

INFORM

ÜBERLEGENE QUALITÄT.

Interview mit Mahmoud AbdelNaeem von Berain Water & Beverage Factory in Saudi-Arabien. 3

ALGENREVOLUTION.

Ein Schweizer Start-up auf dem Weg, die Verpackungsindustrie zu revolutionieren. 7

BALANCE HALTEN.

Augustinos Kotronis und Lefteris Antonakakis von Kotronis Packaging im Gespräch. 10

DER STANDARDSETZER.

Jules Müller ist Produktionsleiter bei der Otto Hofstetter AG und vieles mehr. 20

GRUND ZUR ZUVERSICHT.



Liebe Leserinnen und Leser

Vor Kurzem bin ich aus Indien zurückgekehrt, wo wir die traditionelle Zeremonie für ein gutes Karma im neuen Gebäude unserer Niederlassung gefeiert haben. Es war ein sehr bewegendes Erlebnis. Gleichzeitig hat mich die Begeisterung und der Optimismus des Teams vor Ort sehr beeindruckt.

Diese positive Energie steht in deutlichem Kontrast zur aktuellen Stimmung in der Schweizer Metallindustrie. Der starke Schweizer Franken, der Arbeitskräftemangel und der Druck auf die Margen durch die hohen Energiepreise stellen uns weiterhin vor Herausforderungen. Gleichwohl bin ich zuversichtlich, was die Zukunft der Otto Hofstetter AG angeht. Hier bei uns am Hauptsitz haben kürzlich sechs Jugendliche ihre technische oder kaufmännische Ausbildung begonnen. Ihre Neugier und ihre jugendliche Frische sind ein Garant für die Zukunft unseres Unternehmens und unserer Branche.

Innerhalb der Otto Hofstetter AG konzentrieren wir uns weiterhin darauf, Lösungen zu entwickeln, die den sich wandelnden Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden gerecht werden. Ein Beispiel stellen wir Ihnen in diesem Magazin vor. Zusammen mit unserer Schwesterfirma Otto Systems haben wir ein neues Produktionssystem entwickelt, das bei der Herstellung von Grossgebinden neue Massstäbe setzen wird.

Die Vorwärtsbewegung ist Teil unserer DNA und prägt unsere Aktivitäten seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1955 durch meinen Vater. Einen Grund dafür sehe ich in der Mentalität der Menschen in unserer Region. Unser Produktionsleiter Jules Müller lässt sich im Interview in diesem Magazin sinngemäss so zitieren: «Der Wille, Herausforderungen im Team zu meistern, scheint den Menschen in unserer Region in die Wiege gelegt zu sein und macht vieles möglich.» Ich empfehle Ihnen, das ganze Gespräch zu lesen. Dann werden Sie meine Zuversicht verstehen.

Auch der Standort Schweiz mit seiner typischen Innovationskraft schafft ein zukunftsorientiertes Klima. Und immer wieder entstehen Start-ups, die für Inspiration und neue Dynamik sorgen. Noriware zählt zu diesen grossartigen Unternehmen. Das junge Schweizer Start-up, das wir im Magazin vorstellen, wird der Kunststoffbranche und der Schweiz helfen, auch in herausfordernden Zeiten weiter zu gedeihen.

Jetzt lade ich Sie ein, in die neueste Ausgabe unseres Kundenmagazins einzutauchen, und freue mich, Sie bald wieder einmal persönlich zu treffen.

Otto Hofstetter

Impressum.

«Inform». Ausgabe 2, 2024

Magazin der Otto Hofstetter AG, Uznach, Schweiz

Gesamtverantwortung: Stefan Zatti

Agentur: Yellow, Strategische Kreativagentur, Basel, Schweiz

Fotos: Salvatore Vinci, Mohamed Saad Almsaad, Mirco Rederlechner, Noriware

Auflage: 6900 Exemplare

Druck: Stämpfli AG, Bern

Erscheint jeweils im Frühjahr und im Herbst

NACHHALTIGE QUALITÄT UND FERTIGUNGS- EXZELLENZ

Die **Berain Water & Beverages Company**, eine führende Marke für abgefülltes Wasser in **Saudi-Arabien**, hat sich als **Vorreiter für Qualität und Nachhaltigkeit** etabliert. Mit Hauptsitz und zwei Produktionsstätten in Riad sowie einer dritten in Dschidda legt das Unternehmen Wert darauf, in allen Bereichen hohe Standards zu erfüllen. **Mahmoud AbdelNaeem**, Operations Executive Director, **gibt Einblicke in die Unternehmensphilosophie**, den Wettbewerbsvorteil und den sich wandelnden saudischen Markt für abgefülltes Wasser.



« UNSERE ANLAGEN SIND MIT
HOCHWERTIGER INFRASTRUKTUR
UND MODERNER TECHNOLOGIE
AUSGESTATTET. »

Mahmoud AbdelNaeem,
Exekutivdirektor Betrieb bei Berain Water

Berain Water im Überblick.

Die Berain Water and Beverage Factory wurde 2015 gegründet und nahm im selben Jahr den Betrieb auf. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Riad betreibt drei fortschrittliche Produktionsanlagen – zwei in Riad und eine in Dschidda. Es bedient sowohl den heimischen als auch internationale Märkte und bietet eine breite Palette von abgefüllten Wasserprodukten in verschiedenen Grössen an, einschliesslich der charakteristischen 200-ml-PET-Flasche, die eingeführt wurde, um die Nachfrage von Konsumentinnen und Konsumenten nach kleineren Mengen gerecht zu werden.

Engagement für durchgängige Qualität.

«Einer unserer wichtigsten Wettbewerbsvorteile bei Berain ist unsere beständige Qualitätsleistung», sagt AbdelNaeem. «Wir setzen ein umfassendes Qualitätskonzept um und gewährleisten hohe Standards von den verwendeten Materialien über jeden Schritt unserer Abläufe bis hin zum Endprodukt für die Verbraucherinnen und Verbraucher. Dieser ganzheitliche Ansatz deckt den gesamten Versorgungszyklus ab – Herstellung, Transport und Verkauf – und hebt uns im Markt hervor.»

Der saudische Markt für abgefülltes Wasser und seine besondere Dynamik.

«Der saudische Markt für abgefülltes Wasser ist aussergewöhnlich», erklärt AbdelNaeem. «Fast die gesamte Bevölkerung ist im privaten Umfeld auf abgefülltes Wasser angewiesen. Zudem steigt die Zahl der Gäste im Königreich laufend, was ebenfalls die Nachfrage erhöht. Eine weitere Eigenart des saudischen Marktes ist, dass Glasflaschen nur einmal verwendet werden; nicht wie in den europäischen Märkten, wo die Wiederverwendung üblich ist. Das macht Glasflaschen in Saudi-Arabien zu einem Premium-Produkt.»

Marktausblick und Wachstumschancen

Die Aussichten für den saudischen Markt für abgefülltes Wasser sind positiv, angetrieben durch lokale Gepflogenheiten, die abgefülltes Wasser bevorzugen, und den zunehmenden Fokus auf Gesundheit und Wohlbefinden. «Mit der Verbesserung der Lebensqualität in Saudi-Arabien und dem wachsenden Gesundheitsbewusstsein steigt die Nachfrage nach hochwertigem abgefülltem Wasser wie Berain weiter an», sagt AbdelNaeem. Er betont Berains Engagement für das Premium-Marktsegment, wobei die Produkte in nationalen Fluggesellschaften, gehobenen Hotels und anderen anspruchsvollen Einrichtungen erhältlich sind.

« FAST DIE GESAMTE
BEVÖLKERUNG IST IM PRIVATEN
UMFELD AUF ABGEFÜLLTES
WASSER ANGEWIESEN. »

Mahmoud AbdelNaeem,
Exekutivdirektor Betrieb bei Berain Water

Nachhaltige herausragende Qualität ist «Berains Versprechen an die Verbraucherinnen und Verbraucher».

«Berains Vision ist es, eine führende Marke in der Produktion und Abfüllung von Trinkwasser zu sein, und das beginnt mit unserem starken Fokus auf Qualität», erklärt AbdelNaeem. «Wir streben in allen Bereichen unseres Unternehmens nach Exzellenz, einschliesslich unserer Produkte, Verpackungen und des Kundenservice. Unsere Anlagen sind mit hochwertiger Infrastruktur und moderner Technologie ausgestattet, und unser Team bildet sich kontinuierlich weiter, um diese Standards aufrechtzuerhalten.»

