

«Cyber-Sicherheit ist unsere Leidenschaft»

2. RANG InfoGuard sagt Hackern den Kampf an: Das Baarer Cyber-Security-Unternehmen schützt mehr als 400 Kunden in der Schweiz, in Deutschland und Österreich. Mit grossem Erfolg.

Michael Schifferle

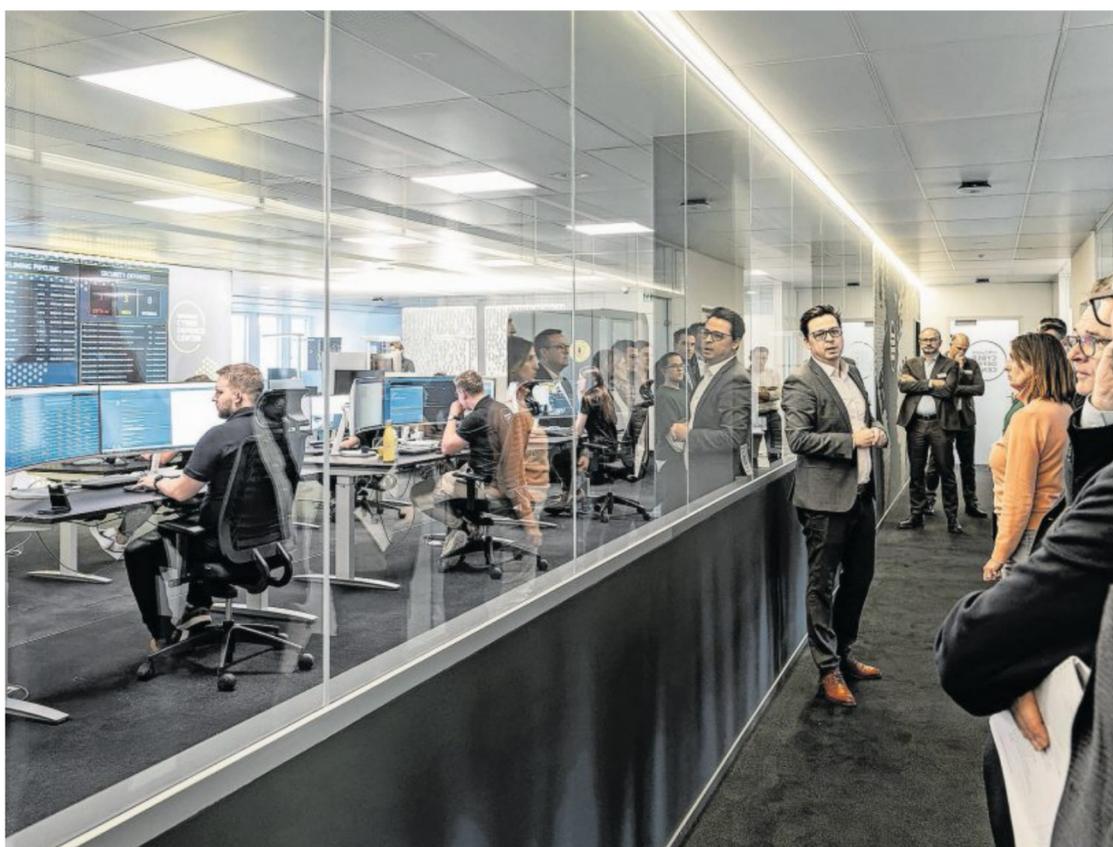
Steht Leonardo Genoni im Tor des EV Zug, tut er das mit einem Stockhandschuh, auf dem das Sponsoring-Logo «InfoGuard» leuchtet. Und eine passendere Liaison könnte es kaum geben: da der nervenstarke Goalie, der den Schweizer Eishockeymeister vor Gegentoren bewahren muss; da der Anbieter für Cyber-Sicherheit, dem Unternehmen aller Couleur den Schutz ihrer Daten anvertrauen, darunter Industrieunternehmen, Banken, Versicherungen, Energiedienstleister, Spitäler.

Genoni und die Verantwortlichen von InfoGuard verbindet vieles: Sie müssen Angriffe abwehren, Schäden vereiteln, auf dem Eis oder digital. Der Unterschied: Genoni darf nach 60 kräftezehrenden Minuten vom Eis und sich ausruhen – die IT-Sicherheitsexpertinnen und -experten von InfoGuard sind rund um die Uhr am Werk. 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche kümmern sie sich um die Cyber-Sicherheit ihrer mehr als 400 Geschäftskunden in der Schweiz, Deutschland und Österreich.

