

# Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Sonderausgabe  
Schweiz

ePaper

01/2016

# Entdecken Sie die Möglichkeiten des interaktiven ePapers von Wirtschaftsforum

## IHR UNTERNEHMEN ODER IHRE LEISTUNGEN IM ePAPER

**Rufen Sie uns an!**  
**0049 5971 92164-0**



### Wirtschaftsforum ePaper

Die digitale Ausgabe von Wirtschaftsforum – exklusive Inhalte immer verfügbar. Ganz gleich, ob es sich um eine reguläre Ausgabe oder ein Themenspezial handelt. Nutzen Sie die erweiterten Funktionen der digitalen Ausgabe wie den direkten Link zu den Unternehmen oder die integrierte Email-Funktion.

Wirtschaftsforum:

## NAVIGATION

Sie finden die Navigationsleiste am Ende jeder Seite im ePaper. Die einzelnen Symbole ermöglichen Ihnen eine komfortable Steuerung.

- « -> Erste Seite
- < -> Vorherige Seite
- ✉ -> Mitteilen
- 🔍 -> Suche
- 🔍 -> Zoom
- > -> Nächste Seite
- » -> Letzte Seite



**UNSER INTERAKTIVES EPAPER AUF**  
**[www.wirtschaftsforum.de/epaper](http://www.wirtschaftsforum.de/epaper)**



Klick zum Vergrößern



Die Bildergalerie beginnt automatisch. Um einzelne Bilder zu vergrößern, klicken Sie auf das entsprechende Bild.



Mit Klick auf die Abspieltaste starten Sie die Wiedergabe von Videos.

# INHALTSVERZEICHNIS

## ENERGIE, TECHNIK UND -VERSORGER

### LEM Switzerland SA

Nach Schweizer Standard

### Fernwärme Visp AG (FWV) c/o EnAlpin AG

Begehrte Fernwärme

## ELEKTROTECHNIK

### DYCONEX AG

Starke Verbindungen mit höchster Zuverlässigkeit

## MESS- UND REGELTECHNIK

### Sontex SA

Innovative Messsysteme

## UMWELTTECHNIK UND RECYCLING

### Paprec Schweiz

Vernichtung und Verwertung

## DIENSTLEISTUNG

### Securitas Direct AG

Mit einem guten Gefühl auf der sicheren Seite

## HANDEL

### aaa-ha shopfittings AG

4 Optimal präsentiert 12

### Jumbo-Markt AG

6 Der Baumarkt für echte Heimwerker 14

## BAHNWESEN

### Thurbo AG

7 Regionale Mobilität in der Ostschweiz 16

## GESUNDHEIT, MEDIZIN, PHARMAZIE

### COLTENE Holding AG

8 Aus drei mach eins:  
Erfahrung und Kompetenz 18

10

11

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

### Redaktion:

Sassestraße 14, 48431 Rheine

Bundesrepublik Deutschland

Tel.: +49 5971 92164-0, Fax: +49 5971 92164-838

info@wirtschaftsforum.de, www.wirtschaftsforum.de

### Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann



# Nach Schweizer Standard

Strom ist für uns so selbstverständlich, dass es leicht ist, zu vergessen, wie viele Aspekte tatsächlich beim korrekten Gebrauch zu beachten sind. Es muss immer eine perfekte Balance gehalten werden. Deswegen hat sich die LEM Switzerland SA auf Messgeräte und Komponenten für unterschiedliche Industriebereiche spezialisiert. Von der isolierten Strommessung bis hin zum Stromwandler für das Batteriemanagement – ihre Geräte werden auf der ganzen Welt angewendet. Denn die Firma bietet höchste Qualität zu günstigen Preisen.

Seit über 40 Jahren stellt LEM Technologie für Strom her. Angefangen hat das 1972 gegründete Unternehmen mit der Produktion von Stromwandlern für Busse und Züge. „Wir haben langsam unsere Kompetenz erweitert und kleine Gesellschaften hinzugekauft“, erläutert CFO Andrea Borla. „In den vergangenen zehn Jahren hat sich der Betrieb erst richtig entwickelt.“

Heute ist die Gesellschaft mit 850 Millionen CHF an der Züricher Börse dotiert. „Wir haben eine gesunde Bilanz“, betont Andrea Borla. „Ohne Fremdkapital, mit einer attraktiven Dividendenpolitik.“ Der Hauptsitz der Schweizer Firma ist in der Nähe von Genf, aber 99% des Umsatzes von 258 Millionen CHF werden außerhalb der Schweiz erwirtschaftet.

## PREISWERTE QUALITÄT

Diese Zahlen sind umso beeindruckender, wenn man bedenkt, dass die Firma in einer Währung handelt, die sich in den letzten

Jahren um über 50% verteuert hat. „Der starke Schweizer Franken ist eine große Herausforderung“, meint Andrea Borla. „Um dem entgegenzuwirken, fokussieren sich unsere Aktivitäten in der Schweiz auf eine hohe Wertschöpfung. Wir arbeiten in Genf vorrangig an Forschung und Entwicklung, um konstant Innovationen zu liefern. Wir geben das Tempo in der Industrie an.“ Während sich Genf auf diesen Bereich konzentriert, findet das Gros der eigentlichen Produktion an zwei weiteren Standorten statt. Die 2009 eröffnete Fabrik in Peking stellt zwei Drittel der Waren her. Eine weitere Produktionsstätte befindet sich in Bulgarien, wo

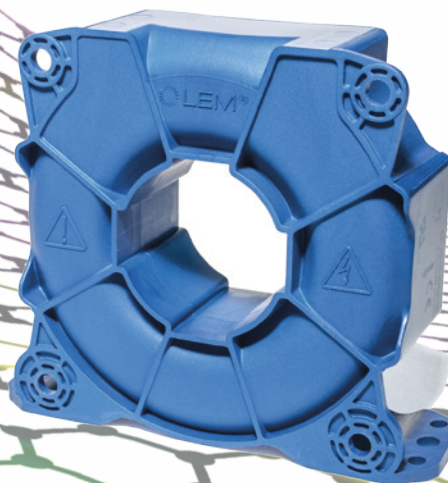
2013 der neueste Standort eröffnet wurde. Weltweit sind 1.300 Mitarbeiter für LEM tätig, davon 200 in

”

Wir sind stolz darauf,  
federführend  
an Innovationen  
zu arbeiten.

“

Genf. „Die Produktion erfolgt in Low-Cost-Countries, jedoch mit hoher Qualität und unter ständiger Kontrolle“, garantiert Andrea Borla. „Durch die ausgelagerte Produktion können wir innovative Produkte in hoher Qualität zu einem wettbewerbsfähigen Preisniveau anbieten.“



Die LF-Serie kann Strommessungen von 100 bis 2.000 Amper durchführen



Der Hauptsitz der Firma ist in der Nähe von Genf



In der Schweiz liegt der Fokus auf Forschung und Entwicklung

## NAHE AM KUNDEN

Bei den Produkten handelt es sich um Messgeräte und Komponenten, die vor allem im Bereich Automotive, in Produkten für das Antriebs- und Schweißgeschäft sowie im Bereich der erneuerbaren Energie benötigt werden. Zu den Kunden zählen Großkonzerne, aber auch kleinere Betriebe. „Vor allem in China ist der Bedarf für unsere Produkte sehr hoch“, verrät Andrea Borla. „Elektrische Autos werden in China aufgrund der hohen Luftverschmutzung schon jetzt fokussiert.“ Generell wird aber in die ganzen Welt verkauft. Dabei setzt LEM auf Kundennähe. „Für den Vertrieb haben wir Niederlassungen in China, Japan, Indien, Südkorea, in den großen Ländern Europas sowie den größeren Städ-

ten der USA“, zählt Andrea Borla auf. „Wir haben eine gute Marktexpertise und sind sehr präsent bei den Kunden, zu denen wir langjährige Beziehungen pflegen. Zufriedene Kunden sind immer die beste Werbung.“ Aber auch Messen sind ein guter Ort, um neue Kontakte zu knüpfen. Dieses Jahr hat LEM bereits auf der E-world in Essen ausgestellt, nun stehen im April die Techno-Frontier in Tokyo, im Mai die PCIM in Nürnberg, die SMART Automation in Wien und die ERESS Forum 2016 in Madrid sowie im September die InnoTrans 2016 in Berlin auf dem Programm.

