

März /02 2007

LEADER®

Das Unternehmermagazin für die Ostschweiz
und das Fürstentum Liechtenstein

LEADER Das Unternehmermagazin für die Ostschweiz und Liechtenstein | www.leaderonline.ch | Einzelverkaufspreis Fr. 8.50



Die letzte heilige Kuh

Die Mauer des Schweigens
um Exzesse in der Sozialhilfe



GESPRÄCH

Michael Götte über
den Spagat zwischen
der Wirtschaft und
der Politik



WIRTSCHAFT

Martin Huser über
die Bedeutung
der IG Standortmar-
keting St.Gallen

«One building – one stop»

ES GIBT BESSERE BERATER ALS ANGST UND GIER: WEGELEAN®.

Übertreibungen, Euphorie, Apathie und Katerstimmung wechseln sich an den Finanzmärkten ab. Man nennt solches von Gefühlen getriebenes Anlegen «prozyklisch». Studien* zeigen, dass prozyklische Anlagen deutlich schlechter rentieren als Investitionen in Indizes.

Die Alternative: WegeLEAN® – eine transparente, kostengünstige und dennoch individuelle Vermögensverwaltungsmethode von Wegelin & Co. Privatbankiers. Weitere Informationen unter Telefonnummer 071 242 50 88 oder wegelean@wegelin.ch.

* z. B. Barber Brad, Odean Terrance (2000): «Trading is Hazardous to Your Wealth: The Common Stock Investment Performance of Individual Investors», in: Journal of Finance, Volume 55, Issue 2, pp. 773–806.



WEGELIN & Co.

PRIVATBANKIERS SEIT 1741

ST. GALLEN BASEL BERN GENÈVE LAUSANNE LUGANO SCHAFFHAUSEN ZÜRICH

Von guten Menschen und Gutmenschen

Vor einigen Jahren wurde der Begriff des «Gutmenschen» geprägt und in Umlauf gebracht. Der Aufschrei derjenigen, die damit gemeint sind, war gross. Ob man sich denn mittlerweile dafür entschuldigen müsse, ein guter Mensch zu sein, hiess es beispielsweise. Diese Reaktion basiert auf einer falschen Interpretation. Ein Gutmensch ist keine segensreich tätig Person, sondern ein Mensch, der es zwar gut meint, aber vor lauter politischer Korrektheit und einer einsichtigen Betrachtungsweise oft genug das Falsche tut. Meist besteht bei Gutmenschen auch schlicht eine mangelnde Fachkenntnis. Wenn jemand keine Ahnung von ökonomischen Zusammenhängen hat, dann liegt für ihn natürlich der Schluss nahe, die «Reichen» sollen den «Armen» einfach von ihrem Geld geben. Die Wirtschaft aber ist, wie jeder Unternehmer weiss, ein etwas komplizierteres Gebilde, und solche linkspopulistischen Forderungen aus der Steinzeit helfen keinem.

Wenn es nun um die Sozialhilfe geht, feiern die Gutmenschen Höhepunkte. Am liebsten würden sie jedem, der anklopft, grosszügig Unterstützung gewähren. Denn eines der Merkmale von Gutmenschen ist, dass sie jede Geschichte glauben, auf blindes Vertrauen setzen und lieber eine Person zuviel unterstützen als eine zuwenig. Das System, das auf diese Weise entsteht, sieht nach aussen natürlich überaus menschlich aus, und wer es kritisiert, ist entsprechend ein Unmensch. Das Problem ist aber, dass ein solches System früher oder später kollabiert, weil dem Missbrauch Tür und Tor geöffnet ist, und wenn es zusammenbricht, fehlt jedes Geld für echte Hilfe. Ein klassischer Fall dafür, wie Gutmenschen das Gute wollen und die Katastrophe fördern. Und wie diejenigen, die als Unmenschen beschimpft werden, still und leise am Erhalt des Sozialsystems schufteten.

Die vorliegende Ausgabe des LEADER muss für jeden Gutmenschen die Hölle sein. Denn wir thematisieren den Missbrauch der Sozialhilfe, wie es ihn ohne Zweifel ganz einfach gibt, und solche unschöne Seiten blenden Gutmenschen lieber aus. Genauso übrigens, wie es die meisten Medien tun. Auch das Schweigen der Journalisten, deren Herz in der Regel links schlägt, greifen wir deshalb auf. Walter Schmid, Präsident der Schweizerischen Konferenz für Sozialhilfe, spricht immer dann von «Kampagne», wenn Medien kritisch über die Sozialhilfe sprechen. Aber ist es nicht auch eine Kampagne, wenn Medienschaffende existente Probleme einfach verschweigen? Der LEADER hat immer auf offene Worte gesetzt. Weil wir keine Schulterklopper der Gutmenschen möchten, sondern an der Verbesserung der Situation arbeiten wollen. Eine Vision mag noch so gutherzig klingen – die Tat ist es, die zählt.



Natal Schnetzer
Verleger



«Die Gartenmöbel von GAMMA
haben meinen Sitzplatz zur
sinnlichen Kraftquelle gemacht»



GAMMA
WILLKOMMEN ZUHAUSE

EINRICHTUNGSHAUS GAMMA | ST. GALLERSTR. 45 | 9500 WIL | 071 914 88 88 | WWW.GAMMA.CH

Kritisiert wird die Kritik	6
Das Sozialsystem soll weder hinterfragt noch kritisiert werden	
«Ich kann alles schwarz auf weiss belegen»	8
«Weltwoche»-Redaktor Alex Baur im Interview	
Schweigen. Schweigen. Schweigen.	10
Die meisten Medien kehren Skandale im Sozialbereich unter den Teppich	
«Wir wollen kein Anhängsel der Stadt am See werden»	18
Im Gespräch mit Gemeindepräsident Michael Götte	
Sich ständig weiterentwickeln	22
Die Debrunner Acifer AG ist seit über 250 Jahren in St.Gallen angesiedelt	
Oehlers Zehnte	24
Top-Unternehmer Edgar Oehler ist nach wie vor in Kauflaune	
Mehr Wachstum für den Thurgau	26
Drei Wirtschaftsverbände haben das Massnahmenpapier «Chance Thurgau» erarbeitet	
St.Gallen ins Zentrum rücken	32
Vertreter aus Politik und Wirtschaft haben die IG Standortmarketing gegründet	
Ein Wettbewerbsvorteil für die KMU	34
Bundesrätin Doris Leuthard über die Vereinbarkeit von Beruf und Familie	
«Ich suche die Herausforderung»	40
Als Direktor der Ferienregion Heidiland hat Marco Wyss viel erreicht	
Wo die Gäste ihren Wein noch selber holen	46
Erlebnis-Gastronom Niklaus Dörig über das Beizensterben	
Seriöse Finanzplanung ist Lebensplanung	50
Worauf Unternehmer im Bereich Private Banking achten müssen	
Beruf und Familie unter einen Hut bringen	58
Impressionen von der Veranstaltung «Familienfreundliche Unternehmenspolitik»	



Die Seele baumeln lassen. Das Sozialsystem soll gefälligst nicht hinterfragt und schon gar nicht kritisiert werden.

Kritisiert wird die Kritik

Wer die Missbräuche in unserem Sozialsystem kritisiert, dem bläst heftiger Gegenwind entgegen. Wieso eigentlich? Schaden doch zweckentfremdete Fürsorge-Gelder genau jenen, die dringend auf die Mittel angewiesen sind – und sie auch verdienen. Der LEADER springt auf den Zug der «Weltwoche»-Artikel auf, im Wissen, dass dies dem einen oder anderen missfallen wird.

TEXT: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ARCHIV

Eines muss man bei diesem Thema vorausschicken: Ein Sozialsystem, das grundsätzlich niemanden durchs Sicherheitsnetz fallen lässt, ist im Grunde genommen kein schlechtes. Eigentliche Slums gibt es in der Schweiz kaum und das hat mit eben diesem System zu tun. Doch wie bei jedem System gibt es auch hierbei Lücken. Und durch diese Lücken fallen jährlich zu viele Franken. Und wer schüttet das Geld letztlich in dieses schwarze Loch? Der Normalbürger, der sich an die Regeln hält.

Was die «Weltwoche» in den vergangenen Wochen thematisiert – die Vergeudung der Fürsorge-Gelder – ist bei Gott kein neues Phänomen. Doch es ist ein Thema, das zu lange totgeschwiegen wurde. Wer gegen das Sozialsystem schreibt, muss mit hartem Gegenwind rechnen. Wer das Sozialsystem kritisiert, ist unsozial, unmenschlich. Besser zielt es sich gegen, hohe Managerlöhne zu wettern, also gegen Personen, die an der Spitze eines Unterneh-

mens stehen, und nicht selten für eine Vielzahl von Arbeitsplätzen verantwortlich sind. Und in dieser Thematik werden die Messer nicht nur gegen unfähige Manager, oder Blender ausgefahren. Nein, geschossen wird auf alle, die Ende Jahr einen Lohn im zweistelligen Millionenbereich aufs Konto überwiesen bekommen.

Was sind schon 500 Franken?

Also schiessen wir doch unsererseits einmal gegen unfähige Beamte, die das Geld mit beiden Händen im Wind verteilen. Aufgefangen wird es von jenen, die dreist genug sind und das System überlisten können – oder zumindest wissen, wie sie mit ihm umgehen müssen. Was der LEADER in der aktuellen Ausgabe macht, ist also keine Kritik an den Fürsorgeempfängern.

Alljährlich finanzieren wir in der Schweiz mit unseren Abgaben Unmengen von – man kann es nicht anders sagen – bodenlosem Blödsinn. Achtzig Prozent der Lotteriefondsabgaben gehen in diese Ecke. Nur dass hierbei das Ganze auch noch von müden Politikern abgesegnet wird, denen die Zeit zu schade ist, sich intensiv damit auseinander zu setzen. Im Fall der Fürsorgegelder geht es aber noch einen Schritt weiter. Anklopfen und die hohle Hand machen, heisst es hier.

Wenn ein Arbeitgeber Lohngespräche mit seinen Angestellten führt, dann spielt es durchaus eine Rolle, ob ein Arbeitnehmer künftig 500 Franken mehr oder weniger im Monat verdient. Einigen

Sozialbeamten fehlt aber offenbar das Verhältnis zum Geld. Monatlich bestimmen sie über hohe Summen. Was spielt es da für eine Rolle, ob Empfänger A nun 7000 oder 8000 Franken erhält. Solange es mehr oder weniger schlüssig im Protokoll erklärt wird, wird niemand nachfragen. Abgesehen nun eben von den Redaktoren der Weltwoche, die sich endlich dem längst überfälligen Thema annehmen. Und wie ist die Reaktion der Kritisierten? Sie liefern nicht etwa Gegenargumente, wie es im Normalfall zu erwarten gewesen wäre. Im Gegenteil. Angeprangert wird, dass die Kritik überhaupt auf den Tisch gebracht wurde. Natürlich kann man nicht sämtliche Beamte in einen Topf werfen – ebenso wenig wie man es mit den Managern tun kann – aber man darf die Missstände beim Namen nennen.

Ein zusätzliches Kontrollorgan

Es müssen keine Namen und keine Wohnorte genannt werden. Aber eine Auflistung für die Öffentlichkeit, in welchem Fall wie viel Geld gesprochen wurde, wäre ein mögliches Kontrollorgan. Geschieht dies in einer anonymen Form, ist es keinesfalls entwürdigend. Wir haben ein Recht zu wissen, was mit unseren Abgaben geschieht. Und wenn der Spengler aus der Nachbarschaft damit eine im Ausland lebende Familie mit einem zweiten Wohnsitz in Zürich finanziert, dann fragt er sich schon, wieso um Himmels Willen er überhaupt noch unternehmerisch tätig ist. Oder anders gefragt, wie viele Kleinunternehmer benötigt es, um einen Fürsorgeempfänger – einen, der Missbrauch betreibt wohlgemerkt – zu unterstützen?

«Medienattacke gegen die Sozialhilfe»

Die «Weltwoche» hat mir ihren Artikeln wachgertüttelt. Von verschiedenen Seiten war zu hören, dass sich Arbeit offenbar nicht mehr wirklich lohne, dass man sich auch gut auf andere – leichtere Weise - durchs Leben schlagen kann. All die Personen, die das gesagt haben, werden sicherlich weiter ihrer Tätigkeit nachgehen, werden weiterhin Steuern bezahlen und werden weiterhin hinnehmen, dass diese Missbräuche stattfinden. Es ist zu befürchten, dass dieses Thema schon bald wieder unter dem Deckmantel der Verschwiegenheit verschwindet. Schuld daran sind Journalisten, Politiker, aber auch die verantwortlichen

Personen selber. Sie sind nicht bereit, sachlich auf die Vorwürfe zu reagieren. Die Schweizerische Konferenz für Sozialhilfe (SKOS) spricht gar von einer «Medienattacke gegen die Sozialhilfe». Laut Walter Schmid, Präsident der SKOS habe die «Weltwoche» eine Kampagne inszeniert, die vordergründig auf das Sozialdepartement der Stadt Zürich und seine Vorsteherin zielt, aber in Wirklichkeit die gesamte Sozialhilfe einschliesslich der SKOS ins Visier nehme.

Vorgefasste Meinung

Und dennoch waren Schmid und die SKOS nicht bereit, in der Weltwoche Stellung zu beziehen. Wieso? «In der Weltwoche haben wir uns nicht zu den Vorwürfen äussern wollen, denn es war von Anfang an klar, dass unsere Antworten auf die Vorwürfe in diesem tendenziösen Publikationsorgan nicht richtig wiedergegeben worden wären», schreibt Schmid in einer Stellungnahme der SKOS. Herr Schmid vergisst dabei, dass sich die Weltwoche ebenso an die journalistischen Grundsätze zu halten hat, wie jedes andere Medium der Schweiz auch. Auch ihm wäre ein Interview vor der Veröffentlichung vorgelegt worden. Er unterstellt der «Weltwoche», dass sie mit einer vorgefassten Meinung an das Thema herangegangen wäre. In diesem Punkt reagiert Schmid selber genau gleich. Aus Erfahrung wisse man, so die Stellungnahme weiter, dass «jede Äusserung unsererseits verzerrt oder der Lächerlichkeit preisgegeben wird.» Auch hier geben wir Herrn Schmid in einem Punkt recht: Wir finden die Reaktion der SKOS lächerlich. Von Rückgrat kann hier nicht die Rede sein.

Verschleuderungsmaschinerie

«Es ist höchst bedenklich, wenn im Rahmen einer Medienkampagne anhand von Einzelfällen versucht wird, die Sozialhilfebeziehenden und vor allem die Ausländerinnen und Ausländer unter ihnen sowie die Sozialhilfe als Ganzes zu diskreditieren», kritisiert Schmid. Aber genau das hat die «Weltwoche» nicht getan. Selbstverständlich schreibt sie in einem Artikel, der von Missbrauch handelt, nicht über jene Personen, die auf Unterstützung angewiesen sind und diese auch ordentlich beziehen. Dass der grösste Teil der Bezüger zu dieser Sorte gehört, ist unbestritten. Dass es aber auch schwarze Schafe gibt, ebenfalls.

Wenn ein Journalist einen Beitrag über «rechtsradikale Politiker» schreibt, wird er auch nicht erwähnen müssen, dass nicht alle Politiker diese Einstellung teilen.

Bedenklicher ist aber für Walter Schmid, dass die Sozialhilfe insgesamt als verantwortungslose Verschleuderungsmaschinerie von Staatsgeldern dargestellt werde. Und wieder liegt er falsch. Auch hier geht es um punktuelle Verschleuderung. Und keinesfalls werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kritisiert. Es geht ebenfalls wieder nur um die schwarzen Schafe. Und wenn es laut Schmid in keinem der Ämter ein schwarzes Schaf geben soll, dann hätten wir das gerne schriftlich.

Wahlkampf-Thema?

Aber Schmid hat eine Begründung, wieso das Thema genau jetzt auf den Tisch gekommen ist. «Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass damit in erster Linie die Stimmung angeheizt wird und – im Hinblick auf die Wahlen im Herbst – Stimmen gemacht werden sollen. Die Diskreditierung von sozial Schwachen, die alle des Schmarotzertums verdächtigt werden, lässt sich bekanntlich ideal mit dem emotionsgeladenen Ausländer- und Asylthema verbinden. Dies lenkt vorzüglich ab von den viel unbequemen Fragen nach dem Reichtumsgefälle, der Armut, den ungleichen Chancen und der sozialen Gerechtigkeit in unserem Land.» Da hat Schmid nun wirklich die Antwort für alle Fragen gefunden. Müssen wir also in Zukunft bei jedem Thema, das in der Gesellschaft diskutiert wird, davon ausgehen, dass es ein anderes, noch wichtigeres vertuschen soll?

Die SKOS und die SODK (Sozialdirektorenkonferenz) werden in nächster Zeit laut Schmid versuchen, eine sachliche Debatte über die Sozialhilfe zu lancieren. In erster Linie seien dabei die demokratisch gewählten Regierungen und Parlamente gefragt, welche die Sozialhilfe verantworten. Als Fachverband sie die SKOS gerne bereit, ihren Beitrag zu leisten. «Grundsätzlich sind aber alle willkommen, die mit guten Ideen einen konstruktiven Beitrag zur Entwicklung unseres Sozialwesens leisten wollen», schreibt Schmid. Die «Weltwoche» hat ihren konstruktiven Beitrag bereits geleistet: Sie brachte den Ball ins Rollen.

«Ich kann alles schwarz auf weiss belegen»

Der «Weltwoche»-Redaktor Alex Baur, der die Sozialmissbrauchs-Debatte ausgelöst hat, im Interview

Mit konkreten Beispielen, die jedem Steuerzahler das Blut in den Adern gefrieren lassen, hat der Journalist Alex Baur in der «Weltwoche» Systemfehler im Zürcher Sozialwesen aufgedeckt. Seither wird er von Redaktionen förmlich eingedeckt – laut Baur fast ausnahmslos positiver Natur.



INTERVIEW: STEFAN MILLIUS

BILD: MARCEL BAUMGARTNER

Redaktionen machen in der Regel nichts lieber, als Themen ihrer Kollegen aufzunehmen und weiterzuspinnen. Weshalb ist das im Zusammenhang mit Ihrer Artikelserie kaum geschehen, woher kommt Ihrer Ansicht nach die Zurückhaltung Ihrer Kollegen, den Fällen von Sozialmissbrauch ebenfalls nachzugehen?

Alex Baur: Ich arbeite nun seit zwanzig Jahren auf meinem Beruf, und es ist immer wieder dasselbe: bei den Reizthemen Fürsorge und Aus-

länder bekommen die meisten Journalisten Beisshemmungen, das sind absolute Tabuthemen. Ich erinnere zum Beispiel an die Platzspitz- und Letten-Zeiten in Zürich – alle wussten wir damals, dass der ganze Drogenhandel fest in der Hand von Asylanten und papierlosen Ausländern war, doch niemand schrieb darüber. Da gibt es so etwas wie eine Omerta - wer dagegen verstösst, gilt als Paria. Im sozialen Bereich wird nie geschrieben, was ist, sondern wie es werden sollte, was eine total unjournalistische Grundhaltung ist.

Und welches sind die Gründe für diese Haltung?

Wahrscheinlich ist die Antwort ziemlich einfach: Die meisten Journalistisch stehen politisch links, das zeigt sich schon an der Gewerkschaft Comedia, der die meisten angehören; und sie betrachten es als ihre wichtigste Aufgabe, der SVP zu widersprechen beziehungsweise gegen diese Partei anzuschreiben. Ich fouteire mich längst um solche Scheuklappen - und bin gut damit gefahren. Was andere über mich sagen, interessiert mich nicht, frei nach dem Moto: ist der Ruf mal ruiniert, lebt's sich gänzlich ungeniert.

Wer das Thema dennoch aufnimmt und Behörden konfrontiert, erhält immer zur Antwort: Die Vorwürfe der «Weltwoche» sind nicht belegt oder gerichtlich abgestützt, daher lasse sich dazu nicht Stellung nehmen. Auch wenn Sie Ihre Quellen natürlich nicht nennen können: Wie wasserdicht sind sie?

Auch hier ist es immer dasselbe Spiel: Nimmt man einen Einzelfall, heisst es, ja das ist eben nur ein Einzelfall; stellt man aufgrund vieler Einzelfälle eine These auf, heisst es, ach, das ist alles nur

Theorie. Und wenn alles nichts mehr hilft, verschanzt man sich hinter dem Amtsgeheimnis und versucht, den Überbringer der schlechten Nachricht zu kriminalisieren. Was den aktuellen Fall anbelangt: ich kann alles schwarz auf weiss belegen, was ich schreibe. Und wenn Frau Stocker weiter herum erzählt, meine Darstellung sei völlig verzerrt, zwingt sie mich, die Dokumente, die ich habe, integral ins Internet zu stellen. Und das werde ich tun, wenn es so weiter geht. Das Perfideste am Ganzen aber ist, dass Frau Stocker & Co., aber auch etwa der Tages-Anzeiger, angebliche Anschuldigungen dementieren, die ich gar nie erhoben habe. Erst wird einmal Verwirrung gestiftet, so wird der Eindruck erweckt, die Fakten seien umstritten. Der TA schreibt zum Beispiel, es gehe zu weit, Frau Stocker auch noch Fälle der IV anzuhängen – ich weiss nicht, wie der betreffende Schreiber zu dieser Behauptung kommt. Oder Stocker dementiert, dass «Frau Zaki je ein Dienstmädchen besessen hat». Das habe ich aber gar nie behauptet. Das Sozialamt hat die vierfache (und nicht sechsfache, wie auch schon fälschlich behauptet) Mutter lediglich dabei unterstützt, eine Magd aus ihrer Heimat Pakistan einzufügen; das ganze Unternehmen scheiterte dann aber offenbar am Veto der Fremdenpolizei. Das steht alles detailliert und unmissverständlich in meinem Artikel.

Eine Auswahl der Reaktionen erscheint in Ihrer Leserbriefspalte, aber vermut-

lich ist die Zahl noch sehr viel grösser. Gibt es darunter auch handfeste Belege, dass Ihre Darstellung unzutreffend oder übertrieben war, oder sind es in erster Linie Anwürfe allgemeiner Art, weil Sie es gewagt haben, die Vergabe von Sozialgeldern zu untersuchen?

Wir hatten Mühe, unter über hundert Zuschriften überhaupt Leserbriefe zu finden, die sich kritisch zu meinen Artikeln äussern. Aber wir wollten diese unbedingt bringen – schliesslich will ich nicht Propaganda machen, sondern eine Debatte anstossen. Das Echo war überwältigend. Ich habe in den zwei Jahrzehnten, in denen ich auf meinem Beruf arbeite, noch nie etwas Derartiges erlebt, mein Telefon klingelt seit Wochen fast unablässig; und die meisten sagen: endlich kommt einer und redet Tacheles, machen Sie unbedingt weiter. Das animiert mich natürlich zu neuen Schandtaten. Ich habe sogar mehrere Zuschriften erhalten, die mit dem Satz endeten: Hiermit verlängere ich mein Weltwoche-Abo (in der Regel liest man ja meist das Gegenteil). An den Fakten gibt es wie gesagt nichts zu rütteln. Und wenn sich ein Fehler einschleicht, dann korrigieren wir ihn.

Kritische Stimmen gab es also kaum?

Die Einwände kamen eher in der Art: «Auch wenn das alles stimmt, man sollte das öffentlich nicht sagen, weil dann Leute diskriminiert werden könnten.» Dazu kann ich nur sagen: Ich

wäre der erste, der gegen Diskriminierung antritt. Aber die Reaktionen zeigen mir, dass die meisten Leute, und gerade die einfachen Leute, sehr wohl unterscheiden zwischen echten Notfällen, in denen man gerne hilft, und Schmarotzern. Ich habe übrigens auch keinerlei rassistische oder hetzerische Zuschriften bekommen – also von «falschen Freunden», die man sich lieber vom Leibe hält.

Was antworten Sie auf den oft gehörten Einwand, Ihre Beispiele seien vielleicht zutreffend, aber nur Einzelfälle und «Ausreisser» gegen oben, das System funktioniere grundsätzlich?

Ich glaube, dass gerade die einfacheren Leute wissen, dass die dargestellten Fälle keine extremen Einzelfälle sind, sondern graue Routine auf den meisten Sozialämtern. Jeder, der unter den «normalen Leuten» verkehrt, kennt doch mittlerweile irgendwelche «Schlufis», die Fürsorge kassieren, nebenbei arbeiten oder sich irgendwo am Meer ein schönes Leben leisten. Nur die «Elite», die den Kontakt mit dem Fussvolk schon lange verloren hat, hat noch nicht gecheckt, was schief läuft. Oder sie wollen es gar nicht wissen, weil es nicht ins Bild passt.

Anzeige

residenzappartements, praxisräume,
wellnessbungalows baubeginn herbst 2007

wellnessresidenz
wellnesspark appenzellerland



Leben, entspannen, erholen. An idyllischer, ruhiger Lage, hoch über dem Bodensee, bietet die Wellnessresidenz Appenzellerland ihren künftigen Bewohnern Lebensqualität pur, getragen von der Magie des Wassers. Eigentumswohnungen mit eigenem Wellnessbereich sowie komfortable Residenzappartements inmitten einer herrlichen Parklandschaft mit Gesundheitszentrum und Heilbad eröffnen vielfältige Perspektiven für individuelles Wohnen.

www.wellnessresidenz.ch

S & R

sproll & ramseyer
regionaler verkauf
telefon 071 223 18 18

blättler architekten ag
architektur und verkauf
telefon 044 240 18 01



besuchen sie uns an der immo-messe, stand nr. 216



Schweigen.
Schweigen.
Schweigen.

Links wird zur Mitte: Die meisten Medien kehren Skandale im Sozialbereich systematisch unter den Teppich

Links, rechts, neutral: Solche Kategorien werden in der Schweizer Medienlandschaft auf den Kopf gestellt. Unter Journalisten gilt eine linke Grundhaltung als Normalfall und jeder Schritt Richtung Mitte als rechtsabweichlerisch. Das Resultat: Randthemen werden aufgebauscht, echte drängende Probleme systematisch totgeschwiegen. Die vierte Gewalt ist ein Sanierungsfall.

TEXT: STEFAN MILLIUS

BILDER: ARCHIV

Der «Blick» ist offenbar völlig verrückt geworden. Während in der Ausländer- und Zuwanderungsfrage tausend echte Brandherde lodern, eröffnet die Redaktion einen neuen Schadenplatz, der gar keiner ist. Ernsthaft hackt er – verpackt in rhetorische Fragestellungen – auf den deutschen Zuwanderern herum, der Bevölkerungsgruppe, die uns keine Probleme macht und die uns in Fachbereichen Kräfte zuführt, die wir dringend brauchen. Derweil wird parallel dazu jeder, der kritisch auf das Verhalten anderer Zuwanderungsgruppen aufmerk-

sam macht, zum Rechtsausleger gestempelt. Eines der weltweit bedeutendsten Nachrichtenmagazine, «Der Spiegel», hat die «Blick»-Kampagne in einem Artikel mit leicht verwundertem Grundton thematisiert. Der Schaden, der unserem Land international durch diese Aufmerksamkeit in einer bizarren Angelegenheit entsteht, ist gar nicht bezifferbar. Schweiz Tourismus wird niemals über soviel Geld verfügen, wie es bräuchte, um diesen Imageschaden halbwegs wieder gut zu machen.

Alle links der Mitte

Dass der «Blick» unter der Doppel-Führung seines theologisch verbildeten Chefredaktors Wer-

ner de Schepper und des Promi-Cüpli-Publizisten Frank A. Meyer linksaussen segelt, ist bekannt. Schlimmer ist, dass das Boulevardblatt damit keine Sonderstellung einnimmt, sondern sich ganz einfach in die breite Reihe der Schweizer Medien eingeordnet hat, die das schon lange tun. Medien, und das ist eine Art Grundgesetz, stehen links, weil diejenigen, die sie inhaltlich tragen, die Journalisten, links stehen. Diese Aussage lässt sich so generell machen, weil sie auf schätzungsweise 95 Prozent aller Medienschaffenden zutrifft. Die wenigen existierenden Ausnahmen werden lauthals angestaunt, was aber nicht davon ablenken soll, dass sie eine verschwindend kleine Minderheit bilden.

