LEADER

DAS OSTSCHWEIZER UNTERNEHMERMAGAZIN

leaderdigital.ch
März 2/2022
Preis CHF 8.50
20. Jahrgang

Weiterbildung, chancenreich! bzb. bzbuchs.ch

Mit Sonderteil MICE

Jan-Philip Schade:
Vermögensverwaltung in der Hosentasche

Sauber bleiben!

pronto
Wir verstehen mehr als Reinigung.
pronto-ag.ch

Wirtschaftsraum Bodensee:
Grenzenlose Zusammenarbeit

Bankenplatz Ostschweiz:
Das Hoffen auf eine geopolitische Beruhigung

Prix SVC Ostschweiz 2022:
Der «grosse Unbekannte» hat gewonnen

AXA Fahren statt ärgern? Jetzt unsere Autoversicherung kennenlernen:

ROLEX

AIR-KING

Die 1945 vorgestellte Air-King zollt den frühen Flugpionieren Tribut.
Mit ihrem klassischen Schriftzug und ihrer gut ablesbaren Minutenskala ist sie
auch weiterhin eine Hommage an das Goldene Zeitalter der Luftfahrt.

#Perpetual

HUBER

OYSTER PERPETUAL AIR-KING

Der beste Weg, die Seele
im Gleichgewicht zu halten?
Kurvenreiche Strassen.
Der neue Taycan Sport Turismo. Soul, electrified.
S TA 5128E
Porsche Zentrum St. Gallen
City Sportscar St. Gallen AG
Zürcher Strasse 511
9015 St. Gallen
Tel. 071 244 54 40
www.porsche-stgallen.ch
PORSCHE

Licht und Schatten

Ich darf an dieser Stelle der Ostschweizer Wirtschaft ein Kränzchen winden: In unseren bald 20 Jahren als Verlag haben wir wohl keine Periode erlebt, in welcher uns so viele gute Nachrichten in so kurzer Zeit erreicht haben.

Wer sich auf unserem Wirtschaftsnewsportal leaderdigital.ch umschaut, kommt zum gleichen Resultat wie jeder LEADER-Leser: Unserer Wirtschaft geht es prächtig. Egal, ob Industrie, Bankensektor oder Bauwesen – die soeben veröffentlichen Abschlusszahlen für 2021 zeichnen ein äussert positives Bild der KMU-Landschaft Ostschweiz.

Allerdings wage ich zu bezweifeln, dass wir Sie in einem Jahr mit ähnlichen Rekordzahlen bedienen können. Dafür machen mir einerseits die globalen Zerwürfnisse mit dem Krieg in der Ukraine Sorgen, andererseits die Parität des Euros zum Franken – beides Faktoren, die vor allem unsere exportorientierten Unternehmen fordern werden.

Aber auch innenpolitisch sehe ich wenig Grund für künftigen Optimismus. Die Dominanz von Volksvertretern auf allen drei Stufen – Bund, Kantone, Gemeinden – aus staatlichen oder staatsnahen Institutionen lässt mich schaudern. Unter allen Politikern findet sich nur noch ein kleiner Teil von Selbstverdienern – die meisten werden direkt oder indirekt vom Staat gefüttert.

Es ist besorgniserregend, wenn etwa Kantonsangestellte «für politische Aktivitäten» bis zu einem Tag freigestellt werden – pro Woche, wohlgemerkt. Dass da die Privatwirtschaft nicht mithalten kann, liegt auf der Hand. Und dass in der Folge auch immer weniger Unternehmer die Bürde eines politischen Amtes auf sich nehmen, ebenso.

Was können wir dagegen tun? Gleich lange Spiesse für die Privatwirtschaft und die öffentliche Hand würden schon viel helfen. Ist denn noch niemand auf die Idee gekommen, Steueranreize für Privatwirtschaftler zu bieten, die sich politisch engagieren? So könnte das gefährliche Gefälle zwischen solchen, die Geld erarbeiten, und solchen, die es ausgeben, wieder etwas ausgeglichener gestaltet werden.

Denn verfügen die Staatsdiener einmal über eine Mehrheit in allen Kammern, wird es unmöglich sein, wirtschaftsfreundliche Vorlagen durchzubringen. Und wir wären denen hilflos ausgeliefert, die keine Ahnung davon haben, was es bedeutet, Geld zu verdienen, statt es bloss zu erhalten.

Natal Schnetzer
Verleger

Anzeige

COFOX Office
Bürotechnik für schlaue Füchse

Wir sind umgezogen.

Unsere neue Adresse:

Bionstrasse 4
9015 St. Gallen

Zeit und Geld sparen mit Bürotechnik nach Mass

Die Vernetzung zwischen Bürosoftware und Server macht sämtliche Unternehmensprozesse schneller und einfacher. Die Investition in eine digitalisierte Bürotechnikumgebung ist aber erst dann sinnvoll, wenn man genau weiss, was man damit erreichen will. Der Spar-Effekt ist verblüffend – das zeigen die individuellen Bürotechnik-Lösungen von COFOX.

Mehr Effizienz und weniger Kosten
Die Anpassung der Bürotechnik an die individuellen Bedürfnisse ist in einer digitalen Arbeitsumgebung besonders einfach durchführbar. Viele Unternehmen erkennen zwar das Potenzial, vergessen im oft hektischen Alltag jedoch die wesentlichen Faktoren, die für mehr Schub und Leistung im Büro sorgen. Mit einer Bürosoftware, die zu Ihrem Unternehmen passt, werden die Arbeitsabläufe deutlich schlanker und das Handling beim Erstellen und Drucken von Dokumenten von überall her fast schon zum Kinderspiel.

Die individuellen COFOX-Lösungen sind auf der Höhe der Zeit
Wer heute erfolgreich sein will, sollte sich nicht auf Bürotechnik von gestern verlassen. In der digitalen Welt ist eine moderne Büroinfrastruktur matchentscheidend. Mit unseren massgeschneiderten Bürotechniklösungen sparen Sie Zeit und Geld, weil die Prozesse wesentlich schlanker sind.

Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne: 071 274 00 80

Hotel Hof Weissbad auf Rekordjagd

Die Hof Weissbad AG hat 2021 einen Umsatz von 22,92 Millionen Franken realisiert – plus zwölf Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der bisherige Umsatzrekord lag mit 20,81 Millionen im Jubiläumsjahr 2014. Auch die Auslastung konnte 2021 wieder auf rekordverdächtige 97 Prozent gesteigert werden.

Ab der Generalversammlung 2022 im April organisiert sich die Geschäftsleitung der Hof Weissbad AG neu: Christian Lienhard und Martin Dörig – bisher Delegierte des Verwaltungsrates – übernehmen als gleichberechtigte Co-CEO die Aufgabe der Geschäftsführung.

Dabei verantwortet Lienhard die operativen Bereiche Hotel und Gesundheitszentrum sowie die Realisierung der Projekte Spa und Seminar-Park, Dörig die kaufmännischen Belange mit Finanz & Controlling, Human Resources und IT.

Im Spätsommer beginnt die Hof Weissbad AG mit dem Bau eines neuen Badehauses sowie der Realisierung eines neuen Seminargebäudes. Die Investitionen von rund 13 Millionen Franken entsprechen den betrieblichen Einnahmen von vier Jahren.

Inhalt

12 Spotlight
Wichtiges in Kürze

14 Digital & Start-ups
Ostschweiz 2.0

16 Schwerpunkt
Wirtschaftsraum Bodensee

38 Bischofberger AG
Süsses Generationenprojekt

42 Geoverbund Ost
Das Google Maps der Ostschweiz

44 Militzer & Münch
Welten von St.Gallen aus verbinden

52 Marcel A. Widler
Der Automobil-Mediziner

56 Fokus Bankenplatz Ostschweiz
Das Hoffen auf eine geopolitische Beruhigung

84 Fokus MICE
«Live wird zum neuen Premium»

118 Prix SVC Ostschweiz
Weiterbildung, Spass und Networking

136 Special Soluma swiss AG
Investition in die Zukunft

144 Rückblick
Kispi Night

146 Schlusspunkt
Gefährliches Halbwissen

Anzeige

chrisign web management

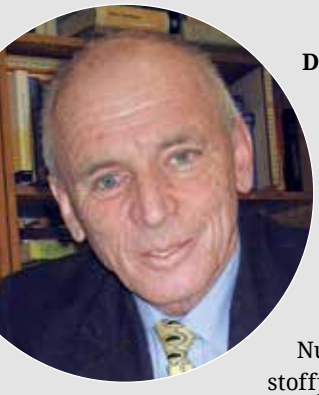
Eine für Alle

Immer mehr Surfen mit mobilen Geräten.
Ist auch Ihre Webseite Mobilfähig?

Jetzt anrufen!
071 622 67 41

chrisign gmbh Schmidstrasse 9 8570 Weinfelden info@chrisign.ch www.chrisign.ch

Rot-grüner Widerspruch



Die Grünen wollen seit Jahren die Treibstoffpreise erhöhen, damit zur Schonung des Klimas weniger klimaschädliche Emissionen ausgestossen werden.

Nun steigen die Treibstoffpreise kriegsbedingt massiv an, und der Kunde an der Tanksäule zahlt den gestiegenen Marktpreis plus den vom Staat erhobenen Zuschlag mit der Doppelfunktion der Finanzierung des Strassenbaus und der umweltbedingten Lenkung des Konsums.

Und wie reagiert die Politik? Wohlwollende Politiker wollen die Preise senken, indem der zunächst künstlich verteuerte Konsum nachträglich wieder subventioniert wird. Das werden grosse Teile der Wählerschaft, auch Rote und Grüne, zu schätzen wissen. Endlich ein wohlwollender Staat, der zwar für einmal nicht so ökologisch, aber dafür umso sozialer ist!

Idealerweis möchte man das nur für jene tun, die auf das Auto angewiesen sind. Noch sozialer wäre aus dieser Sicht natürlich, wenn die Verbilligung nur den Weniger-Bemittelten zugutekäme, und die reiche Minderheit weiterhin die steigenden Preise plus die staatlichen Zuschläge voll bezahlen müsste. Aber weil die Reichen eine Minderheit sind, fällt ihr Treibstoffkonsum bei der Reduktion der Klimabeeinträchtigung kaum ins Gewicht. Ein echtes Dilemma!

Es zeigt, dass die von den Klimaschützern angestrebte weltweite Klimaschonung nur durch eine weltweite Reduktion des Massenkonsums zu erreichen ist, und genau dieser Massenkonsum soll durch allgemeine Umverteilung von Reichen zu Armen wiederum gefördert werden … Die beiden Ziele einer gerechteren und einer umweltgerechteren Welt sind kaum vereinbar. Aber das will niemand wahrnehmen und zum politischen Thema machen.

Robert Nef, Publizist, St.Gallen

Die nächste Krise kommt

Unser Land rutscht in eine Notlage. Wir tun zu wenig, um die Gefahr abzuwenden. Geht es um Corona? Nein. Geht es um den Ukraine-Konflikt? Auch, aber nur am Rande.

Die kommende Energiekrise wird das gesellschaftliche und das wirtschaftliche Leben der Schweiz massiv beeinträchtigen und beschädigen. Zu diesem Schluss kommt die nationale Risikoanalyse des Bundesamtes für Bevölkerungsschutz von 2020. Obwohl sie eine Strommangellage als eines der drei grössten Risiken für die Schweiz aufführt, wurde das Resultat dieser sauberen Arbeit bis jetzt sträflich missachtet. Klar ist: Der zeitweise Ausfall der Energie- und Stromversorgung birgt ein hohes Schadenpotenzial.

Falls wir in eine längere, schwere Strommangellage hineinlaufen, so entstehen in der Schweiz gigantische wirtschaftliche Verluste. Insgesamt ist mit einem Schaden von über 100 Milliarden Franken zu rechnen. Zudem werden grosse Personenschäden vorausgesagt.

Vergessen Sie die Milliarden, die wir für die Coronakrise aufgewendet haben! Sie sind nur ein Bruchteil von dem, was uns eine Energiekrise kosten würde. Es ist Zeit, dass die ideologischen Träumereien in Bundesbern endlich brauchbaren Lösungsvorschlägen weichen.

Die Risikoanalyse des BABS ist ein Arbeitsinstrument für die systematische Planung von Massnahmen. Mit Blick auf die Zahlen und Fakten zur Strom- und Energiebilanz ist klar, dass mit der geplanten Umsetzung der Energiestrategie 2050 nicht genügend Strom bereitgestellt werden kann.

Wenn wir uns das verschärfte Klimaziel des Bundesrates (netto null Treibhausgasemissionen bis 2050) vor Augen halten, so ergeben sich gewichtige Probleme. Es wird zu einem massiv steigenden Stromverbrauch kommen. Der Hauptgrund ist die Elektrifizierung, zum Beispiel von Autos oder Heizungen.

Bis heute hat der Bundesrat ausser einem möglichen Bau von Gaskraftwerken keine griffigen Massnahmen vorgelegt, welche die Versorgungssicherheit auch im Winter gewährleisten. Die Reduktion des CO_2-Ausstosses? Ist so sicher nicht möglich.

Der Rheintaler SVP-Nationalrat Roland Rino Büchel ist Mitglied der Aussenpolitischen Kommission und Mitglied des Europarates.

Müller wird CEO von Gallus Media

Die Gallus Media AG erweitert mit Ex-OST-Professor Peter Müller die Geschäftsleitung. Müller hat sich als ehemaliger Wirtschaftsförderer des Kantons St.Gallen, Initiant der Electronic Mall Bodensee und Kurzem als Leiter der Wissenstransferstelle der OST und Organisator des WTT Young Leader Awards in der Digitalszene einen Namen gemacht.

Rusch tritt ab

Bei der Druckerei Appenzeller Volksfreund steht ein Stabwechsel bevor: Geschäftsführer Markus Rusch wird per Ende September 2022 pensioniert. Seine Nachfolge tritt mit Christof Chapuis der bisherige Leiter Marketing & Verkauf an. Rusch leitete die Druckerei mit rund 80 Angestellten während 22 Jahren.

Loppacher leitet «alphaberta»

Der Verein «Helvetia spricht» lanciert die Ostschweizer Plattform für Referentinnen alphaberta.ch. «alphaberta» will Spezialistinnen in Wirtschafts-, Wissenschafts-, Bildungs-, Kultur- und Sozialfragen eine Plattform bieten und sie in der öffentlichen Wahrnehmung etablieren. Geleitet wird das Projekt von Kathrin Loppacher.

Späte Kritik an Caroni

Die Credit Suisse soll über Jahre Verbrecher als Kunden akzeptiert haben. Schweizer Medien durften nicht mitrecherchieren, da sie sonst ein Strafverfahren riskiert hätten. Verantwortlich gemacht dafür wird nun mitunter der Ausserrhoder Ständerat Andrea Caroni – er machte sich 2014 für den Artikel 47 des Bankengesetzes stark.

Eisenhut wird Pro-Familia-Ostschweiz-Geschäftsführer

Kürzlich wurde der Verein Pro Familia Ostschweiz gegründet. Zweck ist die Förderung der Familienpolitik in der Region. Mit Bruno Eisenhut hat der Verein nun einen Teilzeit-Geschäftsführer eingesetzt und nimmt seine Tätigkeit auf. Der Ausserrhoder ist in Wirtschaft, Politik und Verwaltung bestens vernetzt.

Aktuelle News aus der Ostschweizer Wirtschaft und Politik finden Sie täglich auf www.leaderdigital.ch

Kopf des Monats

Gabriela Manser

Gabriela Manser verkauft 90 Prozent ihrer Goba an die F.G. Pfister Beteiligungen AG aus Suhr. Landesweit bekannt ist die Getränkeproduzentin aus Gontenbad vor allem dank den Flauder-Getränken.

Für die F.G. Pfister Beteiligungen AG ist es innerhalb von zwei Jahren die sechste Beteiligung an einem Schweizer KMU und die erste in der Konsumgüterbranche. Fokus der Beteiligungen sind KMU mit Sicherung der Nachfolge. Manser hat ihre Beteiligung an der Goba AG denn auch im Sinne einer Nachfolgeregelung verkauft – die Appenzellerin wird heuer 60.

Die Goba AG, Mineralquelle und Manufaktur, gehört zu den kleinsten Mineralwasserproduzenten der Schweiz. Gabriela Manser führt den Familienbetrieb seit 1999 in dritter Generation. Unter ihrer Geschäftsführung hat sich die Goba AG zu einem erfolgreichen KMU im Getränkesektor entwickelt.

Seit gut fünf Jahren haben sich Manser und ihr Umfeld aktiv mit tragfähigen Nachfolgelösungen beschäftigt: «Mit der F.G. Pfister Stiftung hat die Goba AG den Wunschpartner gefunden, der die gleichen ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Werte teilt. Ausgeschlossen war ein renditeorientierter Investor. Dieser Schritt eröffnet das nächste Kapitel in der Entwicklung von Goba. Ein Traditions-Unternehmen und eine in einer Stiftung bewahrte Unternehmer-Tradition verbinden sich, um die Goba-Geschichte weiterzuschreiben», so Gabriela Manser, die weiterhin als Verwaltungsratspräsidentin und Mitglied der Geschäftsleitung tätig sein wird. Sie will sich insbesondere als treibende Kraft bei Innovationsthemen engagieren. Das Team der Goba AG soll unverändert bestehen bleiben.

Die Goba beschäftigt 73 Mitarbeiter und verfügt über drei Standorte im Appenzellerland. Der Hauptsitz mit der Abfüllerei in Gontenbad, das Logistikzentrum und die Manufaktur im Bühler sowie die Erlebniswelt «Flauderei» im Dorf Appenzell.

Starrag schliesst nach Restrukturierung erneut mit Verlust ab

Starrag hat das Geschäftsjahr 2021 wegen der Schliessung eines Werkes erneut mit einem Verlust beendet. Generell habe man sich aber vom schwierigen Coronajahr 2020 erholt, so der Werkzeugmaschinen-Hersteller aus Rorschcherberg. Beim EBIT machte sich der Restrukturierungsaufwand bemerkbar. Dieser fiel mit 8,5 Millionen Franken negativ aus, nachdem er im Vorjahr bei 1,3 Millionen gelegen hatte. Unter dem Strich stand ein Verlust von 5,4 Millionen nach einem Minus von 0,6 Millionen im 2020. Dies sei vor allem der Schliessung des deutschen Standorts Mönchengladbach geschuldet, die bereits Ende Juli angekündigt wurde. Die Kosten dafür belaufen sich auf 13,3 Millionen Franken und liegen im Rahmen der Erwartungen. Bereits Ende Januar hatte Starrag zwar einen stagnierenden Umsatz angekündigt, zugleich aber mitgeteilt, dass sich der Bestellungseingang 2021 nahezu verdoppelt hat und damit wieder im Rahmen der Vorjahre bewegt. Der Auftragsbestand legte um 47 Prozent zu. Damit sichere der aktuelle Arbeitsvorrat die Grundauslastung über das laufende Jahr 2022 hinaus.

Jubiläums-Geschäftsjahr von Acrevis rundum erfolgreich

Im Geschäftsjahr 2021 der Acrevis Bank AG mit Hauptsitz in St.Gallen und sieben Niederlassungen vom Boden- bis zum Zürichsee legten alle wesentlichen Kennzahlen zu: Der operative Geschäftserfolg stieg um vier Prozent auf 26,6 Millionen Franken, der Reingewinn um 2,1 Prozent auf 21 Millionen. Die Bilanzsumme vergrösserte sich um 1,3 Prozent auf 4,9 Milliarden. Die Kapitalquote beträgt 18,3 Prozent bei einer regulatorischen Zielgrösse von 11,2 Prozent.

Arbonia steigert Eigenkapital auf über eine Milliarde

Für das Geschäftsjahr 2021 resultierte ein währungs- und akquisitionsbereinigtes Umsatzwachstum von 11,6 Prozent bzw. in Schweizer Franken eine Steigerung um 14,2 Prozent auf 1186,2 Millionen. Der Gewinn wuchs um 208,9 Prozent auf 138,7 Millionen Franken, die Eigenkapitalquote stieg auf 64,3 Prozent und überschreitet damit erstmals die Milliardengrenze.

Berit eröffnet Magen-Darm-Zentrum in Goldach

Die Berit-Klinik-Gruppe eröffnete am 21. März an ihrem Standort in Goldach ein hochmodernes Zentrum für Gastroenterologie. Dazu konnte die Magen-Darm Zentrum AG aus Winterthur als Kooperationspartnerin gewonnen werden. Die Magen-Darm Zentrum AG betreibt bereits seit vielen Jahren an den Standorten Winterthur und Frauenfeld Spezialarztpraxen im Fachgebiet Gastroenterologie.

Tochterfirma von Huber Fenster steckt im Krieg

Die Huber Fenster AG aus Herisau spürt die Folgen des Krieges in der Ukraine unmittelbar: Ihr Produktionsstandort liegt vier Autofahrstunden südwestlich von Kiew und nur zwölf Kilometer weit entfernt von einem wichtigen Munitionslager der ukrainischen Armee. Dieses wurde am 24. Februar Ziel eines russischen Flugangriffs. 14 Angestellte der Divario konnten dank der Unterstützung der Familie Huber in die Schweiz flüchten. Martin Huber, Seniorchef der Huber Fenster AG in Herisau, ist erschüttert. Die Mitarbeiter des ukrainischen Produktionsstandorts, wo Fensterkanteln für das Ausserrhoder Familienunternehmen hergestellt werden, stecken mitten im Kampf für die Unabhängigkeit ihres Landes. «95 Prozent der 45-köpfigen Belegschaft wurde in die Armee eingezogen. Lediglich drei Mitarbeiter, die über 60-jährig sind oder aufgrund einer Beeinträchtigung nicht Wehrdienst leisten können, halten die Stellung und bewachen unser Fabrikgebäude.»

Filtrox stellt Produktion in St.Gallen ein

Der Hersteller von Tiefenfiltersystemen investiert in seinen Produktionsstandort Barnoldswick und will sich am St.Galler Hauptsitz auf Forschung, Entwicklung und Administration beschränken. 40 Stellen fallen bis 2024 weg. Dafür investiert Filtrox (gegründet 1938 in St.Gallen) stark ins Werk in England. Hier werden in den nächsten Jahren mehrere Gebäude durch neuere ersetzt, die Nutzfläche erhöht, neue Büros und Labors erstellt. Die Produktionskapazität soll so um gut 50 Prozent erhöht werden.

OnlineDoctor übernimmt deutsches KI-Start-up

Das St.Galler Teledermatologie-Unternehmen OnlineDoctor verzeichnet die erste Übernahme in seiner Firmengeschichte und kauft mit A.S.S.I.S.T den führenden Entwickler für KI im Bereich Dermatologie. A.S.S.I.S.T entwickelt einen Prototyp mit einer diagnostischen Genauigkeit von über 85 Prozent für 30 Hauterkrankungen. Über die Plattform von OnlineDoctor erhalten Personen mit einer Hauterkrankung schnelle Hilfe von Hautärzten in ihrer Nähe

Stadler bekommt ÖBB-Auftrag doch noch

Nach Querelen wegen einer elektronischen Signatur hat der Verwaltungsgerichtshof in Wien letztinstanzlich den Weg für Stadler freigemacht: Die ÖBB haben die Thurgauer erneut zum Sieger der Ausschreibung über 186 Doppelstock-Triebzüge ernannt. Die Rahmenvereinbarung hat ein Gesamtvolumen von bis zu drei Milliarden Euro. Die Rahmenvereinbarung umfasst die Herstellung und Lieferung von vier-, fünf- und sechsteiligen Doppelstocktriebzügen des Typs KISS. Die Züge werden in St.Margrethen gefertigt.

ImmoLeague als «Bellevue Best Property Agent 2022» ausgezeichnet

Seit 15 Jahren in Folge gehört die ImmoLeague AG aus Kreuzlingen mit Standorten in Frauenfeld, Zürich und St.Gallen zu den besten Immobilienunternehmen, die das Siegel erhalten. «Die Auszeichnung ist eine Anerkennung für unsere Arbeit, unsere Fachkompetenz sowie unseren Kundenservice», freut sich Inhaber Ralf Scherer.

VAT und SFS mit Rekordergebnis

Getrieben von einem hohen Auftragsbestand setzte der Sennwalder Vakuumventile-Spezialist VAT im vergangenen Jahr 901,2 Millionen Franken um, 30 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Auftragseingang kletterte gar um fast 70 Prozent auf 1,23 Milliarden. Der operative Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Goodwill-Amortisation kletterte um 46 Prozent auf 307,9 Millionen; die Gewinnmarge stieg auf einen neuen Rekordwert von 34,2 Prozent. Unter dem Strich erreichte der Nettogewinn 217,4 Millionen Franken und lag damit um 70 Prozent höher. Auch der Industriezulieferer SFS aus Heerbrugg konnte 2021 den Umsatz um elf Prozent auf 1,9 Milliarden Franken und den Konzerngewinn um einen Drittel auf 248 Millionen steigern. Im Vergleich zum Vorjahr resultierte eine Umsatzsteigerung von 11 Prozent auf 1,89 Milliarden. Der Betriebsgewinn belief sich auf 301,7 Millionen, was einer Marge von 15,9 Prozent entspricht. Das gute Wachstum war breit abgestützt über alle Segmente und Regionen und wurde fast ausschliesslich organisch erzielt.

LEADER digital

>> **Publizieren Sie Ihre Veranstaltung gratis auf leaderdigital.ch**

Sie können Ihre Veranstaltung selbst auf leaderdigital.ch/agenda eintragen. Damit wird die LEADER-Webseite zum One-Stop-Shop für News, Jobs und Events aus der wirtschaftlichen Ostschweiz. Voraussetzungen für einen Eintrag sind: Veranstaltungsort in der Ostschweiz (SG, AR, AI, TG, FL), öffentliche Veranstaltung mit noch freien Plätzen, wirtschaftsnahe Themen.

Kaspar& geht schweizweit live

Das St.Galler FinTech Kaspar& ist offiziell in der Schweiz gestartet: Mit Kaspar& kann man verschiedene Anlagestrategien ab einem Franken eröffnen und/oder bei jeder Zahlung mit der Kaspar&-Karte auf den nächsten Franken aufrunden und die Differenz automatisch investieren.

Jede zweite Online-Zahlung erfolgt auf mobilem Gerät

Etwa die Hälfte der Online-Zahlungen läuft heute über Smartphone, Tablet und Co. Zudem nutzen inzwischen rund 30 Prozent der Schweizer Bevölkerung Neobanken. Das zeigt der aktuelle Swiss Payment Monitor von HSG und ZHAW. Die Schweizer Bevölkerung zahlt Waren und Dienstleistungen, die sie nicht direkt vor Ort im Laden oder Restaurant bezieht, heute sehr häufig mobil: 49 Prozent aller Transaktionen im sogenannten Distanzgeschäft erfolgen über ein Mobiltelefon, Tablet oder eine Smartwatch. Dies umfasst einerseits Zahlungen direkt über das Bankkonto wie mit TWINT, andererseits aber auch mit in einer App hinterlegter Kredit oder Debitkarte wie zum Beispiel bei Apple Pay oder SBB Mobile. Am zweithäufigsten wird aus der Distanz per Rechnung bezahlt (26 Prozent), gefolgt von der nicht-mobilen Nutzung von Kreditkarten (10 Prozent). Vor einem Jahr lag der Anteil des mobilen Bezahlens noch bei 29 Prozent aller Distanzkäufe.

«<IT>rockt!» mit neuem Auftritt

<IT>rockt! hat seinen Onlineauftritt optisch und funktional aufgefrischt. Hintergrund ist die strategische Erweiterung des wichtigsten Ostschweizer IT-Netzwerks. Das Rebranding wurde unter den Mitgliedern von <IT>rockt! ausgeschrieben. Den Zuschlag erhielt die Digitalagentur Point Break aus St.Gallen, die den neuen Auftritt zusammen mit der St.Galler Werbeagentur Sag's umgesetzt hat.

Digitalisierung bei Kägi schreitet weiter voran

Nach der Digitalisierung der Produktionsplanung im Sommer 2021 hat der Toggenburger Schokoladenwaffelhersteller Kägi im Rahmen seines Grossprojekts «Smart Factory 2024» nun auch die Mitarbeiterplanung automatisiert. Seit Beginn des Jahres werden die mithilfe eines mathematischen Modells erstellten Produktionspläne für die insgesamt 300 Produktvariationen des Unternehmens in das Mitarbeiterplanungssystem geladen, mit dem auf Basis verschiedener Komponenten innerhalb von drei Minuten jeweils passende Personaleinsatzpläne erstellt werden.

3,2 Millionen Franken für CollectID

CollectID hat in seiner Seed-Investitionsrunde unter der Leitung von Seventy Six Capital und Hellen's Rock Capital 3,2 Millionen Franken erhalten. Das Kapital soll das Wachstum des Goldacher Start-ups in Europa und Nordamerika beschleunigen. CollectID kombiniert verschlüsselte, Smartphone-fähige NFC-Tags mit sicheren, unveränderlichen NFTs auf der Blockchain, um die Echtheit eines Produkts zu 100 Prozent und mit nur wenigen Fingertipps zu garantieren.

Sdui übernimmt Mehrheit an Pupil

Pupil und die deutsche Schulplattform Sdui wollen künftig gemeinsam den Alltag von Schulen vereinfachen. Trotz der Übernahme bleibe Pupil eine Schweizer Schulsoftware für Schweizer Schulen, sagt Arber Wagner, Gründer und Geschäftsführer der St.Galler Pupil AG. «Wir bleiben unabhängig. Unsere Software läuft auf unseren Servern in der Schweiz unter der bekannten Marke weiter. Für unsere Kunden ändert sich im Alltag nichts.»

«Juli» erhält 3,8 Mio. Dollar

Die von der St.Gallerin Bettina Hein mitgegründete digitale Gesundheitsplattform «Juli» mit Sitz in Boston und St.Gallen unterstützt Patienten und ihre Pflegeteams bei der Behandlung komplexer chronischer Erkrankungen. Über 15'000 Patienten haben die Juli-App seit ihrer Einführung im Jahr 2021 genutzt. Das Start-up hat jetzt 3,8 Millionen US-Dollar in einer Seed-Finanzierungsrunde unter der Leitung von Speedinvest und Norrsken VC erhalten, um seine US-Basis auszubauen und die klinischen Entwicklungen zu beschleunigen.

Verein «IG IoT Ost» gegründet

Ende Februar wurde in St.Gallen der Verein «IG IoT Ost» gegründet. Er will die Ostschweiz IoT-ready machen, alle Aktivitäten rund um das Thema «Internet of Things» fördern und regelmässige Anlässe zum Thema IoT organisieren. Es sind auch eigene IoT-Projekte geplant, um den Menschen in der Ostschweiz das Thema Internet der Dinge greifbar zu machen. Die Interessensgemeinschaft soll zudem eine Plattform für Personen, Firmen, Behörden und Organisationen im IoT-Umfeld der Ostschweiz werden und alle Akteure miteinander vernetzen.

east#digital

Alle Digitalnews der Ostschweiz auf eastdigital.ch

Der Hub «east#digital» der LEADER-Herausgeberin MetroComm AG begleitet den digitalen Wandel der Ostschweiz – mit einem Magazin und mit der Newsplattform www.eastdigital.ch

www.facebook.com/eastdigital.ch
www.twitter.com/eastdigital

Sportradar überwacht 3000 brasilianische Fussballspiele

Der Brasilianische Fussballverband (Confederação Brasileira de Futebol) und Sportradar Integrity Services – globaler Anbieter von Sportintegritätslösungen und Partner von mehr als 100 Sportverbänden und -ligen – haben ihre Vereinbarung um drei Jahre verlängert und gleichzeitig die Anzahl von SIS-überwachten brasilianischen Fussballspielen erhöht. SIS ist eine Einheit der Sportradar AG aus St.Gallen, dem führenden globalen Sporttechnologieunternehmen.
Die neue Dreijahresvereinbarung umfasst die Hinzufügung des Universal Fraud Detection System von SIS zur Wettüberwachung von 27 Spielen auf Landesebene sowie von Brasileiro U20 und Campeonato Brasileiro de Aspirantes. Mehr als 3000 von CBF sanktionierte Spiele pro Jahr werden nun im Rahmen des neuen Vertrags überwacht, der auch die Überwachung der Série C und Série D und die Bereitstellung von Nachrichten- und Ermittlungsdiensten fortsetzt.

Eine Willensregion um den Bodensee

Die Internationale Bodenseekonferenz möchte aus dem Vierländereck eine Modellregion für Europa machen – oft hat sie die Werkzeuge dafür aber nicht selbst in der Hand. Vorsitzender der IBK im Jubiläumsjahr ist der Appenzell Ausserrhoder Regierungsrat Alfred Stricker, der den Austausch über Grenzen hinweg intensivieren will.

Alfred Stricker, wenn es die Internationale Bodenseekonferenz nicht gäbe: Würden wir sie vermissen?
Aber sicher! Die IBK stärkt und unterstützt grenzüberschreitende Kontakte die entscheidend sind für eine prosperierende Nachbarschaft.

Welche konkrete Wirkung hat denn eine IBK?
Um die Frage zu beantworten, müssen wir zuerst die Rollen klären. In der Regel ist es nicht an der Politik, konkrete Projekte umzusetzen, dafür haben wir im Bodenseeraum genug Fachkompetenz in der Wirtschaft, in der Gesellschaft, in der Kultur. Die Politik hat die Aufgabe, der Gesellschaft und der Wirtschaft Rahmenbedingungen zur Verfügung zu stellen, die eine grenzüberschreitende Entwicklung ermöglichen. Ohne Brücken keine Zusammenarbeit. So gesehen ist die IBK auch eine Art internationale Brückenpflegerin.

Sie wollen Hürden abbauen.
Leider neigt die Politik ja oft dazu, Hindernisse zu vergrössern, als sie zu reduzieren. In der Coronazeit haben wir gesehen, was das bedeutet, wenn plötzlich ein Zaun auf der Grenze steht – und welche Spuren das in der Gesellschaft hinterlässt.

Also Zäune weg, und es passiert etwas?
Die IBK hat gezählt, wer grenzüberschreitende Aktivitäten pflegt, und kam auf mindestens 200 verschiedene Vereinigungen – von Bienenzüchtern bis zu Verkehrsvereinigungen oder Umweltschutzorganisationen. Dazu kommen auch Firmen mit Standorten in verschiedenen Regionen und Ländern. Wir müssen in erster Linie dafür sorgen, dass diese Zusammenarbeit nicht eingeschränkt wird, sondern dass sie ermöglicht wird.

Regierungsrat Alfred Stricker ist Vorsteher des Departements für Bildung und Kultur des Kantons Appenzell Ausserrhoden. 2022 ist er Vorsitzender der Internationalen Bodensee konferenz. Vom Appenzeller Vorderland aus lässt er gerne den Blick über den Bodensee und über Grenzen hinweg schweifen.

Am Ursprung der IBK stand aber ein Problem, das die Politik selbst lösen musste.
Stimmt! Alle wollten sauberes Trinkwasser aus dem Bodensee holen und den See als Erholungsraum nutzen. Doch der Bodensee war viel zu stark verschmutzt. So wuchs die Erkenntnis der Anrainer, dass man dieses Problem nur zusammen lösen kann. Das war der Auslöser, warum man die IBK überhaupt gründete.

Das Problem wurde gelöst, die Struktur der IBK blieb aber bestehen.
Eine beachtliche Initiative, die später aus der IBK heraus entstand, ist die Internationale Bodensee-Hochschule IBH. Diese lose Verbindung von Universitäten und Mittelschulen im ganzen Bodenseeraum wurde jetzt in die Selbstständigkeit entlassen. Vor einigen Jahren konnten wir an einem IBK-Treffen morgens Finanzmittel für das Projekt IBH-Labs sprechen, am Nachmittag haben dann rund 30 Rektoren verschiedenster Schulen gleich Nägel mit Köpfen gemacht und abgesprochen, wie sie die Idee zusammen in die Tat umsetzen können. Hier erzielte die IBK unmittelbar Wirkung.

Unter dem Dach der IBH sollen auch Schüleraustausche intensiviert werden.
Beim Jubiläumstreffen auf dem Säntis haben wir der vorbereiteten, elf Punkte umfassenden Gipfelerklärung spontan einen zwölften Schwerpunkt angefügt, der nun heisst: «Zukunft braucht die Jugend». Wir hatten beim Treffen einen Fokus auf die Zukunft gelegt, und diese wird von der jetzigen Jugend bestimmt. Darum müssen wir sie mehr einbeziehen.

Was bedeutet das konkret?
Aktuell sehen wir, dass im Programm Horizon auf EU-Ebene aufgrund des gescheiterten Rahmenabkommens Beschränkungen wirksam werden, da ist richtig Sand im Getriebe, ebenso im Austauschprogramm Erasmus. Wir müssen die Austausch-Gefässe für die jungen Leute wieder besser zugänglich machen. Ich erhoffe mir, über die IBH und ihre Beziehungen ganze Klassen und wieder mehr Schulen zum Austausch bewegen zu können. Wir wollen die IBK stärker in den Köpfen der Jugend verankern. Diese jungen Leute übernehmen in zehn, zwanzig Jahren Verantwortung, so wie wir jetzt in der Verantwortung stehen. Wenn sie erst dann zum ersten Mal mit der IBK konfrontiert werden, ist es reichlich spät. Wir müssen das Verständnis, das wir in der IBK so intensiv erarbeitet haben, in der Bildung installieren. Aber die IBK selbst wird nicht Träger dieser Austauschprojekte sein. Wir können das Thema setzen und die Mitglieder der Internationalen Bodensee-Hochschule auffordern, dies umzusetzen.

Gibt es Themen, bei denen die IBK nicht weiterkommt?
Die Einflugschneise zum Flughafen Zürich über dem süddeutschen Raum beispielsweise.

Alle wollen fliegen, niemand will Fluglärm.
Wir dürfen den Fluglärm nicht einseitig auf den Schultern einzelner Gebiete lassen. Darum braucht es Gespräche. Wir haben mit der IBK ein bestehendes etabliertes Gefäss, in dem man Themen sofort aufnehmen kann. Oft ist es ja so, dass über Jahre ein Problem besteht, dessen sich niemand annimmt. Die IBK hat eine ideale Struktur dafür.

Das Thema Flugschneisen betrifft in der IBK nicht alle gleichermassen.
Wir haben eine gemeinsame Verantwortung. Der gegenseitige Respekt, das Verstehen von Sorgen und gesellschaftlichen Problemen führt dazu, dass auch nicht direkt betroffene mitdiskutieren, wenn es um solche Fragen geht.

Laufen solche Diskussionen auf Augenhöhe? Hat die IBK für die verschiedenen Mitglieder den gleichen Stellenwert? Bayerische Städte wie Würzburg oder Passau sind hunderte Kilometer vom Bodensee entfernt …
Ich habe mit den enormen Grössenunterschieden der Mitgliedsländer bis jetzt nur gute Erfahrungen gemacht. Wir werden ernst genommen, man begegnet sich in der IBK tatsächlich auf Augenhöhe, auch wenn das kleinste Mitglied Appenzell Innerrhoden mit 17'000 Einwohnern um ein Vielfaches kleiner ist als das grösste Mitglied Bayern mit 13 Millionen Einwohnern. Wenn Baden-Württemberg oder Bayern aus Grössenüberlegungen heraus das Gefühl hätten, die Appenzeller braucht es nicht, dann würde die Zusammenarbeit nicht funktionieren. Und wenn wir auf die Idee kämen, Innerrhoden und Ausserrhoden könnten zusammen Baden-Württemberg überstimmen, dann wären wir auch nicht richtig unterwegs. Lösungen müssen mit dem nötigen Respekt und einer gemeinsamen Verantwortung erarbeitet werden. Das tut die IBK und das funktioniert.

Die IBK wird 50 Jahre alt, Appenzell Ausserrhoden hat im Jubiläumsjahr das Präsidium inne. Das ist eine Chance für einen kleineren Kanton, sich auf einer Bühne zu profilieren, die man nicht jeden Tag hat.

Regierungsrat Alfred Stricker brachte die IBK am Jubiläum auf den Säntis.

Ja, absolut. Wir können für Ausserrhoden Ehre und Würde einlegen und wichtige Kontakte herstellen. Und wir werden uns dafür einsetzen, mit unserem Präsidium die gegenseitige Akzeptanz und die Bekanntheit des Appenzellerlandes zu verbessern. Ich bin seit 2015 in der Regierung von Ausserrhoden und bin seither die Ausserrhoder Regierungsvertretung in der Bodenseekonferenz. Das habe ich immer gerne gemacht. Weil trotz der Unterschiede zwischen den grossen deutschen wBundesländern und uns bei der Bevölkerungszahl oder der Wirtschaftskraft die Gemeinsamkeiten im Vordergrund stehen.

Welche Gemeinsamkeiten haben wir denn?
Ich geniesse gerne die Aussicht im Appenzeller Vorderland, es lohnt sich, von hier den Blick über den Bodensee und über die Grenzen schweifen zu lassen. Man versteht unweigerlich, warum in diesem Raum verschiedenste Beziehungen bestehen – seit Jahrhunderten, nicht erst, seit es die IBK gibt. Ich habe mich im Hinblick aufs Präsidium vermehrt mit der Vergangenheit auseinandergesetzt. Der Einfluss des einst mächtigen Bistums Konstanz war geschichtlich für uns alle prägend. Wir sprechen die gleiche Sprache, wir habe kurze Wege, wir haben kulturelle Verbindungen nach Süddeutschland, nach Vorarlberg und Liechtenstein. Überall bestehen auch Handelsbeziehungen, die Wirtschaft arbeitet unglaublich eng zusammen. Vieles läuft, das muss man gar nicht neu erfinden.

Nicht alles läuft. Beim Verhältnis mit der EU kommt die Schweiz nicht vom Fleck, nachdem das Rahmenabkommen vom Bundesrat versenkt wurde.

Der Bodenseeraum ist nicht die ganze Schweiz und auch nicht die EU. Eine gute Zusammenarbeit wie im Bodenseeraum stärkt im Umkehrschluss auch die politische Selbstständigkeit der jeweiligen Staaten. Die EU profitiert von der Schweiz und umgekehrt. Diese Erkenntnis sollte zuweilen wieder mehr ins Zentrum der Verhandlungen gestellt werden.

Das Zusammenleben in der Nachbarschaft kann aber unter Spielregeln leiden, die in fernen Hauptstädten gemacht werden.
Unser Jahresmotto lautet «Beziehungspflege und Austausch». Wir haben als Schweizer Kantone erkannt, dass wir den Dialog mit Bundesbern intensivieren und die Wahrnehmung der IBK in Bern stärken müssen. Es war für uns deshalb ein schönes Zeichen, dass unser Bundespräsident und Aussenminister Ignazio Cassis zum IBK-Jubiläum auf den Säntis kam und einen ganzen Tag für uns investiert hat.

Die Ostschweiz muss im Gegensatz zu ihren Partnern in der IBK Bern bemühen, um in Brüssel Gehör zu finden.
Liechtenstein ist klein, aber ein Staatsgebilde, das ganz direkt Zugang hat zu Brüssel hat. Die Länder Vorarlberg, Bayern und Baden-Württemberg müssen den Austausch mit Wien oder Berlin pflegen, weil sie aber in der EU zusammengeschlossen sind, kommen sie aber nicht darum herum, auch selbst einen Draht nach Brüssel herzustellen. So funktioniert es.

Entscheidend dürfte sein, dass die IBK-Mitglieder überall dieselben Anliegen vertreten.
Das ist absolut richtig. Wenn wir in diesem Gebilde die verschiedenen Rollen richtig verstehen, können wir uns als Willensregion um den Bodensee profilieren. Das ist in den Köpfen der IBK-Verantwortlichen fest verankert: Wir wollen beweisen, dass es geht, die Grenzen zu überwinden. Immer dann, wenn man die Grenzen zu stark abgezäunt hat, hat dies auf alle Seiten Schaden erzeugt.

Wenn die IBK Grenzen überwinden will, dann muss sie Verkehrspolitik betreiben. Das kann die Politik nicht privater Initiative überlassen.
Wir können in der IBK Ideen entwickeln und diese in unseren jeweiligen Ländern und Kantonen installieren, umsetzen können wir sie nicht. Es ist Aufgabe der IBK, dafür zu schauen, dass man nicht immer an den Landes- und Kantonsgrenzen ansteht. Ein aktuelles Beispiel ist die Verlängerung der S-Bahn von Romanshorn über Rorschach nach Lindau.

Sie können Wünsche formulieren, aber bei der Umsetzung ist die IBK Bittsteller?
Nicht Bittsteller, sondern Brückenbauerin. Die IBK kann versuchen, die Grenzen aufzuweichen, die Akteure zusammenzubringen. Am Schluss geht es aber um Geld, und da liegen die Zuständigkeiten nicht mehr bei der IBK.

Bald wird eine Regierungskommission der Bodenseeanrainerstaaten aus der Taufe gehoben. Soll diese die mangelnden Zuständigkeiten kompensieren?
Das Zusammenspiel der Regierungskommission und der IBK ist noch nicht im Detail geregelt. Der Kanton St.Gallen hat die Aufgabe übernommen, eine Konferenz dazu durchzuführen. Wir glauben, dass dieses neue Format wertvoll sein kann. Der Bundesrat will es jedenfalls aktiv nutzen, wie Bundespräsident Ignazio Cassis auf dem Säntis darlegte. Entscheidend wird sein, wie viel politisches Engagement investiert wird.

«Am Schluss geht es um Geld, und da liegen die Zuständigkeiten nicht mehr bei der IBK.»

Ein wichtiger Schritt für Sie?
Wir heben diese Konferenz im Jubiläumsjahr aus der Taufe. Es zeigt, dass wir als IBK in Bern angekommen sind, wenn der Bundespräsident selbst das Gefäss nutzt. Er muss Gespräche mit EU wieder in Gang bringen, die neue Konferenz ist eine Chance dazu. Für uns wäre es eine Auszeichnung, wenn man zum Schluss kommt: «Es funktioniert, wenn man es so macht wie die IBK». Denn bei aller Bescheidenheit dürfen wir durchaus selbstbewusst versuchen, eine Modellregion in Europa zu werden.

Magistrales Zäuerli

Mit dem Gipfeltreffen auf dem Säntis konnte Alfred Stricker als IBK-Vorsitzender eine länger gehegte Idee umsetzen. Schon 2015 hatte der parteilose Ausserrhoder Regierungsrat ein solches Treffen vorgeschlagen, damals ging der Vorschlag aber unter. Anlässlich des Geburtstags klappte es, und der intime und abgeschlossene Rahmen ermöglichte den Regierungschefs eine vertiefte und persönliche Auseinandersetzung mit der Zukunft der IBK. «Der Anlass wurde zu einem richtigen Highlight», freut sich Stricker.
Der IBK-Präsident machte seine Gäste im Rahmenprogramm mit der Appenzeller Kultur in Form von Naturjodel vertraut – und zeigte die Parallelen zur Politik auf. «Jemand muss anfangen, muss die Kraft haben, um vorauszugehen, muss sich vielleicht auch den Raum erkämpfen, ein Zäuerli anstimmen, er muss Sicherheit und Klarheit transportieren, zwei, drei, vier Töne lang», erläutert Stricker. «Plötzlich gibt es Leute, die die Botschaft verstehen und mitkommen.» So funktioniere auch politische Führung.
In der Politik müssten die Protagonisten auch die Kraft und den Willen haben, vorauszugehen, sagt Stricker, «auch wenn wir noch nicht wissen, wie gross die Unterstützung sein wird». Der Gastgeber beliess es nicht bei der Theorie: In der freien Natur, auf dem Laternliweg auf der Schwägalp, brachte er die Regierungschefs und weiteren Delegationsmitglieder dazu, gemeinsam zu singen.

Text: Philipp Landmark
Bilder: Marlies Thurnheer

Grenzenlose Zusammenarbeit

Im Vierländereck rund um den Bodensee wird eine Wirtschaftsleistung in der Grössenordnung von Finnland erbracht. Seit nunmehr 50 Jahren kümmert sich die Internationale Bodenseekonferenz auf politischer Ebene um die vielfältige Zusammenarbeit – die künftig dank eines neuen Instruments noch vertieft werden soll.

