

Prix SVC Espace Mittelland 2023

Samstag, 18. März 2023

Rang 1

Sanitized: weltweit führendes Unternehmen der Hygienebranche. **Seite 5**

Rang 2

MB-Microtec: Glimmlichter aus Tritium, die ohne Strom leuchten. **Seite 6**

Rang 3

Lanz: Die Familienmolkerei, die mit der Zeit geht. **Seite 7**

Diplomränge

Hugentobler Kochsysteme
Kästli Sonnenstoren
Thommen Medical
Seiten 10–12

**PRIX
SVC** 

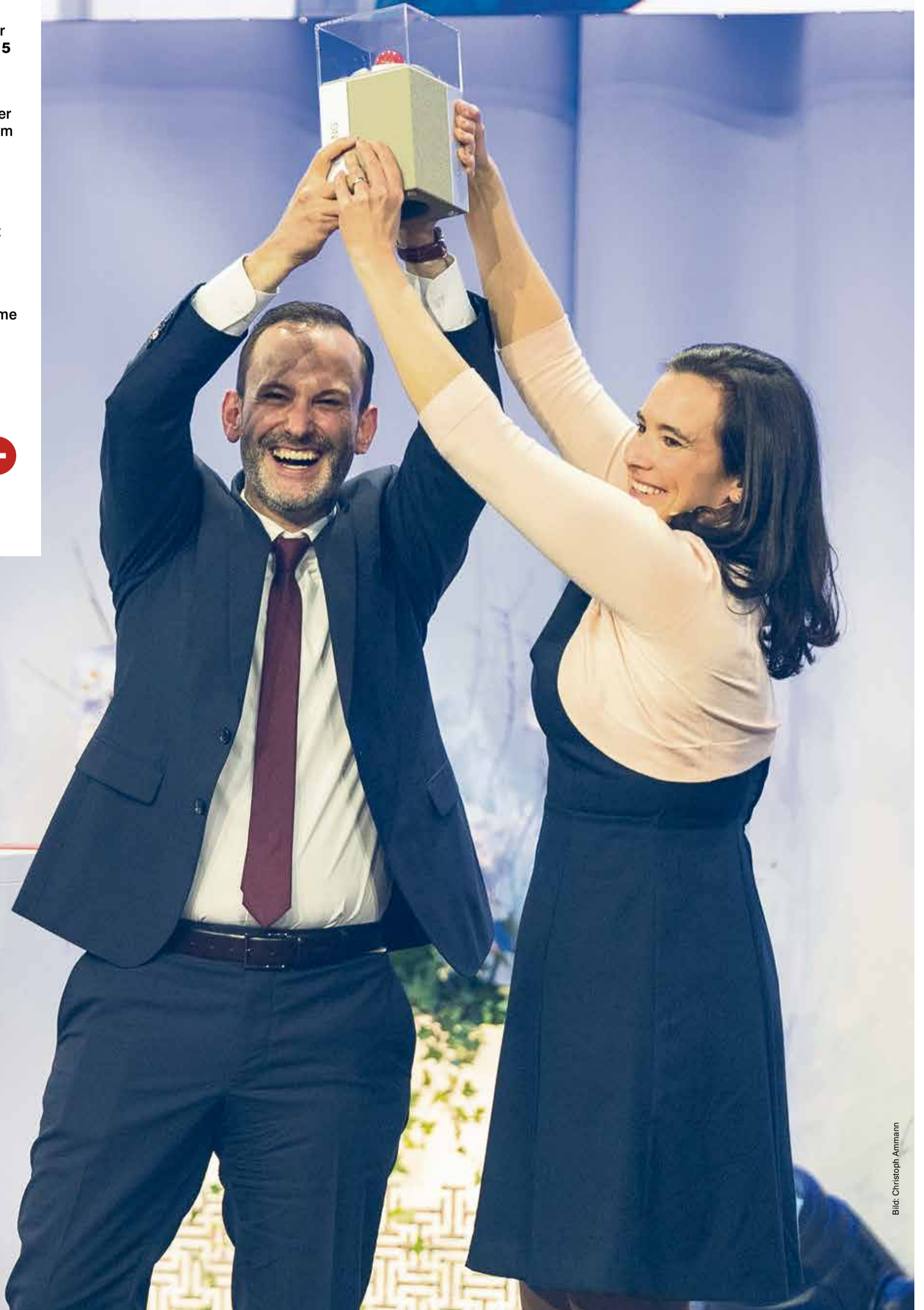


Bild: Christoph Ammann

Der Swiss Venture Club gratuliert

PRIX SVC+



1. Rang
 SANITIZED AG
 Burgdorf
 Andrea & Michael Lüthi
 Mitinhaber / Geschäftsleitung



2. Rang
 mb-microtec ag
 Niederwangen
 Roger Siegenthaler
 CEO



3. Rang
 Molkerei Lanz AG
 Obergerlafingen
 Olivia & Gregor Lanz
 Geschäftsführung



Diplomrang
 Hugentobler Schweizer
 Kochsysteme AG
 Schönbühl
 Reto Hugentobler
 Geschäftsleitung / Inhaber



Diplomrang
 Kästli & Co. AG
 Belp
 Marc Kästli
 Geschäftsführer



Diplomrang
 Thommen Medical AG
 Grenchen
 Livio Marzo
 CEO



Follow us!





www.svc.swiss

CREDIT SUISSE
 Premium Gold Partner

Emil Frey
 Gold Partner

mazars

die Mobiliar

swisscom

Allianz | Allianz Trade

Einfach mehr Schweiz **dot.swiss**

ewb

FELFEL

KESSLER
 Mit Sicherheit voraus.

KURSAAL
 BERNE

iba
 Büro und mehr

ROBE
 Rochester-Bern Executive Programs
 University of Rochester
 Universität Bern

Sponsoren und Partner

serv

swisscard

teico

WITSCHI+PARTNER
 audiovisuelle Kommunikation
www.witschi-partner.ch

BZ BERNER ZEITUNG

TELE B'ARN

Filmpartner

Kommunikations- und Medienpartner

SVC Swiss Venture Club & Credit Suisse – seit 15 Jahren gemeinsam engagiert für das Unternehmertum in der Schweiz

CREDIT SUISSE



Grossartige unternehmerische Leistungen auch in Zukunft ermöglichen

Es freut mich, dass nach den coronabedingten Ausfällen in den letzten Jahren nun am 15. März 2023 wieder ein Prix SVC Espace Mittelland stattfinden konnte. Die Preisverleihung hat es – einmal mehr – eindrücklich gezeigt: Die bernischen KMU sind zu grossartigen unternehmerischen Leistungen fähig! Ich gratuliere den Gewinnerinnen und Gewinnern des diesjährigen Wettbewerbs ganz herzlich!

Wir alle wissen, dass unternehmerischer Erfolg nicht allein mit Disziplin und Fleiss zu erreichen ist. Es braucht auch die Fähigkeit, vernetzt und über Grenzen hinaus zu denken sowie neue, auch unkonventionelle Lösungen zu entwickeln. Die Zukunft gehört weiterhin den innovativen Unternehmen, die kreative Ideen entwickeln,

die mutig sind und die konsequent neue Wege beschreiten. Die Aufgabe der öffentlichen Hand ist es, solche Innovation zu ermöglichen und auch zu fördern, indem die dafür benötigten Rahmenbedingungen geschaffen werden.

Im Rahmen der Steuergesetzrevision 2021 wurden die vom Bundesrecht den Kantonen zur Verfügung gestellten, neuen Werkzeuge (STAF-Massnahmen) wirkungsvoll ausgestaltet. Heute gilt im Kanton Bern ein Steuerrecht, das sowohl bei den Entlastungen für Einkünfte aus Patenten (Patentbox) wie auch bei der Förderung von Forschung und Entwicklung maximale Ermässigungen vorsieht.

Für unsere Unternehmen sind diese steuerlichen Rahmenbedin-

gungen von essenzieller Bedeutung, denn sie erlauben eine weitere Verstärkung der eigenen Forschungstätigkeit und führen so zu mehr wirtschaftlichem Erfolg. Dieser wird sich längerfristig auch in höheren Steuererträgen niederschlagen. Davon bin ich überzeugt. Ein Steuergesetz, das Forschung und Entwicklung maximal fördert, ist von zentraler Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Bern.

Nicht alle Unternehmen haben indes die Möglichkeit, die mit der Steuergesetzrevision 2021 geschaffenen, neuen steuerrechtlichen Werkzeuge zu nutzen. Auch diese Unternehmen brauchen aber wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen. Hier kann und muss sich der Kanton Bern weiter verbessern! Der Regierungs-

rat hat sich deshalb in den Regierungsrichtlinien 2023 – 2026 unter anderem zum Ziel gesetzt, finanzpolitische Handlungsspielräume zu schaffen und diese zur Stärkung der Wirtschaftskraft zu nutzen. So will der Regierungsrat die Steuerbelastung für juristische und natürliche Personen senken.

Die Steigerung der Attraktivität des Kantons Bern als Innovations- und Investitionsstandort bleibt eines der wichtigsten Ziele des Regierungsrates: Damit im Kanton Bern auch in Zukunft grossartige unternehmerische Leistungen möglich sind!

