

Handelszeitung  
8021 Zürich  
043/ 444 59 00  
www.handelszeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Publikumszeitschriften  
Auflage: 36'290  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 290.003  
Abo-Nr.: 1077532  
Seite: 39  
Fläche: 126'267 mm<sup>2</sup>



**Stefan Barny**  
Senior Consultant,  
Japan/South Korea,  
S-GE, Zürich

*«Japan liegt die Digitalisierung der Fertigungstechnik der Hightech-Industrie am Herzen – davon hängt ihre Wettbewerbsfähigkeit ab. Die Regierung will vor allem Robotertechnologien fördern. In Südkorea will man bis 2020 rund 10 000 smarte Fabriken bauen. Hier ist Industrie 4.0 das Zukunftskonzept für die technologische Wirtschaft.»*

sbarny@s-ge.com



**Daniel Bont**  
Senior Consultant,  
China/Hongkong/Taiwan,  
S-GE, Zürich

*«Chinas Reaktion auf die deutsche Initiative Industrie 4.0 ist der Aktionsplan 'Made in China 2025'. Er fördert grüne, innovative und intelligente Fertigung mit Schwerpunkt auf Qualität und Einbindung des Internets. Zugrunde liegt die Idee, die gesamte Industrie Chinas zu modernisieren und China zur führenden Herstellermacht zu machen.»*

dbont@s-ge.com

## Nominiert sind ..

Export Award 2016 Sechs Finalisten sind in zwei Kategorien für den Aussenwirtschaftspreis von Switzerland Global Enterprise im Rennen.

KLAUS RIMNOV

**A**nlässlich des 14. Aussenwirtschaftsforums von Switzerland Global Enterprise (S-GE) am 21. April 2016 in der Messe Zürich (siehe Kasten unten) wird der Export Award zum neunten Mal an Unternehmen verliehen.

In der Kategorie «Success» sind nachweisliche Erfolge gefragt. Eine Firma muss schon mindestens drei Jahre im Zielmarkt aktiv sein. Die Kategorie «Step-in» steht hingegen für Expansionsprojekte, bei denen ein Betrieb neu in einem Zielland tätig ist. Nun hat die unabhängige Jury unter der Leitung von Peter E. Naegeli (Partner Abegglen Management Consultants) die Finalisten bekannt gegeben.

### Finalisten Kategorie «Step-in»

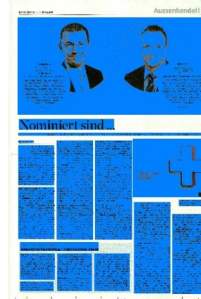
In der Kategorie «Step-in» für den Export Award 2016 - erfolgreiche Markterschliessung - nominiert sind:

**Expomobilia** aus Effretikon ZH, eine Tochter der Basler MCH Group, ist spezia-

lisiert auf Messebau und kreative Markeninszenierung im dreidimensionalen Raum. Das 1973 gegründete Unternehmen mit 95 Mitarbeitenden unterstützt Kunden in 70 Ländern. Für den chinesischen SUV-Hersteller Great Wall Motors mit seiner Marke Haval realisierte Expomobilia an der Shanghai Auto Show 2015 eine Fläche von 3000 Quadratmetern - qualitativ auf demselben Level wie die führenden europäischen Automarken. «Das Vertrauen des Kunden zu gewinnen, war das Wichtigste», sagt Florian Faber, Managing Director von Expomobilia. Die Schweizer Messebauer verzauberten die chinesischen Besucher mit einem futuristischen Amphitheater samt riesiger, LED-beleuchteter Ionenwand. Für Expomobilia ist der gelungene Auftritt ein Referenzprojekt von unschätzbarem Wert. Seither wird die Akquisition des asiatischen Marktes von Standorten in China aus weiter intensiviert. «Schweizer Qualität und Know-how bleiben international gefragt», sagt Faber. Sein Fazit: «Wir wachsen mit unse-

ren Kunden in neue Märkte hinein.»

**Sky-Frame** aus Frauenfeld TG ist ein Spezialist für rahmenlose Schiebefenster. Das 1993 gegründete Unternehmen eröffnete 2014 eine US-Filiale mit eigenem Showroom im Grossraum Los Angeles. Amerikas Bauherren mit hohen Ansprüchen an Design und Qualität lieben Produkte «made in Switzerland». Bis 5 Meter hohe Fensterfronten sind möglich. Für den US-Markt mussten neue Zertifizierungen erlangt werden. In Florida etwa ist das rahmenlose Sky-Frame-System sogar hurrikangeproof. «Der enorme Aufwand beim Markteintritt hat uns herausgefordert», sagt David Herkenne, Leiter B2C von Sky-Frame. In anderthalb Jahren hat man fünf Projekte realisiert und mehrere Hunderttausend Dollar umgesetzt. Produziert wird am Schweizer Hauptsitz mit 120 Mitarbeitenden - die Fensterkonstruktionen werden anschliessend per Schiff in die USA verfrachtet. Als wichtigen Erfolgsfaktor bezeichnet Sky-Frame die Verbindung von