Der Bodenseeraum war schon eine prosperierende Wirtschaftsregion, bevor es Geschichtsschreiber, geschweige denn Statistiker gab. Die frühzeitlichen Menschen kannten nur den Fussmarsch und noch keine suboptimal aufeinander abgestimmte Verkehrsplanung, die Handelshemmnisse damals waren vielleicht Naturgefahren, aber zumindest nicht bürokratischer Natur.

Grenzen schaffen unterschiedliche Hoheitsgebiete

Ein paar tausend Jahre später ist das Zusammenleben rund um den Bodensee fraglos angenehmer, wenn auch komplexer. Der Beziehungsstatus der Länder und Kantone in diesem Raum ist «kompliziert» – nicht, weil sich die vier Millionen Menschen hier nicht mögen, sondern weil sie im Verlauf der Geschichte durch Grenzen in unterschiedliche Hoheitsgebiete sortiert wurden.

Seit 50 Jahren wirkt inzwischen die Internationale Bodenseekonferenz (IBK) in diesem Raum, anfänglich ging es darum, den namengebenden gemeinsamen Trinkwasserspeicher sauber zu halten, heute liegt eine wesentliche Aufgabe der IBK darin, die Bedeutung der Grenzen im Alltag der Menschen zu minimieren.

Sauberes Seewasser

Als Vorläufer der IBK wurde schon 1959 in St.Gallen die Internationale Gewässerschutzkommission für den Bodensee gegründet, 1960 wurde in Steckborn ein Übereinkommen über den Schutz des Bodensees gegen Verunreinigungen unterzeichnet.

Daraus entstand 1972 die Bodenseekonferenz, die als informelle Plattform der Bodensee-Anrainerländer Baden-Württemberg, Bayern und Vorarlberg und Anrainerkantone

Gruppenfoto der IBK-Gipfelkonferenz (von links): Minister Winfried Hermann (BW), Staatsministerin Melanie Huml (BAY), Regierungsrat Patrick Strasser (SH), Regierungspräsidentin Monika Knill (TG), Landeshauptmann Markus Wallner (VA), Bundespräsident Ignazio Cassis, Regierungschef Daniel Risch (FL), IBK-Vorsitzender 2022 Regierungsrat Alfred Stricker (AR), Landammann Roland Inauen (AI), Regierungsrat Fredy Fässler (SG), Regierungsrat Ernst Stocker (ZH).

St.Gallen, Schaffhausen und Thurgau gegründet wurde. Im Vordergrund standen Fragen der Raumordnung und des Umweltschutzes, und da weiterhin insbesondere des Gewässerschutzes: Der Bodensee wurde zu lange vernachlässigt.

Erweiterung der IBK

In den Achtzigerjahren wurde die Konferenz dann auch im Namen «International» und weitete gleichzeitig mit der Gründung der Kommissionen für Verkehr und für Kultur den Blick. Später sollten unter anderem die Kommissionen für Wirtschaft sowie für Bildung, Wissenschaft und Forschung folgen. Ab 1993 wurde die IBK um beide Appenzell erweitert, 1998 folgten Zürich und das Fürstentum Liechtenstein. Nach der Jahrtausendwende wurden in der IBK auch Projekte zum Klimaschutz oder zur Digitalisierung angeschoben.

Weil die IBK quasi als Interessengemeinschaft regionaler politischer Körperschaften zwar Gestaltungskraft entwickeln kann, aber formell kaum Weisungsbefugnisse hat, bekommt sie just zum Jubiläum mit der Regierungskommission Bodensee ein neues Gremium zur Seite gestellt. Geleitet wird diese Kommission von hohen Beamten der jeweiligen Aussenministerien, sie soll künftig als Schnittstelle zwischen der IBK und den nationalen Regierungen funktionieren. Damit können auf nationalstaatlicher Ebene Probleme aufgenommen werden, die auf der Ebene der Kantone und Bundesländer aus Kompetenzgründen nicht gelöst werden können.

Die Realisierung dieser Kommission, die im Mai in St.Gallen an einem Pilottreffen ins Leben gerufen wird, ist nicht zuletzt der Initiative des Schweizer Bundespräsidenten Ignazio Cassis zu verdanken. Cassis war es dann auch vorbehalten, diese

Regierungskommission am IBK-Jubiläumsanlass auf dem Säntis anzukündigen.

Gemeinsame Leitlinie

Die IBK-Regierungschefs trafen sich auf Einladung ihres Vorsitzenden, Regierungsrat Alfred Stricker (AR) auf dem Säntis zu Arbeit und Beziehungspflege. Die Regierungsvertreter hielten anschliesend in einer «Gipfelerklärung» fest, dass sie entschlossen seien, «eine europäische Vorzeigeregion mit hoher Wirtschaftskraft, sozialer Gesinnung und Engagement für Nachhaltigkeit zu sein.»

Die zwölf Punkte der Erklärung betonen gemeinsame Werte auf dem Fundament der alemannischen Kultur. Deshalb sollen Bodensee und Rhein stets verbindend und nicht trennend sein. «Die Gipfelerklärung ist nun die Leitlinie für die IBK in der Zukunft», sagt Regierungsrat Alfred Stricker.

Im Dialog mit der Wirtschaft will die IBK das Vierländereck als «Modellregion für Entwicklung, Nachhaltigkeit und Klimaschutz» positionieren. Dafür will sie die besten Köpfe, weshalb auch die Bildungszusammenarbeit verstärkt werden müsse. Viel verspricht sich die IBK zudem von Impulsen und dem Engagement der jüngeren Generation.

Im Verkehr setzt die IBK auf eine ökologische und vernetzte Mobilität; im Austausch der Menschen will sie verhindern, dass wieder wie während der Pandemie von Mitte März bis Mitte Juni 2020 Grenzen geschlossen werden: «Die Schlagbäume dürfen nicht noch einmal heruntergehen.»

Potente Wirtschaftsregion

Immerhin wohnen mehr als vier Millionen Menschen im Bodenseeraum, davon mehr als die Hälfte auf Schweizer Gebiet. Die Statistikplattform Bodensee der IBK unter der

Die Internationale Bodenseekonferenz (IBK) umfasst die Schweizer Kantone Thurgau, St.Gallen, Appenzell Innerrhoden, Appenzell Ausserrhoden, Schaffhausen und Zürich, das Fürstentum Liechtenstein, die Landkreise Konstanz, Sigmaringen,- Bodenseekreis und Ravensburg des Bundeslands Baden-Württemberg und die Landkreise Lindau, Oberallgäu, und Kempten des Freistaats Bayern sowie das österreichische Bundesland Vorarlberg.

Der Schweizer Bundespräsident Ignazio Cassis erläutert auf dem Säntis den Medien die Idee der Regierungskommission Bodensee.

Federführung der Fachstelle für Statistik des Kantons St.Gallen hat etliche Kennzahlen zusammengetragen, so zählt sie 2019 im IBK-Raum 2,3 Millionen Erwerbstätige. Der Anteil an Erwerbstätigen pro 1000 Einwohner liegt dabei in Zürich mit 605 und in Liechtenstein mit 1048 am höchsten – im Fürstentum gibt es also mehr Arbeitsplätze als Einwohner. Fast drei Viertel der Arbeitsplätze entfallen auf den Dienstleistungssektor.

«Die Gipfelerklärung ist nun die Leitlinie für die IBK in der Zukunft.»

Alfred Stricker, IBK-Vorsitzender

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) der Bodenseeregion 2018 betrug 272 Milliarden Euro (damals 314 Milliarden Franken), was knapp dem BIP von Finnland oder sechs Prozent des kumulierten BIP von Deutschland, Österreich, Liechtenstein und der Schweiz entspricht. Das Gros davon wird mit 196 Milliarden Euro in der Schweiz erwirtschaftet – hier wirkt sich aus, dass neben der engeren Ostschweiz auch der potente Kanton Zürich in die Statistik einfliesst.

IBK auf Jubiläumstournee

Dass die IBK künftig dem Verkehr, insbesondere dem Öffentlichen Verkehr, noch mehr Aufmerksamkeit widmen will, liegt auch an den täglichen Pendlerströmen in der Bodenseeregion. 2019 wurden total 57400 Grenzgänger gezählt, die grössten Bewegungen laufen aus dem Vorarlberg nach Liechtenstein und St.Gallen sowie von St.Gallen nach Liechtenstein. Signifikante Pendlerströme gibt es auch aus dem Raum Konstanz in den Thurgau, nach Zürich und nach Schaffhausen.

Anlässlich des Jubiläums 50 Jahre IBK wird zwischen dem 16. Mai und dem 31. Juli eine Wanderausstellung in einem speziell gestalteten Schiffcontainer an verschiedenen Orten in allen zehn Mitgliedsländern und Mitgliedskantonen IBK-Themen der Bevölkerung näher bringen. Der Container wird jeweils auch Dreh- und Angelpunkt für politische Gespräche und kulturelle Intermezzi sein. Zu den einwöchigen Gastspielen werden auch Delegationen von Schulen und den regionalen Parlamenten eingeladen.

Text: Philipp Landmark
Bilder: Erich Brassel, Philipp Landmark

Der St.Galler Staatssekretär Benedikt van Spyk bereitet das Pilottreffen der Regierungskommission Bodensee vor.

Aktive St.Galler Aussenpolitik

Die Regierung des Kantons St.Gallen sei gewillt, eine aktive, zielgerichtete Aussenpolitik zu betreiben, sagt Staatssekretär Benedikt van Spyk. Die verschiedenen Partner in der IBK würden durchaus wahrnehmen, dass sich St.Gallen da ins Zeug legt, «das wird geschätzt, gerade auch von der deutschen Seite».

In den letzten Monaten waren der österreichsche Botschafter und der deutsche Botschafter zu Besuch in St.Gallen, ebenso ein Staatssekretär aus Baden-Württemberg. Die Mitglieder der Regierung haben mit ihnen dabei auch das Projekt Regierungskommission vorbesprochen, «wir wollten Fragen und Vorbehalte frühzeitig abholen».

Die Botschafter der Nachbarländer sind für die St.Galler Regierung zentrale Ansprechpartner, Gespräche mit ihnen haben deshalb Priorität vor, beispielsweise, Höflichkeitsbesuchen von Botschaftern aus Übersee. Die Regierung fokussiert sich zur Zeit auf Botschafter der Nachbarländer.

Diplomatischer Support für den Lebensraum Bodensee

In vielen Themen kann die Internationale Bodenseekonferenz gemeinsame Lösungen erarbeiten. Sobald die nationale Ebene mitwirken muss, kann sie aber nichts beschliessen. Im Mai soll nun in St.Gallen ein Pilottreffen einer Regierungskommission Bodensee mit hochrangigen Vertretern aus Deutschland, Österreich, Liechtenstein und der Schweiz stattfinden. So soll die nationale Ebene einbezogen werden, um bestimmte Probleme im IBK-Raum zu lösen.

Dass die frohe Botschaft just zum 50. Geburtstag der IBK verkündet wurde, war eher ein glücklicher Zufall. Dass der Schweizer Bundespräsident es verkündete, war allerdings kein Zufall: Bundesrat Ignazio Cassis, der selbst aus einem Grenzkanton stammt, hat mitbekommen, dass im Grenzraum Bodensee ein diplomatisches Format fehlt, das es in den anderen Schweizer Grenzregionen längst gibt: die Einbindung der nationalen Ebene in die regionale grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Als Aussenminister hat sich Cassis stark dafür eingesetzt, dass nun auch in der Bodenseeregion eine Regierungskommission installiert wird. Sie soll helfen, bei Themen voranzukommen, die eine IBK nicht im Rahmen der «kleinen Aussenpolitik» lösen kann.

Pandemie zeigte buchstäblich Grenzen auf

Eine unschöne Episode half mit, die Notwendigkeit eines Austauschs auf höchster Ebene zu erkennen. Im Zuge der Pandemie wurden überall die Grenzen geschlossen, zwischen Konstanz und Kreuzlingen wurde plötzlich ein Zaun hochgezogen. «Durch diese Grenzschliessung wurde augenfällig, wie sehr dies ein zusammengewachsener Lebensraum ist», sagt der St.Galler Staatssekretär Benedikt van Spyk. «Die Menschen haben nicht ein bisschen Kontakt über die Grenze, sie sind bis auf die tiefsten Ebenen der Gesellschaft verwoben.»

Als die Grenze in einem formellen Akt im Beisein der Aussenminister wieder geöffnet wurde, kam auch das Bedürfnis eines vertieften Austauschs zur Sprache. «Denn eigentlich müsste es ein regelmässiges Treffen der Aussenminister im Vierländereck geben», sagt van Spyk

Plötzlich wurde es konkret

Der Wunsch der IBK nach einem solchen Gremium bestand schon länger, nun nahm der Schweizer Aussenminister das Thema auf. «Die IBK musste Ignazio Cassis nicht beknien, er hat das Thema von sich aus stark vorangetrieben», betont van Spyk. Hätte er das nicht getan, dann wäre das Thema im Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten wohl nicht gleich zielstrebig angegangen worden. «Diesen politischen Rückhalt hat es gebraucht», ist der St.Galler Staatssekretär überzeugt.

Wie gross dieser Rückhalt ist, erfuhren die Ostschweizer, als sie den für die grenzüberschreitenden Beziehungen zuständigen Botschafter im EDA im letzten Oktober nach St.Gallen einladen konnten. Er überraschte dabei mit der Ankündigung, dass es einen konkreten Zeitplan für Realisierung dieses Format gebe, wie sich Benedikt van Spyk erinnert. «Wir haben gemerkt, dass plötzlich Zug in die Geschichte kommt, weil der EDA-Vorsteher das so will.»

«Diesen politischen Rückhalt hat es gebraucht.»

Vorbehalte aus Deutschland

Die Schweiz als Treiber der neuen Regierungskommission hatte sich im Vorfeld beim Auswärtigen Amt Berlin, beim Aussenministerium in Wien und beim Amt für Auswärtige Angelegenheiten in Vaduz erkundigt, ob eine solche Plattform mitgetragen würde. Vorbehalte gegen diese neue Regierungskommission gibt es durchaus, naturgemäss von einigen Departementen und Ämtern, die sagen, sie hätten mit den bisherigen Dossiers schon genug zu tun.

Auch aus Deutschland gibt es kritische Stimmen, die befürchten, die Schweiz wolle auf diesem Weg Probleme, die im bilateralen Verhältnis zur EU bestehen, abmildern. «Auch wenn diese beiden Themen zeitlich zusammenfallen, das war nie eine Motivation», versichert Benedikt van Spyk. «Wir haben nicht die Ambition, über dieses Gefäss Europapolitik zu machen.»

Dennoch müssen die deutschen Bedenken als Rahmenbedingung berücksichtigen werden. Die Antwort aus Berlin sei eher verhalten gewesen, sagt van Spyk, die deutsche Seite habe insbesondere auch Vorbehalte, ob dieses Format einen Mehrwert bringen kann. «Sie sagten aber zu, bei einem Pilottreffen mitzumachen.»

Positive Signale gibt es von den anderen beiden Partnern, «Österreich und Liechtenstein begrüssen die Regierungskommission.» Das Pilottreffen der Regierungskommission

adlatus
Erfolg dank Erfahrung

Guter Rat ist *nicht* teuer!

Der Anruf auf 079 481 70 00 auch nicht!

www.ostschweiz.adlatus.ch

Donnerstag, 21. April 2022
Olma Halle 9.2, St. Gallen

Hauptsponsor
acrevis
Meine Bank fürs Leben

Co-Sponsor
die Mobiliar
Generalagentur St. Gallen

Medienpartner
LEADER

www.offa-gewerbetag.ch

Bodensee finden nun am 5. Mai in St.Gallen statt, wie Bundesrat Cassis am IBK-Jubiläum auf dem Säntis bekannt gab.

Cassis wieder dabei

Somit steht die Regierungskommission der vier IBK-Länder vor der Gründung, der Kanton St.Gallen bereitet im Auftrag der IBK zusammen mit dem EDA die erste Konferenz dieses neuen Gremiums vor. «Die Einladungen sind verschickt und die Schweizer Delegation ist bereits bestimmt», sagt van Spyk.

Am 5. Mai wird die Schweizer Delegation in St.Gallen durch einen Botschafter vom EDA angeführt. Ein Botschafter ist auf dem diplomatischen Parkett die nächste Stufe nach dem Minister. Dazu kommen verschiedene Regierungsmitglieder aus den IBK-Kantonen, St.Gallen wird durch Regierungspräsident Marc Mächler vertreten. Deutschland, Österreich und Liechtenstein haben zugesichert, ihrerseits ebenfalls Vertreter im Rang eines Botschafters zu entsenden.

Wie schon auf dem Säntis wird Ignazio Cassis auch St.Gallen nach Möglichkeit seine Aufwartung machen. «Die Geschäfte erledigen die Botschafter», sagt van Spyk, «doch Bundesrat Cassis unterstreicht die hohe Bedeutung, die die Schweiz der Regierungskommission beimisst.» Ein Besuch des Bundespräsidenten ist diplomatisch die höchste Auszeichnung.

Völkerrechtlicher Vertrag

Ein Anliegen der einladenden Schweizer Seite ist ein gewisser verbindlicher Rahmen der neuen Regierungskommission, wie Benedikt van Spyk erklärt: «Sie soll eine völkerrechtliche Grundlage bekommen, dafür soll es einen sogenannten Notenaustausch geben.» Der völkerrechtliche Vertrag regelt die Verpflichtungen der Partner, was auch sehr grundlegende Dinge sein können: etwa der Grundsatz, sich mindestens einmal im Jahr zu einer Sitzung zu treffen. Entwürfe für diesen Vertrag sollen noch vor dem Treffen unter den Beteiligten zirkulieren.

Die Regierungskommission soll kein Gefäss werden, das sich mit der Zeit verselbstständigt und eine eigene Agenda verfolgt, sondern nur Themen besprechen, die aus der IBK kommen. Das ist auch wichtig für die IBK, wie van Spyk erklärt: «Unser Ziel ist ja auch Subsidiarität. Für Fragen, die wir auf Stufe IBK lösen können, brauchen wir die nationale Ebene nicht.»

Wenn es die nationale Ebene braucht, weil ein Thema aufgrund unklarer Zuständigkeiten nicht vom Fleck kommt, kann die Regierungskommission die Frage beraten und Empfehlungen aussprechen. Entscheide treffen kann auch sie nicht, wenn es etwa um den öffentlichen Verkehr geht. Die Aussenministerien haben in den für die IBK relevanten Fragen keine Dossierführerschaft. Sie können aber die Koordination übernehmen, sagt van Spyk: «Damit wir auf der nationalen Ebene den Zugang haben zu den relevanten Stellen, Bundesämter, und die richtigen Leute an den Tisch bekommen, um die Probleme zu lösen.»

Hier hofft Benedikt van Spyk, dass der völkerrechtliche Vertrag Beschlüssen der Regierungskommission auch Gewicht bei den anderen Ämter gibt. «Wenn eine Empfehlung der Regierungskommission kommt, sollte eine Mitwirkung der relevanten Bundesstellen sichergestellt sein. Das bringt eine gewisse Verbindlichkeit in diese Zusammenarbeit, die jetzt sehr stark fraktioniert ist.»

Nachholbedarf beim Verkehr

Die IBK hat sich als Fokusthema den Verkehr, insbesondere den öffentlichen Verkehr vorgenommen. «Da sind die Zuständigkeiten sehr stark verwoben», sagt Benedikt van Spyk. Die Zuständigkeiten im Bereich des öffentlichen Verkehrs sind in Bezug auf Infrastruktur, Bestellwesen, Rollmaterial, Fahrplangestaltung usw. auf verschiedene Stellen auf unterschiedlichen Stufen (national, regional, kommunal) verteilt. «Man kommt teilweise nicht voran, weil nicht klar ist, wer eigentlich für welches Problem mit wem reden müsste.»

«Für Fragen, die wir auf Stufe IBK lösen können, brauchen wir die nationale Ebene nicht.»

Probleme freilich, die anderswo schon längst gelöst wurden. «Alle anderen Grenzregionen haben grenzüberschreitende Tarifverbünde und ÖV-Systeme,», gibt van Spyk zu bedenken. Der Schritt mit der Regierungskommission sei deshalb weniger ein grosser Wurf, sondern «ein Nachvollzug dessen, was andere schon haben». Darum sei es für die IBK klar, dass es ein solches Gefäss, das den Anschluss an die nationale Ebene bringt, brauche.

Nicht nur Nebenthemen

Am Jubiläumsanlass der IBK auf dem Säntis seien sich die beteiligten Delegationen einig gewesen, dass die Erreichbarkeit eine zentrale Problemstellung ist. «Der Austausch der Menschen und die wirtschaftliche Entwicklung werden heute behindert», hält van Spyk fest. Die Regierungskommission könnte hier durch Empfehlungen oder eine Verbesserung der Koordination eine relevante Unterstützung leisten.

Wenn die Regierungskommission installiert sei, dürfe man sich keine Illusionen machen, dass nun alles von selbst laufe, warnt Benedikt van Spyk. In der internationalen Zusammenarbeit habe man nicht von heute auf morgen ein Ergebnis, man müsse konkret an Themen arbeiten und diese auf der richtige Ebene adressieren. Mit der Regierungskommission im Rücken sollte aber die IBK künftig in den grossen und schwierigen Themen besser vorankommen.

«Wir haben uns in den letzten Jahren auf zu viele unterschiedliche Themen fokussiert statt die ganz zentralen, anspruchsvollen Themen zu adressieren», hält van Spyk fest. In gewissen Themen sei man durchaus gut vorangekommen, «in der Hochschul-Zusammenarbeit hat man viel erreicht.» Nun aber soll die IBK im schwierigen Verkehrsdossier vorankommen. «Eine Vision wäre für mich persönlich, dass die Regierungskommission auf Antrag der IBK empfiehlt, eine Gesamtverkehrsstrategie Bodensee mit ÖV, motorisiertem Individualverkehr und Langsamverkehr zu erarbeiten.»

Text: Philipp Landmark
Bild: Marlies Thurnheer

Kleine Schritte zum grossen Wurf

Grenzüberschreitende Projekte des Öffentlichen Verkehrs sind komplex und langwierig. In der IBK scheinen der politische Wille und das Durchhaltevermögen inzwischen gross genug, um neue Projekte umzusetzen. Der Leiter des Amts für öffentlichen Verkehr des Kantons St.Gallen, Patrick Ruggli, kann ein Lied davon singen.

Der Leiter des Amts für öffentlichen Verkehr des Kantons St.Gallen in Rorschach vor einer S7 nach Bregenz und Lindau.

Neue Eisenbahn-Angebote lassen sich nicht von heute auf morgen einführen, vor allem dann nicht, wenn auch neue Eisenbahn-Infrastrukturen zu bauen sind. Noch einmal potenziert wird die Komplexität solcher Vorhaben, wenn die Angebote über Landesgrenzen hinweg realisiert werden sollen.

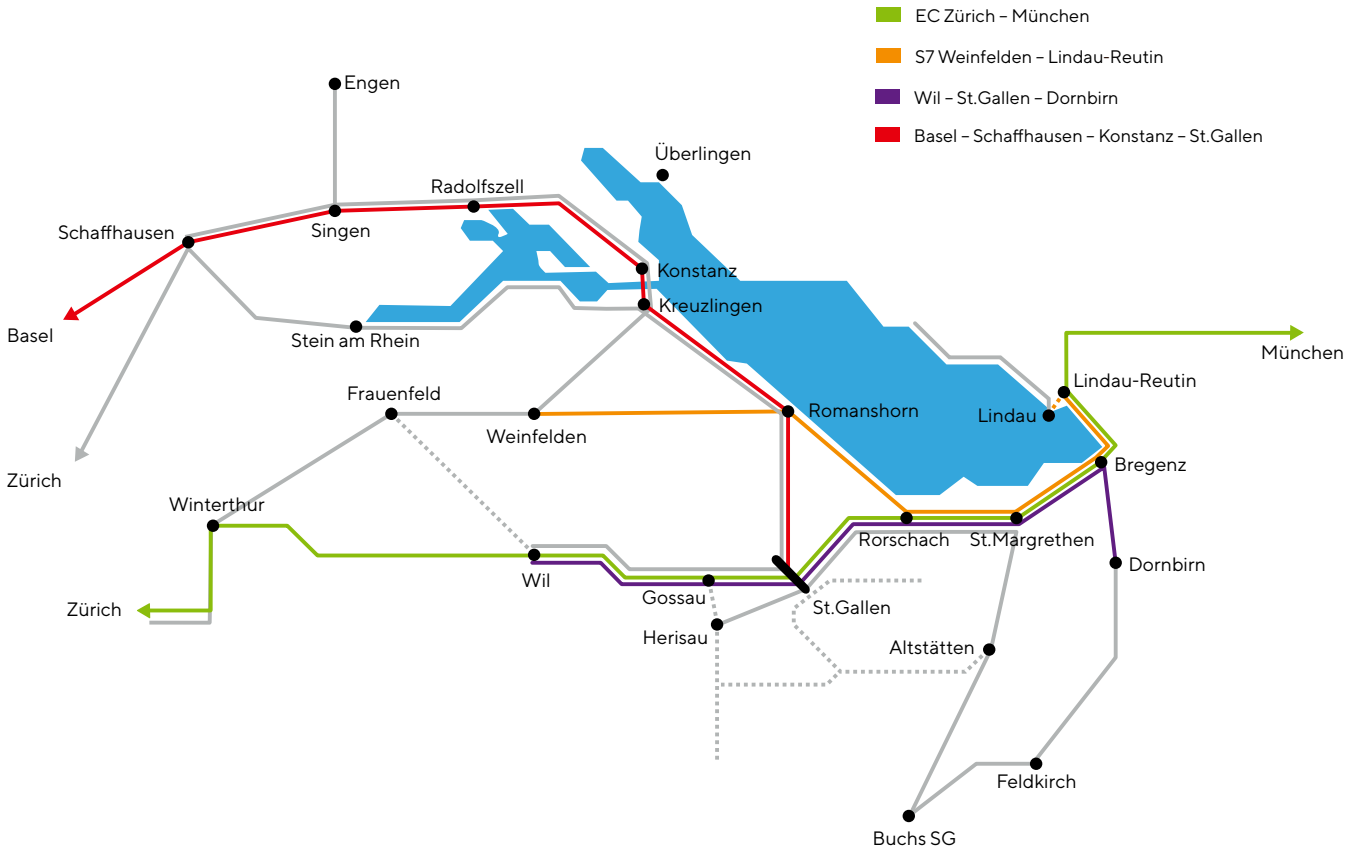
«2045» ist kein Druckfehler

Patrick Ruggli, Leiter des Amts für öffentlichen Verkehr des Kantons St.Gallen, ist Vorsitzender der Kommission Verkehr der Internationalen Bodenseekonferenz, die ein gemeinsames Zielbild für den schienengebundenen Öffentlichen Verkehr im Bodenseeraum erarbeitet hat: Bodanrail 2045 heisst das Dokument, die Ziffern stehen tatsächlich für die Jahreszahl.

«Es braucht einiges an Durchhaltevermögen in der ÖV-Planung», sagt Ruggli. Wenn bis in 20 Jahren ein besseres ÖV-Angebot die Menschen rund um den Bodensee verbinden soll, dann müssen heute Projekte aufgegleist und vorangetrieben werden. Bodanrail 2045 wurde gerade in der IBK-Kommission verabschiedet, nun müssen alle Beteiligten das Papier vom zuständigen Minister des Bundeslandes oder

Zielbild Bodanrail 2045

Neue grenzüberschreitende Verbindungen (Auswahl)



Mit dem Zielbild Bodanrail 2045 will die IBK kürzere Reisezeiten, mehr Direktverbindungen über die Grenze und abgestimmte Anschlüsse erreichen. Darin sind unter anderem folgende künftigen Verbindungen postuliert: Stündlicher EC Zürich–München, S-Bahn Romanshorn–Rorschach–St.Margrethen–Bregenz–Lindau, S-Bahn Wil–St.Gallen–Dornbirn, S-Bahn Wil–St.Gallen–Bregenz, Direktverbindung Basel–Schaffhausen–Konstanz–St.Gallen.

dem zuständigen Regierungsrat absegnen lassen. Im Kanton St.Gallen will die Regierung als Gremium das Zielbild verabschieden.

Kümmerer ohne Kompetenzen

Die IBK sei «der Kümmerer in der Sache», sagt Patrick Ruggli, sie hat aber selbst keinerlei Kompetenzen. «Sie ist auf Goodwill und Absprachen angewiesen und muss mit Anliegen in die gewohnten Gremien zurückgehen. Das ist nicht immer einfach.» Vor allem dann nicht, wenn ein IBK-Anliegen schon bei einem Mitglied auf der Strecke bleibt.

Wenn die IBK-Mitglieder Bodanrail 2045 genehmigt haben, muss es auch noch vom ständigen Ausschuss und von der Regierungschefkonferenz der IBK genehmigt werden. Das dürfte Formsache sein. Dann aber muss das Vorhaben auch in den jeweiligen Ländern Schweiz, Deutschland und Österreich in die nationale Planung integriert werden.

Randlage wird spürbar

Für alle Länder gilt gleichermassen, dass sie ungern in Infrastrukturen an der Peripherie investieren, auch in der Schweiz: «Die Post geht zwischen Zürich, Bern und Basel sowie am Genfersee ab», bestätigt Patrick Ruggli. Die Ostschweiz liege tatsächlich am Rande der Schweiz.

Ruggli weist aber auch darauf hin, dass in den anderen Grenzräumen Tessin, Genf und Basel der grenzüberschreitende Öffentliche Verkehr sehr viel weiterentwickelt sei, die Ostschweiz stecke dazu im Vergleich noch in den Kinderschuhen. «Vielleicht hat bis jetzt auch einfach der politische Wille gefehlt, das wirklich voranzutreiben.»

Wenn sich die Politik in der Grenzregion einig ist, dann ist das ein wertvoller erster Schritt, realisiert ist von einem Zielbild dann aber noch gar nichts. Die Umsetzung von grenzüberschreitenden ÖV-Projekten ist unglaublich komplex, aktuelle Vorhaben zeigen, dass nicht nur der Teufel oft im Detail steckt, sondern dass es auch eine schier endlose Zahl an Details zu klären gilt.

Ein bisschen Bodensee-S-Bahn

Als Vorbote einer künftigen «S-Bahn Bodensee» wird die S7 Romanshorn–Rorschach zur Drei-Länder-S-Bahn befördert und über St.Margrethen und Bregenz bis nach Lindau verlängert. Vorerst verkehrt diese S-Bahn allerdings nur am Wochenende, im Zwei-Stundentakt, und nur bis Lindau-Reutin.

«Das ist ja etwas lächerlich», räumt Patrick Ruggli ein, «aber immerhin, wir haben es geschafft, der Zug fährt!» Es sei kaum vorstellbar, welche Probleme es bei der Realisierung dieser

Verbindung alles gab. Rund um den See gibt es 15 Organisationen wie Nationalstaaten, Bundesländer, Kantone, die ÖV-Leistungen bestellen, deshalb sei es so schwierig, ein Angebot zu gestalten. Ein durchgehendes Billett von Rorschach nach Ravensburg kann man online nach wie vor nicht lösen. «Das ist unglaublich, wir sind doch im 21. Jahrhundert. Ich verarge es niemandem, wenn er mit dem Auto nach Lindau fährt, es ist einfacher», sagt der Leiter des St. Galler Amts für öffentlichen Verkehr.

Hindernis vor Lindau

«Immerhin haben wir überall Schienen in normaler Spurbreite, und auch das Stromsystem ist gleich, dann hören die Gemeinsamkeiten aber auf.» Grundsätzlich müsste die neue S-Bahnlinie in Bayern und in Vorarlberg ausgeschrieben werden, in der Schweiz ist das nicht zwingend. Es liess sich dann aber eine Lösung mit einer Ausnahmeregelung finden, dass eine Ausschreibung nicht nötig wurde.

Den Betrieb der S7 stellt nun die Ostschweizer SBB-Tochter Thurbo sicher. Für die Fahrt unter deutschen und österreichischen Oberleitungen muss sie ihre Gelenktriebwagen mit einem zusätzlichen Stromabnehmer mit breiterer Wippe ausrüsten. Und da in Österreich ein Aussenlautsprecher für Notfälle vorgeschrieben ist, mussten die auf der S7 eingesetzten Gelenktriebwagen mit solchen nachgerüstet werden.

Das alles waren lösbare Probleme für die Thurbo, ein lokalpolitisches und rechtliches Problem in Lindau ist es nicht: Der Bahnübergang Hasenweidweg auf dem Zugang zum Hauptbahnhof in der Altstadt auf der Insel Lindau darf nicht mit mehr Zügen als heute befahren werden. Bis die Stadt Lindau dort eine Unterführung gebaut haben wird, kann ein Teil der Züge, auch die S7, nur bis zum neuen Durchgangsbahnhof im Stadtteil Lindau-Reutin auf dem Festland verkehren. Was für Fernverkehrszüge aufgrund des Zeitgewinns sogar gewollt ist, ist insbesondere für die nur am Wochenende verkehrende, touristisch interessante neue S-Bahn ein schlechter Witz.

Stündlich nach München

Dennoch überwiegt bei allen Beteiligten die Freude, dass es überhaupt gelungen ist, diesen Zug aufs Gleis zu stellen. Die Fahrplanlage und der Zwei-Stunden-Takt sind kein Zufall: Die S-Bahn fährt jeweils dann, wenn der EC Zürich–München über St.Gallen–Lindau nicht fährt. Ab Dezember 2023 soll nach heutigen Plänen die S7 Rorschach–Bregenz–Lindau auch unter der Woche verkehren. «Damit besteht dann eine stündliche Verbindung aus dem Raum St.Gallen in Richtung Bregenz und Lindau», erklärt Patrick Ruggli, und erwähnt den Nebeneffekt, dass damit auch das Trassee «besetzt» ist. Sonst könnte nämlich auch ein Dritter den Trassee-Zugang beantragen. Das würde aber weitergehende Pläne der IBK durchkreuzen, insbesondere für St.Gallen und Vorarlberg ist nämlich klar, dass der EC Zürich–München dereinst im Stundentakt verkehren soll, auch wenn diese Fernverbindung im deutschen Bundesverkehrswegeplan weiterhin als Zwei-Stunden-Takt festgehalten ist.

Zwischen Lindau und München wurde die Strecke inzwischen durchgehend elektrifiziert, auch dank einem Zustupf von 75 Millionen Franken aus der Schweiz. Damit können nun statt der konventionellen Züge, die in Lindau mit Dieselloks bespannt wurden, elektrische Astoro-Triebzüge der SBB eingesetzt werden. Aber auch dort, wo die Astoro fahren, kann die versprochene Fahrzeitreduktion von viereinhalb auf dreieinhalb Stunden nur bedingt realisiert werden.

Patrick Ruggli ist Vorsitzender der Kommission Verkehr der Internationalen Bodenseekonferenz.

Denn ein Teil der Züge hat technische Probleme, weil in jedem Land verschiedene Sicherheitssysteme gefordert werden und dafür in kurzen Abständen die Software runter- und wieder hochgefahren werden muss. Theoretisch sollte das während der Fahrt möglich sein, das klappt bis jetzt aber nicht. Dann trägt auch noch eine Baustelle zwischen Lustenau und Bregenz das ihre dazu bei, dass die Züge alles andere als pünktlich verkehren.

«Ich verarge es niemandem, wenn er mit dem Auto nach Lindau fährt, es ist einfacher.»

Schweizer Studie zeigt deutsche Nadelöhre

Eine schöne Anekdote wäre es natürlich, wenn die SBB gelegentlich auch auf dieser Strecke ihre neuen Mehrsystem-Züge Giruno einsetzen würden, um die technischen Probleme in den Griff zu bekommen, denn diese sind nicht nur einiges

apparranger

AppArranger - smarte und innovative Terminverwaltung für Ärzte und Therapeuten

- Buchung und Terminverschiebung online durch Ihre Patienten
- schnellere Termine für Patienten dank automatisierter Warteliste
- sichere Kommunikation mit Patienten dank dem integrierten Messenger
- kostenlose Webseite für Ihre Praxis

jetzt risikofrei testen

+41 44 515 95 00
info@apparranger.com
www.apparranger.com

komfortabler, sondern sie werden auch in Bussnang, mitten im IBK-Raum, gebaut.

Soll der EC nach München in einigen Jahren tatsächlich stündlich verkehren, dann müssten mehrere Dutzend Millionen Euro in die Infrastruktur investiert werden. Im Allgäu gibt es nämlich noch sehr lange Einspurabschnitte, kurz vor München besteht zudem ein Nadelöhr. Wo nun in Deutschland Doppelspurinseln oder ein Ausbau von zwei auf vier Gleise nötig wäre, wird eine Studie aus der Schweiz aufzeigen: Das Bundesamt für Verkehr hat aus Bern einen parlamentarischen Auftrag gefasst, den notwendigen Infrastrukturbedarf aufzuzeigen.

Potenziale abgeschätzt

Beim Entwerfen des Zielbilds Bodanrail 2045 haben die IBK-Mitglieder nicht bei Null angefangen, sondern die Planung der jeweiligen Länder als Grundlage genommen und diese möglichst intelligent verknüpft. «Dafür haben wir einfache Potenzialabschätzung gemacht», erklärt Patrick Ruggli. Die Kommission hat Verbindungen identifiziert, bei denen es etwas bringen würde, wenn man mit dem ÖV schneller wäre. «Wir wollen ja einen Teil der Leute vom Auto auf den Zug bringen.»

Der Nachteil gegenüber einem Raum wie Basel: Es gibt rund um den Bodensee zwar grosse Grenzströme, darunter viele Einpendler vor allem aus Vorarlberg und auch aus Deutschland, die in den Kanton St.Gallen kommen. Aber sie haben nicht dasselbe Ziel. Viele grosse Arbeitgeber sind beispielsweise über das ganze Rheintal verteilt angesiedelt. Das macht es schwieriger, diesen Pendlern ein passendes ÖV-Angebot zu schneidern.

Über Konstanz nach Basel

Das «etwas abgespeckte und realistische Zielbild» der IBK ist in den Augen von Patrick Ruggli eine pragmatische Lösung. Deshalb enthält Bodanrail 2045 aus Schweizer Sicht auch nicht ein Feuerwerk an Neuigkeiten, aber doch einige substanzielle Verbesserungen. Neben der bereits gestarteten S7 und dem stündlichen EC nach München wird ein stündlicher Zug von Wil über St.Gallen nach Dornbirn sowie ein Halbstundentakt Konstanz–St.Gallen postuliert. Die S3 Bregenz–St.Margrethen soll nach St.Gallen oder allenfalls bis Wil verlängert werden. Dazu kommt eine neue Direktverbindung Basel–Schaffhausen–Singen–Konstanz–St.Gallen, die deutsche Hochrheinstrecke wird dafür – wiederum mit Schweizer Beteiligung – elektrifiziert.

Die Finanzierung der Infrastruktur wird bei all diesen Ausbauschritten stets ein Thema sein, ebenso die konkrete Ausgestaltung der Tarife. Im IBK-Raum bestehen heute vier unterschiedliche Tarifverbünde, und die Leistungserbringer werden in den vier Staaten nach unterschiedlichen Prinzipien abgegolten.

Wenn sich also im Öffentlichen Verkehr etwas bewegen soll, dann braucht es einen grossen politischen Willen und einen langen Atem. Viel verspricht sich Patrick Ruggli von der neuen Regierungskommission der IBK-Staaten: Diese könne vielleicht mit einem Auftrag von oben viele der Krämpfe auf den unteren Ebenen lösen.

Text: Philipp Landmark
Bilder: Marlies Thurnheer
Grafik: MetroComm

Klare Strategie gefordert

Die St.Galler Regierung wurde vor vier Jahren vom Kantonsrat eingeladen, eine Auslegeordnung zu den Wirkungszusammenhängen des Bundesfinanzausgleichs vorzunehmen sowie geeignete Massnahmen zur Stärkung des Ressourcenpotenzials des Kantons aufzuzeigen. Jetzt liegt der wenig Mut machende Bericht vor.

Nach einer Analyse der Wirtschaftsstruktur und des Steueraufkommens kommt der Bericht zu einem klaren Ergebnis: Die Regierung beurteilt die ursprüngliche Zielsetzung, in der nächsten Dekade vom Nehmer- zum Geberkanton zu werden, als «nicht realistisch». Ziel des Kantons St.Gallen müsse es sein, die Abhängigkeiten vom Bundesfinanzausgleich zu verringern und die kantonale Ressourcenkraft zu steigern.

Aus meiner Sicht werden die Fragestellungen des Auftrages zu wenig miteinbezogen. So erscheinen die Schlussfolgerungen der Regierung etwas zu kurz gegriffen und die vorgeschlagenen Massnahmen als wenig «mutig» und zukunftsorientiert. Für sämtliche Staatsebenen muss der Anreiz bestehen, auf eigenen Beinen zu stehen, d. h. aufgrund der Einnahmen die Aufwendungen für jährlich wiederkehrende und strukturelle Ausgaben aus eigener Kraft zu tragen.

Wird die «Vision SG 2030: vom Nehmer- zum Geberkanton» wirklich als Vision verstanden, so werden damit weitergehende Massnahmen gewünscht. Demnach braucht es für den Kanton St.Gallen eine explizite Wachstumsstrategie.

Gerade wenn es ums Wachstum geht, braucht es eine klare politische Vorstellung und klare Vorgaben. Der Kanton St.Gallen als Ringkanton hat verschiedene spannende Punkte, diese muss man aber deutlich definieren. Zum Beispiel kann ein Industriestandort nicht überall im Kanton gepusht werden. Es gibt Dienstleistungsstandorte, Wohnstandorte und Tourismusstandorte. Ich setze mich nun ein für eine klare Strategie; diese ist heute noch nicht ersichtlich.

Michael Götte
Gemeindepräsident Tübach
Kantonsrat SVP St.Gallen

Ein Magnet für Investoren, Innovatoren und Entwickler

Eine Region, vier Länder und mittendrin ein See: Der Bodenseeraum gehört zu den wirtschafstarken Regionen Europas. Trotz Grenzen funktioniert die Zusammenarbeit zwischen den Ländern sehr gut. Nicht zuletzt auch dank Netzwerken wie der Internationalen Bodenseekonferenz IBK.

«Damit der Wirtschaftsraum Bodensee fit für die Zukunft ist, braucht es Anstrengungen von allen Seiten.»

Hans Peter Metzler

Für Süddeutschland und Vorarlberg ist die Bodenseeregion von grosser wirtschaftlicher Bedeutung. «Sie ist eine der zentralen europäischen Brückenregionen am nördlichen Alpenrand», sagt Christian Bücheler, Vorsitzender des Aussenwirtschaftsausschusses der IHK Hochrhein Bodensee in Konstanz. «Die Wirtschaftsstruktur ist ein breit gefächerter industrieller Branchenmix mit leistungsstarken, exportorientierten mittelständischen Unternehmen.» Das Bruttoinlandprodukt BIP der Bodenseeregion beträgt 272 Milliarden Euro respektive 314 Milliarden Schweizer Franken. Das macht etwa 6 Prozent des gesamten BIP der vier beteiligten Länder (Schweiz, Deutschland, Österreich und Fürstentum Liechtenstein) aus und ist vergleichbar mit dem nationalen BIP Finnlands (2018: 277 Milliarden Euro).

Hans Peter Metzler präsidiert die Wirtschaftskammer Vorarlberg. Für ihn zählt die Vierländerregion Bodensee zu den dynamischsten und innovativsten Wirtschaftsräumen in Europa. «Immer wieder rangiert sie im europaweiten Vergleich auf den vorderen Plätzen», sagt er. Zudem sei die Zahl der Beschäftigten in den vergangenen Jahrzehnten kontinuierlich gestiegen. Nebst dem grossen wirtschaftlichen Potenzial streicht er auch die hohe Lebensqualität und die attraktive Umgebung der Bodenseeregion heraus. «All das macht sie zu einem Magnet für Investoren, Innovatoren und Entwickler», weiss Metzler.

Viele der Unternehmen rund um den See seien noch im Familienbesitz oder auf andere Art und Weise stark regional verankert. Unter ihnen gebe es zahlreiche «Hidden Champions», die mit innovativen Produkten in ihren Technologiefeldern zu den Weltmarktführern zählten.

Verbindend und trennend zugleich

Den See selbst sehen Metzler und sein deutscher Kollege sowohl als verbindendes als auch trennendes Element in der Vierländerregion. «Der See ist ein Hindernis, das man überwinden oder umfahren muss, und gleichzeitig ist er identitätsstiftend», sagt Christian Bücheler. Gemein haben die vier Länder die Sprache, die Mentalität und den Fleiss, aber auch Herausforderungen wie die Suche nach Fachkräften oder die Digitalisierung. «Die gemeinsamen kulturellen, sprachlichen und wirtschaftlichen Wurzeln bilden die Basis für die traditionell engen und nachhaltigen Wirtschaftsbeziehungen über den See hinweg», so das IHK-Hochrhein-Bodensee-Vorstandsmitglied.

«Der See ist ein Hindernis, und gleichzeitig ist er identitätsstiftend.»
Christian Bücheler

Dieses grenzüberschreitende Wirtschaften ist allerdings nicht immer einfach, vor allem, weil die Schweiz nicht in der EU und Liechtenstein nur Mitglied des EWR ist. «Wichtig ist, dass die wirtschaftlichen Beziehungen klar durch Verträge geregelt sind», sagt Bücheler. Bislang sind diese Beziehungen zwischen der EU und der Schweiz durch Einzelverträge festgelegt. Doch viele davon stellen sich im Alltag als ungenügend heraus, wie etwa das Freizügigkeitsabkommen. «In der Schweiz können Dienstleistungen nur begrenzt erbracht werden. Voranmeldepflichten und Obergrenzen erschweren die heute üblichen schnellen Arbeitseinsätze.»

«Ausbaufähige Kooperation»

Ein Rahmenabkommen hätte Hindernisse wie dieses abbauen sollen, doch es scheiterte. Gemäss Bücheler sind die ersten Auswirkungen bereits spürbar. «Vom wissenschaftlichen Forschungsrahmenprogramm Horizon Europe wurde die Schweiz praktisch schon ausgeschlossen.» Sollten sich die EU und die Schweiz nicht bald auf neue Regeln verständigen, werde dies auf die Wirtschaft in der Region erhebliche negative Auswirkungen haben, ist der Unternehmer überzeugt. «Im Wettbewerb mit anderen Wirtschaftsräumen kann die Bodenseeregion nur dann erfolgreich bestehen, wenn alle Anrainerstaaten systematisch am Ausbau der vorhandenen Stärken arbeiten und gleichzeitig die noch vorhandenen Standortschwächen versuchen zu überwinden.»

So sieht es auch sein österreichischer Kollege Hans Peter Metzler. «Damit der Wirtschaftsraum Bodensee langfristig fit für die Zukunft ist, braucht es Anstrengungen von allen Seiten.» Zu den Herausforderungen gehören seiner Meinung nach nebst den bekannten Standortproblemen die mangelnde Anbindung der Bodenseeregion an die überregionalen öffentlichen Verkehrsnetze sowie die immer noch stark ausbaufähige Kooperation der Unternehmen mit den Hochschulen und Universitäten in allen vier Ländern.

Wenn Grenzen wieder eine Rolle spielen

Umso wichtiger sind denn auch grenzüberschreitende Netzwerke wie die Vereinigung der Bodensee-Industrie- und -Handelskammern (B-IHK) oder eben die Internationale Bodenseekonferenz (IBK). «Während der Pandemie haben wir erlebt, was es heisst, wenn Grenzen wieder eine Rolle spielen», sagt Bücheler. «Die IBK-Regierungschefs haben deshalb ein Konzept für ein koordiniertes grenzüberschreitendes Vorgehen im Pandemiefall in der Bodenseeregion vorgeschlagen.»