Für Aussenstehende äussert sich das natürlich in erster Linie im Output der Journalisten, also in dem, was in den Zeitungen steht. Im Kommentarbereich wird das sehr deutlich. Ein Journalist, der offen die Meinung vertritt, dass die Klimakatastrophe eine politisch motivierte Angstmakerkampagne ist, ein Redaktor, der offen sagt, dass man dem Staat endlich Mittel entziehen soll, damit er die Gelder sinnvoll einsetzt – das ist mit wenigen Ausnahmen undenkbar. Journalisten sind verhinderte Staatsmänner. Sie müssen damit leben, dass sie tagein tagaus über wichtige Leute schreiben, selbst aber unbedeutend und austauschbar sind. Das führt dazu, dass sich die Schreiber staatsmännischer gebärden als die Staatsmänner selbst und auf jeden Anflug von Mut oder Ungehorsam verzichten.

Aber auch in der an sich «objektiven» Berichterstattung herrscht ein linker Grundtenor vor. Denn was theoretisch als neutral und sachlich definiert ist, lässt sich beispielsweise durch die Auswahl der Gesprächspartner und die Art der Fragestellung sehr wohl in die gewünschte Richtung kanalisieren. Wenn sich gewisse Medien über Medienzensur aufregen, ist das schizophoren. Denn niemand zensiert die Medien hierzulande besser als die Medien selber. Die «Scheren im Kopf» führt dazu, dass es kaum mehr eine Redaktion wagt, überraschende Schlüsse zu ziehen oder mutige Vorschläge zu

machen. Journalisten sind wie Dominosteine: Sie lassen sich nur zu ungerne von dem Journalisten vor ihnen in die gleiche Richtung schieben. Das ist bequemer, als selbst zu denken.

Redaktions-Exoten

Ein kleiner Einblick für die Leserinnen und Leser, die verständlicherweise nicht wissen, wie es im Alltag in den Redaktionsstuben der Schweiz aussieht. Zunächst wird ein Thema definiert, über das man schreiben möchte. Danach folgt die Wahl der Personen, die man zu dem Thema befragt, deren Meinung man einholt. Nun passiert folgendes: Wird bei einem politischen Thema ein SP-Vertreter für ein Quote vorgeschlagen, gilt das als Normalfall und wird durchgenickt. Wagt es ein Redaktionsmitglied, ein SVP-Mitglied als Stimme einzuholen, ist der Mann oder die Frau fortan der Redaktions-Exot, denn ganz offensichtlich steht er oder sie rechts. Natürlich mit einer Ausnahme: SVP-Exponenten können einbezogen werden, wenn ihr Votum in einem Kontext fällt, der die SVP unmöglich macht.

Was gegen aussen als «objektiv» oder «neutral» verkauft wird, hat den Medien-Filter durchlaufen: Weil die Mehrheit der Medienschaffenden persönlich links steht, wird der Standort der Objektivität nach links verschoben. Damit ist sogar, wer in der Mitte steht, ein Rechtsabweichler. Viele Journalisten halten es für ausgeschlossen, einer Partei zuzugehören. Was aber nützt diese angebliche Neutralität, wenn tief im Hirn verankert ist: Links = gut, rechts = böse?

Das ist natürlich eine tragische Situation. Denn die angeblich unabhängigen Medien hätten ja die Aufgabe, ein Gesamtbild zu entwerfen, so dass sich der Leser, die Leserin auf dieser Grundlage eine Meinung bilden kann. Es ist nicht die Aufgabe der Journalisten, den politisch korrekten Vor-Filter zu spielen. Wenn das die linke «Wochenzeitung» (WoZ) tut, ist es völlig in Ordnung – diese Zeitung vertritt ja ganz offen eine linke Haltung. Und der LEADER hat ebenfalls nie einen Hehl daraus gemacht, dass er offensiv für eine liberale Gesell-

schaft und eine freie Wirtschaft einsteht und pocht daher nicht auf angebliche Neutralität und Objektivität, sondern steht für eine bestimmte Ideologie. Aber Tageszeitungen, die sich als Forumszeitungen verstehen, die behaupten, objektiv über tatsächliche Sachverhalte zu berichten, sollten in ihren eigenen vier Wänden ebenfalls ein Forum aus verschiedenen Meinungen bilden – und keine linke Phalanx.

Vielleicht ist dieser redaktionelle Übereifer nach links auch eine Reaktion auf die Vergangenheit, als viele Zeitungen eigentliche (bürgerliche) Parteiblätter waren und als Ergebnis des Kulturkampfes der FDP oder der CVP nach dem Mund geschrieben. Ironischerweise waren aber selbst damals gewisse Themen, gerade im sozialen Bereich, für Kritik tabu. In diesem Sinn waren selbst diese Zeitungen in Teilbereichen «links» beziehungsweise betrieben heftige Selbstzensur.

Missionarischer Eifer

Weshalb stehen Medienschaffende tendenziell links? Zum einen gibt es kaum Leute mit Unternehmervergangenheit in Redaktionen. Damit fehlt dieser Ansatz in den Beurteilungen vollständig. Dazu kommt, dass Journalisten nicht gerne einfach über Sachverhalte berichten, sondern sich lieber mit einer Sache gemein machen und mit missionarischem Eifer versuchen, Einfluss auszuüben. Natürlich solidarisiert man sich generell lieber mit dem angeblich Schwachen, auch wenn das im Gesamtkontext nicht zur Verbesserung der Lage führt. Es macht sich ganz einfach besser, über die bösen Reichen zu schimpfen als über Missbrauchsfälle im Sozialbereich zu berichten. Dass niemand den Armen hilft, indem man die Reichen ausplündert und vertreibt, ist offenbar eine zu komplexe Wahrheit für die meisten Medienschaffenden.

Und hier schliesst sich der Kreis. Die Medien, die nichts lieber tun als voneinander abzuschreiben oder doch wenigstens ihre Themen reihum zu reichen, verschliessen mit wenigen



Ausnahmen die Augen vor der Problematik, welche die «Weltwoche» in jüngster Zeit aufgegriffen hat. Die «Blick»-Kampagne gegen die Deutschen fand riesigen Widerhall quer durch die Schweiz, Radio DRS widmete dem Thema ganze Spezialtage, andere Zeitungen zogen nach. Aber wenn eine Wochenzeitschrift skandalöse Geldvergaben in unvorstellbaren Dimensionen aufdeckt – bisher fehlt jedes Dementi von offizieller Seite –, so ist das den versammelten Medien der Schweiz kaum eine Reaktion wert. Die Ausnahmen lassen sich an einer Hand abzählen; der linke Tages-Anzeiger nahm das Thema auf, aber nur, um der kritisierten Sozialvorsteherin Monika Stocker zu Hilfe zu eilen. Der «Blick» hingegen schwieg die Affäre zu Tode und beschäftigte sich stattdessen lieber mit den wesentlichen Dingen wie dem dicksten Mann der Welt (420 Kilo) oder einem Teenager, dessen Passfoto abgelehnt wurde, weil er darauf lächelte. Das ist es offensichtlich, was unsere Gesellschaft wissen muss.

Weit weg vom Volk

Was passiert, wenn Medien ein Thema totschweigen? Zu hören sind nur noch die Extremfälle, die Desinformation wächst - und mit ihr die Wut. Die vergeistigten Redaktionssitzungen und der Stammtisch der kleinen Steuerzahler, welche die Missbrauchsfälle nicht fas-

sen können, sind meilenweit voneinander entfernt. Die Medien haben den Draht zum Volk verloren. Es geht nicht darum, als Medium billigen Populismus zu pflegen, sondern darum, zu «sagen, was ist», wie es «Weltwoche»-Chefredaktor Roger Köppel gelegentlich nennt. Natürlich kann eine Redaktion nach entsprechenden Recherchen auch zum Schluss kommen, dass die Fälle von Sozialmissbrauch gar nicht so dramatisch sind. Aber stattdessen beschäftigen sich die Schreibenden gar nicht erst mit der Thematik.

Verschwindet Sozialmissbrauch, wenn man existierende Fälle verschweigt? Verschwinden problematische Aspekte der Zuwanderung, wenn man sie verschweigt? Das sind die beiden besten Beispiele für Fälle, in denen das Volk empfinden und die Haltung der Medien auseinander klaffen. Manche Journalisten behaupten, nicht auf «rechte» Themen einzusteigen, weil sie die dumpfen Ängste der Bevölkerung nicht noch fördern wollen. Das heisst nichts anderes, als dass diese Ängste nicht ernst genommen werden. Wenn, wie in der «Weltwoche» dargelegt, eine ausländische Familie unberechtigterweise über mehrere Jahre 400'000 Franken an staatlicher Unterstützung erhält, bedeutet das nichts anderes als: Ein einfacher Arbeiter hat sein gesamtes berufliches Leben

lang nur für diese eine Familie Steuern gezahlt, und seine Kinder zahlen weiter. Ist es wirklich sozial, solche Missstände einfach auszublenden? Und haben die Menschen, die diesen Wahnsinn finanzieren, nicht das Anrecht auf offene Information?

Eine Frage bleibt zum Schluss. Warum lassen Verlagshäuser - in der Regel gewinnorientierte Unternehmen, geführt von bürgerlich denkenden Medienmanagern - ihre Redaktionen auf der linken Spielwiese wüten? Es ist eine Frage, vor der wir kapitulieren. Den Kurs ändern werden die Verlage jedenfalls erst, wenn es dafür wirtschaftliche Gründe gibt. Ringier müsste so gesehen den «Blick» längst umkrepeln und den Chefredaktor in die Wüste schicken – die Auflage entwickelt sich jämmerlich. Aber ganz offensichtlich ist die Schmerzgrenze noch nicht erreicht.



abacus business software

< digital erp >

> Business-Software mit integriertem Dokumentenmanagement
– durchgängig digital – von A-Z papierlos > Intelligente, ver-
netzte, papierlose Archivierung > Zeit- und kostensparender
Datenaustausch mit zertifizierter, gesetzeskonformer Sicherheit



ABACUS Research AG, Betriebswirtschaftliche Software,
CH-9302 Kronbühl-St. Gallen, Tel. 071 292 25 25, www.abacus.ch

Nicht jeder will das System melken

Die «Weltwoche» berichtet von verheerenden Zuständen im Zürcher Sozialdepartement. Wie aber sieht es diesbezüglich in St.Gallen aus? Muss der Ostschweizer Steuerzahler Bedenken wegen Verschwendung haben? Werden Sozialhilfeempfängern tatsächlich die Ferien finanziert? Der LEADER sprach mit Stadtrat Nino Cozzio, Direktion Soziales und Sicherheit.



TEXT UND BILDER: MARCEL BAUMGARTNER

«Wenn Sie sich in einer vorübergehenden oder andauernden finanziellen Notlage befinden, die Sie trotz eigener Bemühungen nicht oder nicht rechtzeitig beheben können, haben Sie Anspruch auf finanzielle Hilfe, sofern Sie Wohnsitz in der Stadt St. Gallen haben», so der Einführungssatz auf der Homepage des Sozialamtes. Im Jahr 2005 nahmen 4715 Personen von diesem Recht Gebrauch. Das entspricht 6.3 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner. Mit dieser Quote liegt St.Gallen nur leicht hinter Zürich (6.6) und Spitzenreiter Basel (7.8) zurück. Und wie in praktisch allen Schweizer Städten ist auch in St.Gallen diese Prozentzahl seit Jahren kontinuierlich steigend. 1999 lag sie noch bei rund 5 Prozent, was dem heutigen Durchschnitt in den Städten entspricht.

Aufschwung wirkt sich noch nicht aus

Doch nicht nur die Anzahl der Sozialhilfeempfänger ist gestiegen. Auch die Ausgaben verzeichnen einen bemerkenswerten Zuwachs. So haben sich die Kosten in St.Gallen seit 2002 annähernd verdoppelt. Hat der wirtschaftliche Aufschwung demnach keinen Einfluss auf die Fürsorgegelder? Laut Stadtrat Nino Cozzio, Direktion Soziales und Sicherheit, wirkt sich die konjunkturelle wirtschaftliche Erholung und damit das höhere Wirtschaftswachstum erst mit einer deutlichen Verzögerung auf die Sozialhilfe aus. «Erst eine nachhaltige Verbesserung auf dem Arbeitsmarkt kann eine entlastende Wirkung auf die Sozialhilfe entfalten. Insgesamt haben die aufgehellten Arbeitsmarktperspektiven bisher noch nicht aus-

gereicht, bei den Fallzahlen eine deutliche Trendwende herbei zu führen. Immerhin ist im Jahre 2006 bei der Kostenentwicklung eine Stagnation festzustellen.»

Das wirtschaftliche Umfeld kann also nur bedingt Einfluss auf die Kosten nehmen. Für Cozzio ist klar: «Es ist dafür zu sorgen, dass lediglich diejenigen Personen finanziell unterstützt werden, die tatsächlich einen rechtlichen Anspruch auf Unterstützung haben. Es ist auch Aufgabe der Sozialhilfeorgane, Missbräuche zu verhindern. Deshalb kennt die Sozialhilfe in der Stadt St. Gallen ein System von Kontrollinstrumenten und Sanktionsmöglichkeiten.» Bisher ist Cozzio während seiner noch kurzen Amtszeit als Stadtrat noch kein solcher Fall zu Ohren gekommen.

Kein Wunschkonzert

Die von der «Weltwoche» aufgedeckten Fälle in Zürich will Cozzio nicht kommentieren. «Ich kenne die Details nicht und weiss auch nicht, woher der entsprechende Journalist seine Informationen bezogen hat. Es ist aber sicherlich richtig, dass dieses Thema auf den Tisch kommt und man bei Missbräuchen entsprechende Überprüfungen vornimmt. Aber man muss vorausschicken, dass diejenigen eindeutig in der Minderzahl sind, welche Missbräuche verursachen.» Die Missbräuche schaden laut Nino Cozzio vor allem jenen Personen, die wirklich von der Sozialhilfe abhängig sind. «Wenn wir den einseitig und populistisch verfassten Weltwoche-Bericht lesen und den Inhalt als Tatsache nehmen, können wir den Unmut von aussen stehenden Personen durchaus verstehen», gibt der CVP-Politiker zu. Jedoch gehe es auf dem Sozialamt der Stadt St. Gallen nicht wie in einem Wunschkonzert zu und her, sondern es werden klare Voraussetzungen für einen Unterstützungsanspruch gestellt.

«Die sorgfältige Erstabklärung wird durch eine standardisierte Abklärung der Einkommens- und Vermögensverhältnisse klar und einheitlich geregelt», so Cozzio. In jedem Fall müssen Kontoauszüge, letzte Lohnbelege, Mietvertrag, allfällige Kündigungsschreiben und weitere Dokumente vorgelegt werden. Diese gründliche Prüfung umfasse alle für die Bedürftigkeit relevanten Faktoren und schliesse routinemässige Abfragen der Datenbanken Einwohneramt, Ausgleichskasse, Sozialversicherung und Motorfahrzeugkontrolle ein. «Die hilfeschuchenden Menschen werden mündlich und schriftlich, soweit erforderlich unter Beizug eines Dolmetschers, mit einer Broschüre und dem Unterstützungsgesuch

über ihre Rechte und Pflichten informiert», erklärt der Stadtrat.

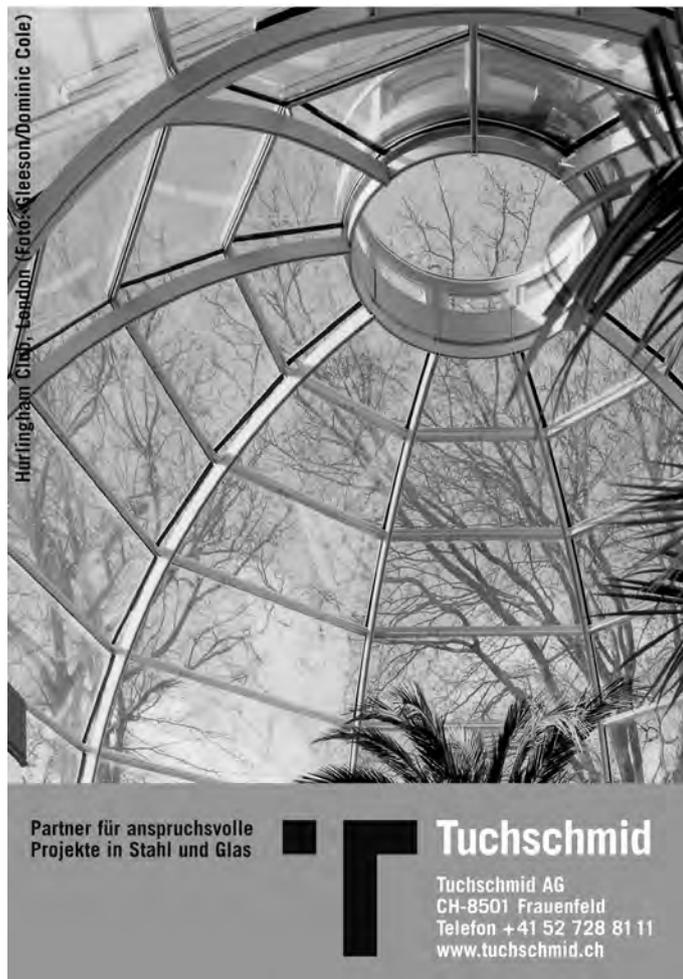
Mit der internen Kompetenzenregelung würden die Berechtigung und die Höhe der einzelnen situationsbedingten Leistung geregelt. Dadurch werde sichergestellt, dass kostenintensive Leistungen durch die vorgesetzte Stelle genehmigt werden müssen.

Kürzung oder Einstellung der Sozialhilfeleistungen

So weit, so gut. Aber wenn das System wirklich so sicher wäre, würde es kaum zu Missbräuchen kommen. Versagen in solchen Fällen einfach die Kontrollmechanismen? Oder sind die Kontrollen grundsätzlich zu schwach? Oder ist letztlich gar der Beamte mitschuldig an punktuellen Zweckentfremdungen? Der LEADER konfrontierte Nino Cozzio mit der Behauptung, dass man – sofern man dreist genug ist –

auch ohne Arbeit ein angenehmes Leben auf Kosten der anderen führen könnte. So einfach ist es laut Cozzio dann aber bei weitem nicht. «Die Bemühungen des Klienten oder der Klientin zur Behebung der Notlage werden laufend kontrolliert. Die Mitarbeitenden überprüfen regelmässig die Arbeitsbemühungen. Sofern Pflichtverletzungen festgestellt werden, wird der Klient verwarnet und gegebenenfalls sanktioniert.» Zur Abklärung von Mitwirkungswillen und Arbeitsfähigkeit oder bei Verdacht auf Schwarzarbeit erfolgt in der Stadt St. Gallen eine Zuweisung in die Stiftung für Arbeit (Förder- oder Integrationsprogramm). Wenn sich eine unterstützte Person weigere, eine ihr zumutbare und konkrete zur Verfügung stehende Arbeitsstelle anzunehmen oder ein ihr zustehenden und bezifferbaren Leistungsanspruch geltend zu machen, habe dies eine Kürzung oder gar eine Einstellung der Sozialhilfeleistungen zur Folge.

Anzeige



Hurlingham Club, London (Foto: Gleason/Dominic Cole)

Partner für anspruchsvolle Projekte in Stahl und Glas

Tuchschnid

Tuchschnid AG
CH-8501 Frauenfeld
Telefon +41 52 728 81 11
www.tuchschnid.ch

«Generation Gold» versus «Young Generation»

Wie Unternehmen
mit dem demografischen
Wandel umgehen.

3. Ostschweizer Personaltag

**Donnerstag, 7. Juni 2007, 11.00–16.30 Uhr
mit anschliessendem Networking-Apéro
Fürstenlandsaal, Gossau SG**

www.personaltag.ch



Doris Aebi



Manfred Brandl



Thomas Daum



Rolf Dubs



Fernando Ferrari



Franz Gutmann



Markus
Hundsbichler



Marc Lüchinger



Mascha
Santschi

Referentinnen und Referenten

Patronat



Haupt-Sponsoren



der Stellenmarkt des Tagblatts



Unternehmensversicherung



Medien-Sponsor



Detailliertes Programm und
Online-Anmeldung
unter www.personaltag.ch

ostschweizer
personaltag





Klare Grenzen

Nino Cozzio legt Wert auf die Feststellung, dass es letztlich beim gesamten Thema immer auch um die Würde des Menschen gehe. Fälle von Personen, die aus Scham keine Sozialhilfegelder beziehen, gäbe es einige. «Es ist also eine sehr emotionale Angelegenheit und das ist für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht immer einfach. Es bedarf einer straffen Führung», so Cozzio. St.Gallen habe gegenüber Zürich sicherlich den Vorteil der Überschaubarkeit. In den meisten Fällen kennt der Mitarbeiter den Klienten, was einen Missbrauch ebenfalls einschränke. Wer allerdings an der Front steht, muss eine dicke Haut aufweisen. Nicht nur, dass man es mit harten Schicksalen zu tun bekommt, auch Beleidigungen oder Drohungen sind an der Tagesordnung. Eine Wut, die auch gegen aussen ausbrechen kann. So hart es tönt, aber eigentlich ist dies ein Zeichen dafür, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf dem Sozialamt klare Grenzen ziehen und auch unangenehme Entscheidungen vertreten.

Und wenn auf dem Sozialamt wie bei jedem Unternehmen Fehler passieren können, so sei es doch nicht so, dass einem Sozialhilfeempfänger Ferien und Musikunterricht bezahlt werden, wie dies in einem Fall in Zürich geschehen sein soll. «Ferien werden nicht aus Sozialhilfegeldern bezahlt», so Cozzio. «In ausgewiesenen Fällen werden Gesuche an Stiftungen oder Fonds gerichtet. Kindern wird der Musikunterricht mit einem Kostenerlass von 50 Prozent bei der städtischen Musikschule bewilligt.»

Keine Offenlegung

Als Steuerzahler hofft man es zutiefst, dass die Situation in St.Gallen wirklich so heil ist, wie von Cozzio geschildert. Und nicht nur als Steuerzahler, sondern auch als Sozialhilfeempfänger, der

wirklich auf Unterstützung angewiesen ist. Von einer anonymisierten Offenlegung der Verwendung der Gelder hält Nino Cozzio allerdings nicht viel. «Was wäre der Vorteil von diesem Vorgehen? Da die Bevölkerung die Faktenlage sowie so im Einzelfall und in den notwendigen Details nicht kennt, besteht die Gefahr, dass unklare und plakative Diskussionen geführt werden. Stammischpolitik kann nicht die Lösung sein.» Auch der Einsatz von Sozialdetektiven sei derzeit nicht vorgesehen. Noch wisse man nicht, ob sich dieses Mittel beispielsweise in Zürich bewährt habe. Cozzio sei bisher kein Fall zu Ohren gekommen, wo ein solcher «Detektiv» Missstände aufgedeckt habe. Und in einem Fall sei dem Empfänger nicht etwa zu viel bezahlt worden. Nein, es habe sich herausgestellt, dass er sogar noch mehr zu gute habe.

St.Gallen setzt hingegen lieber auf das Mittel der Arbeitseingliederung, sprich dass nicht die Arbeitslosigkeit, sondern die Arbeit finanziert wird. Hierbei ist man laut Cozzio mit der Stiftung für Arbeit schweizweit führend. Rund 100 Fälle würden dadurch jährlich von der Sozialhilfe wegkommen. Ein Beispiel, welches Schule mache.

«Zahle nicht gerne Steuern, aber...»

«Wie jedes System weist auch das Sozialsystem Lücken auf», so Nino Cozzio, «und diese Lücken gilt es zu stopfen.» Aber im Grunde genommen hätten wir ein System, das funktioniere. Ein System, das auf dem Ausgleich basiere, welcher wiederum für den sozialen Frieden verantwortlich sei. «Wissen Sie, ich zahle nicht gerne Steuern, aber das gehört nun einmal zu diesem System, in dem man auch für die Menschen sorgt, die im Schatten stehen. Niemand von uns kann wissen, ob er selbst nicht auch einmal in diese Notlage kommt.»

Wie werden Missbräuche verhindert?

Gegenseitige Kontrolle bei Fallaufnahme

Der Antrag um finanzielle Sozialhilfe wird vom Sozialberater der Ressortleitung zur ersten Kontrolle übergeben. Die Abteilungsleitung und die Stellenleitung überprüfen nochmals dessen Inhalt und bewilligen den Antrag, sofern dieser keine Fragen mehr offen lässt. Das 6-Augen-Prinzip garantiert zugleich eine einheitliche Bewilligungspraxis.

Kontrolle bei laufenden Fällen

Regelmässige Gespräche mit dem Klienten helfen Fehlbezüge zu verhindern. Das Gesprächsintervall richtet sich nach dem Bedürfnis des Fallverlaufs. Gespräche finden aber pro Klient in der Regel alle sechs Wochen statt. Erst nach einem persönlichen Gespräch wird eine Barauszahlung oder ein Dauerauftrag ausgelöst.

Aktualisierung der Unterlagen zur Überprüfung der Bedürftigkeit

Sämtliche Unterlagen wie Bankkontoauszüge, Krankenkassenpolice etc. werden periodisch überprüft. Diese Unterlagen werden im Rahmen der Besprechungen herausverlangt oder auch durch die Sozialberater selbständig eingeholt.

Ärztliche Abklärungen

In jedem Fall ist bei einer behaupteten Arbeitsunfähigkeit ein ärztliches Zeugnis beizubringen. Dieses wird bei Unklarheit überprüft und mit dem ausstellenden Arzt besprochen.

Periodische Dossierkontrolle

Die Dossiers inklusive Informatikdaten werden durch die vorgesetzte Stelle periodisch, durch die Finanzkontrolle stichprobenweise, überprüft. Es finden zudem regelmässige wöchentliche Fallbesprechungen innerhalb des Ressorts beziehungsweise mit der Ressortleitung statt.

Hausbesuche

In besonderen Fällen werden Hausbesuche in Absprache mit der vorgesetzten Stelle durchgeführt, sofern die Umstände dies erfordern.



«Wir wollen kein Anhängsel der Stadt am See werden»

Gemeindepräsident und Kantonsrat Michael Götte über Behörden und Unternehmen und wie sie zusammen funktionieren können

Er steht als Gemeindepräsident an der Spitze von Tübach, sitzt für die SVP im St.Galler Kantonsrat, ist die rechte Hand des bedeutendsten Ostschweizer Unternehmers Edgar Oehler – und ist 28 Jahre jung. Michael Götte legt bei allem, was er tut, ein bemerkenswertes Tempo an den Tag. Doch irgendwann wird die schwierigste Entscheidung auf ihn warten: Diejenige zwischen Wirtschaft und Politik.

INTERVIEW: STEFAN MILLIUS

BILDER: MARCEL BAUMGARTNER

Vor etwas über einem Jahr haben Sie Ihr Amt als Gemeindepräsident von Tübach angetreten. Nachdem Sie nun vertieft Einblick in die Gemeinde hatten: Haben sich die damals gesetzten Schwerpunkte verändert?

Michael Götte: Grundsätzlich nicht, nein. Ich konnte in diesem Jahr bereits einiges von dem in Angriff nehmen, was ich mir vorgenommen hatte. Ich wollte ja beispielsweise das Thema Kommunikation angehen und habe das auch getan. Ich habe das Gefühl, hier hat sich etwas entwickelt, es wird vermehrt miteinander gesprochen, die Bürger kommen auf die Verwaltung zu und nennen ihre Anliegen beim Wort. Das Feedback aus der Bevölkerung ist vorwiegend positiv. Alles, was mir am Herzen liegt,

konnte ich natürlich noch nicht angehen, unter anderem, weil mein Pensum hier nur 40 Prozent beträgt.

Ist der Gestaltungsspielraum in diesem Amt so, wie Sie ihn sich vorgestellt haben – oder ist er kleiner beziehungsweise grösser?

