

ERFOLG DURCH INNOVATION UND QUALITÄT?

Statements der diesjährigen swiss export tag Referenten



Dr. Bettina Ernst
CEO Preclin Biosystems AG

Preclin Biosystems AG offeriert Wirksamkeitsstudien für Medikament-Kandidaten für Entzündungs- und Infektionskrankheiten in einer frühen Phase der Medikamentenentwicklung.

Unsere Kunden kommen zu je einem Drittel aus der Schweiz, aus Europa und aus dem restlichen Teil der Welt (USA, Japan, Korea, Australien).

Gegenüber unseren Mitstreitern, welche zum Beispiel in China oder Indien lokalisiert sind und daher Studien zu günstigeren Preisen anbieten können, können wir uns nur dank höchstem wissenschaftlichen Know-how, höchster Qualität, absoluter Zuverlässigkeit sowie massgeschneiderten Angeboten behaupten – also dank den typisch schweizerischen Qualitäten.



Patrick Warnking
Country Director Google Schweiz

Der letzte der zehn Grundsätze Ihres Unternehmens lautet: «Gut ist nicht gut genug.»

Wie macht «Digital» die physische Distribution besser?

Über die letzten Jahre ist das Internet zum festen Bestandteil des Lebens vieler Menschen weltweit und in der Schweiz geworden. Bereits heute sind rund 2,5 Milliarden Menschen weltweit online, in der Schweiz sind es über 85 Prozent der Wohnbevölkerung. Am Ende dieses Jahrzehnts werden bereits über fünf Milliarden Menschen weltweit das Internet nutzen. Das Internet revolutioniert die Art und Weise, wie wir kommunizieren, Feedback geben, nach Informationen suchen, Produkte kaufen und uns weiterbilden. Das Internet verändert unser Handeln nachhaltig und stellt ebenfalls unsere Geschäftstätigkeiten auf eine neue Ebene.

Das Internet wird zur Handelsstrasse des 21. Jahrhunderts – lokal und global. Lokale und globale Unternehmen können über das Internet leichter neue Kunden finden und bestehenden Kunden besseren Service bieten. Die Qualität und der traditionell hervorragende Service der Schweizer Unternehmen sind eine hervorragende Ausgangsbasis in diesem grösseren Wettbewerb. Das ist eine grosse Chance für die Schweiz. Gleichzeitig ist es aber eine Tatsache, dass die Schweiz dazu auch führend im Bereich Digital sein muss, um diese Stärken und Chancen im globalen Wettbewerb zu nutzen. Im ersten Schritt ist Know-how zu digitalen Themen ein kritischer Erfolgsfaktor. Dort muss im Unternehmen investiert werden. Und die Organisation rund um die Produkte und Dienstleistungen muss auf die neuen digitalen Wertschöpfungsketten und Geschäftsmodelle abgestimmt sein.

Google Schweiz ist hier ein Partner für die Schweizer Unternehmen. Wir bieten zahlreiche Schulungen an – für grosse Unternehmen, aber auch für KMU und Agenturen. In diesen Trainings des Programms «Learn with Google» erlernen Teilnehmer die Grundlagen rund um digitales Marketing. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Export, um so eine ganz neue Generation von «Digital-Exporthelden» hervorzubringen. Unsere vor kurzem veröffentlichte «Export Business Map – Schweiz» zeigt, dass für Schweizer Unternehmen das Potenzial für den Exporterfolg online gross ist – wir wollen ihnen helfen, dieses Potenzial zu erkennen und für ihren Geschäftserfolg gezielt zu nutzen. Denn dank dem grenzenlosen Internet reicht der Markt der Zukunft für Schweizer Unternehmen weit über die Landesgrenzen hinaus.



Ludwig Hasler
Philosoph und Publizist

Sie sehen die Digitalisierung als «Maschine zur Umverteilung der Macht» – weg von den Experten, hin zu «findigen Laien». Wird durch geballte und in Echtzeit verbreitete Unwissenheit die Welt besser?

