

ROLAND FREI

DEN SPUREN
AUF DER SPUR







Roland, Yvonne und Jörg Frei

Dieses Buch ist den weltweit tätigen PLASTON- und BONECO-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gewidmet.

Sie haben mit ihrem Einsatz ein Werk geschaffen, dessen Geschichte mich immer wieder fast in ungläubiges Staunen versetzt.

Sie – diese «PLASTÖNLER» – haben SPUREN hinterlassen.

Die Bezeichnung «SPUREN» ist ein vielseitig anwendbarer Begriff und bezeichnet stets einen Vorgang der Geschichte, also einen Vorgang, der hinter uns liegt. SPUREN können aber auch in die Zukunft weisen. Sie können wichtige Entwicklungen erahnen lassen.

Die Klimaveränderung zum Beispiel, mit den Auswirkungen von Wirbelstürmen, Trockenheit, Überschwemmungen und Waldbränden, zeigen uns auf, wohin die Folgen der Zivilisation führen – in eine unsichere Zukunft, welche sicherer zu gestalten viel Wille und Kreativität voraussetzt.

SPUREN hinterlässt nicht nur die Natur. SPUREN hinterlassen Menschen, Tiere, die vier Elemente Feuer, Wasser, Luft und Erde. Selbst unser Universum von Sonne, Mond und Sternen hinterlässt heute und in Zukunft SPUREN.

Ich habe das erste Buch der PLASTON-Geschichte meinem Vater gewidmet. Es beinhaltet die ersten 50 Jahre unseres Wirkens.

Das Buch, das Sie in Händen halten, widme ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der PLASTON-Geschichte und den zukünftigen Gestaltern im Bewusstsein, dass Erfolgsgeschichten nicht Selbstläufer sind, sondern stets wieder erarbeitet und erkämpft werden müssen.

Roland Frei
Ehrenpräsident PLASTON Gruppe



1956 – 1966

- PLASTON – Start-up 8
- Harte Arbeit 9
- Der Durchbruch 10
- PLASTON AG 11

1966 – 1976

- Fabrikerweiterung 1967 16
- Sanplast AG 16
- Strategisches Profil 16
- Der erste Hilti-Koffer 16
- Der erste elektrische Luftbefeuchter 16
- Erste Wirtschaftskrise nach 1945 17
- Roland Frei, zweite Generation 17

1976 – 1986

- Ausbau Exportmarkt mit vielseitigem Produkteportfolio 22
- Der Firmengründer verlässt uns 22
- Yvonne wird Teil der PLASTON-Familie 22
- Neubau Hochregallager 23
- BOSCH wird Koffer-Kunde von PLASTON 23

1986 – 1996

- Unsere Mutter und Gattin des Firmengründers verlässt uns 26
- Die Sowjetunion zerfällt 26
- Anpassung der PLASTON-Strategie 26
- Bereinigung der Besitzverhältnisse 26
- Die PLASTON Holding AG entsteht 26
- PLASTON Sluknov in der Tschechischen Republik 30
- PLASTON Zhangjiang in Südchina 30
- Ausstieg aus Haushaltartikeln 31
- Pflege des Team-Spirits in der Geschäftsleitung 32
- Die Immobilienkrise stoppt Aufschwung 32

1996 – 2006

- Die virtuelle Versorgungsstrategie 36
- Rückzug aus China 36
- Der Neustart in Jiaxing 37
- Die BONECO AG 39
- CEO-Wechsel 39
- Die 50-Jahr-Feier 40



DIE PLASTON GRUPPE ERLEBT HEKTISCHE UND ANSPRUCHSVOLLE JAHRE NACH DER JAHRTAUSENDWENDE

2001 – 2006

- Die neue Geschäftsleitung..... 42
- CapVis, Mergon, Fabrel Lotus 43
- PLASTON Holding AG – Aktien an der Nebenwertebörse 43
- Die «alte» Garde – unsere Pensionäre..... 44

2006/2007

- Die vierte Hilti-Koffer-Generation..... 52
- Supply Chain 52
- «Zero-Defect»-Strategie 53

2007/2008

- Das Jahr der Superlative 53
- Eigenprodukte im Industriegeschäft 53
- Umsatz von CHF 100 Mio. geschafft 53

2008/2009

- Auf Hoch folgt Baisse 55
- Kostenmanagement 55
- Jörg Frei wird Verwaltungsratsmitglied 55

2009/2010

- Dienstjahre-Ereignis..... 56
- Die Schweiz – der Musterknabe 56
- Die Zwei-Beine-Strategie..... 56

2010/2011

- CEO Jan Dobrý geht neue Wege 58
- Markus Bormann ist neuer CEO der PLASTON AG 58
- Die wirtschaftliche Erholung..... 58

2011/2012

- Die Euro-Krise 62
- Krise als Chance, der CHF auf Parität zum Euro 62
- Zukunftsoptimismus in China..... 62

2013

- Jörg Frei wird Verwaltungsratspräsident 66
- Die Erfolgsmarke AIR-O-SWISS verschwindet..... 67

2014

- Eröffnungsfeier neues PLASTON-Werk Jiaxing 68
- Neue Konzern-Struktur 69
- PLASTON AG und BONECO AG werden 69
juristisch selbstständig
- Akquisition von WEZ Oberentfelden CH 70
- CEO Markus Bormann verlässt das Unternehmen 70
- Der vorprogrammierte Flop «Mr BoXx» 71
- CFO Hansruedi Lanker setzt neue Massstäbe 71
- Alexander Gapp ist neuer CEO der PLASTON AG 72
- Nationalbank hebt CHF-Kursstützung auf 72
- BONECO-Umsatzeinbruch in Russland und China..... 72
- PLASTON macht Kunst mit Pipilotti Rist 73

2015/2016

- PLASTON Gruppe erhält Ehrenpreis der 74
Rheintaler Wirtschaft
- Weitere Kostensenkungs-Massnahmen..... 74
- Zwanzig neue Spritzgussmaschinen in drei Jahren 74
- 60 Jahre PLASTON 76
- 14 Jahre Lehrlings-Fond 78

2016/2017

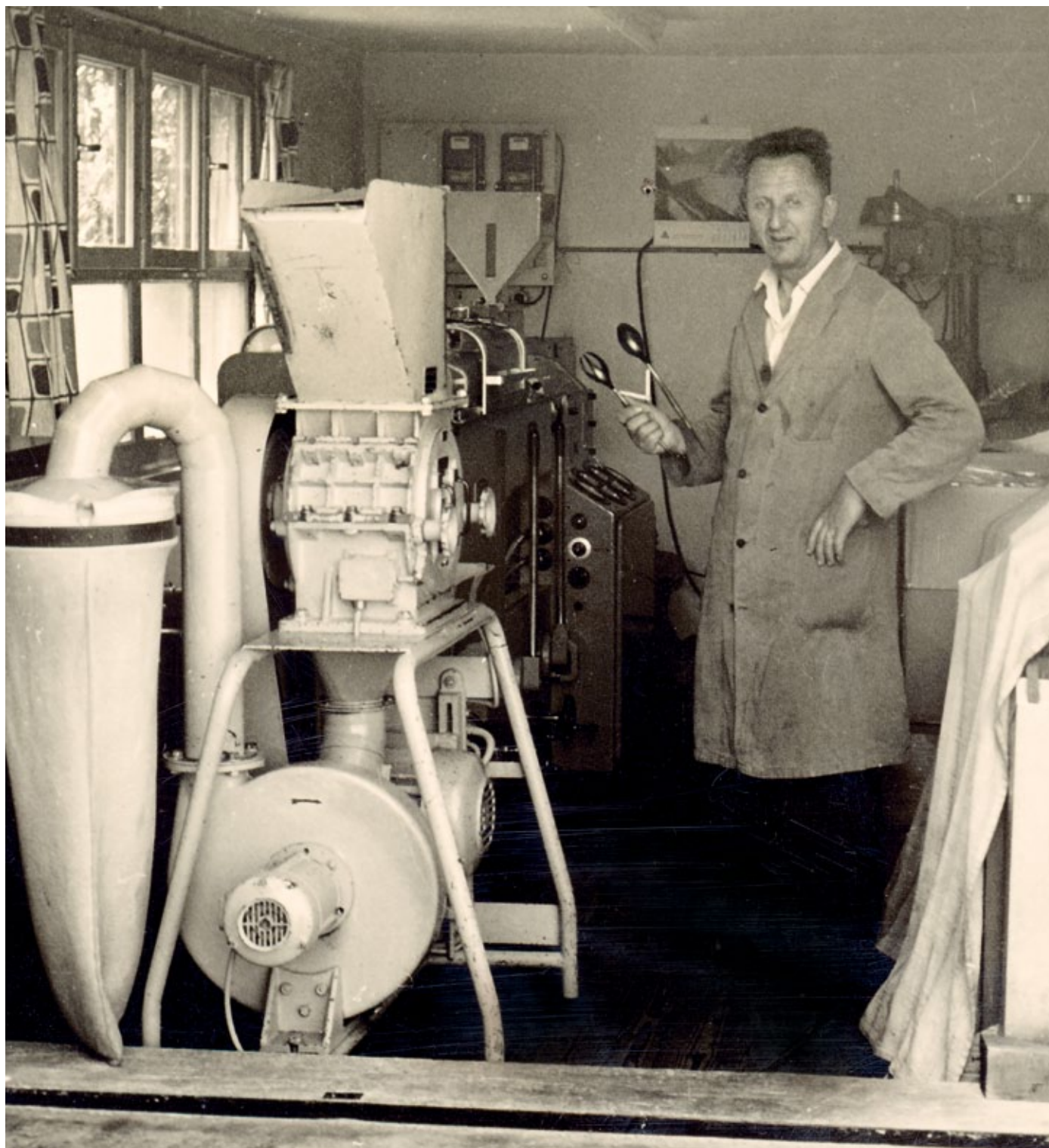
- Michael Leitner wird CEO der BONECO AG 82
- Samuel Ning wird Werksleiter in Jiaxing 82
- Ab November extreme ABS Teuerung..... 82
- Die fünfte Hilti-Koffer-Generation..... 83

2017/2018

- Roland Frei scheidet aus dem VR aus..... 86
Er wird Ehrenpräsident.
- BONECO-Produktion wird von CZ nach CN verlagert..... 87
- Umsatz der technischen Teile wächst 87

2018/2019

- Donald Trump verunsichert die Weltwirtschaft..... 88
- Brexit – eine Rosenkrieg-Scheidung..... 88
- PLASTON AG auf Wachstumskurs 88
- BONECO AG voller Zukunftserwartungen 89
- BONECO AG akquiriert ENVION USA..... 89
- Die Weltwirtschaft im Seitwärts-Trend..... 90
- Die PLASTON Gruppe feiert 25 Jahre Präsenz in China..... 91
- Schlusswort 95
- Dank..... 95

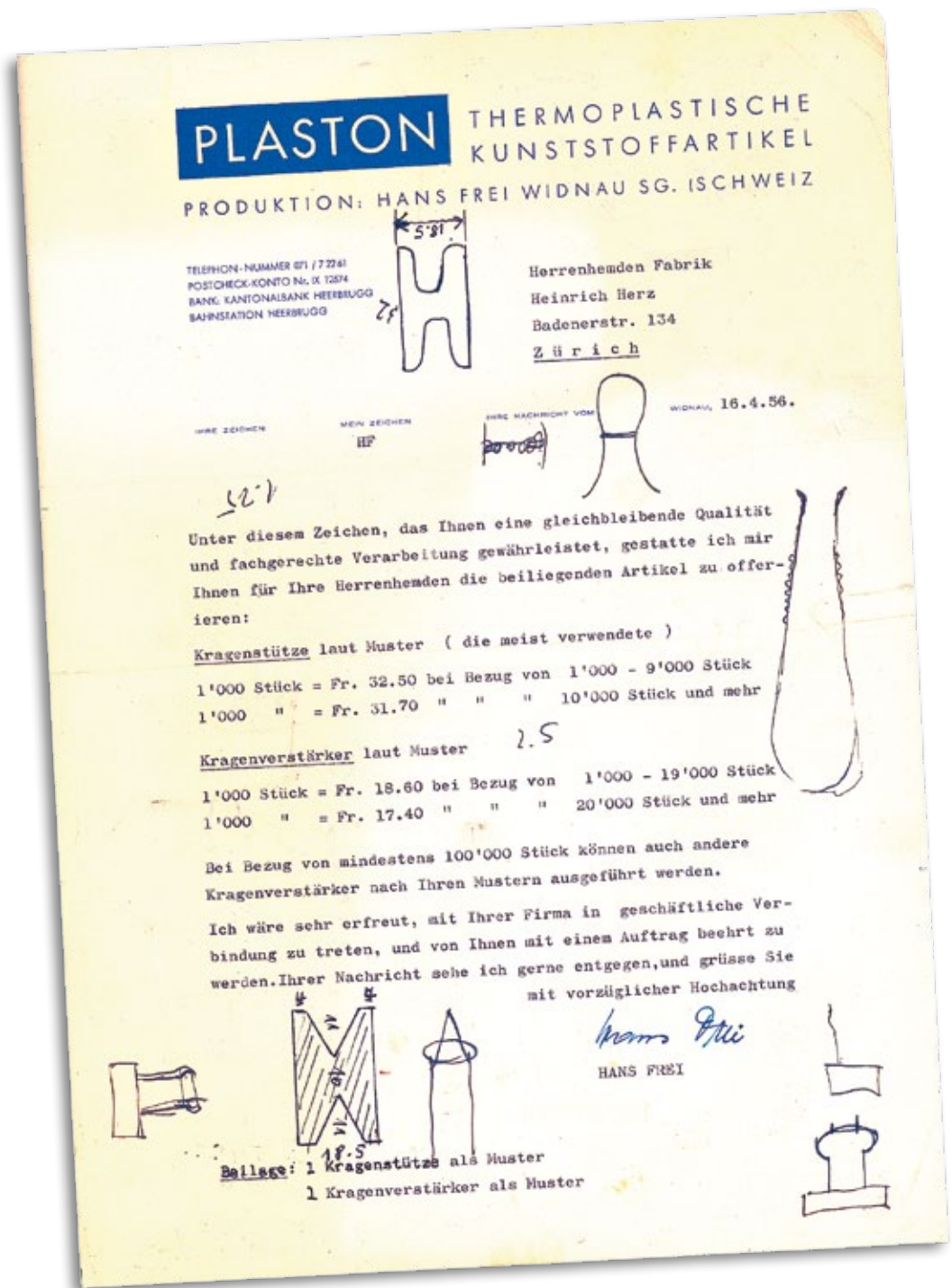


Die Einzelfirma unter der Bezeichnung
PLASTON-Thermoplastische Kunststoffartikel Produktion Hans Frei
Widnau – Schweiz wurde am 6. Februar 1956 gegründet.

Die sogenannte «Zwei-Beine-Strategie» besagt, dass PLASTON einerseits als Industrie-Zulieferer arbeitet sowie andererseits eigene Haushaltprodukte herstellt und direkt an den Handel verkauft. Diese Zweibein-Strategie hat mein Vater aufgrund seiner Erfahrungen in den Dreissigerjahren begründet. Während der damaligen Wirtschaftskrise

hatte er gesehen, wie die als Zulieferer tätigen Firmen sozusagen «daumendrehend» warten mussten, bis ihre Abnehmer wieder Bedarf an Zulieferteilen hatten. Mit eigenen Produkten konnte man auch in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten neue Kunden und neue Märkte bearbeiten.

Die Voraussetzungen für unseren Firmenstart waren äusserst prekär. Mein Vater, Jahrgang 1901, musste seine Stelle als Betriebsleiter im Textil-Faserwerk der Viscose Widnau wegen einer lebensbedroh-



lichen Vergiftung durch Schwefelkohlenstoff nach 37 Jahren aufgeben. Ein angeschlagenes Nervensystem war die Folge. Seine finanzielle Abfindung waren CHF 25'000 und gleichzeitig sein Startkapital! Die finanzielle Ausgangslage war auch für die damalige Zeit ein fast aussichtsloses Unterfangen.

Harte Arbeit ist gefragt

Der rationelle Betrieb einer Spritzgussmaschine erforderte damals wie heute einen ununterbrochenen 24-Stunden-Betrieb. Wir waren

ein Team aus vier Personen. Unsere Mutter sorgte für das leibliche Wohl. Meine jüngere Schwester Madlen war für die Buchführung, die Pausenablösung an der Spritzgussmaschine und die Mithilfe beim Spritzgussformenwechsel zuständig, während mein Vater und ich den 24-Stunden-Betrieb teilten. Ich war 19 Jahre alt und hatte gerade meine Werkzeugmacherlehre abgeschlossen. Mein Arbeitseinsatz begann mit der Nachtschicht um 22 Uhr bis um 5 Uhr früh. Dann ging es ab ins Bett, und mein Vater übernahm die Produktion. Nach meinem Morgenschlaf gab es ein Mittagessen, und danach waren

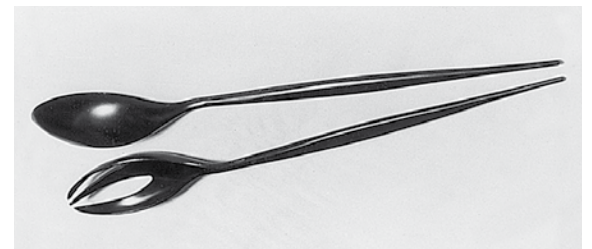
alle möglichen Arbeiten angesagt – wie neue Produkte entwerfen, Werkzeuge ändern und reparieren, Maschinenwerkzeugwechsel, Kundenbesuche und vieles mehr. Ein Wochenarbeitspensum von bis zu hundert Stunden war keine Seltenheit.

Jeder erarbeitete Franken wurde in neue Produkte investiert, sodass sich bald ein kleines Sortiment bildete, das unsere Chance, auch bei den Grossverteilern ins Geschäft zu kommen, deutlich verbesserte. Es folgten Jahre der Entbehrungen, der langen Arbeitstage ohne Lohn, Jahre der kleinen Erfolge als Triebfeder zum Weiterkämpfen. Zudem kam die Erkenntnis, dass die Qualität, unsere Verlässlichkeit, der sorgfältige Einsatz der wenigen erarbeiteten Mittel sowie unser Profil als Partner das weitere Überleben sichern wird.

Durchbruch mit Salatbesteck

Den eigentlichen Durchbruch, der uns erstmals eine gesunde finanzielle Basis sicherte, schafften wir schliesslich mit einem neuen Salatbesteck. In den Nachkriegsjahren machten die Grossverteiler Verkaufsaktionen, wobei sie Produkte im Doppelpack anboten und als Bonus ein Gratisprodukt schenkten.

Dieser Vertriebsidee folgend offerierten wir den beiden Speiseöl-Anbietern Sais und Usego unser neues, in attraktivem «Schweden-Design» gestaltetes Salatbesteck. Beide Firmen gingen auf unser Angebot ein: Sais mit einem schwarzen Besteck, Usego mit einem gelben. Die Verkaufsaktion war ein Riesenerfolg. Wir produzierten monatelang Tag und Nacht mehr als 400'000 Salatbestecke.



