es. Ja, wir sind im OK auch bereits dran den kommenden Prix SVC zu planen. Selbstverständlich hinterfragen wir auch immer wieder das bestehende Konzept und nehmen kleine Anpassungen vor. Unser Ziel wird es sein, im 2021 wieder mit sechs hervorragenden Finalisten aufwarten zu können und die Show für alle Gäste mit frischen Elementen erneut zu einem unvergesslichen Anlass zu machen. pmo



Ulrich Hadorn (Mobiliar), Petra Joerg (Rochester-Bern) und Heinrich Schmutz (Swisscom)



Gewinner Prix SVC Espace Mittelland 2017: Werner Heiniger mit seinem Sohn Daniel Heiniger (Heiniger AG)



Andreas Gerber (SVC Präsident) mit Michael Fahrni (Geschäftsführer SVC)

Swiss Venture Club

Der Swiss Venture Club (SVC) ist ein unabhängiger, non-profit-orientierter Verein von Unternehmern für Unternehmer mit dem Ziel, KMU als treibende Kraft der Schweizer Wirtschaft zu unterstützen und zu fördern sowie zur Schaffung und der Erhaltung von Arbeitsplätzen in der Schweiz beizutragen. Der SVC schafft in sieben Wirtschaftsregionen Kontakt- und Netzwerkmöglichkeiten für seine über 3000 Mitglieder und generiert unternehmerische Impulse für den Wirtschaftsstandort Schweiz. Als Austauschplattform von Praktikern für Praktiker schafft der SVC den Nährboden für erfolgreiche Ideen und Geschäftsmöglichkeiten und bietet damit einen Mehrwert für KMU.



Aktuelle Veranstaltungen und Anmeldung unter www.swiss-venture-club.ch



Lukas Meier (COO Kongress + Kursaal Bern AG) mit Kevin Kunz (CEO Kongress + Kursaal Bern AG)



Roland Schaller (SVC Regionenleiter), Monika Löffel-Bösch (Bigla AG) und Walter Steinlin (SVC Jurypräsident)



Didier Denat (Credit Suisse AG) und Cédric Müller (Credit Suisse AG)



Axel Förster (CEO Rychiger AG) und Bernhard Emch (CEO Emch Aufzüge AG)



Uwe E. Jocham (Direktionspräsident Insel Gruppe AG) mit Michelle Bühler (Mitinhaberin Bühler Küchen AG)



Feusi Bildungszentrum AG: Marc Blatter (Geschäftsleitung), Sandra von May-Granelli (CEO) und Lukas Kmoch (Geschäftsleitung)



Alec von Graffenried (Stadtpräsident), Christoph Ammann (Regierungsrat) und Werner Luginbühl (Ständerat)

mehr als verdient»



Monika Lanz (CFO Schneeberger AG Linartechnik) mit Stefan Hantke (CEO Schneeberger AG Linartechnik)



Olivier Mange (Partner, Sitzleiter Bern Ernst & Young AG) und Patrick Rohr (Moderator Prix SVC Espace Mittelland)



Andrea Hornung (mitte, CEO Domicil Bern AG) mit ihrem Direktionsteam



Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal (CEO und Inhaber Romantik Hotel Hornberg)



Robin Tanner (Verlagsleiter Regionalmedien Deutschschweiz Tamedia AG) und Andrea Roch (Geschäftsführerin business4you AG)



Uli Forte (Fussballtrainer) mit seiner Frau Caroline Forte (Verwaltungsrat Bernapark)



Barbara Diggelmann (Geschäftsführerin Rentaflo GmbH) und Beatrice Trachsel (Inhaberin Eventicum AG)



Barbara Hayoz (Inhaberin Hayoz GmbH Unternehmensberatung) mit ihrem Mann Rainer Hayoz (Inhaber Matrix Immobilien)



Ueli Augsburger (Alt-Regierungsrat) mit Rudolf Lehmann (Head of Advertising Regionalmedien Bern Tamedia AG)

À la carte im Altersheim

Domicil Bern AG Die Domicil Bern AG ist die grösste Betreiberin von Alters- und Pflegeheimen im Kanton Bern. Für die Chefin Andrea Hornung ist die Gemeinnützigkeit der Schlüssel zum Erfolg.

Einige Koffer haben es noch nicht bis in die Wohnung im neu gebauten Alters- und Pflegeheim Domicil Weiermatt in Münchenbuchsee geschafft. Sie stehen draussen im Gang neben der Tür, während drinnen das ältere Ehepaar bereits mit dem Einrichten beschäftigt ist.

Einen Stock weiter unten füllt sich die Cafeteria langsam mit Leben, im Eingangsbereich lassen sich gerade zwei Damen auf einer Bank nieder und beginnen fröhlich zu tratschen. «Sehr schön. Die Bewohner nehmen ihr neues Zuhause in Beschlag», sagt Andrea Hornung, die danebensteht. Es freue sie immer wieder, wenn die neuen Konzepte für die öffentlichen Bereiche auch funktionierten. «Bei jedem Neubau bin ich ein wenig nervös», sagt die CEO der Domicil AG.

Das Alters- und Pflegeheim Weiermatt ist das neuste Haus im Portfolio des Unternehmens. Im Januar wurde der 28 Millionen Franken teure Neubau direkt neben dem alten Heim er-

«Wir sind als Gesellschaft noch nie vor einer derart grossen Herausforderung gestanden»

ANDREA HORNUMG, DOMICIL BERN AG, CEO

öffnet, binnen kürzester Zeit waren die 32 altersgerechten Wohnungen und 62 Pflegezimmer vergeben. Im Frühling folgen Eröffnungsfeiern in den renovierten Heimen Oberried und Spitalackerpark. Dann sind die meisten der 22 Domicil-Häuser saniert.

Stadt ist Mitaktionärin

Die Domicil Bern AG ist mit ihren 1600 Mitarbeitenden aus 65 Nationen und über 1500 Bewohnern die grösste Betreiberin von Alters- und Pflegeheimen im Kanton Bern. Das Unternehmen erzielt einen Umsatz von 140 Millionen Franken. «Domicil ist gemeinnützig. Das ist der grosse Unterschied gegenüber anderen grossen Mitbewerbern im Kanton Bern», sagt Hornung. Sie führt die Domicil AG seit mittlerweile zwei Jahren.

Entstanden ist das Unternehmen 1995. Damals gründeten die Stadt Bern, der Verein für die Betreuung Betagter Bümpliz und die Stiftung Verein für das Alter eine gemeinsame Trägerschaft für ihre fünfzehn Heime. Das Resultat war die Domicil AG.

Noch heute besitzt die Stadt Bern rund 20 Prozent der Aktien, der Rest gehört Stiftungen und einem Verein. «Unser Gewinn wird vollumfänglich in das Unternehmen – sprich in die Infrastruktur, die Mitarbeiter und die Bewohner – reinvestiert», sagt Hornung. Trotz der speziellen Aktionärsstruktur profitiere Domicil nicht von Subventionen. «Wir arbeiten streng nach betriebswirtschaftlichen Grund-



Seit zwei Jahren an der Domicil-Spitze: Andrea Hornung im neu gebauten Altersheim Weiermatt.

BILD CHRISTIAN PFANDER

sätzen, kämpfen mit den gleichen Rahmenbedingungen wie alle anderen auch. Nur müssen wir den Aktionären Ende Jahr keine hohe Dividende ausbezahlen.»

Ansprüche steigen

Einen neuen Weg geht die Domicil AG bei der Pflege von Demenzkranken. Fünf Betriebe sind komplett für solche

Personen eingerichtet. «Wir bringen sie nicht in einer separaten Abteilung unter. Sie haben ein ganzes Haus mit Garten für sich», sagt Hornung. Das kommt auf den ersten Blick aber einer Abkehr von der vielfach propagierten Integration gleich. «Noch vor vier Jahren wäre ich auch dagegen gewesen. Mittlerweile habe ich aber gemerkt, dass Menschen mit einer weit fortgeschrittenen Demenz eine eigene Umgebung benötigen, die auf ihre Bedürfnisse ausgerichtet ist.» Wenn es ihnen etwa nicht mehr darauf ankommt, ob sie im eigenen oder in einem fremden Zimmer sind, dann könnten die Erkrankten andere Senioren gegen sich aufbringen. «In unseren fünf Kompetenzzentren dürfen Menschen mit einer Demenz Demenzkranke sein. Da macht es auch nichts, wenn sie sich einmal nicht der Norm gemäss verhalten.»

Trotz der guten Stellung von Domicil blickt Hornung mit gemischten Gefüh-

len in die Zukunft. «Wir sind als Gesellschaft noch nie vor einer derart grossen Herausforderung gestanden», sagt sie. Und meint damit die starke Zunahme an älteren Personen kombiniert mit den geburtschwachen Jahrgängen. Deswegen engagiert sich Domicil auch stark in der Nachwuchsförderung. Hinzu kommen immer höhere Ansprüche der Senioren und von deren Angehörigen. «Jetzt kommt langsam die 68er-Generation in die Alters- und Pflegeheime. Diese Leute sind sich gewohnt, ihre Wünsche auch durchzusetzen.»