«Nein, so wird die Welt nicht gleich besser. Aber das sogenannte Wissen über sie weniger dumm. Zum Beispiel Medizin. Seit Jahrzehnten dominieren da Forscher, die noch nie an einem Krankenbett standen. Das ruft doch geradezu nach der «Schwarmintelligenz» praktizierender Ärzte mit ihren konkreten Erfahrungen. Womit klar wird: «Laien» sind für mich nicht ignorante Schwachköpfe, sondern erfahrungsgesättigte Akteure in irdisch durchzogenen Berufsbiotopen. Ganz nach Max Frisch: «Der Laie ist ein Mensch, der sich in seine eigenen Angelegenheiten einmischt.»



Ernst «Aschi» Wyrsch
Consulting-Leadership-Motivation-Communication

Was braucht das Tourismusland Schweiz, um zum Glücksbringerland zu werden?

Die SchweizerInnen sollten versuchen, bewusst ihren bekanntesten und unbekanntesten Gästen mit einem freundlichen Lächeln zu begegnen, und beobachten Sie, was sich zu Ihren Gunsten verändert. Einem lächelnden Gesicht erliegt jeder unbewusst, und die Qualität des Gesprächs verbessert sich unmittelbar. Ihre Glückshormone jubeln auf und gehen schwanger damit. Unsere ausländischen Gäste werden uns herzlicher und wärmer beurteilen. Das Leuchten in Gastgebergesichtern prägt die Wahrnehmung einer Nation. Worauf warten wir – es lohnt sich!



Dieter Bachmann
Geschäftsführer
Gottlieber Spezialitäten AG

Ihre Gottlieber Confiserie-Manufaktur produziert eine einzigartige Spezialität. Wie viel davon geht in den Export? Und was ist Ihnen dabei besonders wichtig?

Ja, auch im Ausland sind die Hüppen begehrt. Schon der im Thurgau aufgewachsene Kaiser von Frankreich, Napoleon III., war ein Liebhaber von Hüppen aus Gottlieben, welche seine Mutter, Königin Hortense, in Gottlieben einkaufte. In der heutigen Zeit gehen zirka 80 Prozent der Privatlabels ins Ausland, und zirka 12 Prozent der Eigenmarke werden in die USA und nach Asien exportiert. Tendenz stark steigend.

Für viele Schokoladen- und Spezialitätenliebhaber gelten Gottlieber Hüppen und Gottlieber Produkte als feinste Leckerbissen. Sie gehören zum kulinarischen Erbe der Schweiz. Die bekannte Gottlieber Konditorkunst wird im inhabergeführten Manufakturbetrieb gepflegt und stetig verfeinert. Darum bleibt das Unternehmen auch kompromisslos in Qualität und Genuss, weshalb die Gottlieber Hüppen über Generationen hinweg weiterempfohlen werden und auch heute bei Jung und Alt beliebt sind. Zudem hat sich das Unternehmen der Nachhaltigkeit und Regionalität verpflichtet, verwendet vielfach Bio- und Fair-Trade-Rohstoffe und setzt auf Naturstrom.

In der Schweizer Hüppenmanufaktur, direkt am idyllischen Seerhein/Bodensee in Gottlieben, werden die hauchzarten warmen Crêpes, nicht dicker als 0,7 mm, immer noch wie früher einzeln gebacken und einzeln wie das Blatt einer wertvollen Havanna-Zigarre gerollt. Das geschieht ganz vorsichtig und genau, wie von Hand. Danach werden die Gottlieber Hüppen einzeln mit zart schmelzenden Gourmet-Füllungen bzw. Schweizer Schokolade gefüllt und Stück für Stück von Hand verpackt. Alle Füllungen, für die nur die besten Zutaten gut genug sind und die zum Teil auch mit Goldauszeichnungen prämiert wurden, werden in Gottlieben komponiert und hergestellt.