Astrid Bärtschi
Finanzdirektorin
des Kantons Bern

Prix SVC Espace Mittelland

Inhalt

Nominierungsprozess

In einem aufwendigen Prozess kürt eine unabhängige Expertenjury die Finalisten. Dabei orientiert sie sich an zwölf strengen Kriterien. Seite 4

Gewinner

Die Siegestrophäe geht an die Firma Sanitized aus Burgdorf. Weitere Preisträger sind MB-Microtec, Molkerei Lanz, Hugentobler Schweizer Kochsysteme, Kästli & Co. und Thommen Medical. Seiten 5–7 & 10–12

People

Die Preisverleihung fand am Mittwoch, 15. März 2023, im Kursaal in Bern statt. Unter den 1300 geladenen Gäste waren viele bekannte Gesichter aus Politik und Wirtschaft. Seiten 8–9

Neuer Regionenleiter

Reto Portmann hat Anfang Jahr die Leitung des SVC im Espace Mittelland übernommen. Er will KMU in der Schweiz inspirieren. Seite 13

IMPRESSUM «Prix SVC Mittelland» ist eine gemeinsame Beilage der Titel BZ Berner Zeitung, BZ Langenthaler Tagblatt, BZ Emmental, Thuner Tagblatt, Berner Oberländer und Der Bund in Zusammenarbeit mit dem Swiss Venture Club. **Herausgeberin/Verlag** Tamedia Espace AG, Dammweg 9, 3001 Bern, Tel. +41 (0)31 330 31 11, E-Mail: beilagen@tamedia.ch, Websites: bernerzeitung.ch/beilagen, derbund.ch/beilagen **Anzeigen** Goldbach Publishing AG, Tel. +41 (0)31 330 33 10, E-Mail: inserate@bernerzeitung.ch, Website: publishing.goldbach.com **Sales Director** Sandro Bürgi **Key Account Manager** Sara Friedli **Redaktion und Produktion** Benel Kallen (Leiter Beilagen), Sarah Sartorius, Andreas Minder, Evelyne Schmid (Redaktion), Pedä Siegrist, Andrea Thüler, Sandro Siemer (Layout) **Auflage** 104 976 (Wernf 2022) **Leser:innen** 264 000 (MACH Basic 2022-2) **Druck** DZB Druckzentrum Bern AG, Zentweg 7, 3006 Bern 3006 Bern

Sanitized gewinnt Prix SVC Espace Mittelland

Hygienespezialist Der renommierteste Unternehmerpreis der Region geht an eine Firma aus Burgdorf.

Julian Witschi

Auf Hygiene spezialisiert hat sich Sanitized lange vor der Coronapandemie. Am Anfang stand ein Schuhgrosshändler, der etwas gegen Schweißgeruch in seinen Schuhen unternehmen wollte. J. Lüthi & Co. fand 1953 die Lösung: Sie hiess Sanitized (englisch für «desinfiziert»), eine seit 1935 in den USA hergestellte chemische Flüssigkeit, die das Wachstum von Mikroben wie Bakterien und Pilzen und damit den Schweißgeruch verhindert.

Die Familie Lüthi betrieb den Ableger so erfolgreich, dass die Burgdorfer Firma im Verlauf der 1990er-Jahre die ursprüngliche Muttergesellschaft in den USA überholt hatte und zum Hauptsitz der Gruppe wurde. Heute ist sie das weltweit führende Schwei-



Die Gewinner: Andrea Lüthi und Michael Lüthi (Sanitized AG) und SVC Präsident Andreas Gerber. Bild: Christoph Ammann

zer Unternehmen für Hygienefunktion und Materialschutz bei Textilien, Kunststoffen und Far-

ben. Hauptprodukte sind antimikrobielle Mittel für Bettwaren, Matratzen oder Gummihandschuhe. Diese können aber auch in Textilien, auf Möbeln oder Handläufen eingesetzt werden.

Weltweit in vielen Produkten

Die Jury des Unternehmerpreises Prix SVC Espace Mittelland kürte Sanitized vergangenen Mittwoch zum Gewinner. Sanitized zeigte «beste angewandte Wissenschaft für Hygiene, ein Grundbedürfnis, erst recht nach der Pandemie», sagte Jurypräsident Walter Steinlin am Abend an der Preisvergabe im Kursaal Bern vor 1300 Zuschauenden. Weltweit nutzen über 300 Markenhersteller Sanitized.

Das Unternehmen erfüllt die wichtigsten Kriterien für den Preis herausragend: eine innovative Technologie, ein nachhaltig er-

folgreiches Geschäftsmodell und eine regionale Verankerung. Den Preis nahmen Andrea und Michael Lüthi entgegen: Die Geschwister sind in vierter Generation Mitinhaber des Familienunternehmens, er ist Chef, sie Mitglied der Geschäftsleitung. Beide dankten ihren 65 Mitarbeitenden für den Erfolg. Als Preis erhalten sie eine Unternehmerrreise und ein Seminar im Wert von 20 000 Franken.

Mit Sanitized gewinnt zum zweiten Mal in Folge ein Unternehmen aus Burgdorf den renommiertesten Unternehmerpreis in der Region. 2019 hatte Asic Robotics, Spezialist für industrielle Roboter und Automation, die Jury am meisten überzeugt.

Den zweiten Platz belegt dieses Jahr der Mikroleuchten-Hersteller MB-Microtec aus Niederwangen. Auf den dritten Platz schaffte es

die Molkerei Lanz aus Obergerlafingen. Mit Diplomen ausgezeichnet wurden die Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG aus Schönbühl, die Sonnenstorenherstellerin Kästli & Co. aus Belp sowie der Zahnimplantatehersteller Thommen Medical aus Grenchen.

Zweimal verschoben

Der Prix SVC Espace Mittelland wird alle zwei Jahre vom Swiss Venture Club (SVC) vergeben, einem Netzwerk für Unternehmerinnen und Unternehmer. 2021 musste der Anlass wegen der Pandemie-Einschränkungen verschoben werden. Auch die Neuansetzung Anfang 2022 wurde wegen einer weiteren Coronawelle abgesagt. Jetzt ist es seit der ursprünglich geplanten Prämierung zwei Jahre her: Eine Durchführung ist also ausgefallen.

Mit dem Preis will der SVC das regionale Unternehmertum fördern. Er wird seit 2003 verliehen, inzwischen neben dem Espace Mittelland in sieben weiteren Regionen der Schweiz. OK-Präsident und SVC Regionenleiter beim Preis für den Espace Mittelland der Bank Credit Suisse. Die Krise der Grossbank war auch bei der Preisverleihung vor zahlreichen Unternehmerinnen und Unternehmern aus der Region ein Thema. Andreas Gerber, Leiter Firmenkunden Schweiz und Geschäftsleitungsmitglied der CS Schweiz, sprach von einer sehr intensiven Phase für die Bank. Im Zentrum stünden nicht Eigenkapital oder Liquidität, die beide gut seien, sondern es gehe vor allem darum, verlorenes Vertrauen zurückzugewinnen zu können.

ANZEIGE

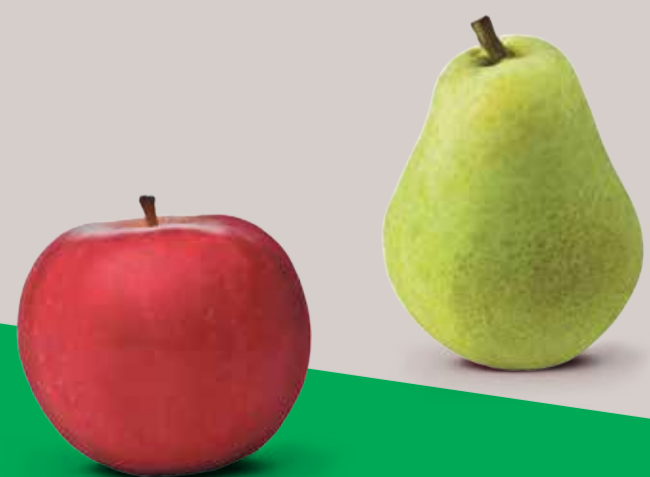
Jedes Unternehmen ist anders. Unsere Lösungen auch.



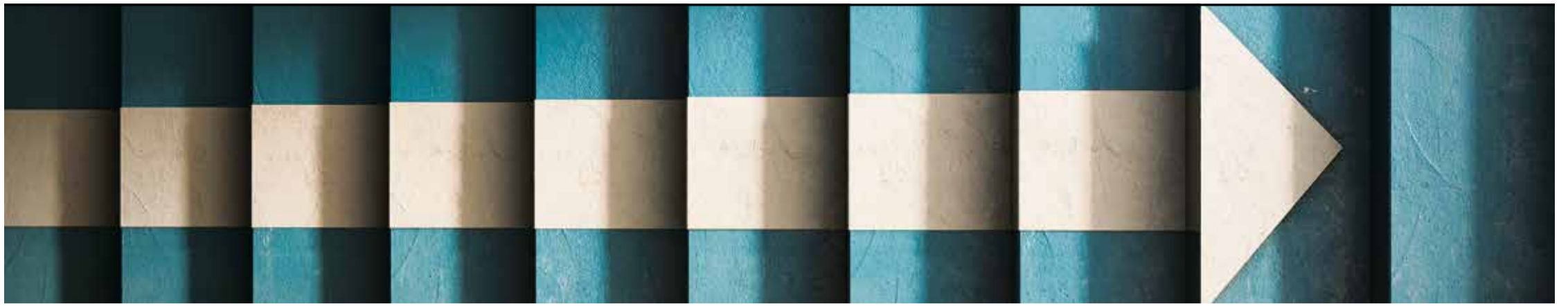
tellco

Berufliche Vorsorge, die genau Ihren Bedürfnissen entspricht. Flexibilität gehört bei uns seit über 20 Jahren dazu. Als KMU-Spezialistin wissen wir, worauf es ankommt.

Entdecken Sie unsere Lösungen.
tellco.ch/kmu



Prix SVC Espace Mittelland



In einem mehrstufigen Verfahren kürt eine Expertenjury die Besten

Nominationsprozess Der Prix SVC wird alle zwei Jahre an vorbildliche, inspirierende Unternehmen in acht Wirtschaftsregionen vergeben. Die besten KMU der Schweiz werden so ins Licht der Öffentlichkeit gerückt und erhalten die verdiente Aufmerksamkeit für ihre Leistungen.



Eine unabhängige Expertenjury trifft die Auswahl der Finalisten für den Prix SVC. Sie orientieren sich dabei an zwölf Kriterien (siehe rechts). Den Unternehmen selbst ist es nicht möglich, sich für den Prix SVC zu bewerben. Die Jurymitglieder sind unabhängig, arbeiten praxisnah und sind regional stark verankert.

Während der Recherchephase sucht die Jury nach Unternehmen, die für eine Nomination in Frage kommen, wobei sie KMU der jeweiligen Region berücksichtigt. An einer ersten Sitzung wird dann

die Longlist, die bis zu 200 Vorschläge umfasst, diskutiert und auf eine Shortlist von rund zwölf Unternehmen reduziert.

So werden die Sieger bestimmt

Diese Unternehmen werden auf die Jurymitglieder aufgeteilt, welche sich dann zu einem ersten Gespräch mit der jeweiligen Unternehmensführung treffen. Vor Ort erhalten sie so einen vertieften Einblick in die Firmen. Bei einer zweiten Sitzung stellen die Jurymitglieder die jeweiligen Unternehmen detailliert vor und ent-

scheiden sich für sechs Unternehmen, die für den Prix SVC nominiert werden. Anschliessend werden die sechs Finalisten besucht und die Firmen können sich, ihre Strategien und Betriebe während einer Stunde präsentieren. An einer dritten Jurysitzung wird schliesslich die Rangierung der sechs Preisträger erstellt.