Die Expertinnen und Experten werden Feuerwehr genannt

Als Last empfunden wird die grosse Verantwortung jedoch nicht: «Cyber-Sicherheit ist unsere Leidenschaft. Wir unternehmen tagtäglich alles, damit unser Kunde sicher ist», sagt CEO Thomas Meier.

Meldet die Kundschaft ein Problem, wird umgehend gehandelt. Binnen sechzig Minuten müssen die InfoGuard-Profis eine Lösung ausgeheckt haben. Und die Hacker stellen sie immer wieder vor knifflige Probleme: Sie wollen auf Bankkonten zugreifen. Sie wollen behördliche Daten knacken. Sie wollen einen Webshop lahmlegen.



Die Jury beim Besuch bei InfoGuard.

Bild: Roberto Conciatori

Und nicht zuletzt wollen Hacker damit Geld erpressen. Wie reagiert dann InfoGuard? Besteht der Verdacht, dass Hacker auf sensible Kundendaten einer Bank zugegriffen haben, wird er zunächst geprüft. Erhärtet er sich, rückt die betriebsinterne Feuerwehr aus und löscht den Brand. Feuerwehr? So werden die Expertinnen und Experten des Computer Security Incident Response

Teams (CSIRT) genannt, die akute Probleme bewältigen. Verhandlungen mit den Hackern gehören ebenso zum Aufgabenbulletin der Cyber Securitys wie der enge Austausch mit den Behörden.

Neues Cyber Defence Center in Baar

158-mal rückte die InfoGuard-Feuerwehr 2022 in besonders heiklen Fällen

aus. Insgesamt gingen im ganzen Jahr gar 18 040 Alarmsignale ein – die meisten selbstredend mit geringerer Brisanz.

InfoGuard gehört seit einem Management-Buyout 2018 zu 100 Prozent den Verwaltungsräten und Geschäftsleitungsmitgliedern. Im September letzten Jahres wurde der neue Stolz des Unternehmens eröffnet: das neue Cyber Defence Center in Baar.

Die neue Kommandozentrale ist «state of the art». «180 000 Arbeitsplätze werden von hier aus geschützt», sagt Ernesto Hartmann, der Chief Cyber Defence Officer.

Es gibt auch andere: Die ethischen Hacker

Sprechen wir im Alltag von Hackern, tun wir dies oft mit finsternen Gedanken: An hinterhältige Schurken denken wir, die im Kämmerlein an Strategien tüfteln, mit denen sie an unser Geld wollen oder an sensible Daten, die uns oder ganze Organisationen erpressbar machen. Es gibt jedoch auch andere: die ethischen Hacker. Ebendiese bedienen sich derselben Instrumente wie die kriminellen Hacker – mit umgekehrtem Motiv. Sie fahnden nach Schwächen im Abwehrsystem eines Unternehmens, um dessen Schutz vor Cyberkriminalität zu stärken. Bei InfoGuard arbeiten derzeit 14 ethische Hackerinnen und Hacker, sogenannte Penetration Testers.

Erwischen kann es jeden: kleine, mittlere, grosse Unternehmen. CEO Meier sagt: «Kein Unternehmen ist klein genug, um nicht interessant für Hacker zu sein.» Hacker suchen nicht gezielt nach Unternehmen, sie spüren Schwächen in allen Servern auf – niemand ist davor gefeit. Schliesslich ist Cyberkriminalität dank der hohen Anonymität im Netz längst lukrativer als der Drogenhandel. Umso mehr werden Unternehmen wie InfoGuard gebraucht. Nur logisch, dass das Unternehmen wächst: von 135 Mitarbeitenden 2015 auf 200 derzeit. Und zwischen 2015 und 2022 wuchs auch der Umsatz: von 38 Millionen auf über 52.

Die Zutaten für diese Entwicklung? Innovationskraft, Mut, Know-how und nicht zuletzt Leidenschaft und Begeisterung. www.infoguard.ch

Ein Ski transportiert Emotionen

3. RANG Als echte Schweizer Marke ist Stöckli Swiss Sports im Skizirkus Weltmeister – dank innovativer Hightech-Produkte.