Blick in die Zukunft: Reichweite erweitern und Nachhaltigkeit umsetzen.

Berain konzentriert sich nicht nur auf das Wachstum im lokalen

Markt, sondern auch auf die Erweiterung seiner Präsenz in den Golfstaaten. Das Unternehmen setzt auch auf Nachhaltigkeit und erforscht Möglichkeiten, recyceltes PET (rPET) in seine Produktion zu integrieren und dabei hohe Qualitätsstandards aufrechtzuerhalten. «Unser Engagement für Nachhaltigkeit erstreckt sich auf jeden Teil unseres Betriebs, von den verwendeten Materialien bis hin zu unseren langfristigen Geschäftspraktiken», schliesst AbdelNaeem. «Wir sind zufrieden mit dem, was wir bisher erreicht haben, und freuen uns auf die Zukunft von Berain Water als bedeutender Akteur im Premium-Segment für abgefülltes Wasser in Saudi-Arabien.»

Berain Waters ist als Great Place to Work® zertifiziert. Was motiviert Sie, sich diesem Zertifizierungsprozess zu unterziehen?

Unser Engagement für Qualität bedeutet auch, dass wir, um qualifizierte Fachkräfte anzuziehen, als attraktiver Arbeitgeber anerkannt werden wollen. Berain funktioniert wie ein multinationales Unternehmen und sucht daher gut ausgebildete Mitarbeitende in den Bereichen Technik, Logistik, Marketing und Vertrieb. Die «Great Place to Work®»-Zertifizierung dient als wichtiges Instrument, um hervorragende Mitarbeitende für unser Unternehmen zu gewinnen.

Berain verwendet seit Anfang 2018 Preform-Werkzeuge der Otto Hofstetter AG. Warum haben Sie sich für den Schweizer Lieferanten entschieden?

Die Entscheidung, Werkzeuge der Otto Hofstetter AG zu verwenden, wurde getroffen, bevor ich zum Unternehmen kam. Die Qualität und Zuverlässigkeit der Schweizer Werkzeuge sind in der Branche anerkannt, was einen guten Ausgangspunkt für



Die drei 144-fach-Werkzeuge der Otto Hofstetter AG erfüllen in puncto Qualität und Effizienz alle Anforderungen von Berain.

unsere Zusammenarbeit bildete. Und nachdem ich nun Erfahrungen mit den Werkzeugen der Otto Hofstetter AG gesammelt habe, teile ich diese Einschätzung. Wir verwenden drei 144-fach-Werkzeuge, die unsere Anforderungen in Bezug auf Qualität und Effizienz absolut erfüllen.

Zu Beginn dieses Jahres haben Sie einen Heisskanal nach 20 Millionen Zyklen ausgetauscht und dafür das OH-Xchange-Programm genutzt. Wie waren Ihre Erfahrungen damit?

Die komplette Überholung eines 144-fach-Werkzeugs dauert normalerweise etwa 25 Arbeitstage, vorausgesetzt, die nötigen Fachkräfte stehen zur Verfügung. Mit OH-Xchange konnten wir die Ausfallzeit auf zwei Tage reduzieren. Diese kurze Betriebsunterbrechung hat sich für uns als vorteilhaft erwiesen, da unsere Effizienz nur geringfügig beeinträchtigt wurde. Nachdem das Werkzeug wieder in Betrieb genommen wurde, konnten wir zügig wieder mit voller Kapazität produzieren.

Wie lief der Austauschprozess ab?

Der Ersatz-Heisskanal wurde im Werk in Uznach vorbereitet und an unser Werk in Riad geliefert. Am Tag des Umbaus überprüfte der Techniker der Otto Hofstetter AG die Ersatzeinheit, um sicherzustellen, dass während des Transports keine Schäden entstanden waren. Gemeinsam mit unserem technischen Team entfernte er dann den alten Heisskanal und installierte den neuen. Gleichzeitig wurden unsere Mitarbeitenden vom Spezialisten der Otto Hofstetter AG in Wartungs- und Reinigungsverfahren geschult. Nach erfolgreichem Abschluss der Testläufe und einigen Feineinstellungen konnte das System bald wieder in Betrieb genommen werden.

Otto Hofstetter legt grossen Wert darauf, seine Mitarbeitenden lange zu halten. Wie wichtig ist Ihnen der persönliche Kontakt?

Der persönliche Kontakt zu den Mitarbeitenden der Otto Hofstetter AG ist für uns eine wichtige Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Wir haben mit ihnen eine Partnerschaft aufgebaut und schätzen besonders ihre Flexibilität und ihr

umfangreiches technisches Know-how. Das durch diese Verbindungen aufgebaute Vertrauen ist ein wichtiger Faktor für die von uns angestrebte fortgesetzte Zusammenarbeit.

«DER PERSÖNLICHE KONTAKT ZU DEN MITARBEITENDEN DER OTTO HOFSTETTER AG IST FÜR UNS EINE WICHTIGE GRUNDLAGE FÜR EINE ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT.»

Mahmoud AbdelNaeem, Betriebsleiter,
Berain Water & Beverages Factory

In welchen Bereichen könnte sich die Otto Hofstetter AG verbessern?

Die Zusammenarbeit mit den Technikerinnen und Technikern und die Qualität der Werkzeuge haben unsere Anforderungen erfüllt. Natürlich hat jedes Unternehmen Verbesserungspotenzial. Ich bin jedoch überzeugt, dass die Otto Hofstetter AG seine Stärken und Schwächen kennt und, wie wir bei Berain, kontinuierlich daran arbeitet, sich weiterzuentwickeln. Wir würden gerne mehr Möglichkeiten zum Austausch von technischem Wissen haben, entweder durch Besuche oder Videokonferenzen. Und wenn die Preise fallen würden, hätten wir natürlich nichts dagegen.

Was sind die nächsten Schritte in der Entwicklung der Berain Water Company?

Wir werden weiter auf unser Ziel hinarbeiten, eine führende Marke in der Wasserproduktion und -abfüllung in Saudi-Arabien zu werden. Dies werden wir erreichen, indem wir hohe Qualität bei unseren Produkten und Dienstleistungen liefern. Darüber hinaus verfolgen wir Möglichkeiten, unseren Markt zu erweitern und die Verarbeitung von rPET zu steigern.

Vielen Dank für dieses aufschlussreiche Gespräch, Herr AbdelNaeem. Wir wünschen Ihnen und der Berain Water Company weiterhin viel Erfolg für die Zukunft.

berain
بيرين

Berain Water & Beverages Factory
www.berain.com.sa

Gegründet: 2015
Spezialist für: Eine Premium-Marke aus Saudi-Arabien für hochwertiges stilles und kohlendioxidhaltiges abgefülltes Wasser in Grössen von 0,2 bis 12 L
Branchen: Haushalte, Unternehmen, touristische Organisationen und Gastronomie

170 Street, New Second Industrial City, Riad, Saudi-Arabien

DIE ALGEN-REVOLUTION

Das Schweizer Start-up Noriware ist mit seinem Material auf Algenbasis Vorreiter für nachhaltige Verpackungslösungen. Das Unternehmen wurde 2022 von Jessica Farda und Stefan Grieder mit dem Ziel gegründet, die Verpackungsindustrie zu revolutionieren. Ihr Anspruch ist es, eine praktikable und umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichen Kunststoffen anzubieten.



Norifilm ist ein transparentes, flexibles Verpackungsmaterial für Trockenwaren.

Algen spielen eine zentrale Rolle im globalen Ökosystem, produzieren 30 bis 50 Prozent des weltweiten Sauerstoffs und absorbieren CO₂ aus der Atmosphäre. Da sie bis zu zehnmal schneller wachsen als Landpflanzen, benötigen sie weder Land für den Anbau noch Düngemittel. Algen helfen auch bei der Reduzierung der Meeresverschmutzung, indem sie nährstoffreiches Abwasser zur Bildung von Biomasse nutzen und ebenfalls Schwermetalle absorbieren können. Darüber hinaus können sie durch den Abbau von CO₂ auch der Versauerung der Ozeane entgegenwirken und helfen, den pH-Wert des Ozeans zu stabilisieren.

Algen sind auch eine nährstoffreiche Quelle für Proteine, Aminosäuren, Mineralien, Vitamine und Antioxidantien. Ihr Potenzial wird jedoch im Lebensmittelsektor, insbesondere in Europa, noch zu wenig genutzt. Würden Algen beispielsweise dem Tierfutter zugesetzt, könnten die Methanemissionen deutlich reduziert werden, was sich positiv auf die Umwelt auswirken würde.

