

MITGLIED DES MONATS

GLATZ AG: VON DER SONNE EMPFOHLEN

Mitglied des Monats März 2026: Glatz AG

01. März 2026 08:00 Alexander Scholer, Switzerland Global Enterprise

Der Schweizer Sonnenschirmhersteller Glatz AG mit Sitz in Frauenfeld verbindet über 130 Jahre handwerkliche Tradition mit innovativem Design. Ein Marktführer in Europa, der individuelle Sonnenschutzlösungen sowohl für den Privat- als auch für den Objektbereich bietet. Mit einer beeindruckend breiten Palette an Kombinationsmöglichkeiten und einem tief verankerten Qualitätsanspruch steht Glatz für mehr als nur Schatten: für ein Stück Lebensqualität, direkt aus der Schweiz.



Was 1895 mit Regenschirmen und Sonnenhandschirmen begann, hat sich kontinuierlich zu einem modernen Technologieunternehmen entwickelt. Heute entwickelt und produziert die Glatz AG ein grosses Sortiment an modernsten und hochwertigen Sonnenschirmen für den privaten und gewerblichen Gebrauch. Sowohl Garten- als auch Grossschirme, entweder mit Mittelmast oder Seitenmast, verleihen jedem Standort eine persönliche Note. Neben massgeschneiderten Grossschirmen stehen über 20'000 Varianten zur Auswahl, die den Kunden individuelle Lösungen bieten. Solide Schweizer Qualität und Spitzentechnologie sind das Erfolgsrezept. Weltneuheiten sind nichts Ungewöhnliches. Seit vier Generationen sorgt das Familienunternehmen dafür, dass seine Produkte zeitlose Eleganz, Funktionalität, Langlebigkeit und Zuverlässigkeit verkörpern, was Glatz zu einem europäischen und weltweiten Branchenführer für den Premium-Markt gemacht hat.

Interview-Fragen an Urs Lehner, CEO, Glatz AG:

Wie würden Sie die Identität und die Kernwerte der Glatz AG in wenigen Sätzen beschreiben?

Wir kreieren Orte, wo sich Menschen draussen wohl und geschützt fühlen. Dabei sind wir ein kundenorientierter, zuverlässiger und kompetenter Partner. Dank Flexibilität, Fertigung in Handwerkstradition, Schweizer Qualitätsbewusstsein, Innovation und einem breiten Sortiment inklusive massgeschneiderter Lösungen behaupten wir uns weltweit in einem saisonalen, stark umkämpften Wettbewerbsumfeld.

Welche Herausforderungen sehen Sie derzeit in der Branche – und wie reagiert Glatz darauf? Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung der Outdoor-Living-Branche?

Die europäische Outdoor-Living-Branche steht vor vielfältigen Herausforderungen: steigende Rohstoff- und Energiekosten, volatile Lieferketten, zunehmender Preisdruck durch internationale Anbieter sowie wachsende Anforderungen an Nachhaltigkeit und Design. Gleichzeitig verändern sich Kundenbedürfnisse und -verhalten spürbar: Budgets sind begrenzter, Ausgaben für Outdoor-Living werden kritischer hinterfragt und ein grösserer Teil der verfügbaren Mittel fliesst in Reisen und Erlebnisse. Qualität, Langlebigkeit und individuelle Lösungen gewinnen dadurch nochmals an Bedeutung.

Die Glatz AG begegnet diesen Herausforderungen mit Schweizer Präzision, konsequenter Innovationskraft und einem klaren Bekenntnis zur Qualität. Durch eigene Entwicklung, hohe Fertigungstiefe, nachhaltige Materialien und langjährige Expertise positionieren wir uns als verlässlicher Premiumanbieter im europäischen Markt. So gelingt es uns, uns auch in einem anspruchsvollen Wettbewerbsumfeld erfolgreich zu behaupten und langfristig Mehrwert für Vertriebspartner und Endkunden zu schaffen.

Glatz richtet sich an einen breiten Kundenkreis, der von Privatpersonen über Betriebe in der Gastronomie und Hotelbranche bis zu Städten reicht. Diese Kunden-Diversität bietet uns auch eine gewisse Robustheit gegenüber Marktschwankungen.

Wir sind aber auch vom Klimawandel betroffen, der für uns sowohl neue Chancen als auch Herausforderungen mit sich bringt. Steigende Temperaturen in Städten erhöhen die Nachfrage nach professionellen Beschattungslösungen. Ein Beispiel dafür ist die Stadt Carcassonne in Frankreich, die auf massgeschneiderte Schirmsysteme von Glatz setzt, um öffentliche Plätze mit Grossschirmen zu beschatten und so die Sonneneinstrahlung zu reduzieren. Auch in Schaffhausen auf dem Stadtplatz Herrenacker sowie in Zürich auf dem Sechseläutenplatz hat Glatz städtische Beschattungskonzepte umgesetzt.

