

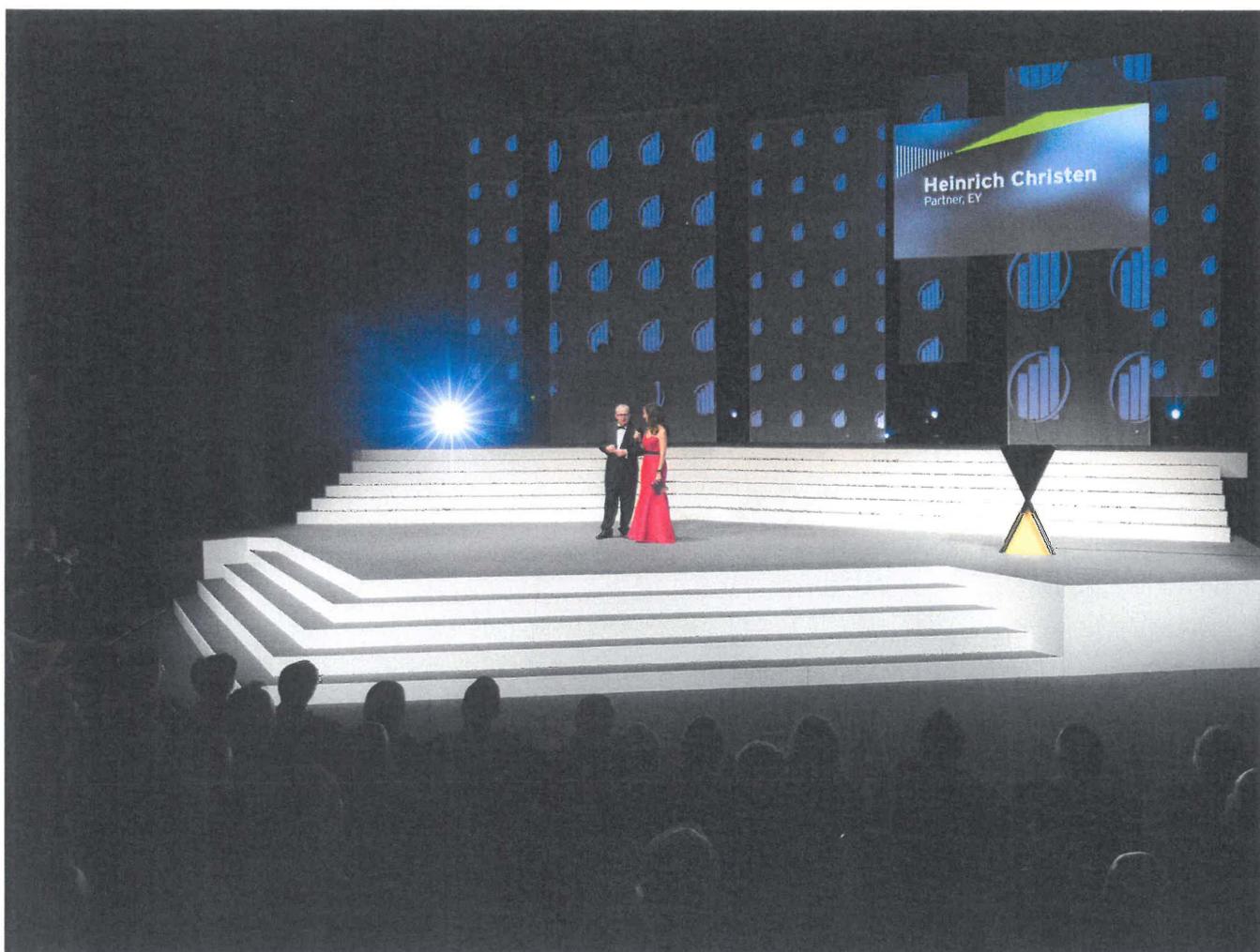
# EY Entrepreneur Of The Year 2015: Das sind die Gewinner

39 Unternehmerinnen und Unternehmer haben sich 2015 für die Teilnahme in der Schweiz qualifiziert. Im September hat die Jury schliesslich die 15 Finalisten bekannt gegeben, die sich Chancen auf einen Sieg in den vier einzelnen Kategorien ausrechnen konnten. Am 23. Oktober wurden an einer Gala in Zürich nun die «Besten der Besten» geehrt – darunter auch ein Ostschweizer Unternehmen. LEADER präsentiert sämtliche Finalisten und Sieger.