Auch darauf hat Domicil bereits reagiert. In allen neuen Heimen, so auch in der Weiermatt, werden neben Pflegezimmern auch Mietwohnungen angeboten, in denen die Bewohner komplett selber bestimmen können, welche Dienstleistungen sie beziehen wollen. Hornung: «Wir nähern uns immer mehr einem A-la-carte-Angebot.»

MARIUS ASCHWANDEN

5 FRAGEN AN ANDREA HORNUMG, CEO DOMICIL AG, BERN

Welche Bedeutung hat die Teilnahme am Prix SVC Espace Mittelland für Ihre Firma und Sie persönlich?

Die Nomination als Finalistin des Prix Espace Mittelland ist eine grosse Ehre und ein Meilenstein in unserer Unternehmensgeschichte. Ich persönlich habe mich sehr über die Nomination gefreut, denn sie ist Beweis für die gute Arbeit, die die Mitarbeitenden bei Domicil leisten. Als CEO bin ich sehr stolz auf diese Auszeichnung und auf unser Unternehmen.

Was macht Ihr Unternehmen anders als andere? Wie lauten Ihre Erfolgsrezepte?

Fundament und Rückgrat der Unternehmenskultur von Domicil sind die gemeinsamen Werte. Achtsamkeit, Ehrlichkeit und Wertschätzung, gepaart mit einer Prise heiterer Gelassenheit, leiten die Mitarbeitenden in ihrer täglichen Arbeit. Ihre Identifikation mit Domicil ist hoch. Die Auszeichnung als Beste Arbeitgeberin im Gesundheits- und Sozialwesen von Great Place to Work zeigt dies deutlich.

Wie ist Ihre Firma in der Öffentlichkeit präsent? Werbung, Social Media, Public Relations oder anderes?

Die Domicil Zeitung, in welcher wir über altersrelevante Themen berichten, erscheint dreimal jährlich. Als innovatives Unternehmen und bedeutende Arbeitgeberin sind wir regelmässig in den Medien. Ein Beispiel dafür ist der Viventis-Preis, den unser Domicil Kompetenzzentrum Demenz Bethlehemacker mit dem Konzept Music and Memory als bestes Praxisprojekt gewonnen hat. Seit letztem Jahr hat Domicil auch in den sozialen Medien ein Zuhause. Wir nutzen Facebook, LinkedIn und Xing.

Von welchen Prinzipien lassen Sie sich als Vorgesetzte leiten?

In einem Dienstleistungsbetrieb wie Domicil gelten die «4 M» für mich als CEO ganz besonders: Man muss Menschen mögen. Unsere Mitarbeitenden machen den Erfolg von Domicil aus. Als Vorgesetzte ist es mir wichtig, ihnen gegenüber Wertschätzung und Achtsamkeit zum Ausdruck zu bringen. Neben der Qualität der Leistungserbringung ist die Wirtschaftlichkeit ein zentraler Faktor, auf den ich bei Führungsentscheidungen grossen Wert lege.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten Ihrer Firma?

Die Dienstleistungen von Domicil werden aufgrund der demografischen Entwicklung sicher auch in Zukunft nachgefragt werden. Unsere zukünftigen Kundinnen und Kunden haben andere Erwartungen an uns als die Generation, die heute in unseren Häusern lebt. Wir sind also gefordert, dynamisch und innovativ zu bleiben und uns den Entwicklungen und Bedürfnissen anzupassen.

Karin Meier

FIRMENPORTRÄT

Die im Jahr 1994 gegründete Domicil Gruppe mit Hauptsitz in Bern setzt sich aus der Domicil Holding AG, der Domicil Bern AG und der Domicil Immobilien AG zusammen. Sie ist im Eigentum der Stadt Bern, dreier Stiftungen sowie eines gemeinnützigen Vereins und beschäftigt insgesamt rund 1600 Mitarbeitende. Ihr Ziel ist es, ein aktives, erfülltes und sorgenfreies Leben im Alter zu ermöglichen. Dafür bietet sie ihre Dienstleistungen an über zwanzig Standorten im Raum Bern, wo insgesamt über 1500 Heimplätze zur Verfügung stehen, an. Eine Stärke der Domicil Gruppe liegt in der Ausbildung neuer Fachkräfte: Zum Unternehmen zählen 180 Lernende in den verschiedensten Bereichen und jährlich über 30 HF-Studierende.

pmo

«Der Absinth hat uns gerettet»

Matter-Luginbühl AG Oliver und Nicole Matter machten aus einem serbelnden Familienbetrieb einen globalen Spirituosenexporteur. Rund 80 Prozent der produzierten Flaschen gehen heute in den Export.



Oliver und Nicole Matter führen die Brennerei Matter-Luginbühl in vierter Generation.

BILDER BEAT MATHYS

Die Geschichte nimmt ihren Anfang 1920, als Ernst Luginbühl-Bögli in Aarberg begann, den Bitteraperitif Martinazzi aus Italien zu importieren und in der Schweiz zu vertreiben. 1928 erwarb er sich das Rezept, um die Spirituose fortan selber produzieren zu können. Das heute meistverkaufte Produkt der Brennerei Matter-Luginbühl, der «Gran Classico», wird noch immer nach jenem Urrezept hergestellt. Und wie damals sein Urgrossvater legt Oliver Matter, der das Unternehmen mit seiner Frau Nicole in nunmehr vierter Generation führt, viel Wert auf Handarbeit: Die Aromen werden aus natürlichen Zu-

fristig sicherzustellen, legten Matters in Kallnach, wohin die Brennerei 1996 verlegt worden war, gar eine Plantage mit etwa 350 Hochstammbäumen an, in erster Linie mit Pflaumen und Zwetschgen. «Gutes Brennobst stammt von Hochstammkulturen, nur ist heute kaum mehr jemand interessiert, solche anzulegen», erklärt Oliver Matter.

Rockstar als Türöffner

Inzwischen machen Fruchtbrände allerdings nur noch einen kleinen Teil des Umsatzes aus. «Gerettet hat uns der Absinth», erzählt Nicole Matter. Der sagenumwobene Wermutschnaps wurde im März 2005 nach fast hundert Jahren in der Schweiz wieder legalisiert. Die Brennerei gehörte danach zu den ersten Absinthproduzenten der Schweiz und fand Abnehmer in Europa und Übersee. Eine Zusammenarbeit mit dem US-Rockstar Marilyn Manson, der sich an der Rezeptur für seinen «Mansinthe» beteiligte und auch das passende Etikett malte, trug den Namen Matter endgültig in die Welt hinaus und öffnete der Brennerei nicht nur im amerikanischen Markt Türen.

Doch der Absinthabsatz stagnierte bald einmal, dafür setzten die traditionellen Bitterliköre zum Überholen an: «Bitter kamen im letzten Jahrzehnt wieder stark in Mode», erklärt Oliver Matter. «Barkeeper wollen klassische Cocktails mixen wie in den 1930er-Jahren, der goldenen Zeit der Cocktails. Dafür brauchen sie authentische Spirituosen wie unsere.» Also wurde für den «Gran Classico» Urgrossvaters Originalrezept reaktiviert.

Zurück zu den Wurzeln – dieses Motto passt auch zur Übernahme des

Restaurants Bahnhöfli in Aarberg: Das Lokal ging im Rahmen einer Erbteilung in den 80er-Jahren an den Onkel von Oliver Matter über. Im Juli 2016 haben es Oliver und Nicole zurückgekauft. Sie nutzen es seither als Ladengeschäft, Büro und Lager, um dadurch in der Brennerei in Kallnach Platz zu gewinnen. Ins Ladengeschäft integriert wurde auch das legendäre Martinazzi-Stübli, das 1947 als erste Bar zwischen Biel und Bern galt. «Wir haben allerdings nicht vor, unter die Wirte zu gehen», sagt Nicole Matter. «Wein zum Beispiel sucht man bei uns vergebens, es dreht sich alles um unsere Produkte. So arbeiten die Barkeeper nur mit unseren Schnäpsen. Auf diese Art wol-

len wir den Leuten unsere Produkte näherbringen.»

Lädli statt Grossverteiler

Dabei sind ihre Produkte gar nicht überall erhältlich: Das Geschäftsführerpaar setzt bewusst auf kleinere, regionale Verkaufspartner. Der einzige schweizweit tätige Anbieter ist die Paul Ullrich AG aus Basel. Satt 80 Prozent von den jährlich 140 000 produzierten Flaschen gehen in den Export, hauptsächlich in die USA. Noch ortet Oliver Matter Wachstumspotenzial, warnt aber: «Wer die Produktion steigert, riskiert Qualitätseinbussen. Und die wollen wir auf jeden Fall verhindern.»