Der Spielraum ist nicht unbegrenzt, aber man kann etwas bewegen. Ich kann ja den direkten Vergleich ziehen mit dem Kantonsrat, dessen Mitglied ich bin. Dort ist der Spielraum wirklich viel kleiner. Ein einzelnes Mitglied bewirkt dort relativ wenig. Als Gemeindepräsident kann ich in kurzer Zeit viel mehr in Bewegung setzen. Zum Beispiel das Thema Dorfzentrum: Im letzten Jahr haben wir dazu eine ausserordentliche Bürgerversammlung abgehalten, es wurde ein Kredit gesprochen, das Projekt läuft. Auf Kantonsebene – aber auch in grösseren Gemeinden oder gar Städten – sind da viel mehr Hürden zu nehmen, alles dauert länger.

Als Kantonsrat sind Sie Mitglied der Legislative, in Tübach regieren Sie mit: Geniessen Sie den Wechsel zwischen diesen Ebenen?

Der grosse Vorteil dieser Situation ist: Man sieht ein- und dasselbe Problem aus zwei verschiedenen Perspektiven. Noch viel entscheidender als der Rollenwechsel zwischen Kantonsrat und Gemeinderat ist für mich aber der zwischen Politik und Wirtschaft, den ich ja ebenfalls bewältige.

Sie sprechen es selbst an: Sie sind Mitglied des Kantonsparlaments, Gemeindepräsident und gleichzeitig als rechte Hand von AFG-CEO Edgar Oehler in der Wirtschaft tätig. Wie befruchten sich diese Aufgaben gleichzeitig, welches Amt profitiert von welchem?

Als Gemeindepräsident profitiere ich sicher davon, auch in der Privatwirtschaft verankert zu sein. Unternehmer haben oft wenig Bezug zur Verwaltung. Da ist es natürlich von Vorteil, wenn ich auf meine andere Seite hinweise, auf diejenige in der Wirtschaft. Damit werden die Vorurteile über sture Beamte, die jedes Gesuch zunächst einmal blockieren, aus dem Weg

geräumt. Umgekehrt kann ich bei meiner Aufgabe bei der AFG die Reaktionen von Behörden besser einschätzen. Wenn ich auf ein Gesuch von einer Verwaltung zur Antwort bekomme, es sei nicht möglich, kann ich beispielsweise darauf hinweisen, dass ich aus eigener Erfahrung weiss: Es ist möglich – man muss nur wollen. Auf jeden Fall ist es von Vorteil, beide Seiten zu kennen. Viele Gemeindepräsidenten mit einer Teilzeitanstellung lasten sich ja mit Verwaltungsaufgaben zusätzlich aus, haben also ausschliesslich die Sicht der Verwaltung.

Indirekt haben Sie damit ja eingeräumt, dass es durchaus Behörden gibt, die einfach aus Prinzip verhindern.

Es gibt Beamte, die ihre Aufgabe missverstehen und als Bremsklötze fungieren. Hier bei uns in Tübach herrscht dieses Denken nicht. Wir haben ein sehr junges Team, und ich achte bewusst darauf, dass alle Mitarbeitenden eben auch die Sicht der Wirtschaft übernehmen. Das ist auch wichtig für das persönliche Weiterkommen. Heute ist es ja nicht mehr so, dass die Leute ganz selbstverständlich ihre ganze Karriere bei der Verwaltung verbringen, sie müssen auch gerüstet sein für die Privatwirtschaft und wissen, wie es auf der anderen Seite läuft.

Sie haben also einen anderen Wind ins Gemeindehaus gebracht?

Das ist natürlich eine dieser Fragen, die man nicht mir stellen muss, sondern den Mitarbeitenden. Rein aus meiner Sicht denke ich es allerdings schon. Einige in meinem Team können es vermutlich allmählich nicht mehr hören, wenn ich immer wieder darauf hinweise: In der Privatwirtschaft läuft es auf diese und jene Weise. Aber ich tue es dennoch weiterhin, denn ich halte dieses Bewusstsein für wichtig.

Was genau läuft denn anders?

In der Privatwirtschaft ist es beispielsweise von Zeit zu Zeit ganz einfach nötig, ein Arbeitswochenende einzuschalten. – Mir geht es nicht darum, dass es in einer Gemeindebehörde und in einem Unternehmen genau gleich ablaufen muss, das Umfeld ist unterschiedlich. Aber es ist doch wichtig, wenigstens zu wissen, wie es

auf der anderen Seite aussieht. Zentral ist es natürlich, dass ich selbst mit meiner Arbeit diese Ideale vorlebe. Ich kann ja nicht von den Mitarbeitenden Leistungen verlangen, die ich von mir selbst nicht auch fordere.

Ihr Problem dürfte sein, dass bei beiden Ihrer Aufgaben – in Tübach und bei der AFG – mehr von Ihnen verlangt wird, als das Arbeitspensum auf dem Papier verspricht.

Das ist ein bisschen so. Dazu kommen weitere Mandate wie das als Kantonsrat. Das bringen diese Aufgaben eben so mit sich.

Mit Tübach haben Sie eine gesunde Gemeinde übernommen, in der die grundlegenden Geschäfte störungsfrei laufen. Wäre es nicht eine grössere Herausforderung gewesen, eine Problemgemeinde zu führen, quasi einen Sanierungsfall?

Es ist durchaus bereits eine Herausforderung, den guten Stand der Gemeinde zu halten – dazu braucht es sehr viel. Ein Steuerprozent bei uns entspricht 25'000 Franken. Wenn wir einen einzigen Steuerzahler verlieren, sind wir gefordert, diesen Ausfall an anderer Stelle irgendwie auszugleichen. Wir spüren also jede Schwankung viel stärker als ein grosses Gebilde. Und ich als Gemeindepräsident setze mich in unserer kleinen Gemeinde automatisch auch mit kleineren Details auseinander. Die Anforderungen sind also nicht tiefer, sondern einfach anders gelagert.

Wie sieht es aus mit Massnahmen wie Standortmarketing: Liegt das bei Ihnen oder beschäftigen Sie dafür externe Profis?

Der Bereich Marketing liegt bei mir. Das ist mir auch ein Anliegen. Ich bin der Ansicht, dass sich Tübach mit dem, was wir bieten können, nicht verstecken muss. Wir haben uns beispielsweise auch schon aktiv als Ausflugsziel empfohlen, obwohl wir natürlich nicht das typische Ferientziel sind, dessen bin ich mir bewusst.

Standort für Besucher ist das eine, Standort für Ansiedlung von Privaten



und Firmen das andere. Tübach hat Landreserven. Werden diese gezielt und aktiv nach aussen getragen?

Es ist nicht so, dass wir zum heutigen Zeitpunkt ganze Gebiete überbauungsbereit anbieten könnten. Daher würde es auch wenig Sinn machen, aktiv um Ansiedlungswillige zu werben. Natürlich ist es das Ziel, solche Gebiete zu gegebener Zeit zu erschliessen.

Sie sind gleichzeitig Gemeinde- und Kantonalpolitiker. Inwieweit verstehen Sie sich auch als Regionalpolitiker?

Sehr stark. Ich versuche im Kantonsrat immer wieder, die Interessen des Kreises Rorschach zu

vertreten. Zum Beispiel bei der Standortfrage der Fachhochschule. Ich war nie so blauäugig zu glauben, dass der Standort Rorschach besser geeignet ist als St.Gallen. Es war aber wichtig, im Kantonsrat Stimmen zu hören, die in Erinnerung rufen: Die Region am See gibt es auch noch. Das war es mir wert, den Standort Rorschach zu vertreten. Natürlich, der Kanton muss sich als Ganzes gegenüber anderen Kantonen profilieren, es macht keinen Sinn, wenn sich im Kantonsrat ständig die verschiedenen Regionenvvertreter bekämpfen. Aber ich stehe dennoch gerne für unsere Region ein. Zumal es andere Regionen gibt, die sich geschlossener gegen aussen verkaufen, sei es das Rheintal oder auch das Toggenburg.

Die Zeichen für den Kreis Rorschach stehen ja nicht schlecht. Mit Thomas Müller in Rorschach und Thomas Würth in Goldach und auch mit Ihrer Wahlscheit scheint ein Ruck durch die Region gegangen zu sein, sie ist aktiver als auch schon.

Wichtig ist vor allem, dass wieder vermehrt miteinander gesprochen wird unterhalb der Gemeinden...

... und diese Gespräche haben zur Vision der «Stadt am See» geführt. Wo steht Tübach bei diesen Diskussionen? Bisher hat Ihre Gemeinde in den Überlegungen keine grosse Rolle gespielt.

Wenn es um Fusionen geht, haben wir bislang tatsächlich nicht in der ersten Reihe mitdiskutiert. Wir streben heute schon die Zusammenarbeit mit Nachbarn an, wo diese auf der Hand liegt und Sinn macht. Ich bin aber durchaus sehr interessiert an diesen Entwicklungen. So sehr ich den Dorfcharakter schätze, muss man doch weiter denken. Was ich nicht werden möchte mit Tübach: Ein Anhängsel einer Stadt am See. Wir sind zwar nicht konkret in die laufende Diskussion eingebettet. Es wäre derzeit nur eine Last, wenn wir uns auch noch einmischen. Gedanken machen und Gespräche führen ist aber natürlich auch für uns nicht verboten.

Ihre Partei, die SVP, ist nun nicht gerade flammende Kämpferin für Gemeindefusionen. Ist das ein Problem für Sie?

Ich bin grundsätzlich sicher offener gegenüber

Fusionen eingestellt als manche Parteikollegen. Was ich teile, ist die Haltung, dass Fusionen nicht von oben herab verordnet werden dürfen, sondern von unten her, aus der Bevölkerung wachsen müssen. Aus Tübacher Sicht: Wenn uns der Kanton quasi zwangsverheiratet würde, wäre der Aufschrei gross. Anders sieht es dann natürlich wieder bei Gemeinden aus, die aus finanzieller Sicht alleine einfach nicht mehr existieren können. Ich denke, ich finde mich hier durchaus mit der Parteilinie, bin aber vielleicht im Einzelfall etwas offener.

Dass Sie nicht absolut auf der Parteilinie politisieren, ist ja ohnehin gelegentlich der Fall.

Das kann ich nicht völlig vom Tisch wischen. Es gibt Fragen, wo ich klar auf SVP-Kurs bin, bei anderen weiche ich ab. Zum Beispiel beim Thema Personenfreizügigkeit: Dort habe ich mich dafür ausgesprochen, weil ich in dieser Sache die Perspektive der Wirtschaft gehabt habe. Ich sehe im Unternehmen Tag für Tag, wie wichtig ein möglichst einfacher Austausch mit dem Ausland ist. Das führt wohl dazu, dass ich gelegentlich eine liberalere Haltung habe als andere SVP-Exponenten. Aber ich halte klar fest: Ich hatte bisher noch nie das Gefühl, in der falschen Partei zu sein. Es hat Platz für gelegentlich abweichende Meinungen. Ich habe jedenfalls noch nie feindselige Reaktionen aus der Partei erhalten.

Die logische Wahl wäre für Sie aber dennoch die FDP gewesen, Sie sind ein Wirtschaftsvertreter. Oder die CVP, die in Ihrer Region traditionell stark ist. Ging es beim Beitritt zur SVP um lokale Belange?

Das kann man so sagen. Ich bin in Steinach aufgewachsen, meine Eltern waren CVP-Mitglieder, meine Mutter ist es heute noch. Politisiert wurde ich im Restaurant, das meine Eltern betrieben. Aber ich habe festgestellt, dass viele der CVP-Mitglieder weiter links politisierten als die SP. Die FDP existierte zwar im Dorf, war aber relativ inaktiv. Als ich von der SVP angesprochen wurde, habe ich eine Versammlung besucht, war aber nicht sonderlich begeistert, ich hatte den Eindruck einer Neinsager-Partei. Wenig später bin ich dem damaligen Bundesrat Adolf Ogi begegnet. Ich habe mit ihm über meinen Eindruck gesprochen, und er erwiderte,

wenn er als Bundesrat gelegentlich von der Parteilinie abweichen könne, sei mir das wohl erst recht möglich, das solle kein Hinderungsgrund sein. So bin ich zur SVP gestossen und habe die Ortssektion gegründet.

Mit Edgar Oehler arbeiten Sie für eines der Urgesteine der St.Galler CVP...

... und meine Ansichten decken sich praktisch ausnahmslos mit seinen. Wenn die gesamte CVP damals so politisiert hätte wie er, dann wäre für mich diese Partei klar in Frage gekommen. Aber das war eben einfach nicht der Fall.

Wieso steht Ihr Name nicht auf der Nationalratsliste der SVP?

Ich habe mich mit dieser Möglichkeit natürlich auseinandergesetzt. Was letztlich dagegen sprach, war die Frage, wo ich die Zeit für ein Nationalratsmandat hernehmen sollte. Zusätzlich zu meinen heutigen Aufgaben könnte ich das nicht machen, also müsste ich in einem Bereich abbauen. Und das möchte ich nicht, sowohl in Tübach wie bei der AFG fühle ich mich sehr wohl. Klar, der Reiz, in Bern dabei zu sein, ist gross, das interessiert mich. Aber schauen Sie sich meinen Jahrgang an: Ich habe noch viele Möglichkeiten, mich später zur Wahl zu stellen. Ob das einst ein Thema sein wird, hängt davon ab, wie sich mein restlicher Weg entwickelt.

Ihr Arbeitgeber Edgar Oehler hätte aber ohne Zweifel Verständnis gehabt für eine Kandidatur.

Ich habe meine politischen Schritte bisher immer mit ihm abgesprochen. Sei es die Kantonsratskandidatur oder natürlich die Teilnahme an der Kampfwahl hier in Tübach. Wenn es um den Nationalrat gegangen wäre, hätte mir Edgar Oehler sicher auch nicht abgeraten, aber er hätte mich wohl darauf hingewiesen, dass es schwierig wäre, weiter mit diesem Pensum in der Wirtschaft tätig zu sein.

Ihr **neuer** Massstab für kostengünstige Streuwerbung

www.prisma-ms.ch



Planen Sie Ihre Streuwerbung kostengünstig und jetzt noch einfacher! Mit einer Landkarte können Sie das Verteilgebiet bis auf die Postleitzahl genau bestimmen. Per Mausclick erhalten Sie die erforderliche Auflage und die exakten Kosten für Ihren Versand. Machen Sie gleich den Test und auf www.prisma-ms.ch

prisma ▲
medienservice

Prisma Medienservice AG
Im Feld 6, 9015 St.Gallen
Tel. 071 272 79 79
Fax 071 272 79 80
www.prisma-ms.ch

just in time - von ▲ bis Z

Sich ständig weiterentwickeln

Die Debrunner Acifer AG ist seit über 250 Jahren in St.Gallen angesiedelt und im Laufe der Jahre kontinuierlich gewachsen. Heute gehört das Unternehmen zu den führenden Handelsgesellschaften in den Bereichen Bewehrungstechnik, Stahl und Metall, Wasser- und Gebäudetechnik, Spenglerei- und Dachbedarf, Tiefbauprodukte sowie Maschinen, Werkzeuge und Befestigungstechnik.



Paul Kronenberg

TEXT UND BILD: MARTINA NIKLAUS

Was im Jahre 1755 noch eine kleine St.Galler Eisenwarenhandlung war, ist heute ein erfolgreiches, schweizweit tätiges Unternehmen mit über 1200 Mitarbeitern, verteilt auf 23 Standorte in der Schweiz und über 30'000 Kunden. Durch den Erwerb der Acifer Gruppe im Jahr 1996 wurde das Unternehmen zum Marktführer im Handel mit Baustahl- und Walzprodukten. 1997 wuchs die Debrunner Acifer AG mit der Davum-Gruppe und 1999 mit der IBAG Zentralschweiz. Im Jahr 2002 folgte die Übernahme des Haustechnik-Bereichs der Sabag

Travelli und im Jahr 2004 brachte die Spahr AG weiteres Wachstum und Kontinuität.

Das Erfolgsrezept

«Die Bedürfnisse unserer Kunden zu kennen, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor», erklärt Paul Kronenberg, Geschäftsleiter der Debrunner Acifer AG St. Gallen. Durch die 23 Standorte in der Schweiz, sei das Unternehmen immer in der Nähe der Kunden, könne sich auf deren Bedürfnisse einstellen und die gute Beziehung direkt vor Ort pflegen. «Unsere Mitarbeiter ken-

nen die Kunden und sind Berater vom Fach. Sie wissen, was die einzelnen Kunden brauchen und können sie kompetent beraten. Oft bauen unsere Mitarbeiter langjährige Beziehungen zu unseren Kunden auf und pflegen diese. So entsteht ein Vertrauensverhältnis. Kontinuität ist heute wichtiger denn je. Langfristige Beziehungen mit seriösen Dienstleistungen sind gefragt», weiss Kronenberg.

Den langjährigen Erfolg hat die Debrunner Acifer AG aber nicht nur den treuen Kunden, sondern auch den qualifizierten Mitarbeitern zu verdanken. «Wir legen Wert darauf, eigene Lehrlinge auszubilden und investieren viel in die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter», so Kronenberg. Insgesamt bildet die Debrunner Acifer AG schweizweit über 100 Lehrlinge aus, 14 davon in St.Gallen. «Viele ehemalige Lehrlingen haben im Betrieb Karriere gemacht. Fast monatlich dürfen wir Jubiläen feiern», freut sich der Geschäftsleiter.

Über 150'000 Artikel im Sortiment

Nicht nur die Debrunner Acifer AG ist im Laufe der Jahre gewachsen, sondern auch ihr Sortiment. Heute umfasst das Sortiment über 150'000 Artikel für die Bereiche Industrie, Gewerbe und Bauwirtschaft. Ein grosses Plus der Debrunner Acifer AG ist das grosse Angebot an massgeschneiderten Dienstleistungen. «Unsere Mitarbeiter bearbeiten und konfektionieren die Werkstoffe vor der Lieferung. Dies erspart dem Kunden Zeit und Kosten. Gleichzeitig bieten wir so einen Mehrnutzen», erklärt Kronenberg.

Obwohl die Bereiche Beton- und Handelsstahl mit rund 69 Prozent des Gesamtumsatzes nach

wie vor einen entscheidenden Bereich ausmachen, hat das Unternehmen in den letzten Jahren vermehrt in die Bereiche Bewirtschaftungssysteme und Haustechnik investiert. Mit dem «WP Wasto», einem Hochwasserschutzsystem, wurde beispielsweise ein System entwickelt, das in Zukunft vermehrt zum Einsatz kommen wird (siehe Box «WP Wasto – wirkungsvoller Gebäudeschutz»). Die Debrunner Acifer AG ist bekannt für innovative Produkte. So hat sie mit dem «Davex»-Träger für den Stahl und Metallbau eine neue innovative Verbindungstechnologie ins Sortiment aufgenommen und auch im Bereich der Bewirtschaftungssysteme ist es ihr gelungen, neue Akzente zu setzen. «Mit der Lancierung neuer Produkte reagieren wir auf die Bedürfnisse unserer Kunden», hält Kronenberg fest.

Profi-Onlineshop

Mit der Realisierung des Profi-Onlineshops vor über sieben Jahren ist die Debrunner Acifer AG ebenfalls einem bestehenden Kundenbedürfnis nachgekommen. Sämtliche 150'000 Artikel im Sortiment können im Profi-Onlineshop rund um die Uhr bestellt werden. «Jeder Kunde hat mit einem Passwort Zugang zu unserem Onlineshop. Er hat ein eigenes Konto und der Administrationsaufwand nimmt für ihn und auch für uns ab. Die Kunden schätzen den Onlineshop. Dies beweist die Zunahme der Online-Bestellungen in den letzten Jahren um über 50 Prozent», so Kronenberg.

Weiterentwicklung als Schlagwort

«Die letzten drei Jahre waren gut. Dies auch deshalb, weil die Baubranche und auch die Maschinenindustrie boomten», erklärt Kronenberg. Der Geschäftsleiter weiss aber auch, dass für das Ausruhen auf dem Erfolg keine Zeit ist und neue Herausforderungen auf die Firma zukommen – so beispielsweise auf dem Stahl-Beschaffungsmarkt. Lieferengpässe bei den Stahlwerken können durch die grossen eigenen Lager in der Gruppe etwas abgefedert werden. Ein leistungsfähiges Zentrallager in Birsfelden und die gut ausgerüsteten Regionallager schaffen eine Flexibilität, die ein einzelner Standort nur schwer erreichen könnte. «Wir unternehmen grösste Anstrengungen, um den Bedarf unserer Kunden abdecken zu können», so Kronenberg.

Regelmässige Investitionen in Maschinen und Anlagen sind ein weiterer Schwerpunkt. In die-

sen Tagen konnte am Standort St.Gallen ein neues vollautomatisches Blechlager mit über 250 Kassettenplätzen in Betrieb genommen werden. Solche Investitionen dienen der Produktivitätssteigerung und erhöhen gleichzeitig den Service für die Kunden. Ein weiteres Projekt ist mit der Einführung der Sortimente für den Heizungsbedarf in Arbeit. Kronenberg verrät: «Unser Ziel ist es, den Bereich Heizung, Lüftung und Klimatechnik weiter auszubauen. In diesem Jahr wird unser Sortiment mit allen Produkten des Heizungsbedarfs – vom Heizungskessel bis zum Radiator – erweitert. Wir wollen den Kunden auch im Bereich der Alternativenenergie etwas bieten können.»

Die Zukunft

Die Debrunner Acifer AG ist in vielen Bereichen Marktleader. «Es gibt aber auch Bereiche mit Entwicklungspotential», ist sich Kronenberg bewusst. So ist es für den Geschäftsleiter auch in Zukunft wichtig, den engen Kundenkontakt aufrecht zu erhalten und so den Markt zu kennen, auf neue Technologien rechtzeitig aufmerksam zu werden und schnell zu reagieren. «Wichtig ist für uns auch in Zukunft die Kundennähe zu pflegen, zu vertiefen und unsere Präsenz in den einzelnen Regionen zu verstärken. Wir wissen aber auch, dass ein Unternehmen nur dann wachsen kann, wenn die einzelnen Mitarbeiter im Team funktionieren und die Qualität sichergestellt werden kann. Die externe und interne Weiterbildung unserer Mitarbeiter ist deshalb auch in Zukunft ein entscheidender Erfolgsfaktor.»

Weitere Informationen zur Debrunner Acifer AG gibt es im Internet unter www.d-a.ch.

«WP Wasto – wirkungsvoller Gebäudeschutz»

«WP Wasto» ist ein neues Schutzsystem aus hochfesten verzinkten Stahlprofilen, das Türen, Fenster und Tore massiv abschottet. Durch die Konzeption nach dem Baukastenprinzip ist das System für unterschiedliche Schutzfunktionen bestens geeignet und bietet einer Vielzahl von Gefährdungssituationen die Option, Haus und Inhalt vor Schäden zu bewahren. Gerade im Bereich des Hochwasserschutzes ist die Nachfrage nach «WP Wasto» gestiegen, wie Kronenberg erklärt. In einzelnen Kantonen wird das Schutzsystem gar von den Gebäudeversicherungsanstalten mitsubventioniert.

Und so funktioniert's

«WP Wasto» ist einfach und unkompliziert im Aufbau und kann auch von einzelnen Personen schnell montiert werden. Das System besteht aus einzelnen, zugeschnittenen Lamellen mit aufgeklebter Gummidichtung, die an Fenster und Türen nacheinander von oben in Führungsschienen eingesetzt werden. Die Führungsschienen mit entsprechender Dichtung können wahlweise vormontiert sein oder im Bedarfsfall mit vorgefertigten Schraubenaufnahmen montiert werden. Sobald die Lamellen eingesetzt sind, werden sie mit Klemmstücken dicht aufeinander verpresst und schon ist das System einsatzbereit.

Weitere Informationen zum Hochwasserschutzsystem sind im Internet erhältlich, www.wpwasto.de.

Der Standort St.Gallen

Der Standort St.Gallen ist einer der grössten der Debrunner Acifer AG von den insgesamt 23 Standorten schweizweit. Laut Kronenberg ist die Firma aufgrund ihrer Geschichte speziell mit St.Gallen und der Region verwurzelt. In St.Gallen werden 120 Mitarbeiter beschäftigt und 14 Lehrlinge ausgebildet. Die gesamte Grundstückfläche beläuft sich auf rund 30'000 Quadratmeter und ist 650 Meter lang. Die direkte Anbindung an die Gleise der SBB und die 16 zur Verfügung stehenden Lastwagen ermöglichen auch in St.Gallen – wie übrigens an allen anderen Standorten – eine Lieferung der bestellten Artikel innerhalb eines Tages. Der Standort St.Gallen ist im Laufe der Jahre kontinuierlich gewachsen und war keinen allzu grossen Schwankungen ausgesetzt. .



Edgar Oehler



Ronald Pieper

Oehlers Zehnte

Heute ist der Überraschungseffekt bei der Übernahme einer Firma durch Edgar Oehler nicht mehr so gross wie früher. Den Hut ziehen muss man vor dem Mann aber nach wie vor. Denn während die Tinte auf den aktuellen Verträgen noch trocknet, sind Entwürfe für weitere Übernahmen bereits in der Schublade.

TEXT UND BILDER: MARCEL BAUMGARTNER

Spass macht es ihm noch, keine Frage. Wie muss er sich gefühlt haben? Am Montagabend, 19. Februar wurden die Verträge unterzeichnet. Der neuste Coup war perfekt. Die AFG übernimmt die RWD Schlatter AG. Am nächsten Tag werden das Personal und die Medien informiert. Die Meldung aus der Ostschweiz verbreitet sich wie ein Lauffeuer. Der Thurgauer Unternehmer macht wieder einmal von sich reden. Und das erst rund sechs Wochen nach der letzten Übernahme. Am 9. Januar gab man die Integration der STI Surface Technologies AG mit ihren zwölf Tochterfirmen in die AFG bekannt. Es war die neunte Übernahme. Jene der RWD macht die ersten Zehn komplett.

Bisher ist es Edgar Oehler bei allen Übernahmen gelungen, die Presse bis zuletzt im Dunkeln tappen zu lassen. Darauf ist er stolz, wie er auch an der besagten Medienkonferenz vom 20. Februar zu verstehen gibt. Schon im Vorfeld der Bekanntgabe der RWD-Übernahme wurden diverse Prospekte gedruckt, ja sogar ein ganzer Lastwagen beschriftet. Nichts davon drang an die Öffentlichkeit. Wie macht man das? «Gewusst wie», so Oehler, «und manchmal eine falsche Fährte legen.»

Nicht gelogen

Am heikelsten sei es bei der bevorstehenden Übernahme von «Miele» gewesen. Am Vortrag

der Vertragsunterzeichnungen wurde Edgar Oehler von einem Journalisten angerufen. «Er wollte von mir wissen, ob es stimme, dass ich am nächsten Tag um 14 Uhr die Verträge für die Übernahme unterzeichne», erklärt Oehler. Er habe ihm klar zu verstehen gegeben, dass dies absolut nicht der Wahrheit entspreche und er nicht wisse, wie er darauf gekommen sei. Gelogen hat Oehler tatsächlich nicht. «Die Unterzeichnung fand nämlich nicht um 14 sondern bereits um 10 Uhr statt.» Gewusst wie.

Mit Türen nicht an der Spitze

Die rückwirkende Übernahme der RWD Schlatter AG per 1. Januar 2007 fügt sich absolut in die bisherige Strategie der AFG ein. «Diesen Schritt machten wir nicht, weil sich gerade die Gelegenheit geboten hätte, zufällig oder planlos ein Unternehmen zu erwerben und in die AFG zu integrieren», so Oehler. In jeder der fünf Divisionen arbeite man aufgrund einer Strategie und eines Business Planes. Gemäss diesen Vorgaben und Überlegungen habe man sich überlegt, in welche Richtung sich die Division «Fenster und Türen» bzw. die EgoKiefer AG zu entwickeln habe.

EgoKiefer ist der grösste und sicher auch erfolgreichste Fensterbauer in der Schweiz. Das Unternehmen gilt europaweit als Benchmark oder als Masstab aller Dinge. Im Bereich Türen ist das Unternehmen aber nicht an der Spitze. Das sollte sich ändern.