Monika Burri

Man nehme ein zugeschnittenes Brett aus Eschenholz, hänge es über den dampfenden Waschbottich der Mutter und biege es dann zurecht: So sah Mitte der 1930er-Jahre die Geburtsstunde der Stöckli-Skis aus. Dahinter steckte der junge, umtriebige Entlebucher Josef Stöckli, ein Skifanatiker par excellence. Bereits die erste Produktion von 50 Skis für die Familie und Bekannte war ein Erfolg, so dass die Skiherstellung 1935 durch die Gründung der Stöckli AG zu seinem Beruf und seiner Berufung wurde. Sein absolutes Credo: Er verkaufte nur Skis, die er persönlich getestet hatte.

Eine Innovation folgt der nächsten

Josef Stöckli war und blieb zeitlebens ein Tüftler und Innovator. Zehn Jahre nach der Firmengründung konstruierte er den ersten verleimten Holzski und startete Versuche mit aufgeleimten Celluloid-Oberkanten. Meilensteine waren 1957 der erste Metall- und 1965 die Produktion eines Kunststoff-Skis.

Auch die Verkaufsstrategie unterschied sich von jener der Mitbewerber im Lande: Stöckli-Skis konnte man bis 1995 nur ab Fabrik kaufen. «Josef Stöckli war von der «Flachland-Strategie» überzeugt», erzählt Stöckli-CEO Marc Gläser, während er im Verkaufsraum in Malters zwischen Hunderten von Skis steht. Das bedeutete, dass die Skis exklusiv auf grossen Verkaufsflächen nur im Unterland verkauft wurden.

Durch den Einstieg in den Rennsport 1991 veränderte sich auch die Firmenphilosophie, allerdings langsam, aber dafür stetig: Stöckli-Skis waren ab 1995 auch im sorgfältig ausgewählten Sportfachhandel erhältlich.

Man wollte die beste Sportmarke der Welt sein

Auch als der Firmengründer Josef Stöckli vor 13 Jahren starb, blieben der Sohn und die Enkelkinder dem Ziel des Gründers treu: Man wollte die beste Sportmarke der Welt sein. Dies anzustreben sei nicht einfach gewesen, erinnert sich der erste CEO, der nicht aus der Familie stammte. «Zwischen 2012 und 2014 war nicht klar, in welche



Marc Gläser, CEO der Stöckli Swiss Sports AG, erklärt der Jury die Funktionsweise ihrer Ski. Bild: Roberto Conciatori

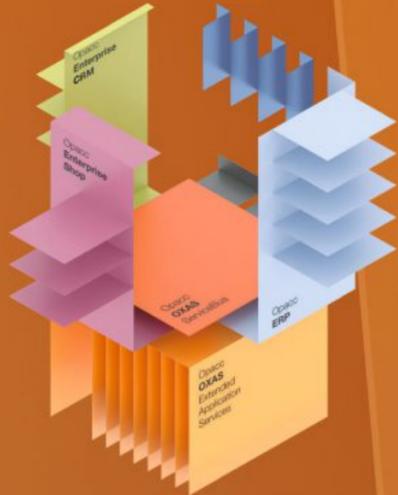
Richtung es gehen sollte», erinnert sich Marc Gläser.

Mit Marco Odermatt auf der Gewinnerseite

Der Skirennsport entpuppte sich als Taktgeber für Innovationen. Die Zusammenarbeit mit den Profis führte in den letzten zehn Jahren zu 29 wichtigen Innovationen, die den Unterschied zu anderen Marken ausmachen, auch im Breitensport. Im 80-köpfigen Stöckli-Team in der Skimanufaktur in Malters arbeiten inzwischen auch Ingenieure, denn wissenschaftliche und analytische Arbeit ist gefragt – mit Erfolg, denn Stöckli etablierte sich in den letzten Jahren im Rennsport zur Siegermarke. Über 200 Weltcup Siege wurden bisher eingefahren, diese Saison sorgte Marco Odermatt für Furore. «Er ist der beste Markenbotschafter, den man sich wünschen kann, für Stöckli, aber auch für das Label Swiss Made», schwärmt Gläser. Er ist überzeugt, dass ein Skikauf mit Emotionen verbunden ist. «Somit sprechen wir mit unseren Produkten bestimmt viele Skifans an.»

www.stoekli.ch

Erfolgreich digitalisieren. Mit Garantie!



Erfolgreich im Einsatz bei:

Achermann ICT-Services | Andermatt Service | Bucherer | Carl Heusser | E.C. Fischer | Easylearn | Heitzmann | Küttel | Musik Hug | Newemag | Rosset Technik | Trisa Electronics | Vermo Tiefkühl |

www.opacc.ch



Werden Sie jetzt Mitglied im inspirierendsten KMU-Netzwerk der Schweiz.



