



## Kosmetik auf Weltklasse-Niveau

Estée Lauder produziert im Kanton Schwyz  
für internationale Märkte.

Seite 9

Kibag nutzt immer mehr  
elektrische Lastwagen und  
Baumaschinen.

Seite 13

Die Firma hinter Omida  
setzt auf pflanzliche  
Arzneimittel.

Seite 16

Schwyzer Firmen  
helfen Menschen  
zurück ins Berufsleben.

Seite 20

# Gross geworden und trotzdem persönlich geblieben

Aus einem Schwyzer Ingenieur- und Vermessungsbüro ist eine schweizweit tätige Gruppe mit mehreren Hundert Mitarbeitenden entstanden. Ihre 18 Unternehmen bleiben weitgehend eigenständig. CEO Eugenio Peduzzi erklärt, was die Gruppe zusammenhält und warum ihm die nächste Generation am Herzen liegt.

von Daniel Schriber

Die grosse Schweizer Karte im Sitzungszimmer am Hauptsitz in Pfäffikon fällt sofort ins Auge. Über das ganze Land verteilt markieren Punkte die 43 Standorte der Geoterra-Gruppe. Die Karte ist mehr als ein Wandschmuck. Sie steht sinnbildlich für ein Geschäftsmodell, auf das CEO Eugenio Peduzzi stolz ist. «Wir orientieren uns am Erfolgsmodell der Schweiz», sagt der 63-Jährige. So wie die 26 Kantone ihre Eigenständigkeit bewahren und trotzdem gemeinsam die Schweiz bilden, funktioniert auch die Geoterra-Gruppe: Unter ihrem Dach sind 18 Unternehmen im gesamten Spektrum des Bauingenieur- und Vermessungswesens vereint, die weitgehend selbstständig agieren.

**«Wir orientieren uns am Erfolgsmodell der Schweiz.»**

Eugenio Peduzzi

## **«Der Fünfer und das Weggli» für die Firmenchefs**

«Persönlich vor Ort, stark in der Gruppe», lautet der Leitsatz. Was das bedeutet, zeigt sich rund um den Zürichsee besonders gut: Mehrere Standorte liegen nur wenige Kilometer auseinander. Man könnte die Mitarbeitenden problemlos in einem grossen Bürokomplex zusammenziehen, doch genau das will Peduzzi nicht. «Wir sind trotz über 700 Mitarbeitenden kein Grossunternehmen, sondern ein Verbund von mittleren und kleinen Büros», sagt der CEO. Die Nähe zu den Kunden und die Kenntnis der lokalen Verhältnisse seien Teil der DNA.



Eugenio Peduzzi gibt den Unternehmen der Geoterra-Gruppe viel Freiraum. Damit sie trotzdem eine Gemeinschaft bilden, bringt er die Menschen regelmässig zusammen. Bild: Daniel Schriber

Die einzelnen Gesellschaften verfügen über eigene Geschäftsleitungen und viel unternehmerischen Freiraum, profitieren aber vom Know-how und den Ressourcen der gesamten Gruppe. Rechnungswesen, Marketing, Personalmanagement, Qualitätsmanagement und ICT werden zentral geführt. Für Peduzzi ist das «der Fünfer und das Weggli»: Eine Führungskraft kann ein Unternehmen weitgehend selbstständig leiten und sich daran beteiligen, trägt die Verantwortung aber nicht allein.

### Wachsen ja, aber nur mit passenden Unternehmen

Das Modell hat sich insbesondere bei Nachfolgelösungen bewährt. Viele Ingenieur- und Vermessungsbüros, die sich der Gruppe angeschlossen haben, entstanden in den 1950er- und 1960er-Jahren – häufig mit Gründer, Geschäftsführer und Eigentümer in Personalunion. Doch dieses patronale Modell passe nicht mehr für alle Lebensentwürfe, sagt Peduzzi. «Heute kommen auch Firmeninhaber zu uns, die sagen: Wir sind in einer guten Gruppe besser aufgehoben, als wenn wir alleine weitermachen.» Rund die Hälfte des bisherigen Wachstums sei organisch erfolgt, die andere Hälfte durch Übernahmen. So soll es weitergehen – insbesondere Richtung Westschweiz. Aber nicht um jeden Preis: «Die Werte und die Kultur müssen stimmen.» Diese Philosophie hat viel mit Peduzzis eigener Geschichte zu tun. Vor rund 25 Jahren lernte der Bau- und Wirtschaftsingenieur Christoph Cafilisch kennen, der das Geometerbüro seines Vaters übernommen hatte. Schon beim ersten Treffen spürte Peduzzi, dass es persönlich passte. «Aus dem Zusammenschluss unserer beiden Büros entstand der Kern der heutigen Gruppe.»

Bei aller Eigenständigkeit braucht es jemanden, der darauf achtet, dass die Gruppe in dieselbe Richtung läuft. Peduzzi beschreibt

## Von Hochhäusern bis zu Naturgefahren

Die Unternehmen der Geoterra-Gruppe sind im ganzen Spektrum des Bauingenieur- und Vermessungswesens tätig, namentlich in den Bereichen «Boden und Tragwerk», «Geomatik und Infrastruktur» sowie «Messen und Dokumentieren». Die Bandbreite reicht vom kleinen Umbau bis zu Grossprojekten. Zunehmend wichtig wird auch das Monitoring von Naturgefahren. Spezialisten der Gruppe überwachen beispielsweise Felshänge, Gebäude und Infrastrukturen und stellen die Messdaten auf digitalen Plattformen bereit.

seine Rolle mit einem Augenzwinkern als jene eines «Hirtenhundes»: Die Schafe dürften sich frei bewegen. Entferne sich eines zu weit von der Herde, müsse er es zurückholen – «ohne Beissen und ohne Bellen». Gleichzeitig müsse er vorausschauen: Wo ist das Gras abgefressen, wohin zieht die Herde als Nächstes? Peduzzi versucht, jeden der 43 Standorte mindestens einmal, lieber zweimal pro Jahr zu besuchen. Hinzu kommen Som-

merfeste, Grümpelturniere, Grillabende oder Anlässe für das Kader. Zusammengehörigkeit entstehe bei einer derart dezentralen Organisation nicht von selbst. «Man muss die Leute aktiv zusammenbringen.» Das gilt auch für die nächste Generation. Knapp 90 Lernende beschäftigt die Gruppe. Dahinter steckt einerseits eine Antwort auf den Fachkräftemangel, vor allem aber eine Überzeugung. «Mir liegt am Herzen,

dass wir die junge Generation mitnehmen», sagt Peduzzi. Das verbreitete Lamento über die heutige Jugend teilt er nicht: «Das sind wunderbare Leute, unsere zukünftigen Leistungsträger.» Manche Führungskräfte in der Gruppe hätten einst selbst als Lernende im Unternehmen angefangen.

### Die nächste Generation übernimmt Verantwortung

Überhaupt setzt Geoterra darauf, Verantwortung früh weiterzugeben. Seit Juni 2025 wird die Geoterra-Aktie an der OTC-X, der ausserbörslichen Handelsplattform der Berner Kantonalbank, gehandelt. Damit können sich auch Mitarbeitende am Unternehmen beteiligen. Mehr als ein Drittel der Belegschaft hat diese Möglichkeit genutzt und ist heute Miteigentümer der Geoterra-Gruppe. Auch bei der Führung setzt Peduzzi auf eine frühzeitige Übergabe von Verantwortung. Seine eigene Nachfolge ist bereits aufgegleist: In rund eineinhalb Jahren möchte er die operative Führung abgeben und Cafilisch als Verwaltungsratspräsidenten ablösen. Die nächsten Führungskräfte wurden innerhalb der Gruppe aufgebaut. Peduzzi: «Wenn du eine Firma führst, musst du immer mindestens fünf Jahre nach vorne schauen.»

### Die Nachfolge ist geregelt, der Kontrabass wartet

Ganz zurückziehen wird sich Peduzzi damit noch nicht. Trotzdem bereitet er sich bereits auf die Zeit nach dem Berufsleben vor. Mit 58 Jahren begann er, Kontrabass zu lernen, irgendwann möchte er in einem kleinen Jazztrio spielen. Dazu kommen Familie, Hund, Wandern, Reisen und zwei Oldtimer. Denn so sehr ihm Geoterra am Herzen liegt – «die Firma ist mein Kind», sagt Peduzzi –, Energie tankt der dreifache Vater und vierfache Grossvater vor allem bei seiner Familie. ●



Im Schuttkegel von Blatten bereitet ein Team Messungen im Untergrund vor. Sensoren sollen zeigen, wie sich das eingeschlossene Gletschereis erwärmt. Bild: zvg

### Impressum

#### impuls. Das Schwyzer Wirtschaftsmagazin

Ausgabe Nr. 8, Oktober 2026, Auflage 88 400 Expl.

Erscheint zweimal jährlich (Frühling und Herbst).

Eine redaktionelle Beilage von «Bote der Urschweiz» (28. Oktober 2026), «March-Anzeiger»/«Höfner Volksblatt» (28. Oktober 2026), «Freier Schweizer» (30. Oktober 2026) und «Einsiedler Anzeiger» (6. November 2026)

**Herausgeber:** Amt für Wirtschaft, Urs Durrer, Bahnhofstrasse 15, 6430 Schwyz

**Verlag:** Bote der Urschweiz AG, Schmiedgasse 7, 6430 Schwyz

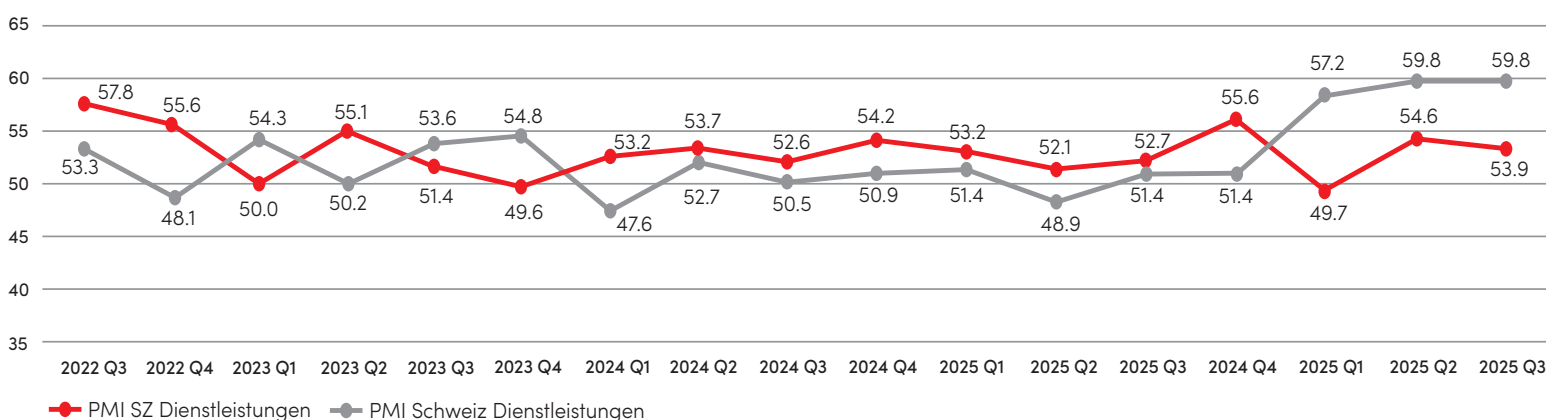
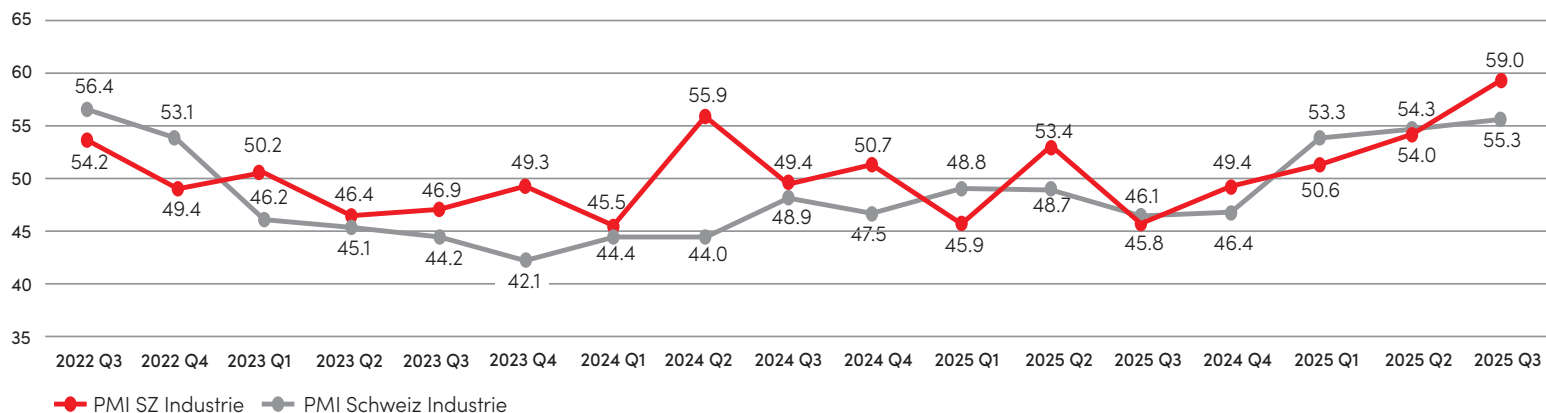
**Projektleitung:** Nadia von Euw, Bote der Urschweiz AG