Zwei Verlierer statt Sieger

Der Blick fiel rasch auf den führenden Türenhersteller in der Schweiz, die RWD Schlatter AG mit Sitz in Roggwil und einem Verkaufsbüro in Dietikon. Oehler dazu: «Über einen grösseren Ausbau der eigenen Türenherstellung in Altstätten hätte sich die EgoKiefer AG unweigerlich in ein Konkurrenzverhältnis mit RWD Schlatter eingelassen. Heute sind die beiden Unternehmen nur in wenigen Fällen Konkurrenten auf dem Markt, sie ergänzen sich vielmehr.» Das bedeutet laut dem CEO, dass aus dem Konkurrenzverhältnis zwischen den beiden Unternehmen ein Kampf um Marktanteile geworden wäre. Diese Auseinandersetzung hätte angesichts der Marktsituation schwierig werden können, hätte es doch nicht zwei Sieger, höchstens zwei Verlierer und einen ausstehenden Sieger geben können.

«Vor diesem Hintergrund lag es auf der Hand, einmal auszukundschaften, ob eine Kooperation mit der RWD Schlatter AG beziehungsweise mit dem Alleineigentümer, Ronald Pieper möglich ist», sagt Oehler. Man habe sich zum ersten Mal vor rund einem Jahr in Arnegg zum Mittagessen getroffen. Der Grundstein war damit aber noch nicht gelegt. «Mir war lange nicht klar, ob der Zusammenschluss der richtige Weg sei», erklärt Ronald Pieper. «Einige Diskussionen mit Edgar Oehler sagten mir aber, dass der gemeinsame Auftritt nicht nur für unsere Firma, sondern auch für unsere Mitarbeiter neue Chancen bietet.»

Stärkere Marktstellung und Kapazitätsausbau

Zusammen werden die EgoKiefer AG und die RWD Schlatter AG jährlich rund 85'000 Türelemente fabrizieren und gemeinsam einen Nettoumsatz im Türenbereich von rund 75 Millionen Franken erzielen. Damit baut die Division Fenster und Türen ihre Marktstellung auf dem Schweizer Markt rasch und markant aus.

Ausbau der Division Fenster und Türen

Führungsmässig wird die RWD Schlatter AG als eigenständiger Geschäftsbereich in die Division Fenster und Türen integriert. Die RWD Schlatter AG beschäftigt heute in Roggwil TG und in der ganzen Schweiz rund 200 Mitarbeitende. In dieser Zahl sind sowohl die Lehrlinge als auch die selbständigen Akkordanten und Anschläger, nicht jedoch die temporären Angestellten enthalten. «Wie bei allen bisherigen Übernahmen der AFG ist kein Abbau von Arbeitsplätzen, sondern vielmehr ein Ausbau der Belegschaft vorgesehen», betont Edgar Oehler. Dieser Ausbau wird im Türenbereich hauptsächlich in Roggwil und im Fensterbereich in Altstätten und Villedieu durchgeführt.

Natürlich drängt sich bei Edgar Oehler wie immer die Frage auf, was denn nun als nächstes kommen wird. Und er gibt klar zu verstehen, dass man die Augen offen halten werde. «Auf dem Schweizer Markt wird es eine Bereinerung geben, soviel ist klar. Und man braucht nun einmal eine bestimmte Grösse, um eine Macht im Markt zu bleiben.» Klare Worte, die verdeutlichen, dass sich Oehler nicht nach seiner zehnten Übernahme zur Ruhe setzen wird. Im Gegenteil. Sein Akquisitionshunger ist noch längst nicht gestillt. Lücken habe man noch im Wellness-Bereich. Mit Dampfsaunen und Wellness-Wannen will Oehler deutsche und Schweizer Badezimmer komfortabler machen. In diesen Bereichen sei man erst Teilanbieter. Die Übernahmen will man noch dieses Jahr unter Dach und Fach bringen. Das frohe Einkaufen geht also weiter.

Pressestimmen

AFG stösst die nächste Türe auf

Wortspiel, das auf der Hand lag im «St. Galler Tagblatt»

Arbonia Forster wird Türenhersteller

Die «Basler Zeitung» unterschlägt, dass die AFG mit EgoKiefer bereits Türen herstellt.

Arbonia Forster kauft Thurgauer Tür-Firma

Unschöne Bezeichnung im «Tages Anzeiger»

Edgar Oehler will ins Wellness-Geschäft

«Cashdaily» blickt bereits in die Zukunft

Ausblick 2007

Die AFG ist gut in das Geschäftsjahr 2007 gestartet. Der Schwung des Geschäftsjahres 2006 konnte in das neue Geschäftsjahr 2007 mitgenommen werden. Nach der Integration der STI | Hartchrom AG und der RWD Schlatter AG wird sich der Umsatz der Gruppe auf rund 1.4 Milliarden Franken erhöhen, gegenüber 1.24 Milliarden Franken im Geschäftsjahr 2006. Im Vergleich dazu wurde im Geschäftsjahr 2003, in welchem sich das Aktionariat veränderte, damals ein Umsatz von 687.4 Millionen Franken erzielt. Entsprechend positiv entwickelten sich auch andere wichtige Kennzahlen der AFG.



Andreas Binswanger, Präsident Thurgauer Bauernverband



Peter Maag, Direktor IHK Thurgau

Mehr Wachstum für den Thurgau

Die drei Thurgauer Wirtschaftsverbände IHK, Gewerbeverband und Bauernverband haben gemeinsam das Massnahmenpapier «Chance Thurgau Wachstum» mit 19 Massnahmen erarbeitet und vorgestellt. Unter anderem sollen die Steuern nachhaltig tief bleiben und ein neues Verkehrsprojekt für das Thurtal soll bis 2009 erarbeitet sein.

TEXT UND BILDER: SELINA BACKES

Vor rund elf Jahren lancierten die drei Thurgauer Wirtschaftsverbände «Chance Thurgau», um die Standortattraktivität des Kantons zu verbessern – denn um diese stand es in den Neunziger Jahren nicht gerade erfreulich, wie Peter A. Schifferle, Präsident der IHK Thurgau erläuterte: «Damals war eine dramatische Entwicklung zu beobachten, der Kanton Thurgau büsste laufend an steuerlicher Attraktivität ein, nachdem er Ende der achtziger Jahre noch den dritten Platz belegt hatte. Also suchten wir Wege, wie wir unter anderem schneller mit dem Regierungsrat reden konnten.» Im Jahr 2005 wurde der Schlussbericht der ersten beiden Massnahmenpapiere Chance Thurgau präsentiert – mit grossem Erfolg. Es wurde viel erreicht und dennoch steht noch viel Arbeit an.

Die Massnahmen sehen unter anderem Änderungen bei den Finanzen vor. Peter Muri, Vorstand der IHK Thurgau, erläuterte, welche Änderungen nach Ansicht der Wirtschaftsverbände eintreten müssten: «Seit Jahren steigt die Staatsquote an. Wir brauchen eine Trendwende.» Erreicht werden soll dies unter anderem durch die jährliche Erhe-

bung der Staatsquote im Geschäftsbericht des Kantons. Ausserdem sollen dort gleich auch Massnahmen erwähnt sein, wie sich die Quote verbessern kann.

Teilprivatisierung der Thurgauer Kantonalbank

Im Steuerbereich soll der Thurgau bei mittleren und hohen Vermögen unter die ersten fünf des Landes kommen. Ausserdem müssen nach Ansicht der Wirtschaftsverbände die Vermögenssteuern der Unternehmen halbiert werden. «Damit wären wir spitze. Ausserdem kostet diese Massnahme nicht so viel», sagt Muri. Eine weitere Möglichkeit, um die Situation für die Unternehmen komfortabler zu machen, ist, dass Investitionen ohne Aufrechnen sofort abgeschrieben werden könnten – wie dies bereit in Appenzell Innerrhoden der Fall ist. Einiges zu reden geben dürfte die Forderung nach einer – zumindest teilweisen – Privatisierung der Thurgauer Kantonalbank. «Die TKB braucht eine professionelle Oberleitung», sagt Muri. Schliesslich würde viel Volksvermögen in dieser Bank stecken. «Mit einer

Gesetzesänderung soll die Kantonalbank zu einer AG werden. Rund ein Drittel dieser Aktien soll im Publikum gestreut werden. Dies schafft auch eine Verbindung des Publikums mit der Bank.» Nur mit dieser Teilprivatisierung werde eine erfolgreiche Zukunft der Kantonalbank möglich sein.

Ein wichtiger Faktor für den wirtschaftlichen Erfolg des Thurgaus ist die Verkehrsanbindung, wie Peter Schütz, Präsident des Thurgauer Gewerbeverbands erläuterte: «Im Strassenverkehr bereitet die schlechte Verkehrsanbindung des Mittel- und Oberthurgaus Sorgen.» Nach der durch das Volk abgelehnten Schnellstrasse im Thurtal würde weiterhin eine wichtige Schnellstrassenverbindung fehlen, was vor allem zwei Folgen habe: «Eine Verstopfung der Landstrassen in den betroffenen Gebieten wie auch unterschiedliche Entwicklungsmöglichkeiten.» So würde der Mittel- und Oberthurgau unterdurchschnittlich wachsen. «Die Ablehnung der T14 war ein bitterer Moment. Die im 2005 siegreichen Gegner der T14 haben bis heute noch keine alternative Lösung vorgeschlagen. Deshalb fordern wir ein neues



Peter A. Schifferle, Präsident IHK Thurgau



Peter Schütz, Präsident Thurgauer Gewerbeverband

Konzept bis 2009.» Ein weiterer Faktor, um den Verkehr im Kanton flüssig zu halten, sei eine Alternative zu niveaugleichen Kreuzungsstellen zwischen Strasse und Schiene.

Die Erarbeitung eines Gesamtenergiekonzeptes soll Aufgabe des Kantons sein. In diesem müssten Perspektiven für die Stromversorgung in einem liberalen Marktumfeld aufgezeigt werden. Oberste Priorität habe dabei die Versorgungssicherheit zu günstigen Marktpreisen.

Ebenfalls im Bereich Infrastruktur ist ein Kompetenznetzwerk für die Ernährungswirtschaft geplant. Dieses will im organisatorischen Bereich für die Thurgauer Land- und Ernährungswirtschaft Voraussetzungen schaffen, damit sich diese innerhalb der neuen Rahmenbedingungen möglichst gut behaupten kann.

Entscheidung für Thurgau leichter machen

Im Bereich Raumentwicklung sind zwei Massnahmen formuliert. Zum einen sollen regionale Arbeitsplatz-Zonen geschaffen werden, dies dank einer engen Zusammenarbeit zwischen Kanton und Gemeinden. «Investoren ziehen Standorte vor, bei denen schnelle Entscheidungen möglich sind», sagt Markus Berner, Geschäftsführer des Thurgauer Gewerbevereins. Aus diesem Grund sollten umfassende Dokumentationen zur Verfügung stehen, um den Investoren ihre Entscheidung leichter zu machen. Als zweite Massnahme soll die Seeregion als Wohn- und Arbeitsort besser genutzt werden. Gerade in alten ehemaligen Industriebauten stecke ein enormes Potenzial, das es zu nutzen gelte.

Im Bereich der Staatsstrukturen möchten die Thurgauer Wirtschaftsverbände raschere Entscheide durch Rekursinstanzen und Gerichte ermöglichen. «Bei Investitionsentscheiden spielt der Zeitfaktor eine immer wichtigere Rolle», führte Andreas Binswanger, Präsident des Thurgauer Bauernverbandes, aus. So seien heute zwar bei den Baubewilligungsverfahren bereits schnellere Abläufe möglich, jedoch würden sich Einsprache- und Beschwerdeverfahren noch immer in die Länge ziehen. «Die Bearbeitungsabläufe können in diesen Bereichen mit einer effizienteren und gegebenenfalls kompetenteren Bearbeitung mit Sicherheit noch verkürzt werden.» Rasche Entscheide bis zur höchsten kantonalen Instanz würden zusätzlich die Problematik des Verbandsbeschwerderechts entschärfen. Die Bezirks-, Kreis- und Gemeindestrukturen seien zu straffen, ausserdem sollen die Leistungen des Staates regelmässig und systematisch überprüft werden. Junge Menschen mit Leistungsdefiziten oder Behinderung sollen in den Arbeitsmarkt integriert werden. Initiativen für eine solche Eingliederung sollen unbürokratisch finanziell und ideell unterstützt werden. «Obwohl die Eingliederung junger Menschen mit Leistungsdefiziten oder Behinderung in erster Linie eine wichtige gesellschaftliche und sozialpolitische Aufgabe ist, kann ihr eine positive gesamtwirtschaftliche Wirkung nicht abgesprochen werden.»

Unbegründete Phobie vor Privatschulen

Um einen Kanton wettbewerbsfähig zu halten, ist auch der Bereich Bildung sehr wichtig. Um eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu er-

möglichen, sei zwar kein flächendeckendes Angebot an familienergänzender Kinderbetreuung anzustreben, jedoch die volle Transparenz über die bestehenden Angebote. Dies soll am besten auf einer Plattform im Internet geschehen. Aus- und Weiterbildungen sollen grosszügig von den Steuern abgezogen werden können. «Es ist nicht nachvollziehbar, weshalb es sich bei den Aufwendungen für ein Intensivstudium KMU-HSG um abziehbare Weiterbildungskosten handelt, bei den Aufwendungen für einen MBA-Lehrgang hingegen nicht», sagte Peter Maag, Direktor der IHK Thurgau. Im Bereich Schule soll die Benachteiligung der Privatschulen gemildert werden. Es herrsche teilweise eine eigentliche Phobie in der Politik vor den Privatschulen, die unbegründet seien. «Eine Amerikanisierung des schweizerischen Bildungswesens droht nur dann, wenn sich die öffentliche Schule nicht bewegt und sich Eltern aus der Mittelschicht von ihr abwenden.» Aus diesem Grund seien beispielsweise Steuergutschriften zu leisten, wenn Kinder in eine Privatschule für Hochbegabte gingen, wenn ein gleichwertiges öffentliches Angebot fehle. Schliesslich plädieren die Thurgauer Wirtschaftsverbände für eine zentrale Abschlussprüfung nach der 8. und 9. obligatorischen Schulstufe. Dies ermöglicht potenziellen Lehrmeistern eine objektive Einschätzung der Leistungen der Schüler, die Prüfung nach dem 9. Jahr garantiert, dass Schüler, die bereits eine Lehrstelle haben, sich nicht einfach auf ihren Lorbeeren ausruhen.

Weshalb Unternehmer die Selbständigkeit suchen

Welche Motivation treibt die Unternehmer an? Dieser Frage gingen vier Forschungsprojekte der Universität St.Gallen nach. Unter anderem suchten die Projekte zu klären, wie die Unternehmer sich in schwierigen Situationen motivieren oder was sie überhaupt dazu gebracht hat, den Schritt in die Unabhängigkeit zu wagen.



TEXT: NADINE BLATTLER, JULIA KUHN, LILIANE MÜLLER, STEPHANE WYSS*

Die vier Forschungsprojekte befassten sich mit intrinsischen und extrinsischen Motivationsquellen der Selbstmotivation. Die intrinsische Motivation besagt, dass der Unternehmer allein durch Spass und Freude motiviert ist und daraus genug Antrieb für seine tägliche Arbeit schöpft. Die extrinsische Motivation geht davon aus, dass die Motivation von Aussen herbeigeführt wird, zum Beispiel durch finanzielle Belohnung, Prestige und Anerkennung.

Mitarbeiter und Kunden motivieren zum Weitermachen

Das erste Forschungsprojekt befasste sich mit der Frage, wie sich Klein- und Mittelunternehmer in schwierigen Situationen motivieren. Dazu wurden acht Klein- und Mittelunternehmer befragt. Überraschend an den Resultaten der Befragung war, dass nur ein Unternehmer explizit die Freude an der Arbeit als treibende Kraft in Krisensituationen genannt hat. Andreas Slotosch von der Firma Pixelwind ist überzeugt, die Freude an der Arbeit gehe auch in schwierigen Situationen nicht verloren. Die übrigen Antworten auf diese Frage waren sehr unterschiedlich. Sie können aber alle der extrinsischen Motivation zugeordnet werden.

Rinaldo Willy, dessen Firma Algordanza sich mit neuen Bestattungsformen befasst, motiviert sich hauptsächlich über die engagierten Mitarbeiter. Seine Mitarbeiter stehen hinter seiner Geschäftsidee und sind teilweise sogar dazu bereit, auf einen Teil des Lohns zu verzichten. Ivo Frei, dem Geschäftsführer der Internet-Firma Deep AG,

halfen sehr loyale Kunden über härtere Geschäftszeiten hinweg. Aus diesen Angaben lässt schliessen, dass zwischenmenschliche Faktoren für viele Unternehmer der Antrieb sind, auch in schwierigen Situationen nicht aufzugeben. Doch auch die bereits investierte Zeit und das investierte Geld sind für etliche der Befragten ein Grund nicht aufzugeben.

Ursprung der Motivation, um schwierige Situationen zu überwinden

Das zweite Forschungsprojekt suchte nach Motivationsfaktoren, die in schwierigen Situationen den Unternehmer davon abhalten, seine Tätigkeit einzustellen. Als Untersuchungsleitfaden wurde die Hypothese erstellt, dass eine Vorherrschaft von intrinsischen Anreizen gegenüber extrinsischen Anreizen besteht. Der Grundgedanke war, dass intrinsische Anreize gegenüber extrinsischen an Bedeutung gewonnen haben, weil heute viele der Ansicht sind, eine Tätigkeit solle sinnstiftend sein und Freude bereiten. Diese These wurde durch qualitative Interviews mit fünf Unternehmern geprüft. Die Auswertung der Interviews ergab eine Vielzahl von Motivationsfaktoren.

Die am häufigsten genannten Faktoren der intrinsischen Motivation waren Gestaltungsfreiheit, Entscheidungsfreiheit und Selbstverwirklichung. Die beiden ersten Faktoren wurden als gering wichtiger betrachtet als der dritte. Diese Tatsache kann dadurch erklärt werden, dass Freiheit (Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheit) als Voraussetzung zur Selbstverwirklichung zu verstehen ist. Weiter wurden die Rückbesinnung auf erfolgreich abgewickelte Projekte sowie die Projektion in die Zukunft genannt, welche helfen, schwieri-

ge Situationen zu überwinden. Eher unerwartet war, dass Kompetenz (im Sinne der Fähigkeit, relevante Aufgaben zu erledigen) als unwichtig bewertet wurde. Die Befragten betrachteten Kompetenz als Voraussetzung zur Aufnahme einer unternehmerischen Tätigkeit. Die Treibkraft der extrinsischen Motivationsfaktoren, wie Geld oder soziale Anerkennung, wurden als niedrig eingestuft. Der Grund könnte in sozial erwünschten Antworten liegen. Trotzdem betrachten die Autoren ihre Hypothese als bestätigt. Es scheint, dass in der Realität die verschiedenen Motivationsfaktoren oft nicht differenziert wahrgenommen werden. Unternehmer spüren die Motivation als ein globales Konzept und können meistens nicht wirklich sagen, welcher Teil der Motivation konkret für sie am wichtigsten ist.

Wunsch nach Freiheit und Selbstverwirklichung fördert die Selbständigkeit

Das dritte Forschungsprojekt war vom Gedanken geleitet, dass der finanzielle Anreiz, sprich mehr Geld zu verdienen, nicht der einzige Grund für den Schritt in die Selbständigkeit sein kann. Gerade in der Anfangsphase einer Unternehmung muss mit finanziellen Einbussen gerechnet werden. Weiter verliert der Unternehmer mit der Selbständigkeit die gesetzlich garantierten Sicherheiten eines Angestellten. Die Untersuchung war darauf ausgerichtet, die Wichtigkeit des finanziellen Erfolgs, der gesellschaftlichen Anerkennung (extrinsische Motive), der Freude an der Arbeit, des sozialen Beitrags zur Region, der Freiheit und der Selbstverwirklichung (intrinsische Motive) beim Entscheid zur Selbständigkeit ausfindig zu machen. Dazu wurden 19 Gründer von KMU befragt.

Die befragten Unternehmer liessen sich beim Entscheid zur Selbständigkeit mehr von intrinsischen als von extrinsischen Motiven leiten. Obwohl die meisten Unternehmer berichteten, dass sie als Unternehmer mehr Geld verdienen und mehr gesellschaftliche Anerkennung erhalten würden, spielten diese beiden extrinsischen Motive nur eine untergeordnete Rolle beim Entscheid zur Selbständigkeit. Für mehr als die Hälfte der Unternehmer war die Möglichkeit, mehr Freiheit und mehr Selbstverwirklichung zu erlan-



gen, ausschlaggebend für den Entscheid. 15 Unternehmer bewerteten den Motivationsfaktor Freiheit als wichtigen oder sehr wichtigen Grund. Mit Freiheit verbinden sie die Möglichkeit, eigenständige Entscheide zu treffen, die Arbeitszeit und das Arbeitspensum selbst einzuteilen und die Mitarbeiter selber auswählen zu können. Für zwölf Unternehmer war die Selbstverwirklichung ein sehr wichtiger Grund für den Entscheid zur Selbständigkeit. Es ging ihnen darum, eigene Schwerpunkte im Beruf zu setzen oder die eigenen Interessen und Vorlieben besser mit den eigenen Fähigkeiten abzugleichen. Im Gegensatz zur Freiheit und Selbstverwirklichung waren die Freude an der Arbeit und der soziale Beitrag zur Region weniger wichtig beim Entscheid zum Unternehmertum. Die Freude an der Arbeit schätzten die Unternehmensgründer wichtiger ein als extrinsische Faktoren.

Ältere Unternehmer wollen Prestige und sichtbaren Erfolg

Im vierten Forschungsprojekt wurden altersabhängige Faktoren für die Selbstmotivation untersucht. Ein Feld, welches in der Forschung bisher kaum beachtet wurde. Die Forschung ergab, dass insbesondere bei der Motivation, eine Firma zu gründen, Unterschiede zwischen jüngeren (unter 30 Jahre) und älteren Unternehmern bestehen. Junge Unternehmer scheinen eine gute Situation auszunützen, während ältere Unternehmer mehr durch Gewinn an Prestige, den Wunsch nach sichtbarem Erfolg, finanzielle Anreize sowie

durch nicht vorhandene Aufstiegsmöglichkeiten am bisherigen Arbeitsort dazu motiviert werden. Intrinsische Motivationsfaktoren wie Unabhängigkeit und Freude am Unternehmertum wurden von beiden Gruppen genannt.

Jedoch zeigte die Untersuchung ebenfalls, dass nach der Gründung der Unternehmung zwischen den beiden Altersgruppen keine nennenswerten Unterschiede in der Art der Selbstmotivation mehr bestehen. Es konnte festgestellt werden, dass extrinsische Motivationsfaktoren wie altersübergreifende Gespräche mit nahestehenden Personen mehrheitlich in weniger erfolgreichen Zeiten einen grösseren Stellenwert in der Selbstmotivation einnehmen, während in guten Zeiten die Selbstmotivation wie von allein geschieht. Auch die Veränderung der Selbstmotivation während der Selbstständigkeit scheint generationenübergreifend vergleichbar zu verlaufen und in zunehmend intrinsische Motivation durch die neu gewonnene Unabhängigkeit und Freiheit zu münden.

** Die Autoren dieses Artikels sind Master-Studierende der Universität St. Gallen und führten die beschriebenen Forschungsprojekte im Rahmen der Vorlesungsreihe «Forschungsmethodik und –projekte» unter Betreuung von Prof. Dr. Urs Fueglistaller, dem Direktor des Instituts für Klein- und Mittelunternehmen, durch.*

Vorsorgeberater/in für die Generalagentur in Kreuzlingen

Möchten Sie sich in einem spannenden und abwechslungsreichen Umfeld in der Finanzdienstleistungsbranche bei einem der führenden Vorsorgeanbieter in der Schweiz bewegen?

Wir suchen für die Region Kreuzlingen, für einen weiteren Ausbau auf unserer Generalagentur, Vorsorgeberater/innen im Ausendienst.

Tätigkeit

Als Vorsorgeberater/in sind Sie verantwortlich für den Ausbau des bestehenden Kundenportefeuilles (anspruchsvolle Privatkundschaft und Unternehmungen). Sie tragen Ihren Kunden durch eine intensive Kundenpflege Sorge und gewinnen neue Kunden mittels systematischer Marktbearbeitung. Sie beraten Ihre Kunden bedürfnisorientiert und erarbeiten individuelle, massgeschneiderte Lösungen in den Bereichen Vorsorge und Kapitalanlage.

Anforderungen

Für diese abwechslungsreiche Beratungs- und Verkaufstätigkeit bringen Sie eine kaufmännische oder eine technische Ausbildung mit, ergänzt durch eine kaufmännische Weiterbildung. Idealerweise sind Sie über 30 Jahre alt und verfügen über einige Jahre Berufserfahrung im Verkauf von Finanzdienstleistungen und haben vorzugsweise den Versicherungsfachausweis erwor-

ben. Sie können Ihre fundierten Kenntnisse im Bereich Steuer-Erbrecht sowie Sozialversicherungswesen inkl. BVG täglich einsetzen.

Wir bieten Ihnen nach einer seriösen Einführung eine spannende Tätigkeit mit viel Handlungsspielraum und vielseitigen Perspektiven. Ein leistungsorientiertes, attraktives Salärssystem sowie grosszügige Sozialleistungen runden unser Angebot ab.

Sind Sie an einer langfristigen Herausforderung interessiert? Dann zögern Sie nicht und kontaktieren Sie uns! Für telefonische Vorabklärungen stehen Ihnen Herr Marcel Balli, Verkaufsleiter, Telefon 071 677 16 88, und Frau Claudia Böni-Nitsch, 071 221 25 63 gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Winterthur Versicherungen

Human Resources
Claudia Böni-Nitsch
DC 5131
Teufenerstrasse 20
Postfach 2263
CH-9001 St. Gallen
Telefon 071 221 25 63
claudia.boeni@winterthur.ch

Weitere Stellen unter
www.winterthur.com/jobs

Wechsel bei der IHK

Nach fünfjähriger Tätigkeit verlässt Urs Schönholzer die Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell. Der Ostschweiz bleibt der 30-Jährige treu, denn per 1. April wechselt er zur freicom beziehungsmanagement und kommunikation ag. Seine Nachfolge wird René Güntensperger von der Viscom antreten.

TEXT: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ZVG.



Urs Schönholzer: «Besonders wichtig war mit der Kontakt mit den Unternehmerinnen und Unternehmern, sei es über den Vorstand der Handelskammer oder über den direkten Kontakt mit IHK-Mitgliedern.»

Urs Schönholzer war bei der IHK der Mann im Hintergrund. Wann immer die Kammer einen Anlass durchführte oder eine Botschaft zu kommunizieren hatte, liefen die Fäden bei ihm zusammen. Doch nun nach fünf Jahren Tätigkeit an der Gallusstrasse ist Schluss. «Da ich bei der IHK Anfang 2007 die Umsetzung der neuen Kommunikationsstrategie abschliessen konnte, war dies für mich ein idealer Zeitpunkt für einen Stellenwechsel», erklärt Urs Schönholzer. Sein Wissen und seine Erfahrung wird er künftig als Berater bei der freicom ag an Ostschweizer Unternehmen weiter geben. Diese Tätigkeit decke sich auch ideal mit seinem berufsbegleitenden Nachdiplomstudium in Unternehmenskommunikation, so Schönholzer.

Wirtschaftspolitik und Kommunikation

Während seiner Zeit bei der IHK war Schönholzer in zwei verschiedenen Bereichen tätig. Im Februar 2002, noch während seinem Studium an der HSG, hat er als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Bereich Wirtschaftspolitik gearbeitet. In dieser Funktion bestand sein Aufgabengebiet vor allem im Ausarbeiten von Entscheidungsgrundlagen für die Wirtschaftspolitik und in der Führung verschiedener Projekte, unter anderem als Mitautor der grossen IHK-Studie 2003. Auf Anfang 2005 hat Schönholzer - der heute in Winterthur lebt - die Leitung des Bereichs Organisation und Kommunikation übernommen. In dieser Funktion war er verantwortlich für die gesamte Öffentlichkeitsarbeit der IHK.