In den vergangenen zwanzig Jahren zeichnete der SVC an 69 Prix-Verleihungen insgesamt 411 Preisträger aus. Der Prix SVC Espace Mittelland wird 2023 bereits zum vierzehnten Mal vergeben.

Die 12 Selektionskriterien



Einzigartigkeit der Value Proposition

Ein hohes Mass an Differenzierung durch einzigartige Produkte oder Verfahren zeichnet das nominierte Unternehmen aus.



Konkreter Leistungsnachweis

Das Unternehmen hat Gefahren/Herausforderungen gemeistert und/oder Opportunitäten genutzt.



Attraktivität der Marktposition

Das Unternehmen weist Wachstumspotenzial auf und kann eine attraktive Marktposition halten.



Innovation

Es werden neuste Technologien oder ein revolutionäres Geschäftsmodell eingesetzt.



Regionaler Beitrag

Das Unternehmen leistet einen merkbaren Beitrag in der Region, schafft Arbeitsplätze und engagiert sich lokal.



Nachhaltigkeit

Wirtschaftlicher Umgang mit Ressourcen und Streben nach Nachhaltigkeit entlang allen drei Säulen (Ökonomie, Ökologie, Gesellschaft).



Zukünftige Strategie

Die Strategie verspricht Erfolg, basiert auf einer fundierten Analyse und den Stärken des Unternehmens.



Qualität des Managements

Professionalität, Motivation und Erfahrung sind hoch und die Zusammensetzung des Managements entspricht Best Practice.



Qualität der Mitarbeitenden

Die Mitarbeitenden sind motiviert, qualifiziert und langfristig loyal.



Kommerzieller Erfolg

Das Unternehmen weist ein langfristiges, überdurchschnittliches Umsatz- und Gewinnwachstum auf.



Anzahl geschaffene Arbeitsplätze

Langfristige und neue Arbeitsplätze als Beitrag an die Wirtschaftskraft der Region.



Erscheinungsbild des Unternehmens

Das Unternehmen als Ganzes vermittelt einen nachhaltig positiven Eindruck mit vielen Stärken.

PRIX
SVC ⁺
ESPACE MITTELLAND

Hall of Fame

Die bisherigen Gewinner des Prix SVC Espace Mittelland im Überblick:

- 2019** Asic Robotics AG
Burgdorf
- 2017** Heiniger AG
Herzogenbuchsee
- 2015** Rychiger AG
Steffisburg
- 2013** Emch Aufzüge AG
Bern
- 2011** CTA AG Klima – Kälte – Wärme
Münsingen
- 2010** CSL Behring AG
Bern
- 2009** Jakob Rope Systems
Trubschachen
- 2008** Cendres+Métaux SA
Biel/Bienne
- 2007** Hoffmann Neopac AG
Thun
- 2006** Scott Sports SA
Givisiez
- 2005** Spirig HealthCare AG
Egerkingen
- 2004** Sphinx Werkzeuge AG,
Derendingen
- 2003** DT Swiss AG
Biel/Bienne

ANZEIGE

World's leading filling
& sealing solution.

RYCHIGER
FILLING AND SEALING MACHINES

Ihre Produkte schützen vor Keimen und üblen Gerüchen

Rang 1 Die Corona-Pandemie hat einen weltweiten Hygieneboom entfacht. Sanitized, die Firma von Michael Lüthi's Familie, profitiert davon bis heute.



Eine Sanitized-Mitarbeiterin kontrolliert im Labor in Burgdorf einen Wirkstoff. Fotos: Beat Mathys

Benjamin Bitoun

«Waschen Sie sich die Hände!» Anweisungen wie diese oder die überall gegenwärtigen Desinfektionsmittel führten einem während der Corona-Pandemie täglich vor Augen, wie wichtig Sauberkeit im Kampf gegen die winzigen Krankheitserreger ist.

Ein Schweizer Unternehmen, welches das weltweit gesteigerte Hygienebewusstsein in Profit umzuwandeln wusste, ist die Firma Sanitized aus Burgdorf.

Eines vorweg: Das Familienunternehmen, das klinische Sauberkeit («sanitized» ist Englisch für «desinfiziert») bereits im Namen trägt, ist keiner der sogenannten «Germ-Seller», die es etwa mit dem Verkauf billiger Masken auf das schnelle Geld abgesehen hatten. Eher das Gegenteil ist der Fall: Als einer der weltweit ersten Player in der Hygienebranche war Sanitized fast von Anfang an dabei.

Das Unternehmen zählt zu den Weltmarktführern bei antimikrobiellem Hygiene- und Materialschutz. Sanitized-Wirkstoffe und -Technologien werden als Flüssigkeiten oder Granulate direkt in Kunststoffe, Farben oder Textilien eingearbeitet. So verhindern sie etwa den penetranten Schweissgeruch in Sportkleidern oder funktioneller Kleidung.

Oder sie sorgen dafür, dass sich Keime wie Viren oder Bakterien auf Textilfasern oder



Geschäftsführer Michael Lüthi am Hauptsitz der Firmengruppe Sanitized in Burgdorf.

«Wir erfreuen uns bei Hygiene-Anwendungen weiterhin guter Nachfrage.»

Michael Lüthi
Geschäftsführer Sanitized

Kunststoffoberflächen gar nicht festsetzen können.

Interesse hält nach Pandemie an

Besonders diese letzte Innovation war in Zeiten von Corona extrem gefragt – und das gesteigerte Interesse habe nicht nachgelassen, sagt Sanitized-Geschäftsführer Michael Lüthi: «Wir erfreuen uns bei Hygiene-Anwendungen weiterhin guter Nachfrage.»

Die Pandemie eröffnete dem Unternehmen eine Reihe von neuen Anwendungsbereichen für seine Technologien. In den Oberflächen von Spitalbetten und ÖV-Sitzen sowie in den Folien für die Theken von Arztpraxen, Ämtern und Flughäfen stecken Sanitized-Produkte. Ebenso in Kreditkarten und Ho-

telschlüsseln, Türklinken oder Computertastaturen – sogar in ausländischen Geldnoten.

Auch wenn sich das rasante Wachstum der Pandemiejahre 2022 aufgrund der stotternden Weltwirtschaft laut Michael Lüthi verlangsamt hat: In der Berner KMU-Szene zählt die Firma, die über Tochtergesellschaften in den USA, China, Indien und Frankreich verfügt, zu den wirtschaftlichen Gewinnern der letzten Jahre.

Zwar gibt Sanitized keine Zahlen bekannt. Der Umsatz ist laut Lüthi während der Pandemie-Jahre deutlich gestiegen und liegt aktuell bei rund 30 Millionen Franken. Erwirtschaftet wird er von weltweit rund 80 Mitarbeitenden.

Weltweit Nummer eins im Textilbereich

Wichtigster Umsatzbringer bleibt – trotz eines laut Lüthi «momentan sehr anspruchsvollen Marktumfeldes» – der Textilbereich. Hier ist Sanitized stark im Geschäft mit Heimtextilien, Betten und Matratzen. Aber auch grosse Modehäuser oder Sportartikelhersteller nutzen die Geruchskiller aus Burgdorf. Über 500 Lizenzpartner setzen auf die antibakteriellen Lösungen von Sanitized, darunter bekannte Marken wie Reebok, Timberland, Levi's oder Hugo Boss.

Um die Marktführerschaft gegenüber den Mitbewerbern aus den USA verteidigen zu können, ist das Burgdorfer KMU auf ein grosses Angebot gut ausge-

bildeter Fachkräfte angewiesen. Die Bandbreite reicht von promovierten Chemikern über Mikrobiologinnen und Zulassungsspezialisten bis hin zu Marketingfachleuten und Expertinnen für globale Lieferketten.

Noch gelinge es Sanitized stets, die nötigen Mitarbeitenden zu finden. Doch mache sich der Fachkräftemangel auch in Burgdorf bemerkbar, so Michael Lüthi, der die Leitung des Familienunternehmens 2021 übernommen hat. «Der Arbeitsmarkt ist heute deutlich trockener als vor einem Jahr.»

Am Anfang war ein Schuh

Am Anfang der Firma stand ein Schuhgrosshändler, der etwas gegen Schweissgeruch in seinen Schuhen unternehmen wollte. J. Lüthi & Co. fand 1953 die Lösung: Sie hiess Sanitized, wurde seit 1935 in den USA hergestellt und hatte die Form einer chemischen Flüssigkeit, die das Wachstum von Mikroben wie Bakterien und Pilzen und damit den Schweissgeruch verhinderte. Die Kooperation zwischen Lüthi und der US-Firma Sanitized war für beide Seiten gewinnbringend. In der Weiterentwicklung und der Vermarktung der Sanitized-Produkte erwies sich die Familie Lüthi schliesslich als so erfolgreich, dass die Burgdorfer Firma im Verlauf der 1990er-Jahre die ursprüngliche Muttergesellschaft in den USA überholt hatte und zum Hauptsitz der Gruppe wurde. (bit)

5 Fragen an Michael Lüthi

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

Es ist eine grosse Freude und Ehre, von der SVC-Jury ausgewählt worden zu sein. Es ist eine Bestätigung und Motivation für uns alle. Persönlich freue ich mich, einen kleinen Beitrag zur Attraktivität des SVC-Netzwerks zu leisten, das eine Plattform für die so wichtigen, aber manchmal zu wenig sichtbaren KMU bietet.

Was die Erfolgsrezepte Ihres Unternehmens?

Unser Erfolg lässt sich auf unser umfassendes Marktangebot zurückführen, das eine Kombination aus innovativen Produkten, herausragenden Services und einer etablierten Marke ist. Doch der Schlüssel zum Erfolg ist zweifellos unser Team, das stets die Kundenbedürfnisse in den Fokus rückt. Das ist bei weitaus grösseren Mitbewerbern oft nicht der Fall. Unsere Mitarbeitenden sind der Grundstein für unseren Erfolg.

Wie ist Ihre Firma in der Öffentlichkeit präsent?