**Redaktionsleitung:** Claudia Hiestand, [www.schreibenfuerdich.ch](http://www.schreibenfuerdich.ch)

**Texte:** Manuela Gili Sidler, Claudia Hiestand, Reto Lipp, Daniel Schriber, Lara Steiner, Manuela Talenta

**Konzeption und Gestaltung:** Benno Schönbächler, Bote der Urschweiz AG

Das Titelbild zeigt Jamal Chamariq, Senior Vice President Global Supply Chain von Estée Lauder. Bild: André Herger



Die Schwyzer Industrie erreicht im dritten Quartal 2026 den höchsten Wert seit Beginn der Erhebung (Grafik oben). Auch der Dienstleistungssektor wächst weiter, wenn auch weniger stark (Grafik unten). Grafiken: SZKB

# Schwyzer Wirtschaft wächst trotz globaler Krisen

Die Schwyzer Unternehmen blicken zuversichtlich in die Zukunft. Gleichzeitig bereiten ihnen Handelskonflikte, unsichere Lieferketten und steigende Kosten Sorgen. Wie passt das zusammen? Der aktuelle Einkaufsmanagerindex und eine Zusatzbefragung zur geopolitischen Lage liefern Antworten.

von Claudia Hiestand

Sah es vor einem Jahr für die Schwyzer Industrie wenig erfreulich aus, präsentiert sich die Lage heute deutlich besser. Das zeigt die aktuelle Umfrage zur wirtschaftlichen Situation der Schwyzer Unternehmen, die viermal jährlich durchgeführt wird (siehe Box). Der Einkaufsmanagerindex (PMI) der Industrie erreicht im dritten Quartal 2026 mit 59,0 Punkten den höchsten Wert seit Beginn der Erhebung. Vor einem Jahr lag er noch unter der Wachstumsschwelle von 50 Punkten. «Aktuell strotzen die Schwyzer KMU vor Zuversicht», sagt Thomas Rühl,

Leiter Anlagestrategie der Schwyzer Kantonalbank.

## Volle Auftragsbücher treiben das Wachstum an

Hauptgrund für die gute Entwicklung sind die deutlich gestiegenen Auftragsbestände. Die Industriebetriebe produzieren mehr, kaufen zusätzliche Rohstoffe ein und bauen ihre Belegschaften aus. Während die US-Importzölle vor einem Jahr die Nachfrage gebremst haben, profitieren sie heute von tieferen Zöllen und einer anziehenden Weltwirtschaft. Allerdings steigen auch die Einkaufspreise kräftig. Können die Unter-

## Schwyzer PMI: Einschätzung der wirtschaftlichen Lage

Der Purchasing Manager Index – kurz PMI – ist ein Konjunkturindikator und bildet die aktuelle Geschäftsentwicklung der Schwyzer KMU ab. Im Kanton Schwyz wird er seit Herbst 2022 quartalsweise erhoben. Um den PMI für das dritte Quartal 2026 zu ermitteln, wurden 380 Firmen angeschrieben, 248 haben die Umfrage ausgefüllt. Es gibt jeweils drei Antwortmöglichkeiten: mehr, gleich oder weniger als im vorangehenden Quartal. Der PMI wird weltweit angewendet. PMI-Werte über 50 bedeuten Wachstum, Werte unter 50 weisen auf einen Rückgang der Wirtschaftsleistung hin. Verantwortlich für die Befragung ist das kantonale Amt für Wirtschaft in Zusammenarbeit mit der Schwyzer Kantonalbank.



Handelskonflikte, steigende Preise und unterbrochene Lieferwege können sich auch auf Schwyzer Betriebe auswirken. Bild: Ceri Breeze/iStock

nehmen diese Mehrkosten nicht an ihre Kundschaft weitergeben, schmälert das ihre Gewinne.

Der Dienstleistungssektor wächst ebenfalls, allerdings weniger stark als die Industrie. Sein PMI liegt bei 53,9 Punkten. Viele Dienstleistungsunternehmen sind hauptsächlich im Inland tätig, etwa im Detailhandel, im Gesundheitswesen oder in der Beratung. Von der anziehenden Weltwirtschaft profitiert deshalb die stärker international ausgerichtete Industrie mehr.

#### Der Aufschwung wird im Alltag spürbar

Was bedeutet die gute Wirtschaftslage für die Bevölkerung? Laut Rühl macht sich die positive Stimmung auch beim Konsum bemerkbar: Wer sich weniger Sorgen um die Zukunft macht, gibt eher Geld aus oder investiert. Davon profitieren Restaurants, Geschäfte und das lokale Gewerbe. Zudem wird mehr gebaut und umgebaut, und die Unternehmen dürften zusätzliche Stellen schaffen. Allerdings kommt der Aufschwung nicht bei allen gleichermassen an. Auch in wirtschaftlich guten Zeiten verlieren Menschen ihre Stelle oder müssen finanzielle Nachteile hinnehmen.

### «Aktuell strotzen die Schwyzer KMU vor Zuversicht.»

Thomas Rühl

#### Schwyzer KMU trauen sich die Krisenbewältigung zu

Neben der wirtschaftlichen Lage wurden die Schwyzer KMU auch zu den Auswirkungen weltweiter Konflikte und politischer Spannungen befragt. Fast zwei Drittel schätzen ihre Fähigkeit, auf Krisen zu reagieren, als gut oder sehr gut ein. Wie krisenfest die Unternehmen tatsächlich sind, zeigt sich laut Rühl allerdings erst im Ernstfall. Wirtschaftliche Schwierigkeiten können sie oft eine gewisse Zeit überbrücken, etwa durch Kurzarbeit oder geringere Gewinnausschüttungen. Daraus lässt sich jedoch nicht ableiten, ob sie auch eine längere Krise überstehen würden.

Viele Schwyzer Unternehmen sind auf Waren und Rohstoffe aus dem Ausland angewiesen. 43 Prozent bezeichnen diese Abhängigkeit als stark oder sehr stark. Sorgen bereiten ihnen vor allem

Handelskonflikte, Zölle, unterbrochene Lieferketten und Engpässe bei Rohstoffen. Dadurch können Waren verspätet eintreffen oder teurer werden. Der internationale Handel bietet laut Rühl aber auch Vorteile: Unternehmen können bei Lieferproblemen auf Anbieter in anderen Ländern ausweichen.

#### Grosse Unsicherheit, bisher geringe Folgen

Wie sich internationale Konflikte auf die Schwyzer Wirtschaft auswirken können, zeigen die höheren Energiepreise infolge des Iran-Kriegs und der gesperrten Strasse von Hormus. Besonders betroffen sind Transportunternehmen, die Landwirtschaft und Betriebe mit hohem Energieverbrauch. Bei den meisten anderen Unternehmen machen Energie und Erdölprodukte nur einen kleinen Teil der Gesamtkosten aus. Rühl rechnet deshalb mit eher geringen Folgen der aktuellen Turbulenzen für die kantonale Wirtschaft. Dafür spricht auch die gute Geschäftslage der Schwyzer Unternehmen mit steigenden Auftragseingängen.

43 Prozent der befragten Unternehmen empfinden die wirtschaftliche und politische Unsicherheit derzeit als höher als üblich.

Gleichzeitig geben 83 Prozent an, dass geopolitische Risiken ihre Geschäftsziele in den vergangenen zwölf Monaten kaum oder gar nicht beeinträchtigt hätten. Rühl erklärt diesen scheinbaren Widerspruch damit, dass internationale Konflikte vor allem weltweit tätige Unternehmen treffen. Betriebe mit Kundschaft im Inland spüren sie meist weniger stark, sind vor den Folgen internationaler Krisen aber nicht vollständig geschützt.

#### Zwischen Vorsicht und neuen Chancen

Einige Firmen suchen zusätzliche Lieferanten oder neue Absatzmärkte, andere warten vorerst ab. Rund ein Viertel hat noch keine besonderen Massnahmen getroffen. Rühl empfiehlt den KMU, ihre grössten Risiken zu prüfen und sich gezielt auf die zwei oder drei wichtigsten vorzubereiten.

Nicht alle Unternehmen sehen in den internationalen Entwicklungen primär Gefahren. Rund ein Fünftel erkennt darin eher Chancen. Ein Beispiel ist der Tourismus: Wenn Flugreisen teurer werden oder Ferienzele im Ausland wegen Konflikten weniger attraktiv erscheinen, könnten laut Rühl mehr Menschen ihre Ferien im Inland verbringen. ●

# Wer nicht weiter weiss, lässt Brasch Design für sich tüfteln

Selbstfahrende Roboter, Oldtimer-Fahrzeuge oder Bobschlitten: Brasch Design in Einsiedeln bringt Carbon, Kevlar und Glasfasern für ganz unterschiedliche Anwendungen in Form. Das siebenköpfige Team rund um Roman Braschler vereint Erfindergeist, Präzision und Schweizer Handwerkskunst.

von Lara Steiner

Als Roman Braschler begann, mit Carbon zu arbeiten, konnte er kaum jemanden um Rat fragen. In seinem Umfeld wusste nur eine Handvoll Leute, worauf es bei der Verarbeitung von Carbon – Kunststoff, der mit Kohlenstoff-Fasern verstärkt ist – ankommt. Eine Ausbildung dafür gab es nicht. Das hielt den heute 38-Jährigen nicht davon ab, im Jahr 2011 Brasch Design zu gründen. Braschler ist alleiniger Eigentümer. Den Schritt in die Selbstständigkeit nach seiner Lehre als Polymechaniker hat er nie bereut. Mit seinen Angestellten entwickelt der Einsiedler massgeschneiderte Bauteile aus faserverstärkten Kunststoffen. In der ganzen Schweiz gibt es nur etwa sieben Firmen, die das tun. Entsprechend voll sind die Auftragsbücher von Brasch Design.