Gleichzeitig stellen die immer extremer werdenden Wetterbedingungen mit stärkeren Winden und plötzlichen Klimaschwankungen hohe Anforderungen an die Stabilität der Schirme. So halten unsere professionellen Schirme mit der richtigen Befestigung und Handhabung heute Windgeschwindigkeiten von bis zu 115 km/h stand, wie zum Beispiel auf dem Monte Generoso im Tessin. Deshalb investieren wir kontinuierlich in die Weiterentwicklung unserer Produkte, um sie nicht nur widerstandsfähiger, sondern auch funktionaler und eleganter zu gestalten. Die Windstabilität unserer Sonnenschirme testen wir

im Windkanal.

[Die neue F-Linie Pro: Stabilität & Präzision im Windkanal](#)

Wie werden Kundenfeedback und Markttrends in den Entwicklungsprozess integriert?

Kundenfeedback und Markttrends sind zentrale Bestandteile des Entwicklungsprozesses. Rückmeldungen aus Handel, Projektgeschäft und von Endkunden werden systematisch eingeholt, erfasst, analysiert und in die Produkt- und Sortimentsentwicklung überführt. Gleichzeitig beobachten wir kontinuierlich Markt- und Designtrends, technologische Entwicklungen sowie veränderte Nutzungsgewohnheiten im Sonnenschutz-Bereich. Diese Erkenntnisse fließen frühzeitig in interdisziplinäre Entwicklungsprozesse ein – von der ersten Idee über Prototypen bis zur Markteinführung. So entstehen Lösungen, die nicht nur aktuellen Anforderungen entsprechen, sondern langfristig Mehrwert, Funktionalität und Differenzierung im Markt schaffen.

Wie gelingt es Ihnen, Tradition und Schweizer Handwerkskunst mit modernen Technologien zu verbinden?

Tradition und Innovation gehen bei uns Hand in Hand. Wir haben Mitte Oktober 2024 unseren neuen Firmensitz bezogen. Die 8'000 Quadratmeter grossen Räumlichkeiten beherbergen Fertigung, Entwicklung, Lager und Schulungsraum in einem. Wir haben hier nicht nur unseren Fertigungsprozess optimiert, sondern auch einen Ort geschaffen, der neue Möglichkeiten in der Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern, Planern und Architekten sowie Raum für Kreativität und Kooperation bietet.

Neue Technologien verwenden wir dort, wo sie den Kunden einen echten Mehrwert bieten. So zum Beispiel bei den Grossschirmen, die auf vielen Hotel- und Restaurantterrassen zum Einsatz kommen. Die Liste an hochwertigen Referenzen ist lang. Mit einer eigens auf die Abnehmer im gewerblichen Bereich ausgerichteten Contract-Abteilung stellen wir dieser Zielgruppe ein tatkräftiges Team an Beratern zur Seite, die das scheinbar Unmögliche möglich machen und innovative Werkzeuge für Planer und Architekten bieten. Glatz betont den „Parasol First“-Planungsansatz: Bevor eine Aussenterrasse eingerichtet wird, sollte zuerst eine durchdachte Beschattungsplanung erfolgen, die die Positionierung und Integration von Sonnenschirmen schon in der frühen Planungsphase berücksichtigt. Befestigungen, Elektrozuleitungen und die Ausrichtung am Sonnenverlauf werden präzise eingeplant. So ist später ein reibungsloser Betriebsablauf gewährleistet und der Aussenraum bietet ein schönes Ambiente für Gäste.

Inwiefern spielen Nachhaltigkeit und Langlebigkeit eine Rolle in der Produktentwicklung? Gibt es aktuelle Projekte, auf die Sie besonders stolz sind?

Unsere Sonnenschirme sind so gebaut, dass sie unseren Kunden lange Zeit Freude machen. Die hochwertigen Bezugsstoffe besitzen eine hohe Lichtechtheit, so dass man dem Schirm bei richtiger Handhabung sein Alter erst nach vielen Jahren ansieht. Wir legen grossen Wert auf Reparaturfähigkeit unserer Produkte und eine Verfügbarkeit von Ersatzteilen von bis zu 10 Jahren nach der letzten Fertigung eines Schirmmodelles. Und unser Service garantiert, dass einzelne Bauteile eines Schirms, wie zum Beispiel die Streben und die Bespannung, ohne grösseren Aufwand ausgewechselt werden können.

Nachhaltigkeit wird am neuen Firmensitz grossgeschrieben. Das Gebäude ist optimal isoliert, sodass es im Winter Wärme speichert und im Sommer ohne aktive Kühlung auskommt. Zusätzlich sorgen Photovoltaikzellen auf dem Dach für eine hohe Energieunabhängigkeit.

Welche internationalen Märkte bieten Ihrer Meinung nach das grösste Wachstumspotenzial?