Gerade vor dem Hintergrund des gescheiterten Rahmenabkommens und dem Auslaufen bisheriger Abkommen komme der IBK eine ganz neue Bedeutung zu. «Jetzt geht es darum, wieder einen Dialog und eine Annäherung herzustellen, sonst waren die vielen Jahrzehnte der wachsenden Integration völlig umsonst», sagt Christian Bücheler.

Das Bruttoinlandprodukt der Bodenseeregion beträgt 314 Milliarden Schweizer Franken.

Für den Präsidenten der Wirtschaftskammer Vorarlberg spielt die IBK eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, den Bodenseeraum weiterhin attraktiv und wettbewerbsfähig zu gestalten, auch um die weltweite Spitzenposition zu halten. Wünschenswert wäre, so Hans Peter Metzler, den Bodenseeraum als Modellregion für nachhaltige Entwicklung auszubauen. Sein deutscher Kollege Christian Bücheler hofft, dass sich die IBK auch weiterhin beherzt und engagiert für gute Rahmenbedingungen im Bodenseeraum einsetzt. «Mehr denn je müssen wir nicht nur die Politik, sondern auch die Menschen in der Region davon überzeugen, dass alle von einer engeren Zusammenarbeit profitieren.»

Text: Marion Loher
Bilder: Studio Fasching, Transco

TKF
OFFA
Frühlings- und
Trendmesse, St.Gallen
20.–24. April 2022
offa.ch/tickets

«Grenzen spielen eine untergeordnete Rolle»

Die Ostschweizer Wirtschaft ist im Bodenseeraum stark verflochten. Der Direktor der IHK St.Gallen-Appenzell, Markus Bänziger, möchte diese Beziehungen weiter stärken.

«Die Schweiz tauscht alleine mit Bayern und Baden-Württemberg mehr Waren aus als mit ganz China.»
Markus Bänziger

«Die Ostschweiz ist Teil des Wirtschaftsraums Bodensee – und war dies stets: Bereits aus der frühen Neuzeit finden sich Zeugnisse für rege Wirtschaftsaktivitäten um den Bodensee», hält Markus Bänziger, Direktor der Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell, fest. Auch heute würden die nationalen Grenzen in der gelebten Wirtschaftsaktivität eine untergeordnete Rolle spielen, wobei aber die Zollformalitäten im Güterverkehr bedauerlicherweise noch immer beträchtlich sind. In den vier Kantonen der Kernregion Ostschweiz, also beiden Appenzell, St.Gallen und Thurgau, arbeiten über 16 000 Grenzgänger, wie Bänziger sagt. «Auch im Warenverkehr äussert sich die starke Verflechtung der Grenzregionen: Die Schweiz tauscht alleine mit Bayern und Baden-Württemberg mehr Waren aus als mit ganz China.»

Rechtliches Verhältnis infrage gestellt

Besorgt beobachtet Markus Bänziger deshalb die Verschlechterung der Beziehungen der Schweiz zur EU und die Erosion der Bilateralen Verträge seit dem Verhandlungsabbruch der Schweiz beim institutionellen Rahmenabkommen: «Das präzis austarierte rechtliche Verhältnis, das die so zentrale grenzübergreifende Wirtschaftstätigkeit ermöglicht, ist auf einmal infrage gestellt.»

Bisher konnte die Ostschweizer Wirtschaft in vielen Bereichen gleichberechtigt am europäischen Binnenmarkt teilnehmen und war über Interreg zudem in Teilen in die Regionalpolitik der EU eingebunden. Durch die Schweizer Schengen-Teilnahme könne die Bevölkerung im Bodenseeraum ohne Hindernisse die Grenzen passieren.

Identitätsstiftender See

Der Bodensee und der Rhein seien kulturell und politisch identitätsstiftend, sagt Markus Bänziger, «dies äussert sich auch im gemeinsamen Bestreben der Wirtschaft und der Politik, die Bodenseeregion als Metropolitanraum zu platzieren.» Er sieht darin «ein klares Bekenntnis zum gemeinsamen Wirtschaftsstandort.» Eine leistungsfähigere Verkehrsinfrastruktur würde dessen wirtschaftliches Potenzial sicherlich noch besser nutzbar machen, sagt Bänziger und verweist auf Regionen wie Basel oder Genf, wo die grenzüberschreitende Mobilität viel weiter entwickelt sei.

Die IHK St.Gallen-Appenzell wirkt in der Vereinigung der Bodensee-Industrie- und -Handelskammern (B-IHK) mit, die sich wie verschiedene andere Netzwerkorganisationen um eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit bemüht. Von der jubilierenden IBK wünscht sich der IHK-Direktor, dass sie sich weiterhin aktiv für einen starken gemeinsamen Wirtschaftsraum einsetze. «Und dass sie die praktische Bedeutung von vertieften und stabilen Wirtschaftsbeziehungen am Bodensee auch in die jeweiligen nationalen Regierungen trägt.»

Mit dem Austausch auf politischer Ebene bereite die IBK den Weg für die institutionelle Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedkantonen und -ländern, und bündle die Interessenvertretung der Region gegenüber den jeweiligen Staaten und der EU. «Diese Zusammenarbeit bereitet auch das Terrain für die Wirtschaftsbeziehungen: Ohne die richtigen politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen wären solche Beziehungen in der heutigen Intensität wohl nicht möglich.»

Text: Philipp Landmark
Bild: Marlies Thurnheer

Süsses Generationenprojekt

Der Standort der Bischofberger AG in Weissbad platzt aus allen Nähten. Im Sommer 2024 soll der Erweiterungs- und Neubau fertig sein. Geplant sind neben neuen Produktionsräumen für die Appenzeller Biber- und Nuss-Spezialitäten unter anderem ein Besucherzentrum mit Laden, ein Eventraum sowie ein Museum.

Das Bischofberger-Führungstrio Reto, Andrea und Urs Bischofberger realisieren den bisher grössten Um- und Erweiterungsbau in der Firmengeschichte.

Ob im Edelweiss-Flieger, in den Coop-Regalen oder am Kiosk: Die Biber-Spezialitäten der Bischofberger AG aus Weissbad sind in der ganzen Schweiz bekannt. Ob all dieses Erfolgs ist es in den letzten Jahren eng in den Produktionsräumen und in den Büros von «Biberli Bischofberger» geworden. Nach 1970 und 1980 folgt nun der bisher grösste Um- und Erweiterungsbau in der Firmengeschichte: Bis Sommer 2024 soll das Unternehmen in einer völlig neuen Aussenhülle erstrahlen.

Einheimische Planer

Nachdem die Familie Bischofberger vor vier Jahren 1200 Quadratmeter direkt angrenzendes Land erwerben konnte, wird nun der Firmensitz auf drei Seiten ausgedehnt. Geplant ist zur Hauptstrasse hin ein moderner, geschindelter Holzbau mit grosszügigen Fensterfronten. Direkt dahinter angegliedert ist eine kubische Stahlkonstruktion, in der die eigentlichen Produktionsräume untergebracht werden.

«Unser Zeitplan ist ambitioniert, aber wir hoffen, dass diesen Sommer der Spatenstich erfolgen kann», hält Reto Bischofberger fest, der die betriebswirtschaftlichen Belange des Familienunternehmens betreut, während sein Bruder Urs für Produktion und Vertrieb verantwortlich zeichnet. Für das Bauvorhaben beauftragte die Bischofberger AG die Rusch Bauplanung GmbH und die Roland Koch Innenarchitektur GmbH, beide aus Gonten. «Oberste Priorität bei der Planung hat bei uns die Produktion, die während der Bauphasen nicht unterbrochen werden soll», erläutert Andrea Bischofberger-Wyss, die das Führungstrio komplettiert.

Besucherzentrum mit Museum und Eventraum

Für die Marketingverantwortliche erfüllt sich mit dem Neubau ein langjähriger Herzenswunsch: Die veraltete Verkaufsstelle weicht künftig einem einladenden Besucherzentrum.

Wohnung. Putzen? Easy!

Online anfragen

Jetzt ist Zeit für die Frühjahrsreinigung!
Unsere Reinigungs-Talente entfernen jegliche Verschmutzungen auf Fenstern und Fassaden – im Innen- oder Aussenbereich, in Büros oder Privatwohnungen.

Fragen Sie uns an, damit Sie freie Sicht auf den Frühling haben.

pronto easy!
Wir verstehen mehr als Reinigung.

pronto-easy.ch

DACHCOM

Im Holzneubau werden das Besucherzentrum sowie Büros zu finden sein. Der dahinter liegende Stahlbau beheimatet die Produktionsräume.

In der sogenannten «Bärli-Biber-Welt» wird nicht nur ein heller, 140 Quadratmeter grosser Laden zu finden sein, sondern auch ein Eventraum, in dem beispielsweise Biber-Backworkshops für Gruppen angeboten werden. Und im kleinen Museum werden audiovisuell die Geschichte des Appenzeller Bibers und die Firmengeschichte erzählt. «Natürlich zeigen wir auch die Rohstoffe wie Honig, Mandeln, Haselnüsse und Gewürze, die wir hier in Weissbad zu unseren Spezialitäten weiterverarbeiten», so Andrea Bischofberger.

«Die Prozesswärme wird in den Heizkreislauf eingespeist und das Dach mit Fotovoltaikzellen bestückt.»

Im Weiteren bekommen die Besucher Einblicke in die Produktionsabläufe und können die beachtliche Familiensammlung an alten Holzmodels bestaunen, mit denen früher die Biber geprägt wurden. Ein Bereich der Ausstellung ist der Appenzeller Bauernmalerei gewidmet. «Es war wohl der grösste Marketingerfolg unseres Vaters, dass er in den 1960er-Jahren ihm bekannte Bauernmaler damit beauftrage, Bilder für die Verpackungen unserer Biber-Spezialitäten herzustellen», resümiert Reto Bischofberger. Die acht Bauernmalerei-Sujets der ersten Stunde – vier für den Sommer und vier für die Wintermonate – sind heute Kult und zieren nach wie vor die Biber- und Nuss-Spezialitäten.

Umweltbewusste Haltung

Während im Holzneubau der öffentliche Bereich und Büros zu finden sind, ist der dahinter liegende Stahlbau die Heimat der Produktionsräume. Das Herzstück im Innern werden zwei Kühltürme sein. «Diese kann man sich wie zwei fünf Meter hohe Silos vorstellen. Im Innern werden unsere Spezialitäten behutsam bei konstantem, keimfreiem Raumklima auf spiralförmigen Förderbändern innerhalb einer Stunde vom Ofen direkt einen Stock höher in die Verpackungsanlage transportiert», erklärt Urs Bischofberger.

Dies ist nicht die einzige Optimierung der Produktionsabläufe und -bedingungen: «Die Prozesswärme unserer Anlagen wird in den Heizkreislauf eingespeist, die Verpackungsräume sind neu klimatisiert, unser Dach bestücken wir maximal mit Fotovoltaikzellen – und der gesamte Neubau wird fünfmal besser isoliert sein als der Produktionsbau aus den 1980er-Jahren», hält Reto Bischofberger fest.

Neue Brücke und mehr Platz für Transport

Verbessert werden auch die logistischen Bedingungen: Die Zufahrt für die Warenan- und Produkteauslieferung erhält mehr Platz, zwei überdachte Laderampen erleichtern neu den Logistikern die Arbeit, und über das kleine Bächlein gleich hinter dem Produktionsgebäude soll künftig eine Brücke führen, die auch von Lastwagen befahren werden kann.

«Durchschnittlich liefern täglich zwei bis drei LKW-Fahrer Rohstoffe- und Verpackungsmaterial an oder distribuieren die frisch gebackenen Spezialitäten über unseren Vertriebspartner Zweifel Pomy-Chips AG an die Verkaufsstellen in der ganzen Schweiz. Kein Biberli, keine Nussstange oder Birnenweggli bleibt länger als zwei Wochen bei uns an Lager», schildert Urs Bischofberger.

Die Familie Bischofberger nennt das geplante Bauvorhaben ein Generationenprojekt mit räumlichen Reserven in sämtlichen Unternehmensbereichen. «Wir durften vor 21 Jahren von unseren Eltern beziehungsweise Schwiegereltern eine intakte Infrastruktur und eine solide Auftragsbasis übernehmen. Eine ähnliche Grundlage möchten wir nun für eine allfällige fünfte Biberli-Bischofberger-Generation schaffen», so das Unternehmer-Trio.

Die Bärli-Biber-Welt

Bereits im 19. Jahrhundert war am jetzigen Standort in Weissbad eine Bäckerei mit Brot- und Biberbäckerei sowie Mehlhandlung angesiedelt. Bereits 1957 wurde die Marke «Bärli-Biber» beim Eidg. Amt für Geistiges Eigentum eingetragen. Sechs Jahre später entschieden sich die Eltern von Reto und Urs Bischofberger, voll auf die Biber-Produktion zu setzen und das Brotbacken aufzugeben. 1966 folgte die Registrierung und in Kraftsetzung des Patents der echten Appenzeller Bärli-Biber.

In den ersten Bärli-Biber-Jahren wurde ein eigenes Direktvertriebssystem aufgebaut: Aussendienstmitarbeiter verteilten die bereits damals beliebten Appenzeller Bärli-Biberli in alle Landesteile. Ab 1970 folgte die Vertriebspartnerschaft mit Zweifel Pomy-Chips AG mit dem «Frische-Service», die bis heute besteht. So ist die schweizweite Lieferung von stets frischen Bärli-Biberli jederzeit gewährleistet.

Seit 2000 stellt mit Reto, Urs und dessen Frau Andrea Bischofberger-Wyss die vierte Generation die süssen Appenzeller Köstlichkeiten her. Dazu zählen etwa die Siebengramm-Biberli als Kaffeebeilage, Birnenweggli ohne Palmöl, Nussstangen im Snackformat und seit 2021 auch vegane Biber mit Schweizer-Winterhilfe-Birnel. Die Entwicklungsidee erfolgte aufgrund einer gymnasialen Vertiefungsarbeit der Tochter von Andrea und Urs Bischofberger.

Text: Rosalie Manser
Bilder: Marlies Thurnheer, zVg

Das Google Maps der Ostschweiz

Mit dem geoportal.ch verfügen die Gemeinden der Kantone SG, TG, AR und AI über die einzigartige Möglichkeit, mit einem einheitlichen Geoinformationssystem Informationen und Daten mit Raumbezug umfassend zu nutzen. Auch über die Kantons- und Gemeindegrenzen hinweg. Möglich macht dies der «Geoverbund Ost», eine Kooperation von acht Ostschweizer Unternehmen.

Rolf Eugster:
Einzigartiges Angebot

Als grösstes Netzwerk im Bereich Gemeinde-GIS in der Ostschweiz stellt der «Geoverbund Ost» ein Geoportal für 170 Gemeinden und 850 000 Einwohner zur Verfügung. Gleich acht im Bereich Geomatik und Vermessung führende Unternehmen aus den Kantonen Appenzell Ausserrhoden, St.Gallen und Thurgau gehören zu unserem Partnernetzwerk: Die Unternehmen Geoinfo Herisau, FKL & Partner Grabs, Geotopo Frauenfeld, Holenstein Ingenieure Steckborn, Kreis Sargans, Lukas Domeisen Uznach, NRP Ingenieure Weinfelden und Wälli Ingenieure Arbon haben die Partnerschaft vereinbart, um sich durch den Austausch von Ideen und Know-how gegenseitig zu unterstützen.

«Damit entsteht in der Ostschweiz ein einzigartiges Angebot webbasierter Geoportale und Fachanwendungen mit Raumbezug. Alle Partner können ihre Stärken in das Netzwerk einbringen und von den Synergieeffekten profitieren», sagt Rolf Eugster, GL-Mitglied der Geoinfo AG aus Herisau. Und Christof Rupper, GL-Mitglied des Netzwerkpartners Wälli AG Ingenieure aus Arbon, ergänzt: «Erfreut dürfen wir feststellen, dass sich nach über einem Jahr intensiver Zusammenarbeit alle erhofften Vorteile erfüllen: eine hohe Kundenzufriedenheit, ein partnerschaftlicher Innovationsdrang und die wirkungsvolle Einbringung der Wälli AG in den Geoverbund.»

Der «Geoverbund Ost» stellt ein Geoportal für 170 Gemeinden und 850 000 Einwohner zur Verfügung.

IT-Offensive in der Praxis

Die Zusammenarbeit ist ein klares Bekenntnis zur Ostschweizer IT-Offensive. Diese wirkt dem Fachkräftemangel entgegen und fördert den Ostschweizer Wirtschaftsstandort. Sie schafft die Grundlage, dass Bevölkerung und Wirtschaft zu den Gewinnern der Digitalisierung gehören. Der «Geoverbund Ost» verankert diese Idee und trägt sie weiter. Gemeinsam beschäftigen die acht Partnerfirmen über 600 Mitarbeiter. Sie leisten damit einen aktiven Beitrag zum Erhalt von attrak-

2019 zählte das geoportal.ch zu den Finalisten des Leader Digital Awards.

tiven Arbeitsplätzen und zeigen auf, weshalb es sich lohnt, in der Ostschweiz zu arbeiten und zu leben.

2019 zählte das geoportal.ch zu den Finalisten des Leader Digital Awards. Im selben Jahr sowie 2021 wurde Rolf Eugster, GL-Mitglied der Geoinfo, als Digital Shaper ausgezeichnet. Diese Anerkennungen unterstreichen die Bedeutung des Geoportals für die Ostschweizer IT-Offensive. «Die IT-Offensive umfasst alle massgebenden Bereiche der IT. Das Geoportal ist als geografisches Informationssystem ein wichtiger Bestandteil der IT-Technologien. Die im Netzwerk beteiligten Unternehmen schaffen in der Ostschweiz Arbeits- und Ausbildungsplätze im IT-Bereich. Zusammen mit der Ostschweizer Fachhochschule forschen wir an weiteren Innovationen und bieten dadurch die Möglichkeit, wissenschaftliche Erkenntnisse direkt in der Praxis zu erproben», sagt Eugster.

Christof Rupper: Hohe Kundenzufriedenheit

Nutzen für Verwaltung, Wirtschaft und Einwohner

Das geoportal.ch vereint alle raumbezogenen Daten einer Gemeinde im Web. Anders als bei Google Maps sind die Daten im Geoportal vielfältiger, aktueller und präziser. Die Gemeinden schätzen die dadurch ermöglichten Innovationen für die interne Organisation sowie die Möglichkeit, der Bevölkerung einen Zugriff auf die aktuellen Geodaten zur Verfügung zu stellen. So dient das geoportal.ch als zuverlässige Grundlage für Planungs- und Genehmigungsprozesse. Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer finden jederzeit alle relevanten Informationen zu ihrer Liegenschaft im Geoportal.

Und auch die Wirtschaft profitiert davon, im Gebiet der vier Kantone SG, TG, AR und AI amtliche Geodaten mit ein und demselben Tool umfassend zu nutzen. Banken arbeiten bei Hypothekargeschäften mit dem geoportal.ch, und Versicherungen können dank der integrierten Naturgefahrenkarte verschiedene Risikobewertungen vornehmen. Auch Immobilienunternehmen haben das Geoportal regelmässig im Einsatz. Wöchentlich werden rund 25 000 Sitzungen der öffentlichen Hand und 40 000 Sitzungen von Wirtschaft und Privatpersonen verzeichnet.

Aus der Ostschweiz für die Ostschweiz

Das geoportal.ch wird vollumfänglich in der Ostschweiz entwickelt. Auch beim Hosting und der Datenspeicherung wird auf Ostschweizer Qualität gesetzt. Sie erfolgen im Rechenzentrum Ostschweiz in Gais, einem der modernsten Rechenzentren der Schweiz. Und mittlerweile strahlt die innovative Geodateninfrastruktur auch über die Ostschweiz hinaus. So ist sie in unterschiedlichen Anwendungsgebieten in den Kantonen Zürich, Luzern, Uri, Schwyz, Obwalden, Nidwalden, Glarus, Zug, Solothurn, Basel-Landschaft, Schaffhausen, Graubünden, Aargau und dem Tessin im Einsatz.

«Das Geoportal wird die digitale Transformation konsequent weiterverfolgen», sagt Rolf Eugster. «In unserem Geoverbund sind rund 600 Spezialisten vereint, was ein riesiges Innovationspotenzial bietet. Ich denke da an Themen wie die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen, virtuelle Zwillinge in der dritten Dimension oder Informationen aus der Vergangenheit sichtbar zu machen.»

Text: Patrick Stämpfli
Bilder: Marlies Thurnheer, zVg

Welten von St.Gallen aus verbinden

Die Militzer & Münch-Unternehmensgruppe ist mit über 100 Standorten in rund 30 Ländern einer der grössten Logistikdienstleister Europas. Gegründet 1880 in Bayern, hat das Unternehmen seit 1986 seinen Sitz in St.Gallen. Jetzt baut der Konzern mit rund 2000 Angestellten weltweit sein Chinageschäft aus. Verwaltungsratspräsident Michael Albert und CFO Alexei Kovalenko skizzieren die Gründe dafür – und verraten, warum sich M&M gerade in der Gallusstadt niedergelassen hat.

Michael Albert, Alexei Kovalenko, Anfang Januar haben Sie Ihre achte Niederlassung in China eröffnet. Wie wichtig ist China für M&M?
Michael Albert: China spielt seit Langem eine wichtige Rolle für uns. 1981 starteten wir mit einem ersten Delegationsbüro in China, und als einer der ersten ausländischen Logistikdienstleister haben wir in China die Speditionslizenz der Klasse A erhalten. Heute beschäftigen wir dort rund 100 Mitarbeiter.

«1981 starteten wir mit einem ersten Delegationsbüro in China.»

Geht es dabei um den Warenfluss innerhalb Chinas oder von/nach China?
MA: Eher um von/nach China. Der derzeit grösste Geschäftsbereich von M&M China ist die Luftfracht. Militzer & Münch hat bereits in den 1950er Jahren erste Schritte in die Luftfrachtbranche unternommen; wir konnten unser Netzwerk seitdem stetig ausbauen. Aber auch Landtransporte haben in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung für M&M China und die Gruppe als Ganzes gewonnen. Das hängt stark mit der «Wiederbelebung» der Seidenstrasse im Rahmen der «One Belt, One Road»-Initiative der chinesischen Regierung zusammen. Und auch damit, dass Militzer & Münch zu den führenden Transport- und Logistikdienstleistern in den transkaukasischen und zentralasiatischen Regionen gehört, mit Standorten in Aserbaidschan, Georgien, Kasachstan, Usbekistan, Kirgisistan, Tadschikistan und Turkmenistan. Insbesondere unsere langjährige Niederlassung im chinesischen Urumqi ist ein optimaler Ausgangsort für Transporte nach Kasachstan und Usbekistan. Unser Ziel ist es daher, auch in Zukunft die Präsenz in China und Zentralasien sowie die Verkehre zwischen den Regionen weiter zu verstärken.

Ein weiterer Schwerpunkt ist Ihr Frankreich- und Nordafrikageschäft.
Alexei Kovalenko: Genau – Militzer & Münch Frankreich gilt als Marktführer auf der Relation Europa-Maghreb. Wir sind dort seit Jahrzehnten mit eigenen Gesellschaften in Frankreich (seit 46 Jahren), in Marokko (seit 36 Jahren), in Tunesien (seit 26 Jahren) und mit einem noch relativ jungen Joint Venture in Algerien stark aufgestellt. Wir übernehmen für unsere Kunden die Beschaffungs- und Distributionslogistik und verfügen dabei über profundes Branchen-Know-how – zum Beispiel bei Pharma, Textil und Automotive. Und wir sehen, dass die Sendungsmengen von Jahr zu Jahr wachsen, denn die Maghreb-Staaten sind für unsere Kunden in Europa die logistische Brücke nach Afrika.

Und in Südosteuropa sind Sie da gut vertreten?
AK: Ja, in Bulgarien haben wir uns in den letzten 30 Jahren eine starke Marktposition erarbeitet. Da wir das Potenzial dieser Region für vielsprechend halten, haben wir 2019 eine Landesgesellschaft in Serbien gegründet. Letztes Jahr kamen Montenegro und Bosnien und Herzegowina dazu. Wir möchten uns aber geografisch nicht selbst beschränken – wir sind Experten für herausfordernde Märkte und entwickeln für unsere Kunden individuelle Transportlösungen auch unter erschwerten Bedingungen.

Apropos erschwerte Bedingungen: Inwiefern hat Corona Ihr Geschäft in den letzten zwei Jahren beeinflusst?
MA: Natürlich haben wir die grossen Einschränkungen und gesunkenen Transportmengen im internationalen Warenverkehr gespürt. Im Westen hat uns die staatliche Unterstützung sehr geholfen, unter anderem in Frankreich und Deutschland. Das hat die negativen Folgen des Auftragsrückgangs etwas abgemildert. In Deutschland haben wir zum Beispiel einige Mitarbeiter in Kurzarbeit geschickt, als der Flugverkehr nahezu zum Erliegen kam. Gleichzeitig haben wir festgestellt, dass Militzer & Münch eine agile Gruppe ist und wir dadurch in der Lage sind, schnell und angemessen eine Krise zu kontern.

Alexei Kovalenko und
Michael Albert:

Weltweit aktiv.

«Wir möchten uns geografisch nicht selbst beschränken.»

Ein viel zitiertes Thema sind die unterbrochenen Lieferketten. Wie sehr hat Ihnen das zugesetzt?
AK: Gewiss erschweren die Containerknappheit, überteuerte Raten oder geschlossene Grenzübergänge unsere Arbeit. Allerdings haben wir den grossen Vorteil, dass wir alle Verkehrsträger abdecken und schnell alternative Lösungen anbieten können.

Nach wie vor kämpft die Logistikbranche aber mit Staus in den Häfen, veränderten Warenströmen, Containermangel und hohen Frachtraten.
MA: Ja, seit der Pandemie folgen die Warenströme nicht mehr dem bekannten Muster, seitdem stauen sich Container in den Häfen, weil weniger Schiffe zur Verfügung stehen. Der Schienenverkehr auf der Relation China-Europa bleibt auch nicht verschont: Dort erschweren verstopfte Grenzübergänge die Situation. Hinzu kommen Baustellen und Überschwemmungen auf dem Schienennetz. Container werden zurzeit zwar auf Hochtouren produziert, aber der Mangel wird sich in nächster Zeit kaum entspannen. Das hemmt den internationalen Handel und treibt die Frachtraten weiter in die Höhe. Dabei müssen wir immer auch die Liquidität unserer Kunden und Partner im Blick behalten, die wiederum darauf angewiesen sind, dass ihre eigenen Kunden pünktlich zahlen.

Da würde eine vollständige Digitalisierung helfen. Wo steht die Logistikbranche bezüglich Digitalisierung?
AK: Die «Grossen» der Branche sind in Sachen Digitalisierung weit fortgeschritten. Militzer & Münch hat hier noch Luft nach oben. Durch eine gruppeneigene IT-Tochter sind wir allerdings in der Lage, unseren Kunden jeweils massgeschneiderte Lösungen zu bieten. Bei grossangelegten Projekten oder anspruchsvollen Verkehren stellen wir den Kunden sogenannte M&M Control Tower zur Verfügung. Der Control Tower ist eine kundenspezifisch angepasste Applikation, die von Experten gesteuert wird, bei denen alle Fäden zur übergeordneten Koordination und Planung der Transporte zusammenlaufen. Durch das Zusammenfügen von Kompetenzen, das Bündeln von Stärken und das Ausbilden von funktionsfähigen Netzwerken lassen sich auch aussergewöhnliche Projekte erfolgreich meistern. Und: Mögliche Lücken in der IT-Struktur können so überwunden werden.

Anzeige

Und wie stark beeinflussen aktuelle Umweltdiskussionen Ihr Geschäftsmodell?
MA: Wie bei allen anderen Akteuren gewinnt das Thema Nachhaltigkeit auch für unsere Gruppe an Bedeutung. Wir bieten unseren Kunden CO_2-Abdruck-Berechnungen an. Damit können sie zwischen den verschiedenen Transport-Modi entscheiden bzw. gleich die Höhe der CO_2-Emmision für ihren Transport berechnen.

Kann ein Logistikdienstleister überhaupt «grüner» werden?
MA: Es ist auf jeden Fall eine Herausforderung, der wir uns stellen müssen. Allerdings hängt das auch stark vom jeweiligen Markt sowie von den Anforderungen der Transportentscheider ab. Unsere Mitarbeiter sind darauf geschult, die Kunden aktiv dabei zu unterstützen, z. B. bei der Wahl der umweltfreundlicheren Transportart oder bei der Wahl der Subunternehmer mit einem modernen, schadstoffarmen Equipment.

Ist Nachhaltigkeit dem Kunden denn wichtig, oder entscheidet nach wie vor der Preis im Speditionsgeschäft?
AK: Das Thema Nachhaltigkeit wird für alle Branchen zunehmend wichtiger. Zudem haben bereits viele grosse Verlader ihre Ziele in Bezug auf die CO_2-Neutralität veröffentlicht. Damit geben sie den Druck automatisch an ihre Logistikdienstleister weiter.

Militzer & Münch wurde 1880 in Franken gegründet, gut hundert Jahre später haben Sie den Gruppenhauptsitz in die Schweiz verlegt. Warum gerade nach St.Gallen?
MA: Die Sitzverlegung war vor allem eine politische, die mit unserem zu dieser Zeit starken Engagement in den Märkten des Nahen und Mittleren Ostens zusammenhing. Insbesondere unsere damaligen Kunden aus der Porzellan- und Textilindustrie exportierten in Länder dieser Regionen. Als international agierende Unternehmensgruppe war es für uns zunehmend wichtig, einen zentralen Standort in einem politisch neutralen Land zu suchen. Die Schweiz bot mit dem diplomatischen Auftritt in der Weltpolitik vorteilhafte Rahmenbedingungen für unsere Firmengruppe. Die Wahl fiel auf die Stadt St.Gallen, die für ihre attraktive Unternehmensansiedlungspolitik bekannt war.
AK: Zwischenzeitlich sind wir seit mehr als vier Jahrzehnten in St.Gallen domiziliert und haben diese Entscheidung nie bereut. Die unternehmensfreundliche Infrastruktur, die kurzen Entscheidungswege bei den Behörden, aber auch der Zugang zu Bildungs- und Forschungszentren wie der HSG oder der OST sind für uns echte Mehrwerte. Wir beschäftigen rund 30 Mitarbeiter am Standort, und die wichtigen strategischen, unternehmenspolitischen und finanziellen Entscheidungen werden in St.Gallen getroffen. In operativen Angelegenheiten sind unsere Landesgesellschaften ansonsten sehr autonom – Entscheidungen, das konkrete Transportgeschäft betreffend, werden lokal getroffen.

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Marlies Thurnheer, zVg

Langfristig anlegen gewinnt

Die Ukraine-Krise ist eine Tragödie. Zu Recht wird der kriegerische Akt Russlands weltweit verurteilt. Im Fokus stehen humanitäre und sicherheitspolitische Fragestellungen, die dramatische Entwicklung hat aber auch wirtschaftliche Aspekte. Viele Anlegerinnen und Anleger beschäftigt dabei die Frage einer vor diesem Hintergrund passenden Anlagestrategie.

Die «goldenen Regeln des Geldanlegens» gelten weiterhin: Die Anlagestrategie soll primär von der persönlichen Situation und dem Anlagehorizont abgeleitet sowie die Umsetzung breit diversifiziert und mit gut handelbaren Wertpapieren vollzogen werden. Diese Grundvoraussetzungen sichern gemäss wissenschaftlichen Studien bereits den Grossteil der Rendite und des Vermögenserhalts.

Neben diesen goldenen Regeln gibt es vor dem aktuellen Hintergrund geopolitischer Spannungen und negativer Realzinsen weitere Faktoren zu berücksichtigen. Ein Blick in Geschichtsbücher und Wissenschaft zeigt: Aktien waren trotz zum Teil massiver kurzfristiger Schwankungen langfristig stets die erfolgreichste Anlageklasse – daran haben auch Kriege oder Wirtschafts- und Finanzkrisen nichts geändert. Kommt dazu, dass die Aktienmärkte zurzeit nicht überbewertet sind: Die Verhältnisse von Unternehmensgewinnen und Aktienkursen bewegen sich im langfristigen Durchschnitt.

Des Weiteren sind Nominalwerte wie Kontoguthaben oder Obligationen aufgrund der Null- bzw. Negativzinsen aktuell nicht interessant, da deren reale Verzinsung aufgrund der Inflation deutlich negativ ist. Das Ausfallrisiko, das mit jeder Anlage verbunden ist, verstärkt diese Erkenntnis. Ähnliches gilt auch für Renditeimmobilien.

Zusammenfassend gibt es folglich nur eine mögliche Empfehlung: Wer über einen langfristigen Anlagehorizont verfügt, hat nur mit gut diversifizierten Aktienanlagen positive Renditeaussichten. Es lohnt sich also, ruhig seiner Anlagestrategie und der individuellen Aktienquote treu zu bleiben.

Dr. Michael Steiner
Vorsitzender der Geschäftsleitung
acrevis Bank AG
michael.steiner@acrevis.ch

Die Zukunft nicht dem Zufall überlassen

Das Risiko, dass eine Strommangellage eintritt, ist gross, das Schadenspotenzial für die Schweiz ebenso. Umso wichtiger ist es, dass Unternehmen vorausschauend Überlegungen anstellen, welche Massnahmen sie vorsorglich treffen könnten. Andreas Koch vom KEEST weiss, wie das geht.

Marcel Fetzer, Andreas Koch und Andi Schmal:

Massive Einsparungen realisiert.

«An einem kalten Winterabend beginnt das europäische Stromnetz zusammenzubrechen. Viele Länder versinken in Dunkelheit …» Dieses Katastrophenszenario eines totalen Stromausfalls thematisiert Marc Elsberg in seinem Thriller «Blackout». Die Schweiz hat noch nie einen solchen Blackout erlebt. Aber: So weit hergeholt scheint dieses Szenario je länger, je weniger, zeichnet sich doch schon heute eine Strommangellage in den nächsten zehn Jahren ab.

Den – optimistischen – Energieperspektiven 2050+ des Bundes zufolge könnte der Importbedarf der Schweiz im Winter 2035 auf 40 Prozent der Nachfrage steigen; andere Stimmen sehen schon viel früher eine heimische Unterversorgung. Das ist für die Versorgungssicherheit problematisch, vor allem, wenn im Ausland nicht ausreichend Strom erzeugt werden kann.

«Im Fall von rotierenden Netzabschaltungen sind Versorgungsgebiete von zeitlich begrenzter Stromversorgung betroffen.»

Sich auf eine allfällige Knappheit einstellen

Andreas Koch vom KEEST (Kompetenz-Zentrum Erneuerbare Energie-Systeme Thurgau) weiss: «Das Risiko einer Strommangellage steigt kontinuierlich. Dafür sprechen ‹gegenläufige› Tendenzen wie der steigende Strombedarf hinsichtlich Dekarbonisierung – Stichworte E-Mobilität oder Wärmepumpen – und die unzureichenden Kapazitäten an erneuerbaren Energien.» Dass bestehende AKW abgeschaltet und keine neuen mehr gebaut werden können, verschlimmert die Situation noch.

Angesichts dessen steigt der Importbedarf an Strom weiter. Dazu kommt, dass die Schweiz noch über kein Stromabkommen mit der EU verfügt und faktisch Blindflug praktiziert. Die Situation spitzt sich also zu, sodass schon in wenigen Jahren ein Katastrophenszenario eintreten könnte.

Welches genau? «Man muss zwischen Stromausfall und Strommangellage unterscheiden. Im ersten Fall tritt der Blackout unvorhergesehen ein – dies ist jederzeit möglich», erinnert Koch. «Bei der Strommangellage hat man hingegen eine gewisse Vorwarnzeit und kennt die Umstände: Wenig Wasser in den Stauseen, einige AKW in Europa vom Netz oder Wetterkapriolen im Norden. Die Kumulation von solchen Rahmenbedingungen lassen dann auf eine Problemsituation schliessen und bringen OSTRAL aufs Tapet.»

Spare in der Zeit, so hast du in der Not

Die «Organisation für Stromversorgung in ausserordentlichen Lagen» lenkt den Verbrauch dann in vier Stufen. In der höchsten verordnet der Bundesrat Verbote, Verbrauchseinschränkungen, Kontingentierungen und rotierende Netzabschaltungen. Bei Kontingentierungen sind alle «Strom-Grossverbraucher» mit mehr als 100 MWh/a angehalten, kurzfristig ihren Stromverbrauch um bis zu 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu reduzieren.

Marcel Fetzer, der Leiter Technik der Kunststoff-Packungen AG, arbeitet seit fünf Jahren mit dem KEEST zusammen. Dies hat sich für den Kreuzlinger Verpackungshersteller nicht nur bezüglich Beleuchtung gelohnt.

«Wir haben seit über fünf Jahren eine enge Zusammenarbeit mit dem KEEST. In unseren Kernprozessen haben wir das nötige Know-how, in Gebäudetechnik und Infrastruktur jedoch sind wir auf die Experten des KEEST angewiesen.

Ein grosses Projekt war die Beleuchtungssanierung im alten Produktionsgebäude. Da wir im 24-Stunden-Betrieb produzieren, waren die alten Leuchtstoffröhren immer an. Die neue LED-Beleuchtung ist jetzt präsenz- und helligkeitsgesteuert. Schon die Lichtleistung konnte um 20 Kilowatt – rund 40 Prozent – reduziert werden. Die grösste Energieeinsparung bringt aber die Lichtsteuerung; so sparen wir nun rund 93 000 Kilowattsunden pro Jahr alleine beim Licht.

Aktuell arbeiten wir mit dem KEEST an der Optimierung der Kälteanlage und der Heizungssanierung. Dabei erwarten wir ebenfalls eine signifikante Einsparung. Die neue Kälteanlage entspricht auch in der Mess- und Regeltechnik und beim Kühlmittel den aktuellen Anforderungen. Somit sind wir für die nächsten Jahre optimal aufgestellt. Und mit der Heizungssanierung können wir unseren CO_2-Ausstoss nachhaltig reduzieren. Diese Investitionen rechnen sich langfristig. Wir können dies auch im Energieverbrauch pro verarbeitetem Kunststoff über den ganzen Betrieb sehen – er verringert sich kontinuierlich.

Wir haben uns deshalb letztes Jahr entschieden, den Zusammenarbeitsvertrag mit dem KEEST zu verlängern. Dies gibt uns die Sicherheit, auch zukünftig optimal betreut zu sein. Die Vorbereitung auf eine mögliche Strommangellage ist eine Herausforderung – als systemrelevanter Hersteller müssten wir die Produktion drosseln und uns auf die wichtigsten Artikel unserer Kunden konzentrieren. Das gerecht zu planen, ist nicht einfach. Aber auch hier verlassen wir uns auf die KEEST-Expertise.»

Berit Klinik präsentiert:

29.
10.
2022

NACHT

DES OSTSCHWEIZER FUSSBALLS

→ Olma-Halle 9.1 // St. Gallen
→ fussballnacht.ch

FUTURE CHAMPS OSTSCHWEIZ

OFV

LEADER

BERIT KLINIK

ROLF SCHUBIGER

fortimo

WEBERPARTNER LOGISTIK + BAU

Schützengarten

BVS St.Gallen

acrevis
Meine Bank fürs Leben

«Das bedeutet, dass man Strategien, Eventualplanungen und konkrete Massnahmen im Sinne des Betrieblichen Kontinuitätsmanagement in der Hinterhand haben muss. Diese gilt es, im Vorfeld zu erarbeiten – beispielsweise zusammen mit dem KEEST», sagt Andreas Koch. Spare in der Zeit, so hast du in der Not, sozusagen.

Koch betont, dass dies nicht nur für Grossverbraucher sinnvoll sei, sondern auch für kleinere, denn bei einer Strommangellage leiden alle. «Bei Netzabschaltungen etwa sind ganze Versorgungsgebiete von Unterbrüchen betroffen.» Ob der Strom bei Kontingentierungen nach gewissen Kriterien – etwa Systemrelevanz – verteilt wird, ist noch offen – eine wichtige Frage, der sich die Politik «besser heute als morgen» stellen müsse.

Optimierungen lohnen sich nicht nur für den «Worst Case»

Wie kann ich herausfinden, wie ich meinen Betrieb möglichst energieoptimiert betreibe, wer zeigt mir, wo mögliche Stromeinsparpotenziale – auch im Falle einer Strommangellage – liegen? Koch: «Bei unserer Arbeit zur Steigerung der Energieeffizienz in Unternehmen sind wir per se mit diesen Fragen konfrontiert und deshalb prädestiniert, auch BCM-Konzepte für unsere Kunden zu erstellen – etwa im Rahmen unseres Energie-Checks KMU®. Dieser wird zu 50 Prozent vom Kanton gefördert, d. h. der Nettoaufwand für die Kunden liegt lediglich bei etwa 5000 Franken – und das lohnt sich in jedem Fall.»

«Die Einsparungen, die ein Unternehmen mit unseren Dienstleistungen erzielen kann, liegen in der Regel bei über 15 Prozent.»

Die möglichen Optimierungen gelten allerdings nicht nur für den «Worst Case», also eine Strommangellage – die Pflicht, Betriebsoptimierungen durchzuführen, besteht etwa im Thurgau für alle Betriebe, die in normalen Zeiten mehr als 200 MWh/a Strom verbrauchen. Dazu kommt die Pflicht, im Fall einer Strommangellage den Verbrauch schnell um 15 Prozent zu reduzieren. Und für alle, ob grosse oder kleine Betriebe, lohnen sich die Optimierungen auch, wenn nie eine Strommangellage eintreten sollte: «Die Einsparungen, die ein Unternehmen mit unseren Dienstleistungen erzielen kann, liegen in der Regel bei über 15 Prozent.»

Andreas Koch empfiehlt allen Unternehmen, sich möglichst früh auf eine Strommangellage einzustellen: «Man sollte in ‹Friedenszeiten› zum Beispiel mit dem KEEST ein BCM-Konzept entwickeln, um im Fall einer Strommangellage möglichst ohne grösseren Schaden über die Runden zu kommen.»

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Thomas Hary

Andi Schmal, Geschäftsleiter der Frifag Märwil AG, arbeitet seit zehn Jahren mit dem KEEST zusammen. Eine Strommangellage hätte für den Thurgauer Geflügelverarbeiter schwerwiegende Folgen.

«2012 haben wir den ‹Energie Check KMU› mit dem KEEST gemacht. Diese Evaluation unserer Basisdaten war der Start für viele Investitionsprojekte und Prozessoptimierungen. Als erstes konnten wir dank Abwärmenutzung ab Herbst 2014 gänzlich auf fossile Energie verzichten und sparen so mindestens 200 000 Liter Heizöl pro Jahr. Für diese Leistung haben wir 2015 den Thurgauer Energiepreis gewonnen.

Die Erwartung an den ‹Energie Check KMU› war, Erkenntnisse zu erlangen, um unsere langfristige Energiestrategie danach auszulegen. Die Knochenarbeit hat sich mehr als gelohnt! Wir können mit Überzeugung sagen, dass das KEEST alle unsere Ziele erreicht hat und wir mit der Zusammenarbeit sehr zufrieden sind.

Jede Effizienzsteigerung im Betrieb bedeutet zumindest indirekt eine Einsparung an Energie. Zuerst muss aber immer investiert werden. Und investiert haben wir in den letzten Jahren viel – in Prozessoptimierungen, in die Weiterentwicklung unseres Areals, in unserer Gebäude und in unsere Photovoltaikanlage. Das hat dazu geführt, dass wir in den letzten Jahren trotz massiver Mengensteigerungen den Energie- und Wasserbedarf pro Kilo verarbeitetem Fleisch auf gleichem Niveau halten oder sogar senken konnten.

Unsere Organisation ist eine voll integrierte Wertschöpfungskette über alle Stufen der Produktion. Müssten wir kurzfristig viel Strom einsparen, so müssten wir das mindestens zehn Wochen vorher wissen, damit die Massnahmen am Beginn der Wertschöpfungskette eingeleitet werden können. Das heisst, wir würden weniger Bruteier bestellen, um die gesamte Produktion zu drosseln. Wir schätzen, um 15 Prozent weniger Strom zu verbrauchen, müssten wir mindestens 30 Prozent der Mengen reduzieren.»

Der Automobil-Mediziner

Das Oldtimer Zentrum Ostschweiz ist einer der bedeutendsten Handels- und Dienstleistungsanbieter der Schweiz in Sachen Oldtimerverkauf, -expertise, -pflege und -restauration. Gegründet wurde das Unternehmen 2004. Schon bald kamen eine Werkstatt und eine Lagerhalle hinzu. 2011 erfolgte dann die Lancierung des Oldtimer Zentrums Ostschweiz in St.Margrethen. Jetzt will Geschäftsführer Marcel A. Widler eine schweizweite «Auto-Spitex» lancieren.

Marcel A. Widler, welches Auto fahren Sie zurzeit?
Seit vielen Jahren begleiten mich vor allem britische Automobile. Egal ob sie Land Rover, Jaguar oder Bentley heissen, ich fühle mich wohl darin. Bei den Oldtimern packen mich die meisten Sportwagen aus den 50er- bis 70er-Jahren. In einer Giulietta Spider lacht mein Herz genauso wie in einem Ur-Porsche 911 oder einem Volvo Coupé 1800S. Selbst ein BMW Z1 verzaubert mich heute, denn er ist ein wahres Werk der Ingenieurskunst. Meine Frau liebt ihren Fiat 500 heiss und würde nichts gegen einen Porsche 356 tauschen. Und diese Liebe teile ich mit ihr.

«In einer Giulietta Spider lacht mein Herz genauso wie in einem Ur-Porsche 911 oder einem Volvo Coupé 1800S.»

Ihr Ururgrossvater baute ein Postauto, Ihr Urgrossvater gründete 1916 eine Autogarage in St.Gallen, die später von Ihrem Grossvater und Ihrem Vater weitergeführt wurde. Sie selbst haben Automechaniker gelernt, aber eher halbherzig, wie man hört?
Nun ja; während mir mein Vater im Alter von 14 Jahren einen ausgedienten Renault 4 zum «Mechen und Pröbeln» gab (und ich damals die erste Kaltverformung vollzogen habe), hat mich meine Mutter mit Kompendien zu Anatomie, Physiologie und Pathologie gefüttert. Schlussendlich siegte die Tradition meines Vaters, und aus dem angehenden Mediziner für den Menschen wurde ein Mediziner für das Automobil.

Nach der Lehre folgte dann die Berufsmatura mit anschliessendem Studium und technischem Lehrgang bei Renault in Paris.
Ja, die technische Fakultät in Paris hat in mir die Freude an der Konstruktion eines Automobils geweckt. Und dieser Tätigkeit bin ich 16 Jahre lang treu geblieben, habe rund um den Globus gearbeitet, mich kommerziell weiterentwickelt und bin 2001 zurück in meine Heimat St.Gallen. Nach über 20 Jahren Neuwagenentwicklung kehrte 2004 meine Freude am klassischen Automobil zurück, ich restaurierte sie nebenbei und verkaufte sie an Freunde und Bekannte. Als mir Familie und Freunde 2009 ins Ohr flüsterten «Mach doch endlich das, was dir Herzklopfen bereitet», hatte ich die Vision des heutigen Oldtimer Zentrums Ostschweiz, die schon bald Realität wurde.

Neben dem Spass an der Freude, die ein Oldtimer bringt, gelten ältere Fahrzeuge aber auch als gute Wertanlage. Wie wählt man am besten aus?
Wenn Ihnen eine Rolex Daytona nicht gefällt, bezweifle ich die Richtigkeit ihres Erwerbs, auch wenn es sich bestimmt um eine solide Uhr punkto Werterhalt handelt. Genauso verstehe ich einen Oldtimersammler, der mit einem Porsche 356 nichts anfangen kann, obschon es sich um ein begehrtes Sammlerfahrzeug handelt. Eine kleine Erfolgsformel für Investoren existiert aber: Mythos und Erfolgsgeschichte der Marke plus Nachvollziehbarkeit der Geschichte, Originalität und Pflegezustand sowie Erhaltungsmöglichkeit der Technik. Ein Fiat Cinquecento kann durchaus 30 000 Franken kosten, wenn diese Kriterien erfüllt sind, aber nur 5000 Franken wert sein, falls nicht.