Auf Erfolgen auszuruhen war jedoch nie eine Passion von PLASTON. Mit unserer kleinen Spritzgussmaschine waren wir auf kleine Kunststoffprodukte beschränkt. Wir sahen aber Alternativen, mit grösseren Produkten unsere Position im Markt zu verbessern.

Von der Garage bis zum Neubau 1961

Unsere gelebte Bescheidenheit, die Qualität unserer Produkte und vor allem unsere Verlässlichkeit machten es möglich, von unserem Garagenarbeitsplatz in einen stolzen Neubau zu dislozieren. Dies gab uns die Möglichkeit, in grössere Spritzgussmaschinen zu investieren, womit unser Angebot in beiden Geschäftszweigen deutlich verbessert wurde. Gleichzeitig mit dem Fabrikneubau trat mein Bruder Bruno ins väterliche Unternehmen ein.

Das anhaltende Wirtschaftswachstum der 60er-Jahre galt auch für die junge PLASTON AG. Mit der Investition von weiteren Spritzgussmaschinen wurde auch bald der 61er-Neubau zu klein. So wurde bereits 1963 eine Lagerhalle angebaut, die den Platzbedarf gerade einmal bis 1966 abdeckte. Die Planung für einen grossen Fabrikneubau wurde an die Hand genommen.

Februar 1966

Wir feierten im Freihof Widnau unser 10-jähriges Jubiläum. Mit 20 Mitarbeitern erwirtschafteten wir einen Umsatz von 1,16 Mio. Schweizerfranken. Mit Unterstützung von Herrn Bleichenbacher, unserem damaligen Treuhänder, gründet Vater Hans Frei eine Aktiengesellschaft mit 1,2 Mio. Fr. Aktienkapital, voll liberiert in 1100 Namenaktien à Fr. 1000.– und 1000 Namenaktien à Fr. 100.–.

Die neue Firmenbezeichnung lautete nun:

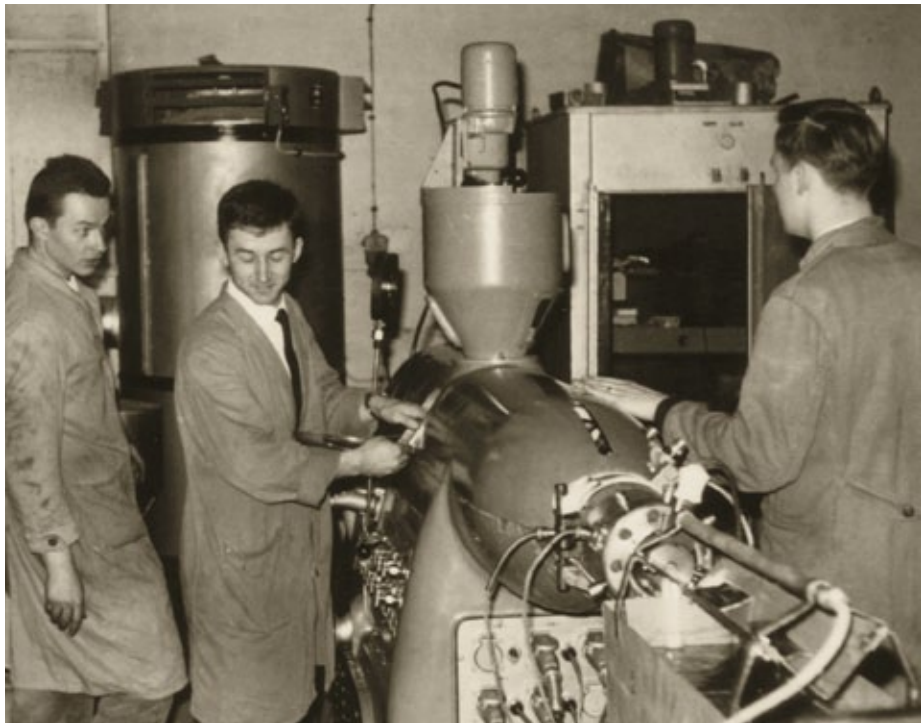
PLASTON AG

Kunststoffwerk Hans Frei + Söhne

9443 Widnau - Schweiz

Die Start-up-Phase der PLASTON scheint damit abgeschlossen zu sein. Das ursprünglich unmögliche Ziel war erreicht!







BRUNO IM NEUEN BETRIEB 1965



10 Jahre PLASTON

Vortrag von Professor CKDT

Als Aussenstehender stelle ich meinen Vortrag unter das lateinische Motto: in vino veritas - zu deutsch - „Im Wein ist Plastik“ oder etwas freier übersetzt: „Am Anfang war das Wort und das hiess PLASTON“.

Anlässlich vom Blech-, vom, Blech-, anlässlich vom blechernen Jubiläum muss man den Blick-, den Blick-, muss man den Blick in die Vergangenheit werfen. Wer mag sich noch erinnern, wie anhand von Seich-, von Seich-, von Zeichnungen das erste Büdli entstand. An einem schönen Abend war es soweit. Die erste Maschine war da. Beim Abladen tönte es vom Lastwagen herunter: Hebamme-, Hebamme-, heb am Strick, susch gheit sie abe.

Schon bald hörte man von den lieben Nachbarn den neidigen Furz-, den neidigen Furz-, den neidigen Ruf: Ein Plastönli am andere. Dennoch, das Büdli und mit ihm sein unermüdlicher Meister gediehen prächtig und das kleine Garäschli begann sich zu vermehren und gebahr, wenn auch unter Wehen, einen Riesen. Mit dem Ausbruch der Konjunktur mussten bald auch Fremdarbeiter-, auch Fremdarbeiter-, mussten bald auch fremde Arbeiter eingestellt werden. Nun war auch die Zeit gekommen, wo die Söhne und Töchter ins Geschäft eintraten, denn auch diese wollten nun schöpfen-, wollten nun schöpfen-, wollten nun auch schöpferisch tätig sein.

Um die Transporte über die hundsmiesen-, hundsmiese-, über die mit Hunden und Miststöcken verzierte Zufahrtsstrasse zu lösen, wurde ein Wagen angeschafft. Manche Gugelfuhre musste mit dem Schmerz Jesu-, musste mit dem Mercedes Hugo ausgeführt werden. Doch die autofahrenden Töchter machten dem Innenleben des nicht mehr ganz fabrikneuen Wagens bald ein Ende.

Vercherte Schafherden, verherrte Schafheere, verschaffte Ehrherden-, verehrte Herrschaften, es ist kaum zu glauben, was mit dem Bau der neuen Fabrik für eine Sennhütte-, für eine Sinnhütte-, für ein sinnvolles Gebäude entstand. Der Archeolog-, der Archeol-, der Architekt, gab sich alle Mühe, eine Erweiterung nach oben zu verunmöglichen-, eine Erweiterung nach Osten zu ermöglichen. So steht denn heute das schmucke Gebäude neben der alten Tante-, neben der alten Tante-, neben der alten Tanne an der Grenze. Dank dem guten Geschäftsgang konnte auch der alte Haufen-, der alte Haufen-, konnte auch der alte Hausteil dem neuen angepasst werden.

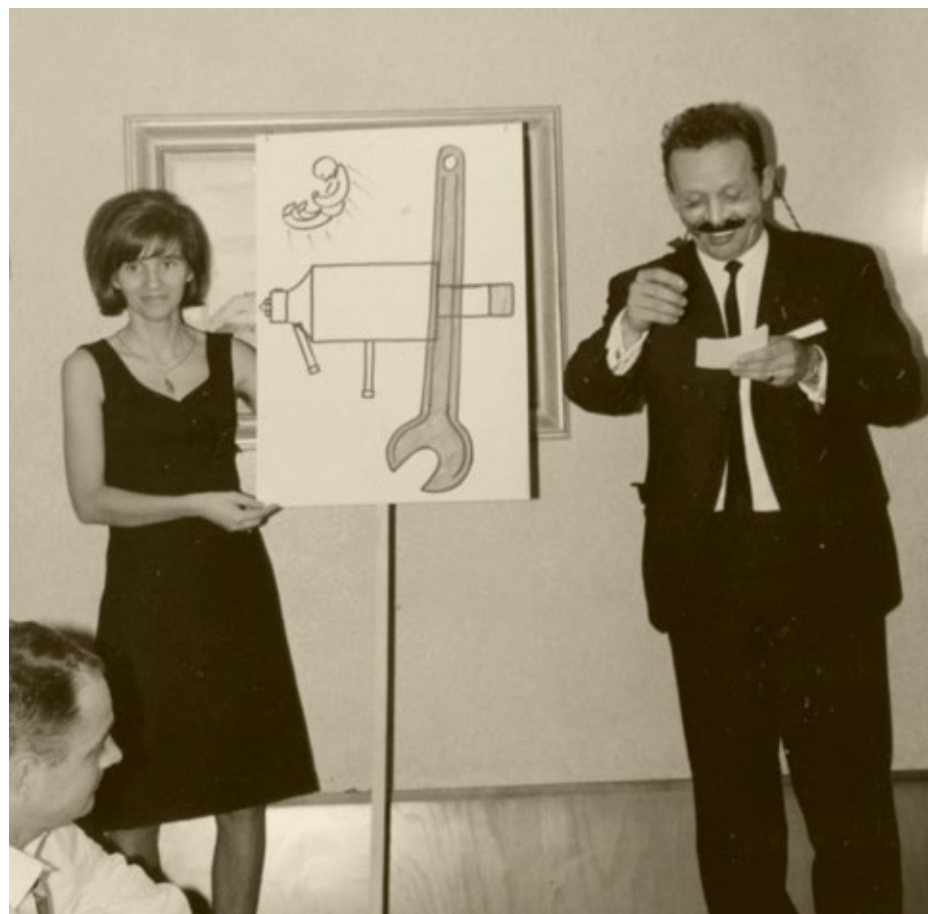
So ist die Firma Plaston zum grössten Unternehmen des Rheintals ennet dem Sicker aufgestiegen. Aber auch da gab es Sorgen mit den Arbeitern. Strolchenfahrer-, Strolchenfahrer-, solch erfahrene Leute, sind auch im Rheintal dünn gesät. Viel Mühe hat der rüstige Alte-, der alte Rüstige-, der rüstige, alte Chef überstanden bis er uns von der Strela aus zurufen konnte: In vino veritas! Wer mag sich noch jener Mitternacht erinnern, als der Räuberhauptmann rief: Wir sind Siebesieche-, mir sind Siebesieche-, mir sind siebe Sickerligorsche und hauets all zäme zum Inaue zu de schwarze Saue.

So wünsche ich zum Schluss dem leuchtenden Unternehmen in alle Zukunft, dass es auch weiterhin ein Vorbild sein in Weinseligkeit-, in Weinseligkeit-, in Weitsicht und Zukunftsgläubigkeit.

Ihr Professor CKDT (alias Leo Krismer)

1966





Spuren hinterlassen jene Menschen,
die an sich glauben und ihre Ziele
trotz aller Widerwärtigkeiten erreichen.



Der Produktions- und Verwaltungsneubau wurde planmässig 1967 in Betrieb genommen. Mit der Firma Max Sandherr AG gründeten wir zu gleichen Anteilen die Firma SANPLAST. Ziel war es, die Kunststoffprodukte für die Verpackungsfirma der Sandherr AG herzustellen. Dosendeckel für Ovomaltine, Dawamalt etc. sowie Joghurt- und Eiscreme-Becher wurden in Millionen-Stückzahlen produziert. Unsere neu definierte Strategie besagte jedoch, dass wir uns mittel-



fristig von Wegwerfprodukten verabschieden und uns künftig auf grossflächige Kunststoffprodukte spezialisieren werden. Dieser Entscheidung führte zur Trennung von SANPLAST.

Nach zwei Jahren Überzeugungsarbeit konnten wir HILTI beweisen, dass ein Koffer aus Kunststoff robuster ist als die bis anhin verwendeten Blechkoffer. Es war uns damals noch nicht bewusst, dass dieses Projekt uns zum Weltmarktführer für hochwertige Verpackungskoffer führen würde. Damit war der erste Schritt in unserer gewählten Strategie gemacht. Mit den für die Kofferfertigung benötigten grossen Spritzgussmaschinen wurde uns auch ermöglicht, grosse Haushaltprodukte zu fertigen. Der erste elektrisch betriebene Luftbefeuchter wurde fast gleichzeitig mit dem neuen HILTI-Koffer auf den Markt gebracht.





Nach meiner Übernahme der Geschäftsleitung 1973 von meinem Vater schlitterte die Weltwirtschaft in die erste Krise nach dem Zweiten Weltkrieg. Das angeblich unaufhaltsame Wachstum der Wirtschaft nahm ein jähes Ende. Es war für mich die erste Bewährungsprobe. Das erarbeitete Vertrauen bei unseren Kunden hatte uns gerettet.

Hohe Investitionen in Gebäude und Maschinen auf der Schuldenseite, verknüpft mit dem Einbruch des Marktes auf der Nachfrageseite, bildeten damals die schwierigen Rahmenbedingungen. Unsere gelebte Bescheidenheit, Seriosität, die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen auf der einen Seite und unsere Innovationen und unser Kämpferwille auf der anderen Seite haben bald wieder Zuversicht gebracht. Mit dem Ausbau unserer Exportmärkte haben wir unser Marktpotenzial deutlich ausgebaut.



Spuren hinterlassen jene Unternehmen,
die ihrer Persönlichkeit eine
unverwechselbare Ausprägung verleihen.

FESTABEND 15 JAHRE PLASTON IM FREIHOF DIEPOLDSAU 1971





PLASTON
PLASTON
PLASTON
PLASTON
PLASTON
PLASTON
PLASTON
PLASTON

löst Ihnen Ihre Kunststoffprobleme
fabriziert Spritzgussartikel
für die Maschinenindustrie
für die Haushaltungsindustrie
für die Verpackungsindustrie
liefert Qualität
liefert termingerecht
liefert preisgünstig







Nach dem überraschenden Einbruch der Wirtschaft 1973, ausgelöst durch die Ölkrise, haben sich die Unternehmer darauf eingestellt, dass in Zukunft wohl Hochs und Tiefs die Regel sein werden. Nicht beeinflussbare Krisen zu bewältigen bedeutet sich auf die eigenen Stärken zu fokussieren. Martin Hilti, der Gründer von HILTI, hatte in sein Buch zum 80. Geburtstag geschrieben – ich zitiere: «Man muss den Markt besitzen»! Dies ist die wichtigste Voraussetzung, um auch in Krisenzeiten zu überleben.

Die PLASTON war bis zur Wachablösung vom Vater zum Sohn hundert Prozent auf den Schweizer Markt konzentriert. Mit dem gezielten Ausbau des auf Europa beschränkten Marktes haben wir unser Marktpotenzial deutlich ausgebaut und sind damit krisenresistenter geworden. Unser Produkte-Portfolio zu präsentieren machte richtig Freude.

Nach 21 Jahren gemeinsamer Aufbauarbeit unseres Unternehmens verliess mein Vater sein geliebtes Lebenswerk. Ihm zu Ehren habe ich das Buch «Spuren» 2006 gewidmet. Er ist und bleibt unser aller Vorbild. Mit dem Tode meines Vaters begann für mich die Zeit der alleinigen Verantwortung.

Meine persönliche Situation erfuhr ab 1979 durch meine Frau Yvonne eine entscheidende Stärkung. Mit ihr an meiner Seite empfinde ich Probleme halb so schlimm und gemeinsame Erfolge doppelt so schön.

Den steigenden Bedarf an Lagerkapazität lösten wir mit einer provisorischen Installation einer Traglufthalle. Die unsichere Wirtschaftsentwicklung nach der Öl-Krise war Ursache für eine vorsichtige Investitionspolitik. Ende 1979 hatten sich die Wirtschaftsaussichten

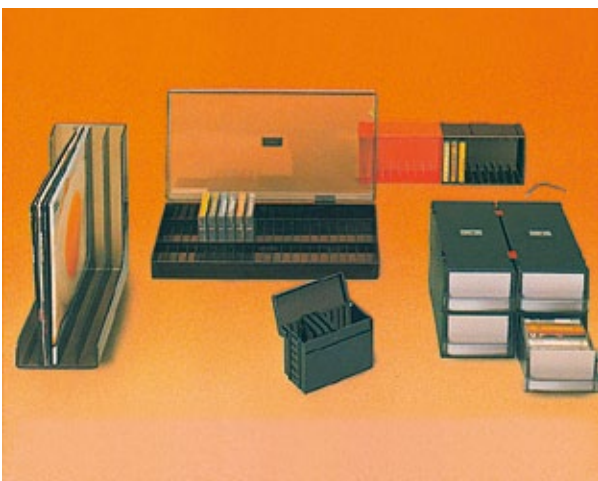




soweit erholt, dass wir das Lagerproblem mit inzwischen sieben Aussenlagern mit einem Hochregallager-Neubau lösten. Seit jener Zeit, als wir den ersten HILTI-Koffer liefern durften – es war 1970 – habe ich versucht, mit BOSCH deren veraltetes Koffer-Sortiment durch ein zeitgemässes PLASTON-Kofferdesign zu ersetzen. Nach 15 Jahren

Ausdauer in Beratung und Überzeugungsarbeit hat sich der Einsatz gelohnt. 1985 erhielten wir den Auftrag für die Entwicklung eines BOSCH-Koffersortiments, bestehend aus drei Koffergrössen. Hans Mafli, unser Verkaufsleiter, betreute diesen Kunden bis zur Pensionierung 2005 erfolgreich.

Spuren hinterlassen innovative Produkte,
die sich durch Markterfolge auszeichnen.