Wir fokussieren uns auf unsere Kernmärkte DACH und Europa. Ein Europalager in Singen ermöglicht es uns, unsere Kunden schnell zu beliefern, auch in der Saison. Synergien bietet das grossflächige Netz an Vertriebspartnern: Gartenschirme für Privatkunden werden über ein Netzwerk an ausgewählten Fachhändlern vertrieben, die Glatz regelmässig in Frauenfeld schult, sodass sie zu den technisch ausgeklügelten Produkten und zur korrekten Handhabung der Sonnenschirme bestens beraten können. Spezialisierte Händler sind auch in der Kundenzielgruppe Hotellerie, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen, z.B. Schulen und Kindergärten, und Städte für uns tätig. Kunden profitieren von einer Rundum-Betreuung mit Beratung und Beschattungsplanung bis hin zur Montage und Aftersales mit Reparaturservice. Mittlerweile sind weltweit über 1'750 zertifizierte Vertriebspartner für Glatz tätig.

Welche Rolle spielt das Thema Digitalisierung in Ihrem Geschäftsmodell? Wie möchten Sie die Marke Glatz in den kommenden Jahren weiterentwickeln?

Digitalisierung ist ein zentraler Hebel zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit. Sie unterstützt Glatz dabei, z.B. Produktionsprozesse effizienter und transparenter zu gestalten. Ein strukturiertes Datenmanagement und CRM schaffen die Grundlage für fundierte Entscheidungen, bessere Prognosen und eine höhere Reaktionsgeschwindigkeit auf Marktveränderungen. Ein Product Information Management (PIM) ermöglicht die zentrale, strukturierte und konsistente Verwaltung von Produktdaten – insbesondere bei unserem breiten Sortiment mit vielen Artikeln, Varianten und Ausprägungen. Es stellt sicher, dass alle produktrelevanten Informationen wie technische Daten, Texte, Bilder und Übersetzungen jederzeit aktuell und vollständig verfügbar sind. Dadurch lassen sich komplexe Sortimente effizient steuern, und in Zukunft wird eine hohe Datenqualität über alle Vertriebs- und Marketing-Kanäle hinweg gewährleistet.

Die Marke Glatz wird konsequent als Premium- und Qualitätsmarke im Outdoor-Living positioniert. Neben der klaren Fokussierung auf Funktionalität, Langlebigkeit und Design wird die digitale Markenpräsenz weiter ausgebaut – mit datenbasiertem Marketing, personalisierten Inhalten und einer stärkeren Vernetzung mit Handelspartnern. Ziel ist es, die Markenwerte von Glatz erlebbar zu machen, die Kundenbindung zu vertiefen und die Marke langfristig zukunftsfähig weiterzuentwickeln.

Wie fördern Sie Innovation, Motivation und Loyalität Ihrer Mitarbeitenden?

Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von Vertrauen, Eigenverantwortung, ständigem Lernen und Verbessern, und einem Gefühl der Zusammengehörigkeit. Wir setzen auf das Know-how und handwerkliche Geschick von langjährigen Mitarbeitenden, gepaart mit frischen Impulsen von neuen Kolleg:innen.

Welche Ratschläge würden Sie jungen Führungskräften geben, die ein Familienunternehmen leiten möchten?

Jungen Führungskräften, die ein Familienunternehmen leiten möchten, würde ich raten, sich intensiv mit der Unternehmenskultur, den Werten und der Geschichte auseinanderzusetzen und den persönlichen sowie fachlichen „Fit“ bewusst zu prüfen. Ein tiefes Verständnis für das Unternehmen und seine Menschen ist eine zentrale Voraussetzung für glaubwürdige Führung. Ebenso wichtig sind realistische, an die vorhandenen Ressourcen angepasste Zielsetzungen. Nachhaltiger Erfolg entsteht nicht durch Überforderung, sondern durch klare Prioritäten, Augenmass und langfristiges Denken. Wer Tradition respektiert, Veränderungen sorgfältig gestaltet und Mitarbeitende aktiv einbindet, schafft Vertrauen und legt die Basis für eine erfolgreiche Weiterentwicklung des Familienunternehmens.

Was schätzen Sie an Ihrer Gold-Mitgliedschaft, und wie kann S-GE Ihre Firma als langjähriges Mitglied seit 1989 bei Ihren Internationalisierungsvorhaben bestmöglich unterstützen?

Wir zählen auf S-GE respektive die lokale Organisation in Mailand für einen gelungenen gemeinsamen Auftritt im Rahmen der «Swiss Design Week» in der Innenstadt während des für die Branche wichtigen «Salone del Mobile» im April. Ziel ist es, innovative und hochwertige Schweizer Marken zusammenzubringen und diese einem design- und markenaffinen internationalen Publikum wirkungsvoll zu präsentieren. Nach der erfolgreichen Durchführung im Jahr 2025 möchten wir dieses bewährte Format auch 2026 konsequent weiterführen und weiter stärken.

[Swiss Business Hub Italy | LinkedIn](#)

GALERIE

