

MEDIENMITTEILUNG VOM 18. SEPT. 2025

Glatz AG stellt den Sonnenkönig in den Schatten

Insgesamt rund 600 Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik folgten am 17. und 18. September der Einladung der Thurgauer Kantonalbank (TKB) zum 23. Early Morning Talk. Gastgeberin war diesmal die Glatz AG in Frauenfeld. Referentin Elke Guhl, Strategie- und Marketingexpertin, zeigte auf, was Kundenorientierung wirklich heisst.

Frauenfeld, 7:04 Uhr. Es ist Sonnenaufgang. In der hohen Halle der Glatz AG wird es ruhig, erwartungsvolle Gesichter sehen zur Bühne, im Hintergrund klirrt leise das Kaffeegeschirr. In diesem Moment eröffnet Remo Lobsiger, Leiter Geschäftskunden TKB, den diesjährigen TKB Early Morning Talk zum Thema «Kundenorientierung». Gastgeber ist die Glatz AG, ein Familienbetrieb in der vierten Generation und Herstellerin von hochwertigen Sonnenschirmen.

«Kundenorientierung ist ein Marathon, kein Sprint»

Wie Unternehmen heutzutage Kundennähe schaffen und langfristig den Kundenerwartungen gerecht werden, erläutert Elke Guhl in ihrem Referat «Der Kunde steht im Mittelpunkt! Oder einfach im Weg?». Viele Unternehmen behaupten zwar, kundenorientiert zu handeln. Doch die Selbsteinschätzung weiche deutlich von der Wahrnehmung der Kundschaft ab. Ein Problem bestehe darin, dass die Kundenorientierung häufig nicht in der Unternehmensstrategie verankert ist. Daneben sollte das Bewusstsein gestärkt werden, dass Kundenorientierung «ein Marathon und kein Sprint» sei, Unternehmen also ständig die Kundenorientierung mitdenken und implementieren sollten. Die grosse Bandbreite an Berührungspunkten heutzutage bietet dafür viele Optionen. Sie zwingt Unternehmen aber auch dazu, bewusst zu handeln, aktiv zu sein und gesehen zu werden. Weiss ein Unternehmen, wofür es steht, was die Kundenbedürfnisse sind und kann seine Kundschaft an den Berührungspunkten überraschend erreichen, steigen die Erfolgchancen stark. Besonders sei dabei die Wichtigkeit der Angestellten zu beachten, betont Elke Guhl. Wer motivierte Mitarbeitende hat, erhalte zufriedene Kunden.

Die Thurgauer Schattenkönigin

Frankreich hatte seinen Sonnenkönig – der Thurgau hat seine Schattenkönigin. So bezeichnet Remo Lobsiger, Leiter Geschäftsbereich Geschäftskunden der Thurgauer Kantonalbank, die Glatz AG, einen führenden Hersteller von Sonnenschirmen, anerkennend. Das Frauenfelder Familienunternehmen gilt als Pionier in der Entwicklung von Seitenmast- und Grossschirmen und blickt auf ein 130-jähriges Bestehen zurück. «Genau hinsehen, gut zuhören und verstehen, was die Menschen sich wünschen» – dieses Credo ist ihr Erfolgsrezept. «Davon hätte sich Louis XIV. mehr als eine Scheibe abschneiden können», fasst Remo Lobsiger zusammen.

Die mit dem Knick

Schon Pharaonen kannten Sonnenschirme, doch die Glatz AG war die erste, die Sonnenschirme «mit dem Knick» erfand, erzählt Urs Lehner, Geschäftsführer der Glatz AG. Ihr Erfindergeist treibe sie an. So habe die Glatz AG schon zahlreiche Patente registriert und tüftelt an zukunftsrelevanten Sonnenschutz-Lösungen. Wichtig werde in Zukunft neben Sonnenschutz auch eine kühlende Funktion von Schirmen. Zudem setzt die Glatz AG auf individuelle Kundenlösungen und hohe Qualität. Denn: «Qualität lebt von Leidenschaft».

An den beiden Morgenveranstaltungen nahmen insgesamt rund 600 Gäste teil. Es herrschte eine lockere, offene und angeregte Stimmung. Sowohl während der Referate als auch anschliessend beim gemeinsamen Frühstück und an der Führung durch die Produktionshallen, den Showroom und das Museum der Glatz AG.



Das anschliessende Frühstücksbuffet in der Halle der Glatz AG in Frauenfeld regte zum Austausch an.



Remo Lobsiger, Leiter Geschäftsbereich Geschäftskunden TKB; Elke Guhl, Strategie- und Marketingexpertin, The Strategy Factory; Urs Lehner, CEO Glatz AG; Thomas Koller, Vorsitzender Geschäftsleitung TKB (von links).

Kontakt für die Redaktion

Naomi Messikommer, Direktwahl 071/626 65 62, naomi.messikommer@tkb.ch
medien@tkb.ch