



Mission: Schatten spenden

Seit über 125 Jahren steht der Name Glatz für Sonnenschutz. Aus der Frauenfelder Werkstatt für Regen- und Sonnenschirme ist eine moderne Manufaktur geworden, mit globalen Lieferbeziehungen, einer starken Entwicklung und Produktion in der Schweiz sowie einer führenden Rolle im europäischen Markt.



Firmenchef Markus Glatz ist nahe am Puls: Blick in die Frauenfelder Manufaktur, wo hochwertige Gartenschirme fürs In- und Ausland hergestellt werden.



Als vor drei Jahren eine starke Böe die Sonnenschirme auf dem Zürcher Sechsläutenplatz zerfetzt hatte, sprang die Frauenfelder Glatz AG in die Bresche und sorgte für sturmsicheren Ersatz. Es war nicht das erste Mal, dass Glatz-Schirme ihre Qualitäten im öffentlichen Raum unter Beweis stellen durften. Das kommt nicht von ungefähr, denn jedes Schirmmodell wird vor der Verkaufsfreigabe getestet, manchmal sogar im Windkanal des Sportwagenherstellers Porsche in Stuttgart.

Im Markt behauptet

Je nach Einsatzort sollen die Schirme Winden von 90 bis 100 Kilometern pro Stunde standhalten können. Das entspricht Windstärke 10 der 13-stufigen Beaufort-Skala oder einem schweren Sturm. Stürme, aber auch Veränderungen und Herausforderungen

aller Art hat das Familienunternehmen immer wieder gemeistert. Selbst aus den Wirrungen des vergangenen Corona-Jahrs, das ausgerechnet mit dem 125-Jahr-Jubiläum des Familienunternehmens zusammenfiel, ging der traditionsreiche Betrieb mit einem Rekordergebnis hervor.

Für Private und Geschäfte

Die Glatz AG erwirtschaftet heute gut 50 Millionen Franken Jahresumsatz. 125'000 Schirme finden weltweiten Absatz. Privatkunden, die über den Fachhandel beliefert werden, machen rund zwei Drittel des Geschäftsvolumens aus, während ein Drittel auf den direkten Kontakt zu professionellen Kunden etwa aus den Segmenten Gastronomie, Spitäler oder der öffentlichen Hand entfällt. Verfügbar sind Glatz-Sonnenschutzprodukte in 78 Farben, 118 Varianten und über 20'000 Kombinationen.

Bank der Thurgauer Wirtschaft



Remo Lobsiger, warum ist die TKB die Bank der Wirtschaft?

Von der Gründung bis zur Nachfolgeregelung, vom Businessplan bis zum Betriebs- und Investitionskredit: Wir begleiten Gewerbebetriebe und Firmen während des ganzen Lebenszyklus. Wir sind eine berechenbare Finanzpartnerin mit einer starken Verwurzelung in der Region und nehmen unsere führende Rolle seit 150 Jahren verantwortungsbewusst wahr.

Sie sind nahe am Puls der Wirtschaft. Wie geht es den Unternehmen?

In vielen Betrieben hat die Pandemie im Jahr 2020 Spuren hinterlassen. Das zeigt auch die Umfrage bei unseren Geschäftskunden, deren Ergebnisse wir im März veröffentlicht haben. Die Situation bleibt herausfordernd und man weiss nicht, welche Entwicklungen Corona mit sich bringt. Positiv ist, dass die Thurgauer Wirtschaft übers Ganze gesehen robust, anpassungsfähig und breit aufgestellt ist.

Wie unterstützt die TKB in dieser Zeit Geschäftskunden?

Wir setzen auch in anspruchsvollen Zeiten auf den offenen und partnerschaftlichen Dialog mit den Unternehmerinnen und Unternehmern. Je besser wir deren Herausforderungen kennen, umso tragfähiger sind die Lösungen. Wir entscheiden rasch und bieten individuelle Unterstützung. Im vergangenen Jahr haben wir zudem das Covid-Kreditprogramm des Bundes umgesetzt und Kredite von gegen 200 Mio. Franken gesprochen. Mit unseren Gutscheinen, welche die Bevölkerung bei lokalen Betrieben einlösen konnte, haben wir dem Gewerbe in einer schwierigen Zeit einen Impuls gegeben.

Wie sehen Sie die Zukunft?