## Viel Tüftelei für eine Erfindung «made in Einsiedeln»

Zu Braschlers Kundschaft zählen unter anderem die Pharmaindustrie, Maschinenbauer oder Hersteller von Sportgeräten. «Oftmals kommen die Kunden mit einem Problem zu uns, haben aber keine konkrete Vorstellung davon, wie die Lösung respektive das Endprodukt aussehen soll. Solche Aufträge sind besonders reizvoll, wir können unserer Kreativität freien Lauf lassen», schwärmt Braschler.

Einmal hat sein Team einem selbstfahrenden Roboter geholfen:

«Wir können  
unserer  
Kreativität  
freien Lauf  
lassen.»

Roman Braschler



Roman Braschler mit dem in Einsiedeln entwickelten und produzierten Nostra-Cross-Country-Bike.

Damit die sensible Elektronik bei Stürzen keinen Schaden nimmt, designte es einen Aufprallschutz aus Kevlar. Das ist ein sehr robuster und leichter Kunststoff. Bis zum Endresultat wurden die Prototypen mehrmals getestet und verbessert, bevor es in die Serienproduktion ging. Was Braschler besonders stolz macht: «Von der Erstbesprechung bis zur Herstellung und Präsentation findet alles auf dem Steinel-Areal in Einsiedeln statt.»

### Wissen bewahren und immer einen Schritt voraus sein

Nebst dem zuvor beschriebenen Kevlar hat sich Brasch Design auf Glasfasern und Carbon spezialisiert. Das Rohmaterial für Carbon verarbeitet die Firma vor Ort zu leichten und robusten Bauteilen. Braschler: «Es ist mir wichtig, dass unsere Wertschöpfung nur in der Schweiz stattfindet und wir unser Wissen nicht verlieren. Indem wir ständig neue Produkte entwickeln, sind wir oft einen Schritt voraus, bleiben innovativ und konkurrenzfähig.» Diese Denkweise, die kurzen Wege und das Gesamtpaket führt Kundschaft aus dem ganzen Land nach Einsiedeln.

### Ob im Sport oder in der Medizin: Carbon ist allgegenwärtig

Auch der Schweizer Bobverband setzt auf Carboneile aus Einsiedeln: Braschlers Team konstruierte einen neuen Zweierbob. Dieser muss verschiedene Anforderungen erfüllen: Ergonomisch, vibrationsdämpfend, aerodynamisch und robust soll er sein, damit die Athletinnen und Athleten auch bei Stürzen gut geschützt sind. Der fertige Bob besteht mehrheitlich aus Glasfasern und Carbon.

Im Gesundheitsbereich wird das leichte Carbon oft für chirurgische Instrumente und Prothesen verwendet. Wer schon einmal eine Computertomografie (CT) gemacht hat, lag wahrscheinlich auf einer Trage aus Carbon. Weil diese röntgentransparent ist, lässt sie die Röntgenstrahlen ungehindert passieren und bleibt auf den Bildern unsichtbar.

### Mit viel Leidenschaft zum perfekten Mountainbike

Doch Carbon ist nicht gleich Carbon. Das wissen auch Velofans. Sie kommen dann auf das Steinel-Areal, wenn der Rahmen ihres



Bei der Herstellung eines Carbon-Bauteils sind viele Arbeitsschritte nötig. Dazu gehören das Formen und die sorgfältige Bearbeitung von Hand. Bilder: zvg

Velos kaputt ist. «Seit über zehn Jahren reparieren wir Fahrräder von anderen Herstellern», erklärt Braschler. Dabei stellte er fest, dass die Qualität der Velorahmen oft zu wünschen übrig lässt und sie bei Stürzen rasch brechen. Brasch Design schuf deshalb ein Mountainbike, das nicht nach jedem Sturz repariert werden muss: Das Nostra-Cross-Country-Bike vereint das gesamte Wissen und die Technologie, die das Unternehmen in den vergangenen Jahren erfolgreich gemacht haben. Die Kundschaft kann die Farbe des Rahmens sowie Teile wie Schaltung oder Bremse selber bestimmen.

Braschler hebt besonders hervor, dass seine Firma den Carbonrahmen als einzige Schweizer Marke nicht aus Fernost impor-

tiert, sondern selbst herstellt. Das erfordert viel Handarbeit – und die hat ihren Preis: Ein Nostra-Bike kostet etwas mehr als vergleichbare Mountainbikes, dafür erspart sich die Kundschaft viel Ärger und Kosten für vermeidbare Reparaturen. Diese Nachhaltigkeit weiss sie zu schätzen.

### In der Heimat bleiben und Arbeitsplätze erhalten

Inzwischen verbringt der fünffache Familienvater einen Grossteil seiner Zeit wieder in der Werkstatt statt im Büro. Das hat gute Gründe: Die Aufträge werden immer komplexer, und Braschler möchte nahe an seinen Mitarbeitenden sein. Gleichzeitig führt er ein Qualitätsmanagement ein. Doch nicht nur

**«Oft sind wir einen Schritt voraus.»**

Roman Braschler

die internen Abläufe fordern ihn: Auch der Platz in den Räumlichkeiten auf dem Steinel-Areal wird allmählich knapp. Für Braschler ist allerdings klar: Ein anderer Standort als Einsiedeln kommt nicht infrage. «Ich bin hier geboren und aufgewachsen», sagt er. «Wir möchten auch weiterhin motivierten Polymechanikern, Schreinerinnen, Technikern und anderen Fachkräften einen Arbeitsplatz in der Region bieten.» ●

# «Man gönnt sich den Wunderraum»

Der Wunderraum in Pfäffikon möchte mehr sein als ein Ort für Coworking und Firmensitze. Die Gründerinnen Elisabeth Hirtl und Maria Bassi sehen ihn als ein hochwertiges Daheim mit Service, Gastfreundschaft und einem grossen Wohnzimmer, um ins Gespräch zu kommen. Hier sollen Firmen starten und wachsen.

von Manuela Gili Sidler

Ins Gespräch kommen. Diese drei Worte dürften Elisabeth Hirtl und Maria Bassi auf den ersten Mind-maps mehrfach eingekreist haben, als sie vor über acht Jahren überlegten, wie sie einen Coworking-Space mit Mehrwert am Standort Pfäffikon aufbauen. Das erste Gespräch im Wunderraum beginnt bereits beim Eintreten. Die Frau am Empfang begrüsst freundlich und handelt, noch bevor man den Wunsch ausgesprochen hat.

Kurz darauf sitzt die Schreibende mit einem kühlen Getränk am langen Tisch, dem Herzstück des Wunderraums, und nutzt die kurze Wartezeit, um sich umzusehen. Der Ort wirkt nicht wie ein klassisches Büro, eher wie ein gepflegtes Boutiquehotel: Sofa, Büchergestell, Balkon mit Grill und eine Küchenzeile. Blumen auf dem Tisch, ein Bildband auf dem Salontischchen, eine Früchteschale und Postkarten mit aufmunternden Sprüchen in der Küche. Ausgewählte Leuchten setzen warme Akzente. Diese Wirkung haben die Gründerinnen gesucht. «Unser Ziel waren schön gestaltete Büros mit positiver Energie, wo man gut arbeiten kann», erklärt Hirtl. Gastfreundschaft spielt dabei eine zentrale Rolle. Wer hier ankommt, soll sich als Firma und als Mensch willkommen fühlen.

## Wo Begegnungen mehr auslösen als Smalltalk

Am langen Tisch entstehen im Alltag die Gespräche: spontan in der Pause, bei einem Gemeinschaftsfrühstück der Wunderraum-Kundinnen und -Kunden oder bewusst orchestriert von Hirtl: «Ich stelle Leute einander vor, wenn es menschlich oder beruflich passen könnte.» So treffen Menschen aufeinander, die sich sonst vielleicht nie begegnen würden, und Firmenideen aus unterschiedlichen Richtungen kommen zusammen. Viele arbeiten in Bereichen wie Informa-



Gastlichkeit als Teil des Konzepts: Im Wunderraum sollen Räume Arbeit ermöglichen und Gespräche fördern. Bilder: Manuela Gili Sidler



Elisabeth Hirtl (links) und Maria Bassi haben den Wunderraum in Pfäffikon 2018 eröffnet, um Unternehmerinnen und Unternehmer zusammenzubringen.

tikberatung, Finanzdienstleistungen oder Digitalisierung: Eine neu gegründete Firma managt Fonds. Ein Team entwickelt souveräne digitale Lösungen mit künstlicher Intelligenz, damit digitalisierte Daten in der Schweiz bleiben. Ein Unternehmen digitalisiert die Zahlungsabwicklung für Ärztinnen und Ärzte.

## Service, der Firmen im Alltag den Rücken freihält

Der Wunderraum schafft nicht nur Gelegenheiten für Gespräche, er übernimmt auch Aufgaben, die im Arbeitsalltag Zeit kosten. Wer hierherkommt, verbindet seinen Laptop mit dem WLAN und kann ab Minute eins loslegen. Der Drucker hat immer Papier und Toner, die Kaffeemaschine ist stets gewartet, und auf Wunsch nehmen die fünf Frauen des Wunderraums Anrufe im Namen der Firma entgegen und holen die Post. Das klingt nach Details. Doch es sind entscheidende Details. Kleine Firmen verlieren so nicht Zeit mit Infrastruk-

turfragen, sondern erhalten Verlässlichkeit. «Wir machen es anders, wir sind Premium», sagt Bassi, «man gönnt sich den Wunderraum.»

Die Art des Gesprächs entscheidet über die Räume. Für vertrauliche Telefonate gibt es Kabinen, für konzentriertes Arbeiten Rückzugsorte, und für die wichtigeren Gespräche stehen Sitzungsräume in verschiedenen Grössen bereit. Manche Firmen halten im Wunderraum ihre wöchentlichen Team-Meetings ab. Andere empfangen hier ihre Kundinnen und Kunden, weil der Ort professioneller wirkt als das Homeoffice. Rund 70 Firmen haben ihren Geschäfts-

sitz im Wunderraum, «oder ihre Heimat», wie Hirtl sagt.

## Auch nach dem Wegzug verbunden bleiben

Im Coworking-Bereich des Wunderraums lässt es sich gut mit bis zu sechs Mitarbeitenden arbeiten. Diese kommen an einzelnen Tagen, nutzen freie Arbeitsplätze und teilen die Infrastruktur mit anderen Firmen. Wenn ein Unternehmen wächst, nimmt es den nächsten Schritt: Es zieht aus oder wechselt in die geschlossenen Büros des Wunderraums. Dort arbeiten Teams in eigenen Räumen, ohne gleich die ganze Büroorganisation aufzubauen.

Zieht eine Firma aus, bleibt der Kontakt bestehen. Für Hirtl und Bassi endet der Wunderraum nicht an der Tür. Sie sprechen mit Politik und Verwaltung, vernetzen Unternehmen mit der regionalen Wirtschaft. «Mit unserer Glaubwürdigkeit bauen wir gern Brücken, denn wir kennen uns in der Region gut aus», so Bassi. ●

«Unser Ziel waren schön gestaltete Büros mit positiver Energie.»