Neben Ihren Aktivitäten in St.Margrethen sind Sie auch ein Ausbildungsbetrieb für Fahrzeugrestauratoren, und als Prüfungsexperte und Dozent in Zürich und Yverdon leisten Sie einen zusätzlichen Beitrag für die Zukunft des mobilen Kulturgutes. Warum sind Ihnen alte Fahrzeuge so wichtig, heute will doch jeder elektrisch unterwegs sein?
Ein Elektrofahrzeug per se finde ich fahrtechnisch schon fast «sexy». Mit meiner Vergangenheit in der Fahrzeugentwicklung liebe ich das Thema Wirkungsgrad. Und da steht der

Marcel A. Widler:

Werterhalt und Freude.

CONTINUUM zum Thema Entwicklung & Wandel:

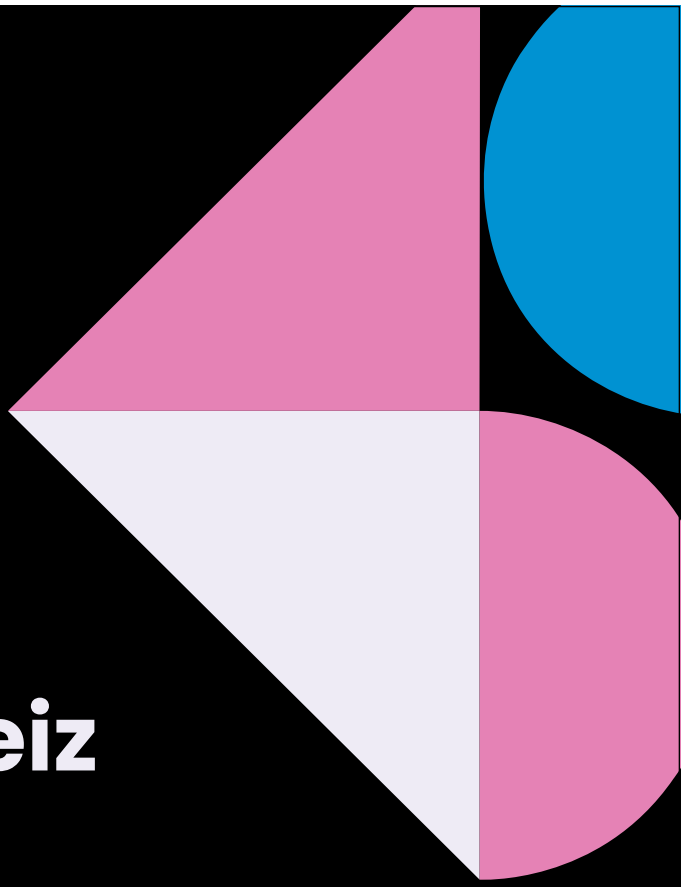
Es geht ungleich weiter.

Die Frage ist nicht, ob sich Ihr Unternehmen verändern muss. Sondern in welche Richtung und auf welche Weise. Für unternehmerische Veränderung, die strategisch überzeugt und operativ greift:
www.continuum.ch

CONTINUUM AG St. Gallen | Zürich | Staufen b. Lenzburg
Unternehmensentwicklung | Nachfolgeprozess | Finanzierung

CONTINUUM
Zukunft sichern.

OSTSCHWEIZ DRUCK



Gedruckt in der Schweiz

ostschweizdruck.ch

Elektroantrieb ganz vorne. Dass diese Autos fast durchwegs hässlich sind, finde ich gar nicht mal so schlimm. In der Mode ist auch nicht alles schön. Was ich jedoch bei Elektrofahrzeugen überhaupt nicht vertreten kann, sind Produktion und Entsorgung bezüglich Nachhaltigkeit. Hier kann ich jeden nur bitten, auch diese Themen zu bedenken. Mit einem Oldtimer ist es wie mit dem Geschirrspüler oder dem Haus: Sie wurden früher für mehrere Generationen gebaut. Heute geht eine Maschine nach 4.05 Jahren kaputt und ein Haus muss nach 25 Jahren saniert werden.

Das ist mit neuen Autos genauso?
Ja. Ein Oldtimer hingegen ist Erlebnis, Abenteuer und Technik für jedermann. Ein Oldtimer berauscht die Sinne, bietet ein nicht wertendes soziales Umfeld und spricht vor allem genussorientierte Menschen an. Ich kenne keinen Oldtimer-Besitzer, der nicht auch gerne etwas Feines isst, einen schönen Wein mit Freunden teilt, einen Theaterbesuch schätzt oder etwas Abenteurerblut in sich trägt. In meiner Welt ist nicht nur das Automobil wichtig, es ist vielmehr der Mensch, der sich diesem Genuss, der Verantwortung und dem Erhalt des Kulturgutes annimmt.

«Die junge Generation hat weniger ein Problem mit analoger Technik als vielmehr damit, dass ein Oldtimer auch Pflege benötigt.»

Dazu passt, dass Sie wachsen wollen. Wann ist es soweit?
Da wir den Qualitätsstandard bei Goodtimer aufrechterhalten wollen, arbeite ich seit 2018 mit Fachleuten aus der Branche am Projekt einer Pflegeorganisation für Sammlerfahrzeuge, und zwar direkt am Standort des jeweiligen Autos. Dafür habe ich ein Unternehmen gegründet, das analog der Spitex vor Ort, also am Standort des Fahrzeugbesitzers, Schätze auf vier Rädern pflegt, betriebsbereit erhält und vor Standschäden bewahrt. Wir werden noch in diesem Jahr mit dem operativen Geschäft im Areal der ehemaligen Maggi-Fabrik in Kemptthal starten und ein schweizweites Pflegenetz aufbauen.

Wie digital ist die Oldtimerbranche heute? Ich habe gelesen, dass NFT auch verwendet werden können, um die Historie eines Wagens in der Blockchain zu verewigen.
Geschichte und Originalität sind wichtige Pfeiler zur Wertermittlung. Wie in der Kunst auch, werden hier viele Unwahrheiten erzählt. Deshalb ist die unveränderbare Archivierung einer Fahrzeugsgeschichte unumgänglich. Was mit hochwertigen Gemälden schon seit Jahren praktiziert wird, hält nun Einzug in die Welt des klassischen Automobils. Deshalb engagiere ich mich für die NFT-Technologie, die wir nach knapp vier Jahren Entwicklungszeit vor wenigen Monaten unter dem Namen «The Motor Chain» auf den Markt gebracht haben.

Ein Oldtimer hat eine Geschichte und kann, trotz sorgfältigster Restauration, wohl nie ganz mit aktuellen Fahrzeugen gleichziehen. Eine gewisse Leidensfähigkeit gehört einfach dazu, wenn man ein Auto fährt, das 40 oder 60 Jahre auf dem Buckel hat, nicht?
Ist es denn Leiden, wenn man überall mit einem Lächeln empfangen, an der Tankstelle positiv angesprochen, in der Gartenwirtschaft zum Kaffee eingeladen wird, im Restaurant den besten Tisch erhält, beim Hotel einen bevorzugten Parkplatz kriegt und selbst die Polizei verzeiht, wenn die Parkscheibe mal vergessen wurde? Und ist es denn so unangenehm, beim Oldtimerfahren ein paar Kalorien mehr zu verlieren als in der bequemen Limousine der Neuzeit? Glauben Sie mir, ein Besuch in einem Oldtimer-Betrieb ist Wellness pur. Und praktisch alle Oldtimerbesitzer nutzen eine Ausfahrt mit Ihrem Klassiker als Ventil und verlassen so auf genüssliche Art ihren Alltag.

Ist das bei der jüngeren Generation von Oldtimer-Käufern auch noch so? Die erinnern sich ja kaum daran, wie es war, mit Choke, mechanischer Einspritzung oder Diesel-Vorglühen unterwegs zu sein.
Die junge Generation hat weniger ein Problem mit analoger Technik als vielmehr damit, dass ein Oldtimer auch Pflege benötigt und somit Kosten verursacht. Schön zu beobachten ist, dass die junge Generation sich gerne an Autos der 80er und 90er Jahre orientiert, weil solche oft in aktuellen Filmserien zu sehen sind. Damit diese Leidenschaft bewahrt werden kann, bilden wir Fahrzeugrestauratoren aus und entwickeln Reparaturprogramme für die ersten Automobile mit elektronischer Steuerung.

Sie selbst fahren gerne auch Oldtimer-Rallyes. Was war die bisher eindrücklichste?
Wohl eine Winterrallye quer durch England und Schottland: Nach 72 Stunden ohne Schlaf, mit Dauerregen, unbeschreiblich schlechten Strassen und ebensolchem Essen mussten mein Copilot und ich, nach bald 15 Jahren Teilnahme an unzähligen Rallyes, zum ersten Mal kapitulieren und den Rückweg antreten. Das Auto, ein 1970er Volvo Coupé, verhielt sich tadellos und hat alle Unannehmlichkeiten der knapp 3000 km über Stock und Stein ertragen. Nur wir Menschen mussten aufgeben. Dieses Erlebnis hatte bleibenden Charakter – weshalb wir uns schon bald eine neue Chance geben wollen (oder müssen). (lacht)

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Marlies Thurnheer

Das Billionengeschäft

Die 2018 von der Bank Vontobel AG lancierte Plattform Cosmofunding ist die erste Geld- und Kapitalmarkt-Plattform der Schweiz, auf der neben klassischen Darlehen auch Privatplatzierungen mit wenigen Klicks verbrieft werden können. Damit trifft sie einen Nerv der Zeit.

Im Cosmofunding-Ökosystem stehen öffentlich-rechtliche sowie institutionelle Kreditnehmer und Investoren im direkten Austausch. Die Finanzierungsplattform hat bis Ende 2021 über 13 Milliarden Schweizer Franken erfolgreich finanziert – Tendenz steigend. Vontobel schätzt den Finanzierungsbedarf allein in der Schweiz auf jährlich 989 Milliarden Franken – also fast eine Billion. Edy Tanner, Leiter Region Ostschweiz bei Vontobel, und Stefan Pomberger, Head Cosmofunding, über den bisherigen Verlauf, Wachstumszahlen und geplante Innovationen.

Cosmofunding wurde vor etwas mehr als drei Jahren lanciert. Wo steht die Plattform heute?
Stefan Pomberger: 2021 wurde ein Volumen von sieben Milliarden Franken über unsere Plattform gehandelt. Dies entspricht einer Zunahme von 67 Prozent im Vergleich zu 2020, das bereits eine Steigerung von 112 Prozent zu 2019 aufweist. Insgesamt wurden über Cosmofunding seit dem Start im Oktober 2018 öffentliche Anleihensobligationen, Privatplatzierungen und Darlehen in Höhe von rund 13,3 Milliarden Franken emittiert.

Das sind ansehnliche Wachstumszahlen. Wie sind Sie ins neue Jahr gestartet?
SP: Wir sind sehr zufrieden mit dem Jahresstart und zuversichtlich für das laufende Jahr. Unsere Ambition ist, starkes Wachstum in den gehandelten Volumina zu zeigen und

Edy Tanner:

Digitalisierung des Kundenerlebnisses.

Stefan Pomberger: «Insgesamt wurden über Cosmofunding Anleihensobligationen, Privatplatzierungen und Darlehen für 13,3 Milliarden Franken emittiert.

uns alle neun bis zwölf Monate zu verdoppeln. Wachstum an sich ist eine Dimension, eine weitere ist, dass wir stark in Produktinnovation und Technologie selbst wachsen.

«Auf Knopfdruck entsteht in Sekundenschnelle ein Wertpapier.»

Finanzierungsplattformen gibt es unterdessen einige. Was ist bei Cosmofunding anders?
SP: Einerseits unser holistisches Produktangebot, mit dem wir unsere Kunden als One Stop Shop bedienen können. Beispielsweise entsteht innerhalb von Cosmofunding auf Knopfdruck in Sekundenschnelle ein Wertpapier mit ISIN und Valorennummer, das einfach in ein Depot gebucht werden kann. Andererseits betreiben wir dieses Geschäft als Bank und somit aufsichtsrechtlich reguliert. Mittlerweile heben uns auch die breite Investoren- und Emittentenbasis und das gehandelte Volumen in der Schweiz deutlich von der Konkurrenz ab. In der Regel ist zudem jede Finanzierung bei Cosmofunding durch eine externe Ratingagentur bewertet. Diese ist unabhängig von Vontobel.

Wer ist auf Cosmofunding aktiv?
Edy Tanner: Alle wichtigen institutionellen Kapitalgeber: Pensionskassen, Banken, Unternehmen, Asset Manager, Versicherer, Stiftungen und Relationship Manager für Grosskunden. Bei öffentlichen Anleihen können auch Retailinvestoren zeichnen. Wir konnten so auch viele institutionelle Neukunden zu Vontobel bewegen.

Mit der grossen Auswahl an Emittenten wollen sie institutionellen Investoren einen einfachen, digitalen Zugang zu Investitionsmöglichkeiten aus den verschiedensten Sektoren ermöglichen. Von welchen Sektoren sprechen wir hier?
ET: Das sind einerseits die öffentliche Hand, also Städte, Gemeinden und Kantone, staatsnahe Unternehmen (Versorger, Spitäler, Transportwesen etc.), öffentlich-private Partnerschaften zur Erreichung der Klimaneutralität, besicherten Finanzierungen, Finanzierungen von Immobilienfonds, klassische Unternehmensfinanzierungen und auch Additional-Tier-1-Finanzierungen für Banken.

Und welche Emittenten sind derzeit bei Investoren besonders beliebt?
SP: Das hängt stark vom individuellen Investorenprofil ab. Wir merken allgemein, dass unsere Investoren es schätzen, dass sie Zugang zu Investmentopportunitäten auf Cosmofunding finden, den sie vorher nicht hatten.

Das heisst konkret?
SP: Die eine Gruppe beispielsweise setzt auf maximale Sicherheit und investiert kurzfristig in die öffentliche Hand zu besseren Negativzinsen als die gesetzten minus 0,75 Prozent pro Jahr, beziehungsweise um die null Prozent, unter Umständen durch Einsatz des FX Basis-Effekts. Dann gibt es eine Gruppe, die in ein attraktives Risiko-Rendite-Profil bei (besicherten) Unternehmensfinanzierungen investiert. Es gibt aber auch die Gruppe mit Tendenz zu High-Yield-Investments.

«2021 wurden sieben Milliarden über unsere Plattform gehandelt.»

Auf welche Produktinnovationen blicken Sie zurück und mit welchen ist zu rechnen in nächster Zeit?
ET: Die letzten zwei Jahre waren von starker Innovation getrieben: Wir haben über Cosmofunding öffentliche Anleihen emittiert, können seit geraumer Zeit Immobiliengesellschaften und Fonds finanzieren, haben kürzlich einen CoCo Bond für eine Bank und in Zusammenarbeit mit der Innergia Group eine Finanzierung einer öffentlich-privaten Partnerschaft zur Erreichung der Klimaziele begeben. Insbesondere unseren konkreten und realisierbaren Beitrag zur Erreichung der Klimaneutralität zu leisten, spornt uns an. Hier rechne ich mit weiteren Innovationen. Genauso wie der naheliegende Rollout des Geschäfts auf weitere Währungen wie beispielsweise Euro oder US-Dollar.

Und was steht in Sachen Technik noch an?
ET: Wir arbeiten an einer neuen Website und an der weiteren Digitalisierung des Kundenerlebnisses auf Cosmofunding.

«Vontobel schätzt den Finanzierungsbedarf allein in der Schweiz auf jährlich 989 Milliarden Franken.»

Zum Schluss: Wie gehe ich als Investor vor, wenn ich über Cosmofunding investieren will?
SP: Wir sind nur offen für B2B oder B2B4C und man muss unseren regulierten Onboarding-Prozess durchlaufen. Es funktioniert ganz einfach über den Internet-Browser und einem Account bei uns. Man gibt die gewünschte Rendite und Volumenkombination ein und erhält automatisch Rückmeldung – im Erfolgsfall sofort mit dem fertigen Termsheet inklusive ISIN. Entweder man bucht bei Vontobel, dann erscheint die Transaktion sofort im Depot – oder das Settlement findet über die bestehende Custodian-Bank statt. Für Investoren ist Cosmofunding übrigens kostenlos. Wir verdienen beim Emittenten, falls sich dieser für unser Angebot entscheidet.

Text: Patrick Stämpfli
Bilder: Marlies Thurnheer

Ja zur Frontex!

Bundeskanzler Olaf Scholz verkündete eine «Zeitenwende». Das dürfte zutreffen: Die Welt sieht seit dem 24. Februar sicherheitsmässig politisch und wirtschaftlich anders aus.

Die EU und die NATO haben die Reihen geschlossen. Sie fühlen sich bedroht, verstärken ihre Verteidigungsanstrengungen und zeigen gegenüber den Flüchtlingen allseitige Solidarität.

Und die Schweiz? Als neutrales Land stehen auch wir vor neuen Herausforderungen. Der Ukraine-Krieg wird uns politisch, wirtschaftlich, energie-und sicherheitsmässig noch lange beschäftigten. Er hat weitgehende Auswirkungen auf den Frankenkurs, die Aktienmärkte, die Rohstoffmärkte, die Energiemärkte, unterbrochene Lieferketten, die Pensionskassen, die AHV, das Asylwesen und die Verteidigung.

Sicherheit wahren …
In dieser Phase der Neuorientierung gilt es, Bewährtes zu bewahren und Kooperationen zu pflegen. Mit dem Beitritt der Schweiz zum Schengen-Raum, dem wir seit 2008 angehören, haben wir den Weg in Richtung eines stärkeren Schutzes der europäischen Aussengrenzen sowie einer datenbasierten Polizeizusammenarbeit gelegt.

Der Ausbau der europäischen Grenz- und Küstenwache (European Border and Coast Guard) Frontex, an der wir uns seit 2011 beteiligen, sollte deshalb auch von uns unterstützt werden. Frontex hilft, bietet Schutz und sorgt für Sicherheit. Mit der Beteiligung bleiben wir auch assoziiertes Mitglied von Schengen/Dublin.

…Grenzen schützen!
Eine Ablehnung der Frontex-Vorlage würde die erfolgreiche Zusammenarbeit infrage stellen, da sie automatisch enden würde. Ausser die EU-Kommission und alle EU-Staaten würden in wenigen Tagen einstimmig beschliessen, die Zusammenarbeit mit der Schweiz, die ihren Beitrag nicht zahlen will, dennoch fortzuführen. Im aktuell heiklen Umfeld darf unsere Sicherheit nicht aufs Spiel gesetzt werden. Solidarität ist gefragt. Deshalb bleibt die Empfehlung, der Frontex-Vorlage am 15. Mai an der Urne zuzustimmen.

Dr. rer. publ. HSG Sven Bradke
Wirtschafts- und Kommunikationsberater,
Geschäftsführer Mediapolis AG in St.Gallen

«Kühlen Kopf bewahren»

Die Inflation geht um in Europa und wirbelt den Zinsmarkt durcheinander. Was bedeutet das für Anleger und Immobilienbesitzer? Thomas Gitzel, Chefökonom der VP Bank, und Martin Engler, Leiter Private Banking/Institutionelle Kunden, haben Antworten.

Thomas Gitzel, Martin Engler, die Inflation ist im Anmarsch und das spürt man auch in der Schweiz. Die Preise fürs Heizen und Einkaufen steigen, Ferien, Benzin und Kaffee kosten immer mehr. Was ist der Grund für die aktuelle Situation?
Thomas Gitzel: Wir sehen darin die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie und jetzt auch die Konsequenzen des Krieges in der Ukraine. Die Corona-Massnahmen führten zu Produktionsunterbrechungen. Vor allem die strenge Null-Covid-Strategie in China hat die Produktion und die Logistik in Asien ins Wanken gebracht. Vorprodukte und Rohstoffe wurden knapp, was zunächst zu deutlichen Preissteigerungen auf Ebene der Erzeugerpreise führte. Aber auch die mit dem entsetzlichen Krieg in der Ukraine einhergehenden höheren Energiepreise erhöhten die Teuerungsdynamik zuletzt zusätzlich.

Ist das nur ein vorübergehendes Phänomen oder ist die Inflation gekommen, um länger zu bleiben?
TG: Die Teuerung wird aufgrund der jüngsten Entwicklungen in der Ukraine vorerst hoch bleiben. Wir werden aber vermutlich in der zweiten Jahreshälfte niedrigere Inflationsraten sehen. Der Ölpreisanstieg des Vorjahres wirkt sich in den kommenden Monaten dämpfend auf die Teuerungsdynamik aus. Gleichwohl gibt es natürlich Restrisiken. Zu nennen sind ausbleibende Energielieferungen aus Russland und anhaltende Unterbrechungen der Lieferketten. Damit könnte es zu Zweitrundeneffekten kommen. Das ist bislang aber nicht unser Hauptszenario.

Wie reagieren die Notenbanken auf diese Entwicklung?
TG: Sie können weder gegen gestiegene Ölpreise noch gegen die Preisschübe aufgrund unterbrochener Lieferketten etwas ausrichten. Währungshüter können aber sehr wohl Inflationserwartungen mittels einer entsprechend restriktiven Geldpolitik im Zaum halten. Würden etwa Verbraucher antizipieren, dass die Teuerung hoch bleibt, könnten sie höhere Lohnforderungen stellen. Schlagen die Unternehmen wiederum die gestiegenen Kosten auf die Produkte um, wäre eine Lohn-Preis-Spirale im Gange. Genau deshalb versuchen die Notenbanken, in unterschiedlicher Ausprägung den Schalter umzulegen. Allerdings machen die mit dem Krieg einhergehenden wirtschaftlichen Risiken den Job für die Notenbanker nicht gerade einfach. Trotzdem: Inflationsrisiken sollte der Vorrang eingeräumt werden.

«Die sogenannten Wachstumswerte kamen besonders unter Druck.»

Mit der Inflation wird die Geldpolitik straffer und sorgt für Wirbel auf dem Zinsmarkt. Welche Auswirkungen hat das auf Anlagen und Kredite?
Martin Engler: Signalisieren Notenbanken eine geldpolitische Wende, hat dies Auswirkungen auf sämtliche Anlageklassen. Die Kurse von Staatsanleihen fallen, was die Rendite erhöht. Höhere Renditen wiederum haben Auswirkungen auf die Bewertung von Aktien. Gerade deshalb sahen wir bereits vor Ausbruch des Krieges in der Ukraine ein recht unruhiges Geschehen an den Börsen. Aber auch der Währungsmarkt kommt in Bewegung.

Sowohl der US-Dollar als auch der Franken sind in Zeiten erhöhter geopolitischer Unsicherheit gefragt. Der Krieg in der Ukraine, der geldpolitische Umbruch der Fed, die Furcht vor einer dauerhaft hohen Inflationsrate und die Materialknappheiten erhöhen nicht nur die Volatilität an den Aktienmärkten, sondern auch das Sicherheitsbedürfnis der Anleger. Franken wie US-Dollar profitieren davon.

Gibt es Anlagen, die davon besonders stark betroffen sind?
ME: Die sogenannten Wachstumswerte kamen besonders unter Druck. Also Unternehmen, deren Wachstumskurs mit

Martin Engler und Thomas Gitzel: Volatilität und Sicherheitsbedürfnis.

Schulden finanziert wurde und die deshalb unter einem Zinsanstieg besonders stark leiden. Darunter fällt vor allem der US-Technologiesektor. Die US-Technologiebörse NASDAQ gab seit Jahresbeginn deshalb deutlich mehr nach als etwa der mit eher traditionellen Unternehmen besetzte Euro-Stoxx 600. Direkt betroffen von der Aussicht auf höhere Zinsen sind natürlich Staatsanleihen, deren Kurse ebenfalls deutlich gelitten haben.

«Steigen die Zinsen, verteuern sich Hypothekarfinanzierungen.»

Wie sollten sich Anleger in der aktuellen Situation denn verhalten?
ME: Aktienanlagen sind langfristige Investments und können einerseits starken Kursschwankungen unterliegen, andererseits schütten die Unternehmen auch interessante Dividenden aus. Dies relativiert kurzfristige Kursverluste, denn qualitativ gute Aktieninvestments versprechen stabile Dividendenausschüttungen, was sich langfristig auszahlt. Seien Sie zurückhaltend mit Ihrem Bauchgefühl und behalten Sie auch in turbulenten Zeiten einen kühlen Kopf, denn Panik und Euphorie sind beim Investieren fehl am Platz. Verifizieren Sie Ihre Anlagestrategie mit Ihrem Bankberater. Letztendlich geht es darum, einen optimalen Mix verschiedener Anlageklassen zu finden, um langfristige, stabile Erträge zu generieren.

Wie wirkt sich die Inflation auf Hypothekarschulden aus?
ME: Steigen die Zinsen, verteuern sich Hypothekarfinanzierungen. Immobilienbesitzer mit einer langfristigen Zinsbindung können weiterhin ruhig schlafen, sie haben zunächst nichts zu befürchten. Anders verhält es sich bei Finanzierungen, die an die Entwicklung des Geldmarktsatzes gebunden sind. Würde die SNB etwa den Leitzins anheben, hätte dies auch unmittelbare Auswirkungen auf den Geldmarktsatz.

Handlungsbedarf besteht demnach für Immobilienbesitzer, deren Finanzierung in Bälde ausläuft. Hier kann frühzeitig das derzeit noch relativ geringe Zinsniveau gesichert werden. Aber auch wer eine an den Geldmarktsatz gebundene Finanzierung hat, sollte das Gespräch mit seinem Finanzierungsberater suchen. Tatsache ist, dass die Zinsen im historischen Vergleich nach wie vor tief sind.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Marlies Thurnheer

Das Hoffen auf eine geopolitische Beruhigung

Die Welt ist im Umbruch: Corona, Inflation, der Krieg in der Ukraine. Welche Auswirkungen haben die nationalen und internationalen Geschehnisse auf das Geschäft der in der Ostschweiz ansässigen Geldinstitute? Der LEADER hat nachgefragt.

St.Galler Kantonalbank: «Erfolgreich unterwegs»
«Die St.Galler Kantonalbank ist sehr gut aufgestellt und erfolgreich unterwegs. Im letzten Jahr konnten wir unseren Gewinn auf 181,2 Millionen Franken steigern. Dieser Erfolg basiert auf einem starken Wachstum in allen Geschäftsfeldern: im Heimmarkt Ostschweiz, in der Deutschschweiz und in Deutschland. Wir sind als persönliche, moderne Bank mit nachhaltigen Werten stark positioniert. Davon profitieren auch unsere rund 33 000 Aktionäre in Form einer höheren Dividende.»

Christian Schmid,
Präsident der Geschäftsleitung

Thurgauer Kantonalbank: «Solider Geschäftsgang»
«Die TKB hat ein sehr gutes Jahresergebnis 2021 erzielt und verzeichnet auch im laufenden Jahr einen soliden Geschäftsgang. Für uns als regional verankerte und tätige Bank hat die Krise in der Ukraine bislang keine direkten Auswirkungen. Unsere Geschäftsaktivitäten beschränken sich in erster Linie auf den Thurgau. Wir haben keine Kunden, die in der Ukraine oder in Russland domiziliert sind. Im Zuge der verhängten Sanktionen ist der Zahlungsverkehr nach Russland eingeschränkt. Davon sind auch einzelne Kunden der TKB betroffen; beispielsweise Firmen, die Waren aus Russland beziehen oder dorthin exportieren.»

Thomas Koller, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Appenzeller Kantonalbank: «Robust aufgestellt»
«Die Appenzeller Kantonalbank ist robust aufgestellt. Wir weisen ein Eigenkapital von 338 Millionen Franken oder 20,1 Prozent Kernkapitalquote aus. 2021 erzielten wir einen Geschäftserfolg von 20 Millionen Davon können wir unserem Eigner, dem Kanton Appenzell Innerrhoden, eine Gewinnausschüttung von 7,2 Millionen überweisen und das Eigenkapital um 12,8 Millionen erhöhen. 78 Prozent unseres Geschäftsertrages erzielen wir aus dem Zinsengeschäft. Aufgrund der sehr lange anhaltenden Tiefstzinsphase ist der Margendruck nach wie vor eine grosse Herausforderung für alle Banken. Als regionale Bank hat die Ukraine-Krise bis jetzt keinen direkten Einfluss auf unser Kreditgeschäft.»

Ueli Manser, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Raiffeisenbank St.Gallen:
«Nicht exponiert»
«Die Raiffeisenbank St.Gallen ist aufgrund ihres primär auf den schweizerischen Retailmarkt fokussierten Geschäftsmodells nicht direkt gegenüber Russland oder der Ukraine exponiert. Die längerfristigen Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung in der Schweiz hängen vom weiteren Verlauf der Krise ab und lassen sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht abschliessend beurteilen. Wir erwarten aber aktuell keinen signifikanten Einfluss auf den Geschäftsverlauf.»

Johannes Holdener,
Vorsitzender der Bankleitung

Acrevis Bank:
«Gut gestartet»
«Die Acrevis Bank AG ist gut ins Jahr 2022 gestartet. Wir stehen sehr solide da und arbeiten in allen Bereichen erfolgreich: Brutto- und Reingewinn, operativer Geschäftserfolg sowie Anlagevolumen und Kundenausleihungen konnten im vergangenen Jahr allesamt gesteigert werden – trotz der herausfordernden Corona-Situation. Dabei sind wir dankbar, dass wir als Bank nicht in grösserem Ausmass betroffen waren und auch unsere Kunden sowie unsere Mitarbeiter insgesamt gut durch die Krise gekommen sind. Die Situation in der Ukraine macht uns menschlich sehr betroffen. Als Bank wirken sich die Entwicklungen nicht direkt auf uns aus.»

Michael Steiner, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Alpha Rheintal Bank:
«Beobachten genau»
«Der Krieg in der Ukraine beschäftigt uns alle sehr. Auch für die Finanzmärkte ist dies eine schwierige Situation mit ungewissem Ausgang. Bisher sind die Kursrückgänge an den Börsen jedoch noch moderat. Die Alpha Rheintal Bank ist eine etablierte Regionalbank, die in ihrem Marktgebiet Ostschweiz/Rheintal sehr erfolgreich unterwegs ist, was auch die Jahresabschluss-Zahlen 2021 belegen. Wir beobachten die Geschehnisse genau, treffen nötige Vorkehrungen und gehen unseren Weg weiter.»

Reto Monsch, CEO

WINNER OF THE BEST LEADER IN
PRIVATE BANKING AWARD 2021.

DIE BESTEN ERFOLGSGESCHICHTEN WERDEN NIE ALLEIN GESCHRIEBEN.

Wir danken unseren Kunden für ihr Vertrauen und freuen uns auf den weiteren gemeinsamen Weg.

juliusbaer.com

Julius Bär
YOUR WEALTH MANAGER

Bank Linth: «Solid aufgestellt»
«Die Bank Linth ist als Regionalbank sehr solid aufgestellt. Im Geschäftsjahr 2021 hat die Bank Linth einen ausgezeichneten Jahresgewinn von 27 Millionen Franken erzielt. Dies entspricht einem Plus von 7,8 Prozent gegenüber dem massgeblich von Corona geprägten Vorjahr. Russlands Angriff auf die Ukraine erfüllt auch uns mit Besorgnis. Neben dem grossen menschlichen Leid zeigt der Krieg seine Auswirkungen unmittelbar auf den Finanzmärkten, und er wird mit einiger Sicherheit auch konjunkturelle und wirtschaftspolitische Folgen haben, international und in der Schweiz.»

David Sarasin, Geschäftsleiter

Julius Bär: «Reger Austausch»
«Vermögensverwalter als sicherer Hafen sind in Zeiten von geopolitischen Unsicherheiten und Verwerfungen an den Märkten besonders gefragt, so auch jetzt. Unsere Kunden schätzen in der aktuellen Situation die persönliche Beratung und es herrscht ein reger Austausch mit den Julius-Bär-Beratern und -Anlageexperten.»

Michael Eicher, Leiter Ostschweiz

Reichmuth & Co Privatbankiers: «Erfreuliches 2021»
«Die russische Invasion in der Ukraine und das Leid der Bevölkerung machen mich betroffen. Als auf die Schweiz fokussierte Privatbankiers betreuen wir keine Kunden aus dieser Region. Unserer Bank geht es gut, 2021 war für uns trotz Pandemie ein sehr erfreuliches Jahr. Der Krieg hat aber weitreichende Auswirkungen für die ganze Welt: Die steigenden Energiepreise bremsen das Wachstum und die Zentralbanken können wegen der bereits hohen Inflation nicht zum bewährten Mittel der Zinssenkung greifen. Wir hoffen auf eine baldige Beruhigung der gefährlichen geopolitischen Lage.»

Werner Krüsi, Niederlassungsleiter St.Gallen

Migros Bank: «Gesunde Position»
«Die Migros Bank befindet sich im Umfeld von Unsicherheit und Inflation in einer gesunden Position. Wir begleiten unsere Kunden durch Partnerschaft auf Augenhöhe und begegnen Fragestellungen proaktiv. Unsere Lösungen sind für Firmen- und Privatkunden ein Mehrwert.»

Cornelius Pretnar, Leiter Firmenkunden Ostschweiz

Ihr **Vermögen** in erfahrenen Händen. Damit es nach **Ihren Vorstellungen** aufblüht.

Sie möchten die knappe Zeit bevorzugt für Ihre Ideen und Projekte nutzen, aber dennoch von den Märkten profitieren? Wir helfen Ihnen, Ihre finanziellen Ziele zu erreichen, indem wir laufend die Entwicklungen an den Finanzmärkten analysieren und Ihr Vermögen bestmöglich investieren. **vpbank.com/vermoegensverwaltung**

VP Bank AG · Aeulestrasse 6 · 9490 Vaduz · Liechtenstein
T +423 235 66 55 · info@vpbank.com · www.vpbank.com
Die VP Bank Gruppe ist vertreten in Vaduz, Zürich, Luxemburg, Tortola/BVI, Singapur und Hongkong.

VP BANK

Hypo Vorarlberg:
«Starkes Wachstum»
«Die Hypo Vorarlberg ist strategisch auf die Länder Österreich, Schweiz, Deutschland und in reduziertem Ausmass Norditalien ausgerichtet. Wir dürfen trotz der Corona Krise auf ein sehr gutes Geschäftsjahr 2021 zurückblicken und freuen uns insbesondere über ein starkes Wachstum in der Schweiz. Da unser Geschäftsmodell auf Firmen- und Privatkunden im deutschsprachigen Raum ausgerichtet ist, betrifft uns die derzeitige internationale Lage nur indirekt, beispielsweise über erhöhte Rohstoffpreise bzw. die derzeitige Börsensituation.»

Walter Ernst,
Leiter der Niederlassung
St.Gallen, Regionaldirektor
Schweiz

Credit Suisse:
«Chancen nutzen»
«Ich darf hier in der Region Ostschweiz auf ein loyales und eingespieltes Team zählen. Gemeinsam haben wir es geschafft, das Volumen als auch die Erträge substanziell zu erhöhen. Ein wichtiger Erfolgsfaktor dabei ist ganz klar die Nähe zu unseren Kunden. Es gilt jetzt, positiv nach vorne zu blicken und die Chancen, die sich im aktuell turbulenten Marktumfeld ergeben, zu nutzen.»

Reto Müller, Leiter Region Ostschweiz

Vontobel:
«Ausgewogenes Geschäftsmodell»
«Vontobel hat das Jahr 2021 mit einem Rekordergebnis abgeschlossen, zu dem alle Bereiche beitrugen. Das Ergebnis nach Steuern stieg um 48 Prozent auf 384 Millionen Franken. Ein wichtiger Faktor für das sehr gute Ergebnis 2021 waren Skaleneffekte in den Wachstumsbereichen, die sich im Aufwand-Ertrags-Verhältnis ausdrücken, das aufgrund der operativen Effizienz bei 69,1 Prozent lag. Das für 2021 vorliegende Ergebnis unterstreicht das ausgewogene und auf wiederkehrende Erträge ausgerichtete Geschäftsmodell von Vontobel. Unser langfristiges Ziel ist es, bis 2030 in all unseren Zielmärkten zu den führenden und angesehensten Investmenthäusern zu zählen.»

Edy Tanner, Leiter Region Ostschweiz

Vermögen erhalten, pflegen und weiter vergrössern

Sich Ziele setzen, den Weg planen und zielgerichtet Vermögen aufbauen – mit der acrevis Bank als Partner an Ihrer Seite.

In den eigenen vier Wänden wohnen, eine Familie gründen und die Lieben finanziell absichern, sich beruflich selbstständig machen, das Studium der Kinder unterstützen oder für ein sorgenfreies Alter sparen – Träume und Ziele, die man sich im Leben setzt, gibt es viele.

Detaillierte Finanzplanung

Der französische Schriftsteller Antoine de Saint-Exupéry hat es auf den Punkt gebracht: «Ein Ziel ohne Plan ist nur ein Wunsch.» Ob Ziele erreichbar sind, liegt zu grossen Teilen in unseren eigenen Händen, vor allem, wenn es um die finanziellen Aspekte geht: «Mit sorgfältiger Planung und passenden Massnahmen können wir die Weichen stellen, dass Träume sich realisieren lassen», erklärt Brigitte Weber, Leiterin Finanzplanung der acrevis Bank AG mit Hauptsitz in St.Gallen. «Eine umfassende Finanzplanung von acrevis schafft Übersicht, Transparenz und Sicherheit.» Mit dem Kunden erfassen die acrevis Finanzplaner alle relevanten Zahlen und Fakten. «Diese stellen wir Ihren Zielen gegenüber und erarbeiten so Ihre persönliche Finanzplanung. Abgeleitet aus der Analyse enthält sie konkrete Handlungsempfehlungen, Optimierungsvorschläge und einen konkreten Massnahmenplan, bei dessen Umsetzung wir Sie als Partner bedarfsorientiert entlang Ihrer Lebensachse begleiten.»

Zielgerichtet Vermögen aufbauen

Ein wesentliches Element dabei ist der zielgerichtete Vermögensaufbau. «Erhalten, pflegen und weiter vergrössern, was man sich erarbeitet hat: Wir unterstützen Sie unabhängig, kompetent und persönlich, denn Anlegen ist Vertrauenssache, basierend auf einem offenen und konstruktiven Miteinander», betont Sandro Schibli, Bereichsleiter Private Banking bei acrevis. «Ob Sie eigenständig anlegen möchten, eine Anlageberatung wünschen oder die Verwaltung Ihres Vermögens vertrauensvoll in unsere Hände legen möchten: Mit acrevis finden Sie die passende Anlagelösung.»

Analyse in drei Dimensionen

Gemeinsam wird eine persönliche Anlagestrategie erarbeitet, abgestützt auf dem individuellen Anlegerprofil. Die Gewichtung der Anlageklassen basiert auf dem zukunftsorientierten Anlagemodell acrevis spektrum® mit drei Dimensionen: «Die fundamentale Analyse untersucht die Gesamtwirtschaft –

Für Ihre Vermögensverwaltung im Zeichen der Nachhaltigkeit

Marktgerechte Renditen erzielen und gleichzeitig einen nachhaltigen Zweck verfolgen – die Vermögensverwaltungslösung «acrevis invest expert Nachhaltigkeit» macht es möglich. «Bei der Konzeption dieser Anlagelösung waren Glaubwürdigkeit und Konsequenz stets unsere obersten Prämissen, um so verantwortungsvolles Banking auch beim Anlegen ganz bewusst zu leben», betont Luca Studer, Research Analyst bei der acrevis Bank AG. «Auf kontrovers diskutierte Anlageklassen wie Rohstoffe oder Hedge Funds verzichten, umstrittene Themen wie Waffen oder Tabak ausschliessen, die ESG-Bewertung (Environment, Social, Governance) einer unabhängigen ESG-Ratingagentur beiziehen und die CO_2-Intensität eines Unternehmens mitberücksichtigen: Die umfassende Kombination verschiedener Nachhaltigkeitsansätze sichert eine qualitativ hochwertige Selektion von Anlagefonds und die Berücksichtigung sozialer, ökologischer und ethischer Gesichtspunkte bei Investmententscheidungen.»
Damit ist die Vermögensverwaltungslösung «acrevis invest expert Nachhaltigkeit» ideal für Anlegerinnen und Anleger, die eine Rundumbetreuung für ihr Vermögen und Investitionen mit Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien schätzen.
www.acrevis.ch/invest-expert-nachhaltigkeit

Länder, Märkte und Unternehmen – anhand von Kennzahlen. Die verhaltensbezogene Analyse bewertet die Marktteilnehmer basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen aus der Verhaltensökonomie. Und die technische Analyse vergleicht Kursbewegungen und Kurvenmuster mit historischen Entwicklungen und leitet daraus Trends für Märkte, Anlageklassen und Einzeltitel ab», legt Sandro Schibli dar. «acrevis spektrum® verfügt damit über mehr Entscheidungsdimensionen als branchenübliche Fundamentalanalysen.» Unterstützt von modernsten Frühwarnsystemen werden die Investitionen sodann überwacht und optimiert.

Persönliche Bedürfnisse und Performance in Einklang

Die Persönlichkeit des Anlegers kombiniert mit acrevis Finanzmarktkompetenz: «Das erschliesst unseren Kunden eine systematische und persönliche Betreuung für eine massgeschneiderte Vermögensbildung mit bestmöglicher Performance», so Sandro Schibli. «Wir sind gerne für Sie da in unseren acht Niederlassungen zwischen Bodensee und Zürichsee.»

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Unter **www.acrevis.ch/anlegen** erfahren Sie mehr über die acrevis Anlagelösungen. Und unter **www.acrevis.ch/finanzplanung** stellen wir Ihnen unsere Finanzplanung ausführlich vor. Oder vereinbaren Sie via QR-Code direkt online einen unverbindlichen Beratungstermin.

acrevis
Meine Bank fürs Leben

Lauro Böni, Sebastian Büchler, Jan Philip-Schade, Lukas Plachel vom St.Galler Start-up Kaspar&.

Die Vermögensverwaltung in der Hosentasche

Das St.Galler Start-up Kaspar& hat Anfang des Jahres als erstes Schweizer FinTech eine Vermögensverwaltungslizenz der Finma erhalten. Kaspar& bietet mit App und Karte nicht nur die Möglichkeit, Rundungsdifferenzen und Kleinbeträge zu investieren, sondern auch ein Financial-Wellness-Programm für Unternehmen. Dieses soll die Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen – und die Personalrekrutierung vereinfachen.

Kaspar& wurde im August 2020 von Jan-Philip Schade, Lukas Plachel, Lauro Böni und Sebastian Büchler gegründet und konnte bereits mehrere renommierte Berater wie Thierry Kneissler (ex-CEO von TWINT) und Andy Waar (Co-Founder und ehemaliger CMO von Yapeal) gewinnen. Als Bankingpartner von Kaspar& fungiert die Hypothekarbank Lenzburg.

Von Kopf bis Fuss durchleuchtet

«Der Erhalt der Finma-Lizenz war ein riesiger Meilenstein für uns alle und eine wirkliche Erleichterung», sagt Jan-Philip Schade. Dass die Erleichterung gross war, ist kein Wunder: Der gesamte Prozess bis zum Erhalt der begehrten Lizenz hat nämlich fast neun Monate gedauert. Parallel dazu hat das Team von Kaspar& die gesamte Technologie der App und der Systeme aufgebaut. Und das, ohne zu wissen, ob man die Lizenz überhaupt erhält.

«Der Erhalt der Finma-Lizenz war ein riesiger Meilenstein für uns.»

Um eine Lizenz der Finanzmarktaufsicht zu erhalten, müssen Bewerber eine Reihe von Anforderungen erfüllen. Diese umfassen Mindestkapitalanforderungen, organisatorische Vorgaben mit Blick auf die Risiko- und Compliance-Kontrollen, Mindestanforderungen an die Geschäftsführung, Cyberschutzanforderungen und eine Reihe von System- und Prozesschecks. Kurzum: Das ganze Unternehmen wird einmal von Kopf bis Fuss durchleuchtet.

«Die Zulassung garantiert unseren Kunden, dass wir professionell und sorgsam bei der Verwaltung ihres Geldes umgehen. Im Grunde handelt es sich bei der Finma-Lizenz um ein Qualitätssiegel», erklärt der Kaspar&-Mitgründer nicht ohne Stolz.

Investieren ab einem Franken

Kaspar& bietet seinen Kunden ein gebührenfreies Schweizer Bankkonto inklusive Prepaid-Master Card sowie die Möglichkeit, verschiedene Anlagestrategien ab einem Franken zu eröffnen. Zudem kann bei jeder Zahlung mit der Kaspar&-Karte auf den nächsten Franken aufgerundet und die Differenz automatisch investiert werden. Mit diesen Mikro-Investments macht Kaspar& Anlegen und Investieren nicht nur der breiten Bevölkerung zugänglich, sondern integriert auch das Thema Finanzen in den Alltag seiner Kunden.

«Das Besondere an Kaspar& ist, dass wir unterschiedliche Finanzdienstleistungen zentral in einer App zugänglich machen. Dabei geht es uns aber nicht darum, viele Funktionen einfach aneinander zu schustern. Sondern wir verbinden sie so miteinander, dass etwa Investitionen im Hintergrund passieren, ohne dass sich unsere Kunden darum kümmern müssen. Gehe ich abends mit Kollegen ein Bier trinken, rundet Kaspar& automatisch beim Bezahlen auf und investiert die Differenz in meine Altersvorsorge. Wir sind also der Partner fürs Finanzleben, der sich wirklich um alles kümmert», erklärt Schade.

Das «Financial-Wellness-Programm für Mitarbeiter»

Nach dem gelungenen Start soll die App nun weiter ausgebaut werden. Der erste Schritt: ein Benefitprogramm für Angestellte, die eine Kaspar&-Firmenkarte nutzen. Es wird zurzeit mit Pilotpartnern getestet, bis es diesen Sommer live gehen soll. Die Idee dahinter: Bisher helfen Unternehmen ihren Mitarbeitern primär durch BVG-Beiträge in der Pensionskasse. «Zusammen mit Kaspar& können Firmen jetzt einen Schritt weiter gehen und erstmalig ihre Leute ganzheitlich beim Thema Finanzen unterstützen», so Jan-Philip Schade.

Hierfür bekommen Mitarbeiter von angeschlossenen Partnerunternehmen eine im Corporate Design gestaltete Kaspar&-Karte, die bestimmte Zusatzfunktionen beinhaltet. So können Arbeitgeber z. B. bei jeder Zahlung einige Prozente auf das investierte Wechselgeld als Sparunterstützung obendrauf legen, die Verwaltungskosten übernehmen oder ein firmeninternes Fortbildungsprogramm zum Thema Finanzen

SI HET SCHO BALD D AUTOPRÖFFIG

Hätten Ihre Nachkommen Freude an einem Zustupf an die Fahrprüfung? Oder ans erste Auto? Mit unserem Fondssparplan arbeiten Sie mit System und in tragbaren Schritten auf solche finanziellen Sparziele für Ihre Nachkommen hin.

Mit unserem Fondssparplan profitieren Sie von höheren Renditechancen als mit einem Sparkonto und gehen weniger Risiko ein als mit Direktinvestitionen in Aktienmärkte. Und wir unterstützen Sie mit tiefen Gebühren.

appkb.ch/fondssparplan

Empfehlenswert. Appenzeller Kantonalbank

LEADER ist eine Marke – und davon profitieren auch Sie!