Seit 1998 führt EY Schweiz den EY Entrepreneur Of The Year-Wettbewerb durch. Er ist Teil eines weltumspannenden Programms für Unternehmerinnen und Unternehmer und wird von EY global in mehr als 145 Städten und über 60 Ländern ausgerichtet. Allem voran ist der Titel «Entrepreneur Of The Year» eine einzigartige Würdigung unternehmerischen Schaffens. Die-

ses findet offensichtlichsten Ausdruck im verliehenen Award, der weltweit anerkannt ist. Der Gewinn des Titels verhilft zudem zu nationaler Medienpräsenz. Und auch die Sponsoren lassen sich immer wieder eine Überraschung für die Gewinner einfallen.

Die Finalisten werden an der nationalen «Award Night» im Oktober gewürdigt und dem Publikum und



den Medien vorgestellt. Zudem kürt im Frühsommer des Folgejahres eine unabhängige Jury jeweils den World Entrepreneur Of The Year in Monte Carlo. Die Schweiz wurde 2015 von Otto Hofstetter, Otto Hofstetter AG, vertreten. Er wurde im Vorjahr mit dem nationalen Award in der Kategorie «Industrie/High-Tech/Life Sciences» ausgezeichnet.

Dieser weltweite Wettbewerb ist einmalig. Bevor es aber überhaupt soweit ist, gilt es eine erste Hürde zu nehmen: die die Zulassung zum Wettbewerb. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer müssen Kriterien erfüllen, die sich gezielt an unternehmerischen Realitäten orientieren. Damit ist bereits mit der Aufnahme zum Wettbewerb eine erste Bestätigung für unternehmerisches Wirken im besten Sinne erreicht.

## Als einzige Organisation führt EY einen Wettbewerb für Entrepreneurs weltweit nach einheitlichen Kriterien durch.

15 Unternehmerinnen und Unternehmer schafften es dieses Jahr ins Finale. Vier von ihnen wurden am 23. Oktober mit dem Award ausgezeichnet:

### Kategorie «Dienstleistung/Handel»

Als Gewinner in der Kategorie «Dienstleistung/Handel» durfte sich Maxime Ballanfat von der Novae Restauration SA mit Sitz in Gland VD feiern lassen. Ebenfalls nominiert waren Pascal Meyer, QoQa Services SA mit Sitz in Bussigny und Wim Jan Ouboter, Micro Mobility Systems AG mit Sitz in Küsnacht.

### Kategorie «Emerging Entrepreneur»

Jan Lichtenberg und seine InSphero AG mit Sitz in Schlieren setzen sich in der Kategorie «Emerging Entrepreneur» gegen Stéphane Doutriaux von der Poken SA in Lausanne und Pascal Kaufmann sowie Marc Vontobel von der StarMind International AG in Küsnacht durch.

### Kategorie «Family Business»

Pietro Supino von der Tamedia AG mit Sitz in Zürich heisst der Gewinner in der Kategorie «Family Business». Er verwies Raphael und Matthias Bachmann von der Confiseur Bachmann AG aus Luzern und Gabriela Manser von der Goba AG aus Gonten auf die hinteren Ränge.

### Kategorie «Industrie/High-Tech/Life-Sciences»

Für einen Ostschweizer Sieg sorgten Marcel und Roger Baumer mit ihrer Hälg Holding AG aus St.Gallen in der Kategorie «Industrie/High-Tech/Life-Sciences». Ebenfalls nominiert waren Daniel Bloch von der Chocolats Camille Bloch SA aus Courtelary und Hermann Rosen mit seiner Rosen Swiss Holding AG aus Stans.