MARTIN BÜRKI

FIRMENPORTRÄT

Die Gründung der Matter-Luginbühl AG reicht bis ins Jahr 1920 zurück. Heute wird das Unternehmen bereits in vierter Generation von der Familie Matter geführt. Es produziert Bitter, Spirituosen und Obstbrand für den globalen Markt. 80 Prozent seiner Produkte werden im Ausland verkauft, vor allem in den USA, in Australien und in Europa. Die Matter-Luginbühl AG verfolgt eine Nischenpolitik und schreibt Qualität und Originalität gross. Sie greift dafür auf eine umfangreiche und geheime Rezepturensammlung zurück und setzt auf Rohstoffe aus der Region sowie aus nachhaltiger Produktion. Das Unternehmen verfügt über Standorte in Aarberg und in Kallnach und beschäftigt insgesamt sieben Mitarbeitende. pmo



Geschultes Auge: Oliver Matter prüft frisch gebranntes Absinth.

Karin Meier

5 FRAGEN AN

OLIVER MATTER, INHABER MATTER-LUGINBÜHL AG, KALLNACH

Welche Bedeutung hat die Teilnahme am Prix SVC Espace Mittelland für Ihre Firma und Sie persönlich?

Für uns war es eine grosse Ehre, nur schon nominiert zu sein. Insbesondere, weil wir ein kleiner Betrieb mit sieben bis acht Vollzeitstellen sind. Die Teilnahme war eine Bestätigung für unsere Arbeit und eine Auszeichnung für unsere Mitarbeitenden, die sich jeden Tag einsetzen. Auch das Echo von Unternehmerkollegen ist gross – wir haben viele Gratulationen erhalten.

Was macht Ihr Unternehmen anders als andere? Wie lauten Ihre Erfolgsrezepte?

In unserem Familienbetrieb, den meine Frau und ich in vierter Generation führen, stellen wir alle unsere Fruchtbrände, Bitteraperitifs, Liköre, Gin und Absinths selbst her. Viele dieser Rezepturen stammen aus dem Besitz meines Urgrossvaters. Dass alte Handwerkskunst heute wieder sehr geschätzt wird, kommt uns zugute. Zudem haben wir das Glück, dass zwei prominente Persönlichkeiten mit uns zusammenarbeiten: Mit dem US-Rockstar Marilyn Manson haben wir einen Absinth kreiert, und für Dieter Meier stellen wir dessen Gin Ojo de Agua her. Das hat uns viel Publicity beschert.

Wie ist Ihre Firma in der Öffentlichkeit präsent? Werbung, Social Media, Public Relations oder anderes?

Die Gesetzgebung lässt uns nur wenig Spielraum für Werbung. Wir konzentrieren uns deshalb primär auf unsere eigenen Kanäle: unsere Homepage sowie unsere Accounts auf Facebook und Instagram, die wir ausbauen wollen. Zudem haben wir 2016 unser Urhaus zurückgekauft, das ursprüngliche Restaurant Bahnhof in Aarberg, in dem mein Urgrossvater mit der Produktion begann. Heute führen wir dort unseren Verkaufsladen und das legendäre Martinazzi-Stübli.

Von welchen Prinzipien lassen Sie sich als Vorgesetzter leiten?

Meine Frau und ich schauen, dass wir mit den Mitarbeitenden ein gutes Team bilden. Zudem leben wir unseren Mitarbeitenden eine starke Identifikation mit unseren Produkten vor. Diese ist insbesondere in der Produktion und im Verkauf wichtig, weil die Einarbeitung dort sehr lange dauert und entsprechend grosses Interesse voraussetzt.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten Ihrer Firma?

Mit einem Exportanteil von etwa 80 Prozent ist die Zukunft schwierig vorauszusagen. Ich glaube jedoch, dass gutes Handwerk eher noch an Bedeutung gewinnen wird. Als Kleinbetrieb können wir zudem sehr schnell reagieren und in kurzer Zeit neue Produkte lancieren. Das stimmt mich positiv.

«Als wir die Firma 2005 übernahmen, stand es schlecht um sie»

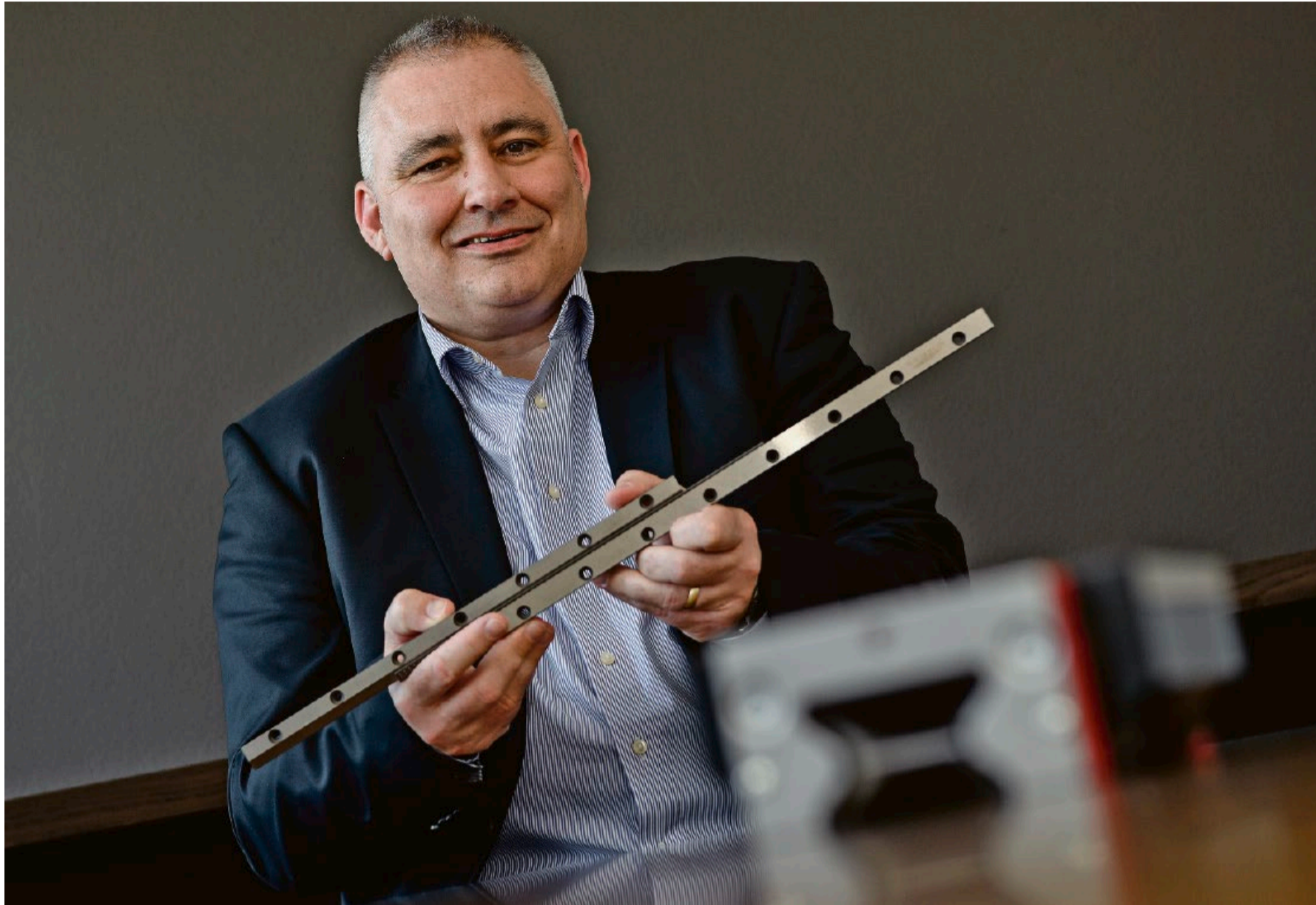
OLIVER MATTER, BRENNEREI MATTER-LUGINBÜHL, MITINHABER

taten und Kräutern gewonnen, die Brennähfen von Hand bedient, einzig Abfüllung und Etikettierung laufen seit 2014 automatisch. Das hat dem Familienbetrieb eine Nominierung für den Unternehmerpreis Prix SVC eingebracht.

«Als wir die Firma 2005 übernahmen, stand es schlecht um sie», gesteht Oliver Matter. Damals machten Fruchtbrände den Grossteil der Produktion aus; um den Nachschub an Obst lang-

Hightech aus Roggwil

Schneeberger AG Lineartechnik Wenn etwas schnell, präzise und linear bewegt werden muss, gehört die Schneeberger AG Lineartechnik weltweit zu den Besten ihres Fachs. Die Roggwiler Firma ist in den letzten Jahren stark gewachsen.



In seiner Branche läuft es derzeit gut: Stefan Hantke, CEO der Schneeberger Holding, zeigt ein Linearführungssystem.

BILDER THOMAS PETER

Industrieunternehmen siedeln sich normalerweise an der äusseren Peripherie der Dörfer und Städte an, etwas versteckt von den alltäglichen Blicken der Leute, die den Ort passieren. In Roggwil ist das anders. Die Schneeberger AG Lineartechnik, der grösste private Arbeitgeber der Gemeinde, hat ihren Geschäftssitz mitten im Dorf, keine fünf Gehminuten vom Bahnhof entfernt. Und die neue Fertigungshalle muss man im Hinblick auf das Ortsbild auch überhaupt nicht verstecken. Sie ist ein Hingucker.