 Handelszeitung  
8021 Zürich  
043/ 444 59 00  
www.handelszeitung.ch

 Medienart: Print  
Medientyp: Publikumszeitschriften  
Auflage: 36'290  
Erscheinungsweise: wöchentlich

 Themen-Nr.: 290.003  
Abo-Nr.: 1077532  
Seite: 39  
Fläche: 126'267 mm<sup>2</sup>

Swissness mit lokaler Kompetenz. Man sieht sich im Schritt bestärkt. «Wir erobern die Herzen amerikanischer Architekten, Bauherren und Investoren», sagt Herkenne. Sein Fazit: «In den USA haben wir nochmals laufen gelernt.»

**VIDI Systems** vertreibt die erste auf sogenanntes Deep Learning basierende «ready to use»-Software für die industrielle Bildanalyse. Im freiburgischen Dorf Villaz-Saint-Pierre feilt ein neunköpfiges Team von Software-Ingenieuren seit 2012 an der Zukunftslösung für die Qualitätsprüfung. Der Clou daran: Das Programm lernt selbstständig und trifft blitzschnell eigene Entscheidungen. Künstliche Intelligenz à la Industrie 4.0 hat damit endgültig die Fabrikhallen erreicht. «Mit unserer Software lernen Computer auf die gleiche Weise, wie Kinder es tun», sagt Nicolas Corsi, CEO von ViDi Systems. Fehler findet die Software beispielsweise an Maschinenteilen, Schweissnähten, Uhrenteilen, Solarpanels oder auf komplexen Textilien. Im Juni 2014 begann man das Marktpotenzial in den USA abzuklären: In den USA sind mehr als 500 000 Personen in der Qualitätskontrolle tätig. Inzwischen wird die «ready to use»-Software von namhaften US-Unternehmen intensiv geprüft oder bereits genutzt. In den kommenden drei Jahren plant ViDi Systems mehrere Millionen Dollar Umsatz zu erzielen. Corsis Fazit: «Die Verwendungsmöglichkeiten sind grenzenlos.»

#### Finalisten Kategorie «Success»

In der Kategorie «Success» für den Export Award 2016 – langfristige Markteroberung – nominiert sind:

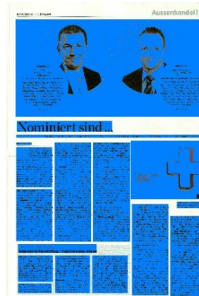
**Peter Moog und Cie** aus Worb BE produziert mit Moog Cleaning Systems die weltweit innovativsten Reinigungssysteme

für Weinfässer und Weintanks. Sie reinigen gründlicher, mit weniger Wasser und dies zuverlässig. Grosse wie kleine namhafte Winzer schätzen die in 70 Ländern vertriebenen Moog-Produkte. In Frankreich seit 1998 aktiv, entschloss sich das 1968 gegründete Familienunternehmen vor drei Jahren zur Vorwärtsstrategie. Mit über 41 Millionen Hektolitern Wein pro Jahr ist die Grande Nation das wichtigste Produktionsland weltweit. Frankreich bietet als Absatzmarkt ein enormes Potenzial. Bei Einstiegspreisen von 2500 Franken steigerte Moog den lokalen Umsatz 2015 auf einen hohen sechsstelligen Betrag – für die Firma mit ihren 26 Beschäftigten ein signifikantes Ergebnis. «Wir haben erfolgreich einen Brückenkopf geschaffen», sagt Stefan Exner, CEO von Peter Moog und Cie. Die Expansion im französischen Weinbau soll in naher Zukunft das Geschäft mit Behälterreinigern in anderen Branchen vorantreiben. Exners Fazit: «Als KMU sind wir besonders stolz auf unseren Erfolg im Exportgeschäft.»