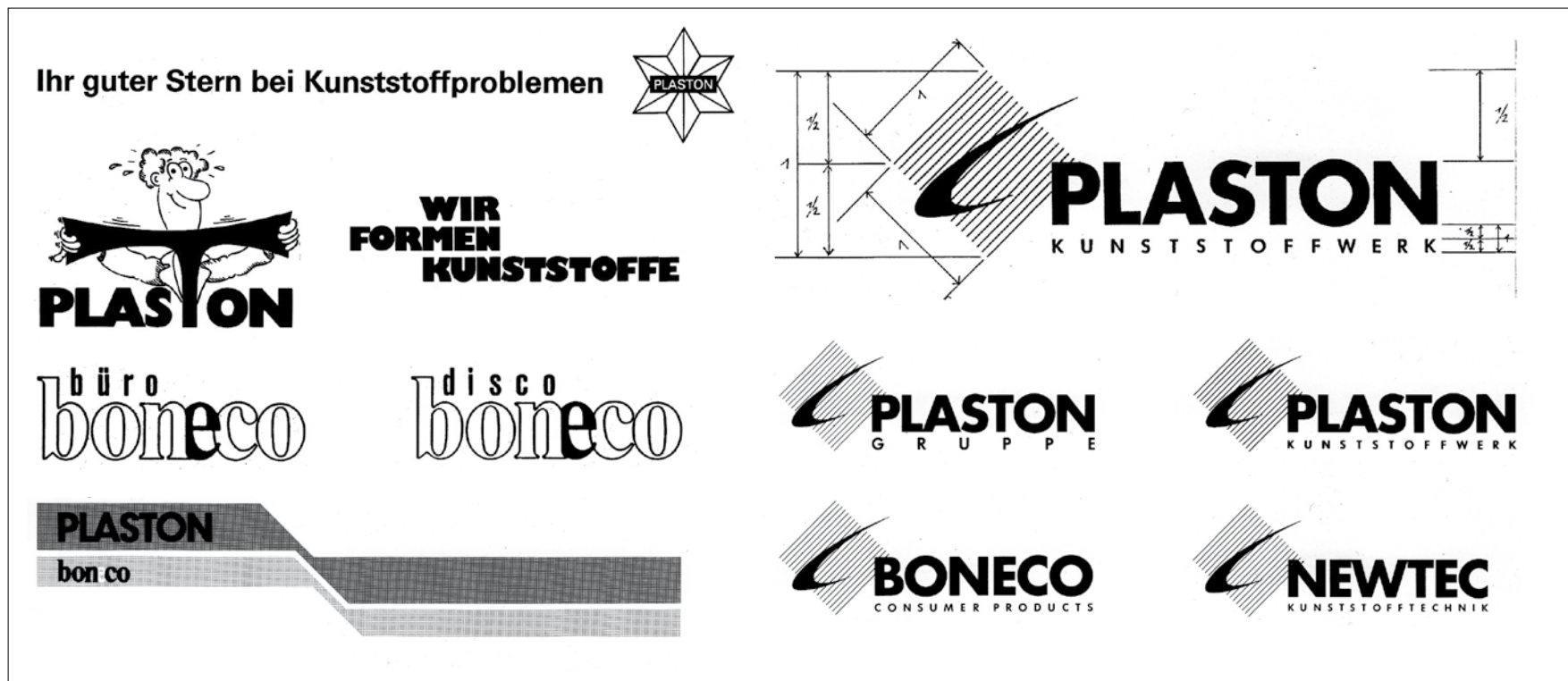


Mit dem Tod von Sophia Frei, unserer Mutter und Gattin des Firmengründers verlässt uns die gute Seele des Unternehmens. Sie hatte all die Jahre die Neugeborenen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Kinderkleidern beschenkt und war besorgt für die guten Beziehungen in unseren Frei-Familien.

Die Welt dreht sich weiter. Die UdSSR war im Zerfall. Mit unserer gross angelegten Strategie-Studie 1990/91 legten wir die Basis für unsere Zukunft der 90er-Jahre. Das bisherige 100%-ige Familien-Unternehmen wurde bereinigt. Sechs Geschwister wurden ausbezahlt. Hans und Bruno behalten einen Teil ihrer Erbschaft. Die Geschäftsleitung wurde mit 35% Teilhaberin am Unternehmen.

Die geplante Internationalisierung unserer Produktionsstätten setzte eine Holding-Struktur voraus. Die PLASTON Holding AG wurde gegründet. Gleichzeitig wurde die Corporate-Identity neu definiert.



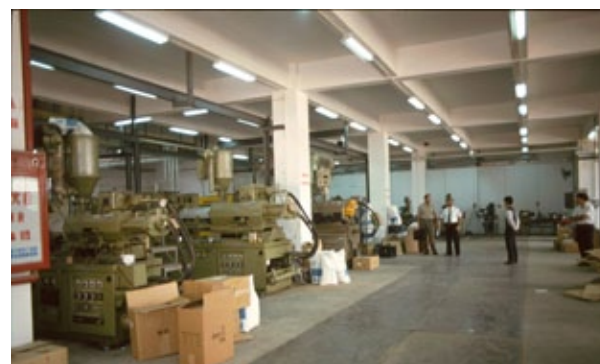


Spuren hinterlassen
Unternehmensstrategien, die Zeugnis sind
für Weitsicht, Mut und Erfolg.





Die Märkte in Japan, Korea, Taiwan und Hongkong entwickeln sich technologisch rasant. Ein guter Grund, sich vor Ort ein Bild zu machen über mögliche Zusammenarbeit, insbesondere im Sourcing von elektronischen Komponenten. Franz Gutmann und Peter Baumann begleiten uns – Yvonne hatte die ganze Reise vorbereitet. Wir nahmen viele wertvolle Erkenntnisse und Eindrücke mit nach Hause. Die wohl wichtigste Erkenntnis ist: Wir müssen als PLASTON in allen Belangen schneller und effizienter werden!



Unsere Produktions-Strategie besagt: PLASTON produziert Koffer vor Ort, nahe beim Kunden. Diese Strategie-Definition hatte zur Folge, dass wir unser Werk in Sluknov (Tschechien) und unser Engagement für HILTI in Zhangjiang (China) umsetzten. Nach dem Auseinanderbrechen der Sowjetunion waren wir überzeugt, dass einige unserer Kofferkunden in den neuen Märkten Ost-Europas zukunftssträchtiges Marktpotenzial erkennen und neue Standorte für ihre Power-Tool-Produktion definieren würden.

Bereits 1991 recherchierten wir in Ungarn nach möglichen Joint-Venture-Partnern. Als BOSCH sich 1992 entschloss – in der ehemaligen DDR an der Grenze zur Tschechoslowakei – ein bestehendes Power-tool-Werk zu übernehmen, waren wir nicht überrascht. Systematisch suchten wir im Westen des heutigen Tschechien nach möglichen Standorten. Durch Zufall entdeckten wir ein stillgelegtes Produktions-

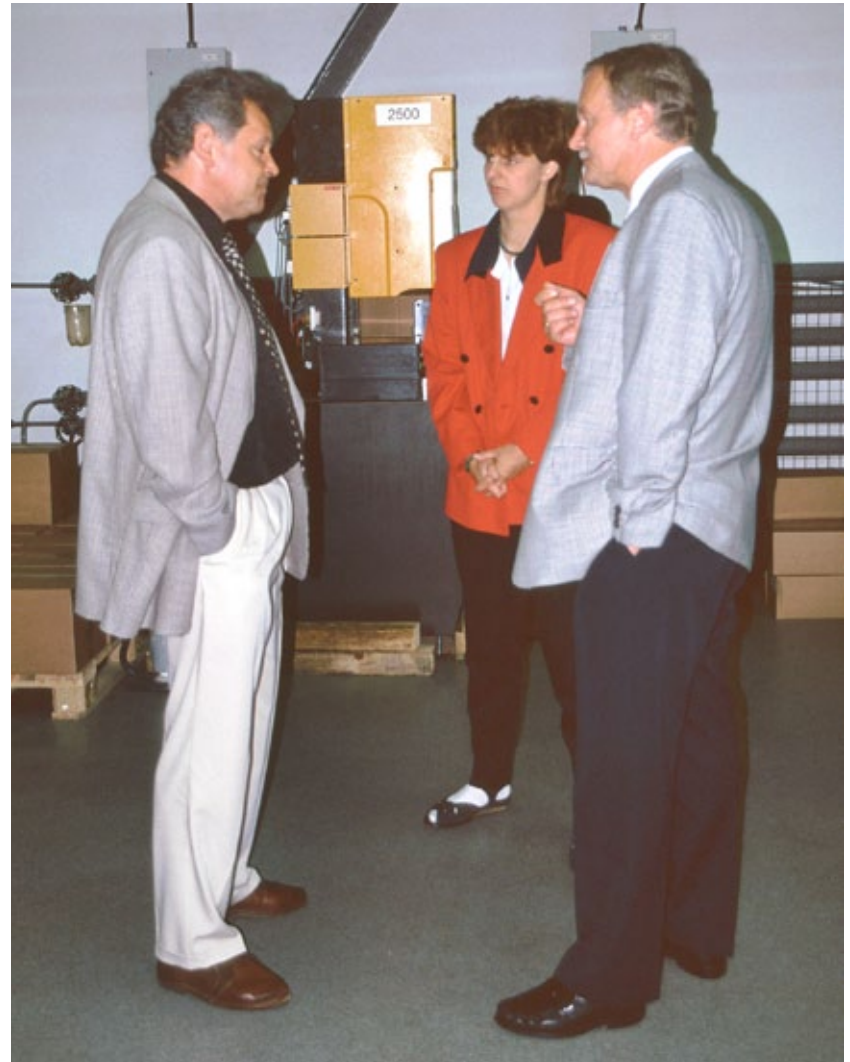
werk in Sluknov, nur wenige Kilometer entfernt vom zukünftigen BOSCH-Werk. Schlüsselpersonen beim Aufbau des tschechischen Produktionsstandortes waren:

- **Frau Pajarova**, unsere deutsch sprechende erste Sekretärin und gute Seele in allen Belangen.
- **Petr Bravek**, der an der HSG studiert hatte und wertvolle Dienste als erster Geschäftsführer unseres im Entstehen begriffenen Unternehmens geleistet hatte.
- **Miroslav Rehounek**, Geschäftsführer der Tschechisch/Schweizerischen Handelskammer hatte mit viel Begeisterung dazu beigetragen, den Standort Sluknov zu realisieren.
- **Benno Büchel**, ehemaliger Betriebsleiter unseres Werkes in Widnau, hatte fünf Jahre lang die schwierige Startphase als Werksleiter mit viel persönlichem Einsatz zum erfolgreichen Produktionsunternehmen geleitet.



Mit viel Mut und Entschlossenheit sowie vielen Monaten und Jahren des Einsatzes unserer Mitarbeiter aus Widnau entstand ein ansehnliches Produktionswerk. Mit dem effektiven Produktionsstart anfangs 1996 begann eine gute Strategie Wirkung zu zeigen. Nebst Koffern für BOSCH entwickelte sich das Produktionsprogramm vielversprechend. Weitere Kofferkunden werden von Sluknov aus beliefert. Technische Teile und Elektrogeräte für die Schwesterfirma BONECO erweitern das Produktionsportfolio. Erfolgreiche Jahre, Ausbauschritte, Pflege der PLASTON-Kultur, Jubiläen etc. prägen bis heute unsere familiäre Beziehung zum Werk Sluknov.

Mit dem sanften Ausstieg aus dem Haushaltprodukte-Programm bis 1995 setzten wir die Voraussetzung für eine stärkere Fokussierung auf Industriekoffer auf der einen Seite sowie die Stärkung unseres Geräteprogramms BONECO auf der anderen Seite.



Spuren hinterlassen
jene Unternehmen, die ihre Strategie mit
Mut und Entschlossenheit umsetzen.

Das Ende der auf Hochtouren laufenden Wirtschaft der 80er-Jahre wurde durch eine Immobilienkrise Anfang der 90er-Jahre ausgelöst. Reihenweise gingen Handwerksbetriebe bankrott, weil sie sich auf Immobilienspekulationen eingelassen hatten. Die Schweizer Banken müssen überbewertete Immobilien im Wert von 60 Milliarden abschreiben. Diese Entwicklung löste eine sieben Jahre dauernde Wirtschaftsflaute aus.

Der Umsatzeinbruch hatte zur Folge, dass wir mit Kostenmanagement versuchen, unsere Liquidität zu sichern. Meinen hart arbeitenden Geschäftsleitungskollegen Sorge zu tragen und den Team-Spirit zu fördern, war mir ein wichtiges Anliegen. So haben wir verschiedene

Exkursionen zusammen mit unseren Frauen gemacht. Dem geschäftlichen Aspekt haben wir zwar Rechnung getragen, aber das Hauptziel war die Pflege des Teamgedankens. Der Besuch von Dow Chemicals in Rotterdam mit Abstecher nach Brüssel und Brügge, die Expedition nach Portugal via Lissabon und Porto mit Besuch bei den damals wichtigsten Werkzeugbauern in Marina Grande, der Firma TecMolde und Somoplast Ltd bleiben in Erinnerung.

Die Reisen ins Burgund und Piemont hatten dann eher einen kulinarischen und gesellschaftlichen Hintergrund. Diese grossartigen Feste, das gemeinsame Erleben und die entspannte Atmosphäre haben dem Team gutgetan und sie zu weiteren Höchstleistungen angespornt.









HILTI entscheidet sich, im Süden von China mit einem Produktionswerk in Zhanjiang einen ersten Schritt zu machen. PLASTON wird herausgefordert, HILTI vor Ort mit Koffern zu beliefern – eine riesige Herausforderung für ein KMU.

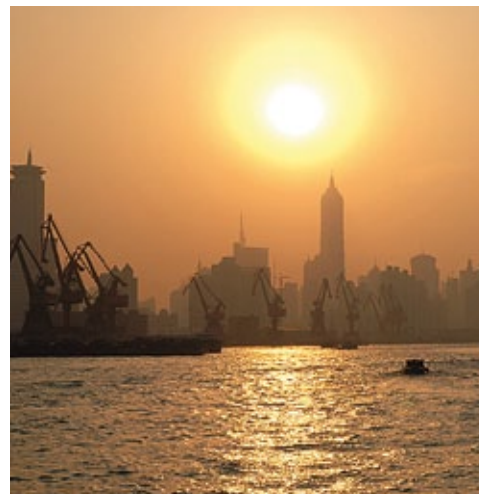
Mit viel Mut und Entschlossenheit analysierten wir Möglichkeiten vor Ort. Die Kofferproduktion wurde letztendlich in einem chinesischen Betrieb installiert, was mit vielen unvorhersehbaren Problemen verbunden war.





Die Strategie der 90er-Jahre hatte in einigen Fällen zu Korrekturmaßnahmen geführt. Die virtuelle Versorgungsstrategie, mit der wir HILTI und Bosch in den USA und China zu versorgen versuchten, hatte sich im Fall der USA zerschlagen, weil Bosch alle paar Jahre ihren Produktionsstandort wechselte – von Chicago nach New Bern, von dort nach Nevada und schlussendlich nach New Mexico. Dies

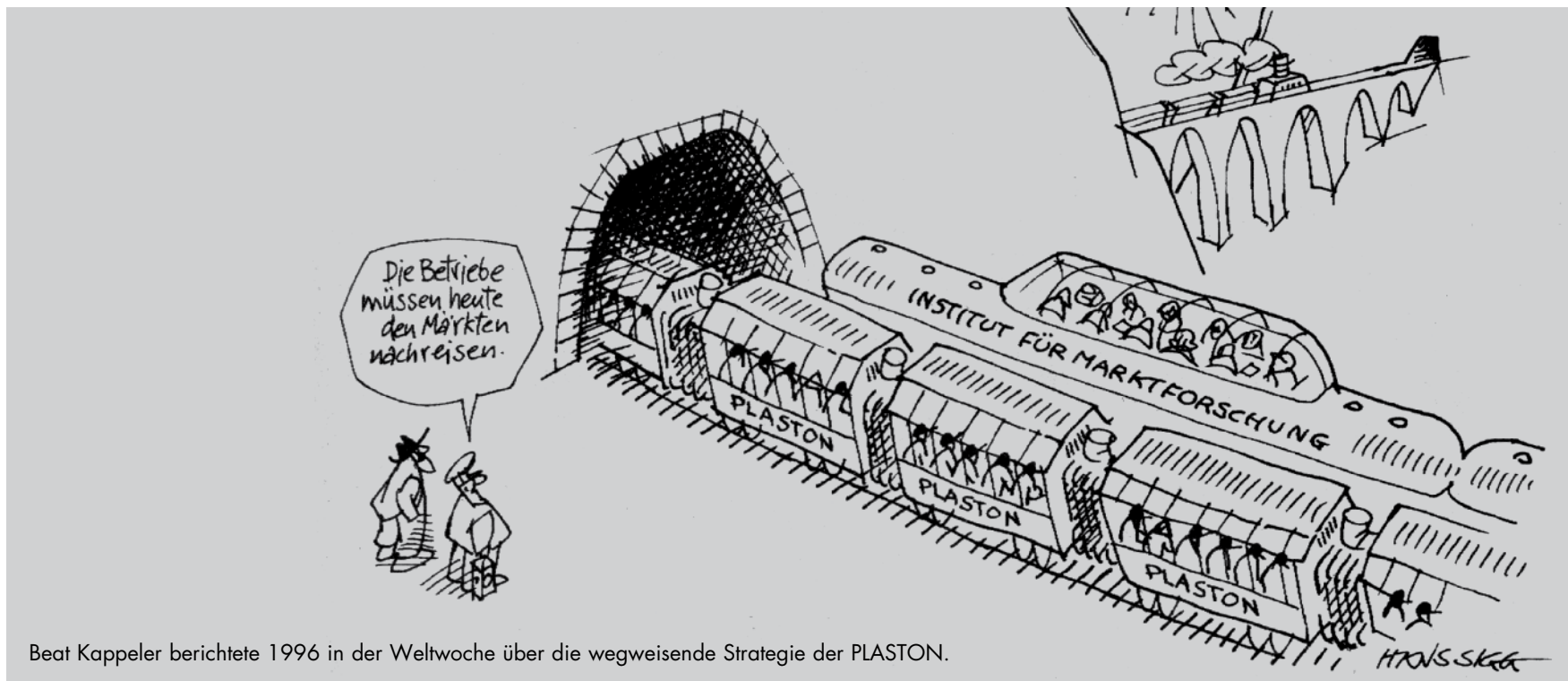
bedeutete für uns, immer wieder neue Produktionspartner zu suchen, die oft nicht die geforderte Qualität herstellten. Im Fall China hatte HILTI ihre Produktionsstrategie geändert, sodass deren Bedarf keine Vor-Ort-Produktion möglich machte. Die Probleme mit Michael Lee und Tony Zhao als 10%-Teilhaber von PLASTON Zhangjiang, verbunden mit der asiatischen Währungskrise 1997/98,



hatten auch diesem Engagement ein Ende bereitet. Dem Rückzug unserer virtuellen Kofferproduktions-Idee in den USA und China folgte 2004 eine erneute Herausforderung, in China einen Produktionsstandort zu etablieren. HILTI, Bosch, Metabo, Black+Decker sowie Leica hatten sich entschlossen, in Shanghai und Umgebung neue Produktionsstätten zu errichten. Eine wichtige Voraussetzung hierfür hatte die chinesische

Regierung geschaffen, indem zukünftige Firmengründungen westlicher Unternehmen zu 100% mit Eigenkapital erfolgen können, d.h. keine chinesische Beteiligung mehr gefordert wird. Unter diesen veränderten Bedingungen (100% eigenes Werk) haben wir uns entschlossen, einen zweiten Schritt nach China zu tun – dies auch unter der Voraussetzung, früher gemachte Fehler nicht zu wiederholen.





Beat Kappeler berichtete 1996 in der Weltwoche über die wegweisende Strategie der PLASTON.

Die 1993 gegründete BONECO AG mit ihrer Tochter, der BONECO Felixdorf GmbH bei Wien, mit einer Beteiligung von Beurer und dem Elektrogerätehersteller Clöer, hatte die Break-even-Schwelle auch nach vier Jahren Tätigkeit nicht geschafft. Es waren zu viele, nicht der Strategie entsprechenden Aktionen erfolgt, die schlussendlich 1998 zur Auflösung der BONECO AG und deren Re-Integration in die PLASTON führten.