Bei der Schneeberger AG erreichte das Wachstum, das man in den letzten Jahren in den Geschäftsbüchern verzeichnete, quasi die andere Strassenseite. Gleich gegenüber dem ursprüng-

lichen Gebäudekomplex steht die neue Halle, ein nach allen Regeln der modernen Baukunst gefertigtes Industriegebäude, das erst vor vier Monaten in Betrieb genommen wurde.

Schnell und präzise

Die neue Fertigungshalle wurde dringend erwartet. Seit Monaten sind die Auftragsbücher voll. Seit 2017 stieg die Zahl der Mitarbeitenden von 286 auf 339. «Wenn es vom Himmel Brei regnet, soll man den Löffel raushalten», sagt Stefan Hantke, CEO der Schneeberger Holding. Der Industriebetrieb ist unter anderem Zulieferer der Halbleiterindustrie, ein Bereich der Elektroindustrie, der bekannt ist für seine Anfälligkeit auf Konjunkturschwankungen.

Momentan läuft es in dieser Branche gut. «Deshalb müssen wir alles daran setzen, dass wir die Kundenwünsche erfüllen können», so Hantke.

Zwar wirtschaftet die Schneeberger AG in einer Branche mit viel Konkurrenz. Aber der Firma ist es in den letzten Jahren gelungen, sich zu spezialisieren. In manchen Bereichen ist sie weltweit Marktführer. 85 Prozent fließen in den Export. Am Standort Roggwil werden Teile hergestellt, welche in Sachen Präzision und Geschwindigkeit die höchsten Anforderungen erfüllen müssen. Weitere Produktionsstätten liegen in Deutschland, Tschechien und China.

Die Schneeberger AG baut Linearführungen. Das simpelste Beispiel, wie eine Linearführung funktioniert, ist eine Schublade. Sie bewegt sich stets auf einer bestimmten Achse vor und zurück. Nur sind die Linearführungen der Schneeberger AG natürlich um einiges komplexer und müssen die Anforderungen der Hochpräzisionsindustrie erfüllen. Sprich: höchste Genauigkeit und Tragfähigkeit.

Linearführungen, die zum Beispiel in der Messtechnik zum Einsatz kommen, müssen auch im Nanometerbereich noch präzise Ergebnisse liefern. Beispielsweise wird ein Patient, der auf der Liege eines Computertomografie-Geräts Platz nimmt, nicht selten auf Führungen der Schneeberger AG hin und her bewegt. Um solche Instrumente bauen und entwickeln zu können, ist viel Fachwissen nötig. In sieben Berufen bildet das Roggwiler Unternehmen Mitarbeitende selbst aus, unter anderem als Konstrukteure, Polymechaniker oder Produktionsmechaniker. Die richtigen Fachleute zu finden, sei trotz der Investitionen in die eigene Ausbildung nicht immer

leicht, sagt Hantke. Roggwil befindet sich nicht in einer der grossen Metropolregionen der Schweiz. Aber Hantke sieht darin nicht per se einen Nachteil, im Gegenteil. «Wir sind von Roggwil in unter einer Stunde in Zürich, Bern, Basel oder Luzern. Ich erlebe unseren Standort als sehr attraktiv.»

Die Nachfolge ist geregelt

Der gelernte Maschinenbauingenieur ist sich andere Wege gewöhnt. Jahrelang arbeitete er für die deutsche

«Wenn es vom Himmel Brei regnet, soll man den Löffel raushalten»

STEFAN HANTKE, SCHNEEBERGER HOLDING, CEO

Schaeffler Gruppe, unter anderem in den USA. Den neuen Job trat er als eine Art Statthalter an. Die Schneeberger AG ist ein Familienunternehmen. Hans-Martin Schneeberger, der das Unternehmen 25 Jahre lang führte, hat sich Ende 2017 aus der operativen Führung zurückgezogen und präsidiert nun den Verwaltungsrat. Sein Sohn hat bereits signalisiert, dass er die Firma übernehmen will. Aber das wird erst in einigen Jahren passieren, und noch sammelt der Sohn ausserhalb des Unternehmens Erfahrungen. In der Zwischenzeit wird Hantke, der sich während seiner ganzen Karriere mit Lineartechnik beschäftigt hat, die Geschäfte führen. QUENTIN SCHLAPBACH

5 FRAGEN AN STEFAN HANTKE, CEO SCHNEEBERGER AG LINEARTECHNIK, ROGGWIL

Welche Bedeutung hat die Teilnahme am Prix SVC Espace Mittelland für Ihre Firma und Sie persönlich?

Die Teilnahme war eine Anerkennung für unseren Schweizer Standort, in den wir viel investieren. Gerade eben haben wir hier eine neue Werkhalle erstellt und in Betrieb genommen. Zudem bilden wir Lernende aus, um unser Know-how weiterzutragen und unseren Teil in die Ausbildung von Fachkräften zu leisten.

Was macht Ihr Unternehmen anders als andere? Wie lauten Ihre Erfolgsrezepte?

Schneeberger ist ein mittelständiges, unabhängiges und im globalen Markt der Lineartechnik einzigartiges Unternehmen. Am Produktionsstandort Schweiz investieren wir gezielt in die stetige Qualitätssteigerung und Kostenoptimierung. Zudem stellen wir sowohl Standardkomponenten als auch Gesamtsysteme her, für die wir oft eigene Komponenten verwenden. Wir besitzen deshalb die Fähigkeit, Komponenten zu entwickeln, die sich in komplexen Systemen bewähren, und sie optimal aufeinander abzustimmen. Diese Fertigungstiefe ist einzigartig im Markt – ebenso wie der sich daraus ergebende Nutzen für unsere Kunden.

Unser Erfolg basiert auf unseren qualitativ hochwertigen Produkten und unserer Zuverlässigkeit. Zudem sind wir weltweit aufgestellt, weshalb wir eine grosse Kundennähe besitzen.

Wie ist Ihre Firma in der Öffentlichkeit präsent? Werbung, Social Media, Public Relations oder anderes?

Unser wichtigstes Werbeinstrument sind Messen. Weltweit nehmen wir an bis zu dreissig Messen im Jahr teil. Weitere Werbemassnahmen sind personalisierte Mailings, Kundenevents, Inserate in Fachzeitschriften sowie Google Ads. Wichtige Instrumente sind unsere Website, unsere Filme, unsere Produktkataloge sowie unsere Auftritte in den sozialen Medien. Wir posten wöchentlich auf LinkedIn, Twitter und Facebook und sind auf Kununu präsent.

Von welchen Prinzipien lassen Sie sich als Vorgesetzter leiten?

Im Einklang mit unseren Werten und unserer Firmenkultur begegne ich meinen Mitarbeitenden authentisch und auf Augenhöhe. Teamgeist ist für uns ebenfalls sehr wichtig, denn wir bewältigen Herausforderungen gemeinsam.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten Ihrer Firma?

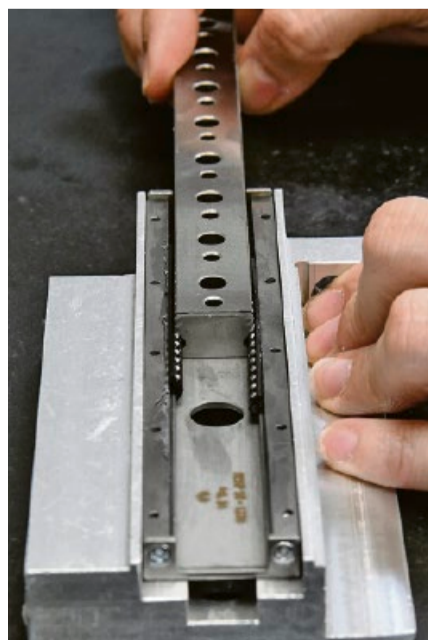
Wir sind ein globales, finanziell und technologisch solide aufgestelltes Familienunternehmen, das dank hochwertigen Produkten und Liefertreue Produkte entwickeln, bauen und im Markt absetzen kann. Ich blicke deshalb optimistisch in die Zukunft.

Karin Meier

FIRMENPORTRÄT

Die Gründung der Schneeberger AG Lineartechnik mit Hauptsitz in Roggwil reicht bis ins Jahr 1923 zurück. Sie ist bereits in dritter Generation in den Händen der Familie Schneeberger. Die Schneeberger Holding AG verfügt heute über Tochterfirmen und Produktionsstätten rund um den Globus. Das Unternehmen bedient weltweit Erstausrüster aus den verschiedensten Branchen, wobei etwa Linearführungen, Profilschienenführungen, Messsysteme, Zahnstangen, Lineartische, Positionierungssysteme oder Mineralgüsse zum Produktespektrum zählen. Das Unternehmen beschäftigt allein im Kanton Bern über 300 Personen und bildet Lernende in sieben Lehrberufen aus.

pmo



Die Kugelgleiter für die Umlaufkörper werden eingesetzt.