Verpackung: ein weiteres Anwendungsgebiet für Algen. Noriware ist Pionier in der Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen. Nach nur zwei Jahren Forschung und Entwicklung bietet das Schweizer Start-up bereits zwei vielversprechende Produkte an.

Norifilm ist ein transparentes, flexibles Verpackungsmaterial für Trockenwaren. Es hat die gleiche Festigkeit wie herkömmliche Kunststoffe und kann mit Standardmaschinen der Kunststoffindustrie verarbeitet werden. Das Material lässt sich im Kompost eines Haushalts kompostieren und ist biologisch abbaubar, wobei die Zersetzung je nach Filmdicke zwei bis zwölf Wochen dauert.

Noricup ist die erste starre Anwendung von Noriware. Der Becher ist so stabil und wasserbeständig, wie es herkömmliche Plastikbecher sind. Und da er aus Algen und anderen natürlichen Materialien hergestellt wird, ist Noricup ebenfalls zu 100 Prozent kompostierbar. Beide Produkte von Noriware zersetzen sich vollständig im Haushaltskompost, ohne Mikroplastik-Rückstände zu hinterlassen. Diese Eigenschaft ist ein bedeutender Fortschritt gegenüber vielen aktuellen Biokunststoff-Alternativen.

Ermutigt durch den Erfolg des Noricup haben sich die jungen Schweizer Unternehmer entschieden, sich vom Becher abzuwenden und sich auf die Herstellung eines Granulats zu konzentrieren, das weitere Anwendungsmöglichkeiten eröffnet.

Eine erneuerbare natürliche Ressource.

Die Algen, aus denen Noriware seine Polymere gewinnt, stammen aus umweltfreundlichen Quellen. Sie werden speziell kultiviert, um maximale Erträge bei minimaler Umweltbelastung zu erzielen. In speziellen Algenfarmen angebaut, benötigen sie kein Ackerland und konkurrieren in keiner Weise mit der Nahrungsmittelproduktion. Darüber hinaus benötigen sie im Vergleich zu landwirtschaftlichen Nutzpflanzen nur wenig Frischwasser. Algen wachsen schnell und können mehrmals im Jahr geerntet werden.

Eine skalierbare Lösung, die sich auszahlt.

Der Produktionsprozess von Noriware nutzt bestehende Technologien der Kunststoffherstellung. Diese Kompatibilität senkt die Hürden für Hersteller, die auf pflanzenbasierte Materialien umsteigen wollen. Jessica Farda, Mitbegründerin und CEO von Noriware, erklärt: «Sobald wir im industriellen Umfang produzieren, ist unser Produkt extrem skalierbar und kann zu wettbewerbsfähigen Preisen angeboten werden. Wir haben also eine Verpackungslösung entwickelt, die sowohl ökologisch als auch ökonomisch ist.

Unternehmertum trifft auf Expertise.

Noriware arbeitet mit renommierten Schweizer Technologieinstitutionen wie der ETH Zürich und den Fachhochschulen Nordwest- und Ostschweiz zusammen. Diese Partnerschaften ermöglichen dem jungen Unternehmen den Zugang zu

erstklassigen Forschungsinfrastrukturen und Expertenwissen. Zudem tragen diese Kooperationen dazu bei, die Entwicklung der Technologie und der Produktpalette von Noriware zu beschleunigen.

Noriware entwickelt derzeit ein Granulat. Es soll der konventionellen Kunststoffindustrie eine Alternative zu den heute verfügbaren Biokunststoffen bieten. Das Algengranulat von Noriware eröffnet neue Möglichkeiten für verschiedene Anwendungsbereiche und Herstellungsverfahren.

«WIR STELLEN NICHT NUR EIN PRODUKT HER, WIR EBEN DEN WEG FÜR EINE ÖKOLOGISCHERE ZUKUNFT DER VERPACKUNGSINDUSTRIE.»

Jessica Farda, Mitbegründerin und CEO von Noriware

Mit Start-up-Tempo in die Zukunft.

Noriware hat sich eine Vorfinanzierung von über einer Million Schweizer Franken gesichert und hat zudem Unterstützung von staatlichen und privaten Organisationen erhalten. Die ersten kommerziellen Produkte sollen noch in diesem Jahr auf den Markt kommen. Diese zielen darauf ab, ein Gleichgewicht zwischen Haltbarkeit und umweltfreundlicher Entsorgung zu erreichen.

Die Verpackungsindustrie steht zunehmend unter Druck, umweltverträgliche Lösungen einzuführen. Die algenbasierte Technologie von Noriware ebnet den Weg in diese Richtung. Sie kann mit bestehenden Anlagen Produkte herstellen, die wesentlich umweltfreundlicher sind. Das macht Noriware zu einem potenziellen Game-Changer im Bereich der Biokunststoffe. Jessica Farda unterstreicht die ambitionierte Vision des Unternehmens: «Wir stellen nicht nur ein Produkt her, wir ebnet den Weg für eine ökologischere Zukunft der Verpackungsindustrie.»

Erfahren Sie mehr über das Schweizer Start-up Noriware unter www.noriware.com

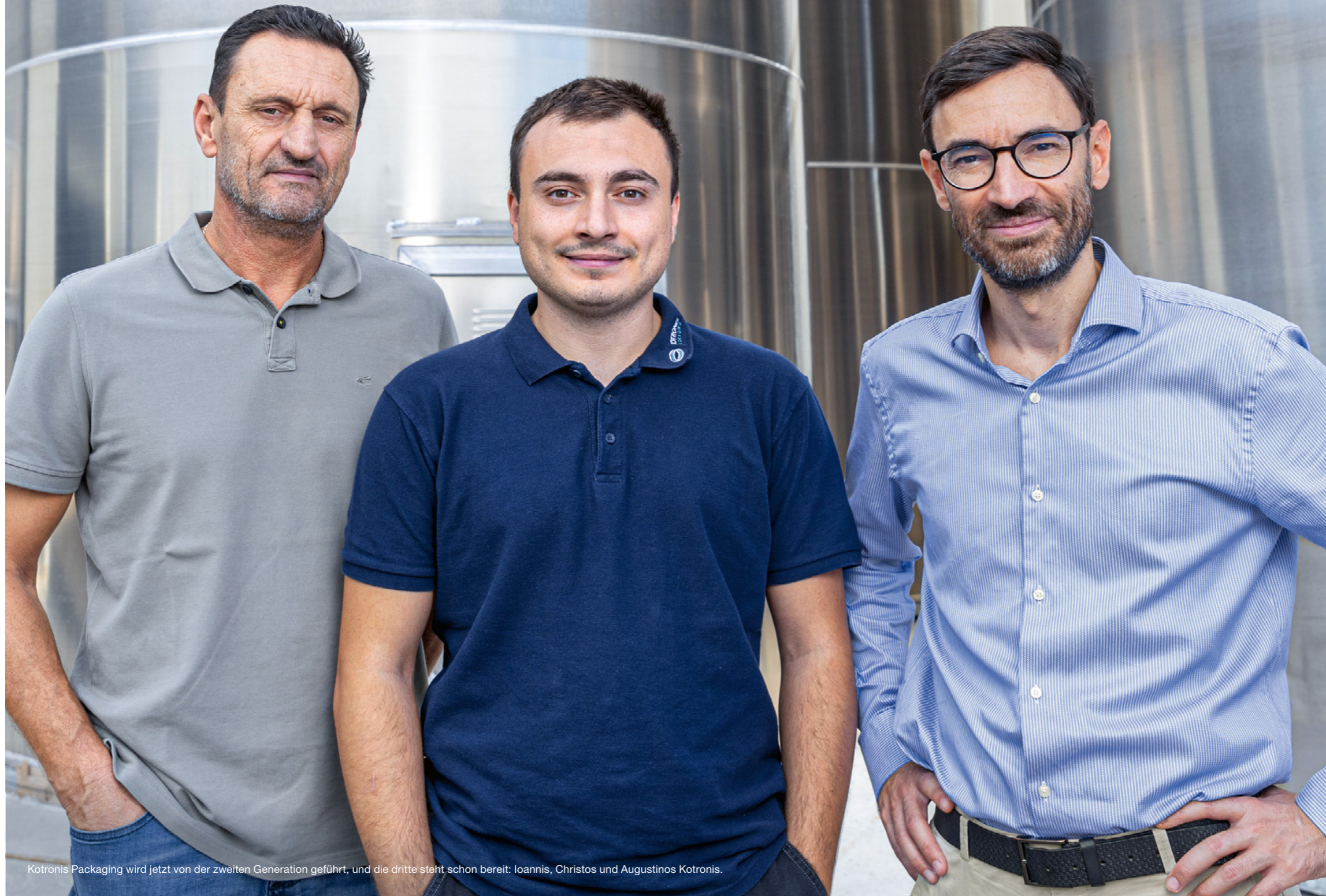


Der Produktionsprozess von Noriware nutzt bestehende Technologien der Kunststoffherstellung.