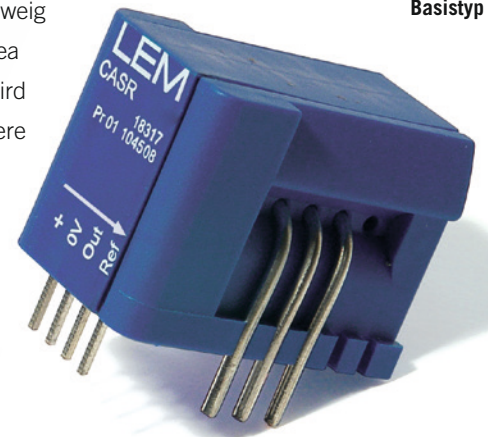
## EIN MARKT MIT ZUKUNFT

LEM ist keine Firma, die sich auf dem Erreichten ausruht. Die bestehenden Produkte werden

konstant weiterentwickelt und verbessert. „Wir investieren aber auch in neue Bereiche“, verrät Andrea Borla, „und entwickeln neue Trends, um im Bereich Innovation weiterhin führend zu bleiben.“ Dabei arbeitet das Unternehmen eng mit seinen Kunden zusammen, entwickelt gemeinsam mit ihnen neue Lösungen, um ihre Bedürfnisse befriedigen zu können. „Es ist ein Industriezweig mit Zukunft“, meint Andrea Borla. „Energieeffizienz wird immer wichtiger und unsere Produkte helfen, noch effizienter zu werden.“ Zudem gibt es Pläne, den Footprint zu

erweitern. „Wir blicken zuversichtlich in die Zukunft“, versichert Andrea Borla. „Denn wir sind ein gesundes Unternehmen in einer zukunftsorientierten Industrie. Wir wollen mit dem Markt weiter wachsen und weitere Marktanteile gewinnen.“

**Bei den CAS, CASR und CKSR-Produkten bietet die Firma vier Modelle für jeden Basistyp**



” Wir sind klarer Marktführer in unserem Segment.

“

LEM Switzerland SA  
Chemin des Aulx 8  
1228 Plan-les-Ouates  
Schweiz

☎ +41 22 7061111

☎ +41 22 7949478

✉ info@lem.com

🌐 www.lem.com/hq/de

# Begehrte Fernwärme



Das wünscht sich jedes Unternehmen. Weil die Nachfrage so gross ist und die Kapazitäten fast ausgeschöpft sind, spielen Marketing und Werbung bei der Fernwärme Visp AG (FWV), deren operatives Geschäft bei der EnAlpin AG angesiedelt ist, kaum eine Rolle. Die schweizerische Firma mit Sitz in Visp (im Kanton Wallis) beschränkt sich daher zur Aussendarstellung auf allgemeine Informationen und News zur Imagepflege.

Fernwärme Visp AG  
(FWV) c/o EnAlpin AG  
Bahnhofplatz 1b  
3930 Visp  
Schweiz

+41 27 9457500

+41 27 9457501

info@enalpin.com

www.enalpin.com



Für die Fernwärme im Einsatz: Verwaltungsrat und Geschäftsführung Fernwärme Visp

Als Betreibergesellschaft für die Fernwärmeversorgung des Ortes beschäftigt die Fernwärme Visp AG (FWV) keine eigenen Mitarbeiter. Die Geschäftsführung liegt daher in den Händen der EnAlpin AG, erforderliche Arbeiten, Wartung und Ähnliches übernehmen externe Firmen. Darüber hinaus bietet die zur EnAlpin gehörende Plattform ordoplus Serviceleistungen für kleinere Energieversorger an, zum Beispiel Buchhaltung und Abrechnungen. „Aktuell sind 142 Objekte in Visp an das Fernwärmenetz angeschlossen“, erläutert Diego Flaviano, Geschäftsführer der Fern-

wärme Visp AG (FWV), „darunter zehn öffentliche Gebäude wie Schulen, Sporthallen und das örtliche Krankenhaus.“ Ansonsten profitieren überwiegend grössere Mehrfamilienhäuser – vereinzelt auch Einfamilienhäuser – von den Vorteilen der Fernwärme.

## KAPAZITÄT FAST ERREICHT

Gegründet wurde die Gesellschaft im Jahr 1988. Anteilseigner sind – je zur Hälfte – die Gemeinde Visp und das Chemie- und Pharmaunternehmen Lonza AG. Der jährliche Umsatz liegt bei 1,8 Millionen

Franken. Die Fernwärme wird als Hochtemperaturnetz mit 75 bis 80 °C betrieben, die Rücklaufemperatur beträgt 35 bis 40 °C und steht mit Niedrigtemperatur eben-

Davon liefert die Fernwärme 22,000 MWh. Mehr als zwei bis drei Neuanschlüsse pro Jahr sind deshalb nicht möglich. Deshalb werden zurzeit weitere Einspeise-

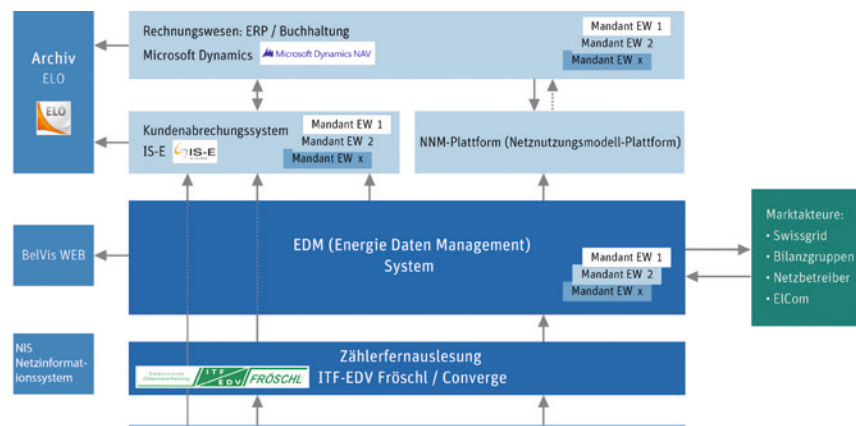
”

Aktuell sind 142 Objekte in Visp an das Fernwärmenetz angeschlossen.

“

falls als Fernwärme zur Verfügung. Das gesamte Versorgungsnetz ist 16 km lang. Mit derzeit 142 Objekten ist die Kapazitätsgrenze fast erreicht. Der Wärmebedarf des Ortes beträgt rund 77,000 MWh jährlich.

quellen geprüft, um auch künftig den Bedarf an Fernwärme decken zu können. Denkbar sind unter anderem Holzschnitzanlagen oder die Wärmegewinnung aus Tunnelwasser. █



Unterstützt und begleitet: ordoplus bietet kleineren Energieversorgern Serviceleistungen an



# Starke Verbindungen mit höchster Zuverlässigkeit

Zum 25-jährigen Jubiläum in diesem Jahr war Gelegenheit, das Erreichte zu feiern und neue Akzente für die Zukunft zu setzen, denn Stillstand gibt es bei der schweizerischen DYCONEX AG nicht. Forschung und konstante Weiterentwicklung der hochkomplexen Leiterplattenproduktion stehen beim Weltmarktführer im Bereich höchstzuverlässiger, elektronischer Verbindungstechnologie eindeutig im Vordergrund. Die Leiterplatten von DYCONEX werden nicht nur immer leistungsfähiger, sondern auch immer kleiner – und somit ideal für Bereiche wie die Medizintechnik.