### Die Jury

Für die Evaluation der Finalisten und die Vergabe der Entrepreneur Of The Year-Awards ist Jahr für Jahr eine qualifizierte, unabhängige Jury verantwortlich. Sie bestand 2015 aus Bernhard Alpstaeg (swisspor Management AG, Patron und Entrepreneur Of The Year 2007), Brigitte Breisacher (Alpnach Norm-Schränkelemente AG, Inhaberin und Unternehmensleiterin der Alpnach-Norm-Gruppe), Claude R. Cornaz (Vetropack Holding AG, CEO und Entrepreneur Of The Year 2012), Dr. Beat Curti (Unternehmer), Dr. Paul J. Hälg (Dätwyler Holding AG, CEO), Edouard Pfister (Sonceboz SA, Präsident des Verwaltungsrates), Sébastien Tondeur (MCI Group Holding SA, CEO und Entrepreneur Of The Year 2011) sowie Prof. Dr. Thomas Zellweger (Universität St.Gallen, Direktor Center for Family Business).

Text: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

### Die Nominierungskriterien

Wer Entrepreneur Of The Year wird, gehört zu den besten Unternehmerinnen und Unternehmern der Welt. Das Potenzial dazu bestätigt bereits die Nominierung. Sie wird öffentlich bekannt gemacht:

- Der Entrepreneur trägt die Verantwortung für das Unternehmen.
- Der Entrepreneur hat eine aktive Position im Unternehmen. Er hält einen nennenswerten Anteil am Unternehmen, ist Teil des Managements und massgeblich für das Wachstum in den letzten Jahren verantwortlich.
- Der Unternehmenssitz ist in der Schweiz.
- Im Jahr 2011 waren mindestens 40 Mitarbeitende beschäftigt (Emerging Entrepreneur: fünf Mitarbeitende).
- Das Unternehmen besteht seit mindestens acht Jahren (Emerging Entrepreneur: zwei Jahre).
- Minimal werden zehn Millionen Franken Umsatz im Jahr erzielt (Emerging Entrepreneur: eine Million).
- Family Business: mindestens dritte Generation aktiv in der Führung des Unternehmens.

### Der Ablauf

- Schritt 1: Einreichung der Nominationsunterlagen (inkl. Beilagen wie Geschäftsbericht, Businessmodell, Zahlenmaterial) an EY (bis spätestens 30. April)
- Schritt 2: Interview der Nominierten durch EY (Mai/Juni)
- Schritt 3: Vorselektion je Kategorie durch die Jury (Ende Juni)
- Schritt 4: Interview der Finalisten durch die Jury (Juli/August)
- Schritt 5: Preisverleihung (Oktober)



## Erfolgreiches Unternehmertum

Ein verantwortungsvolles und nachhaltiges Unternehmertum ist die Basis für einen gesunden und leistungsstarken Denk-, Werk- und Finanzplatz Schweiz. Dieses Unternehmertum zu unterstützen und zu fördern, ist denn auch ein besonderes Anliegen des Bundesrates. Dies gilt ganz besonders für die vielen flexiblen und innovativen kleinen und mittleren Betriebe, von denen unsere Schweiz auch ganz massgeblich lebt.

Engagierte Unternehmerinnen und Unternehmer sind die Grundlage für das Erfolgsmodell Schweiz. Nach der Aufhebung des Euro-Mindestkurses sind sie besonders stark gefordert. Das Unternehmerische ist der Kern der Wirtschaft, aus dem stets von Neuem Innovationen hervorgehen. Über sie freue ich mich besonders.

Wenn sich auch in diesem Jahr erneut 39 Unternehmerinnen und Unternehmer mit ausserordentlichen Leistungen für den Wettbewerb «Entrepreneur Of The Year» qualifizieren konnten, dann zeugt dies vom unternehmerischen Potenzial der Schweiz. Dieses lässt optimistisch in die Zukunft blicken.

Alle Unternehmerinnen und Unternehmer – und nicht nur die Finalisten – leisten einen ausserordentlich wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz sowie zur Schaffung und zum Erhalt von Arbeitsplätzen. Mit der Kür des «Entrepreneur Of The Year» kann auf diese grosse Leistung aller Schweizer Unternehmen aufmerksam gemacht werden. Mit der Verbesserung der Rahmenbedingungen kann die Politik einen wichtigen Beitrag leisten, dass sich auch in den nächsten Jahren Unternehmerinnen und Unternehmer in unserem Land erfolgreich durchsetzen können.