Elisabeth Hirtl

# «Ein Produkt darf nicht okay sein, es muss perfekt sein»

Schönheit beginnt definitiv im Kanton Schwyz. Hier besitzt der Konzern Estée Lauder an drei Orten eine starke Präsenz und gehört zu den grössten privaten Arbeitgebern. Jamal Chamariq erklärt, welche Rolle der Standort Schwyz im Milliardenkonzern spielt und warum das so bleiben wird.

von Reto Lipp

**Estée Lauder ist schon lange in Schwyz, und zwar an drei Standorten in Galgenen, Lachen und Wollerau. Wie wichtig ist der Kanton für den gesamten Konzern?**

Sehr wichtig. Eine Kombination aus vier Faktoren ist dafür entscheidend: das historische Erbe, Fähigkeiten, die wir hier entwickelt haben, die guten Beziehungen zu den Behörden und schliesslich die geografische Lage mitten in Europa. In den 1950er-Jahren kam Leonard Lauder als Student in die Schweiz und verliebte sich in den Standort hier am Zürichsee. So begann alles. Heutzutage ist für uns die Nähe zum Flughafen Kloten sehr wichtig. Wir haben hier den Zugang zu vielen europäischen Ländern, und wir haben sehr enge Beziehungen zum kantonalen Amt für Wirtschaft. Natürlich haben wir auch sehr viel investiert. Das Distributionszentrum in Galgenen, das wir 2021 neu gebaut haben, bedient unsere Kunden in der ganzen Welt. Zwischen 2018 und 2022 flossen über 160 Millionen Franken in den Standort. Diese grossen Investitionen zeigen, wie stark wir auch künftig auf den Standort hier im Kanton Schwyz setzen.

**Estée Lauder hat im Kanton nicht nur ein globales, sehr automatisiertes Distributionszentrum, das Unternehmen stellt in Lachen auch bekannte Düfte wie Tom Ford, Aramis, Clinique oder Estée Lauder her. Die Schweiz gilt als Hochlohndland. Wie schaffen Sie es trotzdem, hier zu produzieren?**

Wir haben die Produktion in Lachen sogar noch ausgeweitet und in mehr Automation und höhere Kapazitäten investiert. Lachen wird für den Konzern zunehmend einer unserer wichtigsten Produktionsstandorte. Natürlich arbeiten wir auch eng



Jamal Chamariq betont, dass der Kanton Schwyz eine wichtige Rolle in der Zukunft von Estée Lauder spielt.

mit unserem Parfüm-Atelier in Paris zusammen, wo neue Dufttrends in enger Verbindung mit unseren globalen Innovationsteams konzipiert und entwickelt werden. Es ist auch wichtig zu erwähnen, dass die Schweiz über ein starkes Duft-Ökosystem verfügt und dass wir eng mit spezialisierten Partnern wie Duft Häusern und Rohstofflieferanten innerhalb dieses Netzwerks zusammenarbeiten.

**Parfüms, aber vor allem auch Cremes sind sehr delicate Produkte, wir lassen sie direkt an unsere Haut. Da sind die Konsumentinnen und Konsumenten bestimmt äusserst heikel.**

Wir werden kein Produkt auf den Markt bringen, das einfach okay

ist. Es muss perfekt sein. Qualität ist etwas, wo wir niemals Kompromisse machen werden. Sie ist ein grundlegender Bestandteil unserer

Unternehmensstrategie. Qualität ist quasi eingepreist in unsere DNA, wir sind da sehr strikt. Und hier kommt die Schweiz ins Spiel.

## Die Estée Lauder Company

Estée Lauder und ihr Ehemann Joseph gründeten das Unternehmen im Jahr 1946 in New York. In den Anfängen basierte die Firma vor allem auf Hautcremes. Heute gehört der Konzern weltweit zu den führenden Herstellern von Hautpflege, Make-up, Parfüms und Haarprodukten. Viele Marken gehören dazu wie etwa Estée Lauder, Clinique, MAC, La Mer, Bobbi Brown, Jo Malone London oder Tom Ford. Ein Teil der hochwertigen Parfüms wird im Kanton Schwyz produziert, wo das Unternehmen über 500 Mitarbeitende an drei Standorten beschäftigt. Der weltweite Umsatz beträgt rund 15 Mrd. Dollar.



### Über Jamal Chamariq

Jamal Chamariq ist Senior Vice President Global Supply Chain. Er trägt die Gesamtverantwortung für die internationale Lieferkette in Europa, im Mittleren Osten, in Afrika, Grossbritannien und Irland. Ebenso ist er für die Schwellenmärkte und das weltweite Reisegeschäft (Duty Free) zuständig. Chamariq bringt eine mehr als 30-jährige internationale Erfahrung im Management von Lieferketten, Industrie-Operationen und grossen Transformationsprozessen mit.

## «Die Nähe zum Flughafen Kloten ist für uns zentral.»

Jamal Chamariq

Sie ist weltweit bekannt für qualitativ hochstehende Produkte, was sehr gut zu unseren Standards passt. Das hat auch gegen aussen einen hohen Wert.

**Beim Besuch des Distributionszentrums in Galgenen hat mich der hohe Grad an Automation beeindruckt. Werden von hier aus weltweit die Duty-free-Shops beliefert?**

Galgenen ist ein wichtiger Logistikstandort für unser internationales Geschäft, insbesondere für das Reisegeschäft, vor allem für das Duty-Free-Segment. Produkte aus der Schweiz, Belgien oder den USA treffen hier ein. Je nach Bestellung werden sie zusammengestellt und an Kunden in aller Welt verschickt, wobei die Warenströme innerhalb unseres Distributionsnetzwerks optimiert werden. Moderne Automations- und Robotiklösungen unterstützen unsere Mitarbeitenden im Distributionszentrum dabei und sorgen für effiziente Abläufe.

**Wie schwer ist es, die richtigen Leute für die Produktion und Distribution im Kanton Schwyz zu finden?**

Wir haben wenig Schwierigkeiten, gutes Personal zu finden. Einige unserer Mitarbeitenden sind seit 30 Jahren und mehr bei uns. Das zeigt, dass viele sehr gern bei uns arbeiten.

**Aber es gibt auch viel Automation, viel Robotik im Produktions- und Distributionsprozess. Das spart doch Jobs ein.**

Die Automation und die IT helfen uns vor allem, die Qualität zu kontrollieren. Es geht gar nicht so sehr darum, Kosten zu senken. Wir haben Monate, da sind die Bestellungen derart massiv, dass wir gar nicht genug Leute hätten, um die Bestellungen abzuarbeiten. Ich erinnere mich daran, dass wir in einem Dezember zwei volle Boeing 747 chartern mussten, um die Bestellungen in die weite Welt hinauszufliessen. Unser Geschäft ist eben auch sehr saisonal.

**Das heisst, das vierte Quartal mit dem Weihnachtsgeschäft ist für Estée Lauder zentral. Da geht dann im sprichwörtlichen Sinn die Post ab?**

Das vierte Quartal ist für uns sehr wichtig. Nicht nur Weihnachten ist entscheidend, auch das chinesische Neujahr spielt für unsere asiatischen Kunden eine sehr wichtige Rolle. Automation ist also nicht nur etwas, das wir einsetzen, um Kosten zu senken, sie hilft uns, die Saisonalität unseres Geschäfts zu steuern und gleichzeitig die Qualität jederzeit unter Kontrolle zu behalten.

**Zur Automation kommt jetzt noch die künstliche Intelligenz (KI) hinzu. Welche Rolle spielt KI bei Estée Lauder?**

KI hilft uns in vielerlei Hinsicht. Zum Beispiel unterstützt sie die Automationssysteme im Distributionszentrum. Sie verbessert auch unsere Produktionsprozesse, indem sie Möglichkeiten zur Steigerung von Qualität und Effizienz identifiziert, etwa durch moderne Inspektionssysteme und intelligentere Planungs-Tools. Gleichzeitig hilft sie uns, schneller zu werden und unsere Ressourcen nachhaltiger zu nutzen. Nachhaltigkeit ist für uns wichtig, weil sie auch eine starke wirtschaftliche Komponente hat. Energie ist zum Beispiel ein wesentlicher Kostenfaktor.

**Hilft KI auch beim Erspüren von Konsumtrends? Estée Lauder ist ja auch Teil des Mode-Business, und da wechseln die Trends ungewöhnlich schnell.**

Die Konsumentin ist heutzutage sehr volatil. Unsere Produkte werden von vielen Influencerinnen begutachtet und kommentiert. Mal ist dieser Lippenstift im Trend, mal ein anderer, mal dieser Parfümgeruch, dann wieder ein anderer. Das verändert sich laufend. KI hilft uns, den Überblick über Trends im Netz zu behalten und unser Produktportfolio besser auf die Bedürfnisse der Kunden abzustimmen. Mit KI erhalten wir in Sekunden Millionen von Datenpunkten, die uns bei Entscheidungen unterstützen. Aber die finale Entscheidung trifft immer noch der Mensch.

**Ist der Parfümsektor ein Wachstumsmarkt?**

In Europa waren Parfüms schon immer sehr verbreitet. Denken Sie

an die Parfüm-Hauptstadt Grasse in Frankreich. Aber jetzt wächst auch der Parfümmarkt in Asien ausgesprochen stark. Die Chinesen setzen immer stärker auf Parfüms. Ein Trend geht sogar dahin, dass man heute nicht mehr nur ein Parfüm aufträgt, sondern drei. Man schichtet quasi ein Parfüm auf das andere, was dann eine neue Duftmischung ergibt.

**Was ist Ihr persönliches Lieblingsparfüm?**

Ich habe heute nicht nur eines aufgetragen, sondern drei. Zum einen «Le Labo Thé Noir 29», sehr fruchtig, zum anderen «Vetiver Extraordinaire» von Frédéric Malle. Und schliesslich noch – entschuldigen Sie den Ausdruck – «Fucking Fabulous» von Tom Ford.

## «Brillante Ideen kommen von überall her.»

Jamal Chamariq

**Nachhaltigkeit betonen Sie immer wieder. Und doch hat man das Gefühl, dass dieses Thema bei vielen Firmen in der Dringlichkeit weit nach hinten gerückt ist.**

Wir sind schon seit Langem auf unserer Nachhaltigkeit-Reise und haben dabei sehr konkrete Fortschritte an unseren Standorten erzielt. In Galgenen nutzen wir beispielsweise die Solarenergie intensiv. Fast 40 Prozent der Energie kommt von da. Der Standort ist zudem LEED-Gold-zertifiziert. Dabei handelt es sich um einen internationalen Standard für energieeffizientes und umweltbewusstes Bauen. Das hat natürlich auch Auswirkungen auf unsere Erfolgsrechnung, denn Energie ist derzeit wieder sehr teuer.

**Ist Nachhaltigkeit auch für die Konsumentinnen und Konsumenten von Schönheitsprodukten nach wie vor ein wichtiges Thema?**

Ganz klar. Wir haben zum Beispiel einen grossen Kunden in Norddeutschland, der voll auf Nachhaltigkeit setzt. Er will, dass unsere Produkte von Galgenen aus mit

elektrischen Lastwagen angeliefert werden, um CO<sub>2</sub> einzusparen. Das war zunächst nicht einfach, denn die Strecke bis nach Norddeutschland ist ziemlich lang. Aber wir haben es möglich gemacht. Wichtig ist natürlich für uns auch, dass wir Verpackungsmaterial sowie den Konsum von Energie und Wasser reduzieren. Das hilft der Umwelt und spart gleichzeitig Geld.