„Denken Sie an Hörgeräte, Herzschrittmacher, implantierbare Defibrillatoren oder Neurostimulatoren. In diesen medizinischen Geräten finden Sie unsere Komponenten. Das zeigt, wie komplex und miniaturisiert unsere Lösungen sind und eben auch sein müssen“, erklärt Dr. Hubert Zimmermann, CEO des Traditionsunternehmens, das 80 bis 85% seines Umsatzes von 40 Millionen CHF im medizinischen Feld erwirtschaftet. Doch auch andere Schlüsselindustrien wie Sensorik, Luftfahrt, Telekommunikation und industrielle Anwendungen setzen auf Produkte aus Bassersdorf. Hier befindet sich nach dem Umzug vor knapp 15 Jahren der

Unternehmenssitz. Schon vor 50 Jahren fertigte das Vorgängerunternehmen Leiterplatten, doch erst die Verfahren von DYCONEX legten ab 1991 die Grundlage für Produkte, die die Miniaturisierung

gehört DYCONEX zur Micro Systems Technologies Gruppe aus der Schweiz, die Komponenten und Dienstleistungen für medizinische Geräte anbietet, was es dem Unternehmen ermöglicht, sich stärker

den Entwicklungsabteilungen der Kunden.“ Das Unternehmen hat weltweit technologisch die Nase vorn und investiert jährlich eine signifikante Summe in die Weiterentwicklung. Genau diesen Weg möchte DYCONEX auch in Zukunft weiter beschreiten. |

”

Biokompatible Leiterplatten zur weiteren Miniaturisierung von Implantaten sind unsere Vision.

der Endanwendungen erlaubte. „Wir beliefern Kunden, denen gerade diese Miniaturisierung, aber auch Funktionalität, Qualität und Zuverlässigkeit der Produkte am Herzen liegen“, bekräftigt Dr. Hubert Zimmermann. Seit 2008

global zu positionieren. Immerhin 95% der Produkte werden inzwischen in alle Welt exportiert. „Wir stellen ausschließlich kundenspezifische Produkte her“, sagt Dr. Hubert Zimmermann. „Deshalb kommunizieren wir sehr eng mit

“

## DYCONEX AG

Grindelstrasse 40  
8303 Bassersdorf  
Schweiz

☎ +41 43 2661100

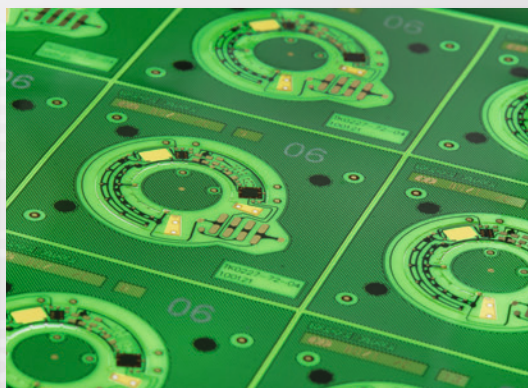
☎ +41 43 2661101

✉ [mail.dyconex@mst.com](mailto:mail.dyconex@mst.com)

🌐 [www.mst.com/dyconex](http://www.mst.com/dyconex)



Die Leiterplattentechnologie von DYCONEX findet sich in Herzschrittmachern



DYCONEX fertigt flexible Leiterplatten für Retina-Implantate



Am Unternehmenssitz in Bassersdorf beschäftigt DYCONEX 180 Mitarbeitende



# Innovative Messsysteme



Die Sontex SA hat ihren Hauptsitz in Sonceboz in der Schweiz

„ Wir passen unsere Produkte stets an die Bedürfnisse unserer Kunden an. “

Die Sontex SA sorgt immer wieder mit neuen Innovation für Aufmerksamkeit: Auf der ISH 2015 hat das Unternehmen zum Beispiel eine neue Software vorgestellt, welche die mobile Datenauslesung entscheidend vereinfacht. 2016 wurde eine neue Familie von Heizkostenverteilern auf den Markt gebracht,

die wesentliche Verbesserungen und eine grössere Auswahl an Einstellungen mit sich bringt. „Wir haben schon immer stark in Innovationen investiert und jedes Jahr neue Produkte auf den Markt gebracht“, sagt Dr. Olivier Carnal, CEO der Sontex SA. „Außerdem konnten wir uns mit der sehr guten Qualität unserer Produkte gut im Markt positionieren.“

## FAST 30 JAHRE ERFAHRUNG

Sontex wurde 1989 in Folge eines Management-Buy-outs der Wärmezählerpartie der Sonceboz SA gegründet. Das Unternehmen startete mit zwölf Personen und hat sich zunächst auf den Bereich der Wärmezähler

konzentriert. Bereits in den 1990er-Jahren kamen die Heizkosten-

Smart Metering, digitale Anwendungen und moderne Funksysteme: Der Markt der Haustechnik und Gebäudeautomation hat sich in den vergangenen Jahren entscheidend weiterentwickelt. Die Sontex SA mit Hauptsitz in Sonceboz in der Schweiz hat mit ihren innovativen Messsystemen einen Teil zu dieser Entwicklung beigetragen und mit ihren Produkten made in Switzerland nicht nur die Schweiz, sondern auch den internationalen Markt erobert.



Das Funkmodul Supercom 581 kann ohne Verletzung der Eichung jederzeit nachgerüstet werden

verteiler hinzu und auch die Funktechnologie wurde im Laufe der Jahre stark ausgebaut. Der Betrieb hat sich kontinuierlich weiterentwickelt und ist vor allem im Zuge der Liberalisierung des Strommarktes in Europa 1998 stark gewachsen. Mittlerweile beschäftigt Sontex etwa 130 Mitarbeiter und realisiert Umsätze zwischen 25 und 40 Millionen EUR im Jahr.

## DREI HAUPTGRUPPEN

Sontex bietet heute vor allem Produkte in den drei Hauptgruppen Wärmezähler, Heizkostenverteiler sowie Funkmodule an. Die Wärmezähler messen sowohl nach mechanischen als auch nach statischen Messprinzipien. Eine Neuheit im Portfolio ist der neue Sontex Kompakt-Wärmezähler Superstatic 789, der aus einem

Faserverbundwerkstoff besteht und durch hohe Messgenauigkeit und Zuverlässigkeit dank des statischen Messprinzips überzeugt. Die Heizkostenverteiler heben sich vor allem durch den Sontex 566 vom Wettbewerb ab. Dieser elektronische Funk-Heizkostenverteiler verfügt über die bidirektionale Sontex-Funktechnologie, durch die der Verteiler nur dann Verbrauchsdaten sendet, wenn er tatsächlich abgefragt wird. Im Vergleich zu den herkömmlichen Funksystemen entstehen dabei keine Belastungen durch dauernde Funksignale. Die Sontex Funkmodule,



Innovation: Der neue Sontex Kompakt-Wärmezähler Superstatic 789



Das Sontex-Team hat maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens beigetragen



zum Beispiel für Wasserzähler oder Elektrizitätszähler, können jederzeit nachgerüstet werden. Die batteriebetriebenen Module erfassen, speichern und übermitteln Verbrauchswerte durch Nah- oder Fernauslesung. „Zusätzlich bieten wir die gesamte Systemtechnik für die mobile oder stationäre Datenerfassung“, ergänzt Dr. Olivier



Bidirektionale Funktechnologie: Der elektronische Funk-Heizkostenverteiler Sontex 566

Carnal. „Unsere Kundenapplikationen ermöglichen außerdem die Übertragung der Daten auf Tablets oder Smartphones. Wir passen unsere Produkte stets an die Bedürfnisse unserer Kunden an. Vor allem Funklösungen werden heute zunehmend von den Kunden nachgefragt.“ Sontex arbeitet unter anderem auch an einer Lösung zur genauen Abrechnung von Energie im Kältebereich sowie an einem Funkmodul, das die Überprüfung von Rauchmeldern ermöglicht.