Ich gratuliere und wünsche allen Erfolg!

*Johann N. Schneider-Ammann*  
Bundesrat



46



10



30

**08 Entrepreneur Of The Year:**  
Gewinner und Event im Überblick

**13 Hälgi Building Services Group**

**18 Chocolats Camille Boch SA**

**22 Rosen Swiss Holding AG**

**26 Novae Restauration SA**

**28 QoQa Services SA**

**30 Micro Mobility Systems AG**

**34 InSphero AG**

**39 Poken SA**

**40 Starmind International AG**

**44 Tamedia AG**

**46 Confiseur Bachmann AG**

**52 Goba AG**

**58 Roland Rino Büchel**  
Jetzt müssen Vernünftige ran

**60 Rausch AG Kreuzlingen**  
«Wir wollen unsere Zielgruppe verjüngen»

**64 Schmolz + Bickenbach Stahlcenter AG**  
«Der Wechselkurs beschäftigt uns intensiv»

**70 Aerne Engineering AG**  
Für Herzen und Satelliten

**74 TISA Speditions AG**  
Ein Handschlag verpflichtet



66



70



80



60

**80 Meteomatics GmbH**

Bei Wind und Wetter

**84 Bico AG, Thomas Hengartner**

«Schlafen ist eine Vertrauensangelegenheit»

**88 Valida, Beda Meier**

Neues Auftreten, bewährte Werte

**92 Jürg Plüss**

Rennsport-Ambitionen aus dem Rheintal

**96 Koster AG**

Erfolg mit krummen Dingen

**103 WTT Young Leader Award**

Impressionen vom Event

**105 Wirtschaftsforum Thurgau**

Ein Rückblick in Bildern

**Markt/Publireportagen**

- 23 Allianz
- 25 HBM Unternehmerschule (ES-HSG)
- 32 Alphabet Fuhrparkmanagement (Schweiz) AG
- 42 Comarch Swiss AG
- 68 VP Bank (Schweiz) AG
- 73 Christian Jakob AG
- 78 Abacus Research AG
- 86 BTV Leasing Schweiz AG
- 95 4A Academy
- 98 Hirsch Automobile AG



*Matthias und Raphael Bachmann:  
«Wir haben uns das  
Privileg erarbeitet,  
dass wir wachsen  
können, aber nicht  
müssen.»*

# «Unser Planhorizont ist unser ganzes Leben»

**Die Confiseur Bachmann AG zählt mit 16 Fachgeschäften und über 400 Mitarbeitenden zu den führenden Bäckerei-Confiserien der Schweiz. Das Familienunternehmen aus Luzern, in dem das Bäcker- und Konditorenhandwerk seit über 100 Jahren Tradition hat, setzt neue Massstäbe in der Branche.**

**Raphael und Matthias Bachmann, den elterlichen Betrieb zu übernehmen, ist für viele keine Option. Da es sich hier aber um eine Confiserie handelt, dürften Sie wohl keine Sekunde gezögert haben...**

**Raphael Bachmann:** In der Tat waren wir schon von Kindesbeinen Feuer und Flamme für diesen Beruf, schliesslich sind wir in einer Quartierbäckerei inmitten von Mehlsäcken, Backformen und Schwingbesen aufgewachsen. Dazu kommt, dass wir von unseren Eltern die Selbstständigkeit stets positiv erlebt haben. Ich möchte erwähnen, dass auch unsere Eltern in ihrer Karriere höchst erfolgreich waren und in der Branche noch heute als Pioniere gelten.

So waren wir auf keinen Lohn angewiesen und konnten daher weltweit in den besten Betrieben arbeiten. Wir lernten Fremdsprachen und durften uns in verschiedenen Kulturen durchschlagen. Das ist etwas, was uns heute noch prägt. In der Dienstleistungsbranche der Schweiz beschäftigt man automatisch auch Menschen aus anderen Kulturen. Um sie zu verstehen, muss man sich als Chef definitiv auch einmal so gefühlt haben. Das haben wir im Ausland auf unseren Wanderjahren erlebt.