Durch unseren Ingredient Brand Sanitized® auf ausgerüsteten Endartikeln, wie zum Beispiel Sportshirts, Bettwaren, Fitness- oder Küchenartikeln können unsere Kunden die integrierte Hygienefunktion direkt an den Produkten erleben. Darüber hinaus unterhalten wir eine Website in vier Sprachen und sind auf verschiedenen Social-Media-Kanälen aktiv. Hier präsentieren wir unsere Marke und Produkte mit zielgruppenspezifischen Inhalten und Kampagnen. Darüber hinaus engagieren wir uns auf Messen und Symposien, um die Präsenz zu erhöhen und unser Netzwerk zu erweitern.

Von welchen Prinzipien lassen Sie sich als Vorgesetzter leiten?

Es ist mir wichtig, ein Team von engagierten Menschen um mich zu scharen. Dabei geht es mir nicht nur um Fachkompetenz, sondern vor allem um eine positive Einstellung und Ausstrahlung. Ich suche nach Mitarbeitenden, die hungrig darauf sind, etwas zu bewegen und sich für die Ziele des Unternehmens einzusetzen. Um solche Kolleginnen und Kollegen zu gewinnen und zu halten, ist es wichtig, Orientierung zu geben aber auch Raum für Kreativität und persönliches Wachstum zu lassen.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten Ihrer Firma?

Wir befinden uns in einem Wachstumsmarkt, Hygiene ist gefragt und es gibt immer mehr Menschen auf der Welt, die sich Hygiene leisten können. In diesem Markt sind wir gut aufgestellt – mit einem hochqualifizierten Team, marktführenden Produkten und einer starken Marke. Ich bin überzeugt, dass wir auf dieser Basis die Unternehmung positiv weiterentwickeln können.

Prix SVC Espace Mittelland

In Niederwangen wird radioaktives Gas rezykliert

Rang 2 MB-Microtec aus Niederwangen produziert Glimmlichtstäbchen, die jahrelang ohne Strom leuchten. Dafür wird Tritium, ein schwach radioaktives Gas, eingesetzt.

Julian Witschi

Cockpitanzeigen, Waffensiviere oder Uhren sollen auch ohne Strom leuchten, um sie im Dunkeln gebrauchen zu können. Wie ist das möglich? Mit Tritium, einem schwach radioaktiven Gas. Bei dieser Technologie weltweit führend ist MB-Microtec, ein Unternehmen, das mit rund 100 Angestellten in Niederwangen produziert.

Mikroskopisch dünn

Für die kleinen Glimmlichter werden Glasröhrchen mit Tritiumgas gefüllt. Die dünnsten Röhrchen sind bloss 0,3 Millimeter dick. Der Innenraum hat einen Durchmesser von 0,1 Millimetern: Das entspricht etwa der Dicke eines Haares. Die Röhrchen werden mit Zinksulfid beschichtet. Diese Schicht bringt Elektronen, die das Tritium ausstrahlt, jahrzehntelang zum Leuchten.

In der Produktion sind Mitarbeitende damit beschäftigt, Glasröhrchen mit Tritiumgas zu füllen und von Hand mit einer Flamme zu verschliessen. «Die Ausbildung für diese herausfordernde Arbeit dauert ein Jahr»,



Geschäftsleiter Roger Siegenthaler zeigt verschiedenfarbige Glimmlichtstäbchen. Sie beleuchten zum Beispiel Zifferblätter. Foto: Nicole Philipp

sagt Roger Siegenthaler, der Chef von MB-Microtec.

Die Glasröhrchen werden mit Lasergeräten auf die gewünschte Länge zugeschnitten. Die Kürzesten messen 2 Millimeter. Neben runden sind auch eckige Formen und fast alle Farben möglich.

Strahlendosis von Bananen

Ist Tritiumgas gefährlich? «Es ist ein radioaktives Gas», so Siegent-

haler, «aber ein schwach radioaktives, es ist ein sogenannter Betastrahler, der vom Glas vollständig abgeschirmt wird und auch die Haut nicht durchdringen kann.»

Siegenthaler macht zur Strahlendosis folgenden Vergleich: Selbst wenn man alles Tritiumgas in den Mikroleuchten einer Uhr einatmen würde, nähme man nur eine Strahlendosis auf, wie wenn man ein Jahr lang alle zwei Tage eine Banane essen

würde. Bananen enthalten ein radioaktives Kaliumisotop.

Das Tritiumgas bezieht MB-Microtec aus Kanada, wo es im Betrieb bestimmter Atomkraftwerke (Schwerwasserreaktoren) anfällt. Obwohl es sehr kostbar ist, lässt sich in der Leuchtenproduktion ein gewisser Ausschuss nicht vermeiden, zum Beispiel in Reststücken. Diese Tritium-haltigen Abfälle wurden bisher in gasdichte Zylinder eingeschweisst und zwischengelagert. Die Strahlung von Tritium halbiert sich alle gut 12 Jahre – deutlich schneller als bei vielen anderen radioaktiven Abfällen aus Atomkraftwerken.

Recycling selber entwickelt

Wie das kostbare Tritium aus den Reststücken und von zurückgegebenen Leuchten gewonnen werden könnte, beschäftigt das Unternehmen schon lange. Nach intensiver Planung habe eine einzigartige Recyclinganlage in Betrieb genommen werden können, sagt Siegenthaler. Sie funktioniert im Prinzip wie die Abwasserreinigung: Das Tritium werde gefiltert und könne vollumfänglich wiederverwendet werden.

Die Qualität sei identisch mit jener von eingekauftem Tritium. «Viele Firmen weltweit sind an solchen Projekten gescheitert, wir haben es geschafft», sagt Siegenthaler.

Wegen des Tritiums wird das Unternehmen vom Bundesamt für Gesundheit und der Unfallversicherung Suva beaufsichtigt. Damit nichts entweichen kann, herrscht Unterdruck im Gebäude. Wer hinein oder hinaus will, muss durch eine Schleuse. Die Strahlung wird gemessen. Generatoren garantieren eine unterbrechungsfreie Stromversorgung. Und auch bei Brand-, Erdbeben- und Einbruchschutz gelten bestimmte Vorgaben. Das alles erklärt, warum der 2018 fertiggestellte zweistöckige Neubau des Unternehmens 23 Millionen Franken gekostet hat.

15 Millionen Tritiumgasleuchten stellt MB-Microtec pro Jahr her. Sie gehen weltweit an Kunden in der Sicherheits- und Autoindustrie, in der Luft- und Raumfahrt sowie in der Uhrenbranche.

Uhren verkauft das Unternehmen auch selber unter dem Markennamen Traser. Rund 30 000

Stück waren es in früheren Jahren. 2022 konnten noch gut 15 000 Uhren verkauft werden, auch weil der wichtige Absatzmarkt Russland infolge der Kriegssanktionen nicht mehr beliefert werden darf. Zudem leidet das Unternehmen unter den Auswirkungen der hohen Inflation in diversen Märkten. Detaillierte Geschäftszahlen werden aber nicht publiziert.

Aus Cementit-Gruppe entstanden

Roger Siegenthaler war 2010 vom Pharmakonzern Roche gekommen. Er leitete eine Vorwärtstrategie ein. Ermöglicht hat dies der Verwaltungsrat und die Besitzerfamilie Thüler. Das sind die Nachkommen von Oskar Thüler, dem es erstmals gelungen war, Tritium-Glasröhrchen zum Leuchten zu bringen. 1969 führten seine Bemühungen zur Gründung der MB-Microtec. MB geht auf Merz+Benteli zurück, das von Oskar Thülers Schwiegervater Walter Merz mit Albert Benteli gegründete Unternehmen, das vor allem mit dem Klebstoff Cementit bekannt wurde.

ANZEIGE

Audit, Tax und Advisory für innovative und fleissige Schweizer KMU.



Mazars ist ein führendes internationales Unternehmen, das auf die Bereiche Wirtschaftsprüfung, Steuern und Recht* sowie Accounting, Financial Advisory und Consulting spezialisiert und in über 95 Ländern vertreten. Unsere 47.000 Expertinnen und Experten – 30.000 in unserer integrierten Partnerschaft, 17.000 in der Mazars North America Alliance – arbeiten vertrauensvoll mit Kundinnen und Kunden zusammen und unterstützen diese dabei, ihr Geschäft nachhaltig zu entwickeln. In der Schweiz arbeiten mehr als 350 Expertinnen und Experten an den Standorten in Zürich, Bern, Genf, Lausanne, Freiburg, Neuenburg, Sitten, Delsberg und Lugano.

*wenn nach den geltenden Landesgesetzen zulässig.

mazars.ch

mazars

Kleine Molkerei behauptet sich gegen die Grossen

Rang 3 Olivia und Gregor Lanz setzen in der Familienmolkerei in Obergerlafingen auf Nischenprodukte und besondere Geschmacksrichtungen – etwa ein Eisteejoghurt.

Regina Schneeberger

Welches Joghurt darf bei Ihnen auf dem Frühstückstisch nicht fehlen? Erdbeere, Mokka oder Nature? Trifft eine der drei Optionen zu, sind Sie nicht allein. Diese Klassiker seien nach wie vor am meisten gefragt, sagt Olivia Lanz. Und sie muss es wissen. Gemeinsam mit ihrem Bruder Gregor führt sie die Molkerei Lanz.

In der Luft liegt ein säuerlicher Geruch, die Temperaturen sind frisch – fast fühlt es sich an, als würde man durch den heimischen Kühlschrank wandern. Nur dass es im Kühllager in Obergerlafingen eine deutlich grössere Auswahl an Milchprodukten gibt. Fertigfondue, Birchermüesli, Milchreis, um nur einige zu nennen. Und natürlich Joghurt in allen möglichen Variationen. Sie machen den grössten Teil des Absatzes aus.

Gregor Lanz zeigt eine der neuesten Kreationen: das Eisteejoghurt. Er liess sich vom blauweiss verpackten Klassiker der Migros inspirieren. «Das Getränk ist Kult, das würde sicher auch als Joghurt funktionieren», dachte er sich. Bis das Joghurt im Re-

«Unsere Stärke ist, dass wir auch in kleineren Mengen produzieren können»

Gregor Lanz
Molkerei Lanz

gal der Migros stand, dauerte es aber. Immer wieder mussten sie an der Rezeptur schrauben, bis Geschmack und Inhaltsstoffe überzeugten. Heute kann man es in ausgewählten Filialen kaufen.

Von Generation zu Generation

Vor drei Jahren haben die Geschwister das Unternehmen von Vater Andreas Lanz übernommen. Der Vater wirkt noch als Berater und Verwaltungsratspräsident mit. «Es wäre schade gewesen, wenn es nicht weitergegangen wäre», sagt Olivia Lanz. Schliesslich seien sie mit der Firma aufgewachsen.