Gewichtige Stimme

Damit war Schönholzer in einer Zeit für die Industrie- und Handelskammer tätig, in der diese ihr Profil massgeblich stärkte. Die Stimme der IHK ist heute gewichtiger als noch vor einigen

Jahren. «Im Bereich Wirtschaftspolitik, Wirtschaftsanalyse und Konjunkturbeobachtung ist die Handelskammer dank mehrjähriger Aufbauarbeit heute unbestrittene Nummer 1 in der Ostschweiz», so Schönholzer. Und auch beim zweiten Standbein habe die Kammer Fortschritte machen können, indem sie ihr Angebot vor allem in den Bereichen Exportberatung und praxisorientierte Weiterbildung schrittweise ausgebaut habe.

Stärkung der «Marke IHK»

Die Profilierung der «Marke IHK» bezeichnet Schönholzer denn auch als eine der grössten Herausforderung während seiner Tätigkeit bei der Handelskammer. «Die im 2005 entwickelte neue Kommunikationsstrategie sieht ein ganzes Bündel an Massnahmen vor, wie zum Beispiel die Verstärkung der Medienarbeit, die Lancierung eines neuen Wirtschafts- und Verbandsmagazins mit hoher Auflage, den Ausbau der elektronischen Kommunikation mit den Mitgliedern oder die Einführung eines frischen und einheitlichen Erscheinungsbildes für die Kommunikationsträger der Handelskammer. Dies alles hat zum Ziel, dass die IHK in der Öffentlichkeit als führender Ostschweizer Wirtschaftsverband wahrgenommen wird.»

Damit kann Schönholzer sein Aufgabengebiet also mit gutem Gewissen in neue Hände geben. Seine Nachfolge wird auf den 1. Juni der zurzeit noch für die Viscom tätige René Güntensperger antreten.

St.Gallen ins Zentrum rücken

Namhafte Vertreter aus Politik und Wirtschaft haben die IG Standortmarketing St.Gallen (IGSG) gegründet, um die Region St.Gallen als Zentrum der Ostschweiz zu stärken und zu fördern. In den nächsten Monaten sollen die konkreten Aktivitäten sowie erste Massnahmen präsentiert und eine breite Trägerschaft aufgebaut werden.

Seit Sommer 2006 befassen sich Vertreter aus Politik und Wirtschaft im Rahmen der IGSG ausführlich mit der Zukunft der Region St.Gallen. Die Ziele lauten: St.Gallen soll selbstbewusst als Zentrum der Ostschweiz auftreten und auch als solches wahrgenommen werden. Die Region soll auf ihren eigenen Stärken aufbauen, diese weiterentwickeln und kommunizieren. Insbesondere soll St.Gallen national und international als der Standort für anwendungsorientiertes Wissen etabliert und verankert werden. Die IGSG versteht die Region St.Gallen primär als Wirtschaftsgebiet und Lebensort. Zur Region St.Gallen gehören die Stadt St.Gallen und alle Gemeinden, die sich wirtschaftlich, kulturell und gesellschaftlich mit ihr verbunden fühlen.

St.Galler für St.Gallen

Zurzeit sind Entscheidungsträger der Stadt St.Gallen, der Wirtschaft Region St.Gallen (WISG), von St.Gallen-Bodensee Tourismus, der Ortsbürgergemeinde St.Gallen und der Olma Messen St.Gallen im Steuerungsausschuss der IGSG vertreten. Dazu kommen in beratender Funktion zahlreiche Experten aus den Bereichen Bildung, Kultur und Wirtschaft. Es handelt sich um das erste Projekt im Bereich Standortmarketing, das sich umfassend mit der Region St.Gallen beschäftigt. Bisher leisteten zwar einzelne Stellen – wie die Wirtschaftsförderung der Stadt St.Gallen oder St.Gallen-Bodensee Tourismus – gute Arbeit in Teilbereichen, doch ein einheitliches, systematisches Standortmarketing für die Region St.Gallen fehlte. Und genau das will nun die IGSG ändern.

Weiteres Vorgehen

Die Ziele stehen fest. Die Region St.Gallen übernimmt die Zentrumsfunktion in der Ostschweiz und etabliert sich bis über die Grenzen hinaus als Standort für anwendungsorientiertes Wissen. Politik und Wirtschaft werden nun gemeinsam die Aufgaben für ein solches Standortmarketing definieren und ausarbeiten. Dabei geht es hauptsächlich um die Förderung und Vermarktung der Standortvorteile, um Markenführung und Imagepflege sowie um eine wirksam koordinierte Standortkommunikation. Erste Ergebnisse dieses Konzepts werden den Vertretern der eingeladenen Standortträger am 15. Mai an einem speziellen Anlass präsentiert.

Mitmachen, vernetzen, profitieren

Dazu findet am 15. Mai in den Olma Messen St.Gallen das Standort-Forum «Zukunft Region St.Gallen» statt, das von IGSG organisiert wird. Ziel der Veranstaltung ist es, einerseits über den Stand des Projekts für ein Standortmarketing Region St.Gallen zu informieren und die zahlreichen Vorteile einer regionalen Vernetzung aufzuzeigen. Andererseits sollen an diesem Tag möglichst viele Teilnehmende für die Idee und für eine aktive Mitwirkung gewonnen werden. Mit einer breiten finanziellen und ideellen Unterstützung durch möglichst zahlreiche Partner kann der erforderliche Massnahmenplan erfolgreich umgesetzt werden. Finanzielle Unterstützung und koordinierte Leistungen sind für die IGSG ganz klar eine Investition in die Zukunft der Region St.Gallen.

Wer ist IGSG?

Fünf Gründerorganisationen haben das Haupt-Patronat übernommen und sitzen als Auftraggeber des Projekts im Steuerungsausschuss:

- **Martin Huser**, Wirtschaft Region St.Gallen (Vorsitz IGSG)
- **Thomas Scheitlin**, Stadt St.Gallen
- **René Romanin**, St.Gallen-Bodensee Tourismus
- **Hanspeter Egli**, Olma Messen St.Gallen / Congress Events St.Gallen
- **Arno Noger**, Ortsbürgergemeinde St. Gallen

Dazu kommen die Experten:

- **Daniel Ehrat**, St.Galler Tagblatt AG
- **Peter Grob**, Wirtschaftsförderung der Stadt St.Gallen
- **Ernst Mohr**, Universität St.Gallen
- **Nicolo Paganini**, Amt für Wirtschaft des Kantons St.Gallen
- **Roland Scherer**, Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St.Gallen
- **Rolf Schmitter**, Ortsgemeinde Straubenzell
- **Patrik Sonderegger**, Marketing und Kommunikation der Universität St.Gallen
- **Boris Tschirky**, St.Gallen-Bodensee Tourismus
- **Sebastian Wörwag**, FHS St.Gallen
- **Priska Ziegler**, Mosaic



«In zehn Jahren weiss man mehr»

Im Gespräch mit Martin Huser, Wirtschaft Region St.Gallen (Vorsitz IGSG)

INTERVIEW UND BILD: MARCEL BAUMGARTNER

Herr Huser, wann kam die Idee einer IGSG auf?

Martin Huser: Die WISG hat sich schon seit Jahren für gezielte Standortaktivitäten eingesetzt. Als Franz Hagmann Stadtpräsident wurde, haben wir das Thema wieder aufgenommen und – zusammen mit St.Gallen-Bodensee Tourismus, Olma Messen St.Gallen und den Ortsbürgergemeinden – drei Agenturen zu einer Präsentation für ein Standortmarketingkonzept der Region St.Gallen eingeladen. Die Arbeit der Gfs Communications hat die vier Institutionen und die Stadt am meisten überzeugt. Kurz darauf wurde von den fünf Partnern die IG Standortmarketing Region St.Gallen gegründet und mit den Vorarbeiten für die Umsetzung begonnen.

Die Region St.Gallen soll als Zentrum der Ostschweiz gestärkt werden. Mit welchen konkreten Mitteln wollen Sie dies erreichen?

Mit Hilfe des geplanten Standortmarketings wollen wir in der Region mehr Selbstbewusstsein und eine klare Identität als das Zentrum der Ostschweiz schaffen. Nach aussen wollen wir das entsprechende positive Image als führendes Zentrum für anwendungsorientiertes Wissen vermitteln. Dabei verfolgt die IGSG die übergeordneten Ziele – Förderung und Vermarktung der Standortvorteile, Markenführung und Imagepflege –, koordiniert diese mit den vielen Standortträgern und macht die Region nach aussen bekannt. Das heisst, die Standortträger – z.B. Universität, Wirtschaftsförderung und Wohnortmarketing, Kongress- und Eventmanagement

etc. – arbeiten im Rahmen der erwähnten Positionierung wie bisher selbstständig weiter, um ihre eigenen Ziele, unterstützt durch die Standortpositionierung, besser und wirksamer erreichen zu können. Für die gemeinsam notwendigen finanziellen Mittel und Aktivitäten braucht es eine breit abgestützte «Private Public Partnership»-Organisation. Diese soll von der öffentlichen Hand (Stadt, umliegende Gemeinden, Kanton), der Wirtschaft und von anderen wichtigen Standortträgern gemeinsam geführt und getragen werden.

Wie lässt sich überprüfen, ob die IGSG die Ziele erreicht?

Ein Standortmarketing ist erfolgreich, wenn eine langfristige Strategie verfolgt wird. Mit einer klaren Zielsetzung sowie einer breiten Trägerschaft und Verankerung in der angestrebten Form des Public Private Partnerships kann die Region St.Gallen im nationalen und internationalen Standortwettbewerb gestärkt werden. Konkret soll die Standortattraktivität der Region neue Bewohnerinnen und Bewohner sowie Unternehmen anziehen, die die Vorteile von St.Gallen als Zentrum für anwendungsorientiertes Wissen mit hoher Lebensqualität nutzen wollen. Ebenso viel Wert soll auf die Pflege der bestehenden Arbeitsplätze und der Wohnbevölkerung gelegt werden.

Welchen zeitlichen Horizont haben Sie sich gesetzt?

Der Erfolg eines konsequent betriebenen Standortmarketings braucht seine Zeit. Die erwähn-

te Zentrumsleistung muss in den nächsten Jahren besser und zielgerichtet kommuniziert und in den Köpfen positiv verankert werden. Das kann im nationalen und internationalen Umfeld nur gelingen, wenn auch die politischen Verantwortlichen der Stadt dies erkennen und entsprechend handeln. In zehn Jahren werden wir voraussichtlich erkennen können, welcher Aufwand sich gelohnt hat.

Welche finanziellen Mittel stehen der IGSG zur Verfügung?

Die ganzen Vorarbeiten seit letzten Sommer sowie das geplante Standort-Forum «Zukunft Region St.Gallen» vom 15. Mai 2007 sind durch die fünf Partner finanziell gedeckt. Der weitere Aktivitätenplan, der nach dem Forum ausgeführt werden soll, braucht jedoch noch die entsprechende Finanzierung. Dazu wollen wir während und nach dem Forum eine möglichst breite Trägerschaft aus Politik, Bildung und Wirtschaft gewinnen, die sich für das Projekt verpflichtet und auch finanzielle Unterstützung bietet. Selbstverständlich wird die Finanzierung entscheidend von den noch fest zu legenden Massnahmen und Projekten abhängen. Beides wird sich in den nächsten Monaten konkretisieren.

Wo gibt es Überschneidungen mit anderen Organisationen wie beispielsweise der WISG?

Die IGSG strebt die gemeinsame Ausrichtung und die Koordination unter den verschiedenen Leistungsträgern wie St.Gallen-Bodensee Tourismus, Wirtschaftsförderung und Wohnortmarketing, Universität, FH, WISG, diverse Veranstalter im Bildungs-, Kultur- und Sportbereich an. Sie alle profitieren von einer gemeinsamen Plattform und können sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren. Beides spart Zeit und Geld und macht es möglich, frühzeitig allfällige Überschneidungen im beidseitigen Interesse zu lösen. So kann jeder für sich im Sinne der vereinbarten Positionierung handeln. Gemeinsam bilden wir das Zentrum der Ostschweiz und sind ein führender Standort für anwendungsorientiertes Wissen.

Ein Wettbewerbsvorteil für die KMU

Bundesrätin Doris Leuthard sprach an der Veranstaltung «Familienfreundliche Unternehmenspolitik – Innovative Impulse für KMU» zum Thema «Vereinbarkeit von Beruf und Familie» und machte dabei heftig Werbung für das KMU-Handbuch «Beruf und Familie». Nachfolgend ihre Rede.



«Als Vorsteherin des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements bin ich für eine gut funktionierende und prosperierende Wirtschaft verantwortlich und setze mich für eine Stärkung des Wirtschaftsstandortes Schweiz ein. Die Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familienleben ist dabei eine Handlungsachse. Sie bringt eine höhere Arbeitsproduktivität, ein grösseres Arbeitsangebot, eine effizientere Nutzung des Humankapitals und schliesslich Wirtschaftswachstum. Neben dem Ausbau der familienergänzenden Kinderbetreuung geht es um in den günstigeren Arbeitsbedingungen für die Eltern. Hier sind Sie, die Unternehmen, gefordert!

Es lohnt sich

Die KMU sind das Rückgrat der Schweizer Wirtschaft. Sie beschäftigen rund zwei Drittel aller Arbeitskräfte in unserem Land. Deshalb ist es mir ein Anliegen, dass gerade in diesen Unternehmen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessert werden kann.

Meine Botschaft an Sie als KMU-Unternehmerinnen und KMU-Unternehmer lautet deshalb: Vereinbarkeit von Beruf und Familie in KMU ist möglich und lohnt sich! Um Sie bei der Umsetzung von Massnahmen in ihren Betriebsalltag zu unterstützen, stelle ich Ihnen eine zielgerichtete Hilfe zur Verfügung: Das KMU-Handbuch «Beruf und Familie».

Direkt und informell

Etliche KMU – wie übrigens auch grosse Unternehmen – können in ihrem Betrieb in Sachen Vereinbarkeit Beruf und Familie noch Fortschritte machen. Zwar verfügen die KMU nicht über die gleichen Ressourcen wie die Grossen. Sie können jedoch andere, ebenso wichtige Trümpfe ausspielen: Der Kontakt zwischen Chef und Angestellten ist direkt und informell. KMU können flexibler agieren und der Situation angepasst rascher Lösungen finden. Hier können auch kleine Schritte grosse Wirkung haben! Ich denke dabei zum Beispiel an die Flexibilisierung der Arbeitszeit, die Teilzeitarbeit und die Telearbeit.

Für KMU gibt es unzählige Möglichkeiten, flexibel auf die Bedürfnisse ihrer Mitarbeitenden zu reagieren und dabei gleichzeitig den betrieblichen Erfordernissen Rechnung zu tragen. Nur um ein Beispiel zu erwähnen: Einige KMU-Verantwortliche werden sagen «ja, aber das Arbeitsvolumen schwankt stark, der Termindruck ist hoch.»

Es gibt aber bei vielen «Ja, aber...» Lösungen, auch wenn die Situation zuerst ungünstig erscheint. Es ist richtig, dass das Arbeitsvolumen in einem KMU stark schwankt und der Termindruck hoch ist: Wenn die Schwankungen des Arbeitsanfalls vorhersehbar sind, kann ein Jahresarbeitszeitmodell eingeführt werden. El-

tern kommt dies sehr entgegen. So können sie beispielsweise während der Schulferien Überstunden kompensieren. Sind Phasen mit hohem Zeitdruck unvorhersehbar jedoch nötig und vorübergehend, sind Eltern eher bereit, für den Betrieb einzuspringen, wenn sich dieser bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf entgegenkommend zeigt. Das führt auf beiden Seiten zu einer WinWin-Situation.

Die Vorteile

- KMU-Unternehmerinnen und -Unternehmer gewinnen aus der Vereinbarkeit von Beruf und Familie entscheidende Vorteile für ihren Betrieb. Ich nenne nur einige:
- Die Verbesserung der Motivation und der Leistungsbereitschaft der Mitarbeitenden steigert ihre Produktivität.
- Weniger Abwesenheiten und Personalwechsel erlauben eine Senkung der Kosten für Personalsuche und Einarbeitung.
- Familienfreundliche Massnahmen erhöhen die Attraktivität des Unternehmens auf dem Arbeitsmarkt. Das dürfte sich angesichts des Bedarfs nach qualifizierten Arbeitskräften auch als Wettbewerbsvorteil erweisen.
- Die Verteilung der Verantwortung und der Fachkenntnisse auf mehrere Schultern reduziert die Risiken für das Unternehmen.

Achtprozentige Rendite

Dass sich eine familienfreundliche Unternehmensführung betriebswirtschaftlich auszahlt, haben wir mit der sogenannten «Prognos-Stu-

die» bereits 2005 aufgezeigt; gemeinsam mit verschiedenen Grossunternehmen - aus Ihrer Region hat sich auch Herr Pierin Vinzenz mit der Raiffeisen Gruppe beteiligt. Die Modellrechnung der Studie weist eine achtprozentige Rendite der Investitionen aus.

Ich bin mir der täglichen Herausforderungen bewusst, die KMU-Verantwortliche zu meistern haben. Ich weiss: Der Kostendruck ist hoch und ihre Zeit kostbar. Deshalb stelle ich Ihnen das KMU-Handbuch «Beruf und Familie» zur Verfügung. Dieses Arbeitsinstrument, übersichtlich und praxisorientiert, wurde vom Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) speziell für sie erarbeitet.

Weil es keine Patentrezepte gibt, und jede Lösung massgeschneidert an die individuelle Situation angepasst werden muss, stellt das Handbuch eine breite Palette möglicher Massnahmen vor, beleuchtet mit den jeweiligen Vorteilen und Kosten. Es beinhaltet Tipps und Hilfsmittel zur konkreten Umsetzung und weist auf Stolpersteine hin, die es zu beachten gilt.

Es ermöglicht Einblicke in die Praxis: KMU erzählen an Hand von Beispielen von eigenen Erfahrungen, die sie bei der Umsetzung von verschiedenen Massnahmen gemacht haben. Unter anderem wird in einem der Praxisbeispiele auch ein St.Galler Unternehmen porträtiert: Die Thomann Nutzfahrzeuge AG aus Schmerikon zeigt vorbildlich, wie auch in einem männ-



erdominierten Unternehmen die Vereinbarkeit umgesetzt werden kann. 2003 hat die Thomann AG dann auch den St.Galler Innovationspreis für Familienfreundlichkeit «PPIFF» erhalten.

Handbuch anwenden

Der Schweizerische Gewerbeverband und der Schweizerischen Arbeitgeberverband unterstützen unsere Initiative und das Handbuch. Ihre Verbände beteiligen sich aktiv bei der Werbung und der Verbreitung dieses Arbeitsinstruments. Gemeinsam mit den Wirtschaftskreisen, hoffe ich, die KMU von der Vereinbarkeit von Beruf und Familie überzeugen zu können. Der Erfolg familienfreundlicher Arbeitsmodelle hängt wesentlich davon ab, dass möglichst viele Arbeitgeber dieses Handbuch kennen und anwenden können.

Ich ermutige Sie: Nutzen Sie dieses Arbeitsinstrument! Es wird zu Ihrem Erfolg; es wird zum Erfolg der gesamten Volkswirtschaft beitragen!

Bundesrätin Doris Leuthard, Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD

Anzeige



Augenweide

Der brandneue Iveco Daily: Schön zu sehen, schön zu fahren. Leistungsstark, äusserst robust und dabei enorm komfortabel! Ganz einfach der neue Standard für leichte Nutzfahrzeuge! Kommen Sie jetzt zur Probefahrt.

IVECO **NATER**
NUTZFAHRZEUGE

Nater Nutzfahrzeuge AG

Hauptstrasse 104

9422 Staad

T 071 858 66 66

Grüneck

8555 Müllheim

T 052 763 29 23

www.nater.ch

Affeltrangen: Hans Stauffer AG, Tel. 071 917 12 45, Amriswil: Walter Suter, Tel. 071 411 44 88, Chur: Docar AG, Tel. 081 258 66 27, St.Gallen: Fürk + Zeilinger AG, Tel. 071 288 11 33, Schwarzenbach: Küng Nutzfahrzeuge AG, Tel. 071 929 55 44, Tuggen: Ronner Nutzfahrzeuge AG, Tel. 055 445 13 28

CITY-GARAGE AG

Die Vertrauensgarage ganz in Ihrer Nähe



info@city-garage.ch **Gerlenfeld** www.city-garage.ch
 Zürcher Strasse 162, Postfach 364, 9001 St. Gallen
 Telefon 071 274 80 74 Fax 071 274 80 78



Heiligkreuz St. Gallen
 Langgasse 106

Tel. 071 244 54 40 Fax 071 244 52 61

Occasions-Zentrum

Breitfeld St. Gallen
 Zürcher Strasse 505

Tel. 071 310 25 40 Fax 071 310 25 41

city-Kontakt

Autozubehör
 Gerlenfeld St. Gallen

Tel. 071 274 80 70 Fax 071 274 80 70

Europcar

Autovermietung Parkgarage
 Neumarkt St. Gallen

Tel. 071 222 11 14 Fax 071 222 01 57



Wil SG
 Rainstrasse 7

Tel. 071 929 80 20 Fax 071 929 80 21



Rickenbach TG
 Breitestrasse 3

Tel. 071 929 80 30 Fax 071 929 80 31



Goldach SG
 St. Galler Strasse 76

Tel. 071 844 50 30 Fax 071 844 50 31



Heiden AR
 Gerbestrasse 8

Tel. 071 891 28 91 Fax 071 891 28 13



Ob Gross – Der Actros

**Ob Klein –
 Der Vito**



bei uns sind Sie gut bedient.

altherr nesslau

Lastwagen-Reparatur-Werkstätte

9650 Nesslau

Telefon 071 994 12 52
 www.altherr.ch



Mercedes-Benz
 Nutzfahrzeuge



Mercedes-Benz
 Nutzfahrzeuge

exklusiv bei der Druckerei Lutz AG



**Für mehr
 Ökologie und Qualität**

eps eco-printing-system®

eps – eco-printing-system® setzt neue Massstäbe in der Einsparung und Schonung wertvoller Ressourcen. Neueste Erkenntnisse der Nano-Technologie ermöglichen den Offsetdruck ohne chemische Zusätze und frei von FCKW. eps – eco-printing-system® schont nicht nur die Umwelt sondern durch Einsparung an Papier und chemischen Produkten auch Ihr Portemon-

naie. Weitere interessante Möglichkeiten: Gleichbleibendes Druckresultat über die gesamte Auflage (auch bei Wiederholauflagen) sowie eine Farb- und Bild-Wiedergabe auf höchstem Niveau. Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne!



Druckerei Lutz AG, Hauptstrasse 18, CH-9042 Speicher, Tel. 071 344 13 78, www.druckereilutz.ch



steuerpartner ag
 Steuer- und Wirtschaftsberatung

*Ihre Spezialisten in der Region
 für nationale und internationale
 Steuerberatung*

Vadianstrasse 44
 CH-9001 St. Gallen

Tel. ++41 (0)71 224 11 11
 Fax ++41 (0)71 224 11 33

info@steuerpartner.ch
 www.steuerpartner.ch

Geschäftsführende Partner:

Dr. Mathias Oertli | Walter Stiefel | Werner Bollhalder | Thomas Christen

Ihre Steuerberater

«Generation Gold» versus «Young Generation»

Nach zwei äusserst erfolgreichen Durchführungen geht der Ostschweizer Personaltag am Donnerstag, 7. Juni, in die dritte Runde. Die Tagung im Fürstenlandsaal in Gossau stellt diesmal das Thema «Generation Gold» versus «Young Generation» in den Mittelpunkt.



Blick in den Vortragssaal am Ostschweizer Personaltag 2006

Mit 430 Teilnehmenden war der 2. Ostschweizer Personaltag ein voller Erfolg. Für die dritte Austragung erhoffen sich die Organisatoren ebenfalls wieder ein grosses Interesse. Denn das Thema ist hochaktuell: Immer mehr Unternehmen müssen sich nämlich mit dem demografischen Wandel unserer Gesellschaft auseinandersetzen. Das Programm besteht aus interessanten Referaten und einem Talk mit spannenden Gästen. Dazu wird auch wieder ein eigenes Vorprogramm mit Workshops angeboten.

Aus Praxis und Wissenschaft

Der diesjährige Referenten-Mix verspricht einmal mehr Hochspannung. Doris Aebi, Mitinhaberin der Executive Search Firma aebi+kuehni ag, erlebt die Konsequenzen des demografischen und gesellschaftlichen Wandels auf die Besetzung von Management-Positionen hautnah. Der demografische Wandel macht aber auch vor unseren Nachbarn nicht halt: Manfred Brandl, Geschäftsführer Produktion des Liebherr-Werks im

vorarlbergischen Nenzing bringt umfangreiche Praxiserfahrungen mit. Die wissenschaftliche Seite der Thematik wird der ehemalige Professor und Rektor der Universität St.Gallen, Rolf Dubs, beleuchten. «Das Drei-Generationen-Unternehmen: Qualitäten der Mitarbeitenden aller Altersstufen richtig nutzen» ist der Referatstitel von Markus Hundsichler. Er ist Leiter Personal der Thurgauer Kantonalbank.

In der Talkrunde diskutieren Marc Lüchinger (lernender Konstrukteur der Jansen AG), Fernando Ferrari (Leiter Personal bei der Helvetia Versicherungen, St.Gallen), Franz Gutmann von Adlatus Ostschweiz sowie Thomas Daum (Direktor des Schweizer Arbeitgeberverbands, Zürich) das Thema «Generationen im Gespräch über ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg». Moderiert wird der 3. Ostschweizer Personaltag von Mascha Santschi, Moderatorin und Redaktorin bei Radio Berner Oberland (Radio BeO) und Inhaberin der Einzelfirma SAMA Consult.

Patronat der FEP

Das Patronat für den Personaltag hat zum dritten Mal die «Freie Erfa-Gruppe Personal, Ostschweiz» (FEP) übernommen. Als Hauptsponsoren unterstützen der Stellenmarkt des Tagblatts «ostjob.ch», die «CSS Versicherung» und die «work-shop» Personalberatung den Anlass. Die «WILHELM-DMS-GRUPPE», die «Akademie St.Gallen», die «FHS St.Gallen» (Management-Weiterbildungszentrum) und der «Kaufmännische Verband Ost» treten als Co-Sponsoren auf. Als Mediensponsoren unterstützen «HR Today», «Organisator», der «Schweizer Arbeitgeber» und das Ostschweizer Unternehmernmagazin «Leader» den Anlass. Unterstützung in Form von Sachleistungen erfolgt durch «Thurella» und der «DECATRON Media AG».

www.personaltag.ch

Integrale Vermögensberatung

Um zu finanzieller Unabhängigkeit und Freiheit im Alter zu gelangen, benötigt niemand übermässige Sparanstrengungen oder überstrapazierte Nerven. Vermögensbildung ist nicht spannend. Disziplin und Zeit genügen. Im Idealfall beginnt man im Alter von 45 Jahren mit der finanziellen Planung des dritten Lebensabschnittes und überwacht diesen Prozess regelmässig, mindestens aber alle fünf Jahre.



Eine Rendite von 3% p.a. ist nicht aufregend, verdoppelt aber das eingesetzte Kapital innert 24 Jahren. Bei 4% Rendite verkürzt sich diese Frist auf 18 Jahre, bei 5% auf 14 Jahre und bei 6% auf 12 Jahre (72er Regel: 72 dividiert durch Rendite = Anzahl Jahre für die Verdoppelung des Kapitals). Für eine Kapitalverdoppelung innert 24 Jahren müssen somit keine Risiken eingegangen sondern kann viel Wert auf die Vermögenssicherung gelegt werden.