### INNOVATIVE MESSTECHNIK

‘Your link to innovative metering’ lautet der neue Slogan von Sontex. „Dieser Slogan steht für Kundennähe, Kommunikation, Innovation und die Messung von verschiedenen Parametern der Umgebung“, erläutert Dr. Olivier Carnal. „Unsere Produkte messen

nicht mehr nur Wärme und Kälte, sondern auch Werte in der Luft, zum Beispiel über die



### Sontex SA

Rue de la Gare 27  
2605 Sonceboz  
Schweiz

+41 32 48830-00

+41 32 48830-01

sontex@sontex.ch

www.sontex.ch



Jederzeit nachrüstbar: Das batteriebetriebene Funkmodul Supercom 583 für Wasserzähler

oder Honeywell gehören. Durch ihren lokalen Partner hat Sontex SA in der Schweiz eine marktdominante Stellung. Darüber hinaus ist der Betrieb, der ein Tochterunternehmen in der Nähe von Frankfurt hat, auch in Deutschland, Italien, Österreich, Tschechien und der Slowakei aktiv. Auch England, Spanien, Polen und Frankreich sind wichtige Märkte.

### NEUE STRATEGIE

„In Zukunft wollen wir uns mit unseren Produkten noch besser im europäischen Markt positionieren“,

Rauchmelder- oder Kohlenmonoxid-Funkmodule.“ Sontex bietet sämtliche Lösungen unter einem Dach an und setzt auf die bewährte Schweizer Qualität. Das

„In Zukunft wollen wir uns mit unseren Produkten noch besser im europäischen Markt positionieren.“

wissen die Kunden des Unternehmens zu schätzen, zu denen Energieproduzenten und -distributoren, Abrechnungsdienstleister, Generalunternehmen und Installateure sowie OEMs wie Danfoss

bemerkt der CEO. „Wir haben eine neue Strategie erarbeitet und wollen uns noch stärker über neue Innovationen definieren. Wir haben uns frisch aufgestellt und sind auf gutem Kurs.“



# Vernichtung und Verwertung

Es ist ein Szenario, das in Krimis immer wieder auftaucht: Der Detektiv durchsucht den Müll und findet einen entscheidenden Hinweis. Diese Idee ist nicht aus der Luft gegriffen. Wenn wir uns alter Unterlagen entledigen, werfen wir eigentlich Informationen weg, die jeder auflesen und gegen uns verwenden kann. Deswegen hat die LOTTNER Gruppe 1997 ihr Angebot durch eine Partnerschaft erweitert. Der Schweizer Marktführer im Bereich Entsorgung und Recycling bietet seitdem auch die Vernichtung von Akten und Datenträgern an. Denn was nützt das beste Sicherheitssystem, wenn man seine wichtigsten Daten sorglos aus der Hand gibt?

Gleich zwei Ereignisse werden dieses Jahr bei Paprec Schweiz gefeiert. Zum einen das 120-jährige Bestehen des 1896 in Basel gegründeten Unternehmens, zum anderen das 60-jährige Jubiläum der Zürcher Tochterfirma Lopatex. Zudem ist es nun genau fünf Jahre her, seit der französische Konzern Paprec die Lottner Gruppe im Rahmen einer Nachfolgeregelung übernommen hat. „Paprec ist ein Familienunternehmen mit einem Umsatz von einer Milliarde CHF und 4.000 Mitarbeitern“, erklärt CEO Christophe Gence. „Wir verarbeiten 6 Millionen Tonnen Wertstoffe pro Jahr. Wir sind

keine Entsorgungsfirma, sondern spezialisieren uns auf Recycling sowie Akten- und Datenvernichtung.“ Paprec Schweiz ist sehr regional strukturiert, mit drei Zen-

„  
Die Welt zu schützen  
ist unser Ziel.

„  
tren in Zürich, Basel und Luzern. Ursprünglich war die Firma, für die 150 Mitarbeiter tätig sind, auf Altpapier, Karton und Textilien spezialisiert, nun entwickelt sie sich immer stärker in den Bereichen Kunststoffe, Metalle, Holz,

Grünabfälle und Sperrgut. „Unser Ziel ist es, eine Lösung für Recycling von Rohstoffen in der ganzen Schweiz anbieten zu können“, verrät Christophe Gence. „Wir arbeiten in einem Gebiet, wo wir unsere Welt und deren Ressourcen schonen können. Alles, was wir hier erreichen können, finde ich als Ingenieur sehr aufregend. Wir bewirken etwas.“

## SICHERE ENTSORGUNG

Paprec Schweiz hat nach Basel auch in den Regionen Zürich und Luzern Recyclingparks für Privat- und Gewerbekunden eröffnet. „Ich bin der Meinung, dass die Kunden korrekt recyceln können, wenn sie ein gutes Erlebnis haben“, meint Christophe Gence. „Die Leute müssen Spaß haben. Unser Recyclingpark in Basel hat einen getrennten Privatkundenbereich. Im Prinzip kann man alle wiederverwendbaren Materialien dort recyceln.“ Das Thema Nachhaltigkeit hat auf die Firma einen stetigen Einfluss. „Wir investieren in Hybridfahrzeuge“, zählt Christophe Gence auf. „Und das Thema Informationsvernichtung wird immer

wichtiger. Datenträger, Autokennzeichen, Röntgenbilder, Identitätskarten. Wir bieten drei Technologien an: Behältertausch, lokale Entsorgung mit Pressfahrzeugen oder mobile Schreddergeräte direkt vor der Haustür.“ Wegen der erhöhten Nachfrage will Christophe Gence den Bereich noch weiter verstärken. „Wir sind zwar Marktführer“, meint er. „Der Bedarf liegt aber allgemein hoch, weil die Bevölkerung durch die Nutzung von Social Media erkannt hat, dass man mehr Datenschutz braucht. Wir müssen die Daten und das Geschäft unserer Kunden schützen.“



In Partnerschaft mit der Firma Reisswolf führt Paprec Daten- und Aktenvernichtung in der ganzen Schweiz durch



Paprec Schweiz  
Schlachthofstrasse 18  
4056 Basel  
Schweiz

☎ +41 61 3869666

☎ +41 61 3227705

✉ mail@lottner.ch

🌐 www.paprec.ch



# Mit einem guten Gefühl auf der sicheren Seite

Die Zahl der Einbrüche, insbesondere der Wohnungs- und Hauseinbrüche, ist in den letzten Jahren in vielen europäischen Ländern drastisch gestiegen. Entsprechend haben Sicherheitsbewusstsein und Schutzbedürfnis der Menschen deutlich zugenommen. Gleiches gilt für die Schweiz, die entgegen der vorherrschenden Meinung bezogen auf die Einwohnerzahl Platz 2 im Ranking der Einbrüche innerhalb Europas einnimmt. Die Securitas Direct AG in Lausanne bietet ein umfassendes Dienstleistungsangebot zur Sicherung von Wohnhäusern und kleinen Unternehmen.