«Gewinnen ist immer etwas Positives»

Jakob AG Vor zehn Jahren landete die Jakob AG aus Trubschachen beim Prix SVC Espace Mittelland zuoberst auf dem Siegereppchen. Peter Jakob, CEO des auf Drahtseile spezialisierten Unternehmens, wirft einen Blick zurück.



«Die Herausforderungen sind dieselben geblieben», sagt Peter Jakob.

BILD ZVG

«In diesem Jahr ist vielen Unternehmen nicht nach Feiern zu Mute», beschrieb Hans-Ulrich Müller, Gründer des Swiss Venture Club (SVC), die wegen der Weltfinanzkrise getrübte Stimmungslage an der Preisverleihung im Jahr 2009. «Wir glauben trotzdem, dass die Bühne für die Besten auch und gerade in Krisenzeiten ihre Berechtigung hat.» Für Aufheiterung habe derweil Stephan Klapproth, Moderator des Abends, gesorgt, schrieb die Berner Zeitung in ihrem Bericht zum Abend. Und noch bessere Stimmung sei unter den 2300 Gästen schliesslich bei der Verkündung der Gewinner aufgekommen: Vor der Lysser Solarfirma 3S und dem Fünfsternhotel Gstaad Palace schwang dabei die Emmentaler Jakob AG oben aus.

Erfreuliche Erinnerungen

Der Preis sei Anerkennung und Motivation für die ganze Belegschaft gewesen, erklärt Peter Jakob zurückblickend. «Gewinnen ist immer etwas Positives. Es ist schön, egal in welcher Lebenslage man ist», ergänzt er lachend. «Wir haben sehr positive Erinnerungen an die damalige Preisverleihung.» Und dass diese nicht allzu schnell verblasen, dafür sorgt die nach wie vor im Empfangsbereich des Firmengebäudes in Trubschachen ausgestellte Trophäe. Dank der medialen Präsenz, die mit dem

Anlass einhergegangen ist, sei der Bekanntheitsgrad seines Unternehmens merklich gestiegen. «Ein Persilschein für die Zukunft war es aber nicht», so Jakob. Die Herausforderungen seien bis heute dieselben geblieben.

Das zu Beginn des letzten Jahrhunderts als kleine Hanfseilerei gegründete Unternehmen produziert

2009 an. Bei den Exportzahlen konnte man ebenfalls weiter zulegen: Der Anteil liegt inzwischen bei rund 50 Prozent. Im Fahrtwind dieses Wachstums ist auch der Personalbestand an beiden Standorten auf gegen 600 Mitarbeitende angestiegen, davon beschäftigt das Unternehmen gut 500 Personen allein in Vietnam.

Bekenntnis zum Standort

Neu hinzugekommen ist eine eigene Ingenieurabteilung in Trubschachen. «Wurden vor zehn Jahren vom Kunden noch hauptsächlich Materiallieferungen verlangt, will er mittlerweile vermehrt gesamtheitliche Lösungen», erklärt Jakob die Beweggründe. Ausserdem wurde im Jahr 2016 die Habegger Maschinenfabrik AG in Thun aufgekauft, die er wegen bestehender Synergien als gute Ergänzung für sein Unternehmen bezeichnet. Mittelfristig soll deren Standort ebenfalls nach Trubschachen verlagert werden, «um beide Firmen unter einem Dach zu vereinen». Das ist laut Peter Jakob ein Bekenntnis zum Hauptsitz im Emmental, wo derzeit eine Totalsanierung mit Neubau fertiggestellt wird. Auch am Standort in Vietnam wird neu gebaut. «Das Geschäft dort hat sich sehr positiv entwickelt. Wir konnten eine gute Abstimmung zwischen der Schweiz und Asien finden.»

PMO

«Wurden vor zehn Jahren vom Kunden noch hauptsächlich Materiallieferungen verlangt, will er jetzt vermehrt gesamtheitliche Lösungen»

PETER JAKOB, JAKOB AG, CEO

inzwischen längst Architekturseile aus Edelstahl und bietet ein breites Sortiment im Bereich der Seil- und Hebeteknik an. Produziert wird in der Schweiz und in Vietnam. «In den letzten zehn Jahren sind wir umsatzmässig um etwa 40 Prozent gewachsen», spricht Peter Jakob die Entwicklung seit

Die XycloTech AG macht das Rennen

XycloTech AG Wer gewinnt den Prix SVC Espace Mittelland im Jahr 2029? Der Name unseres fiktiven Siegers lautet: XycloTech AG. Ein Gedankenspiel mit dem Berner Innovations- und Zukunftsforscher Daniel Huber.



In nur zwei Jahren hat sich die bernische XycloTech AG auf dem medizintechnischen Markt etabliert.

BILD ADOBE STOCK

«Die XycloTech AG (XT) ist ein KMU aus Herzogenbuchsee mit 250 Mitarbeitern, das Maschinen für die Herstellung medizinisch implantierbarer und biodegradabler IoT-Sensoren fabriziert. Aufgebaut wurde es vor zwei Jahren aus einer ehemals kleinen Werkzeugmacherei. Der Sohn des Firmengründers hat das Unternehmen nach seinem Studium in Mikro- und Medizintechnik an der Berner Fachhochschule neu auf den medizintechnischen Markt ausgerichtet. Heute bedient XT den gesamten Weltmarkt und ist in ihrem Segment führend: ein typischer Hidden Champion.

Beim Blick ins Herz des Unternehmens in Herzogenbuchsee fällt auf, dass die Belegschaft von XT praktisch ausschliesslich in der Forschung und Entwicklung tätig ist. Die Produktion selbst wurde, inklusive der gesamten Logistik, in die Manufacturing Cloud

ausgelagert. Produziert wird dabei ab Bestellung vollautomatisch, verteilt auf ganz Europa und mit optimierter Ressourcenallokation. Damit konnten Kosten und Lieferfristen deutlich minimiert werden. Nicht nur die eigentliche Produktion, auch die Montage und die Auslieferung erfolgen über die vollautomatisierte Manufacturing Cloud.

Belegschaft am Erfolg beteiligt

XycloTech AG gehört den Mitarbeitenden, die als Aktionäre je nach Funktion einen Mindestanteil an Aktien halten. Das Lohnsystem von XT entspricht dem neuesten Wissensstand: Es gibt ausschliesslich Fixlöhne. An Stelle von Boni werden bei XT Anteile am Geschäftserfolg als zusätzlicher Lohnbestandteil ausbezahlt. Auch punkto Arbeitszeiten und Ferien kennt XT moderne Regelungen: Arbeitszeit und Ferien können flexibel den persönlichen

Bedürfnissen angepasst werden. Das erlaubt es den Mitarbeitenden zu arbeiten, wann und wo auch immer es für sie optimal ist. Laut dem Firmeninhaber konnte dank dieser Massnahmen die Eigenmotivation der Mitarbeitenden erheblich gesteigert werden.

Die in jeder Hinsicht moderne Organisation erlaubt es XycloTech heute, mit lediglich 250 Mitarbeitern einen Produktausstoss und einen Umsatz zu erreichen, der noch vor zehn Jahren (2019) eine Firma von mindestens 5000 Mitarbeitern erfordern hätte. Es war gemäss Informationen der Jury denn auch diese top-moderne Unternehmensstruktur, die zusammen mit den exzellenten Finanzzahlen und dem erstaunlich schnellen Wachstum der Firma, den Ausschlag für den Sieg der XycloTech AG an der diesjährigen Preisverleihung des SVC Prix Espace Mittelland gab.»

PMO



BILD ZVG

ZUR PERSON

Daniel Huber ist ehemaliger Leiter des Managementzentrums der Berner Fachhochschule, Professor für Innovationsmanagement und Leiter des Studienganges Executive MBA in Innovation Management. Seit kurzem pensioniert amtiert er immer noch als Studienleiter für den Studiengang CAS Digital Transformation. Huber ist Partner des Innovationsberatungsunternehmens InoBooster und Autor des Buches «Bridging the Innovation Gap – Bauplan des innovativen Unternehmens». (Springer, 2015, ISBN 978-3-662-43925-8).

Wie kommt Spannung in Ihr Seminar?