- ALGEN PRODUZIEREN 30–50 % DES WELTWEITEN SAUERSTOFFS UND ABSORBIEREN CO₂ AUS DER ATMOSPHÄRE
- BIS ZU 70% DER ALGENMASSE KANN AUS KOHLENSTOFF BESTEHEN.¹

¹ <https://blog.bkd.lu.ch/hstu-mikroalgen-gegen-klimawandel/>

BALANCE HALTEN.



Kotronis Packaging wird jetzt von der zweiten Generation geführt, und die dritte steht schon bereit: Ioannis, Christos und Augustinos Kotronis.

Kotronis Packaging, mit Sitz nahe Nafpaktos im Westen Griechenlands, zählt zu den führenden Anbietern von Dünwandverpackungen für die Lebensmittelindustrie im Land. Das Familienunternehmen verbindet die traditionellen Werte seiner Gründer mit den Herausforderungen moderner Märkte, fortschrittlicher Technologien und wachsender ökologischer Anforderungen. Wie das gelingt, erläutern CEO Augustinos Kotronis und der kommerzielle Leiter Lefteris Antonakakis.

Herr Kotronis, in Unternehmensmeldungen liest man oft von neuen Produkten oder Änderungen im Management. Sie berichteten kürzlich jedoch über die Einstellung einer Person mit Behinderung. Was steckt dahinter?

Augustinos Kotronis: Wir pflegen seit jeher eine enge Verbindung zu unserer lokalen Gemeinschaft und der Gesellschaft insgesamt. Wir haben bereits erfolgreich Menschen mit Behinderungen in verschiedenen Abteilungen eingestellt. Vor kurzem haben wir erstmals jemanden aus der Alkioni-Gemeinschaft eingestellt, einer lokalen Organisation, die sich für Menschen mit Behinderungen einsetzt. Diese Organisation hat in den letzten zwanzig Jahren aussergewöhnliche Arbeit geleistet, und wir unterstützen sie schon lange finanziell. Nach einigen bürokratischen Hürden konnten wir Soula einstellen, die sich schnell als sehr engagiert und professionell zeigte. Das Team freut sich, sie dabei zu haben, und wir hoffen auf weitere Einstellungen aus dieser Gemeinschaft. Diese Initiative brachte uns sogar einen Gold Award bei den griechischen Packaging Awards 2024 ein. Wir sind stolz auf diese Auszeichnung und unseren Beitrag zur lokalen Gemeinschaft.

«WIR HABEN EINE KULTUR DER AKZEPTANZ UND UNTERSTÜTZUNG IM UNTERNEHMEN, WAS DIE INTEGRATION ERLEICHTERT HAT.»

Augustinos Kotronis, CEO bei Kotronis Packaging

Wie haben Ihre Mitarbeiter auf ihre neue Kollegin reagiert? Haben Sie vor ihrem Eintritt spezielle Schulungen angeboten?

Augustinos Kotronis: Wir pflegen im Unternehmen eine Kultur der Akzeptanz und Unterstützung, die Soulas Integration erleichtert hat. Wir informierten unsere Mitarbeiter über ihren Hintergrund und sie nahmen sie mit offenen Armen auf. Wir glauben, dass diese Initiative wesentlich zur Stärkung unserer Unternehmenskultur beiträgt.

Neben Ihrem sozialen Engagement setzen Sie auch stark auf Digitalisierung. Sie haben kürzlich ein Projekt namens Praccis gestartet. Können Sie uns davon berichten?

Augustinos Kotronis: Praccis steht für «Plastic Resin Automatic Central Conveying Intelligent System». Es handelt sich um ein vollautomatisches Zufuhrsystem für Rohstoffe, das wir entwickelt und installiert haben. Unsere internen und externen Silos sind mit den Maschinen verbunden und versorgen sie automatisch. Dies ist in unserer Industrie zwar nicht unüblich, aber in unserem Fall mussten wir zwei Herausforderungen bewältigen. Erstens mussten wir Rohre und spezielle Ausrüstung in Gebäuden installieren, die dafür

nicht konzipiert waren. Zweitens und noch wichtiger war für uns, die hohe Produktionsflexibilität beizubehalten, die uns von der Konkurrenz abhebt. Das Ergebnis ist wohl eines der modernsten Fördersysteme in Südosteuropa. Wir sind überzeugt, dass es uns helfen wird, unsere Ziele in den nächsten Jahren zu erreichen.

Sie gehören zur zweiten Generation an der Spitze von Kotronis. Wie hat sich das Unternehmen seit seinen Anfängen entwickelt?

Augustinos Kotronis: Unser Vater gründete das Unternehmen Ende der 1950er Jahre und stellte traditionelle Sesamriegel her. 1970 kaufte er seine erste Spritzgussmaschine, um Polystyrolverpackungen herzustellen, die seine Produkte besser konservieren sollten. Dies eröffnete viele neue Möglichkeiten und führte 1971 zu der Entscheidung, sich ausschliesslich auf Kunststoffverpackungen für Lebensmittel zu konzentrieren. Dies setzte uns auf einen Weg des kontinuierlichen Wachstums in den folgenden Jahren, mit der Beteiligung und den Beiträgen aller Familienmitglieder. Heute sind wir ein Familienunternehmen in der zweiten Generation, wobei die dritte Generation bereits beginnt, sich einzubringen. Wir konzentrieren uns auf dünnwandige Verpackungen für die Lebensmittelindustrie und betreiben unser Werk auf einem 34'000 Quadratmeter grossen Gelände, wovon 15'000 Quadratmeter überdacht sind. Wir beschäftigen rund 250 Mitarbeiter und produzieren jährlich etwa 600 Millionen Behälter und Deckel.

Welche spezifischen Produkte bieten Sie an?

Augustinos Kotronis: Wir produzieren hauptsächlich dünnwandige Behälter für Lebensmittel wie Joghurtbecher und Verpackungen für Delikatessen. Unser Portfolio umfasst Behälter in verschiedenen Grössen und Formen – von Kleinportionenpackungen bis hin zu grösseren Behältern für Joghurt oder Aufstriche.

Kotronis hat in den letzten Jahren mehrere Designpreise gewonnen. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Augustinos Kotronis: Design spielt in unserem Geschäft eine zentrale Rolle. Es geht nicht nur um Ästhetik, sondern auch um Funktionalität, Praktikabilität und Lebensmittelschutz. Unsere Design- und Entwicklungsabteilung arbeitet eng mit unseren Kunden zusammen, um massgeschneiderte

Verpackungen zu entwerfen, die sich nicht nur durch ihr Aussehen, sondern auch durch ihre Effizienz und Robustheit auszeichnen. Diese Kombination hat uns in den letzten Jahren mehrere Auszeichnungen eingebracht.

Lefteris Antonakakis: Design ist eine Herausforderung, da viele technische Aspekte zu berücksichtigen sind. Gleichzeitig müssen wir auch die Anforderungen unserer Kunden nach hochwertigen, praktischen und recycelbaren Verpackungen sowie ihren Wunsch nach unverwechselbaren Designs erfüllen. Unsere Fähigkeit, die spezifischen Bedürfnisse jedes Kunden, die Markttrends und die Möglichkeiten der aktuellen Technologien zu verstehen, ermöglicht es uns, einzigartige und effiziente Verpackungslösungen mit hohem Mehrwert zu entwickeln. Der Schlüssel zu unserem Erfolg ist die enge Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Abteilungen und die Integration unseres Fachwissens in jeden Schritt des Designprozesses.

Wie läuft das Exportgeschäft bei Kotronis?

Augustinos Kotronis: Etwa 50% unserer Verpackungen werden im Ausland verwendet. Rund 15% unserer Produktion exportieren wir direkt, hauptsächlich in die Balkanländer und den Nahen Osten. Weitere 35% gelten als indirekter Export und beziehen sich auf die Verpackung von in Griechenland hergestellten Lebensmitteln, die auf die internationalen Märkte exportiert werden. Wir verzeichnen ein jährliches

Wachstum von etwa 10% in unserem Exportgeschäft, was erfreulich ist. Allerdings exportieren wir weniger grössere Verpackungen, da hier die Transportkosten eine bedeutende Rolle spielen.