**Estée Lauder wurde von einer Frau gegründet, und die Familie spielt immer noch eine grosse Rolle. Spürt man das im Alltagsgeschäft?**

Auf jeden Fall, denn Menschen stehen bei uns im Vordergrund. Wir sind ein «People's Business». Das ist bei uns ganz tief drin. Gleichzeitig ermuntern wir immer unternehmerisches Denken. Ich habe auch schon bei anderen Unternehmen gearbeitet und kann das wirklich beurteilen: Bei uns wird Unternehmertum grossgeschrieben. Unser CEO erinnert uns oft daran, dass Führung nicht nur aus der Hierarchie heraus entsteht. Bei Estée Lauder kann jeder «von jedem Stuhl aus führen». Das heisst, egal ob die Person Chef, Direktorin, Junior oder Assistentin ist, wenn sie eine gute Idee hat, soll sie damit nach vorne kommen. Wir setzen sie um. Brillante Ideen kommen nicht nur von oben, die kommen von überall her. Diese menschenzentrierte Kultur spiegelt sich auch in unserer Belegschaft wider: Rund 80 Prozent unserer Mitarbeitenden weltweit sind Frauen.

**Estée Lauder ist eine sehr grosse Firma mit weltweit 61'000 Mitarbeitenden und ganz vielen Marken, die sie in 150 Ländern der Welt verkauft. Wenn Sie in die Zukunft schauen: Wird die Schweiz ihren Standort in diesem sehr globalen Konzern behaupten können?**

Selbstverständlich. Wir haben eine der wichtigsten Parfümproduktionen weltweit hier in Lachen. Dazu kommen die grossen Investitionen, die wir mit dem Distributionszentrum in Galgenen realisiert haben. Dieses Distributionszentrum ist auch innerhalb des Konzerns in Sachen Wirtschaftlichkeit und Modernität führend. So wird die Schweiz eine wichtige Plattform bleiben in Sachen Führung, Produktion und Distribution, keine Frage. Da bin ich sehr zuversichtlich. ●

# Die Datenhüter aus Pfäffikon: Hightech für die ganze Welt

Wer Daten in die Cloud verlagert, muss darauf vertrauen, dass der Anbieter sorgfältig damit umgeht. Phoeniqs aus Pfäffikon schafft dieses Vertrauen mit Schweizer Technologie und Infrastruktur: Die Daten der Kundschaft bleiben in der Schweiz, und auch die Systeme werden hier betrieben.

von Manuela Talenta

Der erste Server von Thomas Taroni stand bei ihm zu Hause. Das ist über 25 Jahre her. Zusammen mit seinem Bruder Stefan hatte er damals ein Unternehmen gegründet. Die beiden programmierten Websites und elektronische Verkaufsplattformen. Dann kam ihr erster Kunde aus der Medienbranche: die heutige Schweizer Mediendatenbank (SMD). In diesem System werden die Beiträge von rund 300 Schweizer Zeitungen und Zeitschriften sowie Radio- und Fernsehbeiträge verwaltet. «Wir haben die Datenbank aufgebaut, programmiert und betreiben sie bis heute im Auftrag der SMD», erzählt Taroni.

## Eine souveräne Cloud auf Schweizer Boden

Aus diesem Auftrag entwickelte sich das heutige Geschäftsmodell: Die Firma stellt die technische Infrastruktur für andere Unternehmen und Organisationen bereit. Auf den Phoeniqs-Servern kann die Kundschaft wichtige Computersysteme laufen lassen. Phoeniqs kümmert sich um die dafür nötige Infrastruktur. Ein wesentlicher Aspekt ist die digitale Souveränität: Die Server stehen in insgesamt sechs Rechenzentren in der Schweiz, auch Betrieb und Unterhalt erfolgen von hier aus. Die Daten werden in der Schweiz gespeichert und verarbeitet und unterliegen dem Schweizer Recht. Für Executive Chairman Taroni ist das ein wichtiger Unterschied zu anderen grossen ausländischen Cloud-Anbietern. «Viele Kundinnen und Kunden sind aus genau diesem Grund bei uns», sagt er. «Wir exportieren gewissermassen Schweizer Werte.» Dazu gehören für ihn etwa Datenschutz, Neutralität und Unabhängigkeit. Auch bei der Hardware will das Unterneh-

men möglichst unabhängig bleiben und bezieht diese deshalb bewusst von mehreren Herstellern.

## Daten, die besonderen Schutz brauchen

Die digitale Souveränität macht Phoeniqs vor allem für Kundinnen und Kunden interessant, die mit besonders sensiblen Daten arbeiten. Dazu gehören zum Beispiel Banken, Unternehmen aus Biotechnologie, Gesundheitswesen und Verteidigung oder auch die öffentliche Hand. Oft nutzen sie Phoeniqs nur für jene Systeme, die sie besonders schützen wollen oder aufgrund gesetzlicher Vorgaben schützen müssen. Bei der SMD sind es urheberrechtlich

geschützte Inhalte, bei der öffentlichen Hand zum Beispiel Personendaten.

## Eigenes Betriebssystem, eigener KI-Supercomputer

Für Taroni ist klar: Datenschutz ist eine gute Sache und sollte unbedingt gestärkt werden. Gleichzeitig ist Phoeniqs ein profitorientiertes Unternehmen, das am Markt bestehen muss. «Wir sind keine NPO», betont der Executive Chairman. Der Schweizer Standort und die damit verbundenen Werte allein reichen deshalb nicht aus, um Kundschaft zu gewinnen. «Wir müssen auch technologisch überzeugen.» Das Unternehmen, das heute rund 100 Mitarbeitende

«Wir exportieren gewissermassen Schweizer Werte.»

Thomas Taroni

beschäftigt und neben dem Hauptsitz in Pfäffikon über weitere Standorte in Basel und Zürich verfügt, hat deshalb ein eigenes Betriebssystem entwickelt und betreibt einen eigenen KI-Supercomputer. Dessen Rechenleistung kann die Kundschaft über die Cloud für anspruchsvolle KI-Anwendungen nutzen, ohne selbst eine entsprechende Hochleistungsinfrastruktur aufbauen zu müssen. Ebenfalls an die Cloud angebunden ist ein Quantencomputer. Während der Supercomputer bereits heute eingesetzt wird, sieht Phoeniqs im Quantencomputing eine Zukunftstechnologie für besonders komplexe Aufgaben.

## Sunrise setzt künftig auf die Phoeniqs-Technologie

Nun soll die Technologie von Phoeniqs einem noch grösseren Kundenkreis zugänglich werden. Im Mai vereinbarte das Unternehmen eine Partnerschaft mit Sunrise. Der Telekommunikationsanbieter bietet seinen Geschäftskunden Cloud- und KI-Lösungen an. Die technische Grundlage dafür kommt von Phoeniqs, Sunrise bringt seinen Zugang zu Unternehmen und sein Partnernetzwerk ein. Für Taroni ist die Zusammenarbeit ein wichtiger Schritt: «Durch die Integration unserer Dienste in die Angebote von Sunrise können wir Unternehmen aller Grössen und verschiedener Branchen erreichen.» ●



Thomas Taroni, Executive Chairman von Phoeniqs. Bild: zvg



Mehrere elektrisch betriebene Betonmischer sind für die Kibag unterwegs. Bilder: zvg

# Ein Jahrhundert Kibag: Wandel auf festem Grund

Aus zwei Betrieben am oberen Zürichsee ist in 100 Jahren die landesweit tätige Baustoff- und Baugruppe Kibag herangewachsen. Dabei blieb das Kerngeschäft stets konstant. Verändert haben sich vor allem die Technologien, mit denen das Unternehmen Rohstoffe gewinnt und Infrastruktur baut.

von Manuela Talenta

Kurz vor halb zehn an einem Samstagabend Mitte Juni dieses Jahres taucht die Sonne die Bucht von Nuolen in goldenes Licht. 40 Meter über dem Wasser schwebt ein knapp 15 Meter langer Anker, gegenüber leuchtet das alte Kieswerk. Das war der Höhepunkt eines dreitägigen Festes, zu dem insgesamt rund 11'000 Gäste kamen, die 8000 Würste assen und 4500 Liter Bier tranken – und eine Hommage an ein Unternehmen, dessen Geschichte vor 100 Jahren genau hier, an diesem Zürichsee-

ufer, ihren Anfang genommen hatte. Heute ist die Kibag in der ganzen Schweiz tätig und beschäftigt rund 2200 Mitarbeitende an rund 60 Standorten (siehe Box).

## Kurze Entscheidungswege dank einem einzigen Eigentümer

Dass die Firma trotz ihrer Grösse unabhängig geblieben ist, führt CEO Christoph Duijts nicht zuletzt auf die Eigentümerstruktur mit nur einem Mehrheitsaktionär zurück. «Er war selbst langjährig CEO, kennt das Geschäft von Grund auf und lässt der operativen

## Vom Baggereibetrieb zur breit aufgestellten Gruppe

Am 25. Februar 1926 schlossen sich die Firmen Helbling aus Bäch und Gassmann aus Nuolen zur «Kibag Aktiengesellschaft Baggereiunternehmen und Kieswerke am Zürichsee» mit Firmensitz in Bäch zusammen. Ein Jahrhundert später ist aus den beiden Kiesbetrieben eine diversifizierte Gruppe geworden: Sie umfasst 18 Kies- und 25 Betonwerke, 17 Strassen-, Tiefbau-, Recycling- sowie Entsorgungsbetriebe und Freizeitangebote wie fünf Marinas und den Golfpark Nuolen.

«Unser jährlicher Energieverbrauch entspricht etwa der Energiemenge eines halben Grimsel-Stausees.»

Christoph Duijts

Geschäftsführung viel Freiheit. Hinzu kommt, dass wir auf einem sehr soliden finanziellen Fundament stehen. So können wir investieren.» Diese Investitionen fließen oft in neue Technologien. Aus gutem Grund, wie der CEO sagt. «Der aktuelle Wandel in der Bauwirtschaft ist beinahe mit der industriellen Revolution zu vergleichen. Elektrifizierung, autonome Baumaschinen und künstliche Intelligenz sind die Themen der Stunde, und die Kibag will in allen drei Bereichen branchenführend sein.»

**Früher Kabel, heute Batterien und digitale Steuerungen**

Neu ist dieses Credo für das Unternehmen nicht. So setzte es bereits im Zweiten Weltkrieg bei der Melioration der Linthebene auf Elektrobagger, weil Treibstoff knapp war – damals allerdings noch mit dicken Kabeln am Gerät. Heute treibt nicht mehr die Treibstoffknappheit den Einsatz elektrischer Maschinen an, sondern das Ziel, sorgsam mit den Ressourcen umzugehen. Davon verbraucht die Kibag eine ganze Menge. «Der jährliche Energieverbrauch für den Betrieb der Werke, Baumaschinen und Fahrzeuge entspricht etwa der Energiemenge eines halben Grimsel-Stausees», weiss Duijts. «Allein unser Dieselverbrauch liegt aktuell bei rund zehn Millionen Litern pro Jahr und verursacht rund 25'000 Tonnen CO<sub>2</sub>». Darum hat die Kibag einen Netto-Null-Fahrplan erstellt und fährt im Zuge dessen eine konsequente Strategie der Elektrifizierung. «Unser Ziel ist klar: Bis 2050 ist kein einziges fossiles Strassenfahrzeug und kein einziger fossiler Bagger mehr für uns unterwegs.»



Diesen elektrisch angetriebenen Bagger verwendete die Kibag während des Zweiten Weltkriegs bei der Linthmelioration, als Treibstoff knapp war.