Keine Frage: Die neue Location in der Energiezentrale Forsthaus ist der Ort für Ihre Firmen- und Vereinsnäisse. Auf 330 m² eröffnen sich Ihnen ab Mitte Mai neue Möglichkeiten für Tagungen, Vorträge, Workshops und Apéros. Das Eventlokal wie auch die neuen Führungen sind ab sofort buchbar. Reservieren Sie schon jetzt:

ewb.ch/eventraum



www.swiss-venture-club.ch



Der Swiss Venture Club gratuliert:



3. Platz
Polydec SA
Pascal Barbezat, CEO

Diplomrang
Matter-Luginbühl AG
Oliver Matter, Inhaber
und Geschäftsführer

Diplomrang
SCHNEEBERGER AG
Lineartechnik
Stefan Hantke, CEO

2. Platz
Romantik Hotel Hornberg
Christian und Brigitte
Hoeffliger-von Siebenthal
Geschäftsführung

Diplomrang
Domicil Bern AG
Andrea Hornung, CEO

1. Platz
Asic Robotics AG
Milo Gasser, CEO

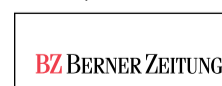
Goldpartner



Hauptsponsoren



Medienpartner



Location Partner



Gesucht: Innovative Start-ups

Standortförderung Um die Wirtschaftslandschaft dynamisch zu halten, unterstützt die Standortförderung des Kantons Bern seit Jahren Projekte aller Art. Ein Blick auf die aktuelle Entwicklung.

Rund 300 Start-ups. So viele Gründungen von Unternehmungen mit innovativen Geschäftsideen werden laut Swiss Start-up Radar 2018/2019 jährlich in der Schweiz gezählt. Diese Zahl ist bemerkenswert, liegt sie doch vier Mal höher als noch vor fünfzehn Jahren. Eine Besonderheit ist die regionale Verteilung der Neugründungen. Gibt es in anderen Ländern dominierende Zentren wie etwa Berlin, London, Paris oder Stockholm, ist dies in der Schweiz nicht der Fall. Der Kanton Zürich stellt zwar ein knappes Drittel der Unternehmen, während der Kanton Waadt auf rund 15 Prozent kommt. Start-ups verteilen sich aber über das ganze Land, sie werden in allen Kantonen gegründet. Im Kanton Bern liegt der Anteil an allen Schweizer Start-ups gemäss Start-up Radar bei gut 6,4 Prozent.

Auch bei den Tätigkeitsfeldern zeigt die Schweiz ein eigenständiges Profil. Es lassen sich im Vergleich mit anderen westeuropäischen Ländern überproportional viele Start-ups aus der Medizintechnologie, der Maschinen, Elektro- und Metallindustrie (MEM) und aus dem Bereich Energie und Cleantech feststellen. Ebenfalls überdurchschnittlich viele sind in der Biotechnologie oder im Finanzbereich tätig. Vergleichsweise kleiner ist der Anteil hingegen bei E-Commerce-Firmen und Internet-Marktplätzen, die vielerorts als Inbegriff der Start-up-Welt gelten. Im Raum Bern sind neugegründete Deep-Tech-Unternehmen laut der kantonalen Standortförderung vor allem in

den Bereichen Medizintechnik, in der MEM-Branche, in Energie/Umwelt und im ICT-Bereich tätig.

Schweizer Start-ups wachsen langsam

Der internationale Vergleich zeigt auch, dass Start-ups in der Schweiz weniger Arbeitsplätze schaffen als in anderen Ländern. Ein durchschnittliches Schweizer Unternehmen zählt nach zehn Jahren sechzehn Mitarbeitende. Die heikelste Phase muss es meist nach sechs Jahren meistern. Dann ist die Wahrscheinlichkeit einer Liquidation oder eines Konkurses statistisch

bote für Start-ups in der Schweiz ausgebaut. Genau in diesen Zeiträumen lässt sich auch ein Wachstum bei den Gründungen von ambitionierten Technologiefirmen ausmachen.

Die vergleichsweise langsame Entwicklung der Start-ups hänge wahrscheinlich damit zusammen, dass Schweizer Firmen besonders komplexe Produkte entwickeln und in Märkten mit langen Produktzyklen tätig sind, kommt der Bericht zum Schluss. Es sei aber auch möglich, dass die Unternehmen weniger riskante Strategien wählen oder es an geeigneten Mitarbeitern mangelt. Der grösste Teil der Schweizer Start-ups entwickelt sich nach ihrer Gründung zu eigenständigen KMUs weiter, nur 6 Prozent werden in den ersten Jahren erfolgreich verkauft oder können einen Börsengang realisieren. Laut Swiss Start-up Radar ist das ein Nachteil, da diese tiefe Rate die Dynamik der hiesigen Start-up-Szene eingrenzt.

«Der Kanton Bern verfügt glücklicherweise über eine dynamische und breit gefächerte Unternehmenslandschaft»

SEBASTIAN FRIESS, LEITER STANDORTFÖRDERUNG

gesehen am höchsten. Bei den Erfolgchancen spielt indessen die staatliche Förderung eine nicht zu unterschätzende Rolle. «Ab Mitte der Neunzigerjahre und dann wieder nach dem Platzen der Dotcom-Blase wurden die Förderange-

delt, dreizehn aus dem Ausland und zwei aus anderen Kantonen. Dabei handelte es sich laut Standortförderung des Kantons Bern grösstenteils um kleinere Unternehmen aus technologisch orientierten und forschungsintensiven Bereichen. So wurde beispielsweise die Lasea AG, die weltweit auf dem Gebiet von Laser-Mikrobearbeitungsmaschinen tätig ist, bei der Gründung einer Niederlassung in Biel unterstützt.

«Der Kanton Bern verfügt glücklicherweise über eine dynamische und breit gefächerte Unternehmenslandschaft», erklärt Sebastian Friess, Leiter der kantonalen Standortförderung. Die Innovationspolitik diene den Unternehmen, schaffe günstige Voraussetzungen und gebe Impulse für ein wirksames und effizientes Zusammenspiel zwischen Wirtschaft und Wissenschaft. Im Fokus stehen insbesondere innovationsfördernde Dienstleistun-

gen für KMU und Start-ups. «Unser Ziel ist es, dass Berner Unternehmen diese Dienstleistungen kennen und zur Steigerung ihrer Wettbewerbsfähigkeit nutzen», betont Friess.

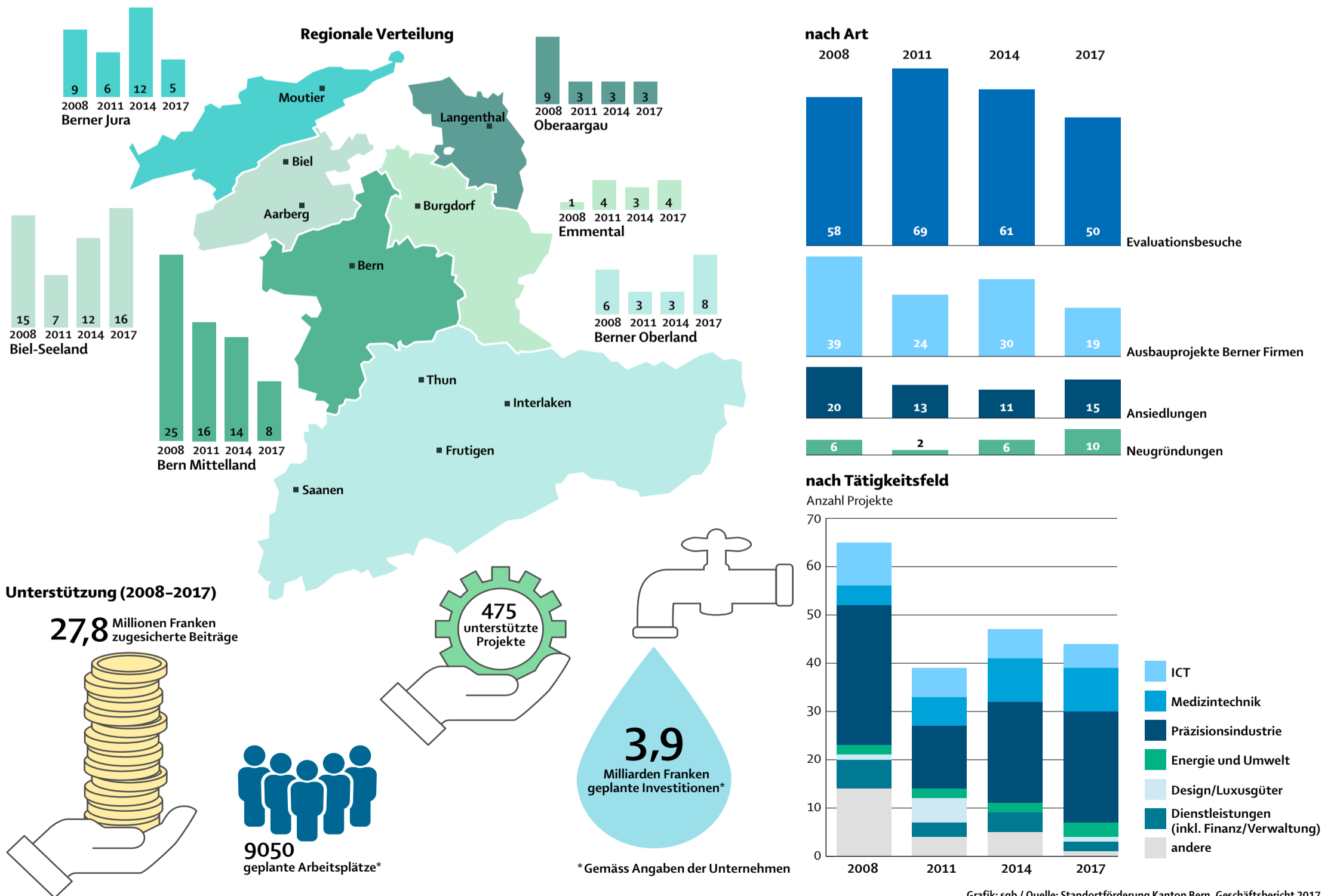
Die Innovationsförderung des Kantons soll dazu beitragen, die Wettbewerbsorientierung der heimischen Unternehmen zu stärken und zugleich ihre Wertschöpfung zu steigern. Als zentrale Kontaktstelle für bestehende und neue Unternehmen fungiert dabei die kantonale Innovationsförderagentur beadvanced, zu deren Dienstleistungen etwa KMU- oder Start-up-Coachings sowie Gründerberatungen zählen. Mit dem Switzerland Innovation Park in Biel, der Empa in Thun und sitem-insel in Bern ermöglichen mehrere vom Kanton geförderte Dienstleistungs- und Forschungszentren den Unternehmen industriennahe Forschungs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