Der LEADER ist zum Label für ein starkes Unternehmertum mit Visionen geworden. Ob Firma, Verband oder Organisator einer Veranstaltung: Wir sind Ihr Partner und realisieren mit Ihnen ein Magazin, das vollumfänglich oder teilweise anzeigenfinanziert ist, professionell umgesetzt wird und direkt von der exklusiven Zielgruppe der Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik in der Ostschweiz profitiert. Bei Fragen stehen wir Ihnen per Telefon unter 071 272 80 50 oder via Email unter leader@metrocomm.ch gerne zur Verfügung.

www.leaderdigital.ch LEADER SPECIAL

Logisch, TKB.

tkb.ch/firmen

Thurgauer Kantonalbank
FÜRS GANZE LEBEN

beziehen. «Es geht also darum, den eigenen Mitarbeitern aktiv beim Meistern ihres Finanzlebens zu helfen», umfasst Schade sein «Financial-Wellness-Programm für Mitarbeiter» genanntes Angebot.

Damit kann ein Unternehmen integriert in den Alltag seiner Angestellten einen Beitrag leisten, damit sich diese weniger Sorgen um Themen wie Vorsorge, Notgroschen oder das Erreichen anderer langfristiger Ziele wie die Ausbildung von Kindern machen müssen.

«Das Angebot zeigt mir als Arbeitnehmer, dass ich wirklich wichtig bin.»

Mitarbeiter halten und gewinnen

Und wie kam Schade auf die Idee? «Der individuelle Umgang mit Finanzen beeinflusst doch nicht nur unsere finanzielle Situation, sondern auch unser Wohlbefinden im Allgemeinen. Jeder kennt das: Wenn wir uns finanzielle Sorgen machen, dann hat das auch einen Einfluss auf unser Arbeitsleben, auf die Jobzufriedenheit oder die persönliche Leistungsfähigkeit. Wenn ein Arbeitgeber hier mit unserem Programm einfach und unkompliziert unterstützen kann, dann haben alle gewonnen – die Mitarbeiter und das Unternehmen.»

Unternehmen, die an dem Programm teilnehmen, senden so ein Signal an ihre Mitarbeiter und zeigen, dass sie aktiv helfen möchten, diese auch im Bereich finanzielles Wohlbefinden zu unterstützen. «So ein Angebot zeigt mir als Arbeitnehmer, dass ich wirklich wichtig bin und sich meine Firma um mich kümmert», ist Schade überzeugt. Die Karte mit dem eigenen Firmenlogo erhöhe zudem die Identifizierung mit dem Unternehmen und stärke bei jeder Zahlung das Zugehörigkeitsgefühl. Auch könne das Programm als Fringe Benefit bei der Rekrutierung von neuen Mitarbeitern helfen. «Im Kampf um die besten Talente kann ein Zusatznutzen, der einem zeigt, dass man als Angestellter wichtig ist, den Unterschied machen.»

«Mit Kaspar& können Firmen erstmalig ihre Leute ganzheitlich beim Thema Finanzen unterstützen.»

LEADER-Leser erhalten **kostenlosen Zugang zum Financial-Wellness-Programm von Kaspar& im ersten Jahr.** Dazu einfach unter www.kasparund.ch/#angebote Kontakt mit Kaspar& aufnehmen und das Stichwort LEADER nennen.

Text: Stephan Ziegler
Bild: Marlies Thurnheer

Ölpreis – quo vadis?

Die Hausse des Ölpreises begann bereits im vergangenen Herbst und trieb die Kurse bis zum Jahresende auf ein Sieben-Jahres-Hoch. Erwartet wurde für 2022 eine noch stärkere Nachfrage, die dem Ölpreis weitere Dynamik verlieh. Wie geht es weiter?

In den vergangenen Wochen reduzierte die geopolitische Spannung in der Ukraine die Wirtschaftsdynamik. Der Ölpreis steigt aufgrund befürchteter künftiger Engpässe jedoch weiter: Der herrschende Krieg in der Ukraine veranlasst die Märkte, «auf Halde» zu kaufen, denn Russland ist der zweitgrösste Rohölexporteur der Welt.

Die binäre Natur der Finanzmärkte (nordwärts oder südwärts) führt dazu, dass die Märkte zukünftige Ergebnisse nie vollständig einpreisen können. Daraus ergeben sich zwei mögliche Szenarien:

Erstens – Entspannung der Situation: Nach Angaben der Internationalen Energieagentur wird die weltweite Ölnachfrage 2022 um 3,2 Millionen Barrel pro Tag steigen. Dennoch geht die IEA davon aus, dass die Ölmärkte im Laufe dieses Jahres einen Überschuss aufweisen werden – weil die OPEC+ über genügend Kapazitäten verfügt, um ihr Angebot um 4,3 Millionen Barrel pro Tag zu erhöhen. Diese Kapazitätsreserven sind der entscheidende Unterschied zu 2008, als die Ölpreise auch auf über 100 Dollar pro Barrel stiegen. Ausserdem könnten im Falle einer Aufhebung der Sanktionen gegen den Iran kurzfristig weitere 1,3 Millionen Barrel pro Tag hinzukommen.

Zweitens – Verschärfung der Situation: Die geschilderte Überlegung wird derzeit vom Markt ignoriert. Die Marktteilnehmer glauben – im Gegensatz zur IEA –, dass die Kurven der Ölterminkontrakte weit über das 2025 hinaus rückläufig sind: Sie bezweifeln also, dass das Angebot die Nachfrage in Zukunft decken kann. Darüber hinaus scheint der Krieg in der Ukraine alles andere als schnell beendet, was die Situation auf der Angebotsseite weiter verschärft. Die Lücke, die Russland hinterlässt, kann auch nicht mit anderen Lieferanten geschlossen werden. Daher müssten wir uns in diesem Szenario an das derzeitige Preisniveau gewöhnen.

Walter Ernst
Niederlassungsleiter, Hypobank St.Gallen

Der kleinste Fisch im Becken

In den letzten dreissig Jahren ist der Schweizer Finanzplatz um einige Hundert Institute ärmer geworden – viele davon waren Regionalbanken. Daniel Müller von der Ersparniskasse Speicher weiss, wie man sich als kleinste Bank der Schweiz behaupten kann.

Daniel Müller steht der Ersparniskasse Speicher seit 1991 vor.

Dutzende von Instituten im ganzen Land liessen sich in den späten 1980er-Jahren vom damaligen Immobilienboom verleiten. Heillos überbewertete Liegenschaften wurden en masse als Sicherheiten für grosszügige Hypothekarkredite akzeptiert. Regional- und Kantonalbanken verliessen ihre Reviere, um in anderen Landesteilen nach Beute (Kreditgeschäften) zu jagen. Die Folgen des Goldrausches liessen nicht lange auf sich warten: Hunderte von kleineren und mittleren Finanzinstituten verschwanden von der Landkarte. Eine Bank, die allen Stürmen in ihrer 203-jährigen Geschichte getrotzt hat, ist die Ersparniskasse Speicher. Mit einer Bilanzsumme von 77 Millionen und einem Jahresgewinn von 100 000 Franken ist sie die kleinste Bank der Schweiz.

«Die kurzen Wege und Bearbeitungszeiten sind eine grosse Stärke.»

Keine EC- und Kreditkarten

Das Kerngeschäft dieses Individuums in der Bankenlandschaft sind das Hypothekargeschäft und die Sparkonten der 1650 Kunden. «Bei uns legen vor allem Privatpersonen aus dem Dorf und der näheren Umgebung ihr Vermögen an. KMU-Konten verwalten wir lediglich eine Handvoll», sagt Daniel Müller, der seit 1991 Geschäftsleiter der Ersparniskasse Speicher ist. Für das Gros der Kunden seien sie eine Zweitbank. Debit- oder Kreditkarten händigt die Kasse keine aus, zu gross wäre der finanzielle Initialaufwand.

Seit 15 Jahren besteht für die Bankensoftware ein Lizenzpartnervertrag mit der Hypothekarbank Lenzburg. «Dank diesem Abkommen können auch wir Mobil- und E-Banking anbieten. Die Software, welche die Aargauer Regionalbank anbietet, ist die einzige, die für uns erschwinglich ist», so Müller.

Stiftung, Einzahlungsscheine und Schalter

Die Ersparniskasse Speicher ist nicht nur die kleinste Bank des Landes, sondern auch die einzige, die als Stiftung agiert. Die erarbeiteten Gewinne aus dem klassischen Zinsdifferenzgeschäft werden vollumfänglich den Reserven zugewiesen. Und laut Statuten müssten bei einer allfälligen Liquidation die überschüssigen Gelder einer lokalen, gemeinnützigen Institution zugeführt werden. «Im Dorf und fürs Dorf» ist das Credo, das Daniel Müller und seine zwei Mitarbeiterinnen verinnerlicht haben.

Einmal wöchentlich trifft sich Müller mit dem Stiftungsratspräsidenten sowie dessen Stellvertreter und entscheidet über vorliegende Hypothekaranträge. «Wenn es eilt, erhält man so bei uns innerhalb von zwei Werktagen einen Entscheid. Bei uns kann jemand am Schalter neue Einzahlungsscheine verlangen und diese sogleich mit nach Hause nehmen. Die kurzen Wege und Bearbeitungszeiten sind eine grosse Stärke», betont der Bankleiter. Viele ältere Menschen, die Mühe mit digitalisierten Angeboten haben, fühlen sich bei der Ersparniskasse gut aufgehoben und beraten. Mittlerweile ist sie die einzige Schalterbank in der 4400-Seelen-Gemeinde.

Lokale Verankerung

Stirbt der Ersparniskasse als Nischenbank für Ältere nicht sukzessive die Kundschaft weg? «Dieser Rückschluss liegt nahe, trifft aber nur bedingt zu. Gerade bei Nachlässen beobachten wir häufig, dass Erben die Sparkonten unter neuem Namen weiterführen. Durch unsere starke lokale Verankerung geniessen wir einen Sympathiebonus, den grössere und anonymere Banken nicht haben», resümiert Daniel Müller.

Verlockungen wie verheissungsvollen Kreditgeschäften gab die Bank nie nach. Investiert wird in Immobilien, die durch die Ersparniskasse selbst geschätzt werden und deren Besitzer der Stiftungsrat und die Bankleitung meist persönlich kennen. Kunden mit ausländischem Wohnsitz sucht man bei der Ersparniskasse vergebens: Wer ausser Landes zieht, muss sein Konto zwingend auflösen.

Hoher Deckungsgrad

Die Ersparniskasse Speicher existiert seit über zwei Jahrhunderten und musste laut Daniel Müller noch nie einen Franken abschreiben. Seine Kunden sind an Zuverlässigkeit kaum zu überbieten: «Bei den halbjährlich fälligen Hypothekarzinsen hatten wir noch nie einen Zinsausstand, der über 30 Tage hinaus ging.» Diese Reliabilität auf beiden Seiten ist wohl einer der Hauptgründe, weshalb die Ersparniskasse nicht längst von einem grossen Fisch geschluckt wurde.

Bankleitung und Stiftungsrat geben sich auch keinen spekulativen Geschäften hin; nur in Ausnahmefällen werden Zweithypotheken gewährt. «Das mag manchen zu konservativ und zu behäbig sein. Für viele unserer Kunden verkörpert die Ersparniskasse Werte und Sicherheiten, die sie bei anderen Instituten vermissen», betont Müller.

«Bei uns legen vor allem Privatpersonen aus dem Dorf und der näheren Umgebung ihr Vermögen an.»

Ob diesem konstanten und zuverlässigen Kundenportfolio und dem überdurchschnittlichen Deckungsgrad von 110 Prozent erstaunt es nicht, dass grössere Mitbewerber auf die Ausserrhoder Dorfbank aufmerksam werden. «Wir erhalten immer mal wieder Übernahmeangebote. Solange aber die Zinsmarge nicht unter 0,8 Prozent sinkt und die regulatorischen Kosten jährlich 50 000 Franken nicht übersteigen, haben wir nach wie vor reelle Chancen, unsere Eigenständigkeit bewahren zu können», so der Geschäftsleiter, der in vier Jahren in Pension geht.

Text: Rosalie Manser
Bild: Marlies Thurnheer

Vorausschauend seit fast 100 Jahren: Vontobel

Das Wealth Management des Schweizer Traditionshauses hat sich in den letzten Jahren sehr erfolgreich entwickelt. Auch in der Ostschweiz ist Vontobel persönlich an drei Standorten für seine Kundinnen und Kunden da.

Vontobel betreut seine Kundenvermögend aktiv und vorausschauend. Genauso wichtig wie ein ganzheitlicher Ansatz und genaue Beobachtung der Märkte ist der persönliche Kontakt. Denn jede Kundin und jeder Kunde hat eine eigene Geschichte und eigene Pläne für die Zukunft.

Diese Verknüpfung von Tradition und Moderne ist typisch für Vontobel. Das Schweizer Finanzhaus feiert bald seinen 100-jährigen Geburtstag und versucht gleichzeitig, dem Markt einen Schritt voraus zu sein – sei es bei der Marktanalyse oder den technologischen Lösungen.

In den letzten Jahren wuchs der Bereich Wealth Management stark. Dies lässt sich einerseits durch das grosse Vertrauen erklären, das Vontobel geniesst, andererseits durch diese Modernität.

Standardlösungen gibt es keine
Vontobel mit seinen rund 2200 Mitarbeitenden verfügt in sehr vielen Bereichern über ganz spezifisches Fachwissen, das gerne mit Kundinnen und Kunden geteilt wird. Gleichzeitig profitiert das Investmenthaus von schlanken Strukturen und einem – auch intern – sehr persönlichen Umgang. Dadurch begegnet man Kundinnen und Kunden auf Augenhöhe und kann Fragen rasch beantworten.

Besitzen Sie ein Familienunternehmen, das Sie dereinst weitergeben möchten? Planen Sie Ihre Pensionierung und möchten sich Ihre Möglichkeiten aufzeigen lassen? Denken Sie über einen Hauskauf nach? Bei solchen Fragen unterstütz Vontobel Sie, zeigt Ihnen umfassende Lösungen auf und begleitet Sie bei der Umsetzung Schritt für Schritt.

Bewährt, persönlich und digital
Als Investmenthaus, dessen Aktienmehrheit in Händen der Gründerfamilie liegt, weiss man bei Vontobel sehr gut, wie wichtig Kontinuität ist. Persönliche Gespräche, sei es in der Niederlassung oder am Telefon, bilden das Fundament jeder guten Kundenbeziehung.

Alle Kundinnen und Kunden wählen ihre Vermögensverwaltungs- und Anlageberatungsmodelle individuell. Diese lassen sich mit ergänzenden Dienstleistungen kombinieren, beispielsweise Finanzierungslösungen zu einem persönlichen Paket.

Über Vontobel
Vontobel vereint viele scheinbare Gegensätze: Das Investmenthaus ist weltweit tätig und fest in der Schweiz verankert, ein Familienunternehmen in vierter Generation und gleichzeitig börsenkotiert, traditionellen Werten verpflichtet und modern.

Wealth Management ist einer der drei Kernbereiche von Vontobel. Die betreuten Kundenvermögen betragen CHF 268.1 Milliarden (Stand 2021).

Ergänzend zum direkten Kontakt haben alle Kundinnen und Kunden Zugang zur digitalen Plattform Vontobel Wealth. Dort kann man sein Portfolio im Detail anschauen, seinen Relationship Manager kontaktieren, aber auch zahlreiche aktuelle Expertenartikel oder Research Updates lesen.

Digitale Kommunikation ist bei Vontobel kein Ersatz für eine persönliche Beziehung und gegenseitiges Vertrauen. Vielmehr ergänzen sich die Vorteile beider Kontaktarten gegenseitig.

Werte stehen an erster Stelle
Heute schauen viele Anlegerinnen und Anleger nicht mehr allein auf die Rendite. Ebenfalls wichtig ist die Frage, welche sozialen oder ökologischen Auswirkung eine Investition hat.

Seit den 1990er-Jahren profitieren unsere Kunden von einem breiten Angebot nachhaltiger Anlagelösungen – damit gehören wir zu den Pionieren in diesem Bereich.

Vontobel

Das Angebot von Vontobel Wealth Management
Vontobel verfolgt einen ganzheitlichen Betreuungsansatz und ist für seine Kundinnen und Kunden bei allen Fragen rund um das Anlegen und die Vermögensplanung da. Dies umfasst Anlagelösungen genauso wie Finanz-, Vorsorge- und Nachlassplanungen.

So betreut Vontobel Sie
Als erstes analysiert Vontobel Ihre aktuelle Situation und berücksichtigt dabei nicht nur Vermögen und Verbindlichkeiten, sondern auch Werte und Vorstellungen. Basierend auf Ihrer beruflichen und privaten Situation legen Sie Ihre Pläne und Ziele fest. Daraus wird die passende Anlagestrategie erstellt, abgestimmt natürlich auf Risikofähigkeit und Bereitschaft.

Damit hört der Kundenkontakt natürlich nicht auf – bei Vontobel haben Sie jederzeit Zugang zu Ihrem Relationship Manager und können sicher sein, dass Ihre Strategie beispielsweise bei Veränderungen in Ihrem Leben laufend angepasst wird.

Persönlich für Sie da

Edy Tanner
Regionenleiter Ostschweiz
T +41 58 283 40 30
edy.tanner@vontobel.com

Bohl 17
9004 St. Gallen

Thomas Weber
Leiter Niederlassung Chur
T +41 58 283 19 59
thomas.weber@vontobel.com

Bahnhofplatz 10
7000 Chur

Salvatore Paratore
Leiter Niederlassung Winterthur
T +41 58 283 29 53
salvatore.paratore@vontobel.com

Bahnhofplatz 12
8400 Winterthur

Vontobel Wealth Management ist in der Ostschweiz in den Niederlassungen Chur, St. Gallen und Winterthur persönlich für Sie da. Regionenleiter Edy Tanner und seine Teams lernen Sie gerne unverbindlich kennen.

QR-Code scannen und mehr erfahren

Dieser Inhalt entspricht Marketingmaterial gemäss Art. 68 des Schweizer FIDLEG und dient ausschliesslich zu Informationszwecken. Zu den genannten Finanzprodukten stellen wir Ihnen gerne jederzeit und kostenlos weitere Unterlagen wie beispielsweise das Basisinformationsblatt oder den Prospekt zur Verfügung.

Reto Müller:

Nah an unserer Kundschaft sein.

Lehren ziehen und Resultate liefern

Es sind turbulente Zeiten für die Credit Suisse. Der jüngste Datenleak «Suisse Secrets» ist nur eine unrühmliche Episode von vielen der Grossbank. Reto Müller, seit 2016 Leiter der CS-Region Ostschweiz, erklärt, wie er und seine 350 Mitarbeiter mit den turbulenten Zeiten umgehen und wie die Kundenreaktionen auf die jüngsten Schlagzeilen ausfallen.

Reto Müller, wie geht es der Credit Suisse in der Region Ostschweiz?
Es geht uns gut. Natürlich sind unsere Mitarbeiter in dieser Phase sehr gefordert. Schliesslich wollen wir unseren Kunden gerade in der aktuellen Situation mit Rat und Tat beistehen und zeigen, dass sie mit der Credit Suisse zweifelsfrei den richtigen Finanzpartner an ihrer Seite haben.

«Es ist ganz klar, dass wir als Bank unsere Lehren aus den Geschehnissen ziehen.»

Als Sie 2016 Ihren Posten als Leiter der Region Ostschweiz antraten, war Ihr erklärtes Ziel, vor allem das Wachstum des Privatkundengeschäfts zu stärken. Welche Bilanz ziehen Sie nach rund fünf Jahren?
Eine durchaus positive. Wir konnten sowohl das Volumen als auch die Erträge substanziell erhöhen. Uns gelang es trotz Pandemie, neue, kostengünstige Dienstleistungen im Online-Banking zu lancieren, massgeschneiderte Beratungslösungen mit unseren Spezialisten sowie spannende Produkte für die unterschiedlichsten Bedürfnisse der Vermögensverwaltung zu offerieren. Ausserdem haben wir vor wenigen Monaten unsere Geschäftsstelle in St.Gallen vollständig modernisiert und mit diversen digitalen Elementen ausgestattet. An unserem Regionen-Hauptsitz erwarten Kunden nebst einem umfassenden Beratungsangebot neu auch ein frei zugänglicher Coworking-Bereich sowie eine Eventzone.

Welche Aktivitäten sind geplant, um die Region Ostschweiz weiterhin auf Kurs zu halten?
Kurzfristig gilt es, die unmittelbaren Vorkommnisse weiterhin zu meistern und in einem turbulenten Marktumfeld nah an unserer Kundschaft zu sein. Die Situation an den Märkten ist anspruchsvoll, bietet aber auch Chancen, die es zu nutzen gilt. In Ergänzung zur persönlichen Beratung verwenden unsere Kunden vermehrt auch digitale Angebote. Somit wird es in Zukunft häufiger Interaktionen auf unterschiedlichen Kanälen geben. Als Regionenleiter bin ich aber überzeugt, dass der persönliche Austausch und eine individuelle Betreuung in Zukunft den Unterschied ausmachen werden. Folglich werden unsere Mitarbeiter mit ihrem Expertenwissen künftig weiter an Bedeutung gewinnen, weshalb wir gezielt in Schulung und Weiterentwicklung investieren möchten.

Es gab in letzter Zeit vermehrt negative Berichterstattungen zur Credit Suisse. Wie reagieren Ihre Kunden darauf?
Unsere langjährigen und treuen Kunden kennen uns. Sie wissen unseren Einsatz und unsere Arbeit zu schätzen. Das Wachstum der letzten Jahre bestätigt dies eindrücklich. Die Credit Suisse ist ein international tätiger Finanzdienstleister mit 165-jähriger Geschichte und einer stark kundenorientierten Kultur. Da bündeln sich viele Stärken, und es entstehen weltweit Synergien, von denen letzten Endes auch unsere Kunden profitieren. Aber es ist ganz klar, dass wir als Bank unsere Lehren aus den Geschehnissen ziehen und uns wieder darauf fokussieren müssen, Resultate zu liefern. Darauf kommt es jetzt an.

Verlieren Ihre Leute aufgrund der Negativschlagzeilen nicht langsam die Motivation?
In der Region Ostschweiz haben wir das Privileg, auf viele langjährige, loyale Mitarbeiter zählen zu dürfen. Sie kennen die Bank und wissen, was unsere Stärken sind. Ausserdem sind sie in der Region bestens vernetzt. Gerade die Zusammenarbeit während der Pandemie hat die Angestellten zusammengeschweisst und gezeigt, wie eine Krise gemeinsam und erfolgreich gemeistert werden kann. Das erfüllt mich mit Stolz und ist sicherlich einer der Gründe, warum wir positiv in die Zukunft blicken.

Und wie gehen Sie persönlich mit der aktuellen Situation bei der Credit Suisse um?
Während meiner 28-jährigen Betriebszugehörigkeit bei der Credit Suisse durfte ich viele verantwortungsvolle Rollen ausüben, und mir wurden spannende, aber auch anspruchsvolle Aufgaben übertragen. Etwas Neues auszuprobieren und mich dennoch auf mein bekanntes Umfeld stützen zu können, ist und war für mich immer ein Privileg. Die Bank hat mir vieles ermöglicht und mich in der persönlichen Entwicklung stets unterstützt. Deshalb ist es für mich auch selbstverständlich, gerade jetzt meine Erfahrung und meinen Beitrag einzubringen.

Text: Rosalie Manser
Bild: Marlies Thurnheer

Ein kleiner Schritt für die Welt. Ein grosser Sprung für die Biene Bank.

Mit der Eröffnung ihres neuen Bankgebäudes an der Rorschacherstrasse 9 in Altstätten macht die Clientis Biene Bank im Rheintal einen grossen Schritt in eine erfolgreiche Zukunft. Der Neubau symbolisiert die herrschende Aufbruchstimmung und steht für den Optimismus, mit dem die einheimische Bank die künftigen Herausforderungen anpacken will.

Die Geschäftsleitung der Clientis Biene Bank im Rheintal, von links nach rechts: Urs Handermann, Markus Ehret, Adrian Knechtle, René Bognar und Urs Schneider.

Biene Bank im Rheintal – seit 143 Jahren Qualität und Sicherheit
Die Biene Bank im Rheintal wurde bereits im Jahre 1879 gegründet und ist eine selbständige Regionalbank. Die lokal sehr bekannte und beliebte «Biene Bank» – so nennt man sie fast liebevoll im heimischen St.Galler Rheintal – bietet eine umfassende Palette an Bankdienstleistungen an. Lagen die Stärken über lange Zeit primär im traditionellen Kreditgeschäft, also bei der Entgegennahme von Spargeldern und der Gewährung von Hypotheken, kamen dem kommerziellen Kreditgeschäft mit kleinen und mittleren Unternehmungen eine stets wachsende Bedeutung zu.

Wachstum in der Vermögensberatung
Genau gleich erfolgreich entwickelt sich in den letzten Jahren der Bereich der Anlage- und Vermögensberatung. Mit einem professionellen Service und umfassender Beratung überzeugt die Clientis Biene Bank im Rheintal in jüngerer Zeit immer mehr auch in diesen Disziplinen. Nicht zuletzt dieses Wachstum trug dazu bei, den Schritt in die Zukunft mutig mit einem repräsentativen Neubau anzugehen.

Die Bank, die ihrer Kundschaft gehört
Kundinnen und Kunden der Clientis Biene Bank im Rheintal können mit Genossenschafts-Anteilscheinen zu den Besitzern der eigenen Bank aufsteigen. Die Anteilscheine zeichnen sich durch hohe Kursstabilität aus und eignen sich besonders für langfristig orientierte Anleger. Diese langfristige Einstellung trifft man oft bei den Biene-Kunden, halten die meisten doch über alle Lebensphasen der Bank die Treue. Sie stammen meist aus dem oberen und mittleren St.Galler Rheintal sowie aus dem angrenzenden Appenzellerland, wobei in den letzten Jahren über die ursprüngliche Stammregion hinaus ein deutliches Wachstum zu verzeichnen ist.

Clientis Gruppe
Die Biene Bank im Rheintal gehörte 2003 zu den Gründungsmitgliedern der Clientis Gruppe. Clientis vereint eine Gruppe selbständiger Schweizer Regionalbanken unter einer gemeinsamen Dachmarke. Als Teil davon agiert die Biene Bank im Rheintal, gruppenweit vernetzt, im Rheintal als selbständige Bank mit vollständiger Entscheidungskompetenz vor Ort.

Werte der Clientis Banken
Wie die anderen Banken der Clientis Gruppe tritt die Biene Bank im Rheintal für dieselben Werte ein:
«lösungs- und serviceorientiert»: durch eine fundierte Beratung und effiziente Entscheidungsfindung
«persönlich und zugänglich»: die persönliche Kundenbeziehung steht im Zentrum
«beweglich»: agil und flexibel im Sinne der Kunden arbeiten

Neubau des Hauptsitzes
Kundennähe ist ein weiterer Kernwert, der die Bank und ihre Handlungsweisen seit mehr als 140 Jahren charakterisiert. Die Bank und ihre Mitarbeitenden sind vor Ort verankert und mit der Region tief verbunden und vertraut. Sich persönlich zu begegnen ist die Grundlage für Wertschätzung, Respekt und Achtung. Das ergibt Vertrauen, welches wiederum die Basis für alle Bankgeschäfte bildet.

Hier hat die Zukunft begonnen. Helle, lichtdurchflutete und grosszügige Räume empfangen Kundinnen und Kunden im Innern der neuen Clientis Biene Bank im Rheintal.

Architektur, die Freude bereitet, für die Mitarbeitenden genauso wie für die Kundschaft.

Das alte Gebäude an der Rorschacherstrasse 9 in Altstätten war in die Jahre gekommen und es bestand erheblicher Sanierungsbedarf. Zusätzlich verändert sich die Bankbranche bereits seit geraumer Zeit rasant. Es müssen grosse Umwälzungen bewältigt werden. Auch vor diesem Hintergrund war die Infrastruktur nicht mehr zeitgemäss, die Abläufe und Prozesse für die Mitarbeitenden nicht mehr optimal.

Zweijährige Bauzeit
Während der Bauzeit wurde mit dem ganzen Hauptsitz in ein Provisorium in der Nähe des Bahnhofs ausgewichen. Am 11. Februar 2022 war es endlich so weit. Mit einem einzigen Tag mit geschlossenen Türen und Schaltern wurde damit die exakt zwei Jahre dauernde Zwischenphase erfolgreich abgeschlossen und ins neue Bankgebäude zurückgezügelt.

Was ist entstanden?
Der Neubau schafft Raum für die Zukunft. Der Verwaltungsrat und die Bankverantwortlichen haben einen mutigen Entscheid gefällt, der geprägt ist von Weitsicht und vom Glauben an diese Zukunft. Der Neubau verfügt über ein grosszügiges und einladendes Atrium sowie über elegante und technisch gut ausgerüstete Beratungszimmer. Die Mitarbeitenden sind in grosszügigen und hellen Büroräumlichkeiten tätig. Ein Veranstaltungsraum bietet zusätzliche Chancen, um die Kunden noch besser informieren und beraten zu können.

Es gilt, in Zukunft den Spagat zwischen persönlichem Kundengespräch und der Selbstbedienung der Bankkunden über die verschiedenen Kanäle Rechnung zu tragen. Der Neubau der Clientis Biene Bank soll zu einer Stätte der Begegnung, des Gedankenaustausches und der Freude werden.

Clientis
Biene Bank im Rheintal

Open Day im Juni
Um der breiten Bevölkerung und auch den Nichtkundinnen und Nichtkunden einen Blick in das Innere einer modernen Bank zu ermöglichen, öffnet die Clientis Biene Bank im Rheintal im Frühsommer ihre Türen.

Zurück zur Bodenständigkeit

Johannes Holdener ist Vorsitzender der Bankleitung der Raiffeisenbank St.Gallen. Bislang war diese eine Niederlassung von Raiffeisen Schweiz; voraussichtlich im Sommer wird sie verselbstständigt und zur eigenständigen Genossenschaft – ebenso wie die fünf weiteren letzten Niederlassungen von Raiffeisen Schweiz. Innert kürzester Zeit konnte die Raiffeisenbank St.Gallen 8500 neue Genossenschafter gewinnen. Das zeige, dass der Genossenschaftsgedanke auch im 21. Jahrhundert noch geschätzt wird – gerade bei KMU-Kunden, ist Holdener überzeugt.

Johannes Holdener, am 28. Februar lief die Frist zur Zeichnung von Genossenschaftsanteilen der Raiffeisenbank St.Gallen aus. Wie sieht das Resultat aus?
Es liegt über unseren Erwartungen! Wir freuen uns sehr, dass wir innert viereinhalb Monaten über 8500 Genossenschafter gewinnen konnten. Das zeigt die Attraktivität unseres Genossenschaftsmodells – und das Kapital reicht zur Gründung einer eigenen Genossenschaft, was ja Sinn und Zweck der Mehrfachzeichnung war.

«Die bisherige Bankleitung wird die operative Leitung weiterhin in unveränderter Zusammensetzung verantworten.»

Und wer sitzt im siebenköpfigen Verwaltungsrat?
Im Zuge der Verselbstständigung wird der Verwaltungsrat der zukünftigen Raiffeisenbanken nominiert; der Nominationsprozess läuft. Nach der Wahl und der Verselbstständigung voraussichtlich im Sommer 2022 können wir dann die Namen kommunizieren.

Welche Auswirkungen wird diese Umwandlung von der Niederlassung zur autonomen Genossenschaft im strategischen und operativen Geschäft Ihrer Bank haben?
Mit der Verselbstständigung werden wir eine eigenständige Raiffeisenbank und sind in unseren Entscheiden innerhalb der Vorgaben von Raiffeisen Schweiz autonom und selbstbestimmt. Der Job selbst ändert sich für uns rund 90 «St.Galler Raiffeiseler» nicht gross. Ich persönlich erhalte einen neuen, direkten Ansprechpartner: Aktuell rapportiere ich an den Departementsleiter Firmenkunden, Treasury & Markets von Raiffeisen Schweiz, zukünftig wird es der Verwaltungsrat der neuen Raiffeisenbank St.Gallen sein. Die bisherige Bankleitung wird die operative Leitung weiterhin in unveränderter Zusammensetzung verantworten.

Die Schlussfolgerung liegt nahe, dass mit dieser Massnahme der Reputationsschaden, den Pierin Vincenz & Co. verursacht haben, gekittet werden soll. Hat Ihrer Ansicht nach dieser Versuch reelle Chancen, den einstigen Ruf der bodenständigen Genossenschaftsbank wieder herzustellen?
Der Grossteil der Rückmeldungen bestätigt, dass die Kunden zwischen dem Fall Pierin Vincenz und ihrer lokalen Raiffeisenbank durchaus differenzieren. Dass wir über 8500 Genossenschafter gewinnen konnten, zeigt das grosse Vertrauen, das sie uns entgegenbringen.

Mit der Verselbstständigung der Niederlassungen will Raiffeisen den genossenschaftlichen Gedanken stärken. Was macht für Sie genossenschaftliches Denken und Handeln aus?
Für mich sind es drei Faktoren: Erstens ein verantwortungsvolles Geschäftsmodell – mit Fokus auf den Schweizer Markt. Zweitens die Nähe zu Kunden durch lokale Verankerung. Und Drittens das gesellschaftliche Engagement in Form von lokalen Sponsorings in Kultur, Sport und soziale Projekte.

Und was für Vorteile bietet eine genossenschaftliche Bank den hiesigen KMU?
Als genossenschaftliche Bank, die ihren Mitgliedern gehört, ist Raiffeisen seit über 100 Jahren nahe bei ihren Kunden. Wir verbinden Jung und Alt, Familien und Unternehmen, in den Städten und auf dem Land, lokal und digital. Mit ihrem starken Spezialisten-Netzwerk fördert Raiffeisen die KMU durch eine breite Unterstützung in allen Entwicklungsphasen eines Unternehmens. So werden die Unternehmer von der Gründung ihres Betriebes bis hin zur Nachfolgeregelung begleitet. Und mit dem Raiffeisen Unternehmerzentrum bieten wir den KMU Dienstleistungen an, die über das klassische Angebot einer Bank hinausgehen.

Johannes Holdener: Erwartungen übertroffen.

Wird die Raiffeisenbank St.Gallen so wieder zur klassischen KMU-Bank, wie sie es zu Prä-Vincenz-Zeiten war?
Die Kundenstruktur der Raiffeisenbank St.Gallen ist seit jeher breit abgestützt. Dazu zählen unter anderem Jugendliche sowie private Hypothekar- und Anlagekunden, aber auch KMU. Wir sind stark in der Region St.Gallen verankert und mit den lokalen wirtschaftlichen Gegebenheiten und branchenspezifischen Bedingungen bestens vertraut. Gleichzeitig profitieren Firmenkunden von der nationalen Stärke von Raiffeisen als drittgrösste Bankengruppe der Schweiz und dem Know-how unserer Spezialisten in Bereichen wie Finanzierung, Zahlungsverkehr, Devisen oder Leasing. Wir nutzen aktiv neue Technologien und bieten unseren Firmenkunden exzellente digitale Lösungen. Und: Mit der Banking-Plattform Raiffeisen KMU eServices stellen wir eine Komplettlösung für einen sicheren, multibankfähigen Zahlungsverkehr sowie ein effizientes Cash Management bereit.

Reicht das, um sich bei den hiesigen KMU zu positionieren?
Wir bleiben die Ansprechpartnerin für alle finanziellen Anliegen von KMU. Dazu gehören auch vermehrt Fragestellungen zur Nachfolgeregelung, auf die wir uns vorbereiten. Dies im Wissen, dass viele Unternehmer in den kommenden Jahren damit konfrontiert werden. Unsere Firmenkundenberater legen seit jeher viel Wert auf gegenseitiges Verständnis und Vertrauen, und sie kennen die Personen hinter den Unternehmen – auch, weil bei uns nicht nur grosse Unternehmen einen festen Ansprechpartner haben, sondern alle Firmen. Die persönliche Nähe und die weitreichenden Entscheidungskompetenzen vor Ort zahlen sich für unsere Kunden direkt aus – zum Beispiel durch kurze Wege und schnelle Entscheidungen in der Kreditvergabe.

Alle rund 220 Raiffeisenbanken an 820 Standorten in der Schweiz sind Genossenschaften. Alle? Nein, sechs Institute – neben St.Gallen sind dies Basel, Bern, Zürich, Winterthur und Thalwil – waren bis anhin Niederlassungen von Raiffeisen Schweiz in St.Gallen. Das soll sich bald ändern: **Die Niederlassungen werden bis Anfang 2023 in die genossenschaftliche Selbstständigkeit entlassen,** den Anfang machten Bern und Thalwil im Januar 2022. Die Raiffeisenbanken St.Gallen und Winterthur folgen voraussichtlich diesen Sommer.
Die Niederlassungen wurden zwischen 1999 und 2016 im Rahmen einer urbanen Erschliessungsstrategie von Raiffeisen Schweiz gegründet. 2019 wurde der Wille nach einer Verselbstständigung der Niederlassungen durch die Eigner klar zum Ausdruck gebracht. An der Generalversammlung 2021 haben die Vertreter der Raiffeisenbanken der Verselbstständigung der sechs Niederlassungen mit 98 Prozent Zustimmung beschlossen.

Text: Rosalie Manser
Bild: Linda Pollari

«Live wird zum neuen Premium»

Live, hybrid oder voll digital? Diese Frage beschäftigte die Ostschweizer Eventlandschaft in den letzten zwei Jahren stark. Veranstaltungen wurden verschoben, gestrichen – oder fanden vor Ort mit kleinem Publikum und grossen Auflagen statt. Welche Auswirkungen hat die Pandemie auf aktuelle und künftige Events? Der LEADER hat bei Veranstaltern von Events, Seminaren, Tagungen, Kongressen und Messen nachgefragt.

Der Leader-MICE-Gold-Partner:

Die Corona Pandemie hatte und hat grosse Auswirkungen aufs Messegeschäft. «Die Olma Messen St.Gallen waren vor der Pandemie ein gesundes Unternehmen», erklärt Messeleiterin Katrin Meyerhans. Nach zwei Jahren, in denen sie ihrem Kerngeschäft nicht oder nur stark eingeschränkt nachkommen konnten, sei die finanzielle Situation heute angespannt. Insbesondere die Planungssicherheit fehlte – essenziell im Messegeschäft, das Vorlauf braucht.

Aktuell geht Meyerhans davon aus, dass die OLMA ohne Einschränkungen geplant werden kann. Die Buchungsstände für die Messen im Herbst seien erfreulich. Auch auf die OFFA wirkten sich die bundesrätlichen Lockerungen Mitte Februar positiv aus: «Noch zwei Monate vor der Messe konnten wir zahlreiche Standplätze verkaufen.» Meyerhans sieht Potenzial für Fachmessen zu verschiedenen Themen. Hybride Formate sieht sie für Veranstaltungen, die stark auf Wissensvermittlung ausgerichtet sind und wo die Teilnehmer von weit herkommen. «Messen leben aber nach wie vor von der Begegnung vor Ort.»

CongressEvents baut aus

«Digitale oder hybride Formate waren während der Pandemie ein wichtiges Thema», hält Ralph Engel, Leiter Bereich CongressEvents bei den Olma Messen St.Gallen, fest. Mehrere Umsetzungen hätten gezeigt, dass sie die technischen Potenziale zu nutzen wüssten; Teile davon würden bleiben. «Bei unseren regionalen Content-Partnern sehen wir die Bereitschaft, nachhaltig in neue Formate zu investieren», so Engel.

Die Olma Messen St.Gallen verfolgten eine ambitionierte Strategie, die unter anderem neue Engagements als Co-Veranstalter beinhalte und bei der die hauseigene Event-Agentur Volt als Full-Service-Partner über das Olma Gelände hinaus

Die Veranstalter freuen sich wieder auf Live-Events im 2022.

Die Leader-MICE-Silber-Partner: HOTEL UZWIL · FCSG 1879 · WURTH HAUS RORSCHACH · LÖWENGARTEN RESTAURANT · BAR · EVENTS

etabliert werden soll. «Mit der neuen Halle 1 steigen wir zudem in eine neue Grössenordnung bei Corporate-, Kultur- und Sportevents auf.»

Rückkehr zur Normalität bei Messen Weinfelden

Die Messen Weinfelden, deren Team unter anderem die drittgrösste Ostschweizer Publikumsmesse Wega organisiert, musste 2020/2021 zwölf Veranstaltungen absagen – damit fiel auch ein Grossteil der Einnahmen weg. Die «inhaus» und «die50plus» mussten 2020 gar knapp zwei Stunden vor Messebeginn abgesagt werden. Auch dieses Jahr konnten die beiden Messen nicht durchgeführt werden, die Wein- und Genussmesse «Schlaraffia» hingegen wieder fast ohne Einschränkungen. «Wir gehen davon aus, dass Veranstaltungen bis und mit Herbst wieder stattfinden», sagt Gregor Wegmüller, Geschäftsführer der Messen Weinfelden.

Auch die Messen Weinfelden gingen bei den Konzepten neue Wege: Vor einem Jahr wurde die Schlaraffia rein virtuell durchgeführt und eine Freiluft-Gartenveranstaltung realisiert. «Bei Fachveranstaltungen sehe ich gute Chancen für hybride Formate, gerade bei internationalem Teilnehmerfeld», sagt Wegmüller und bestätigt damit die Aussagen von Katrin Meyerhans und Ralph Engel. «Die Erfahrung zeigt aber, dass regionale Publikumsanlässe in digitaler Form nicht genug spannend sind.»

Zuversicht bei Galledia Event AG

Bei der Rheintaler Galledia Event AG sind die Teilnehmerzahlen an allen Veranstaltungen während der Corona-Pandemie um mindestens einen Drittel eingebrochen. Grösste Herausforderung war auch hier die Unplanbarkeit: «Wir hatten teilweise vier bis fünf verschiedene Corona-Sicher-

Jürg Putzi, Head of Events Würth Haus Rorschach

Markus Goop, Inhaber Skunk AG

Susanne Grüner, Hoteldirektorin Lilienberg

Valentin Bot, Hoteldirektor Stiftung Kartause Ittingen

heits-Konzepte», sagt Julia Frischknecht vom Galledia-Event-Management. So war das Rheintaler Wirtschaftsforum 2021 eine reine digitale Veranstaltung – dieses Jahr soll es am 2. Juni im gewohnten Rahmen stattfinden, danach wieder im Januar. Beim Wirtschaftsforum Thurgau fand nur die Jubiläumsausgabe im November 2021 «normal» statt.

Frischknecht ist wie die Messeveranstalter optimistisch, dass «man sich wieder physisch treffen und vom Networking vor Ort profitieren möchte». Gleichzeitig betont sie: «Wir rechnen, dass es ein bis zwei Jahre dauern wird, bis wir wieder die gleichen Teilnehmerzahler haben wie vor der Pandemie.» Auch dürften vermehrt hybride Events angeboten werden. «Corona hat einen qualitativen Strukturwandel des Events-Marktes, der schon vor einiger Zeit eingesetzt hat, massiv beschleunigt», so Frischknecht. Die digitale Transformation und der «Megatrend» Nachhaltigkeit würden neue Event-Konzepte und -Akteure hervorbringen. «Es wird tüchtig in Technik für hybride oder digitale Formate investiert.»

Terminglück bei Alea Iacta

Die St.Galler Agentur Alea Iacta hatte während der Corona-Pandemie mehrheitlich Terminglück, da ihre Veranstaltungen entweder in den «Corona-Fenstern» terminiert waren oder in diese verschoben werden konnten. Einzig der Schweizer KMU-Tag 2020 musste kurzfristig um ein Jahr verschoben werden. Die Agentur spürte wie alle anderen Veranstalter die Unsicherheit infolge der ständig wechselnden Behördenangaben. «Auch regelmässig Teilnehmende waren unsicher und meldeten sich nicht an oder erschienen trotz Anmeldung nicht», sagt Alea-Iacta-Inhaber Roger Tinner.

Auch Tinner stellt nach wie vor eine gewisse Zurückhaltung bei der Teilnahme an Events fest, deshalb hätten sie die eine oder andere Veranstaltung, z. B. «Paul:a kommt auch» vom Frühling in den Spätsommer geschoben. In der Regel wolle man die Konzepte wieder auf die Live-Veranstaltung vor Ort konzentrieren. Denn: «Ich bin skeptisch in Bezug auf Hybrid-Events, weil es kaum Interaktion zwischen anwesenden und virtuell teilnehmenden Gästen gibt.» Rein virtuelle Formate sind aus Tinners Sicht ideal für Meetings mit Standard-Traktanden und Teilnehmern, die sich schon kennen – und für grosse internationale Konferenzen.

Hybrid oder online bei der OST und der Fussballnacht

Für Marion Pester, Standortleiterin St.Gallen der OST, haben die Pandemie-Jahre gezeigt, dass digital vieles möglich ist. «Einige der erprobten Tools werden mit Sicherheit auch künftig genutzt», ist sie überzeugt. In den letzten beiden Jahren fanden die Veranstaltungen nicht nur in Präsenz oder online statt, sondern auch hybrid – so etwa der WTT Young Leader Award. Veranstaltungskonzepte, die alle Formate optimal kombinieren, bleiben allerdings eine grosse Herausforderung. Nebst den Möglichkeiten seien die Grenzen ausschliesslich digitaler Veranstaltungen sichtbar geworden: «Vernetzung lebt auch von den persönlichen Begegnungen im dreidimensionalen Raum», geht Pester mit Roger Tinner und den Messeveranstaltern einig.

Martin Schönenberger, OK-Präsident Nacht des Ostschweizer Fussballs

Martin Sturzenegger, Geschäftsführer Säntis-Schwebebahn AG

Alessandro Sgro, Chefökonom IHK St.Gallen-Appenzell

Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer ESB Marketing Netzwerk AG

Christian Lienhard, Gastgeber Hotel Hof Weissbad

Marion Pester, Standortleiterin St.Gallen OST

Roger Tinner, Inhaber Alea Iacta AG

Michael Federer, Leiter Alumni Services OST

Auch die Alumni OST, das Netzwerk der früheren FHS St.Gallen, stellte während der Akut-Phase der Pandemie viele Formate auf digital um. «Insgesamt gingen die Teilnehmerzahlen um rund 30 Prozent zurück», sagt Michael Federer, Leiter Alumni Services OST. Wermutstropfen war, dass der grösste öffentliche Anlass, der «Networking-Tag», 2020 digital durchgeführt wurde. Aktuell stehen Live-Veranstaltungen im Fokus: «Das Bedürfnis unserer Mitglieder nach persönlichen Begegnungen ist wieder gestiegen.» Einige Formate, die sich bewährt hätten, würden digital weitergeführt. Federer schätzt denn auch, dass digitale und insbesondere hybride Formate viel stärker als früher in den Fokus rücken werden. «Sollte die Technologie mit Virtual Reality nochmals einen Sprung machen, sind neue digitale Formate denkbar und haben eine grosse Zukunft.»

Auch die Nacht des Ostschweizer Fussballs konnte 2020 nicht physisch durchgeführt werden, 2021 fand sie virtuell statt. «Für uns war wichtig, dass wir die Marke in positiver Erinnerung behalten konnten – auch bei Sponsoren und Partnern», sagt OK-Präsident Martin Schönenberger. Die 10. Fussballnacht soll Ende Oktober in altbekannter Manier über die Bühne gehen. «Wir leben bei unserer Veranstaltung vom persönlichen Kontakt aller Teilnehmer», betont Schönenberger.

Live-Events für Skunk, ESB und IHK im Vordergrund

Bei der liechtensteinischen Eventagentur Skunk AG konnten alle Anlässe, darunter die Finance-Foren, der Unternehmertag und der Businesstag für Frauen, am Verschiebedatum live durchgeführt werden. Auch heuer sollen alle physischen Veranstaltungen wieder im gewohnten Rahmen stattfinden. Die letzten beiden Jahre profitierten die Gäste zusätzlich von der von Skunk entwickelten virtuellen Eventplattform «Eventeo» und konnten unter anderem ganze Programme und Inhalte im Nachgang nachschauen. «Solche zusätzlichen Leistungen wollen wir auch in diesem Jahr als Mehrwert anbieten», so Markus Goop, Inhaber der Skunk AG. Goop ist überzeugt, dass hybride oder virtuelle Anlässe weiterhin an Bedeutung gewinnen. Allerdings seien die Anforderungen gestiegen: «Für eine erfolgreiche Durchführung sollten Veranstalter auf eine virtuelle Eventplattform mit individuellen Möglichkeiten setzen.» Aktuell stellt Goop aber einen grossen Nachholbedarf bei den Firmen für Live-Events fest.