**Vom Elektrobagger bis zum elektrischen Dumper**

Wo die Reise hingeht, zeigt sich auf den Baustellen schon heute: 40 Tonnen schwere elektrische Betonfahrmischer sind im Regelbetrieb, letztes Jahr kam der europaweit erste vollelektrisch betriebene 23-Tonnen-Raupenbagger dazu. Dem könnte sich schon bald ein elektrischer Dumper anschließen. Duijts: «In unserem Hartsteinbruch Zingel in Seewen wird das Gestein im oberen Bereich gesprengt und dann nach unten

zum Vorbrecher transportiert. Dafür würde sich ein elektrisch betriebener Dumper hervorragend eignen. Er könnte voll beladen nach unten fahren, wobei die Batterie aufgeladen und beim leeren Hinauffahren wieder entladen wird.»

**Neue Maschinen verlangen neue Lösungen auf der Baustelle**

So verheissungsvoll das klingt: Ganz einfach verläuft die Elektrifizierung nicht. «Solche Maschinen kosten etwa zwei- bis dreimal so



Der europaweit erste vollelektrisch betriebene 23-Tonnen-Raupenbagger ist seit letztem Jahr in Betrieb.

viel wie ihre Verbrenner-Pendants, und über die gesamte Lebensdauer rechnet sich das noch nicht», gibt Duijts unumwunden zu. Hinzu kommen ganz praktische Fragen: Wie lädt man eine Batterie mitten am Tag auf, ohne den Betrieb zu unterbrechen? Und wie verteilt man den verfügbaren Baustellenstrom, wenn mehrere E-Maschinen gleichzeitig laufen? «Diese logistischen Herausforderungen sind eigentlich viel interessanter als die Fahrzeuge und Baumaschinen an sich», findet Duijts.

### **Kies ist reichlich vorhanden – aber schwer zugänglich**

Weniger Zukunftsmusik, dafür umso mehr Alltag ist das Rückgrat der Kibag: Kiesabbau und Betonherstellung. Das ist stets ein langfristiges Geschäft. Und eines, das gar nicht so einfach ist. Duijts: «Es gibt hierzulande mehr als genügend Kies, aber es ist schwierig geworden, eine Abbaugenehmigung zu erhalten. Niemand will eine Kiesgrube in direkter Nachbarschaft haben. Man will die Lastwagen nicht im Dorf, nicht den Staub und nicht den Dreck.» Gleichzeitig braucht es aber den Kies, der neben Zement und Wasser der Hauptbestandteil von Beton ist. Denn die Bevölkerung wächst schnell und damit auch die Nachfrage nach Wohnraum, Straßen und Infrastruktur. Deshalb tut die Kibag einiges, um auch weiterhin Abbaugenehmigungen zu erhalten. «Wir informieren die lokale Bevölkerung möglichst früh und transparent, damit wir genügend Zeit haben, Lösungen zu finden.» So umfähre man nach Möglichkeit das Dorf, in dem eine neue Kiesgrube angelegt werde. Wenn das nicht geht, zeigt das Unternehmen zum Beispiel die Fahrstrecken der Lastwagen auf und zu wie viel Mehrverkehr diese Fahrten im Dorf führen. «Oft ist es weniger als befürchtet, vielleicht zwei Lastwagen mehr pro Stunde», so der CEO.

### **Wie aus alten Kiesgruben neue Lebensräume entstehen**

Ebenfalls selbstverständlich ist die Rekultivierung, wenn der Abbau abgeschlossen ist. «Wir geben den Eigentümerschaften ihr Land in mindestens gleicher Qualität zurück, im besten Fall sogar aufgewertet.» Ein schönes Beispiel dafür ist der Golfpark in Nuolen.

Von den 74 Hektaren Gesamtfläche werden nur rund 25 fürs Golfen genutzt. Auf dem restlichen ehemaligen Abbaugelände wurden acht künstliche Seen, Schilfgürtel, Ökowieden und Blumenwiesen angelegt. Sie sind wertvolle Lebensräume für eine Vielzahl von Tieren. So leben dort zum Beispiel gut zwei Dutzend Libellenarten, drei bedrohte Vogelarten, Gelbbauchunken, die normalerweise nicht in

**«Der aktuelle Wandel in der Bauwirtschaft ist beinahe mit der industriellen Revolution zu vergleichen.»**

Christoph Duijts

der Region heimisch sind, und mehr Wildhasen als in der ganzen umliegenden Linthebene. Ob sie im Juni vom Trubel der Jubiläumsfeierlichkeiten nebenan aufgeschreckt worden sind, ist nicht überliefert. Vielleicht weiss es der Fotograf, der an den Festtagen sage und schreibe 37 Kilometer zurückgelegt hat. Gut möglich, dass ihm dabei eines der Langhoren vor die Linse gehüpft ist. ●



Christoph Duijts, CEO der Kibag-Gruppe.



Rinaldo Just (links), Delegierter des Verwaltungsrats und Vorsitzender der Geschäftsleitung, und Stephan Baumeler, Head of Operations & IT, in der öffentlichen Drogerie am Sitz in Küsnacht. Bilder: Manuela Gili Sidler

# Pflanzliche Arzneimittel werden für Schwabe Pharma immer wichtiger

Homöopathische Globuli und Schüssler-Salze von Omida kennen viele aus der Apotheke oder Drogerie. Weniger bekannt ist das Unternehmen dahinter: Schwabe Pharma. Es führt in Küsnacht Traditionsmarken und ein Geschäft, das sich zunehmend auf pflanzliche Arzneimittel verlagert.

von Manuela Gili Sidler

«Das ist ja nur pflanzlich!» Diesen Satz hört Rinaldo Just oft. Aus der Fassung bringt er den Delegierten des Verwaltungsrats und Vorsitzenden der Geschäftsleitung von Schwabe Pharma nicht: «Unsere pflanzlichen Präparate sind zugelassene Arzneimittel und erfüllen dieselben Anforderungen der schweizerischen Zulassungsbehörde Swissmedic wie synthetisch hergestellte Arzneimittel, inklu-

**«Der Bedarf nach Gesundheitslösungen wird nicht abnehmen.»**

Rinaldo Just

sive Wirksamkeitsnachweis und Sicherheitsprofil.»

Unter dem Dach von Schwabe Pharma stehen bekannte Marken wie Tebofortin, Umckaloabo, Omida oder Piniol, die seit Langem in Küsnacht verwurzelt sind. Nach eigenen Angaben zählt Schwabe Pharma zu den führenden Anbietern im Schweizer Markt für rezeptfreie pflanzliche Gesundheitsprodukte, die über Apotheken und Drogerien verkauft werden. Im Vergleich mit anderen Länderge-

sellschaften der Schwabe-Gruppe kommt Schwabe Schweiz laut Just auf besonders hohe Marktanteile. «Sie finden heute praktisch in jedem Schweizer Haushalt Präparate von uns», sagt er.

Im Kanton Schwyz ist vielen vor allem Omida ein Begriff. Die Marke steht seit Jahrzehnten für Homöopathie und ist in der Schweiz marktführend bei Schüssler-Salzen. Rund 15 Mitarbeitende stellen in Küsnacht homöopathische Arzneimittel und Schüssler-

Salze her. Die Rohstoffe stammen zum grossen Teil vom deutschen Mutterkonzern. Die hier produzierten Produkte sind ausschliesslich für den Schweizer Markt bestimmt.

### Mehr als Omid: Schwabe Pharma ist breit aufgestellt

Küssnacht ist nicht nur Produktionsstätte, hier arbeiten auch Fachleute in Logistik, Marketing, Verkauf, Finanzen, Zulassung oder Qualitätsmanagement. Denn zum Portfolio von Schwabe Pharma gehört mehr als Globuli und Schüssler-Salze. Das Unternehmen ist auf verschiedene pflanzliche Arzneimittel spezialisiert. Diese sogenannten Phyto-Arzneimittel kommen in den Bereichen mentale Gesundheit, Erkältungen, Magen und Verdauung, allgemeine Gesundheit und Wohlbefinden zum Einsatz. Zu den wichtigsten Produkten zählen zum Beispiel Lavendel-Präparate gegen Angst- und Unruhezustände oder Ginkgo-Präparate, die bei nachlassender mentaler Leistungsfähigkeit verschrieben werden.

Gerade bei diesen pflanzlichen Arzneimitteln sieht Just grosses weiteres Potenzial. «Im internationalen Kontext ist die Homöopathie stark unter Druck», sagt er. «Nicht so stark in der Schweiz.» Er führt dies unter anderem auf die lange Tradition von Haus- und Naturheilmitteln und die Volksabstimmung 2009 zurück. Damals sagte die Bevölkerung Ja zur Komplementärmedizin und verankerte sie in der Bundesverfassung.

### Traditionsmarken müssen jüngere Generationen erreichen

Doch auch hier verändert sich der Markt, und Schwabe Pharma sieht sich neuen Herausforderungen gegenüber. «Die Schüssler-Salze-Community ist weiterhin stark, und die Omid-Produkte haben sich dank treuer Kundschaft in den letzten Jahren stabil entwickelt», sagt Just. Gleichzeitig muss Schwabe Pharma aber auch eine jüngere Generation ansprechen. Und hier hat die Firma dynamische Konkurrenz. Nahrungsergänzungsmittel werden online offensiv vermarktet, immer neue Anbieter drängen mit modernen Auftritten auf den Markt. Arzneimittel hingegen unterliegen strengen Vorgaben, auch bei der Werbung. Gleichzeitig beobachtet Just,

## Drei Traditionen, eine Firma

Schwabe Pharma ist Teil der deutschen Schwabe-Gruppe, eines Familienunternehmens in fünfter Generation mit Aktivitäten in rund 60 Ländern. Das Pharma-KMU beschäftigt in Küssnacht über 100 Mitarbeitende und erzielt jährlich einen Umsatz in der Höhe von über 50 Millionen Franken. Rund die Hälfte davon entfällt auf rezeptpflichtige Arzneimittel, die von Spitälern und Arztpraxen verschrieben werden. Die andere Hälfte stammt aus dem freiverkäuflichen Markt mit Apotheken und Drogerien. Seit 2024 sind die zuvor eigenständigen Unternehmen Omid, Piniol und Schwabe eine Firma: die Schwabe Pharma AG. Drei traditionsreiche Geschichten verschmelzen damit in Küssnacht. Piniol wurde 1926 in Luzern gegründet, Omid 1946 in Boll bei Bern, und Dr. Willmar Schwabe ist seit 1986 in der Schweiz. Der Firmensitz in Küssnacht feiert somit dieses Jahr drei Jubiläen.

dass für viele Konsumentinnen und Konsumenten die Unterschiede zwischen Arzneimitteln und Nahrungsergänzungsmitteln verschwimmen.

### Pflanzliche Arzneimittel bleiben gefragt

Die Zukunft von Schwabe Pharma liegt für Just vor allem bei den Phyto-Arzneimitteln. Einerseits wird die Bevölkerung immer älter,

und das Unternehmen bietet bereits Präparate für Altersbeschwerden an. Andererseits will Schwabe Pharma bekannte Arzneipflanzen neu kombinieren und bestehende Wirkstoffe für weitere Beschwerden einsetzen. Darin sieht Just zusätzliches Wachstumspotenzial. «Der Bedarf nach Gesundheitslösungen wird in unserer Gesellschaft auch in Zukunft nicht abnehmen», sagt er. Just erwartet deshalb, dass die

Nachfrage nach pflanzlichen Arzneimitteln hoch bleibt. Und zurück zum Satz «Ist ja nur pflanzlich»: Was im ersten Augenblick nach Geringschätzung klingt, kann sich auch ins Gegenteil umdrehen. Laut Just zeigen Studien eine höhere Einnahmetreue als bei synthetischen Arzneimitteln: «Patientinnen und Patienten hielten sich bei pflanzlichen Präparaten besonders zuverlässig an die verordnete Einnahme.» ●



In Küssnacht werden seit 80 Jahren homöopathische Arzneimittel und Schüssler-Salze hergestellt.