Dass sie ins Unternehmen, das ihr Grossvater 1941 gegründet hatte, einsteigen würden, war aber nicht von Anfang an klar. Die Eltern hätten ihnen schon bei der

Ausbildung die Wahl gelassen, sagt Olivia Lanz. So verschlug es die beiden erst in ganz andere Richtungen. Olivia machte die Hotelfachschule, Gregor lernte Hochbauzeichner. Immer nur im Büro sitzen, das sei aber nichts für ihn gewesen, so Gregor Lanz. Er liess sich zum Milchtechnologien ausbilden, kehrte nach Berufserfahrung in anderen Betrieben zurück und überzeugte seine Schwester davon, die Firma gemeinsam zu übernehmen.

Im Familienunternehmen in Obergerlafingen werden 67 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Das KMU behauptet sich erfolgreich gegen die grossen Hersteller wie Emmi oder Cremo. Die Molkereimilchverarbeitung weist eine starke Konzentration auf. Die vier grössten Betriebe verarbeiten 90 Prozent der Molkereimilch. «Unsere Stärke ist, dass wir auch in kleineren Mengen produzieren können», sagt Olivia Lanz. Die grösseren Produzenten würden erst ab einer gewissen Menge abfüllen. Lanz nimmt auch kleinere Aufträge an und stellt Nischenprodukte her.



Ein Familienunternehmen durch und durch: Die Geschwister Olivia und Gregor Lanz haben die Firma übernommen, die von ihrem Urgrossvater gegründet wurde. Foto: Raphael Moser

Bei einem gesättigten Markt wie jenem der Molkereiprodukte müsse man sich stets den neuen Trends anpassen, sagt Gregor Lanz. So sind derzeit etwa Proteinjoghurts gefragt. Statt 3 Pro-

zent haben diese 10 Prozent Eiwass. Vegane Produkte finden sich bislang hingegen nur wenige im Sortiment – lediglich Milchreis und Birchermüesli gibt es rein pflanzlich.

Weil das Thema so allgegenwärtig sei, habe man den Eindruck, jeder Dritte sei Veganer, sagt Gregor Lanz. Bei Joghurts und Co. würden pflanzliche Varianten aber nur einen kleinen Anteil am Markt ausmachen. Gemäss aktuellen Studien ernähren sich rund 0,6 Prozent der Schweizer Bevölkerung ausschliesslich vegan. Doch würden sie auch hier beobachten und gegebenenfalls reagieren, sagt Gregor Lanz.

Faire Milchpreise

Kuhmilch braucht es also für fast alle Produkte. Die Milch stamme lediglich von lokalen Bauern, sagt Gregor Lanz. Auch zahlt das Unternehmen einen der höchsten Milchpreise in der Branche: rund 80 Rappen pro Liter. Zwar sei der Preisdruck der Grossverteiler stark. Trotzdem sei es ihnen wichtig, die Landwirte fair zu bezahlen.

Und welches Joghurt steht bei Olivia und Gregor Lanz morgens auf dem Frühstückstisch? «Nature», sagt Olivia Lanz. Bei ihm auch, so ihr Bruder. Unmengen Joghurt esse er zu Hause aber nicht mehr. «Ich degustiere schon viel in der Firma.»

ANZEIGEN

GRASS

Lassen Sie Ihre Führungskräfte nicht gehen, sondern fliegen.

In Zeiten von Fachkräftemangel sind gute Führungskräfte Schlüsselpersonen. Umso wichtiger, sie zu halten – und zu beflügeln. Mit guten Führungskräften bleiben auch Mitarbeitende motiviert. Sprechen Sie mit uns über unsere maßgeschneiderten Angebote für eine systematische Personalentwicklung.

Steigerung der Leistungsfähigkeit, Motivation und Identifikation durch:

- Professionelles Führungskräftecoaching inklusive Karriere- und Persönlichkeitsentwicklung
- Erkennen und Ausschöpfen von Potenzialen
- Individuelle, durchgängige Begleitung bis zum Entwicklungsziel

Sprechen Sie mich gerne an:

Peter Lüthi | Geschäftsführer Bern
Telefon: +41 31 310 05 60
eMail: peter.luethi@grassgroup.ch
www.grassgroup.ch

**SWITZERLAND
GLOBAL
ENTERPRISE**
enabling new business

26. APRIL 2023, EPFL IN LAUSANNE

AUSSEN- WIRTSCHAFTS- FORUM

**Neuordnung der Handelsströme:
Chaos oder Chance?
Schweizer Erfolgsrezepte für die
Internationalisierung**





Thomas Grünig (Grünig & Partner AG), Thomas Wälti (Wälti AG) und Daniel Stoos (Mäder Stoos Architekten GmbH)



Fabrizio Laneve und Christian Jordi (beide die Mobiliar)



Vorjahressieger Milo Gasser, CEO (Asic Robotics AG)



Sieger des Prix SVC Espace Mittelland 2023: Andrea Lüthi, Mitinhaberin/Mitglied der Geschäftsleitung und Michael Lüthi, Mitinhaber/CEO (Sanitized AG)



Preisräger: Gregor und Olivia Lanz, Geschäftsführung (Molkerei Lanz AG)



Preisräger: Reto Hugentobler, Inhaber (Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG) und seine Frau Melanie Hugentobler

Swiss Venture Club

Der Swiss Venture Club (SVC) ist ein unabhängiger, non-profitorientierter Verein von Unternehmen für Unternehmen 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 acht Wirtschaftsregionen Kontakt- und Netzwerkmöglichkeiten für seine über 3500 Mitglieder und generiert unternehmerische Impulse für den Wirtschaftsstandort Schweiz.



Als Austauschplattform von Praktiker:innen für Praktiker:innen schafft der SVC den Nährboden für erfolgreiche Ideen und Geschäftsmöglichkeiten und bietet damit einen Mehrwert für KMU.

Wer Teil des inspirierendsten KMU-Netzwerks der Schweiz werden möchte, kann sich anmelden unter: www.svc.swiss. Es warten vielseitige und attraktive Mitgliederangebote.

Eine Feier für die region

Vor 1300 Zuschauerinnen und Zuschauern wurde der Prix SVC Espace Mittelland im Berner Kursaal an inspirierende Unternehmen vergeben. Der von Prominenz aus Wirtschaft, Politik und Sport besuchte Anlass stand im Zeichen von Innovation und Networking.

Endlich konnte der Prix SVC Espace Mittelland verliehen werden. Pandemiebedingt musste der Anlass zweimal verschoben werden. Umso grösser war die Freude, dass die Preisverleihung am 15. März vor 1300 Zuschauerinnen und Zuschauern im Kursaal stattfinden konnte. Der Preis, der bereits zum 14. Mal verliehen wurde, rückt vorbildliche Unter-

nehmen ins Rampenlicht. Als «Hidden Champions» bezeichnete sie Walter Steinlin, der Jurypräsident des Swiss Venture Club (SVC). Die Geschwister Michael und Andrea Lüthi waren die glücklichen Gewinner des diesjährigen Hauptpreises. Sie leiten die Hygiene-funktions-Firma Sanitized mit Sitz in Burgdorf.

Die launige Moderation von Patrick Rohr hielt die Spannung bis zur Preisübergabe aufrecht. Für Unterhaltung sorgten die «Yo-Yo-Jedis» innot!on.

Networking war sowohl am Speed-Networking wie auch am abschliessenden Apéro angesagt, wo sich die geladenen Gäste aus Politik, Wirtschaft und Sport rege austauschten. (sar)



Andres Gerber (FC Thun), Uli Forte (Fussballtrainer) mit seiner Frau Caroline Forte (Verwaltungsrat Bernapark), Stefan Krähenbühl, Executive Director (UBS Switzerland AG) und Christian Geelhaar, Mitinhaber und Partner (Geelhaar & Hofer Vermögensentwicklung AG)



André Lüthi, Verwaltungsratspräsident des Globetrotter Travel Service und CEO der Holding Globetrotter Group und Stefanie Kern (SVC)



Preisstifter 2. Platz: Matthias Kiener, Partner und Leiter Forensic (Mazars AG)



Preisräger: Marc Kästli, Geschäftsführer (Kästli & CO. AG)



Preisstifter 3. Platz: Lenny Lumetta, Mediamatiker im 3. Lehrjahr (Swisscom Schweiz AG)



Preisstifter Diplomrang: André Steiner, Geschäftsführer Autocenter Safenwil und Marianne Schumacher (Emil Frey AG)

Prix SVC Espace Mittelland



Patrizia Pesenti, Vizepräsidentin des Verwaltungsrates (Credit Suisse (Schweiz) AG), die glücklichen Sieger des Prix SVC Espace Mittelland 2023 Michael Lüthi, Mitinhaber/CEO und Andrea Lüthi, Mitinhaberin/Mitglied der Geschäftsleitung (Sanitized AG) und der Preisträger auf dem 2. Platz Roger Siegenthaler, CEO (mb-microtec ag) Bilder: Christoph Ammann

Finalen «Hidden Champions»



Preisträger: Vincenzo Grande, Chief Strategic Planning & Business Development Officer/ Mitglied der Geschäftsleitung (Thommen Medical AG)



Alec von Graffenried, Stadtpräsident Bern



Regierungsvertreterin: Astrid Bärtschi, Regierungsrätin/Finanzdirektorin Kanton Bern



Moderator Patrick Rohr (Journalist, Fotograf, Moderator, Kommunikationsberater und Buchautor)



Showact der Yo-Yo-Jedis: Ivo Studer und Jan Schmutz (inmotion)



SVC Präsident Andreas Gerber, Leiter Firmenkunden (Credit Suisse (Schweiz) AG) im Gespräch mit Patrick Rohr (Moderator)



Stabübergabe: SVC Regionenleiter Espace Mittelland und Jury-Mitglied Reto Portmann erhält den «Stab» von SVC Regionenleiter (2017–2022) Roland Schaller



Preisstifter Innovationspreis: Christian Jordi, Generalagent (die Mobiliar) und Sieger des Innovationspreis Thomas Grünig (Grünig & Partner AG)



Bühnenbild mit Finalisten-Unternehmen und SVC-Organisation

Prix SVC Espace Mittelland

Das kleine Geheimnis der Schweizer Restaurants

Diplomrang Wie kann ein Lokal ein Dutzend Gerichte anbieten? Das hat auch mit den Maschinen der Firma Hugentobler in Schönbühl zu tun.