«Es wird tüchtig in Technik für hybride oder digitale Formate investiert.»

Auch für die St.Galler ESB Marketing Netzwerk AG gewinnt digital weiter an Bedeutung. Inzwischen sei für 0815-Veranstaltungen die Digitalversion der neue Standard, hält Geschäftsführer Hans-Willy Brockes fest. Für ihn ist klar: «Live wird zum neuen Premium – und wir wollen dem auch

Katrin Meyerhans, Messeleiterin Olma Messen St.Gallen

Ralph Engel, Bereichsleiter CongressEnvents Olma Messen St.Gallen

Gregor Wegmüller, Geschäftsführer Messen Weinfelden

Julia Frischknecht, Event-Management Galledia Event AG

Gemeinsam erleben.
Aktiv partizipieren.
Vorort und Online.

GALLUS MEDIA
WIR SIND TON BILD RAUM

Gallus Media überträgt Anlässe jeglicher Art
attraktiv für Vorort- und Online-Publikum
mit brillantem Ton, spannenden Bildern und einzigartiger Interaktion.

Lukas Gmür, Geschäftsführer Presswerk Arbon

«Messen leben nach wie vor von der Begegnung vor Ort.»

gerecht werden.» Für die Kongresse «360°ENTERTAINMENT» und «Schweizer Markenkongress» scheine das Timing perfekt: «Wir sind noch vor der grossen ‹Herbstwelle›, wohin viele andere Kongresse geschoben wurden.»

Dies sieht Alessandro Sgro, Chefökonom der IHK St.Gallen-Appenzell ähnlich: Gab es in den letzten zwei Jahren von Beschränkung der Teilnehmerzahlen bis zu Absagen alle Varianten, stehen bei der IHK St.Gallen-Appenzell nun wieder Live-Events im Vordergrund – so die Grossanlässe EcoOst St.Gallen Symposium und die Jubiläums-Generalversammlung. «Uns ist es wichtig, dass sich unsere Mitglieder wieder vor Ort austauschen können», so Sgro. Bei künftigen Event-Formaten sieht Sgro «sowohl als auch» und nicht «entweder oder». Inhalt und Ziel entscheiden über das jeweilige Format.

Aufholjagd im Appenzellerland

Für das Hotel Hof Weissbad waren die letzten zwei Jahre in Bezug auf Seminare sehr ernüchternd: 90 Prozent wurden annulliert. «Im Moment zieht es wieder an – speziell die Seminare mit zehn oder zwanzig Personen», freut sich Gastgeber Christian Lienhard. Er ist überzeugt, dass solch kleinere Seminare weiterhin zunehmen werden. Dabei entscheide nicht der Preis, sondern die Qualität, die Infrastruktur und die Landschaft. Im Herbst startet das Hotel Hof Weissbad denn auch mit dem Bau eines neuen Seminar-Parks mit zwei Seminarräumen und zwei Gruppenräumen.

«Inhalt und Ziel entscheiden über das jeweilige Format.»

Auch die Säntis-Schwebebahn AG erlebte zwar zeitweise eine Absagewelle für Seminare und Veranstaltungen auf dem Säntis oder der Schwägalp: «Bei positiven Signalen seitens der Behörden hat die Nachfrage aber jeweils unmittelbar angezogen», sagt Geschäftsführer Martin Sturzenegger. Und da sie über grosse Flächen an Seminarräumen verfügten, waren Veranstaltungen meist auch während der Pandemie mit mehr Platz und Abstand möglich. Auch hier sind die Buchungszahlen noch nicht ganz auf dem Stand vor der Pandemie. Die Zunahme der Anfragen sei aber signifikant spürbar. «Nun gilt es, die fehlenden Gruppenreservationen aufzuholen und möglichst viele Anfragen umzusetzen», hält Sturzenegger fest.

Ittingen und Lilienberg mit blauem Auge

Die Kartause Ittingen kam ebenfalls mit einem blauen Auge davon und konnte dank des breiten Angebots bei den Individualgästen in beiden Corona-Sommern zulegen. «So kompensierten die vielen Schweizer Gäste einen grossen Teil des weggefallenen Seminargeschäfts», erklärt Hoteldirektor Valentin Bot. Bei den Unternehmen hatten vor allem die zwischenmenschlichen Beziehungen gelitten – hier spürt Bot aktuell einen Nachholbedarf. «Wir sehen eine starke Zunahme bei der Anfrage von Seminaren, Workshops, Schulungen und Retraiten, die diese Lücke wieder schliessen möchten.»

Dies bestätigt das Seminar- und Tagungszentrum Lilienberg über dem Untersee. In den Sommermonaten 2021 profitierte der Lilienberg wie die Kartause Ittingen von einer hohen Auslastung durch vorwiegend Schweizer Individualgäste. «Auch eine Vielzahl kleinere Präsenzseminare konnten durchgeführt werden», sagt Hoteldirektorin Susanne Grüner. Die Nachfrage nach Seminaren und Veranstaltungen habe jetzt deutlich zugenommen. «In- und ausländische Unternehmen holen ihre längst geplanten Veranstaltungen nach.» Nebst kleineren Treffen bis 15 Personen seien vermehrt auch Jahreskonferenzen, Vorträge und Kundenanlässe bis 180 Personen in Planung.

Zeit der Gegensätze in Rorschach und Arbon

Das Würth Haus Rorschach erlebte in den letzten zwei Jahren ein Wechselbad der Gefühle. Auf ein fast veranstaltungsloses erstes halbes Jahr 2021 folgten die ereignisreichste Phase und der beste Herbst aller Zeiten. Danach gab es eine erneute Absagewelle bis Februar 2022. Aktuell gebe es eine erfreuliche Zunahme der Anfragen. «Wir gehen aber davon aus, dass die Buchungen wieder vermehrt kurzfristig reinkommen», erklärt Jürg Putzi, Head of Events, Würth Haus Rorschach. Gerade im «heissen Herbst 2021» habe das Team bewiesen, dass es Grossanlässe mit 400 bis 500 Personen mit einer Vorlaufzeit von nur wenigen Tagen oder Wochen umsetzen könne.

Auch das Presswerk Arbon spürt einen Nachholbedarf bei Corporate Events wie auch öffentlichen Veranstaltungen. «Bei Kundenveranstaltungen sind es überwiegend interne Mitarbeiterevents, die aktuell sehr hoch im Kurs liegen», sagt Geschäftsführer Lukas Gmür. «Wir blicken positiv in die Zukunft.» Im Gegensatz zu den letzten zwei Jahren, in denen 90 Prozent der Veranstaltungen abgesagt oder nur spärlich besucht waren, hätten Nachfragen und Buchungen seit der Aufhebung der Massnahmen enorm zugenommen.

Text: Tanja Millius
Bilder: Marlies Thurnheer, zVg

OBERWAID

DAS HOTEL. DIE KLINIK.

«Konzentration im Seminarraum. Entspannung im Park. Die perfekte Kombination für Erfolg.»

Die Kunst der gesunden Ernährung
Für kulinarische Akzente während Ihrer Veranstaltung sorgt Maître de Cuisine Daniel Brunner. Mit den Zauberworten «saisonal, frisch und naturnah» schärft er das Bewusstsein für hochwertige Lebensmittel, Regionalität und vollendete Kochkunst.

Tagungen & Seminare mit Seesicht
Verkehrsgünstig und dennoch ruhig in der Natur gelegen, können Sie in der Oberwaid Gedanken austauschen und konzentriert arbeiten. Fernab des Trubels und der Hektik erhalten Kreativität und Inspiration neue Impulse. Die Raumgestaltung und das Ambiente bieten den Rahmen für Konzentration und Fokussierung. Genau das, was Sie für erfolgreiche Business Events benötigen.

- Malerische und dennoch verkehrsgünstige Lage
- Flexible Räumlichkeiten für bis zu 60 Personen
- Individuelle Seminarangebote mit persönlicher Betreuung
- Out of the Box Lösungen
- Gesundheitsfördernde Rahmenprogramme (BGM)
- Coaching und Teambuilding Seminare
- Substantieller Input zu gesundheitlichen Themen für Ihren Betrieb

Gerne stellen wir Ihnen ein individuelles und auf Ihre Wünsche zugeschnittenes Angebot zusammen.

OBERWAID AG · RORSCHACHER STR. 311 · 9016 ST. GALLEN
T +41 71 282 0000 · INFO@OBERWAID.CH · OBERWAID.CH

Eine visionäre Spielwiese für Ihren nächsten Event

Das Würth Haus Rorschach bietet die perfekten Voraussetzungen für Tagungen oder Anlässe mit dem Erlebnisfaktor. Mit der einzigartigen Kombination von Kunst, Kultur und Kulinarik mit direktem Zugang zum Bodensee und einer einzigartigen Kulisse, wird jede Veranstaltung zu einem besonderen Ereignis für alle Kongress- und Eventteilnehmenden.

Ort der Kultur
Die Begegnung von Menschen gilt als zentraler Punkt der Philosophie des Würth Haus Rorschach. Wo könnte eine Tagung besser durchgeführt werden, als in einem offenen, modernen Haus mit der Möglichkeit den Aussen- und Seebereich aktiv zu nutzen? Das Würth Haus Rorschach lädt mit seiner besonderen Architektur und der Verbindung zu Kunst und Natur ein, sich inspirieren zu lassen.

Genauso variabel und flexibel wie die Dienstleistungen ist auch – der wandelbare Carmen Würth Saal. Durch die multifunktionelle Ausstattung überrascht er Gäste von Kongressen, Galas und Konzerten immer wieder aufs Neue. So unverwechselbar jede Veranstaltung ist, so individuell wird der Saal eingerichtet.

Die 16 hellen und zeitgemässen Meetingräume zeichnen sich durch klare Strukturen und eine lichtvolle Architektur aus. Dank modernster Technik können Seminare in jeder Form durchgeführt werden. Mit der flexiblen Raumaufteilung haben von 5 bis 150 Personen Platz.

Der Aussenbereich am direkten Bodenseeufer ist nicht nur wie geschaffen für verschiedene Eventformate, sondern lädt schlichtweg zu Sommerfesten oder Firmenfeiern ein. Vom Willkommensapéro bis hin zur aktiven Pause über den gemütlichen Ausklang – die Seepromenade bietet das gewisse Extra für jeden Gast.

Ort der Kunst
Das Forum Würth Rorschach zeigt regelmässig wechselndene Ausstellungen aus der über 18 500 Werke umfassenden Sammlung Würth. Was gibt es schöneres, als nach einer anstrengenden Tagung, einem denkwürdigen Seminar oder einfach als ideales Rahmenprogramm sich ganz einfach mit dem Thema Kunst auseinanderzusetzen? Das Forum Würth Rorschach bietet die hervorragende Möglichkeit, seinen Gedanken freien Lauf zu lassen, Inspirationen zu sammeln oder attraktive Workshops zu erleben. Speziell für Seminare und Tagungen werden massgeschneiderte Kunstvermittlungsprogramme angeboten.

Ort der Kulinarik
Die passende Verpflegung während Anlässen bietet der gastronomische Partner Panorama Catering. Mit einem breiten Kulinarikangebot werden die Teilnehmende durch den Tag begleitet. Als Culinarium-Mitglied legt Panorama Catering den Fokus bewusst auf regionale und saisonale Produkte sowie Spezialitäten.

Ort der Dienstleistung
Das wertvollste Kapital sind die Menschen. Wer professionell, zuvorkommend und mit einer gehörigen Portion Herzlichkeit bedient werden will, ist im Würth Haus Rorschach genau an der richtigen Stelle. Das aufgestellte und erfahrene Event-Team sieht sich nicht als blosser Raumvermieter, sondern vielmehr als (kre-)aktiver Partner, der mit konkreten inhaltlichen und gestalterischen Beispielen beratend zur Seite steht.

Das grösste Anliegen des Event-Teams: Dass Veranstalter freudig und entspannt auf den nächsten Anlass im Würth Haus Rorschach blicken.

Würth Haus Rorschach
www.wuerth-haus-rorschach.ch

WÜRTH HAUS RORSCHACH

Die schönsten Seminar- und Kongressorte in der Ostschweiz

Ein Kongress, eine Tagung oder ein Seminar will gut geplant sein. Nicht nur der Inhalt ist entscheidend für einen reibungslosen Ablauf, auch das Ambiente und der Rahmen müssen stimmen. Der Ort, an dem der Event stattfindet ein wichtiger Faktor, damit der Anlass zu einem Erfolg wird. Eine Auswahl.

Radisson Blu Hotel, St.Gallen SG
Es ist zentral gelegen, direkt neben dem Olma-Gelände und nur ein paar Gehminuten von der St.Galler Altstadt entfernt. Diverse Seminarräumlichkeiten bieten Platz bis maximal 200 Personen. Catering ist mit bis zu 500 Gästen möglich.

Olma-Messen/CongressEvents, St.Gallen SG
Ob Tagung, Generalversammlung, Firmenjubiläum, Kongress oder Bankett: Die Olma-Messen stellen die benötigte Infrastruktur für 100 bis 3800 Personen. Im Herzen der Stadt St.Gallen gelegen, mit gutem Anschluss an den ÖV und grossem Parkplatzangebot.

Hotel Einstein, St.Gallen SG
Das stilvolle und elegante 4*-Superior-Hotel Einstein liegt ruhig und doch zentral in der Altstadt von St.Gallen. Es bietet verschiedene Räumlichkeiten für Kongresse, Seminare und Events bis 400 Personen. Ein Plus sind der grosszügige Fitnesspark mit Wellnessbereich und 2019 gewann es sogar die Swiss Location Awards.

Hotel Säntispark, Abtwil SG
Wenige Autominuten von St.Gallen entfernt mit guter Anbindung an Autobahn und ÖV bietet das stilvolle Hotel Säntispark Räumlichkeiten für Anlässe von vier bis 250 Personen. Ein weiteres Plus sind der hauseigene Spa- & Wellnessbereich.

Würth-Haus, Rorschach SG
Direkt am Bodensee gelegen, bietet das Würth-Haus grosszügige, lichtdurchflutete Eventräume für verschiedenste Anlässe mit bis zu 630 Personen. Ein Plus sind das hauseigene Museum und zahlreiche wechselnde Kunstausstellungen.

Oberwaid, St.Gallen SG
Die elegante Oberwaid liegt in einem wunderschönen Park nur wenige Minuten mit ÖV und Auto von der Stadt St.Gallen entfernt mit Blick auf Bodensee und Berge. Fünf Seminarräume, die bei Bedarf teilweise zusammengelegt werden können, bieten Möglichkeiten für verschiedenste stilvolle Anlässe für bis zu 120 Personen. Auch die Oberwaid hat einen hochstehenden Spa- & Wellnessbereich.

Oberwaid, St.Gallen SG

Hotel Säntispark, Abtwil SG

Hotel Uzwil, Uzwil SG
Das stilvolle Hotel im Besitz der Uzwiler Unternehmerfamilie Bühler, nur wenige Gehminuten vom Bahnhof, bietet ideale Räumlichkeiten für verschiedenste Anlässe wie Seminare, Tagungen und Geschäftsevents von vier bis 80 Personen.

FC St.Gallen Event AG, St.Gallen SG
Wenn man nach einer Eventlocation mit besonderem Ambiente sucht, ist man im Kybunpark genau richtig: Die Heimstätte des FCSG bietet topmoderne Räumlichkeiten in verschiedenen Grössen für 8 bis 600 Personen.

Grand Resort Bad Ragaz, Bad Ragaz SG
Das führende Wellbeing & Medical Health Resort Europas ist eingebettet in die voralpine Landschaft der Ostschweiz mit wunderbarem Ausblick auf die Berge. Es bietet stilvolle Räumlichkeiten für Firmenanlässe, Seminare und Tagungen für drei bis 280 Personen. Pluspunkte sind die 5-Sterne-Gastronomie, zwei Golfplätze sowie das öffentliche Thermalheilbad.

Flumserei, Flums SG
Die Top-Location in Flums im Sarganserland mit guter Anbindung an Bahn und Autobahn in der ehemaligen Spinnerei Spoerry bietet ein spezielles und originelles Ambiente mit Räumlichkeiten für diverse grössere Firmenevents von 100 bis 480 Personen.

Restaurant Löwengarten, Rorschach SG
Ob privat oder geschäftlich: Das Restaurant Löwengarten verspricht, den perfekten Rahmen für eine Feier zu kreieren. Das Restaurant bietet bis zu 40 Sitzplätze und mit der Dachterrasse sind auch Sommer-Events mit bis zu 18 Personen möglich.

Bächlihof, Jona SG
Die rustikale Eventlocation mitten im Grünen bietet einen schönen Blick auf See und Berge. Der Erlebnisbauernhof Jucker wurde stilvoll ausgebaut und bietet Räumlichkeiten für verschiedenste Geschäftsevents für bis zu 2000 Personen inklusive Catering aus der eigenen Hof-Chuchi.

Schloss Wartegg, Rorschacherberg SG
Das stilvolle, malerische Bio-Schlosshotel mit Blick auf den Bodensee bietet diverse Räumlichkeiten in einmaliger Umgebung für bis zu 140 Personen. Pluspunkte sind der erholsame Park, das Bio-Restaurant sowie der 2500 m^2 grosse biodynamische Schloss- und ProSpecieRara-Sortengarten, wo Kräuter, Blumen, Beeren und Gemüse angebaut werden.

Hangar B2 am Flughafen, Altenrhein SG
Der alte Holzhangar auf dem Flughafen Altenrhein bietet eine spezielle Atmosphäre und Räumlichkeiten für diverse Firmenanlässe, Seminare und Tagungen für 50 bis 350 Personen.

Würth-Haus, Rorschach SG

Grand Resort Bad Ragaz, Bad Ragaz SG

Seminarhotel Arenenberg, Salenstein TG
Gastlichkeit hat auf dem Arenenberg mit herrlichem Blick auf den Bodesee seit Napoleons Zeiten Tradition. Die Location gilt als Kraftort, ist beliebt für Seminare und Tagungen und bietet stilvolle Räumlichkeiten für verschiedenste Anlässe für fünf bis 300 Personen. Pluspunkte sind die Gartenwelt, der Gutsbetrieb, das Napoleonmuseum sowie Weindegustationen im historischen Keller.

Park-Hotel Inseli, Romanshorn TG
Direkt am Seepark und in unmittelbarer Nähe zum grössten Hafen des Bodesees bietet das Park-Hotel Inseli nebst einem besonderen Ambiente auch Räumlichkeiten für Firmenanlässe, Seminare und Tagungen für zehn bis 150 Personen. Pluspunkte sind der Wellness- & Beautybereich sowohl das Schloss Romanshorn in unmittelbarer Nähe.

Lilienberg, Ermatingen TG
Lilienberg liegt in Ermatingen mit Aussicht auf den Untersee und ist bekannt für verschiedenste Firmenanlässe wie Tagungen, Seminare oder Konferenzen. Diverse Räumlichkeiten bieten Platz für bis zu 180 Personen. Pluspunkte sind das Restaurant mit Blick über den Untersee auf die Klosterinsel Reichenau und der Freizeitbereich mit Hallenbad, Whirlpool und Sauna.

Pentorama, Amriswil TG
Das Thurgauer Eventzentrum mit den fünf Ecken in Amriswil, nur wenige Autominuten vom Bodensee entfernt, bietet zahlreiche Möglichkeiten für diverse Firmenevents. Intime Atmosphäre auf den Galerien, grosse Fläche im Saal (853 m^2), variable Bestuhlung für bis 1100 Personen. Pluspunkte sind das einladende Foyer, die originelle Architektur und die stimmungsvolle Atmosphäre im Innen- und Aussenbereich.

Seeparksaal, Arbon TG
Der moderne Seeparksaal in Arbon direkt am Bodensee zeichnet sich durch seine zweckmässige Infrastruktur aus und eignet sich für Firmenevents aller Art. Der Saal bietet Platz für 1000 Personen bei Konzertbestuhlung und 800 Plätze bei Bankettbestuhlung. Kleinere Veranstaltungen sind ebenfalls problemlos möglich.

Hotel Bad Horn, Horn TG
Das Hotel liegt an schönster Lage direkt am Bodensee und besticht durch Eleganz, Komfort und Wohnlichkeit. Die 1500 Quadratmeter grosse Spa-Anlage zählt zweifellos zu einer der schönsten Wellnesslocations rund um den Bodensee. Diverse Räumlichkeiten bieten Möglichkeiten für Firmenanlässe wie Tagungen, Meetings und Kongresse für zehn bis 200 Personen.

Kartause Ittingen, Warth TG
Das ehemalige Kartäuser-Kloster ist eingebettet in die Natur, umgeben von Rebbergen und Obstbäumen und der lieblichen Thurlandschaft. Es gehört mit 25 Seminar- und Tagungsräumen für zwei bis 450 Personen zu den bekanntesten Seminarhotels der Ostschweiz. Zusätzlich verfügt die Kartause über einen Hotel- und Gastwirtschaftsbetrieb mit vielseitigen Bankett- und Eventlokalen für 24 bis 350 Personen und vielfältigem Rahmenprogramm.

Autobau Erlebniswelt, Romanshorn TG
Im aussergewöhnlichen Automuseum und der Eventlocation «autobau erlebniswelt» erleben die Besucher das Flair eines ehemaligen Industrieareals in Romanshorn am Bodensee. Auf vier Etagen präsentieren sich über 90 legendäre Strassensportwagen und Rennwagen sowie weltberühmte Klassiker und Oldtimer. Mit Event- und Ausstellungshallen, Lounges und Seminarräumen ist die Anlage für sämtliche Firmenanlässe bis 400 Personen geeignet. Auch Open-Air-Anlässe sind mit bis zu 1700 Personen möglich.

Hotel Hof Weissbad, Weissbad AI
Das renommierte Hotel am Fusse des Alpsteins in Appenzell Innerrhoden steht im Dienste der Gesundheit und

Hotel Hof Weissbad, Weissbad AI

Hotel Bad Horn, Horn TG

des Wohlbefindens und knüpft damit an die Tradition des Appenzellerlandes an. Es verfügt über Seminarräume für bis zu 20 Personen und Räumlichkeiten für Anlässe mit bis zu 100 Personen. Pluspunkte sind der elegante Wellnessbereich und die Gourmetküche mit 16 Gault-Millau-Punkten.

Säntis – das Hotel, Schwägalp AR
Das Hotel ist eingebettet in eine der schönsten Bergkulissen Europas und steht direkt am Fusse des Säntis auf der Schwägalp. Es verfügt über Seminar- und Banketträume für vielfältige Firmenevents für bis zu 150 Personen sowie zirka 350 Sitzplätze auf der Sonnenterrasse.

Panorama-Restaurant, Säntisgipfel AR/AI/SG
Es befindet sich auf dem Gipfel des Säntis auf 2502 m ü. M. und bietet eine fantastische Aussicht über den Alpstein. Mit dem Panorama-Restaurant mit 150 Sitzplätzen und der Panoramahalle für Konferenzen und Tagungen mit 250 Plätzen lassen sich verschiedenste Firmenanlässe hoch auf dem Berg erleben.

Kinderdorf Pestalozzi, Trogen AR
Es liegt hoch über dem Bodensee eingebettet in die malerischen Hügel des Appenzellerlandes. Als Ort der Bildung und Völkerverständigung ist es ideal für Meetings, Tagungen, Seminare und Veranstaltungen für bis zu 200 Personen sowie Bankette für bis zu 110 Personen. Pluspunkte sind das Besucherzentrum und die original Appenzellerhäuser aus der Gründungszeit des Kinderdorfes.

Hotel Heiden, Heiden AR
An schönster Lage hoch über dem Bodensee bietet das Hotel Heiden nebst 66 total erneuerten Zimmern multifunktionale Räumlichkeiten für zehn bis 360 Personen für die verschiedensten Firmenanlässe wie Tagungen, Seminare, Bankette oder Betriebsfeiern. Pluspunkt sind auch hier der Wellness- & Spa Bereich. Nach einem Umbau vom Erdgeschoss und den Zimmern im ersten und zweiten Stock ist das Hotel ab dem 14. April 2022 wieder für Gäste geöffnet.

SAL Saal am Lindaplatz, Schaan FL
Das Veranstaltungszentrum SAL versteht sich als Ort der Begegnung und der Kultur. Mit seiner markanten Architektur und zentralen Lage ist es ein Wahrzeichen von Schaan. Es verfügt über verschieden grosse Innen- und teils überdachte Aussenräumlichkeiten sowie Sitzungszimmer für Firmenanlässe wie Seminare, Events, Bankette, Kongresse, Tagungen, Konzerte und kulturelle Veranstaltungen für zwölf bis über 1400 Personen.

Presswerk, Arbon TG
Das historische Backsteingebäude im Industriestil erstrahlt seit Ende 2018 in neuem Glanz und richtet sich multifunktional aus, unterstrichen von einer frischen, regionalen Gastronomie. Ob grosser Firmenevent oder private Feier, Seminar oder Kongress, Konzert oder Vortrag – die voll ausgestatteten Räume bieten den richtigen Rahmen für bis zu 750 Personen – je nach Form des Events.

Lokremise, St.Gallen SG
Im Herzen der Stadt St.Gallen steht die Lokremise – das spartenübergreifende Kulturzentrum mit Theater, Tanz, Kino, Kunst und Restaurant unter einem Dach. Das 1903 erbaute Gebäude ist das grösste noch erhaltene Lokomotiv-Ringdepot der Schweiz. Zugleich steht die Lokremise Gastveranstaltern für Kulturprojekte, Tagungen und Präsentationen, Firmen- oder Festanlässe von 10 bis zu 450 Personen offen.
.

Text: Tanja Millius
Bilder: zVg

Flumserei, Flums SG

Pentorama, Amriswil TG

Für einen gesunden Kongressstandort Ostschweiz

Die Ostschweiz stärkt ihre Position in der nationalen Kongresslandschaft weiter. Dabei setzen Standortförderung und Veranstaltende auf die Gesundheit.

St. Gallen HEALTH
Vernetzt Kompetenzen

In den Wirtschaftsclustern Gesundheit, Ernährung, Präzisionstechnik sowie ICT setzte die Ostschweiz bereits in der Vergangenheit national und international Akzente. Die Cluster zählen zu den wichtigsten Sektoren der Ostschweizer Wirtschaft. Zahlreiche KMUs, Hochschulen und Forschungseinrichtungen tragen sie. Aber auch das Kongresswesen unterstützt die Dynamik der Branchen und setzt strategisch auf diese vier Bereiche. Dabei legen Entscheidungstragende ihren Fokus derzeit vor allem auf den Gesundheitsbereich. «Die Gesundheitsbranche hat grosses Potenzial, um die Region als Kongressstandort weiter zu etablieren», sagt Thomas Kirchhofer, Direktor von St.Gallen-Bodensee Tourismus. Von zusätzlichen Fachpersonen und Gästen, die für eine Fachtagung anreisen, profitiere der Tourismus und somit die ganze Region: «Der Geschäftstourismus stellt bei St.Gallen-Bodensee Tourismus neben dem Kultur- und Eventtourismus sowie Tagesausflugstourismus das wichtigste von drei strategischen Geschäftsfeldern dar», so Thomas Kirchhofer. Mit dieser Kongressstrategie soll die Region St.Gallen-Bodensee in Zukunft zu den Top sieben der Schweizer Kongressstandorte gehören.

Innovativer Kongress-Standort St.Gallen

Dass die Gesundheitsbranche ein grosses Potenzial aufweist, sieht man auch in der Stadt St.Gallen. Die Branche sei ein stark wachsender und wertschöpfungsintensiver Wirtschaftszweig, heisst es bei der städtischen Standortförderung. Die Stadt St.Gallen beheimate international anerkannte Kompetenzen im Gesundheitsbereich und man sehe ein grosses Potenzial in deren Vernetzung und Entwicklung. Dazu wurde das Netzwerk St.Gallen Health gegründet. Dessen Hauptziel ist es, die Stadt St.Gallen als attraktiven Gesundheitsstandort für Unternehmen und Fachkräfte zu positionieren und auch Kongresse und Fachveranstaltungen zu entwickeln. «Das Netzwerk St.Gallen Health bringt Wirtschaft, Forschung sowie Bildung zusammen und macht die gegenseitigen Kompetenzen und damit die Synergien sichtbar», so Annina Huber von der Standortförderung der Stadt St.Gallen.

Einzigartige Infrastruktur und grosses Know-how

Für den Austausch zwischen Fachpersonen, Wirtschaftsvertretenden und Forschenden verfügt der Standort St.Gallen mit Anbietern wie den Olma Messen St.Gallen über eine attraktive Infrastruktur und das nötige Know-how. «Wir bieten nicht nur die passenden Räumlichkeiten, sondern auch viel Erfahrung bei der Planung und Umsetzungen von Kongressen, Fachtagungen und Grossevents», sagt Ralph Engel, Bereichsleiter von CongressEvents St.Gallen. Künftig will CongressEvents auch mit Themenführern aus den definierten Clustern vermehrt in der Rolle des Co-Veranstalters auftreten. So führen sie beispielsweise schon jetzt den St.Galler Demenzkongress in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Ost durch.

Das Team von Ralph Engel zieht jährlich bei über 100 Veranstaltungen die Strippen hinter den Kulissen der Olma Messen St.Gallen. Und es sollen noch mehr werden: «Mit der Standortförderung und dem Convention Bureau von St.Gallen-Bodensee Tourismus haben wir starke Partner an unserer Seite, mit denen wir bestehende und neue Kongresse weiterentwickeln und aufbauen wollen – insbesondere auch im Gesundheitsbereich», so Ralph Engel. Mit dem Bau der neuen Halle 1 gewinne man zudem ab 2024 mehr Flexibiliät auf dem Olma-Gelände: «Gerade bei Kongressen im Gesundheitsbereich wird es künftig noch einfacher, begleitende Industrie-Ausstellungen durchzuführen. Denn häufig belegen Messen während attraktiven Perioden die bestehende Infrastruktur. Künftig können wir Veranstaltungen parallel durchführen: Ein Angebot, das in dieser Grössenordnung massgeblich zur Standortattraktivität beiträgt.»

Die Umsetzung der neuen MICE Strategie hat begonnen.

St.Gallen-Bodensee Tourismus will künftig eine duale Strategie fahren. Der Kongressmarkt und der Seminarmarkt sollen getrennt voneinander bearbeitet werden. Mit der engen Verknüpfung der Kongressinfrastruktur und der Stadt St.Gallen wird sich die Abteilung Convention Bureau in Zukunft verstärkt der Kongressakquisition widmen. Die Seminarinfrastruktur ist hingegen breit über die ganze Ostschweiz verteilt. Aus diesen Überlegungen heraus wurde die Seminarmarktstrategie gemeinsam mit Thurgau Tourismus angegangen.
St.Gallen-Bodensee Tourismus konzentriert sich mit seiner Abteilung St.Gallen Convention Bureau auf den Bereich Kongresse und Eventsupport für Grossevents.

Seminarwesen

Mit dem Brand «Seminarland Ostschweiz» vermarktet und verkauft eine Organisation und ein Team seit Januar 2021 die Seminarhotels in der Ostschweiz. Aus Effizienzgründen wurde die neue GmbH auf der bestehenden Plattform seminarland.ch aufgebaut und ist erfolgreich gestartet.

Auf der Suche nach dem Aussergewöhnlichen

Seit Mitte Februar sind Unternehmen und Veranstalter bei der Planung von Events wieder frei. Annette Good und Bettina Güntensperger, Co-Leiterinnen der Seminarland Ostschweiz GmbH, der Vermarktungskooperation von St.Gallen-Bodensee Tourismus, Thurgau Tourismus und Toggenburg Tourismus, wissen, was Bucher nun wünschen.

Annette Good und Bettina Güntensperger, was hat Seminarland Ostschweiz in den letzten beiden Jahren gemacht? Allzu viele Anfragen für Seminare und Tagungen dürften ja wegen Corona kaum eingegangen sein?
Bettina Güntensperger: Zu Beginn der Pandemie im Frühjahr 2020 – damals noch als «Seminarland» – waren wir tatsächlich stark mit Stornierungen, Umbuchungen und Schutzkonzepten beschäftigt. Corona beschleunigte allerdings den Prozess einer gemeinsamen MICE-Strategie in der Ostschweiz. So konnten wir am 1. Januar 2021, mitten in der Pandemie, mit der Seminarland Ostschweiz GmbH starten.

«Das Rahmenprogramm für die Teilnehmer ist ebenfalls ein wichtiges Element.»

Annette Good: In dieser Startphase Anfang 2021 blieben die Anfragen aus. Wir nutzten die Zeit für Prozessoptimierung und Partnerbesuche. Mit den Lockerungen Mitte Mai zogen die Anfragen für Seminarlocations erfreulicherweise an. Der Nachholbedarf an physischen Meetings war enorm.

Und was für ein Fazit ziehen Sie nach zwei Jahren Pandemie?
AG: Wie so viele andere musste auch Seminarland Ostschweiz während der Pandemie umdenken und kreative Lösungen hervorbringen, um auf dem Markt präsent zu bleiben. Dank der Digitalisierung konnten wir mit Webinaren und Livestream-Partner-Besichtigungen mit unseren Kunden in Kontakt bleiben. Über diese Onlinekanäle haben wir einen ganz neuen Weg beschritten, an dem wir bis heute festhalten, um erfolgreich mit unseren Kunden kommunizieren können.
BG: Genau, wir lernten, flexibel zu bleiben, kurzfristiger zu planen und schnell zu agieren.

Wie sieht es bei den Anfragen aktuell aus – werden Sie fast überrannt?
BG: Das ist in der Tat so. Seit Anfang 2022 haben wir schon über 100 Anfragen bearbeitet und sind sehr zufrieden, wie gross das Interesse an unserer Dienstleistung ist.

Hat sich dabei das Buchungsverhalten verändert?
AG: Die Anfragen sind kurzfristiger geworden, wir spüren bei den Buchern eine grosse Unsicherheit – und die Stornobedingungen sind immer ein wichtiger Teil des Verkaufsgespräches. Dafür haben wir grösstes Verständnis. Wir empfehlen unseren Stammkunden aktiv, ihre Veranstaltungen für den Sommer oder Herbst zu planen. Man weiss nicht, ob Corona nächsten Winter nochmals zum Thema wird.

Annette Good und Bettina Güntensperger:

Nachholbedarf an physischen Meetings.

IHRE VERANSTALTUNG IM KYBUNPARK

MEHR ALS NUR EIN FUSSBALLSTADION: DER KYBUNPARK

Sie suchen eine Event-Location mit besonderem Ambiente? Dann sind Sie im kybunpark genau richtig: Die Heimstätte des FC St.Gallen 1879 bietet topmoderne Räumlichkeiten in verschiedenen Grössen – für private Feste bis hin zu grossen Firmenevents. Ob Seminar, Workshop, Strategiesitzung oder Hybridveranstaltung, wir haben den passenden Raum für Sie. Wir stellen Ihnen gerne ein persönliches Angebot zusammen.

FCSG 1879 ST. GALLEN

GRÜEWISS IM HERZ

FC St.Gallen Event AG
Zürcher Strasse 464
9015 St. Gallen

Tel: +41 (0)71 314 14 14
www.fcsg.ch/events
event@fcsg.ch

Neue Energie für Ihre Events. Egal wo.

Beratung. Kreation. Konzeption. Planung. Umsetzung.

Für Corporate & Public Events.

Eventlocation nach Ihren Wünschen.

Ein Geschäftsbereich der
Olma Messen St.Gallen

Welche Locations werden vor allem nachgefragt?
BG: Nach wie vor sind Meetings «out in the green» sehr gefragt. Die Natur hat in der Pandemie stark an Qualität gewonnen. Auch spüren wir einen Trend hin zu aussergewöhnlichen und speziellen Locations – hier kann Seminarland Ostschweiz aus dem Vollen schöpfen, denn jeder Partnerbetrieb glänzt mit viel Charme und punktet mit einem einzigartigen Ambiente.

«Wir empfehlen unseren Stammkunden aktiv, ihre Veranstaltungen für den Sommer oder Herbst zu planen.»

Was sind die Hauptkriterien der Bucher?
AG: Unsere Kunden sind oft auf der Suche nach dem Aussergewöhnlichen wie etwa Häusern, die eine tolle Geschichte erzählen können. Seminarhotels mit einer speziellen Infrastruktur oder einem lässigen Social Event, das sind die «In»-Kriterien. Das Rahmenprogramm für die Teilnehmer ist ebenfalls ein wichtiges Element. Das Team soll sich nach der langen Pandemie «wiederfinden». Wir kennen uns in der Region aus und können so massgeschneiderte, kreative und nachhaltige Erlebnisse für unsere Kunden zusammenstellen.
BG: Dieser kostenlose Buchungsservice wird sehr geschätzt. Mit einem Klick fragen wir unterschiedliche Seminarhotels an, und die Bucher erhalten innert 24 Stunden ein übersichtliches Angebot mit den verfügbaren Locations. Sie sparen damit viel Zeit.

Was muss eine Location heute bieten können, um gebucht zu werden – und hat sich das mit Corona geändert?
AG: Ganz ehrlich hat uns Corona in die Karten gespielt. Man will sich wieder physisch treffen und sich austauschen – möglichst mit viel Platz und wenig Dichtestress. Alle unsere 28 Partner können dies unseren Kunden bieten. Was sich mit Corona auch verändert hat: die Erkenntnis, dass der persönliche Austausch in jeder Firma immens wichtig ist. Wir spüren, dass sich unsere Kunden und deren Gäste auf das Seminar, den Workshop oder auf das Meeting freuen und sich vollmotiviert einbringen. Vor Corona waren unsere Klienten etwas «seminarmüde». Schön, dass sich das geändert hat.

«Nach wie vor sind Meetings ‹out in the green› sehr gefragt.»

Und was muss ein Veranstalter bieten, damit seine Tagungen, Seminare oder Ausbildungen auch besucht werden?
BG: Hier lautet die Formel: Eine einzigartige Location, spannende Inhalte, ein kreatives Rahmenprogramm – und gute Erreichbarkeit der Ballungszentren.

Text: Tanja Millius
Bilder: Marlies Thurnheer, zVg

Wo online und offline verschmelzen

«Zoom» und «Teams» sind allgegenwärtig – im Zuge der Corona-Pandemie wurden Meetings virtuell abgehalten, Veranstaltungen live in die Stuben gespielt. Es entwickeln sich neue Formate, die weit über das blosse Streamen hinausgehen. Peter Müller, CEO der Gallus Media AG, und Verwaltungsratspräsident Johannes Widmer kennen sie alle.

Johannes Widmer: Wie digital ist die Gallus Media AG heute unterwegs?
Johannes Widmer: Abgesehen von der Weihnachtspost sind wir komplett digitalisiert (lacht). Die Digitalisierung haben wir im Studiobereich bereits in den 90er-Jahren stark umgesetzt, was uns die nötige Agilität im Markt gegeben hat.

Hat die Pandemie einen weiteren «Digitalisierungsschub» initiiert?
JW: Ja. Besonders in der Publikation und Distribution hat die Pandemie einen enormen Digitalisierungsschub – im Sinne einer Virtualisierung – verursacht. Das erzwungene Vakuum hat Zeit, Raum und Druck für Neues ermöglicht; Time to Market war für alle die treibende Kraft. Dies hat viele innovative Lösungen hervorgebracht, die zugleich dank hohen Produktionsfrequenzen verbessert werden konnten.

Wie äusserte sich das bei den Produktionen der Gallus Medien AG?
JW: Das Streamingformat hat deutlich aufgezeigt, welche Art der Gestaltung von Inhalten Zuschauer binden kann – und welche nicht. Viele Erkenntnisse können auch auf Präsenzveranstaltungen übertragen werden: Die intensive Einbindung und abwechslungsreiche Unterhaltung der Besucher ist in den Fokus gerückt. Teilnehmer sollen gebannt dem Inhalt folgen und bewusster Teil der Veranstaltung sein. Der reine Frontalunterricht verschwindet selbst bei Wissens formaten.

Peter Müller und Johannes Widmer:

Erlebnis steht im Zentrum.

Wirklich?

JW: Aber sicher: Die zeitliche und örtliche Unabhängigkeit von Teilnehmern und Auftretenden ermöglicht die variantenreiche Einbindung von Inhalten. Und: Gäste müssen nicht zwingend zeitgleich teilnehmen und können über die Veranstaltung hinaus Inhalte betrachten oder mit Autoren diskutieren. Die Veranstaltung endet erst, wenn der Inhalt offline geht! Spannende Referenten müssen nicht teuer eingeflogen werden – diese können von überall kurzfristig zugeschaltet werden. Eine Talkrunde kann so auf Basis von Tagesgeschehnissen erweitert werden. Und ein verpasster Flug des Keynote-Speakers führt nicht zum Wegfall von Inhalten. Auch Teilnehmer aus Entwicklungsländern können so dank tiefen Teilnahmekosten am Wissensaustausch teilhaben.

Welche neuen Wünsche kamen von Kundenseite?

Peter Müller: Erstens: Das Umdisponieren von Präsenz- und Online-Event soll jederzeit und ohne Attraktivitätsverlust flexibel möglich sein. Dies bringt dem Veranstalter Planungssicherheit. Er kann sich auf seine Aufgabe fokussieren, nämlich spannende Veranstaltungen auszurichten. Und er hat finanzielle Sicherheit. Zweitens: Auch für die Online-Teilnehmer sollen die Anlässe attraktiv sein. Die Vorteile einer Online-Teilnahme sollen ähnlich gross sein wie einer Vorort-Teilnahme. Es sind einfach andere.

Zum Beispiel?

PM: Beispielsweise können Meinungs- und Emotionsäusserung der Online-Teilnehmer unter sich und mit den Bühnen-

St.Gallen-Bodensee Tourismus, St.Gallen Convention Bureau
Bankgasse 9/Postfach, CH-9001 St.Gallen, T +41 71 227 37 32
congress@st.gallen-bodensee.ch, www.st.gallen-convention.ch
#stgallencongress

St.GallenBodensee
entdecken erleben wissen

Ihr Jubiläum, Neubau oder Event in einer

LEADER-Sonderausgabe?

Hier erfahren Sie mehr: **www.leaderdigital.ch**

teilnehmer auf verschiedenen Ebenen stattfinden – in einem globalen Chat, in einem Gruppenchat, in einer persönlichen Unterhaltung oder gar in Votings. Publikumsstimmungen können also sehr effektiv ausgelebt und erfasst werden. Vorteile sind auch die Partizipationsmöglichkeiten auf der Bühne für gehaltvollere Fragerunden. Ebenso interessant kann das praktisch barrierefreie Netzwerken sein – Online-Teilnehmer können sich sozusagen an jeden Tisch stellen und ebenso rasch wie unkompliziert mit ausgewählten Partnern reden. Wir konnten online einen deutlich gesteigerten Wissensaustausch bei Referaten und Kongressen feststellen.

Die Produktionen sind dadurch technisch sicher anspruchsvoller geworden?
JW: Tatsächlich muss etwa dem Ton in hybriden Produktionen viel Aufmerksamkeit gegeben werden. Schlechter Ton ermüdet den Zuhörer schnell. Zugleich soll die Übertragung möglichst wenig Bandbreite benötigen, damit der Empfang auch unter schlechten Bedingungen gewährleistet ist. Dazu gesellt sich dann noch der inhaltliche Anspruch, besonders vor Beginn und in Pausen. Von der Garderobe bis zum Saal tauche ich schrittweise in eine Veranstaltung ein – wie gelingt es uns, ein ähnliches Erlebnis für die Online-Teilnahme zu schaffen? Wie gestalte ich die Pause für jene zu Hause? Wie gehe ich mit Verspätungen um?

Und welches sind die interessantesten Innovationen, die der Markt diesbezüglich anbietet?
PM: Im Zentrum stehen Mehrwertdienste mit der gegenseitigen Verbindung der Online- und Offline-Teilnehmer, der Bühnenteilnehmer und der Veranstalter. Stets geht es um Erlebnis, Wirkung und Wirtschaftlichkeit aller Beteiligten. Und dies abgestimmt auf die verschiedenen Anlassformate. Bei Generalversammlungen sind beispielsweise einfach bedienbare und sichere Abstimmungstools gefragt. In der anschliessenden Party feiern die Online-Teilnehmer mit den Leuten vor Ort und unter sich. Elementar ist dabei, dass sich das Vorort- und Online-Publikum gegenseitig sieht und der Effekt von Sehen und Gesehen werden wirkt.

Der WTT Young Leader Award wurde schon zweimal als interaktiver Hybrid-Event durchgeführt, mit Publikum vor Ort und zu Hause, das miteinander kommunizieren konnte.
PM: Beide Male war die Anzahl der Online-Teilnehmer und der Interaktionen sehr hoch. Frappant war ebenso, dass das Online-Publikum über zwei Stunden bei der Stange gehalten werden konnte. Der Unterhaltungswert mit den vielen Partizipationsmöglichkeiten war offenbar attraktiv. Es zeigte sich dabei auch, dass die Motive für eine Online-Teilnahme sehr breit gesät sind und sich fortlaufend weiterentwickeln.

Kommen Ihnen, Peter Müller, die dort gemachten Erfahrungen nun bei der Gallus Media AG zugute?
PM: Ja. Ich hatte im Frühling 2020 nach dem Pandemieausbruch das Anforderungskonzept für die hybride, interaktive Austragung des WTT Young Leader Awards erstellt. Die Gallus Media AG gewann das Umsetzungsprojekt, und ich begleitete diese Phase eng. Dabei loderte auch meine alte, etwas vernachlässigte Liebe zum Web-Business wieder auf.

Es gibt unter Veranstaltern ja auch viele Stimmen, die sagen, Hybrid-Veranstaltungen ersetzen nie das Feeling eines Live-Events …
JW: Dem stimme ich zu. Weder können noch wollen wir den Event vor Ort ersetzen! Dieser ist Inhalt und Motor, an den wir möglichst viele Teilnehmer anbinden wollen. Wir arbeiten aber daran, diese Teilnahme möglichst barrierefrei und sorglos zu gestalten, damit Veranstaltungen das Publikum vor Ort und online gleichermassen unterhalten.
PM: Ja, bei einem hybriden Anlass ist das Vorort-Publikum ein wichtiger Stimmungsmacher auch für das Online-Publikum. Die Kunst ist es dabei, vor Ort und online die relevanten Bedürfnisse der entsprechenden Teilnehmer messerscharf zu identifizieren und abzudecken.

«Die Veranstaltung endet erst, wenn der Inhalt offline geht!»

Wie gefragt sind Hybrid-Veranstaltungen überhaupt noch – die Corona-Massnahmen sind ja praktisch alle aufgehoben?
JW: Warum sollte man auf die gewonnenen Online-Teilnehmer verzichten? Wir beobachten vielmehr eine Konsolidierung der Streaming-Produktionen. Diese werden als fester Bestandteil in die Veranstaltung eingebunden und als Added Value gesehen.
PM: Die Pandemie hat Hemmschwellen abgebaut und die Vorteile solcher Veranstaltungen offengelegt. Sie werden sich in weiter entwickelter Form halten, denn sie sind auch wirtschaftlich interessant.

Ist der technische Aufwand für einen Event bei einer Live- oder einer Online-Veranstaltung grösser?
JW: Online ermöglicht Produktionsformen, bei welchen ein Publikum in entsprechender Zahl gar nicht vor Ort sein könnte – hier können wir ungeahnte Welten öffnen und unser Publikum mit auf Reisen nehmen. Und genau diese dramaturgischen Elemente wollen wir nun auch der Live-Veranstaltung ermöglichen. Die Grenzen sollen aufgehoben und das Beste der beiden Welten verschmolzen werden. Dies macht die hybride Form zu der aufwendigsten Veranstaltungsform.