Sie verfügen über verschiedene Zertifizierungen, darunter IMS/FDA für den US-Markt. Welche weiteren Zertifizierungen haben Sie?

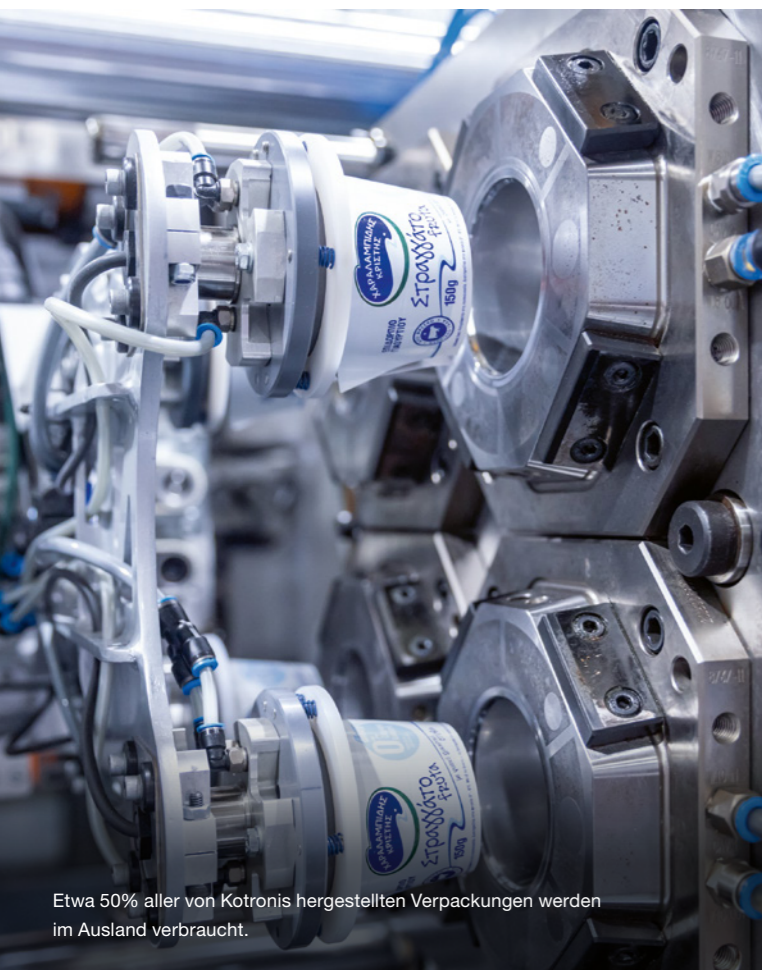
Augustinos Kotronis: Unser Unternehmen hat sich verpflichtet, Produkte höchster Qualität für Lebensmittelverpackungen zu liefern. Neben der IMS/FDA-Zertifizierung verfügen wir über ISO 9001, ISO 22000 und BRCGS Packaging. Darüber hinaus sind wir nach ISCC PLUS - International Sustainability & Carbon Certification zertifiziert. Diese Zertifizierung basiert auf den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft und erkennt an, dass wir nachhaltige und umweltfreundliche Produkte herstellen und zertifizierte erneuerbare Rohstoffe verwenden.

Was genau ist die SMETA/SEDEX-Zertifizierung, die Sie ebenfalls besitzen?

Augustinos Kotronis: SMETA steht für «Sedex Members Ethical Trade Audit» und SEDEX für «Supplier Ethical Data Exchange». Diese Zertifizierungen bestätigen, dass wir verantwortungsvoll, ethisch und transparent handeln. Wir haben diese Zertifizierung auf Wunsch eines Kunden durchgeführt, und der Auditor war von unseren Standards beeindruckt.



Kotronis legt Wert auf eine enge Beziehung zu seinen Mitarbeitern und setzt auf ihr Vertrauen in ihre Rolle.



Etwa 50% aller von Kotronis hergestellten Verpackungen werden im Ausland verbraucht.

Wir legen grossen Wert darauf, unsere Mitarbeiter fair zu behandeln und uns an ethische Geschäftspraktiken zu halten. Dies ist tief in unserer Unternehmenskultur verwurzelt und bedeutet, dass wir in allen Bereichen stets einen ausgewogenen Ansatz verfolgen. Wir haben diese Werte von unserer Familie geerbt, sodass es für uns selbstverständlich ist, ethisch zu handeln. Wenn ein Problem auftritt, finden wir die richtige und ethische Lösung, um jede Situation angemessen zu handhaben.

Sie erwähnten auch die EPD, die Umweltproduktdeklaration. Wie profitieren Sie davon?

Augustinos Kotronis: Die Environmental Product Declaration (EPD) ermöglicht es uns, den ökologischen Fussabdruck jedes unserer Produkte genau zu berechnen. Wir führen Lebenszyklusanalysen durch, die von externen Experten überprüft werden, und erstellen Berichte, die unseren Kunden fundierte Entscheidungen ermöglichen. Zum Beispiel können wir sagen, dass bei einem bestimmten Produkt etwa 70% der Emissionen aus Rohstoffen, 9% aus dem Etikett und 8% aus dem Energieverbrauch während der Produktion stammen. Mit diesen Daten bestimmen wir die entscheidenden Parameter, die den CO₂-Fussabdruck beeinflussen, was uns dann in die Lage versetzt, unseren Kunden konkrete und



Kotronis hat eine lange Tradition, neue Arbeitskräfte aus- und weiterzubilden, womit sie einen wertvollen Beitrag fürs Gemeinwohl leistet.

nachhaltige Lösungen anzubieten. Darüber hinaus ist die EPD die formelle Umwelterklärung, auf die unsere Kunden glaubwürdige Nachhaltigkeitsaussagen stützen können, ohne Gefahr zu laufen, Greenwashing zu betreiben.

Ihr Unternehmen nennt Führung, Innovation und Entwicklung als wichtige Werte. Haben sich diese Werte im Laufe der Zeit verändert?

Augustinos Kotronis: Führung ist immer eine persönliche Angelegenheit. Es gibt grundlegende Prinzipien, denen wir folgen, aber sie müssen mit den eigenen Überzeugungen und der persönlichen Philosophie übereinstimmen. In unserem Unternehmen verfolgen wir den Ansatz der «Quiet Leadership». Wir pflegen eine enge Beziehung zu unseren Mitarbeitern und legen Wert darauf, dass sie Vertrauen in ihre Rollen haben. Es ist uns wichtig, dass unser Team sich wohl dabei fühlt, die eigenen Ideen sowie Bedenken offen zu äussern, und weiss, dass es diese jederzeit einbringen kann. Innovation und Entwicklung sind zentrale Bestandteile unseres Unternehmens und als Familienunternehmen wollen wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern wachsen. Wir sind stets bestrebt, Verbesserungspotenziale zu identifizieren – mit besonderem Fokus auf unsere Prozesse. Wenn man diese Denkweise verinnerlicht hat, ergeben sich Entwicklung

und Fortschritt ganz natürlich. Ohne kontinuierliches Wachstum würden jedoch die notwendigen Ressourcen und die wirtschaftliche Kraft fehlen, um all diese Ideen umzusetzen.

KIMA 4.0 ist ein weiteres Ihrer aktuellen Projekte, das ich bei der Vorbereitung auf dieses Interview entdeckt habe. Worum geht es dabei?

Augustinos Kotronis: KIMA steht für «Kotronis Interconnection of Manufacturing Assets» und ist ein Projekt, das zur Industrie-4.0-Ära gehört. Wir hatten bereits begonnen, in diese Richtung zu arbeiten, bevor es zum Trend wurde. Im Wesentlichen handelt es sich um ein fortschrittliches Planungssystem, das wir in allen unseren Maschinen installiert haben und das bereits erfolgreich läuft. Es überwacht in Echtzeit alle Phasen des Produktionsprozesses und verbessert unsere Produktionsplanung erheblich. Da wir

Tausende verschiedener Etiketten haben, kann die Planung sehr anspruchsvoll sein. Ohne genaue Echtzeitinformationen ist es schwierig, alle Aufträge effizient zu kombinieren. KIMA hilft, die Kommunikation zwischen den Abteilungen zu minimieren, und stellt sicher, dass wir genau wissen, wann etwas fertiggestellt wird. Das System berücksichtigt auch Wartungsanforderungen und optimiert so unseren Betrieb weiter.

«DIE UMWELTPRODUKT-DEKLARATION ERMÖGLICHT ES UNS, DEN ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCK JEDES UNSERER PRODUKTE GENAU ZU BERECHNEN.»

Augustinos Kotronis, CEO bei Kotronis Packaging

Sie streben stabile und langfristige Partnerschaften mit Ihren Kunden an. Inwieweit gilt dies auch für Ihre Lieferanten?

Augustinos Kotronis: Langfristige, stabile Beziehungen sind für uns von grosser Bedeutung, sowohl mit unseren Kunden als auch mit unseren Partnern. Der Prozess der Dünnwandverpackung ist sehr komplex und erfordert viele spezielle Anforderungen, die von Kunde zu Kunde variieren. Wenn man mit einem neuen Lieferanten zusammenarbeitet, dauert es eine Weile, bis man effizient zusammenarbeiten kann.

Vertrauen in den Partner ist entscheidend. Ohne Vertrauen kann man keine Risiken eingehen, und wenn man auf der sicheren Seite bleibt, wird es keinen Fortschritt geben. Wenn wir jedoch mit einem Unternehmen zusammenarbeiten, das über fundiertes technisches Fachwissen verfügt und uns neue Lösungen vorschlägt, können wir darauf vertrauen,

dass diese Ideen funktionieren. Man kann es sich nicht leisten, teure Ausrüstung zu kaufen und gleichzeitig zu riskieren, dass ein Projekt scheitert.

Seit etwa zehn Jahren arbeiten Sie mit der Otto Hofstetter AG zusammen. Wie kam es dazu?

Lefteris Antonakakis: Seit 2006 stellen wir viele Formen selbst her, aber um weiter zu wachsen, beschlossen wir, auch ex-



Als Familienunternehmen in der zweiten Generation möchte Kotronis gemeinsam mit seinen Mitarbeitern weiter wachsen.

tern Formen zu kaufen. Die Otto Hofstetter AG war uns für sein technisches Fachwissen und seine Präzisionsfertigung bekannt. Besonders wichtig waren uns die offenen Gespräche und die kompetenten Mitarbeiter, die diese Gespräche ermöglichten. Ich nahm an den ersten Treffen in Uznach teil und war sehr zufrieden mit den technischen Details, die sie uns mitteilten. 2016 haben wir das erste Werkzeug aus Uznach in Betrieb genommen. Unterdessen sind es sieben Formen geworden. Wir pflegen eine vertrauensvolle Beziehung zum Unternehmen und schätzen dessen technische Unterstützung sowie die Möglichkeit, sensible Themen und spezielle Lösungen zu besprechen. Die

Inwieweit ist es für Sie als Familienunternehmen relevant, dass die Otto Hofstetter AG auch ein familiengeführtes Unternehmen ist?

Augustinos Kotronis: Es ist für uns besonders wichtig, einen Zulieferer zu haben, der ebenfalls familiengeführt ist. Dies gewährleistet ein gemeinsames Bekenntnis zu Werten und langfristigen Zielen sowie eine direkte Kommunikation mit dem Eigentümer, was eine enge Verbindung fördert, die sich positiv auf die Kommunikation zwischen unseren Teams auswirkt. Vorteile wie wesentlich schnellere Entscheidungsfindung und grössere Flexibilität sind für uns ebenfalls sehr wertvoll.

Wie könnte die Otto Hofstetter AG Sie noch besser unterstützen?

Lefteris Antonakakis: Zum einen wäre es für uns interessant, Informationen über den ökologischen Fussabdruck der Formen zu erhalten, damit wir diese Daten in unsere Berechnungen zur Umweltauswirkung unserer eigenen Produkte einbeziehen können. Zum anderen wären kürzere Lieferzeiten vorteilhaft und würden uns einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil verschaffen. Wir schätzen auch die technische Unterstützung und Beratungsexpertise des Unternehmens sehr, daher ist es uns wichtig, einen regelmässigen Austausch von Ideen und technischem Know-how zu pflegen.

Wohin steuern unsere Branche und Kunststoffe im Allgemeinen?

Augustinos Kotronis: Wichtig scheint mir, eine solide Datengrundlage zu schaffen, indem wir den CO₂-Fussabdruck

und die Emissionen unserer Prozesse genau berechnen und mit Alternativen vergleichen. Bei Kotronis leisten wir unseren Beitrag, indem wir Nachhaltigkeitsziele verfolgen und versuchen, zu unserer Gesellschaft und unserer Branche beizutragen. Dennoch können wir die zentralen Fragen nicht wesentlich beeinflussen. Wir sind weiterhin der Meinung,

«IM BEREICH DER
LEBENSMITTELVERPACKUNGEN
BLEIBT KUNSTSTOFF
VORLÄUFIG DIE
BESTE LÖSUNG.»

Augustinos Kotronis, CEO bei Kotronis Packaging

dass PP-Kunststoffverpackungen in Bezug auf ihren Gesamt Fussabdruck und ihre Funktionalität hervorragende Eigenschaften aufweisen. Es gibt jetzt interessante Initiativen, die das mechanische Recycling von Lebensmittelverpackungen fördern und ihre Recyclingfähigkeit und Wiederaufbereitung verbessern. Unsere Branche

arbeitet daran, nicht aus den falschen Gründen auf Alternativen umzusteigen. In einigen Fällen mag es bessere Lösungen geben, aber im Bereich der Lebensmittelverpackungen bleibt Kunststoff vorläufig die beste Lösung. Entscheidend scheint mir zudem, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher den wahren Wert von Kunststoff erkennen und ihren Umgang damit verbessern. Wenn sie gut informiert und dazu ermutigt werden, werden sie sicher Anstrengungen unternehmen.

Abschliessend, wo sehen Sie Kotronis in den nächsten fünf bis sieben Jahren?

Augustinos Kotronis: Unser Ziel ist es, weiter zu wachsen und langfristig für unsere Kunden da zu sein. Wir beabsichtigen, in junge Talente zu investieren, die uns auf diesem Weg begleiten, und bleiben offen für neue Geschäftsmöglichkeiten. Nachhaltigkeit und enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden werden weiterhin im Mittelpunkt unserer Arbeit stehen.

Vielen Dank für das Gespräch, meine Herren. Wir wünschen Ihnen und Ihrem Team weiterhin viel Erfolg und freuen uns auf weitere positive Nachrichten von Kotronis.

 **KOTRONIS**
PACKAGING

Kotronis Packaging
www.kotronis.gr, info@kotronis.gr

Gegründet: 1971
Spezialisiert auf: Dünnwandige Verpackungen und Deckel für die Lebensmittelindustrie, mit In-Mould-Labeling
Anwendungen: Feinkostprodukte, Butter, süsse Aufstriche, Eiscreme und andere Produkte im FMCG-Markt.

Malamata, Efpalio, Fokida, 33056, Griechenland

POWERDUO.

Angetrieben von der steigenden Nachfrage nach sauberem Trinkwasser wächst der Markt für Home and Office Delivery (HOD) rasant. Gleichzeitig beschleunigen gesundheitliche Bedenken gegenüber Polycarbonat den Wechsel zu PET. Bisher gab es jedoch wenig ideale Optionen auf dem Markt, die speziell auf die Anforderungen der Produktion von grossvolumigen PET-Preforms zugeschnitten waren. Nun hat die Otto Hofstetter AG zusammen mit Otto Systems die perfekte Lösung entwickelt.

Die Herstellung von PET-Preforms für Gebinde im Bereich «Home and Office Delivery» (HOD) bringt besondere Herausforderungen mit sich. Aufgrund der beträchtlichen Wandstärken und des grossen Materialvolumens besteht beim Einspritzvorgang die Gefahr von Wellen- oder Rippenbildung. Ausserdem kann es zu Verformungen wie Ovalität oder während des Prozesses zu Kristallinität kommen, was die mechanischen und optischen Eigenschaften des

Kunststoffs merklich beeinträchtigt und zu Problemen beim anschliessenden Streck-Blas-Prozess führt. Die ungewöhnlichen Dimensionen der HOD-Preforms erfordern daher eine spezialisierte Lösung. Doch die heute verfügbaren Systeme zur Herstellung von PET-Preforms für HOD-Gebinde sind nur bedingt für diese anspruchsvollen Anwendungen ausgelegt.



Werkzeug aus bestem Haus.

Das neue 8-fach-Werkzeug für HOD-Preforms ist ein Beweis für die Kompetenz der Otto Hofstetter AG. Zu den wichtigsten Merkmalen gehören eine optimierte Kühlung mit OH-Xcool zur Bewältigung der beträchtlichen Wärmemengen, die bewährte Beschichtung mit OH-Xtreme, die seit Jahren bei Werkzeugen für kleinvolumige PET-Preforms zum Einsatz kommt. Die Formen sind mit der proprietären Cavity-Lock-Technologie von Otto Hofstetter ausgestattet, welche die Lebensdauer der Formen erhöht und den Wartungsaufwand reduziert. Durch die hochpräzise Positionierung der Formteile wird ein nahezu reibungsloser Betrieb erreicht. In Kombination mit OH-Xtreme trägt die Technologie dazu bei, über Millionen von Zyklen hinweg eine gleichbleibende Leistung zu gewährleisten und gleichzeitig die Lebensdauer der Formen deutlich zu verlängern. Auch die heisse Seite wurde für die speziellen Anforderungen der HOD-Preforms angepasst. Um eine optimale und schonende Materialverteilung sowie ideale Prozessbedingungen zu gewährleisten, wurden die Kanäle in Hinblick auf ihre strömungstechnischen Eigenschaften überarbeitet.

Die Kombination aus einer Hand.

Das Potenzial des Werkzeugs wird aber erst in Kombination mit der HOD-Series von Otto Systems, der Schwesterfirma der Otto Hofstetter AG, voll ausgeschöpft. Diese Synergie zwischen Werkzeug und System ermöglicht eine effiziente Produktion von PET-Preforms für grossvolumige Container.

Die HOD-Series von Otto Systems weist zahlreiche technische Besonderheiten auf. Sie verfügt über einen einzigartigen, nach aussen knickenden, elektrisch betriebenen Kniehebelmechanismus, der hochdynamische Bewegungen bei minimalem Energieverbrauch ermöglicht. Durch Verlängerung der Kniehebel, der Säulen und des Maschinenbetts werden Öffnungshübe von fast einem Meter erreicht. Darüber hinaus sticht die leistungsstarke Plastifizierung heraus, welche die Plastifizierleistung und Einspritzperformance ideal ausbalanciert.

Die entscheidenden Entwicklungen betreffen dabei die Plastifizierschnecke, die ungewöhnlich hohe Schussgewichte homogen plastifiziert, und die sogenannte Time Safe Unit (TSU). Die Maschinenkomponente TSU übernimmt den für grosse Preforms ausgeprägten und langen Nachdruck. So

kann die Schnecke bei moderater Drehzahl lange Dosierhübe bei idealer Verweilzeit sicherstellen. Diese Systemabstimmung ist äusserst kompakt und garantiert optimale Prozessbedingungen.

Abgestimmt auf den Sonderfall.

Ein herausragendes Merkmal der HOD-Series ist die einzigartige Nachkühlung mit 2+2 Stationen. Durch die kompakte Bauweise des Werkzeugs und die geschickte Anordnung der Entnahmeplatte konnte die Anzahl der Nachkühlzyklen auf vier erhöht werden. Dazu wurde die Breite der Entnahmeplatte verdoppelt, sodass acht Reihen wassergekühlte Hülsen darauf Platz fanden. Zusammen mit dem Pick-Blow-Combi-System für die interne Preform-Luftkühlung wird eine optimale Formgebung erreicht. Dieses Konzept ermöglicht schnellere Zykluszeiten und erhöht die Effizienz bei der Herstellung von schweren und dickwandigen HOD-Preforms.

Effizienz in der Produktion.

Die mit dem 8-fach-Spritzgusswerkzeug von Otto Hofstetter ausgerüstete HOD-Series 160 bietet überzeugende technische Spezifikationen und Leistungen. Produziert werden PET-Preforms für einen 5-Gallonen-Einwegbehälter (19 Liter) mit einer Snap-On-Mündung mit 55 Millimeter Durchmesser. Mit einem Innendurchmesser von 46 Millimeter und Wandstärken von über 6 Millimeter kommt die Preform auf ein Gewicht von 330 Gramm. Das 160-Tonnen-System mit 4100-TSU-100 erreicht eine Zykluszeit von durchschnittlich 35 Sekunden, was im Vergleich zum aktuellen Angebot im Markt einer markanten Steigerung entspricht.

Offen für unendlich viele Anwendungen.

Die Verbindung aus dem 8-fach-HOD-Werkzeug von Otto Hofstetter und der HOD-Series 160 von Otto Systems markiert einen bedeutenden Schritt hin zu einer verbesserten Wirtschaftlichkeit bei der Herstellung von grossvolumigen PET-Behältern. Die Möglichkeiten dieses Powerduos sind sehr breit. Gewichte, Necks und Bodengeometrien können auf den Anwendungsfall abgestimmt und optimiert werden. Das Konzept der HOD-Serie zeigt, wie durch die Verbindung von ingenieurtechnischem Know-how und fundierten Branchenkenntnissen komplexe Herausforderungen in der modernen Produktion gemeistert werden können. Auch Anwendungen für Bierkegs oder Behälter für Agrochemikalien und technische Produkte sind möglich.

DER STANDARD- SETZER.

Einen wesentlichen Teil seiner Freizeit widmet er der **Zucht von Orpington-Hühnern sowie dem Rotwein**. Unter der Woche hingegen gilt seine Aufmerksamkeit in erster Linie seiner Tätigkeit bei der **Otto Hofstetter AG**. **Jules Müller leitet seit acht Jahren die Produktion und führt ein Team von über hundert Kolleginnen und Kollegen**. Seine Rolle definiert er als die eines **Coaches**, der sich – sofern es die Situation erfordert – in die **Mannschaft einreicht und mit anpackt**.



Jules Müller, weshalb treffen wir uns bei Ihren Hühnern?

Die Hühnerzucht ist ein Hobby, das mich schon lange fasziniert. Hier finde ich meinen täglichen Ausgleich. Vor zwölf Jahren habe ich damit angefangen. Nach zwei vorgängigen Rassen habe ich mit der Rasse Orpington «mein» Huhn gefunden. Diese ruhige, grosse und robuste Rasse hat einen freundlichen Charakter, der gut zu mir passt. Es ist ein Huhn, das auch optisch meinen Vorstellungen entspricht, da es bestimmten Schönheitsidealen folgt. Die Zucht ist für mich nicht nur ein Hobby, sondern auch eine Form der Entspannung.

Welchen Bezug haben Sie generell zu Tieren?

Seit meiner Kindheit hatte ich immer Tiere um mich. Während meiner Wanderjahre, in denen ich mich beruflich weitergebildet habe, musste ich mein Hobby allerdings auf Eis legen. Tiere sind ehrlich und immer authentisch; jedes Tier hat seinen eigenen Charakter. Das fasziniert mich. Auch wenn ich früher eher andere Kleintiere hatte, habe ich mich immer schon für die Geflügelzucht interessiert. Mit dem passenden Haus konnte ich mir den Wunsch ermöglichen.

Womit verbringen Sie sonst noch Ihre Freizeit?

Neben der Hühnerzucht genieße ich meine Freizeit vor allem mit meiner Familie. Wir gehen gerne Skifahren – zum Glück sind viele gute Skigebiete in kurzer Zeit erreichbar. Ein weiterer Genuss ist für mich ein guter Tropfen Wein. Die feinen Unterschiede des Handwerks machen hier die Qualität aus. Jedes Quartal treffe ich mich mit Kollegen zum Degustieren, wobei ich die spanischen Regionen wie Rioja und Ribera del Duero besonders bevorzuge. Auch das Reisen ist mir sehr wichtig. Jedes Jahr unternehmen wir kürzere oder längere Ausflüge, zum Beispiel in die Pfalz, nach Wien oder ins Tessin. Aber auch Südamerika, Australien und Neuseeland habe ich bereist.

Welches ist Ihr Lieblingsreiseziel?

Mich faszinieren fremde Kulturen, daher ist die ganze Welt mein Lieblingsreiseziel. Am liebsten würde ich in jedes Land reisen, denn jedes hat seine wunderbaren Seiten. Wichtig ist, mit offenen Augen zu reisen und die Schönheiten der Welt zu sehen. Der Massentourismus sagt mir allerdings nicht zu. Ich möchte die Menschen kennenlernen, dort essen gehen, wo die Einheimischen essen, und die Kultur wirklich leben.