**Swiss Eyewear Group** aus Zürich begeistert mit Invu seit 2014 in Italien das Impulssegment unter 80 Franken Kaufpreis. Ein marktspezifisches Kindersortiment mit «zoomed down»-Erwachsenenbrillen half dabei, die Türen zu öffnen. Niemand kauft in Europa mehr Sonnenbrillen als die Italiener. «Sie sind modisch die Trendsetter», sagt Jerry Dreifuss, CEO von Swiss Eyewear Group. 35 Prozent des Umsatzes erzielt das 2013 gegründete Unternehmen heute in Italien. Insgesamt hat das Startup in zwei Jahren in 60 Ländern weltweit 1,5 Millionen Brillen verkauft. Invu setzt auf modernste Glastechnologie in Ultra-Polarisations-Qualität, modisches Design und in seinem Segment das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Doch für die

globale Positionierung in einem gesättigten Markt war Italien «von essenzieller Bedeutung», sagt Dreifuss. Inzwischen beschäftigt das Unternehmen 20 Festangestellte sowie 9 Agenten. Und peilt nun die nächsten Märkte an: Die USA, die auch für die Swiss Eyewear Group zum Land der unbegrenzten Möglichkeiten werden sollen. Dreifuss' Fazit: «Gute Qualität muss nicht teuer sein.»

**Züger Frischkäse** im sankt-gallischen Oberbüren beliefert seit 2008 den deutschen Bio-Fachhandel mit laktosefreien Biomilch-Produkten: Mozzarella, Frischkäse, Quark, Mascarpone, Hirtenkäse und Butter. Der markante grüne Balken mit der Aufschrift «Laktosefrei» auf den Produkten hat sich als Markenzeichen für den beschwerdefreien Konsum von Milchprodukten etabliert. «Dieses Label war matchentscheidend für den Erfolg», sagt Christof Züger, CEO von Züger Frischkäse. Er hat das 1984 gegründete Unternehmen zusammen mit seinem Bruder Markus Züger vom Vater übernommen und mit viel Innovation zum fünfgrößten Schweizer Milchverarbeiter geführt. 230 Mitarbeitende veredeln die Milch von 400 regionalen Bauernfamilien zu hochwertigen Lebensmitteln des täglichen Bedarfs. Etwa 60 Millionen Franken oder 40 Prozent des Umsatzes erzielt man heute im Ausland. Die jährlichen Wachstumsraten sind zweistellig. Als Nächstes wird das Konzept auf weitere europäische Länder ausgeweitet. Zügers Fazit: «Mit unseren laktosefreien Bio-Produkten waren wir zur richtigen Zeit am richtigen Ort.»



Handelszeitung  
8021 Zürich  
043/ 444 59 00  
www.handelszeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Publikumszeitschriften  
Auflage: 36'290  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 290.003  
Abo-Nr.: 1077532  
Seite: 39  
Fläche: 126'267 mm<sup>2</sup>



Trophäe: Der Export Award 2016 wird am Aussenwirtschaftsforum an zwei Unternehmen verliehen.

## AUSSENWIRTSCHAFTSFORUM

### Interaktiver Nachmittag – inspirierender Abend

**Tagung** Mehr als 600 Entscheidungsträger von exportorientierten Schweizer Unternehmen treffen sich alljährlich zum Aussenwirtschaftsforum von Switzerland Global Enterprise (S-GE). Das Schwerpunktthema des 14. Stelldicheins am 21. April 2016 ab 12:30 Uhr in der Messe Zürich lautet: «Industrie 4.0 – Ist Ihr Geschäftsmodell zukunftsfähig?» Ebenfalls anwesend sind die Leiter der 21 Swiss Business Hubs in aller Welt.

**Konzept** Das Aussenwirtschaftsforum überrascht mit einem neuen Format. Interaktiver, inspirierender und mit noch mehr Networking-Möglichkeiten.

Die Tagung beginnt neu mit einem Lunch. Am Nachmittag stehen neben Keynote-Referaten sogenannte Breakout Sessions auf dem Programm – und wie gewohnt die Verleihung des Export Award (siehe Artikel oben). Am Abend gibt es zwei Kaminfeuergesprächen, davor einen Apéro und danach eine Networking-Party mit Live-Musik.

**Referenten** Bracken P. Darrell, CEO Logitech, und Eberhard A. Veit, Mitglied Leitung Plattform Industrie 4.0 Deutschland, erläutern in Keynote-Referaten, was Industrie 4.0 für die Wettbewerbsfähigkeit von Schweizer

KMU bedeutet. Die Event-Partner von S-GE – Credit Suisse, AXA Winterthur, PwC, Amber Road und Asendia (Post) – zeigen in ihren Breakout Sessions auf, welche Auswirkungen Industrie 4.0 auf zentrale Aspekte der Exportwirtschaft hat. Chefs von renommierten Schweizer Firmen sprechen in Kaminfeuergesprächen offen mit dem Publikum über ihre Erfahrungen und Gedanken zu Industrie 4.0. Mit von der Partie sind unter anderem: Riet Cadonau, CEO Dorma + Kaba, Caroline Magerl-Studer, CEO M. Opitz & Co., Andrea Berlinger Schwyter, CEO Berlinger + Co., Pascal Kaufmann, CEO Starmind (siehe Umfrage auf Seite 42).