Securitas – der römischen Mythologie zufolge verbürgte sie als Göttin der Sicherheit den Schutz und den sicheren Fortbestand des Reiches. In Anlehnung an die Göttin der Antike wurde 1907 das Schweizer Familienunternehmen Securitas gegründet, das zunächst im Bereich Bewachungspersonal tätig war, sein Dienstleistungspektrum aber sukzessive ausbaute und heute mit zahlreichen Tochterunternehmen das größte Sicherheits-Dienstleistungsunternehmen in der Schweiz ist. Securitas Direct wurde 1992 gegründet und ist seitdem eine AG sowie 100%ige Tochter des Schweizer Mutterkonzerns. Das Tochterunternehmen, das bislang ausschließlich in der Schweiz und in Liechtenstein tätig ist, beschäftigt heute 150 Mitarbeiter. 60% der Kunden sind private Hauseigentümer, 40% kleine Unternehmen.

## ALLES AUS EINER HAND

„Mit unserer gesamten Kette an sicherheitstechnischen Dienstleistungen heben wir uns deutlich vom Wettbewerb ab. Dabei



In der Zentrale werden im Bedarfsfall die notwendigen Schritte eingeleitet

verkaufen wir nicht einfach nur Sicherheit; unsere Produkte sind Geborgenheit und Wohlgefühl, unser Ziel ist die Erhöhung der Lebensqualität. Ob Einbruch, Überschwemmung oder sonstige Geschehnisse – der Kunde weiß, dass sein Heim oder Unternehmen bei uns in guten Händen ist“, beschreibt Christian Chenux, CEO von Securitas Direct, den grundlegenden Unternehmensauftrag. Das Leistungsangebot des Unternehmens reicht von der individuellen Beratung und Analyse über die Auswahl der Produkte, Installation und Wartung der entsprechenden Anlagen bis zur Alarmbearbeitung in der firmeneigenen Notrufzentrale und Be-

reitstellung von Personal, das bei Bedarf weitere Schritte veranlasst. „Bei der Produktauswahl liegt derzeit die Videoüberwachung stark im Trend. Hatte man in der Vergangenheit noch große Angst vor einer Verletzung der Privatsphäre, tragen heute moderne Einstellungsparameter, die eine Aufnahme nur im Bedarfsfall initiieren, zu einem verbreiteten Einsatz bei“, so der CEO zum gegenwärtigen Branchentrend.

## POTENZIAL NUTZEN

Christian Chenux, der einen wesentlichen Wettbewerbs- und Entwicklungsvorteil in der Nutzung der Synergien aus dem gesa-

mten Produktportfolio sieht, setzt zukünftig auf eine umfassende Vernetzung in der Überwachungsbranche, die weit über den derzeit gelebten Trend des ‘Smart Home’ hinausgeht. „Wir sehen für uns einen neuen Markt im Bereich der Seniorenpflege und entwickeln bereits entsprechende Module, die den Verbleib der Senioren in ihrer gewohnten häuslichen Umgebung optimal unterstützen“, so der CEO, der, dem Beispiel der Briten folgend, die Möglichkeiten der Videoüberwachung mithilfe zusätzlicher Einstellungsparameter zukünftig in ihrer Gesamtheit nutzen will. |



## Securitas Direct AG

Ch. De Bérée 50  
1010 Lausanne  
Schweiz

☎ +41 0800 808590

☎ +41 21 651 1677

✉ info@securitas-direct.ch

🌐 www.securitas-direct.ch



# Optimal präsentiert

Das Schaffen von positiven Einkaufserlebnissen für die Kunden wird im Einzelhandel immer wichtiger, denn nur so können sich die stationären Geschäfte vom Onlinehandel abgrenzen. Die aaa-ha shopfittings AG mit Sitz in Mehlsecken in der Schweiz gehört seit mehr als 20 Jahren zu den führenden Anbietern von Ladeneinrichtungen im Food-, Non-Food und Near-Food-Bereich. Mit seinen innovativen, mobilen und modular aufgebauten Warenträgern erzielt das Unternehmen eine wirkungsstarke Verkaufsförderung. Seit dem 1. April 2016 liegt die Geschäftsführung in den Händen von Jessica Schmid, Tochter des Firmengründers und -inhabers Rudolf Schmid, die das Unternehmen mit noch stärkerem Fokus auf die internationale Vernetzung in die Zukunft führen wird.

„Nach der Bedürfnisabklärung im persönlichen Gespräch mit dem Kunden entwickeln wir gemeinsam einen Warenträger. Danach entsteht zunächst ein Prototyp, an dessen Weiterentwicklung wir so lange arbeiten, bis wir mit dem Kunden

Produkten nah am Kunden und dessen Bedürfnissen“, macht Jessica Schmid deutlich. „Auch ältere Menschen, Rollstuhlfahrer oder Mütter mit Kinderwagen müssen die präsentierten Waren problemlos erreichen können. In-

tation und optimalem Warendruck auch auf einem ergonomischen Design.“

## VON ANFANG AN ERFOLGREICH

Schon wenige Jahre nach der Gründung Anfang der 90er-Jahre etablierte sich die aaa-ha shopfittings AG in der Schweiz mit der flächendeckenden Belieferung des lokalen Einzelhandels mit Warenträgern für Obst und Gemüse. 1998 kamen Warenträger für frische Backwaren hinzu; im selben Jahr konnten auch Kunden

aus Deutschland gewonnen werden, unter anderem die Edeka. Ab 2006 verstärkte das Unternehmen seine Präsenz in Deutschland, auch über Partnerunternehmen, und beschäftigt

## aaa-ha shopfittings AG

Wiggermatte 16-18  
6260 Mehlsecken  
Schweiz

+41 62 78933-88

+41 62 78933-89

info@aaa-ha.ch

www.aaa-ha.ch

”

Wir sind mit unseren Produkten nah am Kunden und dessen Bedürfnissen.

“

die für ihn optimale Lösung gefunden haben“, erläutert Jessica Schmid den Arbeitsprozess. Die neue Geschäftsführerin kennt sich mit der Materie bestens aus: Nach ersten beruflichen Erfahrungen in der Schweiz, in England und in Frankreich absolvierte sie den dreijährigen Bachelor-Studiengang Design Management International mit Schwerpunkt Produkt- und Industriedesign. Nachdem sie diesen mit Auszeichnung abgeschlossen hatte, machte Jessica Schmid sich im Bereich Designstrategie selbstständig und arbeitete für namhafte Kunden. „Wir sind mit unseren

sofern liegt das Augenmerk bei der Konzeption eines Warenträgers neben einer ansprechenden Präsen-



Übersichtlich und einladend: das aaa-ha Warenkonzept im Migros-Supermarkt in Martigny, Schweiz



Die Warenträger des Unternehmens setzen die Produkte ideal in Szene. Hier ein Beispiel bei Edeka, Deutschland

seitdem Mitarbeiter vor Ort. Insgesamt arbeiten etwa 20 Mitarbeiter für aaa-ha shopfittings. Zwischen 25 bis 30% der Waren werden exportiert, bisher ausschließlich nach Deutschland. „Aber auch Österreich ist als Markt sehr interessant für uns“, betont Jessica Schmid. Ohnehin strebt das Unternehmen in Zukunft weiteres Wachstum an, wie die Geschäftsführerin erläutert: „Wir werden weiter wachsen, allerdings organisch, sodass wir unser Netzwerk mitwachsen lassen können.“ Die Voraussetzungen dafür sind bereits gegeben, denn die stringent im Sinne des Kunden

durchdachten Produkte, das Dienstleistungsangebot und die schlanke Struktur mit der Produktentwicklung im eigenen Hause

und die Zusammenarbeit mit bewährten Partnern sind die gesunde Basis aktuellen und kommenden Erfolges.