Die für mich wohl nachhaltigste Entscheidung war, mich mit 62 Jahren aus der operativen Leitung zu verabschieden. In meinem Buch «50 Jahre PLASTON – SPUREN» beschreibe ich die Wahl meines Nachfolgers Jan Dobrý als glückliche Wahl, insbesondere bezüglich der während seiner CEO-Zeit erreichten Ergebnisse. Die PLASTON-Kultur «Wir sind PLASTON» hat für mich einen hohen Stellenwert:

- Verlässlichkeit als vertrauensbildende Voraussetzung
- Wertschätzung und soziale Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden
- Offenheit als Voraussetzung für Veränderungsfähigkeit
- Strategische Weitsicht als Zukunftssicherung
- Seriosität und Bescheidenheit als Grundhaltung
- Förderung der Jugend – nicht nur als Selbstzweck

Diese Werte zu hüten und zu pflegen bilden die Basis für:
Die PLASTON Gruppe auf dem Weg in die Zukunft.

Spuren hinterlassen jene Menschen,
die ihre Werte wie Vertrauen, Ehrlichkeit
und Verlässlichkeit vorleben.

Das 50-Jahr-Festprogramm, von meiner Frau Yvonne und mir gestaltet, hatte so richtig den Spirit der PLASTON – wie wir es uns vorstellen – wiedergegeben.

Der von uns finanzierte Lehrlingsfond soll aufzeigen, wie wichtig uns der Mensch in der PLASTON-Familie ist. Und wie könnte es anders sein, dies fängt bei unseren Lernenden und den Ausbildungsverantwortlichen an. Die durch die Lernenden geschaffene Skulptur der «Erfolgs-Spirale» ist ein bleibendes Denkmal an diesen PLASTON Event.

Mit dem Vorhaben, zukünftige Oberstufenschüler besser auf die Berufswahl vorzubereiten, haben wir im Rahmen des AGV-Projektes «Schule und Wirtschaft» den ersten Anlass zum Thema: «Fit für die Lehre» organisiert – ein Projekt, das bis heute weit über das Rheintal hinaus zum Thema Berufswahl dazugehört. Nun, das Fest ist verklungen. Was geblieben ist, ist die Überzeugung, dass die Unternehmenskultur – neben Innovationsfähigkeit, Veränderungsoffenheit und vorausschauender Strategie-Entscheide – einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren auch für die kommenden Jahrzehnte sein wird.





In unserer schnelllebigen Zeit sind Technologie, Prozesse und Produkte schnell überholt und werden durch neue ersetzt.

Identität, Persönlichkeit und Werte eines KMU bleiben unverändert und nachhaltig bestehen, sofern diese bewusst gepflegt und vorgelebt werden.



Mit der Übergabe der Gesamtleitung an Jan Dobrý im Jahre 1999 und meinem Ausscheiden aus der operativen Verantwortung war für den neuen CEO der Weg frei, auch die Geschäftsleitung zu verjüngen. Sein Angebot an Peter Blättler, Peter Baumann und Franz Gutmann, aus der Geschäftsleitung auszusteigen und mit einem 50%-Pensum die letzten, bis zur Pension verbleibenden Jahre in ihrem angestammten Job zu arbeiten, wurde weitgehend gut aufgenommen.

Mein Bruder Bruno schied mit 62 im Jahr 1996 und Benno Büchel Ende 2001 aus dem Unternehmen aus – in den wohlverdienten neuen Lebensabschnitt. Mit dem schrittweisen Ausscheiden meiner



Spuren hinterlassen Menschen, die für die Ideen und Initiativen ihrer Mitarbeitenden grosse Freiräume ermöglichen und dadurch erst überragende Leistungen und Persönlichkeitsentwicklung fördern.



langjährigen GL-Kollegen stellte sich die Frage der Rückzahlung der in ihren Händen befindlichen Aktien-Anteile.

Der Wert der PLASTON-Aktie hatte sich in den 10 Jahren seit der Ausgabe im Jahr 1991 auf das 5-fache erhöht. Diese Leistung zu honorieren war das Verdienst meiner Geschäftsleitung und der gesamten PLASTON-Crew – aus dieser Sicht ein gelungenes Vorhaben. Aus der Sicht der Eigner-Familie aber ein riesiges Problem: Weder die Firma noch die Frei-Familie war in der Lage, die rund 35% Aktien zurückzukaufen.

So entstanden in Gesprächen mit dem Verwaltungsrat und Arthur Andersen verschiedene Projekte. Mergon, ein irischer Blaskoffer-Hersteller, hatte uns gerade bei Metabo mit seinen Blaskoffern ausgestochen. So entstand die Idee, mit Mergon und CapVis als Equity Partner eine zukunftssträchtige Unternehmensgruppe zu formen. Mit Mergon hatte PLASTON keine Überschneidungen, im Gegenteil: Die Produktionsstätten und Produkt-Portfolio hätten sich perfekt ergänzt. Patrick Beirne, CEO und Hauptaktionär von Mergon Ltd, hatte sich fünf vor zwölf für den Alleingang entschieden.



In der Folge haben wir mit CapVis unter der Leitung von Herrn Krebs versucht, die Drittelbeteiligungs-Problematik zu lösen. Auch dieser Versuch scheiterte. Nach der Due Diligence versuchte CapVis, die Mehrheit an der PLASTON zu übernehmen. Dies aus der Erkenntnis, dass unser Unternehmen eine «KMU-Perle» sei. Ein weiterer Versuch, die Drittelbeteiligung an den Mann zu bringen, machten wir mit Fabrel Lotus. Auch dieses Unterfangen scheiterte aus dem gleichen Grund wie zuvor mit CapVis. Die Mehrheit abzugeben kam für die Familie Frei nicht infrage!

Letztendlich entschlossen wir uns für den Gang an die Nebenwerte-Börse.



Spuren hinterlassen Menschen, denen das Wohl der Mitarbeiter/innen und der Erhalt der Arbeitsplätze mehr bedeuten, als Millionen auf dem Konto.

Die sogenannte alte Garde geniesst nun den wohlverdienten, dritten Lebensabschnitt. In unserer Social Charta haben wir festgehalten: Die Pflege der langjährigen, verdienten PLASTON-Mitarbeitenden im Ruhestand ist ein Akt von Respekt und Dankbarkeit. Seither hatte dank der Initiative von Peter Baumann und mir ein reges Treffen der Pensionäre eingesetzt. Machten wir früher noch gemeinsame Wanderungen mit anschließendem Imbiss, beschränken wir uns heute vermehrt auf Betriebsbesichtigungen, Besuche von Oldtimermuseen und vieles mehr. Wir genießen das gemütliche Beisammensein bei Speis und Trank und erzählen einander von damals: «Weisst du noch?»

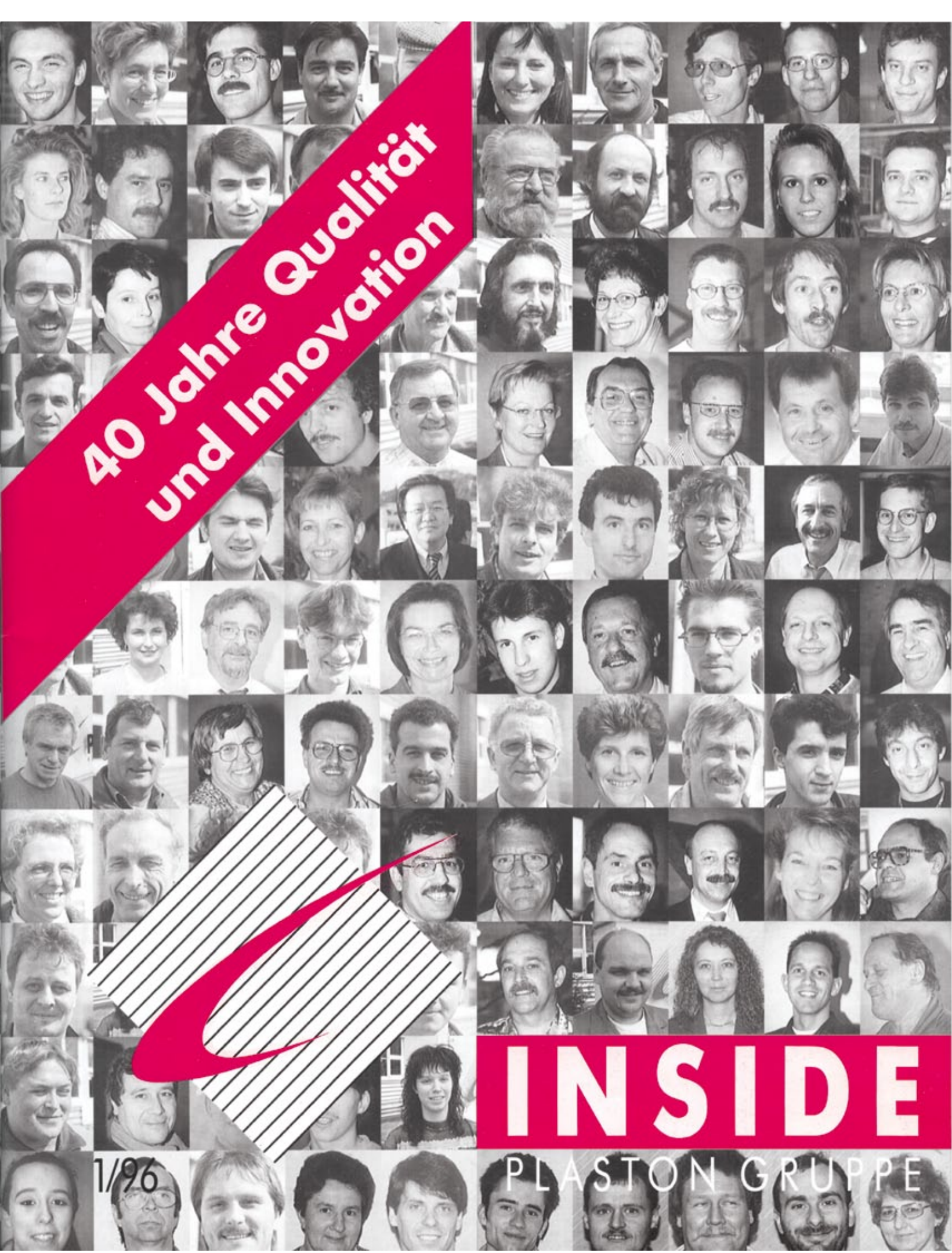












40 Jahre Qualität
und Innovation

INSIDE

PLASTON GRUPPE

WIR SIND PLASTON 1996





Der Gang an die Nebenwerte-Börse vom letzten Jahr bedeutet für die PLASTON mehr Öffentlichkeitsarbeit. Aktionärsinformationen und Teilnahme am OTC Day im Kursaal Bern tragen dazu bei, dass der Ausgabekurs von CHF 4600.– auf CHF 6000.– pro Aktie steigt. Dies auch deshalb, weil das Wachstum der PLASTON Gruppe angestiegen ist und ein solides Netto-Ergebnis von rund 6 Mio. resultierte – mit einem Umsatz von 90 Mio. CHF. Zu der positiven Umsatzentwicklung hat auch ATS, unser Geschäft mit Luftbefeuchtern und Luftreinigern, beigetragen.

Eine besondere Herausforderung stellt die Umsetzung der 2-Komponenten-Spritzguss-Technologie dar, die für die neue HILTI-Koffer-Serie eingesetzt wird. Dies gilt auch für das neue Werk in Jiaxing, wo ebenfalls zwei 2K-1600 to-Maschinen für die Belieferung von HILTI Shanghai installiert wurde.

Mit der durch VR Ulrich Schmidt forcierten Supply-Chain-Strategie wird gezielt an der Reduktion des Umlaufvermögens gearbeitet. Auch die proklamierte O-Fehler-Strategie zeigt Wirkung: So konnten Fehllieferungen z.T. um 50% reduziert werden.



VR-Team v.l. mit Eugen Forster, Hansueli Raggenbass, Roland Frei, Ulrich Schmidt und Jan Dobrý

Das abgeschlossene Geschäftsjahr 2007/2008 wird in die Chroniken als Jahr der Superlative eingehen. Eine weltweit positive Konsumentenstimmung, hohe Investitionen der Industrie sowie positive Entwicklungen dank tieferer Steuersätze im Kanton St.Gallen sind die Rahmenbedingungen für unsere Unternehmensentwicklung.

Erstmals in der PLASTON-Geschichte überspringen wir die 100 Mio.-Umsatzgrenze. Daraus resultiert ein Netto-Ergebnis von 7,0 Mio. CHF. Der Sondereffekt bei den latenten Steuern trägt mit 1,1 Mio. CHF bei. Die gute Konjunktur beflügelt die Bauindustrie und damit das Geschäft unserer Koffer-Grosskunden.

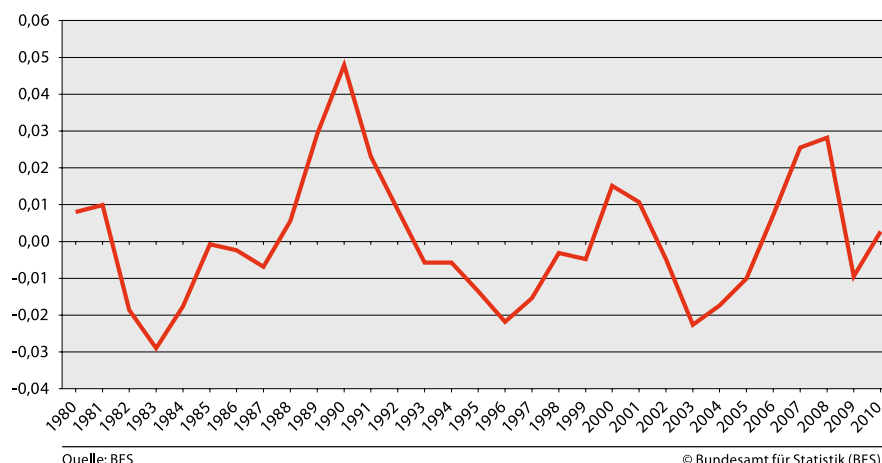
Um dieser grossen Kundenabhängigkeit etwas zu entrinnen, hat der VR der vom CEO immer wieder proklamierten Strategie zugestimmt. Diese rückblickend aus einer Euphorie entstandene Strategie im Wortlaut:

- Weltmarktführer in der Herstellung und Vermarktung von hochwertigen Luftreinigern und Luftbefeuchtern für Haushalte mit Forcierung der eigenen Marken BONECO und AIR-O-SWISS.
- Weltmarktführer in der Entwicklung und Herstellung von hochwertigen Profiverpackungssystemen aus Kunststoff, vorwiegend für die Elektrowerkzeugindustrie, **mit steigender Bedeutung von Eigenprodukten.**
- Eigene Marktpräsenz in den wichtigsten Märkten der Zukunft (Westeuropa, Osteuropa, USA, China).
- Konsequente Ausnützung von Kostenvorteilen in der Produktion und Beschaffung an unseren Produktionsstandorten in der Schweiz, in Tschechien und in China.

Mit dem neu entwickelten Produkt, dem Mr BoxX-System, soll ein erster Schritt in die Zielrichtung der verstärkten Ausrichtung von Eigenprodukten im Industrie-Sektor eingeleitet werden. Mr BoxX wurde erstmals an den Baumessen in München und Basel vorgestellt. Die Reaktionen der Profi-Handwerker sind positiv. Erste Einverkäufe erfolgen in Deutschland, Dänemark und der Schweiz.



Konjunkturzyklus zwischen 1980 und 2010



Zur Umsatzentwicklung auf 100 Mio CHF:

Die Business-Unit IPS (Industrial Plastic Systems) hat mit 16% zum Wachstum beigetragen, d.h. von 59 auf 69 Mio. – die Business-Unit ATS (Air Treatment Systems) steigert den Umsatz um 13% von 27,8 auf 31,4 Mio.

Während Ost- und Westeuropa unter einem zu warmen Winter litten, konnte der Umsatz in den USA um 43% und in China um 34% gesteigert werden. Dabei spielt die Marke AIR-O-SWISS ein nicht zu unterschätzender Erfolgsfaktor.

Mit neuen Materialtests, neuen Verfahrenstechnologien, Reduktion der Supply-Chain-Kosten, Zero-Defekt und Business Excellence wird versucht, sich für die weitere Zukunft fit zu machen.

Spuren hinterlassen Unternehmen, deren Strategie sich im Mehrwert für Kunden und den Shareholder auszeichnen.



Wie so oft erfolgt auf Jahre im Hoch eine Baisse.

Die neueste Krise hat ihre Wurzeln in den USA, wo auf Teufel komm raus Hypothekar-Kredite vergeben werden, die offensichtlich nicht gedeckt sind. Die erste Bank, die nach Aufdeckung dieser Situation ins Schleudern geriet, ist Lehman Brothers, die prompt Pleite geht. In der Folge gerät das weltweite Finanzsystem in eine Vertrauenskrise. Es werden von Bank zu Bank keine Kredite mehr ausgelehnt.

Neben vielen anderen Banken steht auch die UBS im Fokus. Wegen «Too big to fail» stützt die Schweizer Regierung die Bank mit 6 Mrd. Cash. Die Nationalbank übernimmt 62 Mrd. faule Kreditpapiere.

Im Geschäftsbericht 2008 steht wortwörtlich:

Der Geschäftsgang der PLASTON Gruppe wurde im zweiten Halbjahr über Nacht vom globalen Abschwung erfasst. Insbesondere das Geschäft unserer Power-Tool-Kunden brach um 22 % ein. Das Air Treatment Geschäft hält sich dank neuer innovativer Produkte mit 10% Minus relativ stabil.

Mit Sofortmassnahmen wie Kostenreduktionsprogramm, Investitions-Stop, Personaleinstellungs-Stop, Abbau von Temporär-Stellen und last-but-not-least mit Kurzarbeit wird versucht, den Schaden so gering wie möglich zu halten.

Nachdem das Geschäftsjahr 2007/2008 mit dem Allzeithoch von 112,7 Mio. Umsatz brilliert hat, wird am 1.4.2009 ein Umsatz von 92,8 Mio. registriert.

Während im Werk Widnau der Nachfrage-Einbruch mit Kurzarbeit kompensiert wird, musste in Sluknov 36 Mitarbeitern gekündigt werden. Der Personalbestand der Gruppe reduziert sich von 420 auf 335 Mitarbeiter. Das EBIT-Ergebnis ist um 60% von 7,0 auf 3,7 Mio. gefallen!

Die neue Website mit der Headline **«We shape the future»** zeigt den ungebrochenen Willen – jetzt erst recht!

Mit der Ernennung meines Sohnes Jörg in den Verwaltungsrat erhält die dritte Generation meiner Familie die Gelegenheit, sich rechtzeitig der anspruchsvollen Aufgabe als Hauptaktionär unseres Unternehmens anzunehmen. Jörg Frei wird die Verantwortung gegenüber Aktionären, Mitarbeitern und Gesellschaft im Sinn und Geist des Firmengründers wahrnehmen.



Spuren hinterlassen familiengeführte Unternehmen, die dank rechtzeitiger Nachfolgeregelung und des Übertrags der Verantwortung die Zukunft des Unternehmens sichern.



Das seltene Ereignis von 335 Dienstjahren der PLASTON-Jubilare zeigt auf, wie sich eine gelebte Kultur auf das Wohlfühlen der Mitarbeiter auswirkt. Dies ist ein Lichtblick in einer sonst schwierigen Phase der PLASTON-Geschichte.