Ein unabhängiger Vermögens- und Vorsorgeberater arbeitet umfassend und berücksichtigt bei den Empfehlungen nicht nur die liquiden Mittel und klassischen Vermögensanlagen (Wertschriften) sondern auch sämtliche Möglichkeiten der steuerbegünstigten Vorsorge. Solche die Bereiche Vermögensanlagen, Vorsorge und Steuern umfassenden Beratungsleistungen werden unter dem Begriff «integrale Vermögensberatung» zusammengefasst. Unter Diversifikation wird denn auch nicht nur die Aufteilung des Wertschriftenvermögens auf verschiedene Titel sondern die Aufteilung des Gesamtvermögens in

- Liquide Mittel
- Wertschriften
- Vorsorgegelder
- Immobilien
- Hypotheken

verstanden. Im Zentrum der Empfehlungen haben die Kunden als Einzelperson, Ehepaar oder Familie zu stehen und müssen deren Lebenssituation sowie Vorstellungen und Wünsche auch für die Zeit nach Aufgabe der Erwerbstätigkeit berücksichtigt werden. Unter dem Aspekt der integralen Vermögensberatung interessieren nicht nur die finanziellen sondern auch die persönlichen Verhältnisse (Lebenssituation). Nur wenn ein unabhängiger Berater Kenntnis hat, wie sich die gesamte Einkommens-, Vorsorge- und Vermögenssituation zusammensetzt, kann dieser dem integralen Beratungsansatz gerecht werden. Nur wenn er die Wünsche und Ziele der Kunden für den «dritten Lebensabschnitt» kennt, kann er persönliche Empfehlungen für das Erreichen dieser Ziele abgeben und hierzu einen Beitrag leisten. Solche Empfehlungen haben auf den Grundsätzen zu beruhen:

Vermögen sichern – Vorsorge optimieren – Steuern sparen



Depotanalyse, Vorsorge- und Steueranalyse

Zu Beginn der Zusammenarbeit mit einem unabhängigen Vermögens- und Vorsorgeberater ist eine unverbindliche Depot-, Vorsorge- und Steueranalyse zu erstellen um zu den für eine integrale Vermögensberatung notwendigen Werten und Angaben zu gelangen. Aufgrund der Angaben zum Gesamtvermögen (AHV, BVG, gebundene und freie Vorsorge, Liegenschaften und sämtlichen übrigen Vermögenswerte, Wertschriften und Anlagen) sowie der persönlichen Vorstellungen für das Rentenalter erhalten die Kunden unverbindliche und transparente Vorschläge zur Optimierung der Vermögens-, Vorsorge- und Steuersituation.

Die Empfehlungen müssen auf die persönlichen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten und verständlich kommentiert sein. So dass diese von den Kunden selbst nachvollzogen und grundsätzlich auch durch diese selbst umgesetzt werden könnten.

Eine Vorsorge- und Steueranalyse dient nebst der Optimierung der Vorsorge- und Steuersituation als Basis für die Beratung bei der Festlegung der persönlichen Anlagestrategie. Sie hat Aspekte aus den Bereichen Vorsorgeoptimierung, Steuereinsparung und Vermögenssicherung zu beinhalten und gleichzeitig Fragen zu diesen ineinander greifenden Themen zu beantworten und Optimierungen aufzuzeigen. Eine Vorsorge- und Steueranalyse ist Bestandteil der Depotanalyse und muss für die Kunden zu Beginn der Zusammenarbeit erstellt werden. Beide Analysen, also die Depotanalyse wie auch die Vorsorge- und Steueranalyse sollten während der Zusammenarbeit als Kontrollinstrument eingesetzt und mindestens alle fünf Jahre der jeweiligen Lebenssituation angepasst werden.

PDF-Download zu den Themen Vermögensberatung, Steuern und Vorsorge

- Depotanalyse Schnell-Check
- Depotanalyse Gutschein
- Vorsorge Schnell-Check
- Checkliste BVG
- Muster Vorsorge- und Steueranalyse
- Rente oder Kapitalbezug – Checkliste
- Einkäufe in die PK – Reduzieren Sie die Steuerbelastung
- Was Sie über WEF-Vorbezüge wissen sollten
- Antworten auf häufige Fragen zum BVG
- Stichworte zur beruflichen Vorsorge
- Fälligkeiten Vorsorgeleistungen aus 2. und 3. Säule
- Beendigung Vorsorgeverhältnis in der beruflichen Vorsorge
- Wissenswertes über Freizügigkeitsleistungen
- Begünstigungsmöglichkeiten in der 2. und 3. Säule
- Vorteile der freiwilligen Vorsorge BVG für Selbständigerwerbende
- Worauf Sie bei den Steuern achten sollten – Checkliste
- Steuerhinterziehung – Inventaraufnahme im Todesfall
- ETF Exchange Trades Funds (ETFs) – innovative Produkte
- Checkliste Erbrecht – Worauf Sie achten sollten

**Angebote, Renditenvergleich, Links und vieles mehr unter
www.theinvestor.ch**



Roger Stoffel
theinvestor.ch (Schweiz) AG
9050 Appenzell
stoffel@theinvestor.ch
www.theinvestor.ch

Jetzt profitieren ...



Kompetente Infos zu Geld und Börse 8 Wochen gratis.

Der Schweizer Börsenbrief im Test. Jetzt bestellen und CHF 95.– sparen!



Bringen Sie Ihr Depot in Form. Wir zeigen Ihnen wie.

Gratis-Analyse Ihres Wertschriftendepots im Wert von CHF 1'000.–



Optimieren Sie Ihre Vorsorge- und Steuersituation.

Profitieren Sie von unserer Gratis-Analyse im Wert von CHF 1'000.–

theinvestor.ch[®]
HOUSE OF FINANCE

www.theinvestor.ch · Hotline +41 71 353 35 10

«Ich suche die Herausforderung»

Als Direktor der Ferienregion Heidiland hat Marco Wyss vieles erreicht. In den über sechs Jahren seiner Tätigkeit hat er neue Projekte ins Leben gerufen und seine Visionen verwirklicht. Mit der Lancierung des Heidimusicals ist es ihm gelungen, die Region bekannt zu machen und Identität zu schaffen. Von sich selbst sagt er: «Ich bin hartnäckig und suche die Herausforderung.»

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILD: Z.V.G.

Eigentlich habe er gar nie in die Tourismusbranche gewollt, sondern nur seinen «Marktwert» testen wollen, sagt Marco Wyss, Betriebsökonom mit Tätigkeiten im Ausland und auf einem Kreuzfahrtschiff. Ein Statement, das überrascht. Denn als Direktor der Ferienregion Heidiland hat er gemeinsam mit seinem Team in rund sechseinhalb Jahren das geschafft, was vielen Tourismusdirektoren nicht gelingt: Er hat die Region

tritt, erlangte die Marke erst in den letzten Jahren einen Bekanntheitsgrad über die Grenzen hinaus. Verantwortlich dafür ist in erster Linie Wyss, der sich zwar, wie er sagt, «an einen strategischen Rahmen zu halten hatte», gleichzeitig aber auch Ideen und vor allem eine starke Vision hatte. «Ich wusste von Anfang an, dass sich etwas Durchschlagendes ereignen sollte, damit die Wahrnehmung nach Aussen einem grossen Paukenschlag gleichkommt.»



«Heidi – das Musical» als Paukenschlag

Mit der Uraufführung von des Fünf-Millionen-Projektes «Heidi – das Musical» im Sommer 2005 kam der grosse Paukenschlag, der seinesgleichen sucht. «Als Projektinitiant des Musicals wurde meine Vision Wirklichkeit», so Wyss. Und auch hier sprechen die Zahlen für sich: 75 Prozent der rund 100'000 Musicalbesucher im Sommer 2005 und 2006 kamen von ausserhalb der Region. Der durch das Musical zusätzlich ausgelöste Umsatz in der Region im Jahr 2005 beträgt laut einer in Auftrag gegebenen Studie 9,35 Millionen Franken, die regional zusätzlich total ausgelöste Bruttowertschöpfung beläuft sich auf knapp drei Millionen Franken. Insgesamt wurden im Jahr 2005 in der Region durch das Musical zusätzlich 16'300 Logiernächte verzeichnet. Zudem resultierten 2005 aus dem daraus entstandenen Beschäftigungsvolumen 32 hypothetische Vollzeit-Jahresstellen in der Region. «Die Tatsache, dass nun jährlich von Ende Juli bis Anfang September ein Musical rund um die Heidigeschichte in Walenstadt aufgeführt wird, ist die Vision der Vision. Die Herausforderung diesen Erfolg nun aufrechtzuerhalten, ist für alle Involvierten genau so anspruchsvoll wie die erste Lancierung der Uraufführung», erklärt Wyss. Die TSW Event AG, welche sich für das Musical verantwortlich zeichnet und eigens dafür gegründet wurde, ist zwi-

über die Grenzen hinaus bekannt gemacht, Identität geschaffen. Seine Eigenschaften kamen ihm hierbei sicherlich zugute: «Ich bin hartnäckig und suche die Herausforderung. Ich gehe in schwierigen Aufgaben auf», gesteht er.

Ideen und Visionen

Und der Erfolg gibt ihm Recht. Obwohl die Region Sarganserland-Walensee nun seit zehn Jahren touristisch als Ferienregion Heidiland auf-

schenzeitlich ein Ganzjahresbetrieb mit Festangestellten und Sitz in Walenstadt geworden.

«Welche positiven Konsequenzen dieses Musical aufweist, werden viele Leute erst in zehn Jahren bewusst wahrnehmen. Eines ist aber jetzt schon sicher: Das Musical ist nachhaltig effektiv und hat Identität geschaffen. Die Leute aus der Region sind stolz», ist Wyss überzeugt. Unter den stolzen Leuten sind auch ehemalige Kritiker. All die Leute, die sich anfangs gegen die Bezeichnung «Ferienregion Heidiland» wehrten, sich damit nicht identifizieren konnten. «Ich war mir von Anfang an bewusst, dass das so ist, hatte aber nie Probleme damit. Ich möchte auch keinen Sarganser oder Flumser zu einem Heildländer machen. Fakt ist aber, dass die touristische Region unter dem Namen Ferienregion Heidiland touristisch erfolgreich auftritt und vermarktet wird.»

Starkes Produktmanagement

Wyss hat es als Direktor der Ferienregion Heidiland aber nicht nur geschafft, ein Musical auf die Beine zu stellen. Er und sein Team hatten auch bei drei weiteren, wichtigen Projekten die Finger im Spiel.

Mit dem Regio-Plus-Projekt «Heidiland Turbo» werden die touristische Region und ihre Produktentwicklung gestärkt. Die Ferienregion Heidiland erhält dafür von Bund, Kanton und Region verteilt auf fünf Jahre rund 1,7 Millionen Franken. Der Erfolg ist unverkennbar und wird gar im Tourismusbericht des Kantons St. Gallen festgehalten. Dieser wurde im Oktober des letzten Jahres veröffentlicht und bietet einen umfangreichen Einblick in die St. Galler Tourismuspolitik. Dem Bericht ist unter anderem zu entnehmen, dass die «Ferienregion Heidiland ein Produktmanagement in massiver Form eingeführt hat» und dieses unter Marco Wyss «stärker betreibt als jeder einzelne Subort. Kaum eine Region, besonders im voralpinen Raum, kann ein derart kreatives und erfolgreiches Produktmarketing aufweisen.»

IT-Lösung und Heidiland-Card

Ein weiteres, wichtiges Projekt ist eine neue IT-Kooperation, welche gemeinsam mit Schweiz Tourismus entwickelt wurde. Damals war die Ferienregion Heidiland Pilot-Destination. Heute kommt die Lösung branchenweit zum Einsatz. «Mit Hilfe diesen gemeinsam genutzten Technologien können Mittel und Ressourcen der einzel-

nen Tourismusorganisationen konzentriert werden und anderweitig gezielt eingesetzt werden», beschreibt Wyss. Diese Art von Tourismus-Kooperation entspricht einem branchenweiten Meilenstein.

Das dritte Projekt ist die Heidiland-Card, welche den Gästen in der Region seit anfangs des letzten Sommers zur Verfügung steht. «Mit der Heidiland-Card sind wir die erste Region überhaupt, die regionale SBB-Leistungen pauschal in eine Gästekarte integriert», betont Wyss. Mit der Heidiland-Card haben die Gäste in der Region die Möglichkeit, während drei Tagen für 45 Franken oder 90 Franken für die ganze Familie sämtliche Bergbahnen, Schiff und öffentlichen Verkehrsmittel gratis zu benützen. Zudem ist mit der Heidiland-Card der Eintritt in die Tamina Therme frei und es gibt 20 Prozent Rabatt auf Musical-Tickets. «Qualitativ ist die Karte ein voller Erfolg. Der Gast ist heute soweit, dass er beispielsweise von Bad Ragaz aus einen Tagesausflug nach Amden unternimmt. Die Karte fördert die regionale Angebots-Vernetzung. Quantitativ ist die Zielvorgabe noch nicht erreicht», so Wyss.

Marschhalt einlegen

Nebst zahlreichen Projekten haben Wyss und sein Team die Marke Heidiland nachhaltig gestärkt. «Nun ist es an der Zeit, einmal einen Marschhalt im Sinne einer Konsolidierung einzulegen, um sich daraus weiter zu entwickeln. Dies ist eine fundamentale Überlegung», erklärt er. Ihn interessiert nicht primär, wie die Region in einem oder zwei Jahren ausschaue, sondern: «Ich will wissen, wo die Ferienregion Heidiland in zehn Jahren und danach steht. Für mich steht die Region als Ganzes im Vordergrund». Deshalb muss laut Wyss nun auf dem bestehenden Fundament weiter auf- und ausgebaut werden. Optimierungen sind möglich, sowohl im strukturellen Bereich der Tourismusregion, als auch in der Weiterentwicklung und Optimierung bestehender Produkte. Dies bestätigt auch oben genannte Studie. Der Bericht unterstreicht aber auch die Überlegung eines Marschhalts von Wyss. So heisst es unter dem Punkt «Grossevent fortsetzen»: «Möglichst sollte es eine Fortsetzung des mit dem Musical erreichten grossen Erfolgs einer Veranstaltung, die den Namen «Heidiland» in die Welt und die Idee «Heidi» in die Region trägt, geben.» Auch sollte laut Bericht das Projekt «Heidiland-Card» unbedingt fortgesetzt werden.

Alles erreicht?

Eigentlich könnte sich der 35-Jährige nun mit gutem Gewissen zurücklehnen und das Erreichte geniessen. Wer ihn aber kennt, weiss, dass er das nicht kann. «Mich interessieren Ergebnisse. Ich bin ein Visionär. Ich bin ein Mensch, der etwas schaffen, etwas produzieren muss.» Und deshalb werde er alles daran setzen, dass die bereits gefestigte Marke Ferienregion Heidiland auch über die Grenze hinaus als etablierte Marke daher komme, dass die Region auch in Zukunft eine klare touristische Identität habe und die gefestigten Strukturen, sowohl nach Innen als auch nach Aussen, vorhanden seien. «Die Region muss sich über Angebote und Events überdurchschnittlich etablieren.»

Und wenn dieses Ziel auch erreicht ist? Wyss: «Dann möchte ich endlich einmal als Gast in der Region Ferien machen.»

Ferienregion Heidiland

In der Ferienregion wird laut Tourismusbericht «sparsam gewirtschaftet». Die Tourismusorganisation verfügt über ein Budget von 1,4 Millionen Franken jährlich (inklusive Regio-Plus-Beitrag). Im letzten Jahr wurden in der Ferienregion Heidiland in der Hotellerie insgesamt 446'093 Logiernächte verzeichnet. Dies entspricht einem Plus von 4,5 Prozent gegenüber 2005. Ähnlich sieht es bei den Ankünften aus. Diese haben um 5,5 Prozent auf 158'599 zugenommen. Der grösste Teil der Gäste kommen aus der Schweiz (rund 70 Prozent) und aus Deutschland (rund 20 Prozent).



Ruedi Aerni



Marianne Koller

«Ein verlässlicher Partner sein»

Mit einer Wirtschaftsstrategie will sich der Kanton Appenzell Ausserrhoden als leistungsstarker Standort mit wettbewerbsfähigen Unternehmen profilieren. Die erarbeitete Wirtschaftsstrategie beschreibt fünf Strategiefelder, in denen der Kanton in den nächsten acht Jahren Erfolge erzielen will.

TEXT UND BILDER: MARTINA NIKLAUS

«Der Regierungsrat will ein verlässlicher Partner sein für Politik und Wirtschaft. Mit der erarbeiteten Strategie wird der wirtschaftspolitische Kurs der Regierung klar aufgezeigt», erklärt Regierungsrätin Marianne Koller. Die Wirtschaftsstrategie ist Teil des Regierungsprogramms 2007 – 2011. Das Grundlagendokument wurde vom Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St.Gallen erarbeitet. Die Wirtschaftsstrategie basiert auf einer Analyse des Wirtschaftsraums Appenzell Ausserrhoden.

Stärken und Schwächen aufzeigen

Ziel der Analyse war es, Stärken und Schwächen, Chancen und Gefahren der heutigen Wirtschaftsstruktur zu identifizieren und künftige Entwicklungschancen aufzuzeigen. Als Stärke des Kantons Appenzell Ausserrhoden wurde die Exportstärke der Unternehmen, das hohe frei verfügbare Einkommen aufgrund der tiefen

Steuer und die gute verkehrstechnische Erreichbarkeit genannt. Chancen bestehen laut Regierungsrätin Koller im räumlichen Nutzungspotential der drei Teilregionen und den wettbewerbsstarken Unternehmen, welche zusätzliche Dynamik und Arbeitskräfte bringen.

Aus der Analyse geht klar hervor, dass die Schwächen des Kantons im strukturschwachen Dienstleistungssektor, in der negativen Entwicklung der ständigen Wohnbevölkerung, in der geringen Anzahl der Betriebsstätten und vor allem auch im Abfluss von qualifiziertem Humankapital liegen. Als Gefahr wird die Abhängigkeit von einzelnen Industrieunternehmen und die mangelnde Kooperation von Kleinst- und Kleinunternehmen festgehalten.

Bedürfnisse erkennen

Aus der Stärken-Schwächen-Analyse heraus wurde die Wirtschaftsstrategie entwickelt. Mit der nun vorliegenden Wirtschaftsstrategie will

sich der Kanton laut Ruedi Aerni von der Wirtschaftsförderung die Chancen und Stärken vor Augen halten, gleichzeitig aber mit Hilfe von fünf verschiedenen Strategiefeldern den Gefahren und Schwächen entgegenwirken.

Denn das Ziel ist klar: Ausserrhoden soll ein leistungsstarker Standort mit wettbewerbsfähigen Unternehmen sein und bleiben. Und: Das Wirtschaftswachstum soll auch künftig einen Beitrag zur Erhöhung der kantonalen Wertschöpfung leisten. «Mit der vorliegenden Wirtschaftsstrategie erfolgt eine positive Unterstützung. Wir müssen die Bedürfnisse erkennen und bei der Umsetzung helfen», ist Koller überzeugt.

Ein erstes Bedürfnis seitens der Unternehmen wurde bereits erkannt. Mit der Schaffung der Kontaktstelle «Wirtschaft» innerhalb der Verwaltung wird es umgesetzt werden (Strategiefeld «wirtschaftsfreundliches Klima»). Und auch mit der anstehenden Steuergesetzrevision wurde bereits ein wichtiger Schritt innerhalb des Strategiefeldes «wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen» unternommen.

Es gibt aber auch noch einiges zu tun: So ist laut Aerne beispielsweise geplant, ein Immobilien- und Flächenmanagement zu entwickeln sowie die Standortpromotion zu optimieren.

Innovative Unternehmensfinanzierung...

Ein Punkt im Strategiefeld «Wachstumsimpulse» lässt aufhorchen: innovative Unternehmensfinanzierung. Aerni erklärt: «Es geht nicht darum, Staatsbank zu spielen. Sondern darum, Unternehmen Kredite zu günstigen Konditionen zu geben. Bevor dies aber geschieht, müssen die Anträge marktkritisch von Profis geprüft werden. Gerade im Bereich der Jungunternehmen und der Nachfolgeregelung besteht ein Bedürfnis.»

... und Abwanderung von Wissen verhindern

Ein grosses Problem im Kanton Appenzell Ausserrhoden ist die Tatsache, dass viele junge qualifizierte Leute den Kanton verlassen. Ein Grund dafür ist laut Aerni beispielsweise das Nichtvor-

handensein einer Universität. «In Zukunft muss deshalb der Wissen- und Technologietransfer gefördert werden. Ein Bildungscampus ist eine weitere Möglichkeit», erklärt er. Ein weiteres Problem ist aber auch, dass junge Leute nach dem Studium nicht mehr nach Appenzell Ausserrhoden zurückkehren. Das Ziel ist deshalb klar: Der Kanton muss für junge Leute noch attraktiver werden. Die Strategiefelder 4 und 5 konzentrieren sich deshalb auf «Human Resources» und «Innovation und Wissen».

Die vorgestellte Wirtschaftsstrategie ist laut Koller und Aerni eine Ideensammlung, die teilweise bereits in Umsetzung ist, in verschiedenen Bereichen aber noch konkretisiert werden muss. Die präsentierten Strategiefelder sind auf die nächsten acht Jahre ausgerichtet.

Anzeige



**Alles, was Recht ist:
Sie arbeiten gern.
Aber nicht umsonst.**

**WECO INKASSO FORUM
5. Juni 2007 in Zürich
Jetzt anmelden!**

 **WECO INKASSO**

Eggbühlstrasse 25 Postfach 30 CH-8070 Zürich	Weltpoststrasse 5 Postfach 5364 CH-3001 Bern	Rue du Grand Pont 6 Case postale 7769 CH-1002 Lausanne
Tel +41 44 365 95 20 Fax +41 44 365 95 96	Tel +41 31 358 98 20 Fax +41 31 358 98 02	Tel +41 21 623 93 20 Fax +41 21 623 93 94

**www.weco-inkasso.ch
info@weco-inkasso.ch**

WECO INKASSO: Mehrwert durch Systematik. Erfolgreich seit 1940.

«Man muss Gastgeber sein wollen»

In der Schweiz gibt es zu viele Gastrobetriebe. Die Gesundschumpfung der Branche hat (noch) nicht eingesetzt – vor allem auch, weil viele Abenteuerlustige den Sprung in die Gastrobranche versuchen, obwohl sie wenig von den Bedürfnissen der Kunden und dem Business verstehen.

TEXT: SELINA BACKES

BILD: ARCHIV

In der Schweiz buhlen rund 30'000 Gastronomiebetriebe tagtäglich um Gäste. Trotz zahlreichen Konkursen und immer rascheren Wirtewechseln sind im vergangenen Jahr sogar noch 400 Betriebe dazugekommen – obwohl die Überkapazitäten eigentlich massiv sind. Rainer Britt, Präsident von Gastro Thurgau: «In der Schweiz sind von den 30'000 Betrieben rund ein Drittel zu viel. Die notwendige Gesundschumpfung der Branche hat noch nicht stattgefunden. Es entstehen nach wie vor immer mehr Betriebe, vor allem auch mit ausländischer Kost wie asiatisch, türkisch oder jugoslawisch. Die traditionellen Betriebe hingegen bleiben eher zurück.»

Die Quote der Wirtewechsel ist nach wie vor sehr hoch. «Rund 20 bis 30 Prozent der Betriebe wechseln die Wirte zum Teil jährlich. Das ist deutlich zu viel. Auch als Verband hat man da gewisse Schwierigkeiten, weil es eine sehr unruhige Angelegenheit ist», sagt Britt. Es werde je-

doch wohl so bleiben, so lange es so viele Betriebe gebe und so viele Möglichkeiten, einen Betrieb zu übernehmen. «Es gibt viele, die sehen ihre Chance in der Selbständigkeit. Dabei fehlen jedoch häufig die Ausbildung und das notwendige unternehmerische Wissen. Viele Wirte wissen nicht, dass man eine Standortanalyse machen sollte – und selbst wenn eine gemacht würde, könnten sie sie nicht richtig lesen – und es fehlt das Konzept. Wie sieht die Konkurrenz aus? Welche Bedürfnisse haben die Kunden? All dies bleibt unbeantwortet.» Die Betriebe würden nach Gefühl geführt, was jedoch häufig in den Ruin des Betriebs führe. «Ein Kleinbetrieb reagiert gleich wie ein grosses Unternehmen, es geht um Angebot und Nachfrage, Trends und Kundenwünsche. Wenn man sich dessen nicht bewusst ist, ruiniert man auch den Kleinbetrieb.»

Seit der Abschaffung des Wirtepatents im Jahr 1997 haben Personen einen viel leichteren Zugang zur Gastronomiebranche als zuvor, worunter teilweise auch die Hygiene der Betriebe leide. Der Kanton Thurgau hat zwar wie die anderen Kantone kein Wirtepatent, jedoch einen Wirtegrundkurs, den potenzielle Gastgeber absolvieren müssen, bevor sie einen Betrieb eröffnen können. Rainer Britt: «Das ist immerhin eine kleine Hürde, dank der wir manch einen davon abbringen können, jeden Schrott zu übernehmen. Damit können wir immerhin etwas retten.» Einer der ganz wichtigen Punkte beim Wunsch, ein Restaurant oder Gastro-Betrieb zu eröffnen, ist die Wahl des richtigen Standorts. Ist ein Betrieb direkt neben einer Schule beispielsweise auf Znüni-Angebote spezialisiert, ist er auf dem richtigen Weg. Hingegen hat ein Betrieb an guter Aussichtslage ein anderes Angebot, das er anbieten muss. Bei ei-

nem Sternekoch spielt die Lage keine so grosse Rolle, weil die Leute auch längere Fahrten auf sich nehmen – wenn die Atmosphäre im Restaurant stimmt. «Es gibt beispielsweise auch Betriebe, die am Mittag sehr stark sind, jedoch am Abend kaum Kundschaft haben. Um diesen Zustand zu beheben, ist auch der Ideenreichtum der Wirte gefragt», sagt Britt. Dabei sei jedoch nicht immer nur die Idee entscheidend, sondern es brauche das berühmte Quäntchen Glück, um ein Betriebskonzept erfolgreich positionieren zu können.

Zu viele Gastro-Liegenschaften

Dass es auch heute noch so viele Gastronomiebetriebe gibt in der Schweiz, liegt unter anderem daran, dass viele Liegenschaften weiterhin als Betriebe vermietet werden. Häuser, in denen Gastronomiebetriebe angesiedelt sind, könnten umgenutzt werden – sofern der Wille dazu da wäre und die auch die Banken entsprechende Projekte unterstützen würden. Dies fehlt jedoch nach Ansicht von Rainer Britt häufig noch, was dazu führt, dass es weiterhin zu viele Lokalitäten gibt. Wie die Entwicklung in der Zukunft aussieht, ist für Rainer Britt schwierig einzuschätzen. «Generell hat es eine Tendenz gegeben, dass auf dem Land die Restaurants eher weniger wurden, jedoch in der Stadt neue dazukamen. Im Thurgau gibt es da nicht so grosse Sprünge, die Veränderungen gehen eher langsam vonstatten.»

Ein für Restaurants wichtiges Thema ist die Raucherproblematik. So wird über generelle Rauchverbote in Lokalen diskutiert – was bei einer tatsächlichen Einführung für die Gastronomiebranche eine Katastrophe wäre. «In Ländern wie Schottland oder Irland, wo das generelle Rauchverbot bereits eingeführt ist, haben



die Lokale mit massiven Einbussen zu kämpfen. Auch wenn die Befürworter hierzulande von Umsatzsteigerungen sprechen, stimmt dies nicht.» So würden 60 Prozent aller Besucher angeben, Nichtraucher zu sein. Jedoch störe es nicht jeden, wenn im Restaurant geraucht werde, auch gemischte Gruppen von Rauchern und Nichtrauchern gebe es. «Es gibt unter den Nichtrauchern solche, denen das Rauchen Probleme macht. Für diese wollen wir auch etwas tun und müssen eine Lösung finden.» Es gehe jedoch nicht, ein komplettes Rauchverbot auszusprechen – ausser, man würde Zigaretten und Tabakkonsum generell verbieten.

Zur idealen Lösung braucht es nach Ansicht von Rainer Britt zunächst einmal ein Gesetz, das vorschreibt, dass Raucher- oder Nichtraucherrestaurants klar deklariert werden. So könnten die Gäste bereits von aussen entscheiden, ob sie ins Lokal gehen möchten oder

nicht. Dann könnten gewisse Räume zu Raucherräumen gemacht werden, in denen die Raucher ihren Tabak konsumieren können, während die Nichtraucher gleichsam ihr Essen ohne Rauch geniessen können. «Es darf jedoch keine Regelung über das Arbeitsgesetz geben, das wäre eine Katastrophe, weil nicht mit gleich langen Ellen gemessen wird», sagt Britt, «aber es muss eine vorgeschriebene Lösung geben, denn ganz freiwillig bringt man dies sonst nicht hin.»