Immer im Sinne des Kunden Marketing betreibt das Unternehmen gezielt: „Unsere Strategie ist ähnlich schlank wie unser Geschäftsmodell“, sagt Jessica Schmid. „Wir sind nicht in jeder Zeitschrift oder auf Plakaten mit Werbung vertreten.“ Vielmehr pflege man langjährige Kundenbeziehungen und bearbeite den Markt, auch über Empfehlungen. Die Beschäftigung mit dem Thema Online-Präsenz sei aber zunehmend notwendig, und auch Messen sind wichtig: In Deutschland ist aaa-ha shopfittings bereits auf allen Inhouse-Messen der Edeka in Südwest-Deutschland und in der Rhein-Ruhr-Region vertreten. Von einem möchte Jessica Schmid auch zukünftig nicht abweichen: „Unser Dauerthema bleibt es, die Bedürfnisse der

Kunden bestmöglich zu erfüllen. Im Moment ist Convenience in der Schweiz ein Thema, vor allem im Fastfood-Bereich. Dies wollen wir mit entsprechenden Produkten unterstützen – selbstverständlich unter Beachtung der Kundenwünsche, aber auch der entsprechenden gesetzlichen Vorgaben. Es geht darum, die Marktbedürfnisse wahrzunehmen und proaktiv damit umzugehen.“ Für die Zukunft hat sich die Geschäftsführerin viel vorgenommen: Prozesse sollen optimiert, neuartige Materialien getestet und in langjährige Partnerschaften investiert werden. „Viel Potenzial sehe ich in unserer internationalen Vernetzung – auch über das eigene Fachgebiet hinaus.“



**Auf diesem Warenträger werden Brotwaren ansprechend präsentiert**



# Der Baumarkt für echte Heimwerker

Dem amerikanischen Beispiel folgend, haben sich auch in der DACH-Region in den vergangenen Jahren zunehmend große Handelsketten etabliert, die die Bereiche Lebensmittel und Bau bedienen. Die Jumbo-Handelskette, mit Hauptsitz in der Schweiz, war einer der Vorreiter dieses Trends in der Schweiz. Bereits 1972 wurden dort die ersten Jumbo-Märkte eröffnet. Als Lebensmittelkette begonnen, ist die Jumbo-Markt AG, mit Hauptsitz in Dietlikon, heute die zweitgrößte Baumarktkette des Landes. Geschäftsführer Jérôme Gilg führt diesen Erfolg nicht zuletzt auf die klare Positionierung der Kette als Baumarkt für Heimwerker zurück. In den kommenden Jahren will das Unternehmen, um das Einkaufserlebnis für seine Kunden noch einfacher und besser zu machen, eine Omnikanal-Strategie verfolgen. Wirtschaftsforum sprach mit Jérôme Gilg über die aktuelle Marktsituation und die Pläne der Handelskette.



Jumbo-Kunden schätzen die kompetente Beratung der Service-Mitarbeiter in den Märkten



Jumbo richtet sich an Heimwerker, vom Einsteiger bis hin zum geübten 'Selberrmacher'

**WF:** Was sind zurzeit die wichtigsten Produktsegmente in Ihrem Angebot?

**Jérôme Gilg:** Wir haben uns ganz klar als Baumarkt für den Heimwerker positioniert. Dabei decken wir alle Bedarfe ab, die des Einsteigers ebenso wie die des begabten und erfahrenen Heimwerkers. Unsere Zielgruppe sind also nicht die Profis und nicht die Handwerker. Unsere Kernsortimente sind daher der DIY-Bereich, Deko, Garten, Eisenwaren und

Maschinen. Im DIY-, Garten- und Deko-Bereich haben wir drei sehr starke Eigenmarken. 'Mood' ist unsere Marke für alle dekorativen Sortimente, 'Jardin Royal' ist unser Garten-Label und 'AYCE' unsere Marke im DIY-Bereich. Aktuell sind wir im Deko-Sortiment sehr stark. Hierzu zählen auch Lampen und Textil-bodenbeläge. Unsere

Farbabweilung ist sehr ausgeprägt, ebenso wie die Abteilung der Heimtextilien. Auch der Garten- und Außenbereich ist sehr beliebt. Ein immer wichtigeres Thema wird Sicherheit. Hier stellen wir bereits seit einiger Zeit eine steigende Nachfrage fest.

**WF:** Sie agieren in einem hochintensiven Wettbewerbsumfeld. Was unterscheidet Sie von Ihren Marktbegleitern? Warum kaufen die Kunden letztendlich bei Jumbo?

**Jérôme Gilg:** Unsere Präsenz, also unser Netzwerk in der Schweiz, ist extrem dicht. Zudem haben wir Märkte in noch überschaubaren Ladengrößen. Ein wichtiger Faktor für unseren Erfolg ist aber auch unsere Aktionspreis-Strategie, die wir konsequent verfolgen. Wir fahren jede Woche verschiedene





**Elektrowerkzeuge sind ein wichtiges Marktsegment für Jumbo**



**Die Märkte bieten eine große Auswahl an Holz-Bodenbelägen an**

Aktionen und bringen alle 14 Tage eine 30-seitige Zeitung heraus, in der wir die Aktionen bewerben. Was unser Sortiment angeht, sind unsere Velos, also unsere Räder, ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal unserer Märkte. Wir sind heute einer der größten Velo-Verkäufer landesweit. Jährlich verkaufen wir rund 35.000 Fahrräder, plus Zubehör. Darunter sind viele Kinder-Velos. Mit unseren Rädern bewegen wir uns im Einstiegs- und Mittelklasse-Segment des Marktes. Wir verkaufen die Fahrräder nicht nur, sondern bieten auch Service und Reparatur an. Unser Service ist insgesamt sehr gut. In unseren Märkten findet man, im Gegensatz zu manchen anderen Wettbewer-

bern, tatsächlich Service-Kräfte, die die Kompetenz haben und sich auch die Zeit nehmen, unsere Kunden bedarfsgerecht zu beraten. Ein wichtiges Argument ist auch, dass wir auch Baumärkte in den Städten betreiben, nicht nur auf der grünen Wiese.

**WF:** Jumbo kommt ursprünglich aus dem Lebensmittelbereich. Spielt dieses Segment gar keine Rolle mehr für die Kette?

**Jérôme Gilg:** Das stimmt, in den 1970er-Jahren war es die Strategie, Lebensmittel und Non-Food Produkte unter einem Dach anzubieten, wie die Hypermarkets. Ende der 1980er-Jahre haben

unsere Besitzer dann entschieden, in den Baumarkt-Bereich einzusteigen. 1982 wurde der erste Jumbo-Baumarkt eröffnet. Bis 2002 hatten wir zwei Ketten, eine Jumbo-Großmarkt- und eine Jumbo-Baumarkt-Kette. 2001 sind unsere Inhaber ein Joint-Venture mit Carrefour eingegangen, die die Großmärkte in Carrefour-Märkte umbenannt haben. Seitdem sind wir eine reine Baumarkt-Kette. Mit rund 41 Märkten landesweit halten wir rund 25% Marktanteil in der Schweiz. Wir sind uns sicher, dass diese fokussierte Strategie ein Grund für unseren Erfolg ist.

**WF:** Was sind mittelfristig Ihre Ziele für Jumbo?

**Jérôme Gilg:** Wir werden unseren Online-Shop aufbauen – das ist eine entscheidende Voraussetzung für unser weiteres Wachstum. Zudem werden wir weitere Märkte auf das Maximo-Format vergrößern. Unser Ziel ist es, Marktanteile weiter auszubauen und damit unsere Position als Nummer zwei im Schweizer Markt weiterhin zu bestätigen. Wir werden langfristig eine Omnichannel-Strategie implementieren – dies wird uns sicherlich einen entscheidenden Schritt nach vorn bringen.