Die Deskbird-Gründer Ivan Cossu (links) und Jonas Hess im Wunderraum in Pfäffikon: Hier entwickeln sie ihre Ideen für die Arbeitswelt von morgen.

# Sie verpassen Büros rund um den Globus ein Update

Was als App zur Schreibtischbuchung begann, hilft heute kleinen und grossen Unternehmen, ihre Büros besser zu organisieren. Mit Deskbird haben Ivan Cossu und Jonas Hess einen Nerv getroffen. Von Pfäffikon aus wollen die beiden Gründer das internationale Wachstum weiter vorantreiben.

von Daniel Schriber

Ivan Cossu führt ein Unternehmen mit knapp 100 Mitarbeitenden in mehreren Ländern. Zum Gespräch empfängt er nicht etwa in eigenen Büros, sondern im Wunderraum, einem Coworking-Space in Pfäffikon. Dort teilen sich Firmen und Selbstständige die Büroinfrastruktur. Hier ist auch Deskbird zu Hause. Der 37-jährige Mitgründer und CEO schätzt den gut organisierten Ort für konzentriertes Arbeiten und persönliche Treffen. Das passt zu einem Unternehmer, dessen Geschäft davon lebt, dass Menschen je nach Aufgabe unterschiedliche Arbeitsplätze nutzen. Cossu selbst lebt mit seiner Familie in Rapperswil – und joggt manchmal ins Büro. «Für grössere

Sport- und Freizeitaktivitäten fehlt mir als Vater von zwei kleinen Kindern im Moment die Zeit.»

## Die Pandemie gab den Startschuss

Die Idee hinter Deskbird lässt sich anhand eines gewöhnlichen Arbeitstags erklären: Eine Mitarbeiterin kommt nach zwei Tagen Homeoffice ins Büro. Sie braucht einen Schreibtisch, später einen Besprechungsraum und möchte ausserdem wissen, welche Kolleginnen und Kollegen vor Ort sind. Über Deskbird kann sie Plätze reservieren und ihren Bürotag planen. Was 2020 als Schreibtischbuchungs-App begann, umfasst inzwischen auch Sitzungszimmer, Parkplätze und Anzeigen zur Orientierung im Büro.

Zur Kundschaft von Deskbird zählen kleine Treuhandbüros und Anwaltskanzleien, aber auch Unternehmen mit mehreren Tausend Mitarbeitenden. Entstanden ist das Angebot aus einer Beobachtung während der Coronapandemie: Cossu und sein Mitgründer Jonas Hess waren überzeugt, dass sich die Arbeitswelt dauerhaft verändern würde. «Wenn Mitarbeitende nur noch einen Teil der Woche ins Büro kommen, braucht es nicht mehr für alle einen fest zugeteilten Tisch», so Cossu. «Dafür müssen die gemeinsam genutzten Plätze organisiert werden.»

Die Nachfrage gab den Gründern recht. Bald kamen sie mit dem Beantworten von Anfragen kaum noch nach. Auch Firmen im Ausland begannen, das Angebot zu nutzen.

Heute geht Deskbird einen Schritt weiter: Mit «Workplace Intelligence» können Unternehmen auswerten, wie stark ihre Büroflächen tatsächlich genutzt werden. Cossu: «Die Frage ist: Wie viele Flächen brauche ich eigentlich?» Braucht es mehr Rückzugsorte oder mehr Räume für Zusammenarbeit? Welche Flächen stehen häufig leer? Gerade für Unternehmen mit Tausenden Mitarbeitenden kann es viel Geld kosten, wenn sie mehr Bürofläche mieten, als sie tatsächlich brauchen.

## Vom «U-Boot-Studenten» zum Start-up-Gründer

Dass er einmal eine internationale Softwarefirma führen würde, war Cossu nicht vorgezeichnet.

Aufgewachsen ist er in Rorschacherberg am Bodensee, seine Grosseltern wanderten aus Italien in die Schweiz ein. Zunächst galt sein Ehrgeiz dem Fussball: Bis zum Alter von 15 Jahren spielte er ambitioniert beim FC St. Gallen, später studierte er an der Universität St. Gallen und arbeitete daneben 70 bis 80 Prozent bei der Bank Wegelin. Seine Mitstudierenden

**«Mich auf eine ungewisse Zukunft einzulassen, war das emotional Härteste.»**

Ivan Cossu

nannten ihn den «U-Boot-Studenten»: «An der Universität tauchte ich vor allem zu den Prüfungen auf», erzählt er und lacht.

Es folgten Stationen bei Morgan Stanley in Frankfurt und der Boston Consulting Group in München. Dort lernte er Jonas Hess kennen. «Wir wollten beide nicht den klassischen Corporate-Weg gehen», sagt Cossu. Der Entscheid bedeu-

tete auch, sich von der Vorsicht zu lösen, die ihn geprägt hatte. Seine Grosseltern waren einfache Arbeiter; Sicherheit hatte einen hohen Stellenwert. Anfangs zahlten sich die Gründer keinen Lohn aus und finanzierten Entwickler aus der eigenen Tasche. Während andere Karriere machten, liess sich Cossu auf eine ungewisse Zukunft ein. «Das war das emotional Härteste», erinnert er sich.

### In den Zusammenhalt investieren

Was Deskbird seinen Kunden ermöglicht, prägt auch den eigenen Alltag. Das Team ist über mehrere Länder verteilt, manche arbeiten im Büro, andere vollständig von zu Hause aus. Cossu selber ist ständig unterwegs, verbringt mal einige Tage in Pfäffikon, dann wieder in Paris oder Rumänien. «Es ist wie eine Fernbeziehung», sagt er. «Sie kann funktionieren, braucht aber bewusst gepflegte Nähe.» Möglichst einmal pro Quartal sollen sich die Mitarbeitenden persönlich begegnen, ein- bis zweimal jährlich kommt die ganze Firma zusammen, etwa in Malta, Berlin oder Barcelona. Wer glaube, mit dezentraler Arbeit Bürokosten sparen zu können, rechne deshalb zu kurz. «Du musst in den Klebstoff investieren», betont Cossu.

### Deskbird will die Büros der Welt erobern

Auch in die Weiterentwicklung investiert Deskbird kräftig. Im September 2025 erhielt das Unternehmen in einer Finanzierungsrunde 23 Millionen US-Dollar. Rund 60 bis 70 Prozent der Investitionen fliesen laut Cossu in neue Produkte und Module. Zugleich wächst der Druck durch grosse Anbieter wie Microsoft und ServiceNow. In den USA hat Cossu zudem grössere Kunden im Visier. «Wir wollen das global führende Betriebssystem für den modernen Arbeitsplatz sein», verrät er sein Ziel. Und irgendwann könnte auch ein Verkauf zum Thema werden. «Alles eine Frage des richtigen Zeitpunkts und der passenden Gelegenheit», so der Unternehmer. Vorerst aber gibt es viele Ideen, die Cossu noch umsetzen möchte. Was ihn daran reizt, ist im Kern dasselbe wie damals, als er die Konzernlaufbahn verlassen hat: «Das Aufbauen und Entwickeln.» ●



Für Deskbird liess Ivan Cossu die sichere Konzernlaufbahn hinter sich. Fotos: zvg



Während des Wiedereinstiegs sind Job-Coaches wichtige Ansprechpersonen. Sie tauschen sich regelmässig mit den Mitarbeitenden und deren Unternehmen aus und prüfen gemeinsam mit ihnen, ob die Zusammenarbeit gelingt. Bilder: zvg

# «Wir gewinnen Mitarbeitende, die uns oft lange treu bleiben»

Eine gesundheitliche Zäsur kann Menschen längere Zeit aus dem Berufsleben werfen. Für den beruflichen Neustart braucht es Firmen, die sagen: Wir probieren es miteinander. Zwei Schwyzer Unternehmen erzählen, wie soziales Engagement bei ihnen im Arbeitsalltag gelebt wird.

von Claudia Hiestand

Für Hornbach in Galgenen gehört die berufliche Eingliederung zum Alltag. Seit 2015 beschäftigt der Bau- und Gartenmarkt Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen. Aktuell sind es 13 Personen – zwölf Prozent der Belegschaft. Sie arbeiten im Verkauf, in der Logistik oder im Lager. Hornbach setzt dabei auf bewährte Abläufe. Während der Einarbeitung steht den neuen Mitarbei-

## Arbeiten im zweiten Arbeitsmarkt

Die IV-Stelle Schwyz arbeitet mit verschiedenen spezialisierten Institutionen im Kanton Schwyz und in umliegenden Kantonen zusammen. Diese bieten Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen einen Arbeitsplatz im zweiten Arbeitsmarkt und begleiten sie im Arbeitsalltag. Viele Angebote dienen als Übergang: Die Betroffenen bauen ihre Belastbarkeit auf und bereiten sich auf den ersten Arbeitsmarkt vor. Zeigt sich, dass der Wechsel in ein Unternehmen für jemanden nicht möglich ist, stellen einige dieser Institutionen einen längerfristigen Arbeitsplatz bereit.

tenden eine erfahrene Person aus dem Team zur Seite. Die Führungskraft fragt regelmässig nach, ob alles passt oder zusätzliche Unterstützung nötig ist. «Wichtig ist, dass wir über die Fähigkeiten und gesundheitlichen Einschränkungen der Person Bescheid wissen», sagt Tom Schuler, Mitglied des Marktmanagements. Nur so könne Hornbach einen passenden Einsatz finden. Laut Schuler ist der Aufwand am Anfang überschaubar. «Wir gewinnen enga-

gierte und motivierte Mitarbeitende, die uns oft lange treu bleiben.»

## «Eine Eingliederung ist für alle eine echte Bereicherung.»

Stefanie Strüby-Inderbitzin

### Es braucht ein Team, das den Weg mitgeht

Viel Erfahrung mit beruflicher Eingliederung hat auch Inderbitzin im Muotataler Ried. Seit 25 Jahren unterstützt der Metallverarbeiter Menschen bei der Rückkehr ins Arbeitsleben. Bei Inderbitzin arbeiten sie unter anderem in der Konstruktion und Produktion. Eine wichtige Rolle spielen das Team, sagt die Personalverantwortliche Stefanie Strüby-Inderbitzin. Es müsse bereit sein, die nötigen Anpassungen mitzutragen und im Alltag Rücksicht zu nehmen. «Man sollte nicht erwarten, dass von Anfang an alles perfekt funktioniert. Doch wenn die Voraussetzungen stimmen und alle Beteiligten bereit sind, sich darauf einzulassen, ist eine Eingliederung für alle eine echte Bereicherung.» Eine gelungene Eingliederung erkennt Strüby daran, dass die Person ihre Aufgaben selbstständig erledigt und ganz selbstverständlich zum Team gehört.

## «Wir suchen für jede Person eine individuelle Lösung.»

Regina Ben Jemia

### Immer mehr Firmen bieten einen Integrationsplatz an

Grundsätzlich kann jedes Unternehmen im Kanton Schwyz einen Integrationsplatz anbieten. Eine besondere Anerkennung braucht es nicht. Immer mehr Firmen melden sich von sich aus bei der Invalidenversicherung (IV), stellt

Sara Lozano, Geschäftsfeldleiterin der IV-Stelle Schwyz, erfreut fest. Sie haben eine Einsatzmöglichkeit und möchten jemandem den Wiedereinstieg ermöglichen. «Überannt werden wir nicht», so Lozano, «aber die Anfragen nehmen zu.»