Kundenfokus und Einzigartigkeit als Erfolgsfaktoren

Wichtigste Herausforderung der Restaurantbetriebe wird es jedoch nach wie vor bleiben, den potenziellen Gästen ein Erlebnis bieten zu können. Die kulinarischen Bedürfnisse verändern sich nicht schnell, jedoch gibt es immer mehr Möglichkeiten, diese zu befriedigen. «Heute kann man auch aus der Tiefkühltruhe eine sehr gute Mahlzeit kaufen. Es fehlt jedoch beim Es-

sen das nötige Erlebnis. Deshalb muss ein Essen auswärts auch nicht nur heissen, dass man Essen hingestellt bekommt, sondern es muss sich ein Wohlgefühl einstellen. Dass man bedient wird, soll genossen werden. Denn nur zur Verpflegung braucht es die Gastronomie nicht, auswärts essen braucht seinen eigenen Charakter.» Dabei sei es auch sehr wichtig, wie der Wirt zu seinem Gast stehe. «Um erfolgreich zu sein, braucht es ein gutes Gefühl für die Sache, Freude an der Arbeit. Man muss Gastgeber sein wollen. Wenn einer als Betriebsziel hat, möglichst schnell Millionär zu werden, kann es nicht funktionieren.» Es dürfe nicht das Geld, sondern müsse der zufriedene Gast im Vordergrund stehen. Wer dies beachte, habe bereits zu 50 Prozent gewonnen. «Wenn man dann noch eine Einzigartigkeit bieten kann, gibt dies weitere 50 Prozent. Diese zwei Faktoren sind der wichtigste Bestandteil des Erfolgs eines Gastronomiebetriebs.»

Anzeige

Falls Sie ein geregeltes Einkommen bevorzugen.



Sie suchen einen Job?
Sie haben eine Stelle zu besetzen?
Vielleicht haben wir die Lösung schon.
Und wenn nicht, finden wir sie.
In kurzer Zeit.
Nach Ihrem Geschmack.

Der Profi Altstätten GmbH
Breite 29 CH-9450 Altstätten
Tel. +41 71 757 80 60 Fax +41 71 757 80 66
www.derprofi.ch profi@derprofi.ch

Der Profi AG
Obergass 23 FL-9494 Schaan
Tel. +423 239 80 60 Fax +423 239 80 66
www.derprofi.li profi@derprofi.li

DER PROFI
PERSONALMANAGEMENT





Wo die Gäste ihren Wein noch selber holen

Erlebnis-Gastronom Niklaus Dörig über das Beizensterben, Franchise-Pläne in New York und das Herzblut eines Unternehmers

Die Waldegg in Teufen ist eine gastronomische Erfolgsgeschichte. Von weit her kommen unterschiedlichste Gästeschichten, um sich in urchig-originellem Rahmen verwöhnen zu lassen. Wirt Niklaus Dörig lockt selbst Prominente ins Appenzellerland und bringt sie dazu, sich die Suppe selbst zu schöpfen. Ein Schulbeispiel, wie sich Kosten trotz hoher Qualität senken lassen

INTERVIEW: STEFAN MILLIUS

BILDER: PETER MOSER

Im Zusammenhang mit der Waldegg und den angegliederten Betrieben wird immer wieder von Erlebnis-Gastronomie gesprochen. Der Begriff wird aber auch für eher jugendliche Angebote im Partybereich verwendet. Wie würden Sie Ihr Angebot am besten umschreiben?

Niklaus Dörig: Wir sprechen schon auch von Erlebnissen. Von der Fahrt im Ochsenwagen über den Tante-Emma-Laden bis zum Schnuggebock kreieren wir ja Erlebnisse für unsere Gäste. Ganz generell gesagt: Wir bieten ganz einfach eine andere Art von Gastronomie, als man sich das gewohnt ist.

Was ist – neben den Erlebnismöglichkeiten – so zentral anders als anderswo?

Bei uns ist alles stilecht, es gibt keinen Kitsch. Das wird von den Gästen sehr geschätzt. Natürlich ist es sehr viel teurer und aufwändiger, so zu bauen, aber der Gast fühlt sich wohler, wenn auch die kleinsten Details stimmen. Viele nehmen das zwar nur unbewusst wahr, aber andere Besucher haben sehr wohl den Blick dafür, ob die Einrichtung stilecht ist; sie sind entsprechend nicht begeistert, wenn das irgendwo nicht der Fall ist. Wir haben einzig und allein in Bezug auf die Höhe der Räume Kompromisse gemacht und sind vom Original abgewichen. Die Appenzeller selbst sind ja heute auch grösser als früher...

Wann haben Sie persönlich den Entschluss gefasst, kein gewöhnliches Restaurant zu betreiben, sondern auf der Waldegg eine Erlebniswelt zu realisieren?

Das war vor sieben oder acht Jahren. Damals machten wir einen Probelauf mit Bewirtung in einem Stall neben dem Restaurant. Das kam sehr gut an. Danach fragten wir uns: In welcher Zeit stehen wir eigentlich? Das Ergebnis ist klar. Wir leben in einer verrückten Zeit, keiner hat mehr Zeit für den anderen, Handy und Internet haben unser Leben verändert. Deshalb sind wir ganz bewusst zurückgegangen zu den guten alten Zeiten, in die Epoche unserer Grosseltern. Natürlich war auch damals nicht alles einfach perfekt, diese Leute hatten auch ihre Probleme. Aber mit Sicherheit hatten sie mehr Zeit füreinander. Aus diesem Gedanken heraus entstand der Schnuggebock.

War diese Ausrichtung ein völlig freiwilliger Entscheid, oder waren Sie bis zu einem gewissen Grad auch gezwungen, eine Nische zu suchen? Das Appenzellerland ist ja reich an schön gelegenen Wirtschäften, da muss man vielleicht mehr bieten als die Konkurrenz.

Unser Problem war immer, dass wir zu wenig Platz hatten für alle Gäste, die zu uns kommen wollten. Ein Ausbau drängte sich also auf, wir wollten aber nicht die bestehende Waldegg konkurrenzieren. Also wollten wir etwas Neuartiges aufbauen.

Das Platzproblem überrascht. Überall ist die Rede von Überkapazitäten in der Gastronomie. Der St.Galler Gastronom Köbi Nett sagte einst im LEADER, in der Stadt St.Gallen gebe es 50 Prozent zu viele Betriebe. Wie sieht das im Appenzellerland aus?

Es gibt sicher auch hier genügend Gastrobetriebe. Aber früher waren es noch mehr. Unser Glück ist, dass unsere Gäste dank des besonderen Konzepts



auch von weit her kommen. Wenn sich jeder Betrieb etwas Eigenes einfallen lässt, dann sind es sicherlich nicht zu viele Betriebe. Schade ist, dass viele Restaurants, die etwas ausserhalb liegen, eingehen. Auf unserem Höhenzug hier gab es früher sieben Gastrobetriebe; inzwischen sind wir allein. Ich habe die anderen Betriebe nie als Konkurrenz empfunden, sondern glaube, dass man gegenseitig voneinander profitiert.

Womit hat dieses Beizen-Sterben zu tun? Liegt es teilweise auch daran, dass andere Betriebe zu wenig Mut haben, neue Wege einzuschlagen, so wie Sie das getan haben?

Schwer zu sagen. Natürlich braucht es diesen Mut, und um ehrlich zu sein: Auch bei uns hätte es schief gehen können. Mir ist der Schritt wohl leichter gefallen, weil ich mit diesem Konzept quasi aufgewachsen bin. Deshalb bringe ich auch das nötige Herzblut mit. Ich bezweifle, dass beispielsweise ein Stadtzürcher einfach unser Konzept übernehmen und erfolgreich umsetzen könnte.

Kann es auch daran liegen, dass viele Beizer lieber ihre Situation beklagen, statt

aktiv zu werden? Der Cafetier-Verband beispielsweise dachte ja ernsthaft über Mindestkonsumationen nach, also de facto eine Art Eintrittsgebühr für Cafés.

Der Aufwand ist natürlich wirklich enorm. Wenn wir die Stunden verrechnen könnten, wie das Handwerker tun, dann könnten wir unsere Produkte kostenlos abgeben und würden immer noch besser dastehen als heute. Gewinn und Verlust liegen nahe zusammen. Deshalb hinken wir auch – zum Teil – bei den Löhnen etwas hinterher. Aber wenn wir bei den Preisen aufschlagen, ist gleich wieder die Rede vom teuren Touristenland Schweiz.

Aber es gibt die Tendenz in der Gastronomie, externe Faktoren für die Misere verantwortlich zu machen. Bestehen denn nicht Möglichkeiten, selbst mit etwas Innovation aus der Flaute heraus zu finden?

Die gibt es durchaus. Ein grosser Teil der Ausgaben sind ja die Personalkosten. Es geht also darum, Konzepte zu finden, mit denen sich diese Kosten senken lassen – ohne dass sich das negativ auf den Service auswirkt. Bei uns übernehmen die Gäste einen Teil der Aufgaben selbst,


OBT

Einen Überblick über
das OBT Bildungsan-
gebot erhalten Sie auf
der Homepage

www.obt.ch

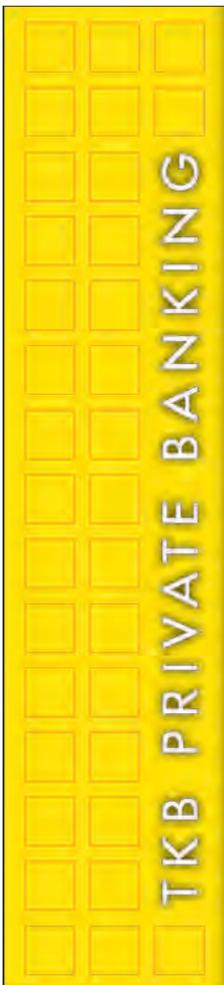

**OBT
Seminare 2007**

Fit für die Nachfolge?

Erfahren Sie praxisnah wie eine erfolgreiche Nachfolge geregelt wird, wann der richtige Zeitpunkt dafür ist, welches die Steuerfolgen sind, wie man eine optimale Nachfolge findet und wie dieser ganze Prozess einwandfrei abläuft. Damit Sie sich voll auf Ihre Geschäfte konzentrieren können.

Weiterbildung für Verwaltungsräte

Verwaltungsrat werden ist nicht schwer, Verwaltungsrat zu sein dagegen sehr.


TKB PRIVATE BANKING

Geheimtipp!

Heute Businessgrau. Morgen Himmelblau!

Gemeinsam mit der TKB Ihr Vermögen aufblühen lassen.

www.tkb.ch



**Thurgauer
Kantonalbank**

Gemeinsam wachsen.



schöpfen beispielsweise die Suppe oder holen ihren Wein im Keller. Aber das tun sie im Rahmen eines Gesamterlebnisses und tun es daher gern. Einen weiteren Punkt habe ich bereits angesprochen: Das Herzblut – beim Unternehmer, aber auch bei den Mitarbeitenden. In den letzten Jahren ist das ein wenig verschwunden. In vielen Gastrofamilien will die junge Generation gar nicht mehr nachrücken, weil sie sieht, wie viel die Eltern arbeiten und wie wenig sie dafür erhalten.

Sie investieren also viel in den baulichen Teil des Betriebs, sparen das dann aber bei den Betriebskosten ein, indem Sie weniger Personal benötigen?

Das ist so, richtig. Der Personalaufwand beim Schnuggebock beispielsweise ist bedeutend kleiner als in der Waldegg, die Preise unterscheiden sich aber nicht stark voneinander. In der Waldegg wird vieles erwartet, was einen grossen Personalaufwand erfordert. Im Schnuggebock hingegen steht das Erlebnis im Vordergrund. Was ganz allgemein gesprochen sicher kommen wird in den nächsten Jahren: Es wird noch einige wenige Topbetriebe in der Schweiz haben, die 18 oder 19 Punkte aufweisen und die entsprechende Preise verlangen. Direkt darunter werden viele Betriebe verschwinden, weil der Aufwand einfach zu gross ist und die nötigen Preise nur im obersten Segment bezahlt werden.

Und daneben bleibt, wie Ihr Beispiel zeigt, Platz für Betriebe mit einem aussergewöhnlichen Konzept. Reicht es eigentlich, einmal eine gute Idee zu haben

und diese konsequent anzuwenden, oder muss dauernd etwas Neues geboten werden?

Man muss das Angebot schon laufend erweitern. Das ist ja praktisch in jeder Branche dasselbe. Der Schnuggebock beispielsweise schreibt gute Zahlen – aber niemand weiss, wie das in fünf Jahren aussieht. Ob beim Ausbau oder in der Werbung: Investieren muss man dann, wenn es gut läuft und nicht erst, wenn die Besucherzahlen bereits bröckeln. Denn dann hat man die nötigen Finanzen auch nicht mehr. Und wer investiert, darf nicht glauben, er hole die Ausgaben im gleichen Moment wieder herein. Vielleicht legt man eben eine Weile lang drauf – aber irgendwann fliessen die Investitionen in der Regel wieder zurück.

Lässt sich denn Ihr Konzept auf andere Betriebe in der Schweiz – oder international – übertragen?

Ich wurde schon einige Male nach meinem Konzept gefragt. Es gab auch schon Ideen, das Ganze als Franchise-Konzept aufzuziehen. Aber in der Praxis ist das vermutlich nicht ganz so einfach. Vieles hängt ja nicht einfach mit dem Konzept zusammen, sondern auch mit den Personen, die dahinter stehen. Auch die Kulturunterschiede muss man beachten. Ob das, was hier funktioniert, auch in New York Anklang finden würde, ist offen.

Sie haben Ihren Betrieb vor über einem Jahr nach ISO zertifizieren lassen. Das kennt man vor allem von Industriebetrieben her. Inwieweit lässt sich ein emotio-

nales Geschäft wie die Gastronomie nach Zertifikats-Regeln führen?

Es ist von Vorteil, wenn der Betrieb klar strukturiert wird. Als Chef kann man mit ruhigem Gewissen einmal abwesend sein und weiss, dass alles wie vorher definiert weiter läuft. Ab einer gewissen Betriebsgrösse kann man nicht mehr selbst für alles die Verantwortung tragen. Aber delegieren lässt sich nur dann, wenn ein gemeinsamer Standard festgelegt wird. Ich sage immer: Wenn ich 65 Jahre alt bin, muss der Betrieb laufen – egal, ob ich dann noch hier bin oder nicht. Das ist vielleicht ein Stück weit Wunschdenken, aber man muss ja auf ein Ziel hin arbeiten.

Gibt es bereits Ideen für einen weiteren Ausbau des Gastrokonzepts?

Die gibt es, sie sind aber noch nicht ausgereift. Klar ist, dass wir auf diesem Weg weiter machen. Mir schwebt vor, auch in der Waldegg selbst ein Thema aufzugreifen – ein Betrieb lässt sich ganz einfach besser vermarkten, wenn er einem roten Faden folgt. Die andere Strategie ist, punkto Küche und Service zu den absoluten Topbetrieben der Schweiz zu gehören. Das ist uns nicht möglich, dafür ist der Betrieb zu gross – und ich möchte es eigentlich auch gar nicht. Die Waldegg soll nicht nur die Reichsten ansprechen, sondern weiterhin ein bunt gemischtes Publikum haben. Hauptsache, die Gäste sind zufrieden, die Mitarbeitenden haben Freude an der Arbeit und die Kasse stimmt.

Seriöse Finanzplanung ist Lebensplanung

Die umfassende Beratung von Unternehmern im Bereich Private Banking unterscheidet sich von den herkömmlichen Anlageberatungsthemen. Elemente wie Aufbau von Privatvermögen, Vorsorge und Vermögensdiversifikation stehen dabei im Vordergrund. Aber auch hier wird eine effiziente und zielgerichtete Beratung sichergestellt.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILDER: ARCHIV

Private Banking ist viel mehr als eine einfache Anlage- und Vermögensberatung. Es geht weit über die herkömmliche Vermögensverwaltung hinaus. Gerade bei Unternehmern, die oft wenig Zeit haben, um sich um das private Vermögen und die Vorsorge zu kümmern, nimmt Private Banking einen immer wichtigeren Stellenwert ein. Denn: Seriöse Finanzplanung ist Lebensplanung. Und nur wer seine Vermögens- und Vorsorgesituation kennt, kann die richtigen finanziellen Entscheidungen treffen – sowohl im privaten wie auch im unternehmerischen Bereich. Viele Banken haben auf die speziellen Bedürfnisse von Unternehmern reagiert und bieten massgeschneiderte Angebote für die spezifischen Bedürfnisse von Unternehmern und Kadermitgliedern an.

Bedürfnisanalyse und individuelle Lösung

Sämtliche Banken bieten im Bereich Private Banking in einem ersten Schritt einen umfassenden und strukturierten Beratungsprozess an. Ziel dabei ist es immer, dem Kunden – unabhängig davon, ob er Unternehmer oder eine vermögende Privatperson ist – eine gesamtheitliche und auf seine Bedürfnisse und Ziele abgestimmte Finanzlösung anzubieten. Dabei steht das persönliche Gespräch im Mittelpunkt. Bei der Credit Suisse beinhaltet der umfassende Beratungsprozess fünf Schritte. In einem ersten Schritt wird die Bedürfnisanalyse durch den persönlichen Kundenberater durchgeführt. Sie bildet die

Basis für das individuelle Finanzkonzept des Kunden, das sowohl Anlagevermögen als auch Verbindlichkeiten berücksichtigt. In einem weiteren Schritt wird das Risikoprofil des Kunden ermittelt. «Dies ermöglicht dem Kunden, die richtigen Anlageentscheidungen zu treffen», erklärt Roman Müggler, Leiter Private Banking Region Ostschweiz. Aus dem Risikoprofil heraus wird die passende Anlagestrategie entwickelt. «Der Private Banking-Bereich der Credit Suisse unterstützt den Kunden professionell und konsequent bei der Umsetzung der gewählten Strategie und in der Verwaltung der Vermögenswerte», so Müggler. Auch bei der Thurgauer Kantonalbank steht eine umfassende Bedürfnisanalyse im Zentrum. «Ziel ist die Sicherstellung einer ganzheitlichen Beratung, welche die individuellen Bedürfnisse des Kunden abdeckt», erklärt Vivian Brunner, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter Marktbereich Private Banking / Institutionelle der TKB. Und Bernd Junkers, Mediensprecher der LGT Bank Liechtenstein, ergänzt: «In einem ersten Schritt wird die Ist-Situation des Kunden erfasst. Letztendlich geht es darum, für jeden Kunden eine individuelle, massgeschneiderte und die bestmögliche Lösung zu erarbeiten.» Gleich gehandhabt wird das Vorgehen bei der UBS, der Vadian- und der Raiffeisenbank.

Umfassende Betreuung und zahlreiche Anlagemöglichkeiten

Im Bereich Private Banking gibt es für den Kun-



den verschiedene Anlagemöglichkeiten und –strategien. Dazu gehören Private Equity, Hedge Funds, Dachfonds Lösungen, geschlossene Fonds Lösungen, Micro Finance, strukturierte Produkte sowie viele mehr. Alle bei der LGT Bank Liechtenstein von LGT Capital Management verwalteten Anlagefonds und institutionellen Mandate sind nach GIPS («Global Investment Performance Standards») verifiziert. Mit «Pronto Vinto» bietet die Vadian Bank ein alternatives Anlageinstrument. Armin Schedler, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei der Vadian Bank, erklärt: ««Pronto Vinto» kann täglich abgeschlossen werden. Der Kapitalschutz zwischen 90 und 105 Prozent wird dabei selbst bestimmt und sichert so eine Chance auf Mehrertrag bei überschaubarem Risiko.»

Zum umfassenden Angebot für vermögende Privatkunden zählen bei allen Banken zudem die Steuer- und Vorsorgeplanung, Lebensversicherungen, Vermögens- und Nachlassberatung sowie Trusts und Stiftungen, die Depotführung, der Depotauszug, Vermögensausweise sowie ein Performance- und ein Steuerauszug.

«Executives & Entrepreneurs»-Angebot

Nebst den herkömmlichen Private Banking-Möglichkeiten bieten viele Banken für erfolgreiche Geschäftsleute und Unternehmer weitere Anlageangebote. So zum Beispiel die UBS, welche mit «Executives & Entrepreneurs» ein massgeschneidertes Angebot im Wealth Management Geschäft entwickelt hat, welches sich auf die spezifischen Bedürfnisse von Unternehmern und Führungskräften ausrichtet. Da Zeit gerade für diese Kundengruppe ein kostbares Gut ist, stellt der Kundenberater der UBS laut Mediensprecher Serge Steiner eine effiziente und zielgerichtete Beratung sicher. Nebst den herkömmlichen Anlageberatungsthemen gibt es bei der Beratung von Unternehmern weitere Elemente, die berücksichtigt werden müssen. So beispielsweise ist es für den Berater wichtig zu wissen, in welcher Phase das Unternehmen steht, wie das Privatvermögen aufgebaut ist und wie der Unternehmer sich den Bereich Vorsorge vorstellt. Vermögensdiversifikationen und Beratung für die Unternehmensnachfolge sind ebenfalls wichtige Teilbereiche. «Ein grosser Vorteil der UBS-Betreuung ist nebst der spezialisierten Kundenbe-

ratung das integrierte Geschäftsmodell der UBS. Das heisst, Kunden haben Zugang zu ausgewählten Spezialisten aus allen Bereichen der Bank. Ob Vorsorge, Steuerplanung, Vermögensverwaltung oder Investment Banking Dienstleistungen, der Berater greift auf ein Netzwerk von Spezialisten zurück und erarbeitet so die optimale Lösung für die Kunden», so Steiner.

Vermögensverwaltungsmandate

«Der ganzheitlich ausgerichtete Betreuungsansatz der LGT kommt auch in der individuellen Vermögensverwaltung zur Anwendung», erklärt Junkers. Und weiter: «Unsere Stärken liegen insbesondere in der Analyse komplexer Vermögen. Ein Vermögensverwaltungs-Mandat ist die optimale Lösung für Kunden, die weder Zeit noch Ressourcen haben, um ihr Vermögen mit der notwendigen Sorgfalt eines Spezialisten verwalten zu können. Als Family Office der fürstlichen Familie betreut die LGT seit Jahren sehr erfolgreich deren Vermögen. Wir verfügen über Expertise im traditionellen und im alternativen Anlagebereich.» Vermögensverwaltungsmandate werden auch von der Thurgauer Kantonbank, der Raiffeisenbank und der Vadian Bank in

persönlich statt gewöhnlich

Seit 1811 sind wir in St.Gallen zu Hause und in der Region verwurzelt. Deshalb nehmen wir die Dinge persönlich.
Sei es in der Finanzplanung, der Anlageberatung, der Vermögensverwaltung oder bei Hypotheken.
Erstklassig im Service, kompetent in der Beratung. Vadian Bank – sympathisch st.gallisch.



Vadian Bank AG Webergasse 8 Postfach 9001 St.Gallen
Tel. 071 228 84 84 Fax 071 228 84 85 info@vadianbank.ch www.vadianbank.ch
Garantiert durch die Ortsbürgergemeinde St.Gallen

gfscom.ch

Druckerei



St. Gallen angeboten. «Vermögensportefeuilles von Geschäftsleuten werden bei uns mit einem Vermögensverwaltungsmandat professionell und individuell betreut. Unsere Anlagespezialisten überwachen das Portefeuille, analysieren und treffen die optimalen Entscheidungen – ganz ohne Zeitaufwand für unsere Kundschaft», hält Schedler von der Vadian Bank fest. Und Brunner von der Thurgauer Kantonalbank ergänzt: «Bei einem Vermögensverwaltungsmandat bei der TKB verwaltet die Bank das Vermögen des Kunden nach klar definierten Kriterien.» Die Raiffeisenbanken bieten im Bereich der Vermögensverwaltungsmandate ihren Kunden das «Raiffeisen Classic Portfolio» an. «Das «Raiffeisen Classic Portfolio» bietet dem Kunden aufgrund der gewählten Anlagestrategie eine professionelle und individuelle Betreuung seines Vermögens an», führt Stefan Kern, Leiter Unternehmenskommunikation bei Raiffeisen Schweiz in St. Gallen, aus. Im Falle von Raiffeisen agiert der Kooperationspartner, die Bank Vontobel, als Asset Manager.

Massgeschneiderte Lösungen

Auch die Credit Suisse bietet umfassende Lösungen im Bereich der Vermögensverwaltungsmandate an. «Wir bieten für alle Kunden geeignete Vermögensverwaltungsmandate an. Für spezifische Bedürfnisse werden die Mandate individuell massgeschneidert. Daneben sind natürlich

auch Investitionen in Direktbeteiligungen an Privatunternehmen, Anlagen in Immobilien oder erstklassigen Hedge-Fonds möglich», erläutert Müggler. Laut Müggler kann die Credit Suisse aber auch persönlichere Wünsche von Geschäftsleuten erfüllen. «Wenn ein Kunde beispielsweise ein Weingut oder ein Hotel kaufen möchte, wird die diskrete Suche durch die Credit Suisse wahrgenommen. Und auch wenn der Kunde einen Privatjet oder ein Schiff finanzieren oder leasen möchte, können bankinterne und externe Finanzierungsmöglichkeiten ausgearbeitet werden. Unser Ziel ist es, jeden Wunsch des Kunden erfüllen zu können oder zumindest Möglichkeiten aufzuzeigen und entsprechende Kontakte herzustellen.» Zudem entwickelt die Credit Suisse individuelle und innovative Lösungen für die Finanzierung, die Verwaltung, die Optimierung und den Schutz des Privat- und Geschäftsvermögens der Kunden. «Auch bezüglich Nachfolgeregelung, Steuern und Vorsorge bietet die Credit Suisse eine tiefgehende Fachberatung an», erklärt Müggler.

Zukunft Private Banking

Private Banking hat Zukunft. Dies belegen die Zahlen der letzten Jahre. So werden bei der Vadian Bank rund 45 Prozent der Depotwerte mittels eines Vermögensverwaltungsmandates verwaltet. Bei der Raiffeisenbank belief sich der Gesamtwert der Depots Ende 2006 auf 30 Milliarden

Franken. Bei der TKB hat der Bereich Private Banking in den letzten Jahren kontinuierlich an Profil gewonnen: Das Depotvolumen nahm im letzten Jahr um 8,3 Prozent zu und betrug Ende 2006 8,15 Millionen Franken, das Anlagevolumen stieg um 7,2 Prozent (Ende 2006: 15,807 Millionen Franken). Bei der LGT Bank Liechtenstein sprechen die Zahlen ebenfalls für sich: Die betreuten Vermögen stiegen von 59 Milliarden Franken per Ende 2003 auf 79,2 Milliarden Franken per Mitte 2006, knapp 30 Milliarden Franken davon mit Verwaltungsvollmacht.

Um sich auch in Zukunft im Private Banking-Bereich behaupten zu können, müssen die Kunden zufrieden sein. Das wissen auch die einzelnen Banken. Und zufrieden ist ein Kunde nur dann, wenn die Beratungs- und Servicequalität sichergestellt sind sowie die Dienstleistungs- und Produktangebote weiterentwickelt werden. «Der Kunde steht im Mittelpunkt. Wir legen grossen Wert darauf, dass die Kunden mit qualifizierten und erstklassigen Beratern umfassend und ganzheitlich beraten und betreut werden», ergänzt Kern von Raiffeisen. Nicht anders sieht es bei der TKB aus. Brunner dazu: «Das A und O für den Erfolg im Private Banking sind gut ausgebildete und kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hier investiert die TKB weiterhin ganz gezielt.»

Vom Wald und seinen Bäumen beim nachhaltigen Investieren

Seit Wochen hat landauf landab ein Thema seinen festen Platz in der Medienberichterstattung: der Klimawandel. Unter dem Eindruck des wärmsten je gemessenen Winters scheint die Aufmerksamkeit für die bedrohliche Entwicklung bei den Schweizerinnen und Schweizern grösser denn je. Noch nie hatte ein UNO-Klimabericht derart grosse Diskussionen ausgelöst wie derjenige vom 2. Februar 2007¹. Er hat uns erneut ins Bewusstsein gerufen, dass Massnahmen zur Begrenzung der Klimaveränderung ergriffen werden müssen.