**Matthias Bachmann:** Wie heute stand auch in der Quartierbäckerei, wo wir aufgewachsen sind, unser Beruf im Mittelpunkt. Ein grosser Vorteil ist, dass wir Bäcker wie Konditor/Chocolatier gelernt haben und das Metier von der Pike auf kennen. Klar kann man heute ein Unternehmen nur als Manager führen. Wir sind jedoch Konditoren. Deshalb treten wir auch gerne in unserer Berufsbekleidung auf. Die Produkte sind das Herzstück unseres Unternehmens.

## «Im letzten Jahr investierten wir über zwölf Millionen Franken in Backstube und Läden.»

**Matthias Bachmann:** Unsere Eltern lebten uns das Unternehmertum perfekt vor. Wir durften schon früh stetig von ihnen lernen, wie man erfolgreich arbeitet, welche Wertschätzung man gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben muss und welche Pflichten der Erfolg mit sich bringt. Trotzdem haben uns unsere Eltern die freie Berufswahl gelassen. Heute sind sie nach wie vor unsere grössten Vorbilder. Um weiterzukommen, mussten sie geschäftliche Risiken eingehen, welche wir in unserer Laufbahn bis anhin nicht annähernd antrafen.

**Was war das Wichtigste, das Ihnen die Eltern mit auf den Weg gegeben haben?**

**Raphael Bachmann:** Während unserer Ausbildung haben wir rund um die Welt unzählige Chefs und Firmeninhaber erlebt. Gelernt, wie man Visionen umsetzt und vor allem, wie man mit Menschen umgeht, sie schätzt und führt, haben wir jedoch von unseren Eltern. Sie haben grosszügig in unsere Ausbildung investiert und uns die Auslandsaufenthalte finanziert.

**Die Wanderjahre haben Sie angesprochen. Sie haben 1995 beispielsweise mehrere Monate in japanischen Konditoreien gearbeitet. Ein Kulturschock?**

**Raphael Bachmann:** Ja, aber im positiven Sinne. Während der Zeit der beruflichen Ausbildung und Wanderschaft trennten sich jahrelang die Wege von meinem Bruder und mir. Als krönenden Abschluss dieser Zeit verbrachten wir knapp ein Jahr gemeinsam in Asien, davon ein halbes Jahr in Japan bei der Konditorei Bachmann, welche eine perfekte Kopie des Mutterhauses in Luzern bildet. Dieses Jahr trug entscheidend zur Verbundenheit und zum Sich-blind-Verstehen bei. Wir lernten uns neu kennen und vor allem schätzen. Dabei entstanden ein unantastbares Vertrauen und eine noch stärkere Verbundenheit, welche wir zuvor nicht hatten. Aufgrund dieser Erfahrung schauen wir uns heute an und wir wissen, was der andere denkt. Das ist sehr wertvoll für hartnäckige Verhandlungen mit Partnern.



#### Wie beliebt sind die europäischen Backwaren bei den Japanern?

**Matthias Bachmann:** Backwaren sind in Japan nach wie vor ein sehr beliebtes Luxusprodukt und nicht wie bei uns alltäglich. Nach dem Zweiten Weltkrieg stieg die Nachfrage nach Backwaren durch die stationierten US-Soldaten. Dadurch entstanden die ersten Bäckereien und danach die ersten Konditoreien. Da der Japaner dafür bekannt ist, etwas perfekt zu kopieren und teilweise sogar noch zu verbessern, konnten mein Bruder und ich während unseres Aufenthaltes in Japan enorm profitieren. Nur ein kleines Beispiel: Die beste Bündner Nusstorten haben wir in Japan gegessen. Aber warum? Bei uns war bzw. ist dieses Rezept unantastbar, da es sehr traditionell ist. Den Japanern war die Torte jedoch zu süß, daher machten sie eine kleine Anpassung. Daraus entstand eine zeitgemässe und noch bessere Torte. Diese Sichtweise öffnete uns die Augen und fliessen noch heute in unsere unternehmerischen Entscheidungen ein.