Auch wenn die Krise noch nicht ausgestanden ist, häufen sich die Zeichen, dass die Schweiz als Erfolgsmodell noch nicht ausgedient hat. Eine tiefere Staatsverschuldung als viele Nachbarländer, eine stabile Währung, eine umsichtige Geldpolitik der Nationalbank, soziale und politische Stabilität und die hohe Arbeitsmoral des Grossteils der Bevölkerung tragen dazu bei, dass die Arbeitslosigkeit relativ tief gehalten werden kann und aktuell ein kleiner Aufschwung stattfindet. Alles bestens? Wohl nein....

Der Wohlstand der Schweiz und ihr bewusstes Abseitsstehen, zum Beispiel als Nicht-Mitglied der EU, lässt sie immer wieder zur Zielscheibe gezielter Attacken werden. Je grösser die finanziellen Probleme der umliegenden Staaten, desto heftiger werden die Bemühungen, die Schweiz

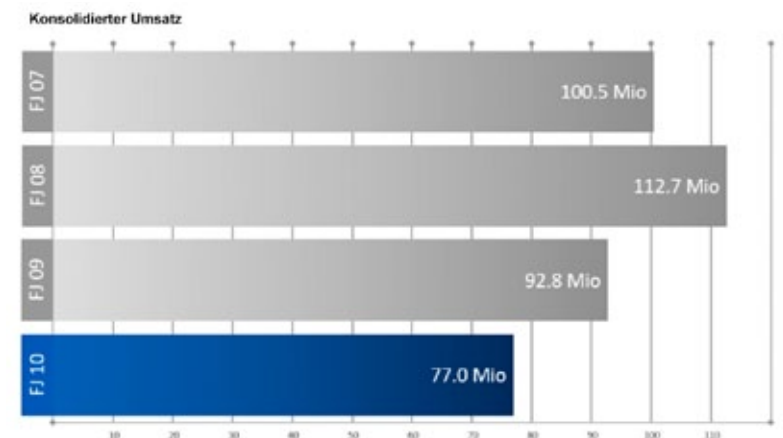
zu Sonderleistungen wie Ausgleichszahlungen, Aufgabe von Sonderregelungen im Steuerbereich, automatischer Informationsaustausch im Finanzbereich und dergleichen zu bewegen.

Die von meinem Vater definierte Zwei-Bein-Strategie bewährt sich in dieser Wirtschaftskrise ein weiteres Mal. Als Zulieferer der Industrie ist man direkt von den Auswirkungen der flauen Wirtschaft betroffen, wogegen man sich mit eigenen Produkten und Märkten mit neuen Kunden und innovativen Entwicklungen weitgehend der Flaute entziehen kann.

Die Umsatzentwicklung der letzten Jahre zeigt den massiven Einbruch der Weltwirtschaft. Dabei ist die Schweizer Exportwirtschaft durch den erstarkten Schweizerfranken besonders betroffen.

Einmal mehr zeigt sich, dass der wirtschaftliche Musterknabe abgestraft wird. Der Schweizer Franken wird gegenüber dem Euro stärker und stärker. Nachdem wir vor Kurzem noch CHF 1.60 für EUR 1.00 bezahlt haben, liegt der Wechselkurs nun bei CHF 1.43.

Das Betriebsergebnis hält sich aufgrund der eingeleiteten Sparmassnahmen auf entsprechendem Niveau. Der Umsatz erreicht CHF 77 Mio, dies bedeutet 17% weniger als im Vorjahr.



Spuren hinterlassen jene Unternehmen, deren Strategie auch auf die Bewältigung von Wirtschaftskrisen ausgerichtet ist.





VR-Team v.l. mit Hansueli Raggenbass, Jan Dobrý, Roland Frei, Ulrich Schmidt und Urs Tanner.

Nach 13 Jahren verlässt uns mein Nachfolger in der Position als CEO. Jan Dobrý war ein begnadeter CFO. Diese Stärke konnte er auch als CEO nutzen. Seine tollen Jahresergebnisse stehen stellvertretend für seinen Einsatz.

Mit Markus Bormann haben wir als neuen CEO einen Mann portiert, dessen Leistungen uns seit 10 Jahren bekannt sind: seriös, bedacht, verlässlich und einschätzbar. Mit dieser Neubesetzung der Geschäftsleitung geht die langsame wirtschaftliche Erholung einher.

So konnten sich bei PLASTON beide Geschäftsbereiche über schöne Wachstumsprozente freuen. Der Jahresumsatz der Gruppe belief sich auf 84,9 Mio., dies gegenüber 77 Mio. im Vorjahr, dh. plus 10%.



Spuren hinterlassen jene Unternehmen, die Krisen als Chance sehen und die richtigen Dinge tun.



Wir feiern 55 Jahre PLASTON – eine Schnapszahl.

Zur Feier des 55-jährigen Bestehens unserer Firma laden wir alle ehemaligen Lernenden ein – eine Schnaps-Idee? In über 40 Jahren haben in der PLASTON mehr als 100 junge Menschen eine Berufslehre erfolgreich abgeschlossen. Für die zum Teil bereits

60-jährigen Ehemaligen war es ein riesiges Erlebnis zu sehen, was aus der PLASTON geworden ist. Die vielfältigen beruflichen Entwicklungen der ehemaligen Lernenden, vorgetragen durch fünf besondere Karrierewege, haben die Zuhörer fasziniert. Es war ein sehr gelungenes Fest, bei dem viele Erinnerungen wachgerufen wurden – dies mit der Frage: Weisst du noch?

Auch Sluknov feiert den 15. Geburtstag.

PLASTON sponsert der Gemeinde Sluknov einen Wald-Lehrpfad. Selbst die Regierung von Prag schickt einen Repräsentanten zur Eröffnung. Ein gelungenes Fest, das mit viel Eigen-Initiative unserer Mitarbeiter gestaltet wurde.

Die Fussballspiele und Wettkämpfe auf dem zum 10-jährigen Jubiläum von PLASTON gesponserten Fussballplatz werden allen Beteiligten in Erinnerung bleiben.

Mit einem Tag der offenen Tür werden Kunden, Lieferanten, Behörden und Bevölkerung von Sluknov und Umgebung mit der jubelnden PLASTON bekannt gemacht.





Wir können den Wind nicht ändern, der uns täglich durch immer wieder neue Berichte über die Eurokrise um die Nase weht. Aber wir können die Segel anders setzen und den Kurs des Unternehmens neu ausrichten.

Die allgegenwärtige Unsicherheit spüren alle. Was uns die Schulden- und Eurokrise der EU noch bescheren werden, ist selbst für Chef-ökonominnen und Politiker aller Couleur ein Buch mit sieben Siegeln.

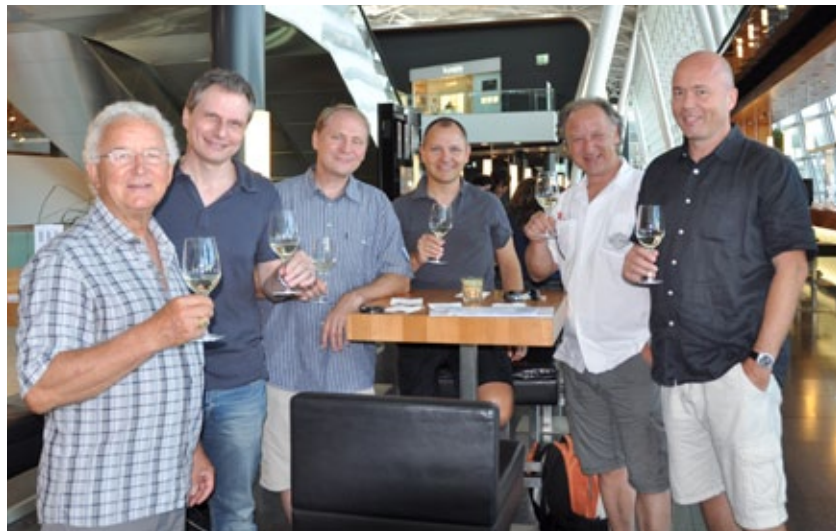
Wen wundert es, dass vor diesem Hintergrund nach visionären Wirtschaftsführern und Politikern gerufen wird? Nach Menschen also, die die Zukunft voraussehen können und in der Lage sind, alle unsere Probleme zu lösen. Der Ruf also nach Übermensch, nach höheren Wesen vielleicht?

Sind gute Unternehmer Visionäre und eine besondere Spezies?

Ich glaube nicht. Unternehmer sind Leute, die fest auf dem Boden der Realität stehen. Leute, die ganz einfach ihrer Logik folgend die richtigen Dinge tun. Sie verstehen ihr Handwerk, sind kreativ, risikofreudig, haben unternehmerischen Weitblick und Mut etc. Sie sind einfach gute Manager mit den richtigen Eigenschaften.

Die PLASTON Gruppe mit ihrer 56-jährigen Geschichte hat in dieser langen Zeit viele schwierige Krisen durchlaufen und sich dabei auch viel Know-how in der Bewältigung von ungünstigen Wirtschaftsphasen erworben. Am Anfang unseres Geschäftsjahres im April 2011 waren Verwaltungsrat und Geschäftsleitung der PLASTON noch ganz zuversichtlich, ein zwar schwieriges, aber doch erfolgsversprechendes Jahr vor sich zu haben. Als dann aber am 9. August der Schweizer Franken auf Parität mit dem Euro kletterte, wich unsere Zuversicht einer nicht beeinflussbaren Realität.

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung haben sich in der Folge zwei Tage mit dieser Frage beschäftigt: «Wie wird sich die 20%-ige Aufwertung des Schweizer Frankens auf unser Geschäft auswirken, und welches sind unsere daraus resultierenden Massnahmen?»



Wir haben folgende Beschlüsse gefasst:

- Der Umbau unseres 40-jährigen Verwaltungsgebäudes in Widnau wird bis auf Weiteres sistiert.
- Oberstes Ziel ist es, unsere gute Liquidität nicht zu gefährden.
- Ein Mindest-EBIT-Ziel muss erreicht werden.

Diese Vorgaben sollen erreicht werden:

- mit einem umfassenden Kostenmanagement;
- mit Investitionen in die Marktentwicklung unserer beiden Geschäftsbereiche;
- mit Investitionen in neue, innovative Produkte;
- mit der Weiterführung unserer Supply-Chain-Anstrengungen;
- mit der weiteren Verbesserung unserer Prozesse;
- und, last but not least, mit einem Fabrikneubau in China, um der Dynamik dieses Standortes die Weiterentwicklung zu ermöglichen.

Dieser Massnahmenkatalog ist weder spektakulär noch visionär. Er beruht auf der eingangs erwähnten Logik, auf neue, nicht beeinflussbare Situationen zu reagieren. Nun, ein Jahr später, dürfen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung feststellen, dass die gesetzten Ziele erreicht worden sind.

Die ungünstige Währungsentwicklung des Euro zum Schweizer Franken bis zur Intervention der Nationalbank liess ein schlechtes Ergebnis erwarten. Mit der Anbindung des CHF an den Euro auf 1.20 konnte am Ende jedoch Schlimmeres verhindert werden. Im Industriesektor konnten wir unsere Position weitgehend halten. Dagegen hat ein zu warmer Winter das ATS-Geschäft zurückgeworfen. Konkret fiel der Umsatz von 39 Mio. auf 33 Mio. zurück. Allein des Wechselkurses wegen haben wir 6,4 Mio. an Umsatz verloren. Mit der Entscheid, unsere zwei gemieteten Hallen in Jiaxing CN durch einen Neubau zu ersetzen, zeigt der VR viel Mut, was die zukünftige Entwicklung in China anbelangt. Grosse in Aussicht gestellte Projekte von Water Logic und BLH sind die Auslöser für diese Zuversicht.





Spuren hinterlässt ein Verwaltungsrats-Team, das in Stresssituationen Ruhe bewahrt und der Geschäftsleitung vertraut, dass diese ihr Handwerk versteht.

PLASTON-Lernende im Feldeinsatz

Eine Schneelawine riss am Sustenpass Bäume und Sträucher nieder. Die Nutzung als Viehweide ist nicht mehr möglich. Die kleine Gemeinde Gadmen hat kein Geld, den Lawinenhang zu säubern. So hat sich PLASTON angeboten, mit den Lernenden diese Arbeit anzugehen.

Zufrieden nach getaner Arbeit, gibt es ein feines Nachtessen im Restaurant Sustenpass. Danach läuft das Handy heiss! Mit Jassen und Spielen klingt jeweils der Abend aus, danach geht es müde ins Bett. Dies mit dem schönen Gefühl, etwas Gutes vollbracht zu haben.

Mit solchen Einsätzen erleben die Lernenden, dass es nicht allen Menschen gleich gut geht. Viele sind von Naturgewalten bedroht.





Ein in der Geschichte der PLASTON hinterlegter Erfolgsfaktor sind die Offenheit und der Mut für Veränderungen. Hätten wir nicht in weiser Voraussicht vor 20 Jahren in Tschechien und in China investiert – wo stände die PLASTON heute? Die Fähigkeit, den richtigen Zeitpunkt für Veränderungen zu erkennen, und die Bereitschaft, diese auch umzusetzen, ist Teil unserer Kultur. Nach 57 Jahren PLASTON, davon 36 Jahre als Verwaltungsratspräsident, trete ich ins Glied der Verwaltungsräte.

Mein Sohn Jörg wurde an der Generalversammlung der PLASTON Holding AG vom 5. August 2013 als Verwaltungsratspräsident der PLASTON Gruppe vorgeschlagen und mit Akklamation bestätigt.

Mit der Übernahme der neuen Verantwortung als Verwaltungsratspräsident der PLASTON Gruppe wird Jörg Frei schon allein aus Gründen der Corporate Governance das Amt als Managing Director der ATS Business Unit abgeben.

Als seinen Nachfolger hat der Verwaltungsrat Herrn Marco Sütterle bestimmt, welcher im Rahmen der Gründung der BONECO AG am 1. Juni 2013 seine neue Stelle antreten und dem Verwaltungsrat der PLASTON Gruppe rapportieren wird. Gleichzeitig soll damit die Möglichkeit geschaffen werden, die Sparte der Luftreinigungs- und Luftbehandlungsgeräte fokussiert weiterzuentwickeln.



2012/2013 wenige Monate später

Dass sich die neue BONECO-Führungssituation so schnell zerschlagen würde, konnte niemand voraussehen. Hr. Sütterle geht nach kurzer Zeit wieder neue Wege. Damit übernimmt Jörg Frei in Doppelfunktion das Amt als VRP und die Führung von BONECO.

Neben der Verselbstständigung der BONECO AG haben wir uns auch entschieden, die Marke BONECO neu zu positionieren. Der SWISSNESS-Vorstoss im Parlament besagt, dass zukünftig nur

noch Schweizer Marken mit «Swiss»-Inhalt bestehen dürfen, deren Produkte-Wertschöpfung mindestens 60% in der Schweiz erfolgt. Unter dieser Prämisse bleibt uns keine Wahl – wir verabschieden uns von der lieb gewonnenen Marke AIR-O-SWISS.

Die Umsatzsteigerung von 2% auf 80 Mio. kann zwar nicht befriedigen, ist aber unter den eingangs geschilderten Rahmenbedingungen durchaus beachtenswert.

BONECO

healthy air



AIR-O-SWISS

ADVANCED AIR TREATMENT SYSTEMS



Spuren hinterlassen Eingriffe des Staates in die Wirtschaft, die zwar gut gemeint sind, sich aber kontraproduktiv auswirken: BONECO verliert wegen der Aufgabe von AIR-O-SWISS wichtige Marktanteile in den USA und in China.

Blenden wir zurück auf das Frühjahr 2012, dann stellen wir fest, dass sich unser wirtschaftliches Umfeld tendenziell verschlechtert hat. Alle Bemühungen der Europäischen Union verhindern zwar einen Bankrott einzelner Staaten, lösen aber das eigentliche Problem nicht. Die Schuldenberge türmen sich auf unüberwindbare Höhen. Mit radikalen Sparmassnahmen wird die Wirtschaft geschwächt.

Der Steuerertrag wird weniger und damit die Aussicht auf eine Entlastung der Staatsfinanzen aussichtslos. Dass sich vor dem Hintergrund einer stagnierenden Wirtschaft die Arbeitslosigkeit dramatisch verschlimmert, beinhaltet das Risiko sich zuspitzender sozialer Unruhen. In Anbetracht dieser aussichtslosen Strategie der Europäischen Union stellt sich für uns alle die Frage: «Quo vadis»? Das Risiko steigt, die Unsicherheit auch. In vielen dieser angesprochenen Fragen haben wir als Unternehmen keinen Einfluss, sind aber unmittelbar betroffen. Auch unser Land kann sich als Teil Europas dieser Einflüsse nicht entziehen.

Die PLASTON Gruppe hat sich im Berichtsjahr trotz oder gerade wegen der wirtschaftlich schwierigen Ausgangslage positiv weiterentwickelt. Um unsere Grosskunden zufrieden zu stellen, haben wir nicht mehr in Schweizerfranken, sondern in Euro fakturiert. Dies hatte

uns unter dem Strich mehrere Millionen an Umsatz und im EBIT eine runde Million Franken gekostet.

Dass wir trotzdem den Konzernumsatz um 2% steigern und den EBIT fast halten konnten, spricht für die grosse Leistung unseres Führungsteams. Diese Leistung wird auch dadurch unterstrichen, dass wir in den vergangenen Jahren keinen Kunden verloren haben, aber einige neue Kunden gewinnen konnten.

Der Neubau unseres Werkes in Jiaxing/China konnte zeitgerecht am 16. Mai dieses Jahres eröffnet werden. Das geplante Wachstum und in der Zwischenzeit auch in Realisation begriffene Projekte haben den mutigen Entscheid für diese grosse Investition bestätigt und gerechtfertigt. In Anbetracht der schwierigen Wirtschaftslage nahm nur eine kleine Delegation von Widnau an der Eröffnungsfeier des neuen Werkes teil. Zusammen mit meinem Sohn Jörg, CEO Markus Bormann und dem Werksleiter Roger Bitterlin erlebten wir eine sehr schöne Eröffnungsfeier, ganz nach chinesischer Tradition.

Ansprachen von den örtlichen Behörde-Vertretern und des schweizerischen Botschafters in Shanghai sowie die Übergabe einer St.Galler und einer Schweizer Fahne durch unsere Delegation gaben dem ganzen Event einen würdigen Rahmen.