Adrian Hopf-Sulc

«Hier, probieren Sie mal!», sagt Reto Hugentobler und streckt dem Besucher ein Tellerchen mit tiefgefrorenen Trauben hin. «Wenn Sie zu Hause eine Traube einfrieren, bilden sich grosse Eiskristalle. Dann haben Sie einen Eiswürfel – und nach dem Auftauen ist die Traube matschig.»

Doch die Traube von Hugentoblers Tellerchen ist anders, eiskalt zwar, aber in der Konsistenz unverletzt, sie lässt sich gar zerbeißen. Möglich ist das dank der Technik des Schockgefrierens: Die Schockfroster Frigojet der Firma Hugentobler kühlen Lebensmittel innert Minuten auf minus 40 Grad herunter. So entstehen keine grossen Eiskristalle – und es können ganze Früchtekuchen oder belegte Brötchen eingefroren und monatelang haltbar gemacht werden.

Vorbereiten, wenn es regnet

Damit nicht genug: Reto Hugentobler zeigt in der Showküche seines Unternehmens in Schönbühl auch tiefgefrorene Beutel mit Spaghetti carbonara, Thai-Curry mit Reis und al dente gekochtem Risotto. Pasta und Reis werden noch heiss eingefroren,



Diese belegten Brötchen waren tiefgefroren, doch man sieht und schmeckt es nicht: Reto Hugentobler, Chef der Hugentobler Schweizer Kochsysteme am Firmensitz in Schönbühl. Foto: Adrian Moser

was den Garprozess schlagartig stoppt.

Was der Laie hier sieht, kann desillusionierend wirken. Selbst grundlegende Gerichte können in den Restaurantküchen also vorgekocht werden, ohne dass es der Gast anhand von Geschmack oder Konsistenz merken würde. Hugentobler sieht das hingegen durchwegs positiv: «Wir beraten viele Alters- und Gesundheitseinrichtungen. Wir können sie davon überzeugen, dass sie dank unserer Techniken und Prozessen weiterhin selber kochen können, statt das Essen extern einzukaufen.» Mit Heimen und Spitälern erzielt

das Unternehmen rund die Hälfte seines Umsatzes, die andere Hälfte in der Gastronomie.

Bergrestaurants könnten dank dem Schockgefrieren mehr Selbstgemachtes anbieten. So könne die Küchenbrigade Schlechtwettertage etwa dafür nutzen, eine Bolognese zu kochen, Rösti zu raffeln, Schnitzel zu panieren und beides auch bereits anzubraten. «95 Prozent des Angebots eines Restaurants können mit der richtigen Technik vorproduziert und tiefgekühlt werden», sagt Hugentobler. «Wir koppeln die Produktion ab von den Servicezeiten, mit dem Vor-

teil, dass wir so weniger Personal in der Küche benötigen.»

Reto Hugentobler verweist auf den preisgekrönten Berner Pâtissier Rolf Mürner, der seine Pâtisserie für Grossanlässe ebenfalls schockgefriert und dann vor Ort bei Zimmertemperatur auftauen lässt. Mit solchen Beispielen will sich Hugentobler von der Convenience-Food-Industrie abgrenzen, die den Restaurants heutzutage die ganze Palette an vorgekochten und tiefgekühlten Gerichten verkauft.

Bestellung für Anton Mosimann

Die Firma Hugentobler beschäftigt 30 Köchinnen und Köche, die landauf, landab Restaurants, Hotels, Heime und Spitäler besuchen und sie im Umgang mit den haus-eigenen Küchengeräten beraten – und dabei aufzeigen, wie sie ihre Küchenrendite steigern können. Dabei geht es auch um das Starprodukt der Firma, den Hold-o-mat: ein Warmhalte- und Niedergargerät, das aufs Grad genau eingestellt werden kann und das die Speisen weder austrocknet noch zu feucht werden lässt.

«Der Hold-o-mat nimmt den Köchen den Stress weg und macht

die Speisen auch zarter, er ist wie ein Parkhaus fürs Essen.» Vom 1995 lancierten Gerät hat Hugentobler bisher 40 000 Maschinen verkauft – auch an Spitzenköche: «Anton Mosimann haben wir einst 20 Stück davon nach London geliefert», erzählt Hugentobler.

Die Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG wurde 1966 von Vater Fredy Hugentobler gegründet. Zuerst handelte er mit Gastroküchen, in den 80er-Jahren begann er, eigene Geräte zu entwickeln. 2010 übernahm Sohn Reto die Geschäftsleitung des Familienunternehmens.

Führen nach christlichen Werten

Der heute 44-Jährige führt die Firma wie bereits sein Vater nach christlichen Grundsätzen. Was bedeutet das im Alltag? «Es geht um Werte wie Ehrlichkeit, Liebe, Wertschätzung und Vertrauen.» Es bedeute etwa auch, dass man nicht hinter dem Rücken anderer schlecht über diese rede. Die Mehrheit der Angestellten seien wohl nicht gläubig, sagt Hugentobler. Im Firmengebäude hängt kein Kreuz, «aber Gottes Segen wünsche ich allen Mitarbeitenden an der Weihnachtsfeier».

Die Corona-Krise hat das Unternehmen mit seinen 120 Angestellten gut überstanden. Das vergangene Jahr sei eines der besten der Firmengeschichte gewesen. «Die Preise von Küchengeräten sind zwar unter Druck gekommen, aber da wir unseren Kunden zu höheren Renditen verhelfen, müssen wir uns nicht an jedem Preiskampf beteiligen», so Hugentobler. Die Firma bietet ihren Kunden auch eine Reihe von Dienstleistungen an: Neben dem Küchen-Coaching übernimmt Hugentobler auch Planung und Montage der Kücheneinrichtungen und vergibt den Lokalen beim Kauf der Geräte sogar selbst Kredite.

Die meisten seiner Produkte lässt Hugentobler bei anderen Schweizer Unternehmen fertigen. Selbst stellt die Firma in Schönbühl ihren Induktionsherd her: ein Koloss mit drei Lagen Stahl und Alu, damit sich in den 25 bis 30 Betriebsjahren nichts verbiegt. «Wir machen den Grossteil unseres Umsatzes in der Schweiz, doch unseren Herd verkaufen wir etwa auch nach Deutschland, zum Beispiel in den Hofbräukeller in München», sagt Reto Hugentobler stolz.

ANZEIGEN

WENGERPLATTNER

RECHTSANWÄLTE

BASEL | ZÜRICH | BERN

Erfahren.
Kompetent.
Lösungsorientiert.

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

Wir bieten spannende Perspektiven.
Bewirb dich jetzt bei uns.

Die Cendres+Métaux Gruppe, mit Hauptsitz in Biel, besteht seit über 135 Jahren und lebt von 500 Mitarbeitenden mit einem breiten Spektrum an Erfahrung und fundiertem Know-how. Unsere Kernkompetenzen sind die mikromechanische Herstellung von hochwertigen Halbzeugen und Fertigprodukten sowie das Recycling von Edelmetallen. Als ambitionierter Auftragsfertiger in den Bereichen Luxury+Industry und Medtech setzen wir uns gemeinsam mit unseren Partnern für passende Lösungen ein, die Mehrwert schaffen – mit Respekt und Achtsamkeit gegenüber unseren Mitmenschen und der Umwelt.

**CENDRES+
MÉTALUX**

Cendres+Métaux
Rue de Boujean 122
CH-2501 Biel/Bienne

Phone +41 58 360 24 77
www.cmsa.ch
hr@cmsa.ch

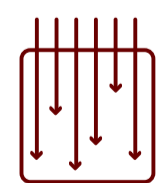
ICT System-Engineer

(w/m/d) 80–100%



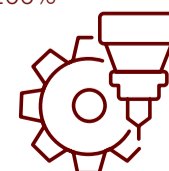
Galvaniker

(w/m/d) 100%



CNC Mechaniker im Fräsbereich

(w/m/d) 100%



und viele andere auf cmsa.ch



Der Schattenspender

Diplomrang Sonnenstoren werden fürs Gebäudeklima immer wichtiger. Kästli & Co. aus Belp ist Marktführer bei Spezialanfertigungen.

Rahel Guggisberg

Das Hotel Bellevue in Bern, das Zürcher Grand Hotel Dolder, das gläserne Laborgebäude von Roche in Basel und das Bundeshaus haben etwas gemeinsam: An allen sind Storen des Familienunternehmens Kästli & Co. montiert. Das Unternehmen mit Sitz in Belp hat sich einen Namen gemacht mit dem Entwickeln von unkonventionellen Ideen für Storen.

«Wir werden immer wieder von Stararchitekten kontaktiert, die ihre Visionen an uns herantragen und suchen dann Lösungen», sagt Marc Kästli, Chef des gleichnamigen Familienunternehmens. Kooperationen gab es auch mit berühmten Architekten wie Norman Foster oder Herzog und de Meuron. Für solche Spezialaufträge ist Kästli & Co. überregional tätig. Im Grossraum Bern bietet das Unternehmen aber den Kundinnen und Kunden auch herkömmliche Storen an.

Und Kästli & Co. produziert noch selbst, mit eigener Manufaktur und Näherei in Belp. Massschneidern lautet denn auch das Erfolgsrezept im Kampf gegen Massenware aus dem Ausland. «In unseren Produkten steckt viel

Handarbeit», sagt Kästli. Er befindet sich gerade in der Stoffabteilung und zeigt die Produkte. Man sei zudem einer der wenigen Hersteller, die noch mit Stahl arbeiten. So können die Gestänge filigraner und besser auf Kundenwunsch geformt werden.

Individuelle Problemlöser

«Die Beschattung ist heutzutage ein architektonisches Gestaltungselement, die Anforderungen an solche Aufträge sind hoch», sagt Kästli. Die Strategie des Unternehmens ist die Produktion von Spezialstoren für Hotels, Schulen, Wohn- und Bürobauten sowie von Storen für grosse Flächen von über 300 Quadratmetern, wie sie etwa von Restaurants benötigt werden. Auch auf die Anforderungen der Denkmalpflege ist es spezialisiert.

«Wir sind individuelle Problemlöser für die Beschattung und in einer Nische, wo es kaum Konkurrenz gibt», sagt Kästli. Mit dem 86-jährigen Know-how, dem hohem Grad an Innovation und Individualität am Objekt habe sich das Unternehmen eine Position erarbeitet, die sich von den Mitbewerbern unterscheidet. Den Grossteil des Umsatzes er-

zielt das Unternehmen mit Büro- und Gewerbebauten, Schulen, denkmalgeschützten Gebäuden und Hotellerie-Gastronomie.