**Matthias Bachmann:** Wir sind regional stark verankert. Unsere Backstube befindet sich mitten in der Stadt Luzern auf 8000 Quadratmetern. Wir haben eine starke Wertschöpfung für die Region, da wir die meisten Produkte und Dienstleistungen auch aus der Region beziehen. Im letzten Jahr investierten wir über zwölf Millionen Franken in Backstube und Läden. Wo wir sind, ist nicht so wichtig. Wichtig ist alleine, dass wir unsere Leidenschaft in der gleichen Form ausleben können. Der Rest ergibt sich von selbst.

**Raphael Bachmann:** Wir werden auch in Zukunft auf die Tagesproduktion setzen. Wir backen kein Brot in der Nacht, welches dann grösstenteils erst am Abend verkauft wird. Unser Anspruch auf Frische fühlt sich anders an. Das geht nur, weil unser Netz an Verkaufsstellen gut erreichbar ist. Unser Wachstum hat deshalb automatisch geografische Grenzen: Die Frische unserer Produkte lässt sich eben nicht bis nach Genf transportieren, sonst müssten wir morgens um drei Uhr losfahren. Um diese Uhrzeit schlafen unsere Konditoren noch.

### «Unser Wachstum hat geografische Grenzen: Die Frische unserer Produkte lässt sich nicht bis nach Genf transportieren.»

#### Ihre anderen Filialen liegen hauptsächlich in der Zentralschweiz, aber auch in Zürich und Spreitenbach. Planen Sie weitere Verkaufsstätten?

**Raphael Bachmann:** Unser Planhorizont ist unser ganzes Leben. Wie unsere Vorfahren haben wir eine Idee und Vision. Wir haben uns das Privileg erarbeitet, dass wir wachsen können, aber nicht müssen. Auch sind wir in dem Sinne unabhängig, dass wir über 95 Prozent der erzeugten Produkte exklusiv in unseren Fachgeschäften anbieten. Wir bekommen wöchentlich Nachfragen für Standorte oder Übernahmen. Grundsätzlich wollen wir die Werte des Familienunternehmens sowie der Confiserie in der Zentralschweiz und im Mittelland erhalten und uns nachhaltig verbessern. Qualitativ geht nichts über die Frische und erstklassige Zutaten.

#### Nicht nur in Ihren Filialen, sondern auch im Internet können Backwaren und Pralinen bestellt werden. An wen richtet sich der Online-Shop?

**Matthias Bachmann:** Er richtet sich in erster Linie an Geniesser, aber auch an jene, welche die grenzenlose Fantasie in unserem Metier suchen, sei es eine Hochzeitstorte, Pralines mit Logos, Gebäck mit Foto, ein Eiweissbrot für Ernährungsbewusste, aber auch Salate, Patisserie und alle Frischprodukte sind nebst weiteren 3000 Produkten bestellbar. Am besten verkaufen sich online nach wie vor unsere zartschmelzenden und handgemachten Pralines und exklusiven Spezialitäten wie der «Luzerner Wasserturm-Stein» oder die einzigartigen «Schutzengeli-Truffes». Es gibt viel zu entdecken auf der Homepage.

**Raphael Bachmann:** Der Onlinemarkt wird auch vor unserer Branche keinen Halt machen, aber nur wenige Anbieter in unserer Branche sind bereit dafür. Vor allem hilft er uns bereits jetzt beim Verkauf und dabei, in diesem Bereich Kosten zu sparen. Es gibt immer mehr Kunden, welche für mehrere

Tausend Franken ohne Beratungsgespräch online bestellen. Dieser Erfolg spricht dann für eine gutgestaltete und zeitgerechte Homepage. Wenn bei Ihnen heute über das Handy nicht schnell und einfach eine Bestellung getätigt werden kann, haben Sie verloren.