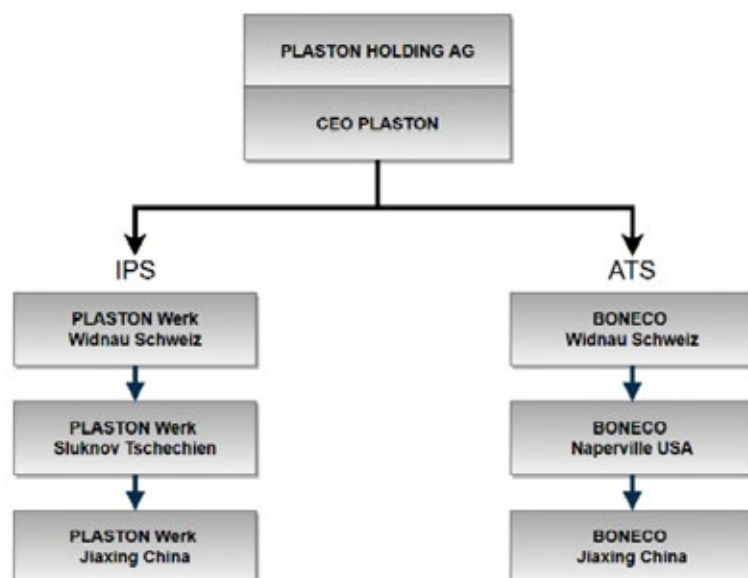
Auch haben wir ein für PLASTON strategisch sehr interessantes Akquisitionsprojekt in der Pipeline. Verwaltungsrat und Geschäftsleitung haben sich aber nicht damit zufriedengegeben, durch neue Projekte, die Automatisierung der Produktion, der Prozessoptimierung und viele Massnahmen in der Supply Chain (z.B. das neu initialisierte Cash2Cash-Projekt) das Konzernergebnis zu verbessern.

Wir haben an einer für PLASTON geschichtsträchtigen Strategietagung beschlossen, unsere Unternehmensstruktur noch stärker nach den Marktbedürfnissen auszurichten. Aus der Einsicht, dass unsere zum einen auf Industriekunden und zum anderen auf den Konsumproduktmarkt ausgerichtete Doppelstrategie wenig bis keine Synergien hat, haben wir uns entschlossen, die beiden Business Units in juristisch eigenständige Unternehmenseinheiten zu verselbstständigen.

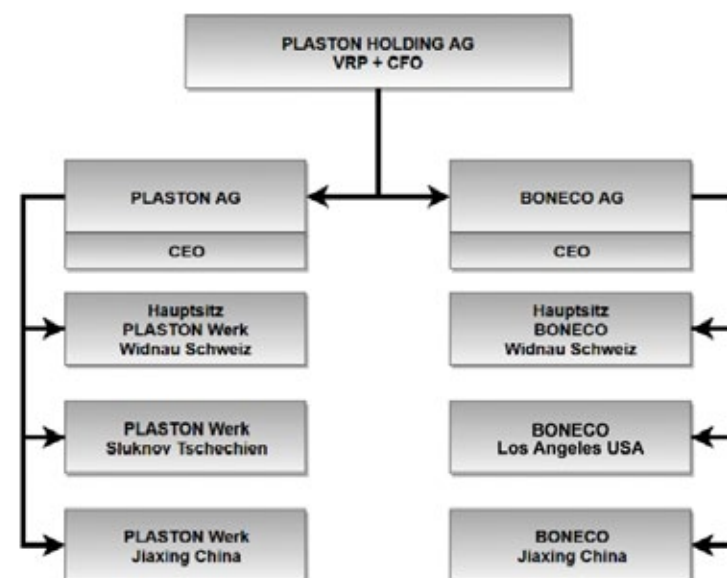
Aus der Abtrennung der Konsumprodukte-Gruppe BONECO von der PLASTON erwartet der Verwaltungsrat mittel- bis langfristig kompetitive Vorteile von Dynamik und Wachstum dank:

- klarer Positionierung am Markt
- eigener Identität
- Erhöhung der Leistungsmotivation der Mitarbeiter
- Fokussierung auf Kernkompetenzen und Wachstumschancen
- fokussierter Innovations- und Investitionsstrategie
- Spezialisierung/Professionalisierung der Geschäftstätigkeit
- Reduktion der Betriebskosten durch «Lean Organisation»
- transparenterem Kosten- und Ertragsausweis und als Ergebnis davon eine Verbesserung der Marktposition und Ertragslage der PLASTON Gruppe

Bisherige Konzern-Struktur



Neue Konzern-Struktur





Das Akquisitions-Projekt mit der Übernahme der Firma WEZ durch die PLASTON hat viele Ressourcen in Anspruch genommen:

- Übernahme der operativen Leitung der WEZ in Oberentfelden
- Beurteilung, welche Unternehmenswerte veräussert und welche bei PLASTON Widnau integriert werden sollten.

Unsere Marktabklärungen mit Besuch der Transportbehälter-Messe in München haben gezeigt, dass das WEZ-Transportbehälter-Programm veraltet ist und deshalb zu veräussern ist.

Mit der Südtiroler Firma Scherrer konnte ein interessierter Käufer gefunden werden, dem damit der Eintritt in den CH-Markt mit guten Kunden wie Migros, Coop und Emmi ermöglicht wurde. Ausserdem konnte der Produktionsstandort in Oberentfelden erhalten und ausgebaut werden. Das Programm der technischen Teile von WEZ, aber vor allem die zu übernehmenden Kunden sind für uns strategisch wichtig. Der damit verbundene Integrationsprozess von Maschinen und Werkzeugen hat zu umfassenden Umbauten der Produktionsräume bei PLASTON geführt.

Die Kontaktnahme der neuen Kunden erforderte viel Arbeit. Ziel war, Kunden mit Kleinserien abzugeben und Grosskunden wie Eugster Frismag, VZ und Medela zu überzeugen, dass PLASTON gewillt und in der Lage ist, das Geschäft nicht nur zu übernehmen, sondern auch auszubauen.

Diese strategisch wichtige Akquisition hat neben personellen auch finanzielle Spuren hinterlassen. Der Kauf der WEZ, die Analysen, der Umbau, das Zügeln und Installieren haben sich im Jahresergebnis bemerkbar gemacht. Trotzdem, nach der eher schlechten Produktions-Auslastung der letzten Jahre hat die «Operation WEZ» zu einer richtigen Aufbruchstimmung geführt.

Mitten in dieser Phase entschliesst CEO Markus Bormann, sich einer neuen Herausforderung zu stellen. Aufgrund der guten, langjährigen Beziehung von 14 Jahren PLASTON bleibt er bis August 2014 im Amt, sodass wir genügend Zeit hatten, seine Nachfolge sicherzustellen.



Die im Jahresbericht 2007 beschriebene Strategie der verstärkten Ausrichtung auf Eigenprodukte im Industrie-Bereich hat nach mehrfachen Anläufen ein klägliches Ende gefunden. Mr BoxX, durch drei verschiedene Verkaufsleiter immer wieder neu erfunden, ist nicht zum «Fliegen» gekommen. Meine Idee, das unbekannte Produkt via HILTI zu lancieren, hat beim Verwaltungsrat kein Gehör gefunden. Man wollte sich von den Grosskunden unabhängiger machen und hat auf den Baufachhandel als Vertriebskanal gesetzt. Ausser Spesen und einem Aufwand von 5 Mio. Schweizer Franken nichts gewesen – ein Eigentor.



Mit dem durch unseren CFO Hansruedi Lanker initialisierten Projekt «Cash-2-Cash» mit dem Schwerpunkt gebundenes Kapital zu optimieren, lässt sich der Erfolg sehen. Nicht weniger als 6 Mio. gebundenes Kapital konnte freigesetzt werden.

Die Umsatz-Entwicklung PLASTON hat durch die Übernahme des WEZ-Geschäftes einen Schub von 17% erhalten, von 45 auf 53 Mio. CHF. Dagegen haben sich bis heute die Erwartungen an den Umsatzaufschwung in China nicht erfüllt. Beide Grosskunden Water Logic und BLH haben Startprobleme.



Die noch junge BONECO AG profitierte in der Saison 2012/13 von einer extremen Luftbelastung in Peking im Herbst und danach von einem sehr kalten Winter.

Mit einem Umsatzwachstum von 44% wurde der bisherige Rekordumsatz von 43 Mio. erreicht.

Der Konzernumsatz stieg im Berichtsjahr von 80 auf 96 Mio. CHF. Unter Berücksichtigung der Sonderkosten ergibt sich ein Netto-Ergebnis von 1,1 Mio. CHF.

Spuren hinterlassen bei einer Akquisition
sowohl Käufer wie auch Verkäufer.
Wenn dabei der Mensch nicht zu kurz
kommt, heisst es: Freude herrscht.

Mit Alexander Gapp konnten wir eine Persönlichkeit gewinnen, welche als CEO der PLASTON AG das Herz auf dem richtigen Fleck hat. Alexander Gapp war als CEO von HILTI Shanghai Kunde von PLASTON. Er weiss aus der Zeit mit HILTI, wie wichtig die Unternehmenskultur für den Erfolg eines Unternehmens ist. Die PLASTON-Kultur vorzuleben und zu fördern gehört zu seinen wichtigsten Zielen. Seit August 2014 führt er nun die PLASTON. Die Herausforderung, aus der Akquisition WEZ das Maximum herauszuholen, hat er mit viel Elan angenommen. Mit der Verlagerung von neun Spritzgussmaschinen und 250 Spritzgussformen konnte das Projekt Ende Jahr abgeschlossen werden. Ab November übernimmt die Scherrer-Gruppe die Produktion in Oberentfelden. Nun geht es darum, Spritzgusswerkzeuge und Prozesse zu optimieren und damit auch die Margen zu verbessern.



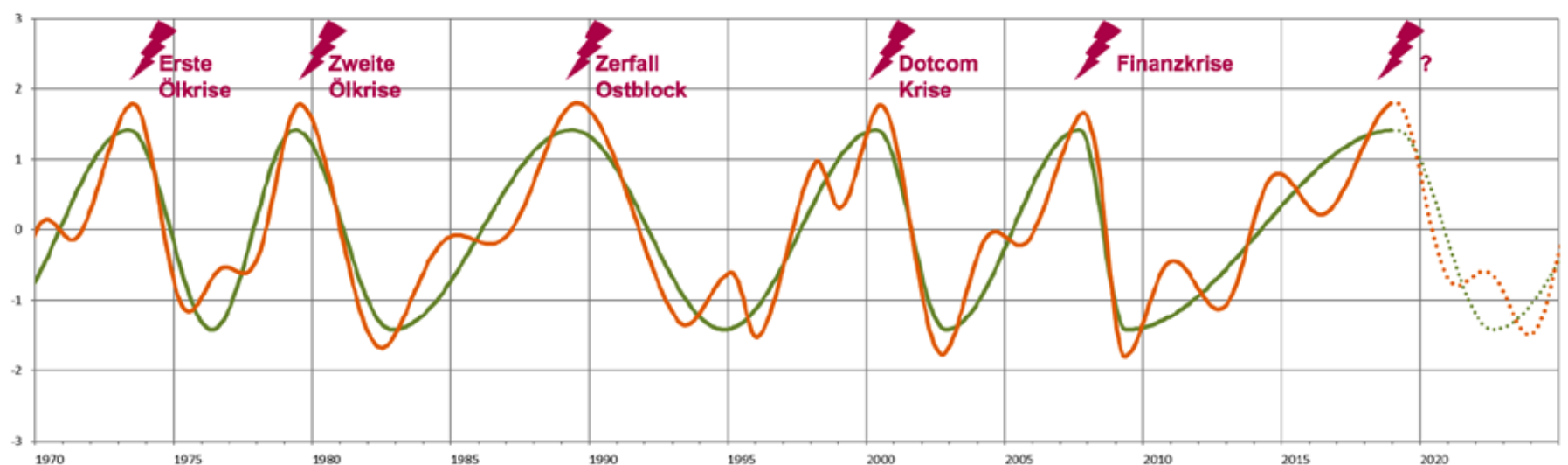
Während das PLASTON-Ergebnis stärker durch den Kurs des Euro beeinflusst wird, ist dies bei BONECO eher vernachlässigbar. Dagegen haben sich die Sanktionen der EU wegen des Krim/Ukraine-Konfliktes der Russen gravierend auf den Zerfall des Rubels ausgewirkt. So sind unsere BONECO-Geräte in Russland einerseits durch den starken Franken, andererseits durch den schwachen Rubel über Nacht bis zu 100% teurer geworden, was uns einen Umsatzeinbruch von 4 Mio. CHF einbrachte.

Auch der Markt China ist wegen der Korruptionsbekämpfung der Regierung eingebrochen. Teure Uhren, teure Luftbefeuchter etc. wurden vorher auf Firmenkosten gekauft und an Freunde als Geschenk weitergegeben. Die Angst, erwischt zu werden, hat diesen Machenschaften ein jähes Ende bereitet.



Am 15. Januar 2015 hob die Nationalbank den Fixkurs von 1.20 für einen Euro auf. Damit gerät der Wechselkurs wieder in eine für die Exportwirtschaft sehr schwierige Lage. Der Euro findet sich nach Ausschlägen bei 1.05 zum CHF. Dies hat die Erwartungen auf einen guten Jahresabschluss zunichte gemacht.

Konsum- und Industriezyklus, saisonbereinigte Werte und hypothetischer Verlauf (Standardabweichung vom Trend)



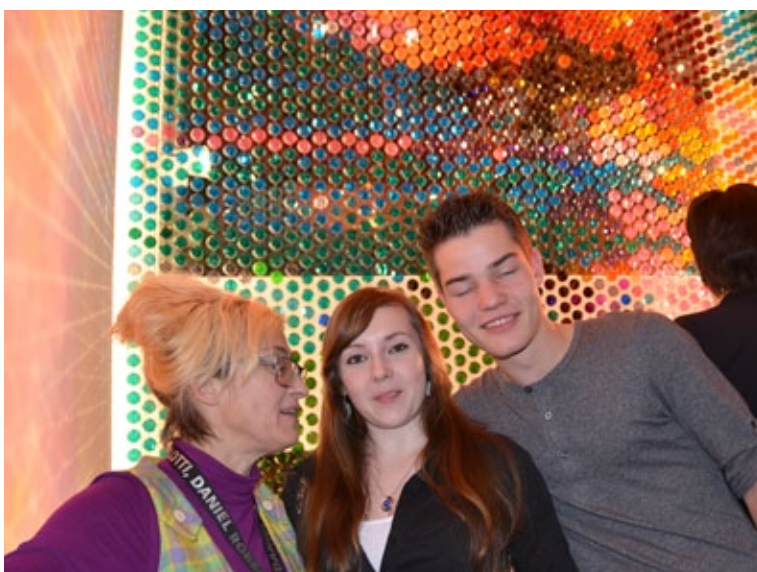
Buchquelle: «Die Wirtschaft als schwingendes System» von Peter Meier

Spuren hinterlassen nicht nur Währungs- und Wirtschaftsbaissen, auch die Politik beschert uns nicht beeinflussbare Situationen.

Lernende schaffen Kunstwerk für und mit Pipilotti Rist.

Durch die Vermittlung von Architekt Carlos Martinez erhält PLASTON den Auftrag, eine Kugel zu entwickeln und zu realisieren. Dies mit dem Ziel, daraus einen vielfarbigen Perlenvorhang nach Pipilotti Rist's Vorgabe zu gestalten.

Dabei bildet die Präsentation am Hauptsitz der National-Versicherung in Basel in Anwesenheit unserer Lernenden und der Künstlerin einen weiteren Höhepunkt der künstlerischen Kreativität unserer Lernenden.



Anlässlich des Rheintaler Wirtschaftsforums wird die PLASTON Gruppe mit dem Ehrenpreis der Rheintaler Wirtschaft geehrt.

In meiner Ansprache habe ich diese Ehre allen ehemaligen und heutigen Mitarbeitern gewidmet – in der Überzeugung, dass eine Entwicklung, wie es PLASTON in seiner Geschichte aufzeigt, nur mit begeisterungsfähigen Mitarbeitern möglich ist.

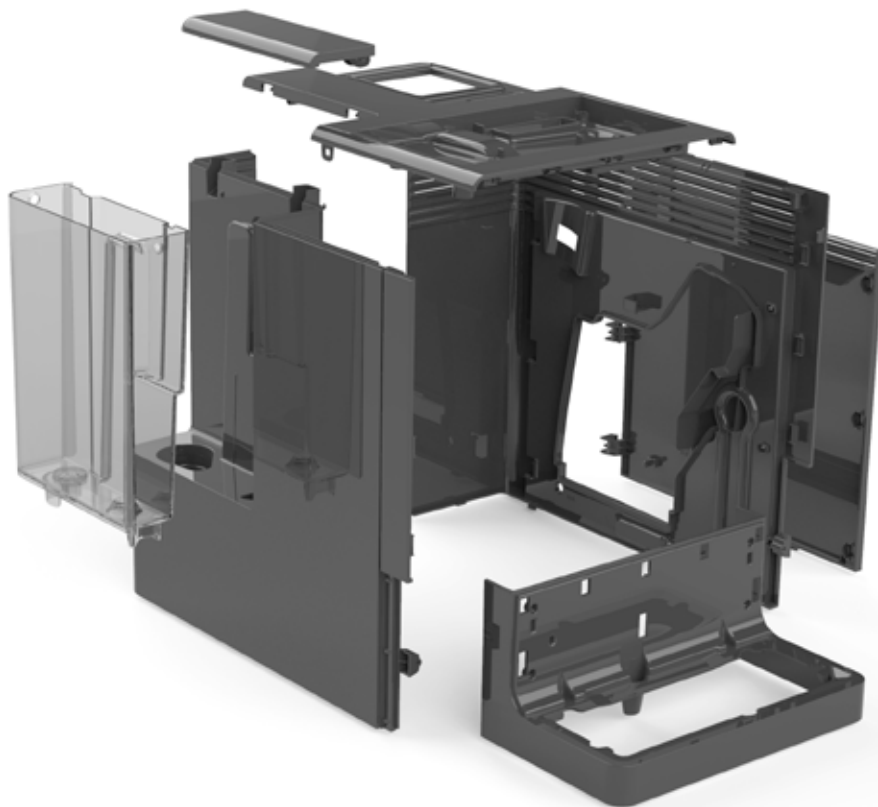
Die am 15. Januar aufgehobene Stützung des Schweizer Frankens durch die Nationalbank hat uns genauso wie alle anderen Schweizer Unternehmen hart getroffen und uns intensiv beschäftigt.

Mit VR und GL haben wir beschlossen, von extremen Massnahmen, z.B. Grenzgänger in Euro zu entlönnen, abzusehen. Dafür wurden unzählige Schritte unternommen, um die Kostenseite zu reduzieren. Zusätzlich haben wir davon profitiert, dass wir seit Jahren das globale Währungsrisiko verteilt haben und auch im Einkauf bereits seit Jahren ausserhalb des CHF tätig sind.



Um die Effizienz zu steigern und um den ökologischen Aspekten gerecht zu werden, haben wir in den letzten Jahren an allen Standorten in neue Maschinen und Infrastruktur investiert, dh. 20% der Spritzgussmaschinen durch neue ersetzt und dabei gleich-

zeitig bis zu 40% Stromkosten gespart. Auf der Marktseite hat sich PLASTON bei den Kunden für technische Teile so beliebt gemacht, dass sie uns geradezu bestürmen mit neuen Anfragen und Aufträgen.



Auch im Koffergeschäft verzeichnen wir mit der Firma Rothenberger einen Grosserfolg. Die Firma, im Sanitärgeschäft tätig, will 50 verschiedene Koffer durch ein PLASTON-Koffer-Konzept ersetzen.

Das BONECO-Geschäft war auch im Winter 2015/16 schwach. Warmes Wetter und die Sanktionen gegen Russland haben Ende Saison zu hohen Lagerbeständen oder gar zu Produkt-Rücksendungen geführt. Der damit verbundene Umsatzrückgang von 10% führte zu einem Jahres-Verkaufsumsatz von 31 Mio., Vorjahr 34,8 Mio.