Viele moderne Gebäude bestehen heute in grossen Teilen aus Glas. Das kommt dem Berner Unternehmen entgegen. Je mehr Glas ein Gebäude hat, desto schwerer ist es, das Klima im Gebäude konstant zu halten. Gemäss Schweizer Baunormen dürfen nicht mehr als 15 Prozent Sonnenenergie in die Gebäude strahlen, wenn die Räume klimatisiert werden sollen.

Pandemie bremste Nachschub

Während die Nachfrage nach Sonnenstoren von der Klimaerwärmung angetrieben wird, bremste die Pandemie den Nachschub: Es gab Lieferverzögerungen, Engpässe bei Storen, Stoffen und Systemen und massive Preiserhöhungen bis zu 15 Prozent. Kästli & Co. kam aber ohne Staatsgelder durch die Krise, sie mussten auch keine Kurzarbeit verhängen, denn die Auftragsbücher waren voll.

«Betrieblich hat uns die Pandemie nicht geschadet. Allerdings sind die vielen krankheitsbedingten Ausfälle und die massiv



Storen sind für Geschäftsführer Marc Kästli ein dominierendes Element der Häuserfassade. Individuelle Architektur erfordere individuelle Sonnenstoren. Foto: Raphael Moser

gestörten Lieferketten für das Management und die Kundenkommunikation eine Herausforderung», sagt Marc Kästli. Noch immer seien die Lieferketten unberechenbar und verzögert, die

Einkaufspreise erratisch. Vorausschauende Planung bleibe wichtig und anspruchsvoll.

Das Familienunternehmen, das heute 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, wur-

de 1937 von Kästlis Urgrossvater und Grossvater – beide hiessen Hermann mit Vornamen – gemeinsam gegründet. Dann übernahm Heinz Kästli das Unternehmen. Sein Sohn Marc Kästli ist seit 2003 Geschäftsführer in der vierten Generation.

Ende 2008 zog das Unternehmen vom Sitz im Stadtberner Galgenfeld in die Industriezone in Belp. Der Hintergrund des Umzugs: In Bern lief der Baurechtsvertrag mit der Burgergemeinde aus, und der Verbleib in Bern hätte wesentlich mehr gekostet. Zudem musste die Firma am Berner Standort auf mehreren Etagen produzieren, was den Arbeitsablauf komplizierte.

Marc Kästli ist stolz darauf, ein Familienunternehmen zu führen, und sagt: «Intuitiv war für mich von Kindesbeinen an klar, dass ich das Unternehmen einmal übernehmen werde.» Der studierte Ökonom arbeitete erst beim Berner Konsumgüterkonzern Valora und war danach in diversen Positionen für den Bierbrauer Heineken Schweiz tätig. Es mache ihn glücklich, an ästhetischen Gebäuden mit seinem Team einen Fussabdruck zu hinterlassen, sagt Kästli.

ANZEIGEN

VERÄNDERUNG ist unser Kerngeschäft. Als **FACILITATOR:INNEN** wissen wir, dass Veränderung Loslassen braucht und zwar von Gewohnheiten und Alt hergebrachtem. Und dass der stimmige Abschied vom Alten entscheidend ist.

Als Facilitator:innen schaffen wir den Raum dafür. Und einzigartig für die Schweiz: Wir tun dies als Certified Professional Facilitator.

Dabei machen wir Veränderung mit Händen greifbar, bunt und vielfältig mit **LEGO SERIOUS PLAY**. Und erfahrbar mit allen Sinnen, wenn wir in und mit der **NATUR** und im Wald neue Wege aufzeigen, wie sich Führungskräfte mit ihrem Tun und ihrer Haltung auseinandersetzen.

Mit viel **KREATIVITÄT** holen wir kleine Gruppen, Teams und Unternehmen in Workshops, Retreats, unseren Trainings und Prozessbegleitungen ab.

Um bereit zu sein für jede Form von Veränderung. Im Hier und Heute.

Kontakt: info@visualdynamics.ch
www.visualdynamics.ch



Kommunikation Mensch zu Mensch

Rund 300 Spezialistinnen und Spezialisten arbeiten bei Stämpfli täglich an ihrem Kommunikationserfolg. Ganzheitlich, fokussiert und umsetzungsstark.



staempfli.com



Stämpfli
Kommunikation

Prix SVC Espace Mittelland

Seine Zahnimplantat-Systeme halten ein Leben lang

Diplomrang Livio Marzo ist mit 22 Jahren Produktionsleiter geworden. Sein Unternehmen Thommen Medical ist in Grenchen mit einem simplen Prinzip erfolgreich.

Julian Witschi

Mitten in der Pandemie hat Thommen Medical den Produktionsstandort ausgebaut. Der Patron des Grenchner Zahnimplantat-Herstellers, Livio Marzo, ist stolz darauf. Vom modernen Lager über die Produktion mit den neuesten Drehmaschinen bis zum Versand laufe alles in einer Richtung, der ganze Workflow. «So werden wir nochmals effizienter.»

Für 12 Millionen Franken baute Thommen Medical den Sitz aus und investierte in neue Technologie. Die Produktion im Neubau startete Ende Februar 2022. Die Firma untermauerte damit ihren Anspruch, weltweite Technologieführerin bei Zahnimplantat-Systemen zu sein.

Im Schnitt stieg der Umsatz seit 2002 um durchschnittlich 18 Prozent pro Jahr. 2020 gab es einen Rückschlag: Wegen Corona waren Zahnarztpraxen wochenlang geschlossen, nur Notfälle durften behandelt werden. 2021 folgte dafür ein Rekordjahr. Daran konnte letztes Jahr angeknüpft werden, dank der breiten Diversifikation im Vertrieb der Produkte, wie Marzo sagt.



Livio Marzo vor einer Langdrehmaschine: Thommen Medical investierte Millionen in ein neues Gebäude und neue Technologie. Foto: Raphael Moser

Thommen Medical ist erfolgreich als Nischenplayer im weltweit umkämpften Markt. Mit ihren 115 Mitarbeitenden macht die Gruppe seit dem Ausbau noch mehr selber «inhouse». Von der Forschung bis hin zur Verpackung.

Vergrössert wurde auch die Logistik. «So waren wir in der Pandemie besser abgesichert und bleiben auch im Aufschwung lieferbereit», sagt Marzo. «Denn in solchen Phasen sinken die Termintreue und die Qualität von

Lieferanten, während die Preise steigen», sagt der 47-jährige.

Der Neubau bietet Platz für circa 70 Arbeitsplätze. Einen Teil bezogen Angestellte aus dem 2006 gebauten Hauptsitz der Firma. Im Rahmen der Mittelfristplanung sollen auch 20 bis 30 neue Stellen geschaffen werden.

Nicht wie bei Apple

Die Basis der Technologie ist aus dem Unternehmen Mathys hervorgegangen, das auf Hüft-,

Knie- und Schulterimplantate spezialisiert ist. Beim Prinzip geht das Unternehmen ziemlich umgekehrt vor im Vergleich zu Konzernen wie etwa Apple: Bei diesem werden zum Beispiel Stecker regelmässig geändert, sodass man alles Zubehör immer wieder neu kaufen muss.

Thommen Medical dagegen hat das Verbindungsstück seiner Implantate seit fast vier Jahrzehnten unverändert gelassen. «Zahnimplantate sind keine Ware, die man schnell beim Detailhändler kauft. Sondern es ist ein invasiver Prozess, bei dem eine Operation nötig ist», hält Livio Marzo fest.

Seine Ingenieure entwerfen deshalb nichts, was nicht rückwärtskompatibel ist. Das heisst, neue Teile passen immer auch auf die alten. So muss man nicht gleich das eingeheilte Knochenimplantat operativ auswechseln lassen, wenn mal die Krone ersetzt werden muss.

Massiv weniger Problemfälle

Ein weiterer Erfolgsfaktor: Mit einem speziellen Verfahren raut Thommen Medical die Oberfläche der aus reinem Titan gefertigten Implantate auf. Mit einer patentierten Technologie wirkt sie wie ein Schwamm. Im Fachjargon heisst das superhydrophil: Das Implantat saugt quasi Blut an, und der Knochen wächst besser ans Implantat. So hält es besser und länger. Die Implantate werden denn auch mit einer lebenslangen Garantie verkauft.

Das System benötigt nur einen einzigen Schraubendreher. «Unser Chirurgie-Kit hat Platz auf einem A4-Blatt. Bei anderen Anbietern müssen die Zahnärzte ein grosses Lager an verschiedenen Instrumenten anlegen.»

Im neuen Gebäude wurden Trainingsplätze eingerichtet für die Ausbildung von Kunden, sprich für Zahnärztinnen und Zahn-techniker. Hinzu kommen eine Kantine und ein Fitnessraum. Livio Marzo denkt dabei zurück an seinen Start, als er sich neben der vielen Arbeit auch nach körperlicher Bewegung sehnte.

Hoffnungsträger des Grossvaters

Es sei ein Privileg gewesen, mit 22 Jahren diese Chance zu bekommen: Livio Marzos Mutter ist eine Tochter von Firmengründer

Robert Mathys senior. Sein Grossvater holte ihn in die Produktion der Dentalprodukte, weil die Firma Mathys diesen Bereich nicht weiterführen wollte.

Seinen Grossvater habe er damals gefragt, was er als Leiter von Produktion und Logistik tun müsse: «Das Wichtigste ist: Du musst entscheiden», habe er ihm geraten. Sehr wichtig sei für ihn, dass er Feinmechaniker gelernt und Maschinenbau studiert habe. «Ich kann die Maschinen heute noch bedienen, das hilft mir.» Dieses Fachwissen sei immer ein riesiger Vorteil gewesen, wenn er mit Entwicklern oder Anwendern über technische Möglichkeiten gesprochen habe.

Mittlerweile ist Marzo mit seiner Familie Mehrheitsaktionär, Verwaltungsrat und Chef von Thommen Medical. Und er war bis August 2021 Verwaltungsratspräsident von Mathys. Er prägte also auch die Geschichte des Unternehmens, das sein Grossvater aufgebaut hat. Dessen Erfolgsgeschichte geht auf die Zusammenarbeit mit dem Knochenchirurgen Maurice E. Müller zurück – dem späteren Stifter des Zentrums Paul Klee.