Mehr erfahren:



Die spannenden, innovativen und erfolgreichen Schweizer KMU verdienen sich eine eigene Fanbasis. Werden Sie jetzt Mitglied beim SVC und lassen Sie sich von diesen Erfolgsgeschichten inspirieren!

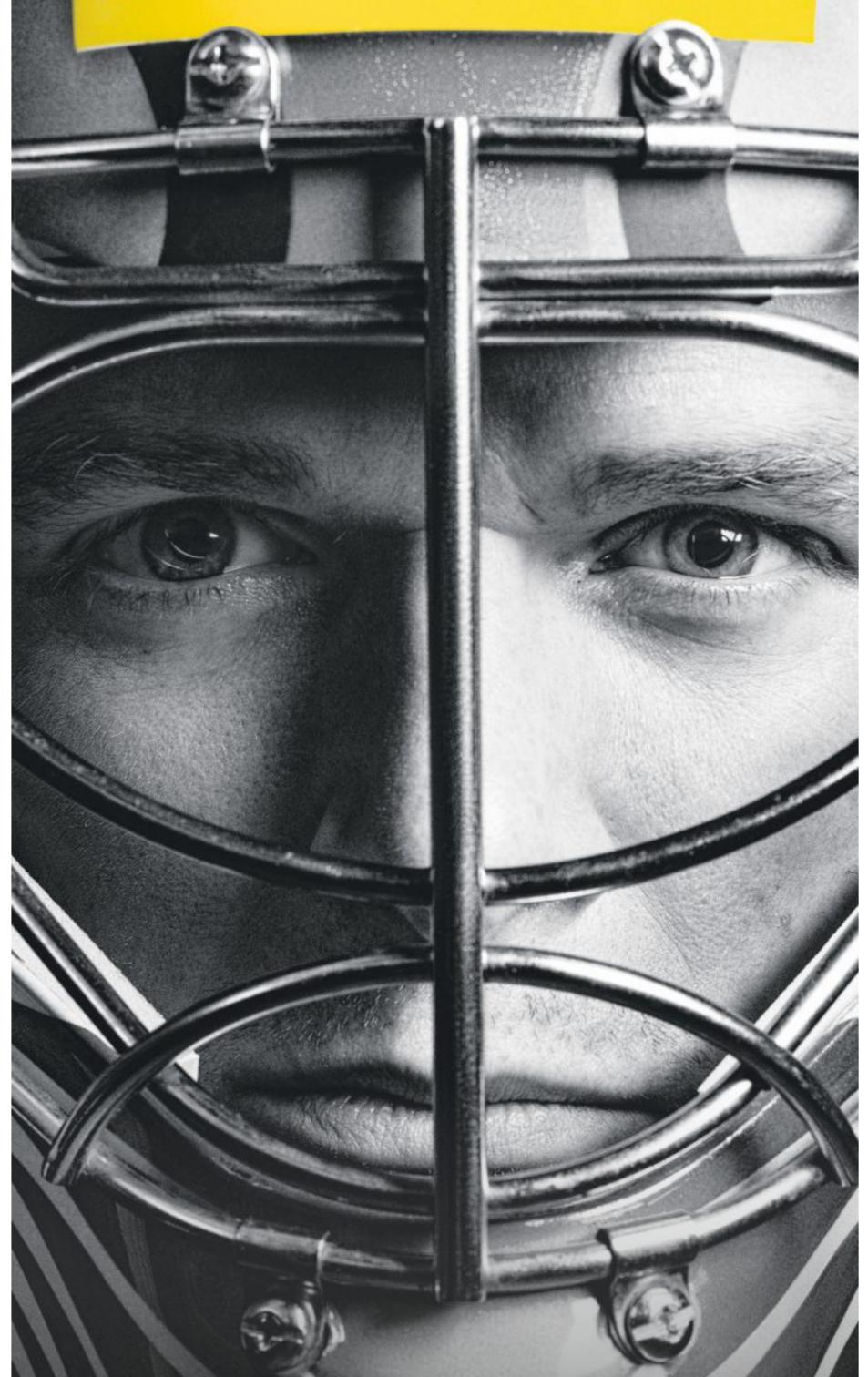
Für Neumitglieder ist die Mitgliedschaft im ersten Jahr kostenfrei.

Follow us!



InfoGuard

SWISS CYBER SECURITY



CYBER SECURITY FOR CHAMPIONS

LEONARDO GENONI
EVZ Goalkeeper



InfoGuard
SWISS CYBER SECURITY