Die IV-Stelle ist froh um Hinweise über solche Firmen. Zwar versucht sie zunächst, dass eine Person ihre bisherige Stelle behalten kann. Zum Beispiel, indem sie andere Aufgaben übernimmt, ihr Pensum anpasst oder ein Coaching nutzt. Gelingt das nicht, braucht es eine Umschulung oder einen Wechsel in ein anderes Unternehmen. Dann hilft es der IV-Stelle, wenn sie weiss, welche Firmen einen Integrationsplatz anbieten. «Wir suchen für jede Person eine individuelle Lösung», sagt Regina Ben Jemia, Bereichsleiterin Berufliche Integration.

### Die IV begleitet Menschen und Unternehmen

Der Wiedereinstieg erfolgt meist schrittweise. In einem Arbeitstraining gewöhnt sich die betroffene Person wieder an einen geregelten Arbeitsalltag. Der Arbeitsversuch ermöglicht einer Person, sich in einem Betrieb zu

beweisen. Der Arbeitgeber kann sie kennenlernen und sich von ihren Fähigkeiten überzeugen, ohne Lohnkosten und ohne Risiko. Die IV zahlt in dieser Zeit weiterhin ein Taggeld. Während der Eingliederung begleitet die IV nicht nur die versicherte Person, sondern auch das Unternehmen. Bei Standortgesprächen klären alle Beteiligten, was funktioniert und wo es Anpassungen braucht. So lassen sich Aufgaben, Pensum und Ziele regelmässig überprüfen. Besonders wichtig sei dies bei psychischen Beeinträchtigungen, so Ben Jemia. Diese nähmen auffallend bei jungen Erwachsenen zu, betreffen aber alle Altersgruppen. Gute und schwierige Phasen könnten sich abwechseln. Das

verlange von allen Beteiligten Geduld und Offenheit.

### Auch ein kleines Pensum kann ein grosser Erfolg sein

Ob aus einem Arbeitsversuch eine feste Anstellung wird, lässt sich nicht planen. Manchmal braucht der Wiedereinstieg mehr Zeit als gedacht. Manchmal ist ein Unterbruch oder eine weitere Massnahme nötig. «Auch ein dauerhaftes Pensum von 50 Prozent kann eine gelungene Eingliederung sein», betont Ben Jemia. Das Ziel sei nicht, jemanden möglichst schnell in ein volles Pensum zu bringen. «Vielmehr soll die Person stabil und langfristig im Arbeitsleben bleiben können.» ●

## Ausgezeichnetes Engagement

Seit 2016 verleihen der Verein Netzwerk Arbeit Kanton Schwyz und die IV-Stelle Schwyz jährlich den Eingliederungspreis «Chapeau». Ausgezeichnet wird ein Schwyzer Unternehmen, das einer Person mit gesundheitlicher Beeinträchtigung den beruflichen Wiedereinstieg ermöglicht hat. Infos unter [www.netzwerk-arbeit.ch](http://www.netzwerk-arbeit.ch).

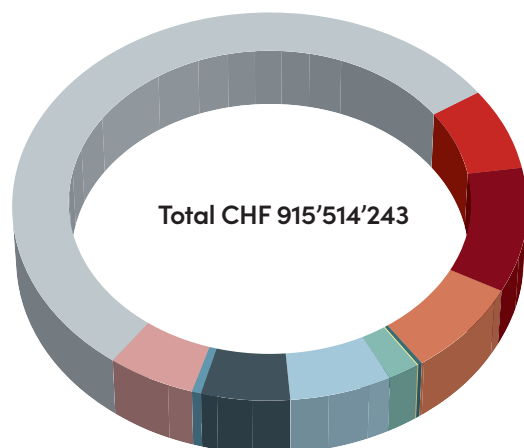


Wer nach längerer Krankheit oder einem Unfall ins Berufsleben zurückkehrt, gewinnt mehr als einen Lohn: einen geregelten Alltag, neues Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und einen Platz in einem Team.

# Sozialversicherungen im Kanton Schwyz

Die SVA Schwyz (Ausgleichskasse) setzt die gesetzlichen Sozialversicherungen um. Sie erhebt Beiträge, prüft Ansprüche und zahlt Renten, Familienzulagen und weitere Leistungen aus. Diese Übersicht zeigt, wie sich diese Auszahlungen entwickeln und welche Bereiche welchen Anteil ausmachen.

## Ausbezahlte Leistungen 2025



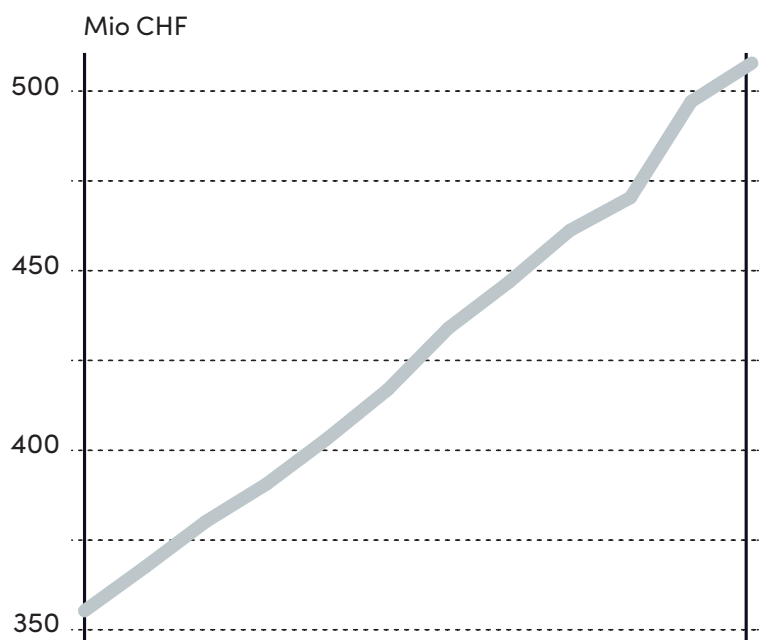
Im Jahr 2025 zahlte die SVA Schwyz über 915 Millionen Franken an Leistungen aus. Mehr als die Hälfte davon entfiel auf die AHV, die wichtigste Sozialversicherung der Schweiz. Die zweit- und drittgrössten Anteile machten die Prämienverbilligungen und die Ergänzungsleistungen aus.

|                                                    |                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CHF 511'248'747<br>AHV-Geldleistungen              | CHF 18'165'136<br>Erwerbsersatz / Mutterschaftsentschädigung /<br>Entschädigung des anderen Elternteils /<br>Betreuungsentschädigung |
| CHF 64'884'227<br>IV-Geldleistungen                | CHF 54'138'775<br>Familienzulagen ausserhalb<br>der Landwirtschaft                                                                   |
| CHF 94'209'139<br>Prämienverbilligungen            | CHF 49'994'968<br>Pflegefinanzierung                                                                                                 |
| CHF 68'264'346<br>Ergänzungsleistungen             | CHF 3'076'864<br>Fachstelle Alimente                                                                                                 |
| CHF 2'246'955<br>Familienzulagen<br>Landwirtschaft | CHF 48'953'539<br>AHV/IV-Sachleistungen                                                                                              |
| CHF 331'547<br>Überbrückungsleistungen             |                                                                                                                                      |

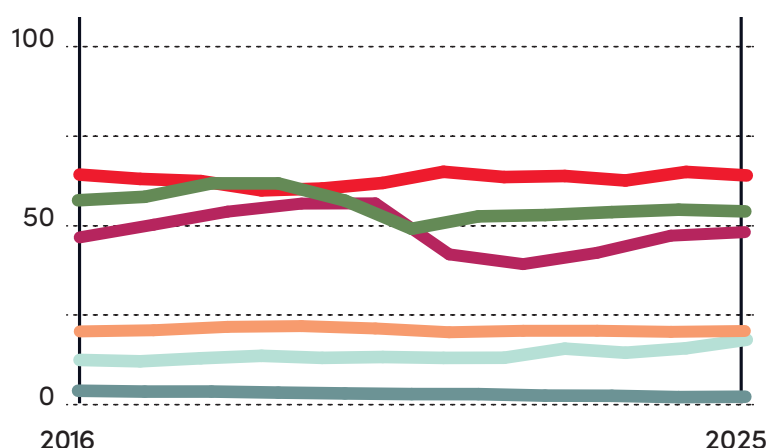
## Auszahlungen 2016–2025

Von 2016 bis 2025 stiegen die Auszahlungen der Alters- und Hinterlassenenversicherung (AHV) deutlich. Die Leistungen der Invalidenversicherung (IV) und die Ergänzungsleistungen (EL) zur IV blieben weitgehend stabil. Die Ergänzungsleistungen zur AHV schwankten, lagen zuletzt aber etwa auf dem Niveau von 2016. Ergänzungsleistungen helfen Menschen mit einer AHV- oder IV-Rente, ihre grundlegenden Lebenshaltungskosten zu decken, wenn das Einkommen nicht ausreicht.

Die Familienzulagen sind national geregelt, die Kantone können jedoch zusätzliche Leistungen anbieten. Im Kanton Schwyz beträgt die Geburtszulage 1000 Franken pro Kind. Die monatliche Kinderzulage liegt bei 230 Franken, die Ausbildungszulage bei 280 Franken. Die Darstellung enthält nur die Familienzulagen der SVA Schwyz. Die Auszahlungen anderer Familienausgleichskassen im Kanton sind nicht berücksichtigt.



|                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AHV-Geldleistungen                                                                                                                                  |
| IV-Geldleistungen                                                                                                                                   |
| Kantonale Familienzulagen an Arbeitnehmende,<br>Nichterwerbstätige und Selbständigerwerbende (FAK)                                                  |
| Ergänzungsleistungen zur AHV                                                                                                                        |
| Ergänzungsleistungen zur IV                                                                                                                         |
| Erwerbsersatzentschädigung (EO)<br>Mutterschaftsentschädigung (MSE)<br>Entschädigung des anderen Elternteils (EAE)<br>Betreuungsentschädigung (BUE) |
| Familienzulagen in der Landwirtschaft (FLG)                                                                                                         |



# Herzlichen Dank

## Gold-Partner



## Silber-Partner



Auf dieser Seite erhalten Personen aus Kunst und Kultur eine Carte blanche zum Thema Schwyzer Wirtschaft.

# Wa(h)re Literatur

von Marcel Huwyler

Als ich mit dem Schreiben begann, rechnete ich mir zwei Einnahmequellen aus: Entweder ich erhalte Literaturpreisgelder und Tinte-und-Brot-Stipendien, oder ich verkaufe viele Bücher. Ehrensache, dass ich mich als Handwerkersohn mit meiner Ware auf dem Markt behaupten will. Auch für mich gilt: Die Nachfrage qualifiziert das Angebot. Als Sehr-Einzelfirma werde ich in halb Europa gelesen und von Kulturveranstaltern für Lesungen gebucht, auch im Kanton Schwyz. Ich ticke wie ein KMU – und veranstalte sogar mit mir selbst ein Firmenweihnachtsessen. •

[www.marcelhuwyler.com](http://www.marcelhuwyler.com)



Marcel Huwyler verkauft seine Geschichten nicht nur zwischen zwei Buchdeckeln, sondern auch auf der Bühne.  
Bild: Manuela Matt