**WF:** Herr Gilg, wir bedanken uns für das Gespräch.



**Jumbo-Markt AG**  
Industriestrasse 34  
8305 Dietlikon  
Schweiz

☎ +41 44 8056111  
☎ +41 44 8331010

✉ info@jumbo.ch  
🌐 www.jumbo.ch

# Regionale Mobilität in der Ostschweiz

Mobilität ist zu einem der Schlüsselworte unserer Gesellschaft geworden. Vor diesem Hintergrund und dem der wachsenden Anforderungen der Fahrgäste an Routennetze, Flexibilität und Qualität stellt sich der regionale Personennahverkehr seit einigen Jahren großen Herausforderungen – auf der Straße und auch auf der Schiene. Die Turbo AG mit Sitz in Kreuzlingen in der Schweiz hat sich die finanzierbare und gleichzeitig fahrgastorientierte Weiterentwicklung des öffentlichen Personennahverkehrs auf die Fahnen geschrieben. Seit ihrer Gründung hat sich Turbo unter der Leitung von Geschäftsführer Dr. Ernst Boos in der Ostschweiz als dynamisches, kunden- und marktorientiertes Unternehmen positioniert.

Thurbo ist in der Ostschweiz, im Gebiet zwischen Bodensee, St. Gallen und Winterthur, für die Feinverteilung auf der Schiene zuständig. Das von Turbo befahrene Streckennetz umfasst rund 650 km. Das Angebot regelt die Grundversorgung in der Region und wickelt unter anderem auch den Berufs-, Schüler- und Freizeitverkehr ebenso wie den flächen-deckenden Nachtverkehr ab. Dabei verfügt Turbo nicht über

eine eigene Infrastruktur, sondern befährt die Netze von großen Anbietern wie SBB oder Südostbahn.

Wir wollten von Anfang an mehr Dynamik in den Regionalverkehr bringen.



Thurbo deckt die regionale Grundversorgung ab, hier im Nachtbetrieb



Ein Turbo-Zug auf der Rheinbrücke bei Schaffhausen

Selbst betreibt das Unternehmen ein vergleichsweise kleineres Netz zwischen Kreuzlingen und Wil. Eines der neuesten Angebote ist eine schnelle Verbindung zwischen Konstanz und St. Gallen. „Unsere Mission ist es, den öffentlichen Personennahverkehr auf der Schiene finanzierbar zu modernisieren und weiterzuentwickeln“, erklärt Geschäftsführer Dr. Ernst Boos. Turbo ist im wahrsten Sinne des Wortes das

optimale Vehikel, um diese Vision in die Realität umzusetzen. „In den vergangenen Jahren ist unsere Entwicklung von drei sehr wichtigen Entscheidungen vorangetrieben worden“, so der Geschäftsführer. „Zum einen haben wir mit unserem Mutterunternehmen eine neue Übereinkunft für den Unterhalt der Fahrzeuge gefunden. Dies ist eine sehr individuelle Vereinbarung mit wichtigen Anreizen. Zum anderen sind wir eine Kooperation mit ei-





**Blick von der Rheinbrücke bei Schaffhausen – eine Zugfahrt mit Panorama**



**Das Unternehmen beschäftigt 330 Lokführer**



**Thurbo AG**

Bahnhofstrasse 31  
8280 Kreuzlingen  
Schweiz

☎ +41 51 2234900

✉ +41 51 2234990

✉ hallo@thurbo.ch

🌐 www.thurbo.ch

nem Ostschweizer Busbetreiber eingegangen. Wir übernehmen das Tagesgeschäft für das Busunternehmen von Kreuzlingen aus – hier bieten wir einen lückenlosen Transport an. Ursprünglich hatten wir auch ein Tochterunternehmen

Liberalisierung erlebt“, so Dr. Ernst Boos. „Diese Liberalisierung fand in der Ausschreibung der Linie Schaffhausen-Romanshorn ihren Ausdruck. Aufgrund der Erfahrungen wollten dann aber die beteiligten Unternehmen (SBB

aufnahm, den ostschweizerischen Schienenpersonennahverkehr entscheidend mit weiterentwickelt. Führen die Züge des Unternehmens 2003 noch rund 8,7 Millionen km, so liegt die Strecke heute bei 14 Millionen km. Diese Steigerung rührt zum Teil von der Übernahme von Teilstrecken des Zürcher Oberlandes im Jahr 2006 her. Auch der Mitarbeiterstamm des Unternehmens ist deutlich gewachsen, von 230 im Jahr 2003 auf heute 450 Mitarbeiter.

cen darauf vor und stellen uns strategisch auf unsere künftigen Herausforderungen ein“, so Dr. Ernst Boos. „Die Ablösung unseres Rollmaterials ist eine der Hauptanforderungen, die 2025 erfolgen soll. Auch hier müssen wir frühzeitig die Rahmenbedingungen abstecken. Unser Ziel ist es, Thurbo für den Standort Ostschweiz unverzichtbar zu machen. Dabei setzen wir auf Qualität, auf Effektivität und auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Steuerzahler, die uns letztendlich finanzieren, sollen Freude daran haben, mit uns zu fahren, und vielleicht sogar stolz auf uns sein. Dieses Ziel zu erreichen bedeutet, operativ täglich hart zu arbeiten.“

”

**Wir möchten Thurbo für die Region unverzichtbar machen.**

“

in Deutschland, mit Service zwischen München und Obersdorf, den sogenannten Alex. Als die SBB Auslandsgesellschaften zusammengefasst wurden, wurde aus unserem Tochterunternehmen ein Schwesterbetrieb und wir hatten das Tagesgeschäft in den Händen.“

Als Tochter der SBB und des Kantons Thurgau, ist das Unternehmen von seiner Historie maßgeblich geprägt worden. „Ende des letzten Jahrhunderts hat der öffentliche Personenverkehr ein gewisses Maß an

und Mittelthurgaubahn) die Wettbewerbssituation in eine Zusammenarbeit überführen. Die Idee war es, die Agilität eines regionalen Verkehrsunternehmens mit dem Know-how des größten Anbieters zu kombinieren.“

Mit dieser Idee hat die Thurbo AG, die 2001 gegründet wurde und ein Jahr später ihren Fahrbetrieb

## WEITERER AUSBAU

Aktuell werden im Geschäftsgebiet der Thurbo AG verschiedene Infrastrukturmaßnahmen umgesetzt, die das dynamische Unternehmen vor neue Herausforderungen stellen. Der nächste Ausbauschnitt ist für 2018 geplant. „Bereits jetzt bereiten wir unsere Ressour-

**Ein Thurbo-Zug der Linie S8 am Untersee (Kreuzlingen–Stein am Rhein)**

**Die Thurbo Freizeit-App**



# Aus drei mach eins: Erfahrung und Kompetenz

Einigkeit macht stark. Diese Aussage trifft in besonderem Maß auf die COLTENE Holding AG zu, einen Hersteller und Vollsortimenter für zahnärztliches Verbrauchsmaterial. Das schweizerische Unternehmen ist im Wesentlichen aus drei Traditionsfirmen entstanden: der mehr als 50 Jahre alten Schweizer Firma Coltène, dem rund 70 Jahre alten US-Unternehmen Whaledent und der über 100 Jahre alten deutschen Firma ROEKO. So bündelt sich heute die gesamte Erfahrung dieser drei Firmen im Dentalgeschäft bei dem Unternehmen aus Altstätten im Kanton St. Gallen.



Für die CAD/CAM-Bearbeitung in der Praxis: Kompositblock BRILLIANT CRIOS

Mit ihren sechs Produktparten bietet die COLTENE Holding AG dem Zahnarzt ein Vollsortiment an Instrumenten und Verbrauchsgütern. Dabei sind Restauration, Prothetik und Endodontie die wichtigsten Segmente, gefolgt von rotierenden Instrumenten, Behandlungshilfen und Infektionskontrolle.