ANZEIGE

KMUStorys – Nik und die grossen Geschichten der kleinen und mittleren Unternehmen.

SVC+
WIR INSPIRIEREN KMU



Jetzt Reinhören!

Der SVC Podcast «KMUStorys» - jeden Monat mit spannenden Persönlichkeiten. Welches sind die Erfolgsrezepte von Schweizer Unternehmerinnen und Unternehmern wie Willy Michel (Techpharma AG & Ypsomed Gruppe), Pascale Bruderer (Crossiety AG), Sunnie J. Groeneveld (Inspire 925), André Lüthi (Globetrotter), Peter Spuhler (Stadler Rail) und vielen mehr? Lassen Sie sich inspirieren von ihren Tipps und Inputs rund um Führung, Innovation und Nachfolgeplanung.



Follow us!



«Wir wollen KMU in der Schweiz inspirieren und ihnen eine Plattform bieten»

Neue Leitung Anfang Jahr hat Reto Portmann von Roland Schaller die Leitung des Espace Mittelland übernommen. Er erlebt vorwiegend optimistisch gestimmte KMU, auch wenn Fachkräftemangel, Lieferkettenprobleme, der starke Schweizer Franken und die Inflation vielen zu schaffen machen.

Reto Portmann, Sie sind seit Anfang Jahr SVC Regionenleiter Espace Mittelland. Was reizt Sie an diesem Ehrenamt?

Es ist ein Privileg in dieser Rolle innovative Firmen im Espace Mittelland zu besuchen und einen vertieften Einblick in deren Geschäftsmodelle und Erfolgsgeschichten zu erhalten. Ausserdem bietet der SVC eine hervorragende Plattform, um sich mit spannenden Persönlichkeiten zu vernetzen und auszutauschen.

Hat Ihnen Ihr Vorgänger Roland Schaller Tipps mit auf den Weg gegeben?

Der SVC ist nicht neu für mich. Ich bin seit vielen Jahren ein überzeugtes SVC Mitglied und habe in der Vergangenheit an vielen SVC Veranstaltungen teilgenommen. Aber einen Tipp gegen das Lampenfieber als Gastgeber vor 1400 Zuschauern habe ich bei Roland Schaller schon noch abgeholt...

Wie haben Sie die ersten Monate im Amt erlebt?

Die vielen positiven Reaktionen zeigen mir, wie beliebt der SVC bei unseren Unternehmerinnen und Unternehmern im Mittelland ist und welchen Stellenwert er geniesst. Die ersten Monate waren natürlich von den Vorbereitungen für den Prix SVC Espace Mittelland 2023 geprägt und daher auch entsprechend intensiv.

Beruflich sind Sie Leiter Firmenkunden Region Mittelland bei der Credit Suisse. Wo drückt die KMU der Region der Schuh?

Auch die Unternehmen im Mittelland kämpfen mit den bekannten Themen wie Fachkräftemangel, Lieferkettenproblemen, starker Schweizer Franken sowie Inflation. Insgesamt ist die Stimmung bei den Firmen aber weiterhin recht optimistisch und die Auftragsbücher sind gut gefüllt. Ich bin immer wieder beeindruckt, wie die Schweizer Firmenlandschaft die vielen Herausforderungen der



Trotz Herausforderungen wie zum Beispiel Fachkräftemangel bleiben Schweizer Firmen optimistisch. Bild: Adobe Stock

letzten Jahre erfolgreich meistern konnte. Innovationsgeist und Anpassungsfähigkeit, aber auch gute Rahmenbedingungen, sind sicherlich ein wichtiger Bestandteil dieser Erfolgsgeschichte.

Wie hat die Pandemie die KMU-Landschaft im Espace Mittelland verändert? Hatte diese Krise auch ihr Gutes?

Für viele Branchen war die Pandemie eine enorme Herausforderung, insbesondere in der Gastronomie und im Tourismus, aber natürlich auch im Detailhandel sowie vor allem auch im Gesundheitswesen. Alles Bereiche, welche im Mittelland stark vertreten sind. Durch ein entschlossenes Handeln – insbesondere bei Covid-Finanzierungen, Härtefallentschädigungen und Unterstützungspro-

grammen – haben Bund und Kantone – unter anderem auch in Zusammenarbeit mit Banken – schnell und unbürokratisch geholfen, was die Firmen enorm unterstützt hat. Die langfristigen Auswirkungen der Pandemie sind allerdings noch schwierig abzuschätzen. In gewissen Branchen hat sie den Strukturwandel sicherlich beschleunigt, insbesondere im Gastgewerbe, wo das Angebot – nach einigen Schliessungen und durch veränderte Öffnungszeiten – doch deutlich kleiner geworden ist. Auch der Fachkräftemangel, vor allem im Gesundheitswesen, aber auch in anderen Wirtschaftsbereichen, wurde durch Corona nochmals verschärft. Auf der anderen Seite beschleunigte die Pandemie die Digitalisierung und unsere Arbeitsmodelle mussten

diesen Gegebenheiten rasch angepasst werden.

Was sind aktuell die grössten Herausforderungen für die KMU im Espace Mittelland?

Aus meiner Sicht ist es mittelfristig schon der Fachkräftemangel, der die KMU am stärksten beschäftigt wird. Die Baby-Boomer-Generation ist bereits oder geht in den nächsten Jahren in den Ruhestand, im Gegenzug fehlt es an Nachwuchskräften auf dem Arbeitsmarkt. Deshalb muss die Berufsbildung, auch in den Unternehmen, möglichst attraktiv bleiben. Schulen und Ausbildungsinstitute sind ebenso gefordert, passende Angebote zu bieten und genügend Fachkräfte auszubilden.

Wie beurteilen Sie die Rahmenbedingungen für die KMU im Espace Mittelland?

Der Espace Mittelland bietet eine hervorragende Lebensqualität. Etwas Sorge bereiten mir die hohe Steuerlast im schweizweiten Vergleich und die zunehmende Bürokratie. Ausserdem sind regionenunabhängig wichtige institutionelle Fragen mit der Europäischen Union offen. Unsere Wirtschaft braucht stabile und gute Rahmenbedingungen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Der Trend diesbezüglich war in den letzten Jahren, auch im Espace Mittelland, besorgniserregend.

Was sind aktuell die wichtigsten Anliegen des SVC? Wie arbeiten Sie an deren Umsetzung?

Wir wollen die KMU der Schweiz inspirieren und ihnen eine Plattform bieten. Einerseits natürlich durch unsere Prix SVC Veranstaltungen, andererseits auch mit weiteren Formaten wie zum Beispiel unserem spannenden SVC-Podcast, tollen Mitgliederangeboten sowie Kooperationen mit unseren Partnern und Sponsoren.

Wir wollen den Bekanntheitsgrad des SVC weiter erhöhen. Erfreulich ist, dass wir unsere Reichweite via LinkedIn, die Zahl der Newsletter-Abonnenten und auch die Mitgliedschaften nach der Pandemie deutlich steigern konnten. Dies zeigt uns, dass der SVC auf dem richtigen Weg ist.

Was ist die Bedeutung des Prix SVC?

Mit dem Prix SVC fördert der Swiss Venture Club das Unternehmertum in den acht Schweizer Wirtschaftsregionen Espace Mittelland, Genève, Nordschweiz, Ostschweiz, Suisse romande, Svizzera italiana, Wirtschaftsraum Zürich und Zentralschweiz. Im Zweijahrestakt wird der Prix SVC an vorbildliche Unternehmen vergeben. Wir wollen diese erfolgreichen Unternehmen ins Licht der Öffentlichkeit rücken und ihnen die verdiente Aufmerksamkeit verschaffen. In den 21 Jahren unseres Bestehens konnten wir bereits über 400 KMU auszeichnen. Die Hall of Fame findet man übrigens auf unserer Website www.svc.swiss.

Was bringt der Preis den teilnehmenden Firmen, den Finalisten und den Preisträgern?

Nebst der Anerkennung der Öffentlichkeit ist es für die Preisträger eine Bestätigung, als Unternehmerin oder Unternehmer, gemeinsam mit ihren ganzen Teams, vieles richtig gemacht zu haben – sowohl operativ als auch strategisch. Alle Finalisten sind Gewinner und gehören zu den KMU-Leuchttürmen in ihrer jeweiligen Region, was die unabhängige Expertinnen- und Expertenjury mit ihrer Nomination bestätigt hat.

Wissen Sie von früheren Preisträgern, was der Preis ausgelöst hat?

Was ich oft höre, ist die sehr positive Wirkung auf die Mitarbeitenden. Sie sehen sich zurecht bestä-

tigt in ihrer Arbeit und freuen sich über den Erfolg. Oft erleben Preisträger-Unternehmen nach dem Prix auch eine erhöhte Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt, vielleicht auch dank der Präsenz in den Medien. Alle wollen bei einem nachweislich erfolgreichen KMU tätig sein. Auch wird auch die branchenübergreifende Vernetzung untereinander von den Preisträgerinnen und Preisträgern sehr geschätzt.

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

Das Finalistenfeld ist wie immer branchenmässig sehr breit aufgestellt und deckt auch geografisch fast unser ganzes Einzugsgebiet ab. Eindrücklich finde ich, dass alle sechs Unternehmen in ihrem Markt, von lokal bis weltweit, eine sehr starke Marktstellung innehaben. Das Streben nach Innovation ist bei allen Finalisten ebenso ersichtlich wie ein aussergewöhnlich positiver Team-Spirit. (red)



Zur Person

Seit 1. Januar 2023 ist Reto Portmann SVC Regionenleiter Espace Mittelland und OK-Präsident des Prix SVC Espace Mittelland. Hauptberuflich arbeitet der bald 45-Jährige seit über 20 Jahren bei der Credit Suisse und leitet das Firmenkundengeschäft in der Region Mittelland.

ANZEIGE

Langanhaltende Frische für Textilien.
Sanitized® Produkte veredeln Textilien gegen Gerüche & Mikroben. Am ausgerüsteten Artikel macht die Marke Sanitized® den unsichtbaren Mehrwert sichtbar.








Denken Sie hier an eine Lederjacke? Warum nicht.

Apfelschalen lassen sich schon heute
zu lederähnlichem Material verarbeiten.
Unternehmer:innen denken weiter.
Und wir gehen mit.

credit-suisse.com/unternehmer

Premium
Gold Partner
des SVC