PLASTON
SWITZERLAND

Um die Dynamik der PLASTON Werke nach aussen zu verdeutlichen, wird das Corporate Identity entsprechend neu konzipiert. Der aussergewöhnliche Erfolg – basierend auf dem «360° Service» von PLASTON – wird sinnbildlich im neuen Logo sichtbar.

Spuren hinterlässt auch die Strategie der Nationalbank. Sicher in bester Absicht, aber nicht immer im Interesse der Wirtschaft.



In einer schlichten, aber gediegenen Feier mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, mit Kunden, Lieferanten und Geschäftsfreunden, feiern wir unseren 60. Geburtstag. Mit den Herren Beni Würth und dem neu gewählten Bruno Damann beehren uns gleich zwei Regierungsräte mit ihrer Anwesenheit. In einer schönen Atmosphäre im Ochsen in Berneck erleben die Gäste nebst den Ansprachen eine tolle Darbietung durch das Jugend-Orchester «Swing Kids» unter der Leitung von Dai Kimoto. Mit einem feinen Essen aus der Ochsen-Küche geht ein würdiger Jubiläumsanlass zu Ende.





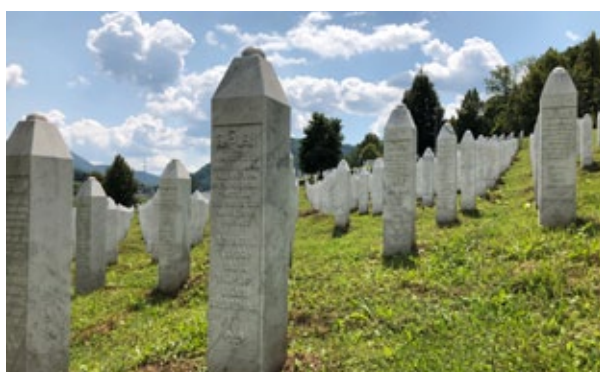
Der von Yvonne und mir gesponserte Lehrlingsfond hat in den 14 Jahren seines Bestehens viele schöne Events für die Lernenden ermöglicht. Mit weiteren 60'000 Franken ermöglichen wir die Weiterführung der wertvollen Lehrlingswochen.

Persönlichkeit und Kreativität der Lernenden zu fördern, ist das Ziel.

Folgende Anlässe wurden in den Jahren 2006 bis 2019 durchgeführt:

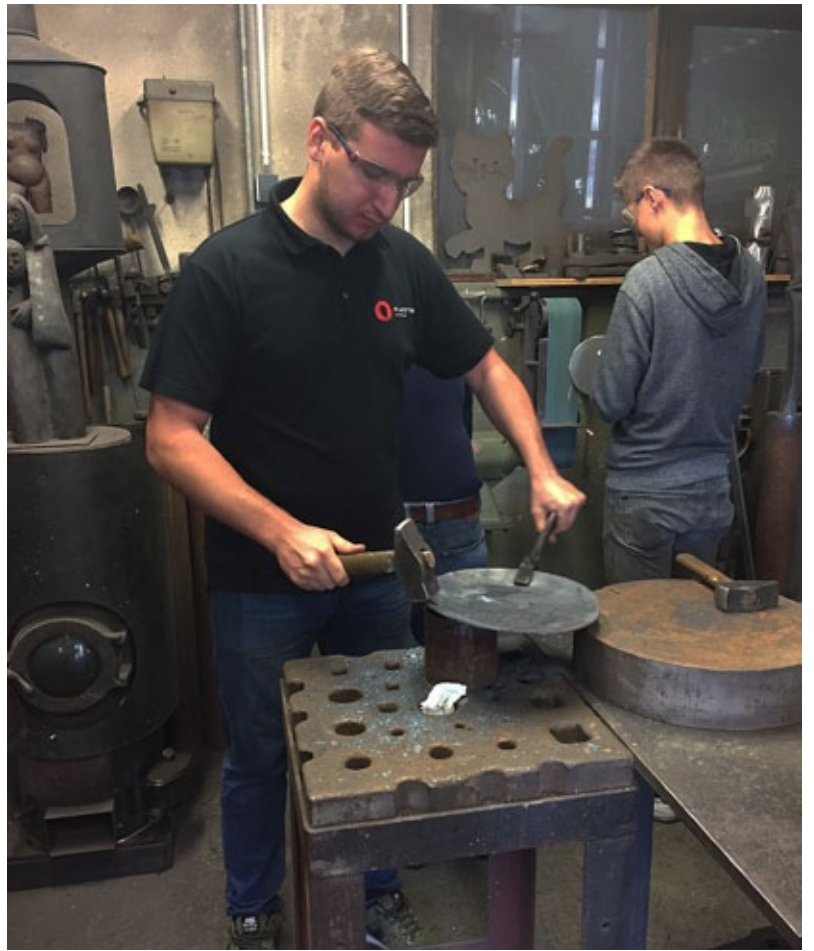
- 2006 Gestaltung und Realisation der Skulptur «Erfolgsspirale» 50 Jahre PLASTON
- 2007 Schulung: Identifikation mit dem Lehrbetrieb – Persönlichkeitsschulung
- 2008 Schulung mit W. Elsener zum Thema: Spass am Lernen
- 2009 Einwöchiger Einsatz in Ausserberg VS mit der Restaurierung von Wegen und Trockenmauern
- 2010 Profi-Kochkurs bei Hansruedi Frischknecht im Rest. Eintracht, Oberriet
- 2011 Kunstwoche mit den Künstlern Jürg Jenny und Peter Federer
- 2012 Säuberung Lawinenhang am Sustenpass – Sozialeinsatz
- 2013 Lehrlingsevent Besuch Sealife, Konstanz
- 2014 Kunstperlenvorhang für Pipilotti Rist und Kochkurs, geleitet von Y + R Frei sowie T + HR Lanker
- 2015 Sozialer Berghilfe-Einsatz Ausserberg VS
- 2016 Kunstwoche mit Peter Federer und Jürg Jenny
- 2017 Ausflug nach Sluknov und Prag mit Besichtigung des Produktionswerkes
- 2018 Kochkurs mit Profikoch Greuter im Sekundarschulhaus, Widnau
- 2019 Die Lernenden bauen zwei Häuser in Srebrenica, Bosnien und Herzegowina.





Mit der Unterstützung der Organisation «Bauern helfen Bauern» entstehen 2019 zwei einfache Wohnhäuser. Ein wohl unvergesslicher Einsatz unserer Lernenden in einem kriegsversehrten Land – Bosnien und Herzegowina.







In der Lebensphase von 15 bis 20 entwickeln junge Menschen ihre Persönlichkeit. Der Einfluss des Elternhauses und des Lehrbetriebes ist dabei ein positiver Faktor. Es lauern jedoch im Umfeld viele Versuchungen, wie Alkohol, Drogen, und heute vermehrt auch die

Suchtgefahr in den neuen digitalen Medien. Diese Lebensphase der Lernenden positiv zu begleiten, ist das Ziel des Lehrlingsfonds. Kreativität und Persönlichkeitsentwicklung stehen dabei besonders im Fokus.

Das Finanzjahr 2016/17 war für die PLASTON eine turbulente Periode mit zwei gänzlich unterschiedlichen Semestern. Im ersten Halbjahr waren wir sowohl im Umsatz wie bei der Rentabilität auf Kurs. Ab November 2016 hat uns eine in dieser Ausprägung noch nie dagewesene Rohstoffpreiserhöhung überrascht. Diese Preiserhöhungen kurzfristig weitergeben zu können, hat sich vor allem bei den Grosskunden um fast ein Jahr hinausgezögert, d.h. die Mehrauslagen haben sich direkt auf das Ergebnis ausgewirkt und uns erstmals in der PLASTON-Geschichte ein Minus-Ergebnis beschert.

Aufgrund dieser schmerzlichen Erfahrung wurden alle Lieferverträge mit den Kunden neu verhandelt, um sicherzustellen, dass ein gleicher Fall nicht wieder vorkommen kann, bzw. eine Rohstoff-Preisklausel dafür sorgt, dass Ausschläge nach oben vom Kunden getragen werden.



Die Hektik der letzten Zeit hat auch zu einem Wechsel im Verwaltungsrat geführt. Der Spruch von Urs Tanner «no more of the same» ist uns geblieben. An seiner Stelle haben wir an der GV 2016 Robert Suter in den VR gewählt.



Im Rahmen der VR-Recherchen haben wir auch Michael Leitner kennengelernt. Aufgrund seiner Affinität für neue Medien und seinem nachweislichen Erfolg bei SFS haben wir ihn als neuen CEO für unser BONECO-Geschäft eingestellt.



Eine personelle Veränderung haben wir auch in der Geschäftsführung unseres Werkes in Jiaxing vorgenommen. Nach 12 Jahren erfolgreicher Aufbauarbeit hat Roger Bitterlin unser China-Werk verlassen. An seiner Stelle hat Samuel Ning die Leitung des Werkes übernommen. Er war bei Alexander Gapp in seiner HILTI-Zeit als ein tüchtiger, seriöser Manager mit europäischer Denkweise bekannt.



Das für die PLASTON Gruppe wohl wichtigste Ereignis war der erneute Auftrag von HILTI für die fünfte Koffergeneration. Mit grosser Erleichterung haben wir die Tatsache gefeiert, dass damit unser Produktionswerk Widnau für die nächsten 13 Jahre, also bis 2030 gesichert ist.

Ob der erneute Umsatzrückgang von Boneco in den USA und China eine Folge des Markenwechsels AIR-O-SWISS auf BONECO ausgelöst hat, oder aber die zwei vorangegangenen zu warmen Winter in diesen Märkten die Ursache sind, wird wohl nie schlüssig beantwortet werden. Jedenfalls war die Saison nicht nur für die PLASTON Gruppe, sondern vor allem für den neuen CEO Michael Leitner eine Enttäuschung.

Er hat mit unglaublicher Energie und Überzeugung seine Ideen anlässlich der Strategietage im November 2016 vorgetragen. Seine wichtigsten Anliegen kurz zusammengefasst:

- Weiterentwicklung der globalen Organisation
- Einführung einer «Baugruppen-Strategie» bei der Entwicklung neuer Geräte, dh. 85% der Bauteile sollen für mehrere Geräte eingesetzt werden können.
- Vernetzung der Geräte zur Steuerung per App
- Neukonzipierung der ganzen Logistik

Der Verkaufsumsatz von BONECO fiel trotz Wachstum in Europa auf einen Rekordtiefstand von 23,4 Mio., Vorjahr 31,0 Mio.



Spuren von Markteinbussen werden provoziert durch einen Markenwechsel: speziell dann, wenn die abtretende Marke so viel mehr Emotionen beinhaltet.





Aus Anlass meines 80. Geburtstages gebe ich mein Verwaltungsratsmandat ab. Dies nach 56 Jahren Verwaltungsrat, davon 36 Jahre als Verwaltungsratspräsident.

Etwas wehmütig, aber doch glücklich kann ich die Verantwortung an meinen Sohn Jörg und seine Crew im Verwaltungsrat und der GL abgeben.

Beim vierteljährlichen Treffen mit der Geschäftsleitung bei einem gemütlichen Essen und der Teilnahme an der VR-Budgetsitzung sowie an den Strategietagen halten wir uns – Yvonne und ich – bestens informiert.



Die Geschäftsentwicklung der PLASTON Gruppe hat wieder einen Aufwärtstrend. Der konsolidierte Umsatz wächst von 74,8 Mio. auf 87 Mio., dh. plus 16,2 %.

Die PLASTON AG hat dazu mit plus 10,6 Mio. oder 20,5 % beigetragen. Dabei hat auch die leichte Erholung des Euro beigetragen. Der bessere Wechselkurs von CHF 1.15 hat 1,5 Mio. Mehrumsatz erbracht. Das HILTI-Projekt geht planmässig voran. Bereits ein Jahr nach Auftragserteilung werden vom Werk Jiaying Koffer der neuen Generation geliefert. Dies ist ein weiterer Beweis unserer Verlässlichkeit und Professionalität. Auch das Geschäft mit technischen Teilen, vorab für die drei grössten Kunden, hat sich mit 5 Mio. Umsatz gut entwickelt.



Für den Standort Tschechien haben wir mit BONECO entschieden, die derzeitige Geräteproduktion an einen Drittlieferanten in China zu verlagern. Einerseits spart BONECO ca. 2 Mio. CHF im Einkauf, andererseits kehrt in Sluknov Ruhe ein. Es gibt keinen saisonalen Peak mehr, weniger Lagervolumen und damit weniger gebundene Mittel, und zudem schaffen wir damit Platz für die weitere Expansion.

Die BONECO AG unter der neuen Führung hat sich mehr erhofft. Die bescheidene Umsatzerholung von 6,8% auf 25 Mio. kann nicht befriedigen. Dieses Resultat zeigt aber auf, dass ohne das grosse Engagement der gesamten BONECO-Crew das Geschäft wohl nicht zu retten gewesen wäre. Die Produkte-Palette erfährt durch unsere Ingenieur- und Design-Crew ein komplett neues, noch ausgeprägteres Design-Image. Dabei spielt nicht nur die Umsetzung der Austausch-Plattform in allen Gerätevarianten eine Rolle. Erste Geräte können mit der BONECO-App gesteuert werden, und mit der neu konzipierten Lüfter-Serie soll erstmals ein Ausgleich der Saisonalität unseres bisherigen BONECO-Geschäftes geschaffen werden.



Wir sind zuversichtlich, dass alle Aktionen zusammen die zukünftige Entwicklung von BONECO positiv beeinflussen werden.

BONECO an der IFA in Berlin

Mit dem sehr professionellen Auftritt der BONECO AG an der wichtigsten europäischen Messe in Berlin kommt die Fachwelt erstmals mit der neuen Führung in Kontakt. Die positiven Reaktionen bezüglich Leistung und Design der neu vorgestellten Geräte lassen eine baldige Trendwende erhoffen.

Das EBIT-Ergebnis der PLASTON Gruppe kann nicht befriedigen. Erst wenn BONECO auch wieder einen positiven Beitrag zum Gruppen-Ergebnis leisten kann, sind wir wieder auf Kurs. Dies wird wohl erst im Finanzjahr 2019/20 der Fall sein.



War im vergangenen Jahr noch weltweit eine Wachstums-Euphorie zu spüren, so hat sich 2018 eine gewisse Ernüchterung eingestellt. «America first», vom Präsidenten Donald Trump als sein Credo ausgerufen, hat die Weltwirtschaft nicht gut aufgenommen. Seine protektionistische Politik, angeblich zum Schutz der eigenen zum Teil veralteten, technologisch nicht mehr konkurrenzfähigen Industrie, hat Spuren hinterlassen.

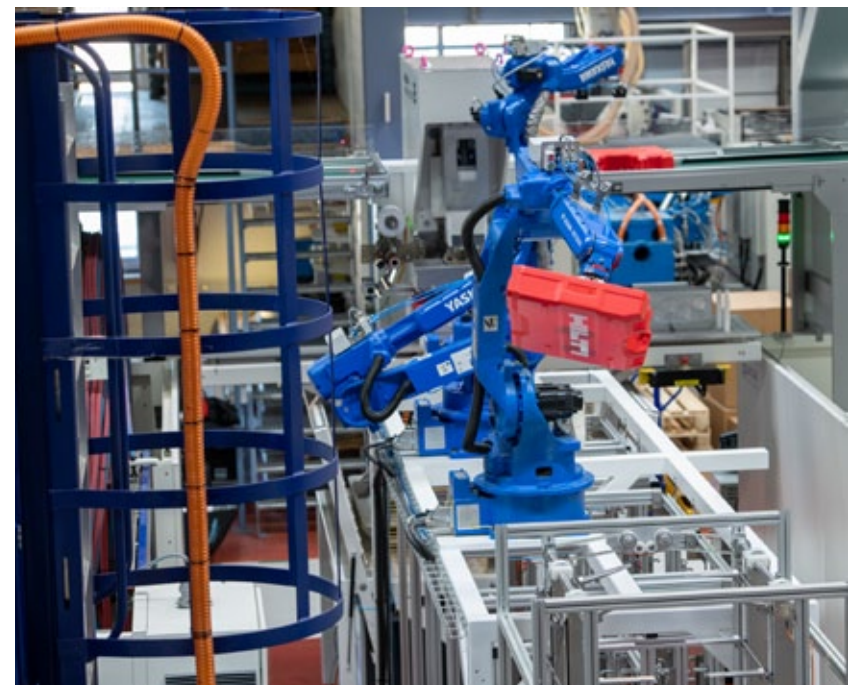
Vor allem die USA-Politik gegenüber China, mit den bis zu 25% hohen Zöllen auf chinesische Produkte, hat zu einem regelrechten Wirtschaftskrieg geführt. Wie du mir, so ich dir, führt schlussendlich zu einem Desaster.

Die Börsen haben den Streit nicht goutiert. Die Börsenkurse sind 2018 um rund 20% gefallen, was die Stimmung in der Weltwirtschaft nicht unbedingt gehoben hat.



Auch die «Scheidung» zwischen Grossbritannien und der Europäischen Union zeigt sich wie ein Rosenkrieg. Die EU will mit ihrer Härte in den Austrittsverhandlungen aufzeigen, dass sich ein Abseitsstehen nicht lohnt. Dies als Warnung für etwaig andere Länder, denen die Mitgliedschaft nicht mehr passt. Auch dieser Umstand drückt auf die Stimmung, vor allem der europäischen Wirtschaft.

Die PLASTON AG ist von diesem Szenario noch nicht betroffen. Im Industriesektor verzeichnen wir gute Auslastung. Auch auf der Gewinnseite zeigen die Anstrengungen der letzten Jahre positive Wirkung. Viele neue Projekte versprechen auch für die Zukunft eine positive Entwicklung. Die Realisierung der fünften HILTI-Koffergeneration schreitet auch im Hauptwerk zügig voran, während in Jiaxing die Umstellung aufs neue Design abgeschlossen ist. PLASTON investiert mächtig in die vollautomatische Fertigung der neuen HILTI-Koffer-Produktion.



Spuren hinterlassen jene Menschen, die trotz aller Widerwärtigkeiten an das vorgegebene Ziel glauben und unermüdlich daran arbeiten, dieses auch zu erreichen.

Die BONECO AG hat nach wie vor Mühe, umsatzmässig an frühere Jahre aufzuschliessen. Die Verlagerung der Geräteproduktion von unserem Werk in Sluknov CZ wirkt sich kostenmässig erst in der nächsten Saison aus. Produkteseitig wird mit der neuen Lüfterserie im Sommer 2019 erstmals ein Umsatz im Sommer erwirtschaftet.

Der Markt in den USA hat sich seit dem Markenwechsel negativ entwickelt. Vor allem haben wir Mühe, bestimmte Absatzkanäle zu erobern, dies insbesondere im Absatzkanal für Luftreiniger. Aus dieser Erkenntnis heraus hat die Geschäftsleitung BONECO bereits 2018 Verhandlungen mit der Firma Envion aufgenommen zwecks Übernahme. Der Inhaber dieser Firma möchte eine Nachfolgelösung durch eine familiengeführte Unternehmung. Im Mai 2019 konnte der Asset Deal erfolgreich abgeschlossen werden.