PMO

BEISPIEL: PROTOSHAPe GMBH

Die 2012 gegründete und seit 2016 in Biel beheimatete Protoshape GmbH ist ein Pionier im Bereich des 3-D-Drucks. Das Unternehmen zählte 2017 fünf Mitarbeitende; es strebt ein Wachstum auf fünfzehn Mitarbeitende bis ins Jahr 2020 an. Neben der bisherigen Serienfertigung von Aluminium und Superlegierungen wurde zuletzt ein weiteres Standbein im Bereich der Fertigung von komplexen Titanbauteilen ins Auge gefasst. Dafür ist im Jahr 2017 in enger Zusammenarbeit mit dem Switzerland Innovation Park in Biel ein Forschungsprojekt lanciert worden, anhand dessen die mechanischen Eigenschaften von 3D-gedruckten Titanbauteilen evaluiert werden können. Dieses Projekt erhielt Unterstützung durch den Bund und die Standortförderung des Kantons Bern.

Im Kanton Bern geförderte Projekte (gestützt auf das Wirtschaftsfördergesetz)



Die Nummer 1 in der Langzeitpflege

Domicil Die führende Anbieterin für Wohnen und Leben im Alter ist auch die erste Adresse für Beschäftigte in der Langzeitpflege. Das sagen jene, die es wissen müssen: die Mitarbeitenden von Domicil.



BILDER: ADRIAN MOSER

Domicil bietet älteren Menschen, die aus gesundheitlichen Gründen Hilfe oder Pflege brauchen, ein ihren Bedürfnissen entsprechendes Zuhause. Über 1500 Bewohnerinnen und Bewohner werden in den 22 Häusern in den Regionen Bern, Thun und Biel betreut. Dabei ist das Unternehmen führend in Zukunftsthemen wie Palliative Care, Demenz und Angehörigenarbeit. All das macht Domicil zur Nummer 1 in der Langzeitpflege im Kanton Bern.

Attraktive Arbeitsbedingungen

Auch für Pflegeangestellte ist Domicil die erste Anlaufstelle. Dafür sprechen gute Gründe, denn die moderne Arbeitgeberin bietet zahlreiche attraktive Vorzüge. «Allein die Grösse und die Struktur des Unternehmens eröffnen zahlreiche Chancen für eine erfolgreiche Berufslaufbahn», erklärt Esther Flückiger, Direktorin Marketing und Kommunikation. «Zudem arbeiten wir mit modernsten Arbeitsmethoden und bieten viel Raum für persönliche Entwicklung im Beruf. Und schliesslich werden bei uns Werte gelebt, die für Mitarbeitende und Bewohnende ein wertschätzendes Umfeld schaffen.»

Gelebte Werte

Welches sind diese gelebten Werte denn genau? «Neben hoher Wertschätzung und einem respektvollen Umgang sind es Achtsamkeit, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und eine heitere Gelassenheit, die für unser angenehmes Arbeitsklima stehen und die ein harmonisches Miteinander ermöglichen», führt Esther Flückiger aus. Als fortschrittliche Arbeitgeberin bietet Domicil faire Arbeitsbedingungen, die eine ausgeglichene Balance von Beruf und Privatleben ermöglichen.

Modernste Arbeitsmethoden

Domicil setzt auf interdisziplinäre Teams: «Damit jedes Teammitglied seine individuellen Stärken einsetzen kann, arbeiten wir mit Skill-Grade-Mix. Das heisst: In einem Team arbeiten Personen mit verschiedenen Kompetenzen eng zusammen. Die Verantwortlichkeiten und Aufgaben sind dabei klar definiert», erklärt Andrea Hornung, CEO. Die erlernten Fähigkeiten anwenden und Verantwortung übernehmen zu können, mache den Arbeitsalltag spannend und im positiven Sinne herausfordernd. Ausserdem verfüge Domicil über modernste Arbeitsmittel, die optimale

Arbeitsabläufe ermöglichen; so sei die elektronische Pflegedokumentation Standard.

Persönliche Entwicklung

Der vielleicht wichtigste Pluspunkt von Domicil liegt allerdings in den Entwicklungsmöglichkeiten im Beruf, die die Nummer 1 bieten kann. Gerade Fachpersonen der jüngeren Generation, die gut ausgebildet sind und eine hohe Leistungsbereitschaft zeigen, eröffnet Domicil spannende Fortbildungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten. Dafür haben die Personalverantwortlichen ein erfolgsversprechendes Nachwuchsförderungsprogramm ausgearbeitet.

Wie sieht dieses konkret aus? Domicil geht aktiv auf talentierte Mitarbeitende zu, so Andrea Hornung. «Wir fördern die individuellen Stärken unserer Mitarbeitenden mit umfassenden Weiterbildungen und bieten ihnen die Möglichkeit, Fach- oder Führungsverantwortung zu übernehmen.» Tatsächlich sind es die Vielzahl und die Qualität der internen Schulungen in Spezialwissen, die Unterstützung bei externen Weiterbildungen, aber auch die vielfältigen Karrierechancen, die von den Mitarbeitenden Top-Noten erhalten.

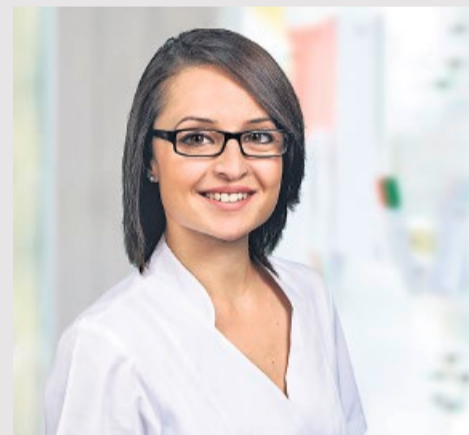
Engagierte Ausbilderinnen

Auch in der Berufsbildung ist Domicil auffallend engagiert: Jeder achte Mitarbeitende bei der Langzeitpflege-Spezialistin befindet sich in Ausbildung. Dazu kommen die erwachsenen Studierenden an der Höheren Fachschule, deren Ausbildung Domicil wenn nötig finanziell unterstützt. Und die Berufslehre zur Fachperson Gesundheit (FaGe) können bei Domicil auch Erwachsene machen – wie Verena Dietrich, die noch mit 52 Jahren die FaGe-Berufslehre erfolgreich absolvierte und nun mit einem Lächeln feststellen darf: «Ich habe in der Pflege meine Berufung gefunden. Ich bin hier bei Domicil am richtigen Ort».



Hier kommen Mitarbeitende zu Wort

Bei Domicil wird grossen Wert auf ein offenes Arbeitsklima gelegt und der respektvolle Umgang miteinander wird aktiv gepflegt – beides wesentliche Bestandteile der «Domicil-Kultur». Und so tönt es, wenn Mitarbeitende etwas zu sagen haben.



«Als FaGe erhalte ich bei Domicil mehr Verantwortung.»

Carmen Scuncio,
Fachangestellte Gesundheit



«Wir begegnen uns auf Augenhöhe. Bei Domicil wird man als Mitarbeiterin ernst genommen.»

Elsbeth Hofstettler, Betreuerin Nacht



«Ich liebe meine Arbeit und fühle mich als Teil der Domicil-Familie. Hier sind alle nett, egal aus welchem Land sie kommen oder welcher Kultur sie angehören.»

Rania Amin, Nachtwache



«Bei Domicil gefällt mir, dass man bei Fragen oder Problemen immer auf ein offenes Ohr stösst. Alle sind an einer guten Lösung interessiert.»

Esther Dubach, Pflegefachfrau

«Die kleinen und mittleren Unternehmen halten den Wirtschaftsmotor am Laufen»

Andreas Gerber Seit anderthalb Jahren steht Andreas Gerber als Präsident an der Spitze des Swiss Venture Club (SVC). Im Interview zieht er Bilanz, nimmt eine Einschätzung der derzeitigen wirtschaftlichen Herausforderungen vor und erklärt, was ihn am Unternehmertum fasziniert.