Worauf sollen Kunden besonders achten?
JW: Zentral muss die Sicht des Teilnehmers bleiben: Wie kann ich für ihn den Inhalt spannend gestalten, ihn aktiv partizipieren lassen, ihn zum treuen Kunden machen? Wie kann ich vermitteln, worauf es mir ankommt? Die Technik darf nie im Zentrum stehen, sondern das Erlebnis.
PM: Genau! Dem Publikum muss es zu Hause am Bildschirm gleich ergehen wie mir, wenn ich die Olympia-Abfahrt am TV schaue und mir ob des Feuz-Sieges die Freudentränen kommen. Nur dass ich nun meine Emotionen direkt mit anderen in Wort, Ton und Bild teilen kann.

Zum Schluss: Ergänzen Sie bitte diesen Satz: Events werden in Zukunft …
JW: … kurzweiliger und interaktiver, sodass sich wieder die vordersten Reihen zuerst füllen.
PM: … zu multimedialen Shows für ein multioptionales Publikum, vor Ort und online.

Text: Tanja Millius
Bild: Marlies Thurnheer

Das Jahrhundert-Bauwerk als Hoffnungsträger

In der neuen Halle 1 der Olma Messen St.Gallen auf der eigens für den Bau überdachten Stadtautobahn können ab 2024 Veranstaltungen mit bis zu 12 000 Personen stattfinden. Es ist ein Jahrhundert-Bauwerk, das weit über die Stadtgrenze hinaus strahlen soll. Welche Möglichkeiten sich mit der neuen Halle 1 ergeben und inwiefern die gesamte Region vom Bau profitiert, skizzieren Christine Bolt, Direktorin Olma Messen St.Gallen, und Thomas Kirchhofer, Direktor St.Gallen-Bodensee Tourismus.

Christine Bolt, weshalb braucht die Ostschweiz einen Veranstaltungsort in der Grössenordnung der Halle 1?
Christine Bolt: Ich bin überzeugt: Die Live-Kommunikation – also Messen und Events als Marketing-Instrumente – haben eine vielversprechende Zukunft. Und wer in diesem Markt erfolgreich mitmischen will, muss wettbewerbsfähig sein. St.Gallen wird mit der neuen Halle ein noch attraktiverer Ort für nationale und internationale Veranstalter. Mit ihr entsteht ein idealer Raum für Begegnungen und Erlebnisse.

Thomas Kirchhofer, eine unlängst bei 134 Kongress- und Eventbüros in Europa durchgeführte Umfrage zeigt, dass sich St.Gallen durchaus gute Chancen auf dem Markt ausrechnen darf.
Thomas Kirchhofer: Ja, gefragt sind «Boutique-Veranstaltungsorte» mit authentischem Flair, hoher Serviceorientierung und einer Top-Infrastruktur. Kleine und mittelgrosse Durchführungsorte haben da gute Karten. Sie punkten auch in einer weiteren Disziplin: Die Gesundheits-, Sicherheits- und Hygienebedingungen an den Reisezielen werden künftig von grösster Bedeutung sein.

In welchen Bereichen sehen Sie das grösste Wachstumspotenzial?
CB: Wenn es um grössere Veranstaltungen rund um die neue Halle 1 geht, richtet sich der Fokus auf Messen, Corporate-Events und Kulturveranstaltungen wie grosse Konzerte oder Comedyshows. Auch im Sport sehen wir erhebliches Potenzial. Mit der neuen Halle 1 verfügen wir künftig über zusätzlichen Platz auf dem Olma-Gelände und können somit mehrere grosse Veranstaltungen gleichzeitig durchführen.

Neben dem Veranstaltungsort sind Faktoren wie Erreichbarkeit oder Unterkünfte für einen erfolgreichen Kongressstandort wichtig. Sind Stadt und Region diesbezüglich gut aufgestellt?
TK: Sogar sehr gut! Die Region St.Gallen ist mit ihren weltweit führenden Unternehmen, der HSG und dem Unesco-Weltkulturerbe der Schweizer Schmelztiegel der Wirtschaftsgeschichte seit 612. Die malerische Altstadt St.Gallens – eingebettet zwischen Säntis, Appenzellerland und Bodensee – ist der perfekte Hub für Messen, Events und Kongresse, nur rund 45 Minuten vom Flughafen Zürich entfernt. Die flexible Infrastruktur, das schweizweit attraktivste Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die Ostschweizer Dienstleistungsbereitschaft sind weitere Vorzüge, und jeder Veranstalter profitiert von weitreichenden Unterstützungsleistungen und kurzen Entscheidungswegen zu Stadt, Kanton und Tourismusorganisation.

Also alles paletti?
TK: Nein. Was wir künftig noch besser machen müssen: Diesen Schatz als gesamtes Orchester zu kommunizieren und vermarkten. Um auf dem Markt Wirkung zu erzielen, müssen wir unsere Mittel besser bündeln.

Und können wir auch genügend Betten für Grossanlässe zur Verfügung stellen?
CB: Hotelbetten werden vor allem bei mehrtägigen Veranstaltungen benötigt. Das Zimmerangebot in und um St.Gallen ist mit dem Umbau des Hotels Walhalla oder dem B&B Hotel gewachsen. Am Beispiel des European Colorectal Congresses mit 1400 Teilnehmern sehen wir, dass sich die Situation rund um die Hotelbetten deutlich entspannt hat. Selbst bei einem solchen Kongress sind in St.Gallen noch kurzfristig Zimmer verfügbar.

Christine Bolt und Thomas Kirchhofer:
«Wir haben das schweizweit attraktivste Preis-Leistungs-Verhältnis.»

TK: Wir haben rund 3800 Hotelbetten in unserer Destination. Davon sind rund 85 Prozent innerhalb von 35 Minuten Fahrzeit mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar, 2500 Betten sogar innerhalb von 15 Minuten. Im Wissen, dass rund 2500 Betten in der Drei- und Vier-Sterne-Kategorie angeboten werden und wiederum in Kürze ein neues Haus in St.Margrethen seine Tore öffnet, sind die Hotelkapazitäten absolut genügend – und sehr wettbewerbsfähig.

Sind physische Veranstaltungsorte und somit Hotelbetten nach der Corona Pandemie überhaupt noch gefragt?
TK: Die stärkere Hybridisierung von Tagungen und Veranstaltungen ist sicher zu berücksichtigen. Fachleute gehen aber davon aus, dass die Anzahl der Tagungen und Events zunehmen könnte. Der Trend für eine Aufteilung grosser internationaler Konferenzen auf eine Reihe regionaler Zentren zeichnet sich ab. Und wir alle wissen: Wir sind Menschen, wir wollen uns treffen und miteinander interagieren.
CB: In den vergangenen zwei Jahren konnten wir mit hybriden Veranstaltungen wertvolle Erfahrungen sammeln. Die Nachfrage nach digitalen und hybriden Angeboten besteht vor allem dann, wenn der Bildungscharakter einer Veranstaltung ausgeprägt und das Einzugsgebiet gross ist. Je regionaler der Anlass und je zentraler der Networking-Gedanke, desto geringer ist sie.

Und wie gross bzw. klein darf eine Veranstaltung sein, damit sie noch in der Halle 1 durchgeführt werden kann?
CB: Mit 9000 Quadratmetern Hallenfläche haben wir Platz für Veranstaltungen mit bis zu 12 000 Personen. Da wir die Halle unterteilen können, sind auch Veranstaltungen möglich, welche zu gross für die Halle 9.1, aber zu klein für die ganze Halle 1 sind. Die neue Halle verschafft uns somit eine deutlich grössere Flexibilität. Eine Mindestgrösse haben wir nicht definiert. Je nachdem haben wir für kleinere Veranstaltungen aber passendere Möglichkeiten im Angebot.

Die neue Halle 1 ist nicht nur für Messen konzipiert, sondern auch für Sportveranstaltungen und Konzerte. Gleich hat es vor der Eröffnung des heutigen Kybunpark getönt – passiert ist wenig.
CB: Die Olma Messen St.Gallen verfügen über eine langjährige Erfahrung bei der Planung und Durchführung von verschiedenen Grossevents. Unser Bereich CongressEvents St.Gallen organisiert jedes Jahr über 100 Grossveranstaltungen, Kongresse und Bankette und ist entsprechend gut

Anzeige

HOTEL UZWIL

TAGEN, FEIERN UND GENIESSEN

Top ausgestattete Säle und historische Räume für bis zu 80 Personen, 43 erstklassige Hotelzimmer und möblierte Serviced Apartments, ein stilvolles Restaurant und die eindrucksvolle Cigar Lounge:

Der perfekte Ort für Ihren Event – mit 4-Sterne Service und gelebter Gastlichkeit!

Hotel Restaurant Cigar Lounge Serviced Apartments
CH-9240 Uzwil | T+41 (0)71 955 70 70 | www.hotel-uzwil.ch

vernetzt. Nebst der Durchführung von grösseren Einzelveranstaltungen streben wir längerfristige Partnerschaften mit Organisatoren von Kultur- und Sportveranstaltungen an.

Dass Sie heute gemeinsam dieses Interview geben, lässt auf eine enge Zusammenarbeit der Olma Messen St.Gallen und St.Gallen-Bodensee-Tourismus schliessen.
CB: Die Olma Messen St.Gallen sind ein bedeutender Leistungsträger im Rahmen der Ostschweizer Kongressstrategie, die von St.Gallen-Bodensee Tourismus lanciert wurde. Gemeinsam wollen wir die Ostschweiz und die Stadt St.Gallen im nationalen und internationalen Kontext stärker als Kongressstandort positionieren, Kongresse und Events akquirieren und damit in der ganzen Region Wertschöpfung genieren. Das geht nur im Zusammenspiel der beiden – sowie weiteren – Organisationen und Leistungsträgern.
TK: Die Olma Messen liefern die glaubwürdige Basis für eine eigenständige und selbstbewusste Kongressstrategie. Diese haben wir 2021 erarbeitet. Im Kern liegt die konsequente Fokussierung auf die Akquisition von Verbandskongressen und Schlüsselevents, welche die Themenführerschaften der Region unterstützen. Die Zielsetzung ist klar: St.Gallen gilt als Wunschdestination für Geschäfts- und Eventtourismus und gehört zu den Top-3-Kongress-, -Messe und -Event-Destinationen im Bodenseeraum und zu den Top 7 innerhalb der Schweiz. Dieses Ziel erreichen wir nur gemeinsam.

Zum Schluss: Wenn die neue Halle 1 Anfangs 2024 öffnet – was wird die erste Veranstaltung sein?
CB (lacht): Kürzlich habe ich mir öffentlich die «Toten Hosen» zur Eröffnung gewünscht … wir werden sehen! Wenn baulich alles wie geplant klappt, wird schon im Herbst 2023 ein Teil der OLMA in der neuen Halle 1 durchgeführt. Für 2024 laufen viele Gespräche, für eine konkrete Aussage ist es noch zu früh. Fest steht aber: Die neue Halle 1 machen wir gemeinsam mit Stadt, Kanton, lokalen Unternehmen und der Bevölkerung zum Aushängeschild unserer Region.
TK: Gemäss dem Verein NetzwerkSport, der im Westen der Stadt mit dem Sportfeld ein Raum für Spitzen-, Nachwuchs- und Breitensport in fünf Kernsportarten, darunter Tennis, entstehen lässt, werden 2024 die weltbesten Tennisspielerinnen ihr Stelldichein in der Schweiz geben. Warum nicht ein Format wie die Masters oder den Billie Jean King Cup nach St.Gallen bringen? Weiter kann ich mir aufgrund der schönen Entwicklungen im Frauenfussball eine reine Ladies-Award-Night der UEFA oder der FIFA in St.Gallen vorstellen.

Text: Stephan Ziegler
Bild: Marlies Thurnheer

Anzeige

LÖWENGARTEN
RESTAURANT · BAR · EVENTS

Genussvoll feiern in stilvoller Atmosphäre

Vom Biergarten zum Gartenzimmer, von der Dachterrasse zum historischen Gewölbekeller: Hier finden Sie die perfekte Umgebung für genussvolle Feiern und inspirierende Events. Bei jedem Wetter.

Restaurant Löwengarten, Rorschach
T 071 841 94 00, restaurant-loewengarten.ch

Karin Zimmermann: Steter Dialog mit Kunden und Mitarbeitern.

Hoffnung löst Zukunfts-angst ab

Die letzten zwei Jahre wurde die Messe- und Eventbranche von der Corona-Pandemie hart getroffen. Karin Zimmermann ist seit 2016 Geschäftsführerin und Inhaberin der St.Galler Expo Norm AG, die einen Komplettservice im Bereich Messebau und mobile Präsentationsmedien anbietet. Zimmermann blickt auf die beiden Pandemiejahre zurück – und voraus in eine hoffentlich bessere Messebau-Zukunft.

Karin Zimmermann, wie geht es dem Messebau nach zwei Jahren Corona?
Die ganze Branche war in den vergangenen 24 Monaten gänzlich fast auf Null heruntergefahren worden. Für die Belegschaft bedeutet das 24 Monate Kurzarbeit am Stück. So etwas habe ich in meinem ganzen Berufsleben noch nie erlebt! Diese Belastung traf vor allem meine Angestellten sehr hart. Beim ersten Shutdown durch den Bundesrat im Frühling 2020 bestand anfänglich nach den ersten Lockerungen im Sommer Hoffnung, dass es bald wieder einen Weg zurück zur Normalität gebe. Diese Hoffnung war von kurzer Dauer, Rest der Geschichte kennen wir ja.

Wie haben Sie diese letzten zwei Jahre persönlich mit der Expo Norm AG erlebt?

Als Unternehmerin gibt es immer wieder Herausforderungen im beruflichen Alltag. Die letzten zwei Jahre jedoch waren fast am Stück von Unsicherheit, Hoffnung, Frustration und Angst um die Zukunft des Unternehmens geprägt. Die Verantwortung gegenüber der Belegschaft hat schwer auf meinen Schultern gelastet. Die Frage, wie lange unser Unternehmen durchhalten kann, hing wie ein Schwert des Damokles über mir. Die Unterstützungsmassnahmen von Bund und Kanton sowie Kunden haben aber zum Glück schnell gegriffen. Vermieter, Lieferanten und Kunden haben sich sehr kulant gezeigt und so mitgeholfen, das Schlimmste zu vermeiden.

Was bedeutete dies für Sie selbst?
Ich habe in gewissen Zeiten alle Unternehmensfunktionen ausführen müssen, damit der Kostenblock nicht zu gross wurde. Über die ganze Zeit habe ich es aber nie versäumt, mit meinen Kunden in stetem Austausch zu bleiben. Auch der wöchentliche Dialog mit meinen Leuten hat dazu beigetragen, dass der Mut zum Durchhalten und die Hoffnung auf ein Ende der Pandemie bei allen aufrechtgehalten werden konnte.

Waren physische Auftritte überhaupt noch gefragt vonseiten der Kunden oder ist die Auftragslage komplett eingebrochen?
2020 war die Messebranche komplett auf Eis gelegt. Wir haben alternativ verschiedene kleinere Projekte wie Neuausrüstungen von Show-Räumen oder Kunstausstellungen ausführen dürfen. Im letzten Jahr bestand ab Ende August wieder Hoffnung auf eine schnelle Wende, wir wurden mit Anfragen für Messeauftritte im In- und Ausland überhäuft. Wir freuten

SEMINARLAND OSTSCHWEIZ

WIR FINDEN DIE PERFEKTE LOCATION FÜR IHR
NÄCHSTES SEMINAR, MEETING ODER TEAMEVENT.

SPAREN SIE ZEIT MIT NERVIGEN PREISANFRAGEN UND
NUTZEN SIE UNSEREN KOSTENLOSEN BUCHUNGSSERVICE.

Seminarland Ostschweiz GmbH
Friedrichshafnerstrasse 55a | 8590 Romanshorn

Tel. 071 531 01 50
info@seminarland.ch

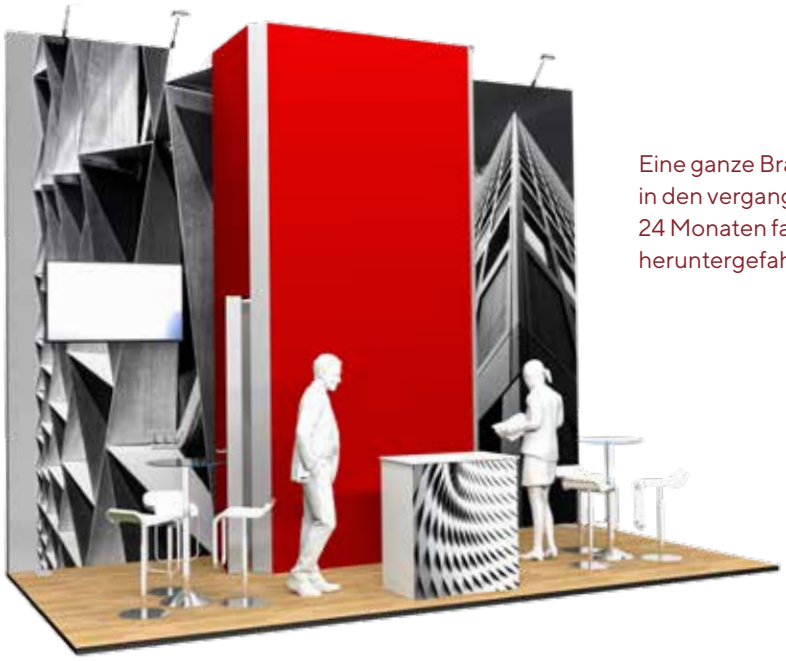
SEMINARLAND.CH
OSTSCHWEIZ

WÜRTH HAUS RORSCHACH

FÜR
VISIONÄRE

SEMINARE · TAGUNGEN · EVENTS

Würth Haus Rorschach
Churerstrasse 10 | CH-9400 Rorschach
www.wuerth-haus-rorschach.ch



Eine ganze Branche wurde in den vergangenen 24 Monaten fast auf Null heruntergefahren.

uns riesig, diese mit einer neu motivierten Mannschaft ausführen zu dürfen. Das jähe Ende kam wieder Mitte Dezember, alle Messen für das erste Quartal 2022 wurden gestrichen oder verschoben. Unsere Hoffnung platzte und die vollen Auftragsbücher leerten sich. Die kurze Zeit von August bis Mitte Dezember 2021 haben aber gezeigt, dass unsere Kunden nach wie vor Messeauftritte wünschen. Wir Menschen sind nicht dazu bestimmt, nur einen Teil unserer Sinne via Teams oder Zoom einzusetzen, wir wollen uns sehen, den direkten Kontakt pflegen und unsere Produkte und Dienstleistungen 1:1 den interessierten Messebesuchern anpreisen.

«Die traditionellen Messen leben vom Wettbewerb der Aussteller.»

Veranstaltungen und Events wurden in den letzten beiden Jahren zwangsläufig digitaler. Machte sich das auch bei den Kundenwünschen bemerkbar?
Ich glaube, dass die Digitalisierung der Veranstaltungen und Events in den letzten beiden Jahren eine gewisse Überbrückungsmethodik dargestellt hat und auch in Zukunft Veranstaltungen wie etwa Webinars so durchgeführt werden. Sie ersetzen aber die klassische Messebranche keineswegs. Unsere Kunden bauen gewisse digitale Elemente in ihre Auftritte ein, dies aber nur zur Ergänzung ihrer Auftrittskonzepte. Wir unterstützen sie dabei.

Und wie haben Sie sich selbst bzw. die Expo Norm AG «digital fit(ter)» gemacht?
Als traditioneller Messebauer haben wir schon vor Corona gelernt, mit der Digitalisierung umzugehen und diese im Dialog mit unseren Kunden in unsere Konzepte einzubauen. Sicher haben die vergangenen zwei Jahre die dazu notwendigen digitalen Elemente geschärft und neue dazu gebracht.

Sehen Messeauftritte künftig anders aus als heute?
Ich glaube, dass Hybridveranstaltungen vor allem bei Produktpräsentationen oder Dienstleistungen von Grossfirmen durchgeführt werden können. Die traditionellen Messen leben jedoch vom Wettbewerb der Aussteller. Die Kunden wollen vergleichen und im Dialog vor Ort ihre Meinung bilden. Die Aussteller fordern aber neuerdings auch kleinere, überschaubare Messestände, die flexibel in Kombination mit alternativen, nachhaltigen Materialien gebaut werden können. Wir haben unsere Angebotspalette entsprechend ausgebaut.

Seit Mitte Februar sind praktisch alle Corona-Massnahmen aufgehoben. Was heisst das für Ihr Unternehmen konkret?
Wir freuen uns, wieder arbeiten zu dürfen und hoffen, dass im Sommer kein weiterer Virus-Hammer über uns niedergeht. Zusammen mit uns freuen sich umso mehr unsere Kunden; sie sind vielerorts bereit, alsbald die Versäumnisse der letzten 24 Monat nachholen zu können und ihre Kunden wieder an Messen mit neuen Produkten und Dienstleitungen bedienen zu können.

«Wir Menschen sind nicht dazu bestimmt, nur einen Teil unserer Sinne via Teams oder Zoom einzusetzen.»

Worauf freuen Sie sich selbst am meisten im Messejahr 2022?
Auf die glücklichen Gesichter meines Teams und meine treuen Kunden. Mit ihnen zusammen werden wir wieder durchstarten und viele attraktive, innovative und individuelle Messeauftritte bauen.

Text: Tanja Millius
Bilder: Marlies Thurnheer, zVg

Ihre Veranstaltung im kybunpark

Planen Sie Ihren nächsten Event im kybunpark in St.Gallen. Egal, ob Sie ein Seminar, eine private Feier oder einen Firmenanlass organisieren wollen – das schönste Fussballstadion der Schweiz im Westen der Stadt St.Gallen ist der ideale Ort.

Veranstaltungsorte gibt es viele, aber wenn Sie eine Event-Location mit einzigartigem Ambiente suchen, dann sind Sie im kybunpark genau richtig. Dort, wo sonst der FC St.Gallen 1879 auf Torjagd geht, finden Sie topmoderne Räumlichkeiten in verschiedenen Grössen und mit freiem Blick auf das Spielfeld für bis zu 600 Personen.

Egal ob Seminar, Workshop, Strategiesitzung oder Hybridveranstaltung – wir haben den passenden Raum für alle unsere Gäste. Den Möglichkeiten für Events im kybunpark sind fast keine Grenzen gesetzt. Mit unseren attraktiven Produkten bieten wir Firmen, Vereinen und Privatpersonen ein einzigartiges Angebot für unvergessliche Veranstaltungen.

«Sehr zufrieden, professioneller Umgang mit den Kunden. Jeder Wunsch wurde erfüllt – und die Location ist einzigartig und der Rasengeruch bis in den 5. Stock zu geniessen.»

Dr. Christian Lang, Leiter Sportmanagement
Universität St. Gallen

Selbstverständlich kann jedes Angebot mit einer einmaligen Tour durch unser schönes Stadion ergänzt werden. Kulinarisch verwöhnt werden Sie an Ihrem Anlass von den Catering Services Migros Ostschweiz. Dank direktem Autobahnanschluss und Parkplätzen in der Tiefgarage ist der Veranstaltungsort zudem für all Ihre Gäste einfach und bequem zu erreichen.

Unser Eventteam hilft Ihnen bei der Suche nach dem passenden Raum und unterstützt Sie gerne bei der Planung Ihrer Veranstaltung.

FC St.Gallen Event AG
Zürcher Strasse 464
9015 St.Gallen
Tel: +41 (0)71 314 14 14
www.fcsg.ch/events
event@fcsg.ch

Hotel Uzwil – tagen, feiern und geniessen

Ob ein privates Bankett oder ein geschäftlicher Kongress, eine Tagung oder ein Seminar, eine grosse Feier oder ein kleines Fest: Im Business-Hotel Uzwil wird Ihr Event zum Erfolg.

Nach einem inspirierenden Seminartag geniessen Sie hochwertige saisonale Küche. Danach lassen Sie den Abend in der eindrucksvollen Cigar Lounge mit erlesenem Whiskey oder Rum ausklingen und ziehen sich in eines der 43 stilvollen Zimmer zurück. Für längere Aufenthalte residieren Sie in einem unserer Serviced Apartments und verbinden die Behaglichkeit einer eigenen Wohnung mit 4-Sterne- Hotel-Komfort. Eine private Feier oder ein geschäftliches Bankett? Das Hotel Uzwil begleitet Ihren Anlass von A bis Z – und zwar so, wie Sie es wünschen.

Genuss und Komfort

Seit 1873 steht das Hotel Uzwil für professionelle Gastfreundschaft in stilvoller Atmosphäre – es war sogar der erste Gasthof im Kanton mit elektrischer Beleuchtung. Seit damals hat sich viel verändert. Eines ist geblieben: Für maximalen Genuss und Komfort geben sich hier Innovation und Tradition die Hand. Moderne Säle oder ein charmantes Arven-Stübli, aktuelle Konferenztechnik und urchige Gemütlichkeit, professioneller Service mit dem persönlichen Touch: So macht Ihr Anlass Freude.

www.hotel-uzwil.ch

EINSTEIN
ST. GALLEN

Platz für bis zu 330 Personen

Erfolgreich tagen.
Ausgelassen feiern.
Individuell erleben.

Einstein St.Gallen
Berneggstrasse 2 | 9000 St.Gallen, Schweiz
+41 71 227 55 55 | info@einstein.ch | einstein.ch

Restaurant Löwengarten – genussvoll feiern

Das Restaurant Löwengarten bietet nicht nur regionale Spezialitäten in stimmungsvoller Atmosphäre: Das vielseitige Raumangebot und das junge, engagierte Team machen es zum perfekten Partner für Ihren Event.

Historischer Gewölbekeller
Im Gewölbekeller wurde einst das neueste Löwengarten Bier auf Hopfen und Malz geprüft. Heute bietet er Raum für 20 Sitzplätze oder bis zu 40 Stehplätze. Bilder und Geschichten aus den Archiven erzählen, wie es früher war – und im Hier und Jetzt lockt der begehbare Weinkeller mit edlen Tropfen.

Bar, Dachterrasse und Biergarten
Stilvolle Atmosphäre und lokalen Genuss bieten Restaurant und Bar. Bei schönem Wetter lädt die Dachterrasse zum Träumen und Geniessen unter den Sternen – ideal für kleinere Gruppen bis 18 Personen. Wer lieber im Schatten der Bäume bleibt, findet im Biergarten sein Glück: eine grüne Oase für gemütliche Sommertage und lauschige Abende im Freien.

Feiern im Gartenzimmer
Taufe, Hochzeit oder Geburtstag, Konferenz, Schulung oder Vereinssitzung: Mit Platz für 40 Personen ist das Gartenzimmer der ideale Ort für einen unvergesslichen Anlass – inklusive kulinarischer Betreuung durch das Löwengarten-Team.

www.restaurant-loewengarten.ch

«Weiterbildung, Spass und Networking»

Die 10. Ausgabe des Prix SVC Ostschweiz ist bereits wieder Geschichte. Mitverantwortlich dafür, dass der Anlass erfolgreich über die Bühne gehen konnte, war Christoph Zeller, SVC-Regionenleiter und OK-Präsident des Prix SVC Ostschweiz.

Christoph Zeller, der Prix SVC Ostschweiz wurde dieses Jahr bereits zum zehnten Mal verliehen – und nach der Corona-bedingt kleineren Ausführung 2020 wieder in alter Grösse. Wie war das für Sie persönlich und wie kam es bei den rund 1000 Gästen an?
Natürlich war das eine Riesenfreude, sechs «Hidden Champions» aus der Region Ostschweiz wieder live und im bewährten Format einem grossen Publikum zu präsentieren. Bis in das laufende Jahr hinein mussten wir im Organisationskomitee und in der Jury eher davon ausgehen, dass der Anlass wie 2020 nur mit diversen Schutzmassnahmen über die Bühne gehen könnte … Umso schöner und einmaliger war das Erlebnis. Vielen Gästen sah man förmlich an, dass sie diesen Abend noch mehr als früher genossen. Und die ausgezeichneten Unternehmen konnten so richtig feiern.

«Einzigartig am Prix SVC ist die Tatsache, dass man sich nicht für den Preis bewerben kann.»

Das Interesse an der Preisverleihung ist also nach wie vor gross. Worauf führen Sie das zurück?
Ich glaube, dass der Prix SVC Ostschweiz eine ideale Mischung aus Weiterbildung, Spass und Networking bietet, die viele anzieht: Man lernt von den Preisträgern und ihren Erfolgswegen für das eigene unternehmerische Handeln, geniesst ein schönes Dinner und pflegt oder knüpft in entspannter Atmosphäre erst noch Kontakte.

Christoph Zeller:

Von den Preisträgern lernen.

HÖGG
LIFTSYSTEME

ST. GALLEN
071 987 66 80
BERN
033 439 41 41
LAUSANNE
021 800 06 91

TREPPENLIFTE

ROLLSTUHLLIFTE
SITZLIFTE
AUFZÜGE

Die Lift-Experten

Montiert in 2 Wochen

www.hoegglift.ch

5 JAHRE GARANTIE

Ihr nächstes Gruppen-Ausflugsziel wartet auf aufreisen.ch

Ob Sie mit einer Schulklasse Natur erleben, mit Arbeitskollegen Abenteuer bestehen, mit Gleichgesinnten Neues kennenlernen oder mit Freunden Kultur geniessen wollen – auf aufreisen.ch finden Sie die interessantesten Angebote. Schweizweit.

Und mit der praktischen Kartensuche finden Sie die dazu passende Gruppenunterkunft.

Kommunikation, die auch in schwierigen Zeiten einfach wirkt.

www.alea-iacta.ch

alea iacta

Was unterscheidet den Prix SVC Ostschweiz von anderen prestigeträchtigen Preisen?
Einzigartig am Prix SVC – in allen Regionen, nicht nur in der Ostschweiz – ist die Tatsache, dass man sich nicht für den Preis bewerben kann: Die unabhängige Jury wählt aus. Ihre Mitglieder kennen dank ihrer regionalen Verankerung viele Unternehmen, die sich selbst nie melden würden, obwohl sie vielleicht weltweit Marktführer sind. Diese verborgenen Perlen unserer Region ausfindig zu machen und auf die Bühne zu bringen, das macht das Erfolgsgeheimnis des Prix SVC aus.

Der Preis wird zwar «nur» alle zwei Jahre vergeben, aber dennoch ist nach dem Event vor dem Event. Wann beginnen die Vorbereitungen für die nächste Ausgabe?
In der Mitte des Zwischenjahres beginnt die Juryarbeit wieder: Aus einer Longlist mit über 200 Firmen werden rund 60 aus dem Kreis der Jury ausgewählt und mit einem «Onepager» beschrieben. Dann beginnen unsere intensiven Diskussionen, bis die sechs Finalisten und ihre Rangierung nach Besuchen vor Ort und einem Pitch der Nominierten feststehen.

«Vielen Gästen sah man förmlich an, dass sie diesen Abend noch mehr als früher genossen.»

Die Vorbereitungen für den nächsten Prix SVC werden hoffentlich einfacher als die letzten beiden, die ja auch im Zeichen von Corona standen. Wie haben Sie diese Zeit als OK-Präsident erlebt?
Natürlich ging es uns ähnlich wie der ganzen Wirtschaft: Termine mussten immer wieder angepasst, Meetings unter wechselnden Bedingungen durchgeführt werden. Aber insgesamt hatten wir eher Glück: 2020 war die Juryarbeit abgeschlossen, als der Lockdown kam, und den Anlass selbst konnten wir im August in einem «Pandemie-Fenster» in etwas anderer Form, aber der Bedeutung des Preises angemessen veranstalten – übrigens als einen der ersten nach der ersten Welle.

Wie kann sich ein Sieg am Prix SVC für ein Unternehmen auswirken?
Die Siegerunternehmen berichten praktisch ausnahmslos von positiven Auswirkungen, insbesondere in der regionalen Wahrnehmung und in der Positionierung als attraktive Arbeitgeber. Sozusagen alle stellen die Preis-Skulptur prominent bei ihrem Empfang auf: Das zeigt, dass sie sich auch eine Wirkung nach innen versprechen, indem die Mitarbeiter sehen, dass ihre Arbeit mit dem Preis ausgezeichnet wird.

Sie sind nicht nur OK-Präsident des Prix SCV Ostschweiz, sondern auch SVC-Regionenleiter und haben als solcher Einblick in die KMU-Landschaft der Ostschweiz. Wie geht es den Betrieben in unserer Region aktuell?
Die Situation ist sehr vom konkreten Markt der jeweiligen Unternehmung abhängig. Gastronomie und Eventbranche oder auch Betriebe im Fitness- und Unterhaltungsbereich sowie die Kulturschaffenden sind weiterhin in einer unsicheren Situation. Bei den exportorientierten, mittleren und grösseren Industrieunternehmen sieht es deutlich besser aus: Diese konnten ihre Marktstellung halten, zum Teil sogar ausbauen. Es hat sich in dieser Krise gezeigt, dass die Ostschweizer Unternehmenslandschaft sehr solide aufgestellt ist.

Wie konnte und kann der SVC die KMU in dieser schwierigen Zeit unterstützen?
Der Swiss Venture Club bietet mit seinem Netzwerk den KMU und ihren Führungskräften die Möglichkeit, sich mit Verantwortlichen anderer Firmen auszutauschen und von den Strategien gegenseitig zu lernen und so weiterzukommen – persönlich ebenso wie als Firma.

Was ist dabei Ihre Aufgabe als Regionenleiter?
Wir halten den Kontakt zur regionalen Wirtschaft, organisieren mit unseren Teams und OKs regionale Anlässe und bringen die Anliegen der Region in den gesamtschweizerisch tätigen Swiss Venture Club ein.

Die Ostschweiz ist als Region mit überdurchschnittlich hoher Industriedichte, Exportquote und KMU-Anteil auf eine hohe Innovationskraft angewiesen. Wie innovativ sind unsere Unternehmen?
Aus meiner Sicht hoch innovativ! Praktisch bei jedem Prix SVC Ostschweiz entdecken wir eigentliche «Perlen» in unserer Region, die sich fast unbemerkt von der Öffentlichkeit auf weltweiten Märkten – oft in Nischen – zu Marktführern entwickeln. Es ist unglaublich, was hier schon seit Jahrzehnten entwickelt, entdeckt und erfunden wird!

Eine Umfrage am letztjährigen KMU-Tag hat gezeigt, dass die Mehrheit der hiesigen KMU gut gerüstet für die Zukunft ist. Nicht zuletzt auch dank Innovationen. Wie sehen Sie das?
Genauso. Neben der Innovationsfähigkeit halte ich die hoch qualifizierten Angestellten für den zweiten grossen Erfolgsfaktor der Ostschweizer Wirtschaft. Sie sind zudem ihren Unternehmen oft über Jahrzehnte treu, weil sie privat und persönlich mit ihren Familien hier verwurzelt sind.

«Die verborgenen Perlen ausfindig zu machen, ist das Erfolgsgeheimnis des Prix SVC.»

Und wo orten Sie noch Nachholbedarf?
Eigentlich nur dort, wo wir als Prix SVC schon mithelfen: In der Kommunikation darüber, was hier alles an wirtschaftlichem Erfolg und spannenden Karrieren möglich ist. Nur mit einem gesunden Selbstbewusstsein und viel Kommunikation wird es möglich sein, den Fachkräftemangel zu mildern, der in einzelnen Branchen jetzt schon sehr schmerzt.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Gian Kaufmann

Aus dem Schweinestall auf die Weltbühne

Bei der Verleihung des Prix SVC Ostschweiz 2022 setzte sich am 10. März die Wild & Küpfer AG aus Schmerikon gegen fünf weitere Finalisten durch. Das international tätige Unternehmen entwickelt, produziert und montiert hochpräzise Kunststoffteile. Nach dem Hybrid-Event 2020 konnte die diesjährige Preisverleihung wieder live vor gegen 1000 geladenen Gästen aus Politik und Wirtschaft durchgeführt werden.

«So kompetent und qualifiziert wie die Kunststofffachleute ist auch das Management», lobte Jurypräsident Andrea Fanzun in seiner Laudatio das Erfolgskonzept der Wild & Küpfer AG. Der Technologie-Marktführer im Kunststoff-Spritzguss in der Schweiz und Europa ist ein in zweiter Generation geführtes Familien-KMU mit rund 200 Mitarbeitern. Bei aller Internationalität hat das Unternehmen seine Wurzeln in der Ostschweiz aber nicht vergessen, wie der Jurypräsident festhält: «Trotz internationaler Ausrichtung ist das Unternehmen, dessen Geschichte in einem Schweinestall begann, auch lokal stark verankert. Werte gehören hier nicht nur zur Imagebroschüre, sie werden vorgelebt.»

Insgesamt sechs Preisträger geehrt

Platz zwei ging an die Mosmatic AG aus Necker, die mit ihrer überzeugenden Wachstumsstrategie, dem klaren Bekenntnis zum Innovations- und Produktionsstandort in der Schweiz und einem herausragenden Ausbildungsprogramm die Jury für sich gewinnen konnte. Ihren Status als unbestrittene Nummer Eins für Drehgelenke hat sie sich hart erarbeitet: An jeder Autowaschanlage weltweit findet man garantiert immer ein Teil von Mosmatic. Platz drei belegte das Traditionsunternehmen Appenzeller Alpenbitter AG, dessen Erfolgsgeschichte seit über 120 Jahren anhält und immer noch in Familienhand liegt.

Die weiteren Preisträger des Abends sind die Högg Gruppe (Lichtensteig), die Ifolor AG (Kreuzlingen) und La Conditoria Sedrun-Switzerland (Sedrun). In einem mehrstufigen Verfahren hatte die 13-köpfige Expertenjury im Vorfeld die sechs Finalisten nominiert und während einer Juryreise besucht. Nach klar definierten Kriterien wurde aus allen Nominierten der Sieger erkoren. Zur Auswahl standen erneut Firmen aus beiden Appenzell, Glarus, Graubünden, St.Gallen und Thurgau.

Preisverleihung wieder im gewohnt feierlichen Rahmen

Der Swiss Venture Club zeichnet mit dem Prix SVC Ostschweiz bereits zum zehnten Mal erfolgreiche KMU der Region aus. Der feierliche und spannende Anlass, den erneut Marco Fritsche moderierte, fand nach dem Corona-bedingten Galadiner 2020 (der Event geht alle zwei Jahre über die Bühne) wieder als Live-Anlass mit fast 1000 Teilnehmern statt.

«Es war eine Riesenfreude, sechs ‹Hidden Champions› aus der Region Ostschweiz wieder live und im bewährten Format einem grossen Publikum zu präsentieren», sagt OK-Präsident Christoph Zeller. «Vielen Gästen sah man förmlich an, dass sie diesen Abend noch mehr als früher genossen. Und die ausgezeichneten Unternehmen konnten so richtig feiern.»

Am Ende der Preisverleihung wurde Anita Kluser von Christoph Zeller verabschiedet, nachdem sie seit der ersten Preisverleihung Mitglied des OK und für die gesamte operative Organisation in der Region verantwortlich gewesen war: Für diese Leistung erhielt sie den verdienten Applaus und eine lebenslange SVC-Mitgliedschaft.

Der Termin der nächsten Preisverleihung steht auch bereits fest: Dieser findet am Mittwoch, 7. März 2024, statt.

Die Jury des Prix SCV Ostschweiz 2022

- **Andrea Fanzun**, Jurypräsident, Partner und CEO Fanzun AG
- **Gian Bazzi,** Generalagent, Inhaber die Mobiliar Generalagentur St.Gallen
- **Andrea Berlinger,** Verwaltungsratspräsidentin, Eigentümerin der Berlinger Gruppe
- **Bruno Eugster,** Geschäftsführer Emil Frey St.Gallen
- **Reto Freitag,** Sales Director East Enterprise Sales & Services Swisscom (Schweiz) AG
- **Prof. Dr. Isabella Hatak,** Ordentliche Professorin für KMU Management, Direktorin KMU-HSG
- **Peter Schütz,** Inhaber Letrona AG
- **Esther von Ziegler,** VR und Mitinhaberin Azinova Group AG
- **Christoph Zeller,** SVC Regionenleiter Ostschweiz, Leiter Firmenkunden Region Ostschweiz, Credit Suisse (Schweiz) AG
- **Iwan Zimmermann,** Associate Partner, Audit Services, Leiter Region Ostschweiz/Liechtenstein Ernst & Young AG
- **Reto Zürcher,** CEO/Mitinhaber HB-Therm AG

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Gian Kaufmann

PRIX SVC
OSTSCHWEIZ

Der Swiss Venture Club gratuliert

1. Rang
Wild & Küpfer AG
Schmerikon
Tobias Wild / CEO
Daniel Wild / CTO,
Mitglied der GL

2. Rang
Mosmatic AG
Necker
Patrick Rieben
Geschäftsführer,
Inhaber & CEO

3. Rang
Appenzeller Alpenbitter AG
Appenzell
Pascal Loepfe-Brügger
Geschäftsführer

Diplomrang
Högg Gruppe
Wattwil
Ivo & Roman Högg
Geschäftsführer,
Inhaber & CEO

Diplomrang
ifolor AG
Kreuzlingen
Hannes Schwarz
Geschäftsführer & CEO

Diplomrang
La Conditoria,
Sedrun-Switzerland AG
Sedrun
Reto Schmid
Inhaber & CEO

www.svc.swiss

Follow us!

CREDIT SUISSE
Premium Gold Partner

Emil Frey · EY Building a better working world · die Mobiliar · swisscom
Gold Partner

ABACUS · EULER HERMES · KESSLER Mit Sicherheit voraus. · Universität St.Gallen Schweizerisches Institut für KMU und Unternehmertum · serv · SITAG by Nowy Styl · STAGELIGHT
Sponsoren und Partner

alea iacta · TAGBLATT · tvo · LEADER
Kommunikations- und Medienpartner

WILD &

CREDIT SUISSE

Der «grosse Unbekannte» hat gewonnen

Die Gewinnerin des Prix SVC Ostschweiz 2022 heisst Wild & Küpfer AG. Das international tätige Familienunternehmen aus Schmerikon entwickelt, produziert und montiert seit bald 50 Jahren hochpräzise Kunststoffteile und Baugruppen für die komplexesten Anwendungen. Führende Industrieunternehmen aus Europa, Übersee und Asien arbeiten mit ihm zusammen.

Tobias Wild, Sie haben den Prix SVC Ostschweiz 2022 gewonnen – herzliche Gratulation dazu! Wie haben Sie die Minuten vor der Verkündigung erlebt?
Ich war die ganze Zeit eigentlich sehr «chillig», jedoch war die Spannung während der jeweiligen Laudatio für die beiden letzten Finalisten dann doch gross.

Sie haben sich gegen fünf starke Finalisten durchgesetzt. Was hat Sie an der Laudatio der Jury besonders gefreut?
Dass die lokale Verankerung hervorgehoben wurde und die nachhaltige Entwicklung der Firma überzeugen konnte. Ebenfalls wurden unsere kompetenten und gutausgebildeten Mitarbeiter erwähnt, was uns sehr freut, da diese das grösstes Gut der Firma darstellen.

Und was versprechen Sie sich für eine Wirkung der Auszeichnung – kurz- und langfristig?
Da wir in einer in der breiten Öffentlichkeit nicht sehr bekannten Industrie zu Hause sind, erhoffen wir uns eine grössere Bekanntheit unserer Kunststoffbranche für ausgebildete Fachleute und Lehrlinge in der Region und darüber hinaus. Durch unser stetiges Wachstum sind wir auf Top-Angestellte angewiesen, die sich dann in unserem ausgezeichneten Unternehmen entfalten können.

Ihr Produktportfolio ist beeindruckend breit. Können Sie uns ein paar Beispiele geben, wo überall W&K-Produkte eingesetzt werden, wo wir vielleicht sogar in Kontakt mit ihnen geraten?
Gerne: Unsere Produkte der Industrie-Division finden sich in Getriebeeinheiten für Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlagen, Brand- und Wärmemelder oder in Türöffnungssystemen für Züge, Tram und Busse. Und wenn Sie Nespresso trinken: Auch die Kaffeekapsel-Stechsysteme stammen von uns. Unsere MedTech-Division fertigt Stillprodukte, Pharmaverschlüsse für Spritzen, Pulver- und Flüssigkeiten-Dosiersysteme sowie Konnektoren für Inhalationssysteme.

Sie produzieren nach wie vor in der Schweiz. Wie können Sie trotzdem auf dem Weltmarkt konkurrenzfähig sein?
Wild & Küpfer ist spezialisiert auf hochpräzise Kunststoffteile und Baugruppen in mittleren bis grossen Serien, die rund um die Uhr vollautomatisch produziert werden. Durch höchste Qualität, einen sehr hohen Automatisierungsgrad und beste Dienstleistungen können wir uns auf dem Hightech-Markt behaupten. Auch unser breites Portfolio mit Entwicklungsabteilung, Werkzeugbau, Produktion, Montage, Qualitätssicherung und Logistik zeichnen uns als Partner aus, der alles aus einer Hand anbieten kann.

Sie produzieren aber nicht nur, sondern helfen auch bei der Entwicklung von Hightech-Produkten. Wie muss ich mir den Werdegang eines neuen Produkts vorstellen?
Da W&K ein reiner Dienstleister ist und keine Eigenprodukte vermarktet, beginnt jede Entwicklung mit einer Kundenidee. Daraufhin werden über einen Entwicklungsauftrag zusammen mit dem Kunden das neue Produkt spezifiziert und über ein Lastenheft alle Anforderungen aufgenommen. Danach beginnen wir mit der Konstruktion der 3D-CAD-Modelle, welche die Grundlage für ein Produkt darstellen. Nach der Freigabe durch den Kunden beginnen die Herstellung des Spritzgusswerkzeuges und die Produktion der Teile und Baugruppen.

Sie haben seit der Gründung 1979 mehrere Erweiterungsetappen realisieren können …

… und uns ständig verbessert und vergrössert, das stimmt. Das Jahr 2019 kann ich diesbezüglich als ein Highlight bezeichnen: Einerseits haben wir damals unseren grössten Erweiterungsbau in Betrieb genommen, anderseits war im selben Jahr die Stabübergabe von den beiden Gründern Tobias Wild sen. und Peter Küpfer an die zweite Generation. Was seit der Gründung aber gleichgeblieben ist, ist die Firmenkultur: Wir leben eine sehr offene und menschliche Art der Kommunikation und wollen über die Nähe zu jedem einzelnen Mitarbeiter ein gutes Arbeitsklima schaffen. Erfolg haben wir nur mit den besten Angestellten. Für mich ist diese Zusammenarbeit mit jedem Einzelnen ein tägliches Highlight.

Und was planen Sie für die nähere Zukunft?

Unsere grösste Herausforderung in den nächsten Jahren wird der Aufbau von qualifiziertem Fachpersonal sein. Wir können nur erfolgreich bleiben, wenn wir weiterhin die besten und motiviertesten Mitarbeiter bei uns beschäftigen können. Da wir in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum erzielen konnten, sind wir bereits an der Planung für die nächsten Ausbauschritte. Falls die zukünftige wirtschaftliche Situation es uns erlaubt, möchten wir gegen Ende 2023 mit dem Bau beginnen.

Text: Stephan Ziegler
Bild: Gian Kaufmann

Aus dem Toggenburg in die ganze Welt

Die Mosmatic AG spezialisiert sich seit über 40 Jahren auf die Forschung, Entwicklung, Herstellung und den Verkauf von Produkten für die professionelle Reinigungsindustrie – vor allem in Autowaschtechnik, Hochdruckreinigung und Präzisionsdrehgelenken. 1978 in Mosnang gegründet, ist die Mosmatic-Unternehmensgruppe heute weltweit vertreten.