#### **Bachmann hat sich auf dem Markt etabliert. Gab es unsichere Zeiten?**

**Matthias Bachmann:** Das Unternehmen ist stark gewachsen und war geprägt von vielen Veränderungen. Absolute Sicherheit gibt es auch heute nicht, aber das unternehmerische Risiko zu tragen, machte uns nichts aus, da wir von der Sache immer beide gleichzeitig überzeugt waren. Dies gab die nötige Sicherheit und festigte die Überzeugung, das Richtige zu tun. Viele Berufskollegen fragen uns immer wieder, wie wir diese Entwicklung von einer Quartierbäckerei zu einer der drei grössten gewerblichen Confitiserie-Bäckereien der Schweiz hinbekommen haben. Wir dürfen heute sagen, dass die Entwicklung in unserer Branche einzigartig ist. Aber umsonst gibt es das nicht. Wir arbeiten viel und hart für den Erfolg.

Umsatz sozusagen null. Heute produzieren wir über 70 Tonnen Eis pro Jahr. Der Glace-Markt wird nach wie vor von der Industrie dominiert und bestimmt. Mit natürlichen Rezepturen und einem Reifeprozess in der Herstellung konnten wir viele Glace-Liebhaberinnen und -Liebhaber gewinnen, da sie den Unterschied offensichtlich spüren. Dies als ein Beispiel, was in einem industriedominierten und übersättigten Markt möglich ist. Auch hier konnten wir in den letzten Jahren nur verdrängen, aber das ist uns eindrücklich gelungen.

**Matthias Bachmann:** Auch der Ladenbau ist ein besonderes Herzstück. 1998 erstellten wir die erste «Feng Shui»-Bäckerei der Schweiz. Es ist meistens ein Entscheid im Unterbewusstsein, ob man einen Laden betritt oder nicht. Sie können noch so gute Produkte haben: Wenn diese nicht richtig beleuchtet oder gekühlt werden – oder man sie kaum sieht –, ist dies nur die halbe Miete. Googeln Sie ruhig einmal «Feng-Shui Bachmann»...

**Raphael Bachmann:** Die Innovation fördert die Unternehmenseentwicklung und die Kundenbindung. Mit ihr können wir unsere Leidenschaft zum schönen Beruf ausleben. Die Sicherstellung der Innovation passiert über Kundenbedürfnisse, Leidenschaft der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ein gezieltes Marketing. Die Förderung liegt in der direkten und unkomplizierten Führungs- und Entscheidungsfindung innerhalb der Unternehmung sowie der Ausschöpfung der Möglichkeiten. Nur wenn alles stimmt, können wir unseren Kunden den gewünschten Mehrwert bieten, der uns einzigartig macht.

### «Es gibt immer mehr Kunden, welche für mehrere Tausend Franken ohne Beratungsgespräch online bestellen.»

#### **Und wohin soll Sie die Reise noch führen?**

**Raphael Bachmann:** Das Zauberwort heisst Innovationen. Sie war der Garant des Erfolgs unserer Entwicklung und bleibt unser Lebens- und Überlebensnerv. Dank ihr konnten wir uns in einem gesättigten Markt in den letzten Jahren vervierfachen. Beim Eintritt ins Geschäft 1996 war der Glace-

Interview: Marcel Baumgartner

Bilder: zVg.

Anzeige

**CLS COMMUNICATION**  
A LIONBRIDGE COMPANY



## Zahlen zählen, Texte punkten – auch bei Ihren Lesern.

### 70% unserer Kunden empfehlen uns weiter\*:

- weil wir «verlässlich», «flexibel» und «partnerschaftlich» arbeiten.
- weil wir Sonderwünsche auch unter Zeitdruck noch berücksichtigen.
- weil wir in der Softwareumgebung unserer Kunden arbeiten können (MIS, DTP).

**Wir schreiben, editieren und übersetzen. Für Sie. Damit Ihre Texte punkten.**

\*Ergebnis regelmäßiger anonymer Kundenumfragen. Mehr dazu unter [www.cls-communication.com](http://www.cls-communication.com). Schauen Sie rein!

CLS Communication AG | Sägereistrasse 33 | CH-8152 Glattbrugg-Zürich | Tel. +41 (0)44 206 68 68 | [info-ch@cls-communication.com](mailto:info-ch@cls-communication.com) | [www.cls-communication.com](http://www.cls-communication.com)