Envion operiert ausschliesslich im US-Markt. Mit den Marken Therapur, Ionic Pro, Allergy Pro und Four Season ist Envion mit ihrem Luftreinigersortiment in vielen Vertriebskanälen vertreten, die BONECO bisher verschlossen blieben. Sie ist besonders stark im Direkt- bzw. Internet-Shop-Geschäft.

Mit dieser Akquisition ist BONECO gut positioniert, um den Absatz seiner Produkte in Nordamerika deutlich zu steigern, was sich aus dem Zugang zu neuen Kunden und Vertriebskanälen ergibt.

Gleichzeitig kann BONECO die Envion-Produkte in Europa, Osteuropa und Asien verkaufen. Das BONECO-USA-Verkaufsteam wird vom Büro in Los Angeles aus den US- und Canada-Markt bearbeiten.



ENVION Ionic Pro



ENVION Allergy Pro



ENVION Therapur Living



BONECO Lüfter



BONECO Luftbefeuchter



BONECO Luftreiniger

Bereits im Herbst 2018 mussten wir im PLASTON-Geschäft eine Abkühlungstendenz im europäischen Markt feststellen. Positiv dagegen entwickelt sich das Geschäft in China. Mit einem Umsatzwachstum von 30% konnten selbst die Optimisten nicht rechnen. Dieses Wachstum wurde nicht etwa in unserem angestammten Koffergeschäft erreicht, sondern weitgehend mit Produkten der Elektromobilität. Der staatlich geförderte Elektro-Automarkt birgt ein riesiges Wachstumspotenzial.

Die Seitwärts-Bewegung der Weltwirtschaft aufgrund der allgemeinen Unsicherheit in Bezug auf die weltpolitische Lage führt zu einem vorsichtigen, zurückhaltenden Investitionsverhalten. Die PLASTON Gruppe hat sich im Geschäftsjahr 2018/19 stabil gehalten. Der konsolidierte Umsatz reduzierte sich um 1,2% oder 1,1 Mio CHF.

Die getätigten Investitionen von 8,1 Mio CHF zeugen von ungebrochenem Optimismus der PLASTON-Führung. Allein in die Erneuerung des Maschinenparks wurden 6,1 Mio ausgegeben. Trotz eines insgesamt leicht tieferen Umsatzniveaus konnte der EBIT auf 2,7 Mio erhöht werden. Dazu beigetragen haben eine stabile Margensituation sowie ein striktes Kostenmanagement.

Die Zukunftsaussichten sind aufgrund der hohen Volatilität und der allgemeinen Verunsicherung in den Märkten schwer abzuschätzen. Was wir hingegen mit Sicherheit sagen können, ist, dass wir sowohl hinsichtlich unserer Strategien als auch bei unseren Bemühungen zur Verbesserung des EBIT und des Nettoergebnisses in beiden Geschäftsbereichen auf gutem Kurs liegen. Hierzu laufen zahlreiche Projekte zur Effizienzsteigerung: Optimierung von logistischen Abläufen, Ausbau



der Automatisierung und Senkung von Produktionskosten, welche sich nachhaltig auf das Ergebnis auswirken werden.

Bei PLASTON erwarten wir ein anhaltendes Wachstum bei den technischen Teilen und im Bereich der Elektromobilität. Im Bereich der Verpackungen zeichnet sich in Europa eine Normalisierung ab. BONECO erfährt insbesondere durch die Akquisition von Envion und den neuen Produkten einen merklichen Schub nach vorne.

Die politischen und vor allem die handelspolitischen Unsicherheiten halten weiter an. So erwarten wir wiederum ein herausforderndes Jahr. Im Wissen um die Richtigkeit unserer Strategie und der Wirksamkeit der getroffenen Massnahmen sehen wir den Herausforderungen optimistisch entgegen.



Geschäftsleitung und Verwaltungsrat anlässlich der GV 2019
v.l.n.r.: Michael Leitner, Alexander Gapp, Hansruedi Lanker, Jörg Frei, Hansueli Raggenbass, Carole Ackermann und Martin Wipfli.



25 Jahre Präsenz der PLASTON in China

China hat in diesem Vierteljahrhundert einen unvorstellbaren Wandel in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik vollzogen. Nach jährlichem Wachstum in den 90er-Jahren von $\geq 10\%$ hat China das BIP auf moderate 6 – 7% zurückgefahren, dies in den letzten paar Jahren nach 2012. Den sichtbarsten Wachstumsschub habe ich am Bund in Shanghai erlebt. 1994 stand vom Bund aus gesehen gerade einmal ein Hochhaus neben dem Fernsehturm auf der Pudong-Seite des Huangpu-Flusses.

2004, anlässlich unseres Produktions-Neustarts in Shanghai, war auf Pudongseite ein «Manhattan» entstanden. 2019 präsentierten sich sowohl der Bund wie die Pudong-Seite in prachtvollem Lichtspiel à la Las Vegas. Dieser Auftritt widerspiegelt die in der Zwischenzeit gewonnene Selbstsicherheit und das Selbstvertrauen der chinesischen Führung, auf ihren eingeschlagenen Weg in Wirtschaft und Gesellschaft festzuhalten.



1994 – PLASTON macht den ersten Schritt nach China

Unser langjähriger Kunde HILTI entschliesst sich, in China ein Produktionswerk zu eröffnen. Da der Import von Gerätekoffern aus der Schweiz weder logistisch noch ökologisch Sinn macht, wurde PLASTON gebeten zu prüfen, HILTI vor Ort mit Koffern zu versorgen. Für unser KMU eine echte Herausforderung. Vor allem die fehlenden

Ressourcen an Personal, welches für ein solches Vorhaben notwendig ist, waren unser Hauptproblem. Der nachstehende Bericht soll aufzeigen, wie PLASTON diese Zeit erlebt hat und was in der Folge das weitere Engagement ermöglichte.

1994 in Zhanjiang im Süden, wo PLASTON mit ihrem damalig aktuellen virtuellen Versorgungskonzept sowohl HILTI wie BOSCH mit vor Ort produzierten Koffern für Powertools versorgte, erlebten wir eine Phase der chinesischen Mentalität, die an Camorra in Neapel erinnerte. Eine Firma zu gründen war nur mit einer minimal 10%-igen Beteiligung eines chinesischen Partners oder Bankbeteiligung möglich. Diese Partnerschaft war meistens geprägt durch ständige Interventionen des Minderheitsbeteiligungspartners. Angeblich neue Regeln des Staates hemmten die Entwicklung der vom Hauptaktionär verfolgten Strategien. Ohne Schwarzgeld bzw. Schmiergeld war ein Vorankommen schwierig, wenn nicht unmöglich. Die Verantwortlichen: Der Parteisekretär der Region, der Stadtpräsident, der Vertreter der Bank of China sowie der Repräsentant der Zhanjiang Industrial Development Zone – sie alleine hatten das Sagen und interpretierten ihre Position auf ihre Weise.

Als mögliche Investoren wurden wir umsorgt wie Staatsoberhäupter. In der schwarzen 500er-Mercedes-Limousine wurden wir direkt am Flugzeug abgeholt und ohne Pass- und Gepäckkontrolle direkt in die Presidential Suite im Hotel eskortiert. Als vorsichtige Schweizerbürger kam uns das ganze Verhalten suspekt vor. Wir agierten mit dem permanenten Gedanken: «Mach ja keine Fehler.» So konnten wir uns vor dem Gesetz sauber halten.

Die operativ wirtschaftliche Seite nahm in den Jahren 1997 – 1999 ein jähes Ende. Ausgelöst durch die Finanzkrise in Asien, brach die Nachfrage bei unseren Kunden ein. Die PLASTON verabschiedete sich von ihrem ersten China-Abenteuer, dies im Bewusstsein, wertvolle Erfahrungen gemacht zu haben.

Ob es den Aufsichtsbehörden in Peking gelungen ist, die gravierende Korruption im Süden des Landes zu beseitigen, entzieht sich unseren Kenntnissen. Allerdings haben wir von zuverlässiger Seite erfahren, dass alle vorher in diesem Bericht erwähnten Exponenten der Stadt, ohne vorherige Gerichtsverhandlung, mit drakonischen Strafen belegt wurden. Dies sollte für die Region als mahnendes Beispiel stehen, was mit Menschen passiert, die gesetzeskonformes Verhalten missachten.

2004 bis 2019 – 15 Jahre PLASTON Jiaxing, China

Nachdem sich die Wirtschaft nach der erwähnten Finanzkrise Ende der 90er-Jahre wieder stabilisiert hat, entschieden sich alle unsere europäischen Power-Tool-Kunden für einen Neuanfang im Grossraum Shanghai.



Aufgrund dieser Entwicklung sahen sich die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat der PLASTON erneut vor die Frage gestellt, einen zweiten Anlauf zu wagen. Vereinfacht wurde der Entscheid durch die langjährigen, wertvollen Erfahrungen der 90er-Jahre sowie durch die neuen Bestimmungen des Staates, welcher nun ausländischen Firmen erlaubte, ohne chinesische Beteiligung ein Unternehmen in China zu besitzen. Mit grosser Unterstützung durch unser Hauptwerk in Widnau wurde in den letzten 15 Jahren ein Produktionswerk geschaffen, das heute ohne Übertreibung als Worldclass-Produktionsbetrieb bezeichnet werden kann.

Gleichzeitig mit der Wiederaufnahme der Belieferung unserer Power-Tool-Kunden wurde auch das Geschäft der Schwesterfirma BONECO in China neu lanciert. Sowohl Luftbefeuchter, aber vor allem Luftreiniger sind in den Agglomerationen der Grossstädte gefragte Produkte. Schweizer Produkte haben in China generell ein gutes Image, dies aufgrund der bekannt hohen Qualität, Technologie und Design. Somit ist auch BONECO mit ihrem attraktiven Produktesortiment eine Erfolgsstory.

Der Neustart für den Produktionsbetrieb erfolgte in einer gemieteten Werkshalle mit 5000 m² Fläche. Der Standort des neuen PLASTON-Produktionswerkes wurde so gewählt, dass wir zu all unseren aktuellen und möglichen zukünftigen Kunden nur eine Stunde Fahrzeit benötigen. Jiaxing, der Sitz der PLASTON, liegt südlich von Shanghai. Jiaxing ist mittlerweile zu einer Kleinstadt nach chinesischer Sicht von sechs Millionen Menschen angewachsen. Bereits nach 5 Jahren war die Halle zu klein, sodass direkt daneben eine weitere Halle gemietet werden musste.

2013 entschied der PLASTON-Verwaltungsrat, einen Fabrikneubau auf grüner Wiese zu realisieren. Die nicht optimalen Materialflüsse in den gemieteten Hallen und die erwartete weitere Nachfrage nach unseren Produkten waren die Hauptargumente für diesen mutigen Entscheid. Das neue Werk konnte Mitte 2014 bezogen werden und ist seither vor allem qualitativ gewachsen.

Die PLASTON Jiaxing ist eine 100%-ige Tochter der PLASTON AG ohne fremde Beteiligung. Nach 13 Jahren unter Schweizer Führung ist das Produktionswerk nun fast 100%-ig unter chinesischem Management. Der einzige Expat ist Marco Oesch. Er ist Leiter Forschung und Entwicklung und arbeitet seit 11 Jahren in China und spricht Mandarin. Produziert werden 5 Tage pro Woche im 24-Stunden-Betrieb Geräteköffer für die Power-Tool-Industrie und Vermessungs-Industrie.

Spezialisiert hat sich PLASTON Jiaxing im Weiteren auf 2-Komponenten-Spritzguss zur Herstellung von Gehäusen für Power-Tools. Ein nicht zu unterschätzender Wachstumsmarkt in China sind Produkte für die Elektro-Mobilität, welche auch vom Staat stark gefördert wird, um dem verbreiteten Problem der Luftverschmutzung zu begegnen. PLASTON ist auch in diesem Geschäft dabei.

Die Geschäftsführung des PLASTON-Produktionswerkes besteht neben dem General Manager aus vier Frauen und zwei Männern. Dies ein Beweis dafür, dass die Gesellschaft in China den Frauen gegenüber keinen Vorbehalt hat. Dabei ist zu erwähnen, dass beim Management bis auf den Geschäftsführer alle Mitglieder «Eigengewächse» sind und von uns aufgebaut wurden. Die PLASTON-Kultur lebt auch in China, und die Talententwicklung wird auch dort nach Schweizer Modell gelebt.



Die Wirtschaft in China hat in diesen 25 Jahren unserer Präsenz eine gewaltige Entwicklung hingelegt. Die erste Phase der Entwicklung seit der Öffnung des Marktes und der Schaffung der Industrie-Sonderzone im Shenzhen durch Den Xiaoping 1978 war geprägt durch den



Import von Know-how vor allem aus den chinesischen Satelliten-Staaten wie Hongkong, Taiwan, Singapore. Seit den 90er-Jahren haben dann vor allem westliche Firmen zum Know-how-Gewinn beigetragen.

Seit unserem Neustart 2004 stellen wir jedoch fest, dass China gewillt und in der Lage ist, mit eigenen Innovationen und wirtschaftlichen Erfolgen zu punkten. Auch in Europa bekannte Beispiele wie das Internet-Portal Alibaba oder der Handy-Hersteller und Netzbetreiber Huawei, der technologisch wie umsatzmässig die Konkurrenz Apple und Samsung hinter sich lässt, sind nur zwei Beispiele dafür. Dass die bisherige Weltwirtschaftsmacht USA versucht, mit protektionistischen Zöllen die Entwicklung in China aufzuhalten, ist der verzweifelte Versuch eines Landes, das verlernt hat, die Ärmel hochzukrempeln.

Die Mentalität der Chinesen ist in vieler Hinsicht anders als im Westen. Für uns sind Freiheit, Menschenrechte, Demokratie, Selbstbestimmung Werte, für die wir unser Leben zu opfern bereit sind. Für die chinesische Führung besteht seit jeher die Herausforderung, 1,4 Milliarden Menschen zu versorgen. Das Ziel, diesen Menschen nicht nur ein Leben in Würde, also genug zu essen, ein Dach über dem Kopf zu sichern, sondern wenn möglich einen wachsenden Lebensstandard zuzugestehen, setzt nach chinesischer Denke andere Werte voraus. So ist die Marktwirtschaft nach chinesischem Muster durchaus mit dem Westen vergleichbar – dies aber unter dem Vorbehalt der 100%-igen Seriosität.

Dies bedeutet für die PLASTON, sich ohne Wenn und Aber an die gesetzlichen Vorschriften zu halten. Denn in Konflikt mit dem Staat zu kommen bedeutet gleichzeitig, einer stärkeren Überwachung ausgesetzt zu werden. Korruption, Vetternwirtschaft, Kriminalität, Drogenbesitz oder Drogenhandel und Überfahren von Rotlicht werden ohne Aufsehen mit drakonischen Strafen geahndet. Die Überwachung des Volkes durch Millionen von Kameras zur Gesichtserkennung, dies an allen öffentlichen Plätzen, Strassenkreuzungen und Gassen, erschrecken uns Europäer. Dagegen scheinen die chinesischen Bürger keine Abneigung zu zeigen. Sie scheinen diese totale Überwachung als geeignetes Mittel zu akzeptieren, um Recht und Ordnung in ihrem

Land sicherzustellen. Denn ohne diese Repression wären Unruhen, ja sogar Aufstände nicht auszuschliessen. Dass es sie gibt, ist allgemein bekannt. Der Staat zensuriert alle Berichte solcher Vorfälle, um zu verhindern, dass ein Domino-Effekt entsteht.

Das erwähnte Wachstum der letzten 30 Jahre hat in China zu einem starken Gefälle zwischen Landbevölkerung und Städten bzw. ans Meer angrenzende Regionen geführt. Auch die Verschuldung des Staates hat horrende Werte erreicht. Zum Erhalt der Beschäftigung werden Staatsbetriebe subventioniert, obwohl diese zum grössten Teil unrentabel produzieren. Im Weiteren wurden Infrastruktur-Projekte, ganze Satelliten-Städte, Hochgeschwindigkeitszüge etc. finanziert, was zur erwähnten Verschuldung geführt hat. Mit der geplanten neuen Seidenstrasse wird versucht, die tangierenden Länder in die Finanzierung des Mammut-Projektes miteinzubinden – eine typisch chinesische Strategie.

Als Résumé meiner Betrachtungen zum 25 Jahr-Jubiläum unseres Engagements in China stelle ich fest:

- Die PLASTON Gruppe hat sich im Zukunftsmarkt Asien definitiv eine solide Position geschaffen und wird diese mit viel Professionalität und Weitsicht weiterentwickeln.
- China wird mit ihren eigenen Werte-Vorstellungen, einem schwierigen Hochseilakt gleich, der Zukunft entgegengehen. Dazu sind viel Geschick, Innovation und Arbeit notwendig.
- Die USA müssen sich warm anziehen, wollen sie die Wirtschaftsführerschaft nicht an China abgeben wollen.
- Die Schweiz als weltoffene Volkswirtschaft braucht keinen staatlichen Eingriff gegen chinesische Investitionsvorhaben. Ausser es handelt sich um strategische Bereiche.

Die Schweiz ist, im Vergleich zur Grösse, das Land mit den meisten Unternehmen und Geschäftsbeziehungen im Ausland – eine Erfolgsgeschichte, die der Markt besser zu handhaben weiss, als es der Staat je vermag.

Angst zu haben vor der angeblich «gelben Gefahr» ist ein schlechter Ratgeber.

Man muss versuchen, China zu verstehen. Die PLASTON Gruppe versucht es mit Erfolg!



Am 6. Februar 2026 feiert die PLASTON Gruppe ihren 70. Geburtstag.
Auf dieses Jubiläum hin erscheint die dritte Auflage des Buches «Spuren der PLASTON».

Mit dem Buch «Den Spuren auf der Spur», das Sie in den Händen halten, machen wir einen Zwischenstopp.

Das digitale Zeitalter beschleunigt unsere Welt.
Dieser Prozess ist nicht aufzuhalten. Wir wissen heute 2019 nicht, wie sich diese Welt im Jahre 2026 präsentiert. Neue Berufe entstehen, neue Produkte, Prozesse, Angebote werden unseren Alltag verändern.

Mit diesem Tempo der Veränderungen mitzuhalten, setzt Offenheit für Veränderungen voraus. Eine Eigenschaft der erfolgreichen PLASTON-Geschichte.

«Wenn Zeit vergeht und Werte bleiben,
zeugt dies von gelebter Kultur.»

Erhalten und fördern wir diese einmalige PLASTON-Kultur durch unser Vorbild.

Oktober 2019

Roland Frei

Ehrenpräsident der PLASTON Gruppe

DANKE für eure Mitarbeit

Herzlichen Dank an
meine **Frau Yvonne**. Ohne ihre Mitarbeit wäre es nicht möglich gewesen, dieses Werk zu vollenden.
Mario Neuhaus von der gleichnamigen Werbeagentur für die Gestaltung.
Lektor **Pablo Egger** für die Korrekturlesung.

«Wenn Zeit vergeht
und Werte bleiben, zeugt dies
von gelebter Kultur.»