Patrick Rieben, Ihre Produkte werden nicht nur in der Schweiz, sondern auch in den USA, in Australien und Kanada vertrieben. Warum fahren gerade diese Länder auf Produkte «Made im Toggenburg» ab?
Mosmatic steht für Qualität und Langlebigkeit – Merkmale, die unseren Produkten weltweit Beliebtheit bescheren. Dass wir unsere Artikel in über 50 Länder an unser Händlernetz vertreiben, unterstreicht dieses Vertrauen in unsere Produkte. Das wir gerade in den USA, Kanada und Australien Aussenstellen betreiben, hat neben strategischen Überlegungen auch mit der Grösse und Lage dieser Länder zu tun.

Produzieren Sie eigentlich ausschliesslich Standardprodukte, oder entwickeln Sie auch Produkte für und mit Kunden?
Wir haben einen breiten Katalog mit Standardprodukten, die Umsetzung von kundenspezifischen Projekten hat aber einen grossen Stellenwert und eine lange Tradition in unserem Unternehmen. Durch den kontinuierlichen Austausch mit unseren Kunden erfahren wir direkt von individuellen Bedürfnissen und konnten so schon viele Projekte realisieren. Diese kundenspezifischen Produkte schaffen dann auch oft den Sprung zum Standardartikel.

Seit der Gründung 1978 geht es für die Mosmatic stetig nach oben. Da sind sicher so einige Highlights zusammengekommen?
Ja. Dazu gehören sicher die Gründungen unserer Aussenstellen. Dies geschah in den USA bereits 1988, 2012 kam Australien und 2016 Kanada hinzu. Seit einiger Zeit produzieren wir zudem eine Anzahl von Produkten in gewohnter Schweizer Qualität auch in den USA. In der Schweiz sind der Neubau der Produktion in Necker im Jahr 2000 zu erwähnen – und für mich persönlich natürlich die Übergabe der Geschäftsleitung durch meinen Vater Karl Rieben vor rund 14 Jahren. Weitere Highlights kamen mit dem Neubau der Schweisserei mit modernem Schweissroboter hinzu. Letztes Jahr konnten wir dann die Einweihung des Neubaus der Produktion und Montage feiern. Zuletzt war auch «Mosmatic on Tour» ein äusserst gelungenes Projekt, mit dem wir unsere Flexibilität angesichts abgesagter Messen unter Beweis stellen konnten.

Und mit der Sanierung des Bürogebäudes steht bereits das nächste Bauprojekt an.
Genau – wir investieren auch vermehrt in automatisierte Prozesse und streben die ISO-Umweltmanagementnorm 14001 an. Wir wollen auch in Zukunft ein Top-Arbeitgeber für unsere Mitarbeiter und das Toggenburg sein. Die Zusammenarbeit mit den Aussenstellen soll zudem gestärkt werden, indem wir unser Ausbildungsprogramm für Produktionsangestellte aus den USA ausweiten. Dabei absolvieren diese eine dreijährige interne Ausbildung, wobei ein Teil – unter anderem die Schlussprüfung – bei uns in der Schweiz stattfindet. Auch am Standort Necker, wo die Lehrlinge zurzeit gut zehn Prozent der über hundertköpfigen Belegschaft ausmachen, werden wir weiterhin in eine hochstehende Ausbildung und damit in die Zukunft investieren.

«Destillat des Appenzellerlandes»

1902 legten die beiden Appenzeller Emil Ebneter und Beat Kölbener den Grundstein für die Appenzeller Alpenbitter AG. Sie entwickelten ein Naturprodukt von hervorragender Qualität und unvergleichlichem Aroma: den Appenzeller Alpenbitter mit 42 Kräutern. Die Appenzeller Alpenbitter AG ist immer noch ein Familienunternehmen, heute in vierter Generation von Pascal Loepfe-Brügger geführt.

Pascal Loepfe-Brügger, was ist das Erfolgsgeheimnis des Appenzeller Alpenbitters? Spirituosen und insbesondere Bitter gibt es ja eigentlich zuhauf.
Ja, der Appenzeller Alpenbitter gewinnt immer wieder Gold an nationalen und internationalen Wettbewerben und ist der beliebteste Bitter der Schweiz. Das unverkennbare Aroma ist sicher ein zentraler Erfolgsfaktor. Dazu kommt, dass er für Natur, Brauchtum und Tradition des Appenzellerlandes steht. Diese Werte sind hoch im Kurs. Der Appenzeller Alpenbitter ist quasi ein Destillat des Appenzellerlandes.

Sie verwenden über 40 Kräuter für den Appenzeller Alpenbitter. Hat sich die Zusammensetzung in den letzten 120 Jahren geändert?
Die Kräuter beziehen wir so weit möglich von Bauernfamilien aus der Umgebung, zum Beispiel Zitronenmelisse, Lavendel und Pfefferminze. Andere Zutaten kommen schon seit jeher aus der ganzen Welt, beispielsweise Orangenschalen. Das Geheimrezept ist seit 120 Jahren unverändert, mit einer Ausnahme: In den 1960er-Jahren wurde die Alpenrose – bis dahin eine Zutat – in der Schweiz geschützt und das Originalrezept angepasst.

Sie streichen Appenzeller Werte wie Bodenständigkeit heraus, aber auch das Wohl der Mitarbeiter liege Ihnen sehr am Herzen.
Ja, wir haben viele langjährige und versierte Mitarbeiter aus Appenzell und Umgebung, die mit Stolz in unserem Familienbetrieb arbeiten. Gegenseitiges Vertrauen und Wertschätzung sind der Schlüssel für das gute Verhältnis. Nur mit einem hochmotivierten Team hat man Erfolg. Der Podestplatz beim Prix SVC Ostschweiz 2022 ist vor allem eine Wertschätzung der Leistungen, die unsere Leute in den letzten Jahrzehnten erbracht haben.

In 120 Jahren gibt's sicher einige Highlights in der Firmengeschichte?
Ein erster Höhepunkt war das Diplom d'Honneur an der Exposition Internationale des Sports in Paris im Jahr 1907. Unsere Marke verdankt ihren hohen Bekanntheitsgrad originellen Werbekampagnen. An der erfolgreichsten Kampagne mit dem Slogan «Lebenskünstler trinken Appenzeller» war Pepe Lienhard massgeblich beteiligt. Weitere Höhepunkte sind die neuen Produkte wie der GIN 27 und der GIN 27 Woodland mit handgepflückten Tannenschösslingen aus unserem eigenen Wald. Die aktuellsten Highlights sind die Eröffnung unserer «Kräuterwelt» im vergangenen Jahr und der dritte Platz beim Prix SVC Ostschweiz 2022.

Neben dem traditionellen Appenzeller Alpenbitter und dem erwähnten Gin bieten Sie noch weitere Spirituosen und sogar Schokolade an. Dürfen wir bald mit noch mehr Produkten aus Ihrem Haus rechnen?
Auf jeden Fall. Neben der Tradition, die wir mit unserem Handwerk pflegen, legen wir auch viel Wert auf Innovation. Mit neuen Produkten setzten wir Impulse – besonders für unsere Partner in der Gastronomie und im Handel. Die nächste Innovation will ich noch nicht verraten. Sie dürfen gespannt sein.

Drei «Schwestern» ziehen am gleichen Strang

Die Högg Gruppe mit bald 120-jähriger Geschichte ist im Toggenburg beheimatet und international tätig. Die drei Schwesterfirmen Högg AG Produktionstechnik, Högg Liftsysteme AG und simplify engineering AG mit insgesamt rund 160 Mitarbeitern fertigen Präzisionsteile, konzipieren, entwickeln und liefern kundenspezifische Systeme und bieten Lösungen für Personen mit eingeschränkter Mobilität.

Ivo Högg, die Högg Gruppe umfasst drei Schwesterfirmen mit unterschiedlichen Angeboten. Wo gibt es dennoch Berührungspunkte?
Da gibt es so einige: So entwickelt simplify engineering AG für die Högg Liftsysteme AG das Eigenprodukt «Deckenlift» und realisiert Auomatisierungslösungen für die Högg AG Produktionstechnik. Die Högg AG Produktionstechnik wiederum ist der Fertigungspartner für beide anderen Schwesterfirmen. So können alle Firmen voneinander profitieren. Auch die Buchhaltung und das Personalwesen sind für alle Unternehmen zentral gelöst.

Die Högg AG Produktionstechnik fertigt für Industriekunden Präzisionsteile und Baugruppen. Wo kommen wir in unserem Alltag mit Högg-Produkten allenfalls in Berührung?
Direkt eher selten, aber unsere Komponenten und Systeme werden in Produktionsanlagen für Halbleiter, Textilmaschinen, Gasturbinen, Werkzeugmaschinen und vielen anderen Investitionsgütern verwendet. Auch in medizinischen Geräten und Implantaten werden unsere Produkte eingesetzt. So kommen Sie früher oder später sicher auch mit Produkten in Kontakt, die auf Maschinen mit Högg-Komponenten hergestellt wurden.

Die simplify engineering AG ist, wie der Name schon impliziert, vor allem im Engineering tätig. Wie sieht der «typische» SE-Kunde aus und wobei hilft ihm die simplify engineering AG?
Wir haben uns in den letzten Jahren stark in der Schienenfahrzeugindustrie etablieren können. Die Bereiche Sonderaufzüge in Doppelstockfahrzeugen und Einstiegslifte sind im In- und Ausland auf grosses Interesse gestossen. Sogar von chinesischen Schienenfahrzeugbauern sind bereits Anfragen gekommen. Für solche Systeme sind wir sicherlich der Spezialist.

Was sind die bisherigen Highlights in der Högg-Firmengeschichte?
Ein grosses Highlight war der Bezug unseres grossen Neubaus im Jahr 2010. Auch zu erwähnen sind die Gründung der Högg Liftsysteme AG 1990 und die Gründung der simplify engineering AG 2012. Das sind die grossen Schritte. Ebenso wichtig sind jedoch die täglichen kleinen Schritte, die den Erfolg der Firmen garantieren.

Und was planen Sie für die nähere Zukunft?
Alle drei Firmen sind aktuell sehr erfolgreich in ihren Bereichen. Wie schnell sich aber die Situation ändern kann, sehen wir an den Umwälzungen durch Corona oder ganz aktuell in der Ukraine. Eine wichtige Fähigkeit ist daher, dass wir sehr dynamisch und flexibel bleiben müssen und ein breites Kundenspektrum abdecken wollen. Die Digitalisierung hilft uns dabei. Wir sind darum in diversen Projekten dabei, dies voranzutreiben.

Der Digitalpionier aus Kreuzlingen

ifolor macht seit über sechs Jahrzehnten unvergessliche Momente in personalisierten Fotoprodukten wiedererlebbar. Als 1961 gegründetes Familienunternehmen ist ifolor heute in fünfzehn Ländern aktiv, beschäftigt rund 250 Mitarbeiter und erzielt jährlich über 100 Millionen Franken Umsatz. In der Schweiz und in Finnland ist das Unternehmen unbestrittener Marktführer bei Fotoprodukten.

Hannes Schwarz, digitales Fotografieren und Fotoprodukte auf Papier – wie passt das im 21. Jahrhundert noch zusammen?
Aus der persönlichen Sammlung digitaler Fotos entstehen Geschichten und Erinnerungen, die geteilt, verschenkt oder wiedererlebt werden wollen. Mit personalisierten Fotoprodukten wie Fotobüchern, -kalendern, -grusskarten, -leinwänden, -abzügen oder -geschenken ist dies möglich. Ein haptisches Fotoprodukt hat daher bis heute einen sehr hohen Stellenwert, da es von Emotionen lebt, schnell greifbar und dauerhaft verfügbar ist.

Sie sind nicht nur in der Schweiz Marktführer, sondern auch in Finnland. Warum gerade Finnland?
Durch die Übernahme unseres einstigen Konkurrenten «Fotolabo Club» konnten wir 2006 zum einen unsere Schweizer Marktanteile erweitern, zum anderen durch die Übernahme des finnischen Fotolabors ««ifi» den fenno-skandinavischen Markt bedienen. Mit der Integration dieser zwei Fotolabore entstand 2007 der heutige Name «ifolor».

Zahlreiche Fotolabors haben den Schritt von der analogen zur digitalen Fotografie verpasst und mussten schliessen. Weshalb konnte ifolor sich da behaupten?
Mit dem Anbruch des digitalen Zeitalters hat die Fotografie eine Revolution erlebt. Dadurch entstandene Bedürfnisveränderungen hat ifolor frühzeitig erkannt. So bot ifolor schon ab dem Jahr 2000 die Möglichkeit an, Fotos für die Entwicklung auch digital, per CD, Diskette oder USB-Stick einzusenden. Mit der ersten Fotobuch-Bestellsoftware nahm ifolor auch 2005 eine Vorreiterrolle ein, ebenso wie mit der App 2012 für die mobile Gestaltung von Fotoprodukten.

Die Firmengeschichte von ifolor ist also von zahlreichen Highlights geprägt.
Und da gibt es noch mehr: Die damalige «Photocolor Kreuzlingen AG» wurde 1961 als Fotolabor für Grosskunden von meinem Grossvater Peter Schwarz gegründet. 1968 revolutionierte er das Geschäft, indem er den ersten Schweizer Fotoversand per Post ins Leben rief. Zu Beginn der 1980er-Jahre setzte sich bei den Amateurfotografen der 35-mm-Film durch, der nicht durch den Schlitz des gelben Post-Briefkastens passte. ifolor setzte alle Hebel in Bewegung, um das landesweite Umrüsten der Briefkästen mit einer Ausstanzung für die Filme möglich zu machen. Mit der Gründung der Marketing- und Softwareabteilung in Zürich 2017 konnten wir noch näher an jungen Talenten unseres Landes sein – und wurden 2020 für unsere herausragenden Marketingleistungen mit dem «gfm Marketingpreis 2020» ausgezeichnet.

Und was planen Sie für die nähere Zukunft?
2022 sind rund zwanzig Launches von neuen Fotoprodukten geplant. Unser Sortiment werden wir unter anderem mit Foto-T-Shirts, -Keramikschalen, -Schlüsselanhängern sowie -Laptop- und -Tablet-Taschen erweitern. Einen weiteren Fokus setzen wir auf die Weiterentwicklung der User Experience auf allen unseren Bestellplattformen.

ORIGINAL
APPENZELLER ALPENBITTER

START-UP.
SEIT 120 JAHREN.

APPENZELLER.COM

DIE NÄCHSTE ÄRA BEGINNT
DER NEUE RANGE ROVER

LAND ROVER
ABOVE & BEYOND

Emil Frey

Emil Frey St. Gallen
Molkenstrasse 3–7, 9006 St. Gallen
www.stgallen.landrover-dealer.ch

Geschmack und Zeitgeist getroffen

La Conditoria in Sedrun produziert seit 1965 Bündner Spezialitäten. 2004 hat Gaumenverzauberer Reto Schmid den Betrieb übernommen, 2014 die traditionelle Nusstorte neu designed und diese als «wohl kleinste Bündner Nusstorte der Welt» mit nur 19 Gramm auf den Markt gebracht. Jährlich produziert das Familienunternehmen mit rund 50 Mitarbeitern millionenfach sein Vorzeigeprodukt.

Reto Schmid, die «kleinste Bündner Nusstorte der Welt» – darauf muss man erst einmal kommen. Wie sind Sie darauf gekommen?
Not macht bekanntlich erfinderisch. Als kleine Dorfbäckerei im Berggebiet wurde es zunehmend schwieriger zu existieren: Die NEAT-Baustelle war beendet, die Frankenstärke verursachte, dass viele Touristen der Schweiz den Rücken kehrten, die Hotellerie bezog immer mehr Backwaren aus Tiefkühlhäusern. Dazu die grossen saisonalen Schwankungen … Damals sagt ich mir: Du musst ein Produkt kreieren, das Tourismus-, Saison- und Wetter-unabhängig vermarktet werden kann. Also habe ich mich umgehört, was meine Kunden zu unseren traditionellen Spezialitäten meinten. «Du machst zwar die besten der Welt, aber die sind zu gross, haben zu viele Kalorien, sind unpraktisch und trocknen nach dem Anschnitt aus», war der Tenor. So entstand die «wohl kleinste Bündner Nusstorte der Welt»!

Auffällig ist, dass sich die Spezialität vor allem in Asien grosser Beliebtheit erfreut. Warum?
Ein Südkoreaner hat mir gesagt: «Wir Asiaten sind kleiner als die Europäer. Aus diesem Grund suchen wir auch kleine Produkte … Und dann diese Qualität mit echter Butter, echtem Honig – fantastisch!» Anscheinend haben wir damit genau den asiatischen Geschmack getroffen, sei es in der Grösse oder im Gout. Gerade die Produkte mit Honig kommen aber auch sehr gut in arabischen Staaten an, andere wiederum in Amerika.

Für uns Unterländer ranken sich ja verschiedene Geheimnisse um die Bündner Nusstorte. Was macht eine «richtige» Nusstorte aus – und warum sagt fast jeder Produzent, nur er habe das «echte» Rezept?
Nun, was ist das echte Rezept? Ich weiss es nicht. Ich verwende unser Familienrezept, mit dem schon seit 1965 produziert wird. Wir haben damit Erfolg. Aber ob es das Originalrezept ist? Ich bin jedenfalls sicher, dass nur dort Gutes rauskommt, wo auch Gutes reingekommen ist. Deshalb produzieren wir unsere Bündner Nusstorten mit zertifizierter Bergbutter, mit Bergblütenhonig und Schweizer Vollrahm. That's it!

Was sind die bisherigen Highlights in der Conditoria-Firmengeschichte?
Ich kann kreieren, agieren, gestalten, mit meinen tollen Produkten von New York über Köln bis nach Dubai um die Welt reisen, ich durfte einige Auszeichnungen entgegennehmen und einen Neubau realisieren. Dies sind nur einige Highlights. Kurz: Ich lebe meinen Traum!

Und was planen Sie für die nähere Zukunft?
Der nächste Hammer kommt bald: Unsere neue Linie mit Super-Mini-Bündner Törtli. Nur 8 g leicht! Das ist dann definitiv die kleinste Bündner Nusstorte der Welt. (lacht)

Texte: Stephan Ziegler
Bilder: Gian Kaufmann

Hightech-Temperiertechnik aus der Ostschweiz für die Welt

Mitten in der Stadt St.Gallen produziert die HB-Therm AG High-Tech-Temperiertechnik. Nach etwas mehr als acht Jahren Entwicklung wurde im vergangenen Herbst die neue Produktegeneration «Series 6» lanciert.

Als weltweit führender Hersteller von Temperiergeräten entwickelt und stellt die HB-Therm AG seit 1967 innovative Temperiertechnik her. Sie konzentriert sich dabei auf den Markt der kunststoffverarbeitenden Industrie, insbesondere auf die Spritzgiessproduktion. Dort werden die Produkte der HB-Therm vor allem in der Produktion von Präzisionskunststoffteilen eingesetzt, zum Beispiel in den Branchen Automobilindustrie, Medizinaltechnik oder Optik. In letzterer beispielsweise in der Linsenfertigung für Smartphones.

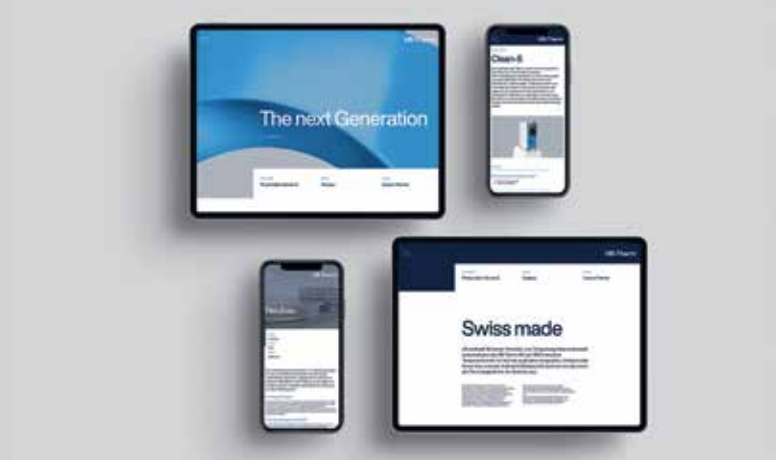
Das Schweizer Familienunternehmen hat rund 130 Mitarbeitende, wovon rund zwei Drittel der Belegschaft am Hauptsitz in St.Gallen beschäftigt sind. Um sicherzustellen, dass alle Kunden weltweit individuell beraten und betreut werden können, wird das Unternehmen durch Vertretungen in 60 verschiedenen Ländern rund um den Globus repräsentiert. Die Philosophie des Ostschweizer Unternehmens, sämtliche Produkte zentral am Standort in St.Gallen zu fertigen, zu prüfen und von da aus weltweit zu vertreiben, wird durch das aktuelle Bauprojekt gestärkt. Mit dem Neubau im Westen St.Gallens werden die vier bisher räumlich getrennten Gebäude an einem, neuen Ort zusammengelegt.

Die besten Voraussetzungen also für die HB-Therm, auch in Zukunft Temperiertechnik zu produzieren, die zuverlässig, langlebig und hochwertig ist. Diese Eigenschaften treffen auch auf die aktuelle Gerätegeneration «Series 6» zu, die Ende 2021 der Fachwelt präsentiert wurde. Beweis für die hohe Qualität und Langlebigkeit ist die lebenslange Garantie auf die Kernkomponenten Heizung und Durchflussmesser.

Was hat die HB-Therm bei der Lancierung der neuen Produktelinie bewegt? Was sind kommunikative Herausforderungen, welche das St.Galler Unternehmen zu bewältigen hat? Reto Zürcher, CEO der HB-Therm AG, steht uns Rede und Antwort.

Auf einer Fläche von 14 700 m² entsteht das neue Firmengebäude der HB-Therm inklusive der kompletten Produktion.

Reto Zürcher führt als CEO die HB-Therm AG seit 1.1.2012.



Bei der neuen Produktegeneration wurde neben dem Fokus auf geringen Wartungsaufwand, Steuerung durch die App e-cockpit und Energieeffizienz auch grosser Wert auf das Design gelegt. Welchen Stellenwert hat dieser visuelle Eindruck für ein Industrieprodukt wie die Series 6?
Beim Produktedesign gibt es zwei Aspekte, die für uns wichtig sind. Einerseits die Funktionalität, bei welcher das User-Centered Design mit dem bedienungsfreundlichen Touchscreen eine grosse Rolle spielt oder auch die Praktikabilität der Geräte im täglichen Gebrauch. Wir haben den Anspruch an uns selbst, dass die Geräte intuitiv bedienbar sind, was wir durch eine klare Menüstruktur mit Hilfefunktion erreichen. Andererseits legen wir Wert auf ein modernes Design, das den innovativen, einzigartigen Charakter der Geräte widerspiegelt. Erkenntnisse fürs Produktedesign gewinnen wir unter anderem aus der Zusammenarbeit mit Schlüsselkunden, dank denen wir die Bedürfnisse der Endnutzer genau kennen.

Das Design hat Sie aber auch ausserhalb der Entwicklung der neuen Gerätereihe beschäftigt. Denn parallel zur Lancierung der neuen Gerätegeneration haben Sie auch dem Unternehmen einen neuen Look verpasst. Welche Überlegungen stecken hinter dem angepassten Auftritt?
Das ist richtig. Wir haben die Marke HB-Therm einem sanften Rebranding unterzogen. Dabei haben wir das Ziel verfolgt, unsere agile, bewegliche und präzise Arbeitsweise gegen aussen sichtbar zu machen. Bei diesem Prozess griffen wir auf die Expertise und Erfahrung der Agentur Koch zurück. Gemeinsam haben wir den bestehenden Brand moderner und eindringlicher gestaltet. Das entspricht heute besser unseren Produkten, unseren Leistungen und unserem Unternehmen. Wir haben unsere Marke fit für die Zukunft gemacht. Herausgekommen ist ein komplett überarbeitetes Corporate Design, angefangen beim Logo und einer angepassten Website bis hin zu Messeauftritt, Videospots, Drucksachen und Give-Aways.

Aufgefallen sind auch die Slogans «Just better» und «The next Generation», die die Kommunikation der neuen Gerätereihe begleiten. In welchem Zusammenhang stehen diese zu den Geräten selbst?
Die beiden Slogans beziehen sich auf unsere Philosophie, bei der Entwicklung einer neuen Gerätereihe auf der bewährten Technologie der letzten Generation aufzubauen und diese weiter zu optimieren. «Just better» und «The Next Generation» haben wir für den Launch der Gerätereihe «Series 6» entwickelt. Bei der Entwicklung, Konzeption und Umsetzung der Lancierungskampagne für die neue Gerätereihe «Series 6» hat uns ebenfalls das Team der Agentur Koch unterstützt. Bei den parallel verlaufenden Projekten haben wir von der unkomplizierten und flexiblen Zusammenarbeit profitiert.

Agentur Koch

Auch die Kommunikationsexpertise kommt aus der Ostschweiz
Die Agentur Koch ist Sparringpartner und begleitete die HB-Therm AG auch bei der Lancierung der «Series 6». Die inhabergeführte Agentur für Kommunikation ist spezialisiert auf die Bereiche Identity, Design, Digital und Motion. Mit Sitz in Frauenfeld begleitet das Team regionale und nationale Unternehmen im Bereich der 360-Grad- Kommunikation. Gemeinsam mit der HB-Therm AG wurden u.a. folgende Projekte umgesetzt:

- Rebranding der Marke inklusive dazugehöriger Massnahmen wie Relaunch der Website, neue Briefschaften, Aufbau der und Kommunikationskampagne für Social-Media-Kanäle, Neugestaltung eines Fachbuches
- Entwicklung des Launch der «Series 6» mit Social-Media-Kampagne, Gestaltung Messeauftritt, Produktebroschüre, Verpackungen, Anzeigenserie

www.agenturkoch.ch

Geschäftsleitung der Agentur Koch v.l.n.r.: Michael Koch, Philipp Koch und Marc Schadegg

«Wir vereinen klassische und digitale Kompetenz unter einem Dach und begleiten unsere Kunden von der Idee übers Konzept bis zur Umsetzung.»

Markus Wüst:

«Ich habe mit meinem Unternehmen bei null angefangen.»

«Raus aus der Komfortzone»

Die 2003 gegründete Soluma swiss AG hat mit der Inbetriebnahme des neuen Firmengebäudes in Altstätten einen weiteren Schritt in die High-Tech-Zukunft gemacht. Im Interview spricht Geschäftsführer Markus Wüst über die Gründungszeit, steigende Baukosten und die Zukunft des Unternehmens.

Markus Wüst, wie ist die Soluma swiss AG eigentlich entstanden?
Mir war schon in der Lehrzeit klar geworden, dass ich einmal ein Unternehmen führen will. An die Selbstständigkeit dachte ich damals allerdings noch nicht. Um mein Ziel zu erreichen, habe ich mich nach der Lehre während acht Jahren an Abendschulen weitergebildet und mir das nötige betriebswirtschaftliche und unternehmerische Wissen angeeignet. Als sich dann 2003 eine berufliche Veränderung ankündigte, war das der richtige Zeitpunkt für mich, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

Warum haben Sie als Firmensitz das Rheintal gewählt?
Aus zwei einfachen Gründen: Erstens wohne ich im Rheintal und zweitens ist das Rheintal das «Silicon Valley der Schweiz». Es finden sich hier aussergewöhnlich innovative Unternehmen mit hohen Qualitätsstandards. Die gute Ausbildungsstruktur im dualen Bildungssystem und sehr engagierte Mitarbeiter machen die Region für die Maschinenbranche sehr interessant. Mit den Nachbarregionen in Deutschland und Österreich ist man durch den Standort im Länderdreieck bestens vernetzt, und nicht zuletzt ist die direkte Verkehrsanbindung an die A1 ein Pluspunkt für die Logistik.

Was waren die grössten Herausforderungen bei der Gründung und in der ersten Zeit danach?
Ich habe mit meinem Unternehmen bei null angefangen. Zu Beginn fehlte es an Geld, Kunden und Infrastruktur. Die grösste Herausforderung war die Finanzierung der Infrastruktur. Nicht zuletzt wegen der bescheidenen Risikobereitschaft der Banken! Der Spruch «Ohne einen Franken Sicherheit bekommst du von den Banken auch keinen Franken» stimmt leider.

Und wie sah es aus mit Kunden?
Auch die Kundengewinnung war eine fordernde Aufgabe. Es hat damals niemand auf mich gewartet – und ohne bestehendes Netzwerk war es umso schwieriger, zukünftige Kunden zu erreichen. Rückblickend wäre es vermutlich einfacher gewesen, eine bestehende Firma zu übernehmen. Allerdings hätte ich dann all die wertvollen Erfahrungen nicht gemacht, die mir heute helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Begonnen haben Sie mit dem Präzisionsdrehen und Präzisionsfräsen von «extrem heiklen» Fräs- und Drehteilen, die sich nur wenige Hersteller zutrauten. Was war daran so heikel und warum haben Sie es sich zugetraut?
Mir war von Anfang an bewusst, dass wir uns auf dem umkämpften Markt spezialisieren müssen, um überhaupt eine Chance zu haben. Diese Spezialisierung verfolgten wir über den technischen Aspekt. Unser Fokus lag darauf, hoch komplexe und schwierige Teile herzustellen. Das bedeutete unter anderem, gleich zu Beginn mit einer Fünfachsen-Fräsmaschine zu starten. Täglich neue, innovative Lösungen zu suchen, war unser Weg, potenzielle Kunden zu überzeugen.

Innovation ist auch heute noch ein fester Bestandteil Ihres Tagesgeschäfts, oder?
Ja, das war schon damals mein Grundsatz, dem ich bis heute treu geblieben bin. Dafür müssen wir aber regelmässig unsere Komfortzone verlassen. Die Erfahrungen aus der Anfangszeit kommen uns heute sicherlich zugute, da sich unsere Branche in den vergangenen zehn Jahren grossen Herausforderungen und Veränderungen stellen musste – wie etwa bei der Industrie 4.0.

«Mir war von Anfang an klar, dass wir uns spezialisieren müssen.»

Relativ kurze Zeit nach der Gründung haben Sie bereits den Maschinenpark erweitert. Liefen die Geschäfte schon so gut?
Das hätten wir uns gewünscht, entspricht aber leider nicht den Tatsachen. Die Strategie, uns mit der Herstellung von hochkomplexen Teilen am Markt zu positionieren, verlangte viel Vorleistung. Um die Präzision in der Fertigung zu gewährleisten, war immer die modernste Infrastruktur an Maschinen und Werkzeugen gefordert. Für uns hiess das: Zuerst mussten wir investieren, und erst danach konnten wir auf mögliche Kunden zugehen, um Aufträge zu erhalten. Unser Risiko war immer hoch, da wir Maschinen, Material und Arbeitskraft schon vor der Auftragserteilung bereitstellen mussten. Komfortabler wäre es zweifellos gewesen, die Ressourcenplanung anhand voller Auftragsbücher vorzunehmen.

Anzeige

stäheli
entgrat- und poliertechnik

PERFEKTION
BIS INS DETAIL.
UNSERE LEIDENSCHAFT.

Die Bearbeitung von unzugänglichen Flächen und Bohrungen durch Strömungsschleifen ist unsere Spezialität.

Für mehr Infos
besuchen Sie unsere Webseite:

soluma
CUSTOMIZED TECHNOLOGIES

100% PRÄZISION

INNOVATION UND QUALITÄT BIS INS DETAIL

AUS DEM RHEINTAL

Präzisionsfräsen und -drehen

im höchsten Schwierigkeitsgrad

Serienfertigung

durchgehend automatisiert

Konstruktion

vom Engineering bis zum Baugruppenmanagement

Beratung

bereichsübergreifende Lösungen in der Fertigung

Soluma swiss AG | Eichenstrasse 5 | CH-9450 Altstätten | Tel +41 71 726 70 70 | www.soluma.ch |

Wann wurde aus dem Unternehmen für Präzisionsfräsen ein Hightech-Unternehmen?
Das war 2003. Am Anfang natürlich mit einer kleinen Angebotspalette. Unsere Strategie ist heute wie damals EKS, also eine Engpass-konzentrierte Strategie: Mache weniges, aber das, was du machst, mache besser als andere.

«Wir haben eine Engpass-konzentrierte Strategie.»

Welche Auswirkungen hatte die Pandemie auf Ihr Unternehmen? Schliesslich fiel die Realisierung des Neubaus ja genau in das erste Pandemie-Jahr.
Durch mein Engagement in Wirtschaft und Politik habe ich meistens eine gut gefüllte Agenda. Pandemiebedingt wurden viele Termine storniert und ich nutzte die frei gewordene Zeit für die Planung und Realisation des Neubaus. Im Nachhinein erwies sich der Baustart im Jahr 2020, also in der Anfangsphase der Pandemie, als richtig. Kurz danach stiegen die Rohmaterialpreise für Baustoffe sehr stark an, was bei uns zu einer Verteuerung des Neubaus von mindestens einer halben Million Franken geführt hätte – und das hätte das ganze Projekt infrage gestellt.

Das muss eine herausfordernde Zeit gewesen sein.
Ja, das war es zweifellos. Neben der Pandemie und der Realisation des Neubaus hatten wir mit Preiserhöhungen beim Rohmaterial zu kämpfen, verursacht durch Verknappungen bei den Rohstoffwerken. Die Auswirkungen davon waren stark eingeschränkte Verfügbarkeiten und Preisanpassungen von an die 100 Prozent. Dazu kamen Engpässe im personellen Bereich aufgrund von Quarantäne und Isolation. Der Austausch mit den Kunden hatte in dieser Zeit eine noch höhere Priorität als sonst und war dadurch zusätzlich sehr zeitintensiv.

Mit dem Neubau haben Sie auch den Firmensitz von Widnau nach Altstätten verlegt. Weshalb?
Ehrlich gesagt, gestaltete sich die Suche nach einer Liegenschaft oder verfügbarem Bauland viel schwieriger als erwartet. Im Wunschgebiet Oberrheintal suchten wir über fünf Jahre lang nach einer Option. Schliesslich sind wir in Altstätten fündig geworden und konnten das Grundstück für unseren aktuellen Standort erwerben.

Der Neubau ist auch eine Investition in die Zukunft. Wie sieht diese denn aus?
Der Neubau ist für die Soluma ein wichtiger und grosser Schritt für die Zukunft. Wir haben nun dringend benötigten Platz zur Verfügung, um Neuanschaffungen in den Bereichen Automatisation und neue Technologien zu realisieren. Weiter konnten wir unsere Prozesse räumlich trennen. Qualitätssicherung, Montage, Entgraten, Programmieren, Spedition und Lager sind nun auch eigenständige Abteilungen und optimal aufeinander abgestimmt. Wir wollen in allen Bereichen weiter wachsen – Know-how, Technologie, Team, Umsatz und Kunden.

Die Soluma swiss AG ist seit ihrer Gründung in Privatbesitz. Haben Sie in dieser Zeit als erfolgreiches Unternehmen Übernahme-Angebote erhalten oder zumindest Anfragen in diese Richtung?
Ja, wir haben wirklich schon zwei Übernahmeangebote erhalten. Natürlich fühlt man sich ein bisschen geehrt. Aber ein Verkauf kam für mich nie infrage. Ich liebe, was ich mache. Und das ist doch das Schöne daran.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Marlies Thurnheer

Anzeige

Auf dem Dach arbeitet eine rund 1000 Quadratmeter grosse Photovoltaik-Anlage.

Eine Investition in die Zukunft

Die Soluma swiss AG ist seit April 2021 in Altstätten zuhause. Der neu gewonnen Platz ermöglicht dem Rheintaler Präzisionsmechanik-Unternehmen, noch effizienter zu arbeiten und den Ausbau der gefestigten Marktposition zu fördern.

Im Juli 2020 wurde an der Eichenstrasse 5 der Spatenstich für den Neubau der Soluma swiss AG gesetzt. Beim Neubau handelt es sich um ein zweigeschossiges Produktionsgebäude mit Bürotrakt. Im Erdgeschoss befinden sich die grosse Produktionshalle, der Bürotrakt der Soluma swiss AG sowie Besprechungs- und Aufenthaltsräume. Das Obergeschoss beherbergt den Bereich für die Haustechnik und weitere Büro- und Gewerberäume, die fremdvermietet werden.

Mehr Nachhaltigkeit

Für den Produktionsteil wurde eine Stahlkonstruktion mit Sandwichpaneelen gewählt; der Bürotrakt ist ein Massivbau mit hinterlüfteter Blechfassade. Für die richtigen Temperaturen im Gebäude sorgt eine Wärmepumpe mit Erdsonde. Auf der grossen Dachfläche befindet sich eine rund 1000 Quadratmeter grosse Photovoltaik-Anlage. Sie ermöglicht der Soluma swiss AG, sich weitgehend selbst mit Strom zu versorgen.

Mehr Kapazität

Mit der Verschiebung ihres Firmensitzes gewinnt die Soluma swiss AG an Kapazität und kann ihre Arbeitsabläufe automatisierter strukturieren. Aufträge werden jetzt unter optimalen Bedingungen bearbeitet, sodass der wachsende Rheintaler Spezialist für Feinmechanik die Kundenbedürfnisse noch individueller erfüllen kann.

Anzeige

Durchgängige Partnerschaft

Ginge es ausschliesslich ums Fräsen und Drehen, wäre die Soluma swiss AG nur eine von vielen. Die Unterschiede findet man in den Feinheiten der Entwicklung, der Programmierung und der Endstufenfertigung für Fräs- und Drehteile.
Die langjährige Erfahrung als Projektbegleiter erlaubt zudem eine gesamtunternehmerische Betrachtung der Aufträge. Eine durchgängige, kundenspezialisierte Beratung in allen Phasen Ihres Projekts wird dadurch möglich. Das spart in jedem Fall Zeit und Geld.
Markus Wüst, CEO der Soluma swiss AG, steht Ihnen dabei persönlich und mit seinem gesamten Know-how kompetent zu Verfügung. Fordern Sie noch heute Ihr individuelles Angebot an.

Mehr Effizienz

Die grössere Lagerfläche, prozessorientierte Abläufe, eine neue Logistik für den Wareneingang sowie mehr Effizienz bei vor- und nachgelagerten Leistungen sind nur einige der Bereiche, in denen Kunden und Partner ab sofort zusätzlich profitieren. Der gewonnene Platz erlaubt es dem Unternehmen, den bereits hohen Automatisierungsgrad auszubauen und somit die Position im Wettbewerb zu stärken.

Mehr Raum

Nicht nur die Soluma swiss AG profitiert vom Neubau in Altstätten, sondern auch die lokale Wirtschaft: Das Unternehmen für Zerspanungstechnik vermietet im Obergeschoss rund 500 Quadratmeter grosse Multifunktions-, Büro- und Gewerbeflächen.

Interessenten können sich bei Markus Wüst, 071 726 70 70, melden.

www.soluma.ch/kontakt/

Text: Patrick Stämpfli
Bilder: Marlies Thurnheer

Anzeige

«Soluma denkt mit»

Die Soluma swiss AG investiert in vielerlei Hinsicht in die Zukunft. Neben dem Neubau in Altstätten zeigt sich das beispielsweise auch in der Partnerschaft mit der Vanmilia AG.

Das digitale Gadget «Timebow» des Zuzwiler Start-ups Vanmilia soll Kindern helfen, die Zeit des Wartens auf ein langersehntes Ereignis mithilfe von Licht und einem ausgeklügelten Farbkonzept zu überbrücken. Das Tool «Made im Rheintal» wurde im vergangenen Jahr mit dem «Red Dot Design Award» ausgezeichnet. Vanmilia-Gründer Mathias Teber schätzt die Zusammenarbeit sehr.

Mathias Teber, wie viel Soluma steckt im Timebow?
Dank einem sehr hohen Wertschöpfungsanteil seitens Soluma an unseren beiden Timebow-Modellen können wir mit Stolz von Swiss-Made-Produkten sprechen.

«Das Preis-Leistungsverhältnis, gekoppelt an hohe Präzision, hat uns begeistert.»

Wie kam es zur Zusammenarbeit mit Soluma?
Die Vaduzer TOLDO Technik als unsere Entwicklungspartnerin hat uns die Zusammenarbeit mit Soluma und Markus Wüst empfohlen.

Anzeige

VISCOTEX
SCHMIERTECHNIK.
CH-9450 Altstätten
viscotex.ch
Wir gratulieren der Soluma Swiss AG zum Neubau und freuen uns, auch in Zukunft Ihr starker Partner für Schmierstoffe zu sein.

Warum Soluma und nicht ein anderes Unternehmen?
Bevor wir 2020 die erste grosse Serie gefertigt hatten, blickten wir nach ersten Testserien auf Bestandteile anderer Hersteller mit zu geringer Präzision zurück. Wir haben in einem ersten Schritt Aluminiumringe und Acrylglas bei Soluma bestellt. Das Preis-Leistungsverhältnis, gekoppelt an ein hohes Mass an Präzision, hat uns begeistert, sodass die Zusammenarbeit vertieft wurde und Soluma sogar den Zusammenbau des Timebow übernommen hat.

«Wir hoffen, dass wir bald eine nächste Serie mit Soluma fertigen können.»

Was schätzen Sie besonders an der Zusammenarbeit mit Soluma?
Soluma denkt im Sinne des Kunden mit. Wir schätzen die hohe Flexibilität, die Experimentierfreudigkeit sowie die offenen, konstruktiven Gespräche mit Markus Wüst und seinem Team. Soluma hat sich beispielsweise für eine «Limited Edition» an den Werkstoff Holz gewagt – und das Ergebnis kann sich mehr als sehen lassen!

Sind weitere Projekte in Zusammenarbeit mit Soluma geplant?
Aufgrund mangelnder Computerchips können wir aktuell unser neuestes Modell, den Timebow cliff, nicht zusammenbauen. Wir hoffen, dass wir bald eine nächste Serie mit Soluma fertigen können, sobald uns alle notwendigen Bestandteile vorliegen.

Der **«Timebow mike»** wurde im September 2020 lanciert. Das Modell ist ausgezeichnet mit dem Red Dot Award (Product Design 2021) und «Swiss Label»-zertifiziert. Im September 2021 lancierte Vanmilia den **«Timebow cliff»**. Dieses Modell ist akkubetrieben und dient gleichzeitig als Nachtlicht. Beide Modelle werden in Altstätten von Hand zusammengebaut.

Text: Patrick Stämpfli
Bilder: Marlies Thurnheer, zVg

Anzeige

rhv **elektro**technik
Die Nummer 1 im Rheintal
www.rhv.ch

Ein herzliches Dankeschön der Soluma Swiss AG
für den tollen Auftrag!

Kispi Night 2022

Am 5. März fand im Einstein Congress die erste «Kispi Night» statt, eine Charity-Veranstaltung für das neue Ostschweizer Kinderspital. 250 Gäste spendeten über 132 000 Franken für eine kindgerechte Ausstattung. Fotografiert für das Ostschweizer Kinderspital hat Urs Bucher.

Zur Bildergalerie

SWING

KISPI NIGHT
KISPI NIGHT

Gefährliches Halbwissen

Rote und Grüne sind nicht nur Spezialisten, was die «richtige» Lebensführung von uns Normalbürgern angeht, jetzt sind sie auch noch zu Aviatik-Fachleuten avanciert.

Wo wollen uns die Linken nicht schon überall dreinreden – wie wir essen, uns bewegen, in die Ferien fahren (nicht fliegen!), wie wir heizen, kochen, pendeln und sogar sprechen sollen. Die rot-grünen Gutmenschen wissen immer ganz genau, was Herr und Frau Schweizer zu tun (und vor allem zu lassen) haben.

Nun sind sie in ihrer unendlichen Weisheit auch noch zu Kampfjet-Experten geworden: Mit der «Stopp F-35»-Initiative wollen sie das zurzeit modernste Flugzeug, das auf dem Markt erhältlich ist, abschiessen.

«Die Zeit von Panzerschlachten und Bewegungskriegen ist vorbei.»

SP Schweiz, 20. Februar 2020, Twitter.

Die linken Besserwisser wissen, dass «der F-35 einzig und allein für Angriffskriege entwickelt wurde». Für luftpolizeiliche Einsätze sei der Tarnkappenbomber «überdimensioniert und ungeeignet». Er weise technische Mängel auf, und die US-Geheimdienste sässen «immer mit im Cockpit» – ohalätz. Das Blabla gipfelt im Aufruf: «Lasst uns diesen Tarnkappenbomber an der Urne zum Absturz bringen.»

Wie «gut» sich die Linken bezüglich Militärtaktik auskennen, verdeutlicht ein einziges Beispiel: Noch im Februar 2020 posaunte die SP in die Welt: «Wir werden die 438 Millionen für den Schützenpanzer 2000 ablehnen. … Die Zeit von Panzerschlachten und Bewegungskriegen ist vorbei.» Was für eine frohe Botschaft für die Ukraine!

Aber statt sich einzugestehen, dass man von Militär und Taktik nichts versteht, attackieren die Schlaumeier rund zwei Jahre später unsere Luftverteidigung.

Zugutehalten muss man den linken Halbgelehrten, dass sie die Initiative lanciert hatten, bevor Russland die Ukraine überfiel. Da hätte man nun doch ohne Gesichtsverlust die Initiative zurückziehen können – schliesslich zeigt der Krieg keine 1500 km von unserer Grenze entfernt, wie wichtig es ist, dass sich ein Land am Boden und in der Luft verteidigen kann.

Doch halsstarrig halten die Initianten an ihrem Blödsinn fest. Hoffen wir, dass ihr Begehren an der Urne heftigen Schiffbruch erleidet. Und dass die Gutmenschen dann vielleicht aufhören, sich auch noch als Militärspezialisten zu gerieren. Es reicht vollkommen, wenn sie sich dauernd in unser Privatleben einmischen. Unsere Sicherheit auch noch aufs Spiel zu setzen, grenzt an Landesverrat.

Stephan Ziegler
LEADER-Chefredaktor

LEADER
02/2022

Magazin LEADER
MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
CH-9000 St.Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
leader@metrocomm.ch
www.leaderdigital.ch

Verleger: Natal Schnetzer

Chefredaktor: Stephan Ziegler, Dr. phil. I sziegler@metrocomm.ch

Autoren: Philipp Landmark, Marion Loher, Patrick Stämpfli, Stephan Ziegler, Tanja Millius, Rosalie Manser, Robert Nef, Sven Bradke, Michael Steiner, Roland Rino Büchel, Michael Götte, Walter Ernst

Fotografie: Marlies Thurnheer, Thomas Hary, Gian Kaufmann, Urs Bucher, Linda Pollari, Gabriele Griessenböck, Erich Brassel, Philipp Landmark, Studio Fasching, Transco, 123RF, zVg

Herausgeberin, Redaktion und Verlag: MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
CH-9000 St.Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
www.leaderdigital.ch
www.metrocomm.ch
leader@metrocomm.ch

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch

Verlags- und Anzeigenleitung: Oliver Iten
oiten@metrocomm.ch

Marketingservice/ Aboverwaltung: Fabienne Schnetzer
info@metrocomm.ch

Abopreis: Fr. 60.– für 18 Ausgaben

Erscheinung: Der LEADER erscheint 9 x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben

Gestaltung/Satz: MetroComm AG

Produktion: Ostschweiz Druck AG, Wittenbach

Die mit «Profil» gekennzeichneten Beiträge gelten als Sponsored Content.

LEADER ist ein beim Institut für geistiges Eigentum eingetragenes Markenzeichen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung.

ISSN 1660-2757

MADE IN ST GALLEN

metrocomm

RAIFFEISEN

Raiffeisenbank
St.Gallen

Jetzt
Beratungstermin
vereinbaren

Vermögen verwalten lassen.

Mit einem Vermögensverwaltungsmandat haben Sie mehr Zeit für die schönen Dinge im Leben.

Jetzt mehr erfahren unter
raiffeisen.ch/vermoegensverwaltung

Wir machen den Weg frei

CREDIT SUISSE
Denken Sie hier
an neue Knochen?
Warum nicht.
Spinnenseide könnte in Zukunft zur Heilung von Knochenbrüchen
eingesetzt werden. Unternehmer:innen denken weiter. Und wir gehen mit.
credit-suisse.com/unternehmer
Premium
Gold Partner
des SVC
Copyright © 2022 Credit Suisse Group AG und/oder mit ihr verbundene Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten.