

## Wir verstehen sie, sie uns aber nicht

maliges zu schaffen. Denn wir sind alle drei mit dem Appenzellerland verbunden und wollten den Mitarbeitern und ihren Familien eine Existenz bieten. Die Firma aufzubauen und dann wieder zu verkaufen, ist nicht unser Plan. Das Ausschlaggebende war aber wohl, dass wir drei die gleiche Blutgruppe haben: ehrlich, kompetent und zuverlässig. Wir vertrauen uns blind, weil wir zu unserem Wort stehen. Diese Moral und dieser Respekt gehen durch die ganze Firma. Wo gibt es denn dies sonst noch, per Handschlag eine Abmachung zu treffen und dann ohne die kleinste Störung zusammenzuarbeiten? Das ist es, was mir wirklich grosse Freude macht.

*«Auf eine eigene Marke verzichten wir – wir wollen ja nicht unsere Kunden konkurrieren.»*

**Swifiss bezeichnet ihre Produkte selbst als «Premiumkosmetik Made in Switzerland». Kann ich Swifiss-Kosmetik auch irgendwo kaufen, oder fungieren Sie «nur» als Lohnhersteller/-entwickler für Dritte?**

Wir haben vier Kompetenzen: Konzeptionierung und Entwicklung von neuen Produkten, regulatorische Abklärungen, Registrierungen sowie die Lohnherstellung, bei der wir Produkte für unsere Kunden nach Vorgabe produzieren. Und seit Oktober 2021 haben wir auch einen Webshop, in dem wir eigene Produkte anbieten, die mit einem Kundenlabel versehen und somit personalisiert werden können, ich denke da etwa an Hotels oder Kosmetikstudios. Auf eine eigene Marke verzichten wir aber – wir wollen ja nicht unsere Kunden konkurrieren, die uns schon lange die Treue halten. Das wäre unfair. Ich fände es auch ziemlich überheblich zu glauben, dass wir die grosse Kompetenz, die sich unsere Kunden über Jahre aufgebaut haben, schlagen könnten.

**Apropos Kunden: Können Sie etwas über diese verraten?**

Wir dürfen mit rund 40 aktiven Kunden zusammenarbeiten. Diese haben uns die Treue gehalten, und nach bald zwei Jahren kann ich mit Überzeugung sagen, dass wir sehr faire, ehrliche und erfolgreiche Partner bedienen dürfen. Wir sind stolz, dass unsere Kunden erfolgreich sind, und geben täglich unser Bestes, damit sie noch erfolgreicher werden.

**Zum Schluss: Mit welcher Innovation überrascht die Swifiss als Nächstes?**

Wir haben ein tolles Projekt gestartet. Geben Sie uns noch ein bisschen Zeit – es wird aber eine einzigartige Sache. Soviel sei vorab schon verraten: Wir bleiben uns treu, sind ehrlich und schätzen das Appenzellerland wie auch die Schweiz sehr, das wird über alles die Botschaft sein. Bodenständig, fleissig und mit «Bureschläui» eben.

**Der Kampf der Kulturen zwischen Ostschweizer Managements und ihren HQs in den USA wird unterschätzt.**

Welche Ehre, im erlauchten Kreises der Kolumnisten dieses Magazins wirken und Sie, liebe Leserinnen und Leser, mit meinen tiefgründigen Analysen unterhalten zu dürfen. Bereits beim ersten Thema, dass ich Ihnen näher bringen MUSS, scheitere ich jedoch an fehlenden Quellen: Niemand kann mir sagen, wie viele Unternehmen in der Ostschweiz im Eigentum von Amerikanern sind!



Warum mein Interesse? Weil ich den Kampf der Kulturen zwischen Ostschweizer Managements und ihren HQs in den USA für sträflich unterschätzt halte. Klar, wir sprechen alle Englisch (bei der EMS-Chemie üben sie noch), wir sind alle schon öfters im Land der unbegrenzten Möglichkeiten gewesen, einige von uns haben dort sogar gewohnt und gearbeitet. Das Problem liegt darin, dass wir die Amis verstehen, sie uns aber nicht!

Das geht von ihrem Unverständnis darüber, dass wir jährlich 25+ Ferientage abfeiern, über unsere ewige Forderung, zuerst einen Plan zu erstellen, bevor wir ganze Abteilungen asap umkrepeln, bis zu ihren überspannten Budgetzahlen, die uns als unsere eigenen untergejubelt werden. Regelmässig endet das bei uns Ostschweizern mit einer gerauften Haarpracht, falls uns die noch geblieben ist, und einem auffällig labilen Nervenkostüm.

Dabei wollen wir es den Amis doch nur recht machen: Den EBIDTA und den ROE steigern, die Margin potenzieren, den Cashflow und das Working Capital im Griff behalten, die Operating Costs reduzieren und den Sales und die Orders beispiellos hochschrauben. Wir verstehen das, wirklich! Doch sie finden uns zu langsam, weil zu genau, zu strukturiert und zu kompliziert, während wir finden, wir seien höchst pragmatisch und tiefgründig innovativ unterwegs.

Wer bereits versucht hat, ihnen unsere ostschweizerische Wesensart zu erklären, weiss, dass die Botschaft nicht ankommt, trotz unendlichen Wiederholungen. Deshalb schlage ich vor, dass wir Betroffenen eine Selbsthilfegruppe gründen zwecks Austausches praktischer Lebenshilfe im Umgang mit unseren stürmischen Freunden.

Danielle Baumgartner Knechtli  
Director HR Harding Europe, St. Gallen