Herr Gerber, wenn Sie Unternehmer wären, welche Branche würde Sie reizen?
Andreas Gerber: Ich wäre wohl Hotelier geworden.

Was wäre Ihnen als Chef dieses Unternehmens besonders wichtig?

Wie in meinem jetzigen Arbeitsumfeld sind mir Nähe zu den Kunden, eine klare Strategie, Differenzierung und Wirtschaftlichkeit ein Anliegen. Als Hotelier würde ich zudem grossen Wert auf Gastfreundlichkeit mit gewissen Überraschungsmomenten legen.

Sie sind seit nunmehr bald anderthalb Jahren Präsident des Swiss Venture Clubs. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?

Es waren enorm spannende und inspirierende eineinhalb Jahre. Die Zusammenarbeit mit dem engagierten Kernteam und dem Vorstand ist für mich eine grosse Bereicherung. Ich bin stolz auf unser Netzwerk und seine Errungenschaften. Trotzdem dürfen wir uns nicht auf den Lorbeeren ausruhen, wir wollen mit dem SVC weiterhin einen Beitrag zur Förderung des Unternehmertums in der Schweiz leisten. Neu fokussieren wir uns dafür auf den Dialog zwischen jungen und erfahrenen, erfolgreichen Unternehmern. Gleichzeitig setzen wir mit dem Ideen-Wettbewerb Wunschschloss und dem neu ins

Leben gerufenen Preis für eine schlaue Deregulierung Akzente. Momentan befindet sich der Verein zudem mitten in der digitalen Transformation.

Ihr Vorgänger Hans-Ulrich Müller hat zuvor als Gründer viele Jahre lang die Geschicke des Vereins gelenkt. Das sind grosse Fussstapfen. Welche Zukunftsvisionen haben Sie für den SVC?
Der Verein, den ich von Hans-Ulrich Müller übernehmen durfte, war und

«Es gibt in der Schweiz Hunderte von Firmen, die globale Marktleader sind – und niemand weiss es»

ANDREAS GERBER, PRÄSIDENT SVC

ist top aufgestellt – und es war somit sehr dankbar, die Nachfolge anzutreten. Es geht ja nicht darum, Hans-Ulrich und seine Errungenschaften zu kopieren, sondern den SVC zusammen mit dem Vorstand und unseren Regionalleitern zu prägen und weiterzuent-

wickeln. Im Vordergrund stehen der Unternehmer und das Unternehmertum. Es muss unser Anspruch sein, dass der SVC ein entscheidendes Bindeglied ist zwischen Wirtschaft, Politik und Bildung.

Als Banker mit Schwerpunkt im KMU-Geschäft bei der Credit Suisse kennen Sie die Sorgen und Nöte der Schweizer Unternehmen bestens. Wie steht es um deren Entwicklung?

Im Grossen und Ganzen erlebe ich die Stimmung als positiv. Die Wettbewerbsfähigkeit konnte in den vergangenen Jahren trotz beträchtlicher Einflüsse, wie Währungsverwerfungen, Fachkräftemangel oder Digitalisierung, in vielen Branchen gehalten oder sogar gesteigert werden. Diese Herausforderungen sowie die hohe Innovationskraft haben die Unternehmertumslandschaft in der Schweiz gestärkt und flexibler gemacht. Doch auch hier gilt: nicht ausruhen, stetig weitergehen und die Herausforderungen annehmen.

Stichwort Zukunft: Die Digitalisierung ist das Schlagwort des Jahrzehnts. Sind die Schweizer KMU bereit für die digitale Zukunft?

Da gibt es grosse Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen und Firmen. In meinen persönlichen Gesprächen

mit Unternehmern höre ich, dass sie sich intensiv mit der Digitalisierung auseinandersetzen. Digitalisierung und Automatisierung sehe ich als Herausforderung und Chance zugleich. Es gilt zu unterscheiden, ob die Digitalisierung intern für Effizienzsteigerung und Prozessoptimierung eingesetzt wird oder extern in der Kommunikation mit Kunden und Lieferanten. Dabei sind Proaktivität und die entsprechenden Fachkräfte entscheidende Erfolgsfaktoren.

Stimmen die Rahmenbedingungen im Espace Mittelland? Auch für neue Ideen und Start-ups?

Die Entwicklungen im Espace Mittelland zeigen Prosperität und ein dynamisches wirtschaftliches Umfeld. Aus meiner Sicht geschieht sicherlich noch einiges nicht genügend schnell oder zu wenig konsequent, was oftmals auch der Grösse und Heterogenität geschuldet ist. Der Espace Mittelland verfügt über Industriecluster wie die Medizinaltechnologie, die Präzisions- und Uhrenindustrie, die Weltruf geniessen und damit per se eine wirtschaftliche Stärke unserer Region sind. Ein anderes positives Beispiel ist die Zusammenarbeit der Fachhochschulen mit der Wirtschaft. Wichtig ist, dass sich das Unternehmertum entfalten kann und sich die Politik auf die Schaffung einer funktionieren-

den Infrastruktur und attraktiven Rahmenbedingungen konzentriert.

Welche Rolle spielt dabei der SVC? Was ist sein Auftrag?

Der SVC gibt den Besten eine Plattform, damit wir von den Besten lernen können. Gleichzeitig fördern wir den Dialog zwischen Wirtschaft, Gesellschaft, Politik und Bildung, was gesellschaftspolitisch essentiell ist. Wir geben dem Unternehmertum mit dem Prix SVC schweizweit eine Plattform und Visibilität, damit die Gesellschaft den Nutzen und die Attraktivität unternehmerischen Schaffens erkennt und schätzt.

Die Preisverleihungen ermöglichen einen Blick hinter die Kulissen heimischer Unternehmen, wie er sonst kaum möglich wäre. Wie schätzen Sie die Wichtigkeit der Medienpräsenz rund um den Anlass ein?

Die breite Bevölkerung erhält mit der Prämierung und der damit verbundenen Medienarbeit einen Einblick, was die Firmen leisten. Was mich dabei immer wieder überrascht: Es gibt in der Schweiz Hunderte von Firmen, die globale Marktleader sind – und niemand weiss es. Das muss man den Leuten doch mitteilen! Diese Begeisterung fürs Unternehmertum, diese Leidenschaft, welche tagtäglich gelebt wird in unseren Wirtschaftsräumen – kreativ Innovation voranzutreiben und an den grossen Herausforderungen nicht zu zerbrechen, neuen Mut zu fassen und vorwärts streben. Das macht die Faszination Unternehmertum aus und begeistert mich und uns als Team hinter der Organisation immer wieder. Genau dafür steht der Prix SVC. Es sind die kleinen und mittleren Unternehmen, die letztendlich den Wirtschaftsmotor am Laufen halten. Und das wollen wir zeigen und feiern.

Konnten die früheren Preisträger und auch die übrigen Finalisten im Rückblick von ihrer Nomination profitieren?

Es gibt drei Feedbacks, die wir immer wieder hören. Erstens steigert sich die Attraktivität unserer Sieger und Finalisten auf dem Arbeitsmarkt, was zu deutlich mehr Bewerbungen von ausgebildeten Fachkräften führt. Durch den Gewinn erhält die gesamte Belegschaft eine riesige Motivation und einen Schub, was zu erhöhter Dynamik führt. Zuletzt nicht zu vergessen ist die gesteigerte Akzeptanz durch Lieferanten und Stakeholder. Das ist nicht zu unterschätzen.

Wie schätzen Sie die sechs Finalisten des diesjährigen Prix SVC Espace Mittelland ein?

Wir konnten mittlerweile insgesamt 341 fantastische Gewinner im Rahmen Prix-SVC-Verleihungen auszeichnen. Auch dieser Jahrgang kann sich im Espace Mittelland wieder mehr als sehen lassen. Die Branchenvielfalt ist beeindruckend und was diese Unternehmen, oftmals unter dem Radar der grossen medialen Aufmerksamkeit leisten, ist enorm. INTERVIEW: PHILIPP MOOSER

ZUR PERSON

Andreas Gerber ist fünfzig Jahre alt und Vater eines Sohnes. Beim Swiss Venture Club hatte er, bevor er 2017 SVC-Präsident wurde, die Funktionen als SVC-Regionenleiter und Jurymitglied in den Regionen Espace Mittelland und Zürich inne und amtierte als SVC-Vizepräsident.



Ist stolz auf die Errungenschaften des SVC: Präsident Andreas Gerber.

BILD ZVG

Wir gratulieren allen Schweizer Unternehmern.

Und ganz besonders den Preisträgern des Prix SVC
Espace Mittelland 2019:

Asic Robotics AG
Domicil Bern AG
Matter Luginbühl AG
Polydec SA
Romantik Hotel Hornberg
Schneeberger AG Lineartechnik

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

credit-suisse.com/unternehmer