Sie wohnen in Kaltbrunn, arbeiten in Uznach und sind in Näfels aufgewachsen. Was bedeutet Ihnen diese Region?

Diese Region, die wir Linthebene nennen, bedeutet für mich Heimat. Hier sind meine Wurzeln, und wir haben alles, was

man sich nur wünschen kann: mediterranes Flair, hochalpines Gebirge, saubere Seen und Flüsse sowie sehr gute Verkehrsverbindungen. In früheren Jahren war die Gegend sehr arm, ohne Bodenschätze und mit viel Sumpfland. Die Menschen hier konnten nur mit harter Arbeit vorankommen. Diese Eigenschaft ist noch heute spürbar.

Der Grossteil der Mitarbeitenden bei der Otto Hofstetter AG kommen von hier. Inwiefern beeinflusst diese Eigenschaft die Arbeit?

Der Zusammenhalt und die Bereitschaft, für die Kundinnen und Kunden die «Extrameile» zu gehen, sind starke Eigenschaften, die in allen Teams spürbar sind. Das natürliche Miteinander, das den Menschen in unserer Region wohl in die Wiege gelegt wurde, und der Wille, Herausforderungen in der Gruppe zu meistern, machen vieles möglich. Das scheint mir ein wesentlicher Vorteil für unsere Kundinnen und Kunden zu sein, der leider kaum wahrgenommen wird – weil es für uns so selbstverständlich ist.

Sie sind Produktionsleiter bei OHAG. Welche Ähnlichkeiten hat der Betrieb in einem Hühnerstall mit dem einer Werkstatt?

Da gibt es durchaus einige Parallelen. Sowohl bei der Zucht als auch in der Produktion geht es um die kontinuierliche Verbesserung und die Auswahl geeigneter Gruppen, die harmonisieren und gemeinsam für die nächste Generation

verantwortlich sind. Wie bei meinen Zuchthühnern lege ich auch im Betrieb grossen Wert auf eine hervorragende Ausbildung, hier bei den Lernenden. Beide, die Hühner und die Mitarbeitenden, brauchen ein Umfeld, in dem sie sich wohlfühlen und entfalten können.

Wie erklären Sie einer aussenstehenden Person Ihre Aufgabe bei OHAG?

Relativ simpel: «Als Produktionsleiter leite ich die Produktion.» Das hört sich sehr einfach an, hat aber vieles in sich. Ich sehe mich als Coach meiner Mannschaft. Wir sind alles Individuen mit unterschiedlichen Wünschen und Bedürfnissen. Neben dem fachlichen Coaching begleiten auch zwischenmenschliche Aufgaben meinen Alltag. Meine Verantwortung sehe ich darin, gemeinsam mit meiner Mannschaft die Anforderungen unserer Kundinnen und Kunden in jeglicher Hinsicht zu erfüllen.

Wie sieht ein typischer Arbeitstag von Ihnen aus?

Sehr abwechslungsreich. Zwischen 6:30 und 6:45 Uhr fängt mein Tag an. Zu meinen Aufgaben gehören das Vorbereiten wiederkehrender Meetings, Konstruktionsbesprechungen, Terminsitzungen und die Evaluation neuer Maschinen und Prozesse. Aber auch Mitarbeitergespräche und Problemlösungen stehen auf der Tagesordnung. Wenn es nötig ist, bin ich auch selbst in der Produktion aktiv, ziehe mit am Strick und unterstütze meine Teams.

Unter Ihrer Obhut entstehen die Werkzeuge, welche in die ganze Welt verkauft werden. Was wissen Sie über den Ruf der Otto Hofstetter AG in der Branche?

In der Produktion haben wir eher selten direkten Kundenkontakt. Aber von unseren Kolleginnen und Kollegen sowie der Geschäftsleitung wissen wir, dass unsere Werkzeuge einen ausgezeichneten Ruf geniessen. Otto Hofstetter ist bekannt für seine langlebigen und leistungsfähigen Werkzeuge, die für viele als Benchmark in der Branche gelten. Aus meiner früheren Tätigkeit kann ich sagen, dass wir auch bei unseren Mitarbeitern viel Respekt geniessen. Im Bereich der Hühnerzucht würde man sagen, dass wir sozusagen standardgebend sind.

«NEBEN DEM FACHLICHEN COACHING BEGLEITEN AUCH ZWISCHENMENSCHLICHE AUFGABEN MEINEN ALLTAG.»

Jules Müller, Leiter der Produktion

Die Produktion hat massgeblichen Anteil an der Qualität der Produkte, die OHAG verkauft. Wie stellen Sie sicher, dass sie immer auf Topniveau ist?

Mit motivierten Mitarbeitenden, die sich bei der Otto Hofstetter AG wohlfühlen, und einem guten Teamspirit können wir viel erreichen. Neben einem modernen Maschinenpark ist eine präzise und lückenlose Kommunikation essenziell. Es ist wichtig, dass Fehler von Anfang an vermieden oder minimiert werden.

Wie motivieren Sie Ihre Teams, wenn mal Zusatzleistungen gefragt sind?

Meine Teams kennen ihre Ziele und organisieren sich meist selbst, wenn mal zusätzliche Leistungen notwendig sind. Wenn es irgendwo brennt oder es einen Engpass gibt, bin ich an vorderster Front und unterstütze sie - das wird von meinen Leuten auch entsprechend geschätzt. Auf diese Weise kann ich darauf zählen, dass alle in die gleiche Richtung rudern.

Wie hat sich Ihre Aufgabe in den acht Jahren als Betriebsleiter verändert?

Die technologischen Veränderungen waren in unserem Bereich in den letzten Jahren überschaubar. Die Digitalisierung und der Fachkräftemangel stellen uns allerdings vor ernsthafte Herausforderungen. Wir werden nicht umhinkommen, uns dem Wandel zu stellen und die Möglichkeiten der modernen Automatisierung und Digitalisierung zu nutzen. Damit lassen sich Prozesse effizienter gestalten und gleichzeitig der Fachkräftemangel kompensieren.

Welche Stationen hatte Ihre berufliche Laufbahn?

Meine Lehrzeit absolvierte ich bei einem Formenbauer in

Näfels. Danach arbeitete ich fünf weitere Jahre in der Endbearbeitung und absolvierte die Ausbildung zum eidgenössisch diplomierten Mechanikermeister. Es folgten ein Jahr in der Kunststoff Schwanden AG, fünf Jahre in einem Unternehmen für Präzisionsmechanik in Zürich und weitere fünf Jahre bei einem Formenbauer in der Region Schaffhausen. Nach der Geburt meines ersten Sohnes kehrte ich nach Näfels zurück und übernahm die Betriebsleitung, bevor ich fünf Jahre später nach Uznach wechselte.

Was halten Sie von Digitalisierung und Automatisierung?

Der technologische Fortschritt schreitet schnell voran, und es

liegt an uns, den Anschluss nicht zu verpassen. Automatisierung hat bei uns schon lange einen guten Stand, und bei der Digitalisierung ist es wichtig, dass der Nutzen höher ist als die Kosten. Etwas so einfach wie möglich zu halten, sorgt dafür, dass es auch genutzt wird.

Was sind Ihre Ziele als Betriebsleiter, die Sie in nächster Zeit erreichen möchten?

Die Produktion muss für die nächste Generation fit und attraktiv gemacht werden. Dazu ist es erforderlich, smarte, digital vernetzte und einfach zu bedienende Bearbeitungsmaschinen einzusetzen. Auch die vor- und nachgelagerten Prozesse müssen kontinuierlich verbessert werden, um die hohen Qualitätsansprüche weiterhin zu erfüllen. Nur so kann die Zufriedenheit bestehender und zukünftiger Kundinnen und Kunden langfristig sichergestellt werden.

Und privat?

Gesund bleiben und meine Kinder in die Zukunft begleiten.

Vielen Dank für das Gespräch und alles Gute für die Zukunft.

JULES MÜLLER

Leiter der Produktion und «Coach» von über hundert Mitarbeitenden bei der Otto Hofstetter AG. Er hat über drei Jahrzehnte an verschiedenen Stellen wertvolle Berufserfahrung gesammelt, ehe er am 1. Mai 2016 nach Uznach kam.





TOTALLY SWISS.



A FAMILY OWNED SWISS COMPANY.

OUR INJECTION MOULDS FOR PET AND PAC FEATURE THE FINEST TRADITIONAL SWISS CRAFTSMANSHIP. OTTO-HOFSTETTER.SWISS