## UMFASSENDES ANGEBOT

In der Sparte Restauration umfasst das Angebot Materialien zum Bonden und Ätzen, Zement, Füllungsmaterialien, Komposit Schmelzschalen, Produkte für die provisorische Versorgung, Polymerisations-Lampen sowie Mate-

rial zur konventionellen Behandlung und Zubehör. Präparation, Imprägnierung, A-Silikon, Bissregistrierung, C-Silikon und Zubehör bestimmen dagegen das Portfolio für die Prothetik. Die Sparte Endodontie ist aufgeteilt in die Produktgruppen Vitalitätskontrolle, Wurzelkanalaufbereitung, Wurzelkanalspülung, Wurzelkanalaustrocknung, temporäre Versorgung, Wurzelkanalobturation, Wurzelstiftsysteme und Stumpfaufbauten. Zu den rotierenden Instrumenten von COLTENE zählen Multilayer Diamantinstrumente, Hartmetallinstrumente, Silikonpolierer, Kits, SwissFlex™ Polierscheiben, DIAS-trip und Zubehör. Unter dem Oberbegriff 'Behandlungshilfen' finden sich Watterollen, Wattekügelchen, Spender, Absaugkanülen, Kofferdam, Wundversorgung, Nahtmaterial, Elektrochirurgie und Dental Scalers. Zur Infektionskontrolle liefert COLTENE Handschuhe, Mundschutz, Patientenumhänge,

”

Wir gehören zu denen,  
die global agieren.

“

Kopfschutztaschen, Schlauchüberzüge, sterile Abdecktücher und Ultraschall-Reinigungsgeräte.

## NEUES KOMPOSITMATERIAL

Ein neues Produkt von COLTENE ist die Feile Hyflex EDM zur mechanischen Räumung des Wurzelkanals. Sie ist besonders flexibel, aussergewöhnlich bruchresistent und trägt gut ab. Als neuartiges Kompositmaterial für Zahnfüllungen wurde BRILLIANT EVER GLOW auf den Markt gebracht. Dieses Produkt zeichnet sich durch hervorragende Poliereigenschaften aus und kommt im Ergebnis einer Keramikfüllung sehr nahe. Seit kurzem ebenfalls erhältlich ist der Kompositblock

BRILLIANT CRIOS, der für die CAD/CAM-Bearbeitung gedacht ist. Aus diesem Block kann dann eine Krone, ein Inlay oder ein Onlay gefräst werden.

## ENTWICKLUNG VOR ORT

Die börsennotierte COLTENE Holding AG beschäftigt insgesamt knapp 900 Mitarbeiter, davon 240 in der Schweiz. Der Umsatz beträgt aktuell 135 Millionen EUR. Neben dem Hauptsitz in Altstätten gibt es Produktions-Tochtergesellschaften in der Schweiz, Deutschland, Brasilien und den USA. Vertriebstöchter sind in Großbritannien, Frankreich, Italien, Deutschland, der Schweiz, den USA, Kanada, China, Indien, Malaysia, Indonesien, Thailand und Japan. Neue Produkte werden stets in den Werken vor Ort entwickelt. 20% des Umsatzes stammen aus den sogenannten

aus. Martin Jürg Schaufelberger: „Wir gehören zu denen, die global agieren.“ Vertrieben werden die Produkte über Distributoren und den Fachgroßhandel. Zu den Marketing- und Vertriebsaktivitäten gehören die Präsenz auf Fachmessen, unter anderem in Köln, Chicago und Brasilien, Fachpublikationen, Anwendungsbeispiele, Internetforen sowie Kurse und Ausbildungen für Zahnärzte.

## NEUE TRENDS

Martin Jürg Schaufelberger sieht aktuell drei neue Trends in der ansonsten eher konservativen Branche: „Wir erleben einen raschen Wandel von der Einzel- zur Gruppenpraxis, wo mehrere Zahnärzte als Angestellte arbeiten.“ Diese Praxen werden dann von Investoren getragen und verfügen somit über die finanziellen Mittel zur optimalen Ausstattung. Selbst

## COLTENE Holding AG

Feldwiesenstrasse 20  
9450 Altstätten  
Schweiz

+41 71 75753-00

+41 71 75753-01

info.ch@coltene.com

www.coltene.com



der CEO beobachtet, dass immer mehr Frauen als Zahnärztinnen arbeiten. Waren in der Branche vor 20 Jahren ungefähr 80% Männer tätig, so ist dieses Verhältnis heute nahezu umgekehrt. „Da der Anteil der Zahnärztinnen kontinuierlich zunimmt, nehmen wir bei der Produktentwicklung gezielt Rücksicht auf deren Bedürfnisse“, so der CEO.

## WEITERE INNOVATIONEN

Für das eigene Unternehmen verspricht Martin Jürg Schaufelberger in den kommenden Monaten und Jahren weitere Innovationen. Ein besonderes Augenmerk legt der CEO dabei auf die Endodontie, in der die Entwicklung sehr schnell voranschreitet. Doch auch in der Restauration mit der CAD/CAM-Technologie sieht er bei den Innovationen noch viel Luft nach oben. |

„ Wir erleben einen raschen Wandel von der Einzel- zur Gruppenpraxis, wo mehrere Zahnärzte als Angestellte arbeiten. “

‘aufstrebenden Märkten’. Insgesamt erzielt COLTENE 98% seines Umsatzes außerhalb der Schweiz, vor allem dort, wo es Vertriebsniederlassungen gibt.

## GLOBAL AGIEREN

„Von der Größe her liegen wir im unteren Mittelfeld“, beschreibt CEO Martin Jürg Schaufelberger. Während kleinere Mitbewerber zumeist begrenzte Märkte abdecken, sieht es bei COLTENE anders

in der konservativen Schweiz gibt es schon ein Unternehmen namens Zahnarztzentrum.CH, das über 600 Mitarbeiter in 35 Zahnarztpraxen beschäftigt. „Wir begrüßen diese Entwicklung, denn solche Strukturen sind echte Wirtschaftsfaktoren, auch für uns als Lieferanten“, erläutert der CEO. Der zweite Trend, den Martin Jürg Schaufelberger ausmacht, ist der, mittels CAD und CAM Zahnersatz computergesteuert direkt in der Praxis zu fertigen. Außerdem hat



Gold und Silber:  
AFFINIS® Black  
Edition

Wirtschaftsforum:

# GEONIS.

Die Infrastrukturen der Erde visualisieren,  
durchschauen und intelligent nutzen.



GIS-Lösungen von Geocom zeichnen sich aus durch hohe Flexibilität und Ausbaufähigkeit. Sie sind darauf ausgerichtet, geografische Daten übersichtlich darzustellen, einfach bearbeitbar zu machen und effizient zu nutzen. Durch die schnelle und schlüssige Integration der Anwendungen in vorhandene Betriebsprozesse leistet Geocom einen wesentlichen Beitrag zur Informations- und Planungssicherheit sowie zur Steuerung der Unternehmensentwicklung. Alle Lösungen basieren auf ArcGIS von Esri und der selbst entwickelten GEONIS Produktplattform und sind somit hoch kompatibel zu allen gängigen Umgebungen.

Geocom Informatik AG, Kirchbergstrasse 107, CH-3400 Burgdorf, Telefon +41 58 267 42 00  
info@geocom.ch, geocom.ch

Geocom Informatik GmbH, Ringstraße 7, D-85402 Kranzberg, Telefon +49 89 207 005 4500  
info@geocom-informatik.de, geocom-informatik.de

**geocom**

Unternehmen der  
Esri Deutschland Group