Die Auswirkungen der Pandemie dürften uns noch länger beschäftigen. Den Einbruch des Bruttoinlandprodukts vermag die Schweizer Volkswirtschaft wohl erst in ein, zwei Jahren wieder aufholen. Wichtig ist, dass die Unternehmen investieren. Hier stellen wir eine gewisse Zurückhaltung fest. Wir sehen aber, dass die Krise den Wandel beschleunigt und Neues entsteht. Das bietet auch Chancen.

Remo Lobsiger ist seit 2015 Mitglied der TKB-Geschäftsleitung. Der 53-jährige Sulgener Bankfachmann ist verantwortlich für das Gewerbe- und Firmenkundengeschäft der Bank.

Von der Werkstatt zur Manufaktur

Das Familienunternehmen hatte ganz klein angefangen. Albert Glatz gründete 1895 in Frauenfeld mit seiner Frau Luise ein Schirmgeschäft und konzentrierte sich auf die Fertigung und Reparatur von Regen-, Damen- und Trachtenschirmen. Sohn Albert erfand 1931 ein mehrfach verstell- und zusammenklappbares Zahnkranz Gelenk, das seiner Zeit voraus war. 1959 brachte die dritte Generation den Freiarmschirm Pendalex auf den Markt, 1972 folgten die Grossschirme für den professionellen Anwendungsbereich. Erfindungen und die industrielle Serienfertigung machten aus dem Handwerksbetrieb ein Gewerbe. «Inzwischen sind wir zur modernen Manufaktur geworden», erklärt Markus Glatz, Vertreter der vierten Familiengeneration. Als CEO von 1993 bis Ende 2020 baute er den Vertrieb aus und globale Lieferbeziehungen auf. Der Exportanteil wuchs von 10 auf 70 Prozent.

Starker Standort Frauenfeld

«Heute produzieren wir unsere Komponenten und Produkte dort, wo wir echte Wertschöpfung generieren können», sagt Glatz. Trotz einer Produktionspartnerschaft in China hat der Standort Frauenfeld nicht gelitten. Zeugnis dafür sind das fünfköpfige Entwicklungsteam und Montageaktivitäten, die ab Losgrössen von eins möglich sind. 100 von insgesamt 110 Mitarbeitenden finden in Frauenfeld Arbeit.

Premium-Qualität

Die Firma Glatz AG blickt auf eine 125-jährige Geschichte zurück. «Am Puls der Zeit zu sein und dieser voraus!», lautet seit der Gründungszeit die Maxime des erfolgreichen Frauenfelder Familienunternehmens, das in vierter Generation geführt wird. Mit Sonnenschirmen und Outdoor-Konzerten für Haus, Garten, Hotellerie und Gastronomie hat sich das Unternehmen einen Namen gemacht – weit über die Schweizer Landesgrenzen hinaus. Heute gehört die Glatz AG europa- und weltweit zu den führenden Sonnenschirmherstellern.

Führend in Europa

Das nach wie vor familiendominierte Unternehmen ist gut aufgestellt. Die hohe Eigenfinanzierung bietet Handlungsfreiheit. Dennoch werden für die produktionsintensiven Zeiten von Januar bis Mai Vorfinanzierungen der Banken in Anspruch genommen. Neben zwei weiteren Banken «ist die Thurgauer Kantonalbank für uns ein ganz wichtiger Partner», bestätigt Glatz. «Man spürt die lokale Nähe, wir fühlen uns sicher und gut aufgehoben.»

Marktposition stärken

Für die Zukunft sieht der aktive Verwaltungsratspräsident eine Reihe von Herausforderungen. Das Unternehmen müsse den Vertrieb ausbauen, die Digitalisierung vorantreiben und letztlich weitere,

kräftige Wachstumsschritte erzielen. Ihre führende Marktposition in Europa will die Glatz AG weiter stärken. Intensiv bearbeitet werden derzeit die Benelux-Staaten, Frankreich, Italien und Spanien, aber auch Skandinavien und Grossbritannien.

Das Feuer weitergeben

Die Produkte-Trends zeigten eindeutig in Richtung vermehrter Individualisierung des Schattenschutzes. Aspekte wie Design und ganzheitliche, architekturbezogene Ansätze, neue Funktionalitäten oder die Verknüpfung mit digitalen Technologien gewinnen laut Markus Glatz an Bedeutung. Nicht verändern werde sich aber die Mission der Glatz AG, nämlich Schatten zu spenden und Schutz vor Wettereinflüssen zu bieten.



Engagiertes Führungsteam: VR-Präsident Markus Glatz führt das Familienunternehmen zusammen mit den Co-CEO Goris Verburg und Sergio Malacarne (von rechts).