Nachhaltiges Investieren, das neben ökologischen gleichermassen auch soziale Kriterien für die Investitionsentscheidung berücksichtigt, setzt bei diesen höchst aktuellen Herausforderungen an. Investoren stellen dabei ihr Kapital gezielt jenen Unternehmen und Institutionen zur Verfügung, welche mit Blick auf ökologische und soziale Aspekte eine Vorreiterrolle einnehmen. Die Aktualität und Relevanz nachhaltigen Investierens ist nicht nur an den ökologischen Problemen erkennbar – sie schlagen sich auch in der Entwicklung des Marktes für nachhaltige Anlagen nieder. Dank einem Wachstum von 69% gegenüber dem Vorjahr waren in der Schweiz per Ende 2006 bereits 17.9 Milliarden Franken in nachhaltige Anlagen investiert². Trotz dieses Wachstums haftet nachhaltigen Anlagen der Ruf an, klassische ökonomische Kriterien zu vernachlässigen und somit eine schlechte Performance zu erzielen. Wissenschaftliche Studien konnten jedoch nachweisen, dass nachhaltig agierende Unternehmen längerfristig eine marktgerechte Performance an den Aktienmärkten liefern³. Dieses Renditepotential lässt sich allerdings nur nutzen, in-

dem man zusätzlich zu den ökologischen und sozialen auch ökonomische und finanztheoretische Aspekte berücksichtigt. Nur ein ganzheitlicher und in sich geschlossener, nachhaltiger Investitionsansatz kann diesen Anforderungen gerecht werden. Auch die vielen in den letzten Monaten lancierten Fonds oder Zertifikate – Klimawandel, alternative Energiequellen oder auch gezielter Umgang mit Wasser waren dabei zentrale Themen – machen eine ganzheitliche Betrachtung notwendig. Denn einerseits führt ein unkoordinierter Einsatz von einzelnen Produkten in der Regel zu unbefriedigenden Resultaten, andererseits verdienen es einige dieser Produkte aufgrund ihrer Ausgestaltung nicht, als nachhaltig bezeichnet zu werden. Es gilt, den Wald vor lauter Bäumen nicht aus den Augen zu verlieren.

Investoren ist daher zu empfehlen, beim Aufbau eines nachhaltigen Portfolios einen strukturieren Anlageprozess anzuwenden. So sollte ein nachhaltiger Anleger als erstes darüber nachdenken, wie die Gesamtstruktur seines Portfolios aussehen sollte. Die Aufteilung in Obligationen- und Aktienanteil ist dabei essentiell. Erst in einem zweiten Schritt sollte die Frage der konkreten Umsetzung des Nachhaltigkeitsgedankens beantwortet werden. Welche Anlagemöglichkeiten sind bezüglich Nachhaltigkeit und im Kontext des Gesamtportfolios die Besten? Welche Themenschwerpunkte sollen gesetzt werden? In welche Unternehmen und Institutionen soll nach welchen Nachhaltigkeitskriterien investiert werden?

Bei dieser Auswahl sollte das Prinzip «Best in Class» im Zentrum stehen. Dies gilt einerseits für die Selektion von geeigneten Instrumenten.

«Best in Class» bedeutet in diesem Zusammenhang, die besten Produkte bezüglich Nachhaltigkeit, aber auch bezüglich Kosten, Diversifikation und Handelbarkeit herauszufiltern. Andererseits bietet sich auch für die konkrete Aktien- und Obligationenauswahl ein «Best in Class»-Ansatz an. Dabei werden jene Unternehmen und Institutionen ausgewählt, welche die von Nachhaltigkeitsspezialisten festgelegten Kriterien am Besten erfüllen.

Individuelle, professionelle und unabhängige Beratung kann dabei für jeden Investor einen entscheidenden Mehrwert leisten. Denn Erfolg beim nachhaltigen Investieren ist ein Zusammenspiel von übergeordneter Anlagestrategie – dem Wald – und gezieltem Einsatz der nachhaltigsten und besten Produkte, Obligationen und Aktien – den Bäumen. Eine professionelle und unabhängige Selektion führt dazu, dass Nachhaltigkeitspotentiale optimal genutzt werden können und somit ein nachhaltiger Umgang mit Wald und Bäumen in jeglicher Hinsicht gefördert wird.

Die Autoren:

Michael Steiner ist Leiter Anlagemethode und verantwortlich für nachhaltige Anlagen bei Wegelin & Co. Privatbankiers (michael.steiner@wegelin.ch)

Reto Bättig ist wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Wegelin & Co. Privatbankiers (reto.baettig@wegelin.ch)

1 www.ipcc.ch

2 www.onvalues.ch

3 Vermeir, Wim et al. (2005): Sustainability and Responsible Performance, In: Journal of Investing, Vol. 14, No. 3, S. 94-101.

Derwall, Jeroen et al., (2004): The Eco-Efficiency Premium Puzzle. Erasmus University Rotterdam.

Wer sät, kann auch ernten

Innovative Finanzprodukte schaffen Mehrwert. Mit Beratungsdienstleistungen hilft die Bank den Kunden diesen Mehrwert zu realisieren. Und erhält dafür eine Auszeichnung.



Interview mit Roman Müggler, Leiter Region Ostschweiz der Credit Suisse.

Das Private Banking ist die Paradedisziplin des Schweizer Finanzplatzes. Auf diesem Feld verfügen Schweizer Banken über Erfahrung, Wissen und Kundennähe. Damit bestehende Stärken auch künftige Stärken bleiben, optimiert die Credit Suisse laufend die Dienstleistungen und Beratungsprozesse im Interesse der Kundinnen und Kunden. Dabei sind die starke Innovationskraft und globale Vernetzung der Credit Suisse von Vorteil. Nicht erstaunlich, dass die Leistungen der Bank auch von aussenstehenden Beobachtern gewürdigt werden. Zum Beispiel vom britischen Finanzmagazin «Euromoney». Die Credit Suisse hat vom Londoner Fachmagazin vor kurzem die Auszeichnung «Best Private Bank» in der Schweiz erhalten. Roman Müggler, Leiter Region Ostschweiz der Credit Suisse, sagt weshalb.

Die Credit Suisse hat zum zweiten Mal in Folge den britischen Euromoney Award als «Best Private Bank» in Switzerland 2007 errungen. Warum schon wieder die Credit Suisse?

Wäre ich Brite, würde ich sagen: Weil keine andere Bank besser war als wir. Als Ostschweizer aber sage ich: Weil wir seit Jahren konsequent an der Perfektionierung unserer Beratungsprozesse arbeiten und nun ernten, was wir gesät haben.

Wofür steht der Euromoney Award 2007?

Die Auszeichnung würdigt zunächst einmal die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen. In die Bewertung sind aber auch Fremdbeurteilungen anderer Privatbanken eingeflossen, die unsere Arbeit

ebenfalls sehr hoch einschätzen. Beides zusammen gibt uns die Bestätigung, auf dem richtigen Weg zu sein. Und wer weiss, vielleicht schaffen wir 2008 im Ranking von «Euromoney» sogar den Hattrick.

Sie verfügen über viele Jahre Erfahrung im Private Banking. Also können Sie uns sicher sagen, was den Kern des erfolgreichen Private Bankings ausmacht?

Es mag Sie vielleicht überraschen ausgerechnet von einem Banker zu hören, dass nicht die Zahlen das Allerwichtigste sind, sondern das Vertrauen der Kunden. Ich bin immer mehr davon überzeugt, dass ohne persönliches Vertrauen zwischen Kunde und Berater im Private Banking nicht viel läuft. Vertrauen aber erhält man nicht geschenkt, sondern muss es sich erwerben.

Und wie macht das die Credit Suisse?

Durch Taten statt Worte: Wir vermitteln unseren Kunden nicht nur das Gefühl jederzeit für sie dazusein – wir beweisen es auch. Mit guten Produkten, transparenter Beratung und nachhaltigen Ergebnissen. Das, meine ich, ist eine Ausgangslage, auf der Vertrauen und eine persönliche Beziehung gedeihen können.

Vertrauen ist eine Kategorie der Psychologie. Wollen Sie damit sagen, dass es um das Private Banking dann am besten bestellt ist, wenn die Bank gute Psychologen einstellt?

Nichts gegen Psychologen – doch ich glaube nicht, dass erfolgreiches Private Banking von ihnen abhängt. Was ich sagen will, ist dies: Wir brauchen Berater, die gut zuhören, umfassend analysieren und die richtigen Schlüsse ziehen können. Das sind Eigenschaften, die uns durchaus mit Psychologen verbinden. Aber um unsere Arbeit erfolgreich gestalten zu können, brauchen wir noch mehr. Zum Beispiel professionelle Kenntnisse der Finanzmärkte

und der Finanztheorie sowie fundiertes Wissen über nationale Volkswirtschaften und Einzelunternehmungen etc.

Wie wichtig sind leistungsfähige Beratungsprozesse?

Sehr wichtig. Der umfassende Beratungsprozess der Credit Suisse bildet in seinen Grundelementen schon seit Jahrzehnten eine tragende Säule des Private Bankings. Wenn ein solcher Kernprozess nicht ständig auf Verbesserungspotenzial abgeklopft und optimiert wird, verliert er an Effizienz und Nutzen für die Kunden. Ein wirklich exzellenter Beratungsprozess muss deshalb die modernen Möglichkeiten der Informationstechnologie voll ausschöpfen. Denn dies eröffnet neue Möglichkeiten. Und Möglichkeiten sind immer auch Chancen für unsere Kunden.

Wie läuft bei der Credit Suisse ein Beratungsgespräch ab?

Zentraler Ausgangspunkt der Beratung ist bei uns die umfassende Bedürfnisanalyse, welche die aktuelle Situation des Kunden mit seinen spezifischen Bedürfnisse möglichst genau erfasst. Das persönliche Finanzkonzept, das aus dieser Analyse hervorgeht, dient auch dazu, die Verbindlichkeiten des Kunden vollständig zu überblicken, damit die laufenden Verpflichtungen sichergestellt sind. Aufgrund eines persönlichen Risikoprofils wird schliesslich das Anlegerprofil definiert und eine Anlagestrategie erarbeitet. Ziel und zugleich letzter Schritt der Beratung sind die Umsetzung der Strategie und die nachhaltige Verwaltung der Vermögenswerte.

Roman Müggler
Leiter Region Ostschweiz der Credit Suisse
St. Leonhardstrasse 3
CH-9000 St. Gallen
Telefon +41 71 226 34 12
Telefax +41 71 226 34 41
E-Mail: roman.mueggler@credit-suisse.com
www.credit-suisse.com



«Klimafonds» liegen im Trend

Möglichkeiten, sein Geld anzulegen gibt es zahlreiche. Die Palette ist vielfältig. Immer wieder kommen neue Anlagebereiche dazu. Aktueller den je sind heute die sogenannten «Klimafonds» - Anlagemöglichkeiten in alternative Energien und Unternehmen, die einen Beitrag zur Reduktion des Klimawandels leisten.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILD: ARCHIV

Viele Banken haben auf die zunehmenden Umweltprobleme reagiert. Auch die Begrenzung fossiler Brennstoffe gewinnt an Wichtigkeit. Den Kunden werden aus diesen Gründen neue Investitionsmöglichkeiten geboten. Investitionsmöglichkeiten in alternative Energien und Unternehmen, die einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten.

Klimawandel reduzieren

Swisscanto, die Partnergesellschaft der Kantonalbanken, hat die Palette nachhaltiger Anlageprodukte vor kurzem mit dem Swisscanto (LU) Equity Fund Climate Invest erweitert. Der Fonds investiert in Unternehmen, die einen Beitrag zur Reduktion des Klimawandels oder dessen Folgewirkungen leisten. Innerhalb des Themas «Klimawandel» wird der Schwerpunkt zu Beginn hauptsächlich auf die beiden Teilbereiche «erneuerbare Energie» und «Wasser» gelegt. Der Fonds engagiert sich somit in Unternehmen, welche die Hausaufgaben von morgen bereits heute ge-

macht haben. Er setzt aber auch eine entsprechende Risikobereitschaft voraus.

Verschiedene Anlagemöglichkeiten

Auch die UBS hat reagiert und bietet im Bereich der «Social Responsibility Fonds» gleich drei verschiedene Anlagemöglichkeiten an, die in den Bereichen Demographie, Klimawandel und Wasser, anhand von Umwelt- und Sozialkriterien, investieren. Der jüngste Fonds, welcher im Juli 2005 lanciert wurde, investiert europaweit in Unternehmen, die eine überdurchschnittliche ökologische, soziale und ökonomische Leistung erbringen und ein interessantes Wachstumspotenzial aufweisen. Zum Anlageuniversum gehören dabei sowohl Climate Leader als auch Innovatoren.

Investitionen in Aktien von Unternehmen, welche in der Produktion alternativer Energien beziehungsweise in der Optimierung traditioneller Energiequellen tätig sind, liegen im Trend. Dies

hat auch Raiffeisen-Partner Vontobel erkannt und den «Vontobel Fund – Global Trend New Power Tech» ins Leben gerufen. Hierbei ist das Fondsvermögen weltweit in Aktien und andere übertragbare Wertpapiere von Unternehmen investiert, welche eine umweltverträgliche und ressourcenschonende Energieproduktion oder einen ökologischen Energieverbrauch ermöglichen.

Geldanlage in unterschiedliche alternative Energiequellen

Bei der Credit Suisse können Kunden in den «CS Global Alternative Energy Index» investieren. Dieser Fonds erlaubt eine Geldanlage in verschiedene alternative Energiequellen wie Erdgas, Bio-, Wind- und Solarenergie sowie Geothermik. Das Anlageuniversum besteht aus 30 Aktien der ganzen Welt – den grössten in jedem einzelnen Teilssektor. Die Research Abteilung der Credits Suisse überwacht die Zusammensetzung des Index und ändert diese, sofern die Marktbedingungen dies erfordern. Mit dem «CS Equity Fund (Lux) Future Energy» können CS-Kunden in erneuerbare und herkömmliche Energieträger oder in Kernenergie als CO₂-neutrale Energiequelle investieren. Der Fokus wird dabei auf Energieeffizienz und Emissionsbeschränkung gelegt. Die CS bietet noch weitere Anlagemöglichkeiten in diesem Bereich an.

Entdecken Sie die neuesten Höhepunkte des Erfinders der Fahrfreude.

BMW begeistert anspruchsvolle Fahrer mit Neuheiten, die in ihrer Klasse wegweisend sind: das faszinierende BMW 3er Cabrio, der exklusive BMW X5, der innovative BMW 5er und der sportliche BMW 1er. Erleben Sie bei Ihrem BMW Partner Fahrvergnügen neu.

BMW Service Plus auf allen Modellen Gratis-Service bis 100 000 km oder 10 Jahre, Garantie bis 100 000 km oder 3 Jahre, www.bmw.ch



xDrive
Das intelligente
Allradsystem
von BMW

Fahrfreude erwartet Sie bei:

Bickel Auto AG
Zürcherstrasse 306
8500 Frauenfeld
Telefon 052 728 91 91
www.BickelAutoAG.ch

Max Heidegger AG
Messinastrasse 1
9495 Triesen (FL)
Telefon +423 399 40 80
www.bmw-heidegger.ch

Auto Walser AG Wangs
Bahnhofstrasse 56
7323 Wangs
Telefon 081 720 45 50
www.bmw-autowalser.ch

Horben-Garage AG
Horben 1858
9642 Ebnat-Kappel
Telefon 071 993 37 33
www.bmw-horben.ch

Christian Jakob AG
Schuppisstrasse 9
9016 St. Gallen
Telefon 071 282 49 69
www.christianjakob.ch

Garage Kurt Köstli AG
Romanshornstrasse 95
8280 Kreuzlingen
Telefon 071 686 84 84
www.bmw-koestli.ch

Sepp Fässler AG
Feldstrasse 11
9050 Appenzell
Telefon 071 788 30 60
www.faessler-garage.ch

Christian Jakob AG
Unterdorfstrasse 85
9443 Widnau
Telefon 071 727 20 40
www.christianjakob.ch

Garage H. Dubach AG
Amriswilerstrasse 110
8570 Weinfelden
Telefon 071 622 64 44
www.bmw-dubach.ch

Sepp Fässler (Wil) AG
Toggenburgerstrasse 76
9500 Wil
Telefon 071 913 99 33
www.faessler-garage.ch

Der neue BMW 5er

www.bmw.ch



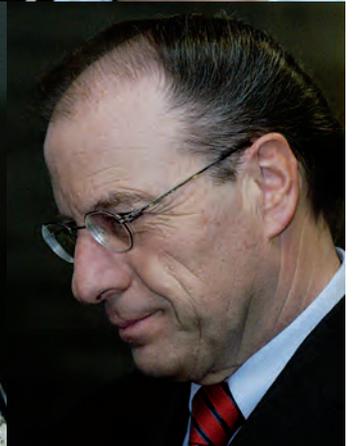
Freude am Fahren

Beruf und Familie unter einen Hut bringen



Bundesrätin Doris Leuthard sprach Ende Februar an der Veranstaltung «Familienfreundliche Unternehmenspolitik - Innovative Impulse für KMU» an der Universität St.Gallen.

Die CVP-Bundesrätin war eine von mehreren Referenten, die sich Gedanken über die Vereinbarkeit von Beruf und Familie machten. Neben Pierin Vincenz, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Raiffeisen Gruppe sprachen unter anderem auch Christof Stürm, Vorstandsmitglied der WISG, Regierungsrat Josef Keller, Franziska Bischof-Jäggi, Geschäftsführerin der Familienmanagement GmbH Zug und Ruedi Lieberherr, Geschäftsführer der Morga AG, Ebnat-Kappel. LEADER war dabei.



Indien – der aufstrebende Markt mit viel Potenzial



Ende März findet in Zürich das sechste Forum der Schweizer Aussenwirtschaft statt, bei dem sowohl Marktchancen im internationalen Geschäft aufgezeigt als auch aktuelle Trends analysiert werden. Veranstalter Osec Business Network Switzerland legt dabei am zweiten Tag den Fokus auf den aufstrebenden indischen Markt. Der Anlass, der unter anderem dem Erfahrungsaustausch und Networking dient, richtet sich vor allem an KMU-Vertreter. Am Forum werden hochrangige Referenten sowie Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik anwesend sein.

Am 27./28. März 2007 ist es wieder soweit: Während zwei Tagen werden im Zürcher Schiffbau zahlreiche KMU-Vertreter zum sechsten Mal am Forum der Schweizer Aussenwirtschaft zusammentreffen. Sie werden dabei mehr über die neuen Marktchancen erfahren und sich bezüglich Auslandsgeschäft austauschen, dabei aber auch Networking betreiben können. Ebenfalls werden zahlreiche Entscheidungsträger aus der Wirtschaft und Politik sowie hochrangige Gäste aus der Schweiz und dem Ausland zugegen sein, unter anderem Bundesrätin Doris Leuthard, Ex-Vizepräsident Al Gore und Bestseller-Autor und Zukunfts- und Trendforscher John Naisbitt. Das Forum der Schweizer Aussenwirtschaft, welches zum sechsten Mal stattfindet und von Stephan Klapproth moderiert wird, ist eine einzigartige Plattform, welche den KMU wertvolle Impulse zur erfolgreichen Internationalisierung vermittelt.

Marktchancen und Trends im internationalen Geschäft

Der erste Tag des Forums widmet sich den Marktchancen und Trends im Auslandsgeschäft. Motor unserer Volkswirtschaft ist denn auch der Export. Schweizer KMU übernehmen bei der Exportwirtschaft eine Führungsrolle, zumal über

99% der Unternehmenslandschaft KMU sind. Märkte verändern sich und neue Strategien müssen evaluiert werden, um exportfähig zu bleiben und im Ausland erfolgreich zu sein. Sourcing, Relocation, Financing, Born Globals sind nur ein paar Stichworte, die am ersten Forumstag aufgegriffen werden. Renommierte Gastredner werden die Entwicklungen verschiedener Auslandsmärkte im Länder- und Branchenvergleich beleuchten, die Chancen für KMU aufzeigen, aber auch die Stolpersteine aufdecken. Dabei werden aktuelle Trends des internationalen Geschäfts unter dem Aspekt der Globalisierung diskutiert und kritisch hinterfragt.

Indien im Fokus

Indien wird am zweiten Tag das Schwerpunktthema des Forums sein. Mit einem jährlichen Wachstum des Bruttoinlandproduktes von acht bis zehn Prozent und einer Bevölkerung von über einer Milliarde Menschen rückt dieser Subkontinent immer stärker ins Bewusstsein der internationalen Wirtschaftswelt. Indien wird in naher Zukunft eine grössere wirtschaftliche Bedeutung haben, da schon heute rund 200 Millionen Menschen der Mittelklasse angehören und so zum Konsumanstieg in diesem Land beitragen. Indi-

en hat nicht zuletzt viel Potenzial, weil es auch über eine junge Bevölkerung mit einer hohen Anzahl an Arbeitskräften verfügt. Die kontinuierliche Öffnung des Marktes und die grossen Anstrengungen der indischen Regierung ermöglichen das Ausschöpfen neuer Geschäftsfelder für verschiedenste Branchen. Kulturelle Unterschiede spielen im Umgang mit Indien dabei eine besondere Rolle.

Unternehmer werden am zweiten Forumstag von ihren Erfahrungen in diesem aufstrebenden Markt berichten und ihre «Lessons learned» preisgeben. Dabei werden praxisbezogene Themenworkshops das Potenzial für verschiedene Schweizer Wirtschaftszweige aufzeigen. Einstimmen können sich die Forumsteilnehmer auf Indien bereits anlässlich des Networking-Dinners im Rahmen der «Indian Night» am ersten Tag dieser Veranstaltung.

Weitere Informationen unter:

Service Center Business Network Switzerland
Tel. 0844 811 812
Fax 044 365 52 20
Hotline für Osec-Mitglieder: 0800 811 812
forum@osec.ch
www.osec.ch/forum

Roland Rino Büchel ist SVP-Kantonsrat. Der Rheintaler hat für das schweizerische Aussenministerium und als Sportmanager in 18 Ländern gearbeitet. Er kandidiert für den Nationalrat.



Fredy Fässler ist selbständiger Rechtsanwalt und Mediator in St. Gallen. Er ist Fraktionspräsident der SP im St. Galler Kantonsrat.

Alternativ: Don Quijote und die linken Energiekiller

«Arena» des Schweizer Fernsehens: Ex-SP-Präsident Helmut Hubacher schulmeisterete zum Thema Kernenergie. Die Seite um den roten Altmeister mischte gekonnt Realität mit selbst gebastelten Lebenswelten. Deshalb mein folgendes Votum in der Sendung: «Ich wurde 1965 im St. Galler Rheintal geboren. Meine Eltern führten einen kleinen Gewerbebetrieb, besaßen aber noch keinen Fernseher und keine Kühltruhe. Seit meiner Geburt hat sich der Stromverbrauch in der Schweiz verdreifacht. Warum? Nehmen wir das Beispiel aus Oberriet. Erstens ist unser Betrieb gewachsen und gibt zehn Mal mehr Leuten Arbeit als damals. Zweitens leistet sich heute fast jeder Angenehmes wie Waschmaschine, TV und Tiefkühler. – Arbeitsplätze und ein gehobener Lebensstandard brauchen Energie.»

In den entwickelten Ländern betrachten wir vieles als selbstverständlich: Handy, Mikrowelle, PC, PlayStation. Einiges wollen wir, anderes müssen wir uns leisten. Der private Wohlstand braucht Strom. Die öffentlichen Verkehrsmittel Zug, Tram und S-Bahn fahren mit Strom. Landwirtschaft, Industrie, Banken und Spitäler benötigen Strom. Tatsache ist: Je besser es uns geht, desto mehr Energie verbrauchen wir. Trotz Sparmassnahmen. Und: Ohne ökologische Nebenwirkungen kann keine Energie produziert werden.

Aber Fakten interessieren gewisse Kreise kaum. Hubacher lobhudelte über die widerrechtliche Besetzung des Kaiseraugst-Geländes vom Jahr 1975. Zusammen mit den Kommunisten der PdA brüstet er sich als Kernkraftgegner der ersten Stunde. Ich meine: Sogar wer sich «Aktivist» nennt, hat sich an demokratische Entscheide zu halten (auch wenn es gegen seine Natur ist). Das Schweizer Volk hat zur Kernenergie nach intensiven Debatten mehrmals ausdrücklich Ja gesagt. Und zwar zwischen 1976 und 2003.

Worauf stützt sich unsere Stromproduktion seit Jahrzehnten? Der Mix ist so: Wasserkraft 55 %, Kernkraft 40 %. Der Anteil aller so genannt alternativen Energieformen liegt bei gut einem Prozent. Das ist ausbaufähig, einverstanden. Bis ins Jahr 2035 liegt bei starker Förderung und hunderten Umverteilungsmillionen eine Quote von maximal 10 % drin. Wenn alles gut läuft.

Doch im wahren Schweizer Leben prügeln die linken und grünen Verhinderer nicht nur gegen Kühltürme oder Staumauern. So landeten die Einsprachen gegen eine geplante Windkraftanlage im Neuenburger Jura vor Bundesgericht. Dabei ging es um sieben Windräder am Crêt-Meuron.

Im mittelalterlichen Spanien bekämpfte Don Quijote die Windmühlen. Der tapfere Chaot tat dies mit Rocinante (seinem alten Gaul), einem Schwert und einer Lanze. Er wusste noch nichts vom unsinnigen Verbandsbeschwerdrecht. Die «Don Chaotes» vom Landschaftsschutz dagegen schon. Sie benutzen es um so aktiver, zerzausen ein alternatives Windkraftwerk und machen sich damit zu Förderern der Atomenergie. Im (gespaltenen) Kern der Sache irgendwie ironisch, oder?

AKW? Unverändert: Nein danke!

Eigentlich durfte man nach Tschernobyl davon ausgehen, das Thema AKW sei erledigt. Die Atomlobby hat aber dank Geldinfusionen der SteuerzahlerInnen komfortabel überlebt und startet nun, sekundiert von den bürgerlichen Parteien ihre hoffentlich letzte Offensive. Angst-macherei war schon immer ein probates Mittel in der politischen Auseinandersetzung, wenn Sachargumente fehlen. Die Kampagne wird daher unter das Motto: «Ohne Atomkraftwerke gehen die Lichter aus» gestellt. Die Situation ist heute allerdings eine völlig andere als bei der Auseinandersetzung um Kaiseraugst. Die Schweiz ist ab 2008 zu 100 % in den offenen europäischen Strommarkt integriert. Wieso der von den bürgerlichen Parteien sonst so viel beschworene Markt ausgerechnet bei der Stromenergie versagen soll, bleibt unerfindlich. Würde das Stromangebot tatsächlich knapp, würden die Preise steigen und damit automatisch auch die Zahl der Anbieter. Atomstrom ist unverändert teuer und gefährlich. Eine Mehrheit der Bevölkerung lehnt neue Atomkraftwerke ab. Es ist damit unsinnig, weiter auf dieser Energieschiene zu planen. Die Atomtechnik ist auf dem Kraftwerksmarkt nur noch ein Nebenschauplatz. Im Jahre 2006 wurden nur noch 1050 MW Atomkraft in Betrieb genommen. Im gleichen Jahr starteten 15'000 MW neue Windkraft. Auch in der Solartechnik gibt es ungeheure Möglichkeiten. Dies ist wohl der Hauptgrund, wieso die Axpo Köbi Kuhn angeheuert hat, um öffentlich die Solartechnik zu verhöhnern. Schliesslich wird auch argumentiert, die AKW seien nötig, um der Schweiz eine autonome Energieversorgung sicher zu stellen. Bislang hat mir allerdings noch niemand erklären können, wo in der Schweiz Uran abgebaut werden kann. Atomenergie ist ein ökologisches und wirtschaftliches Klumpenrisiko. Eine zukunftssträchtige Energiepolitik setzt neben einer Steigerung der Energieeffizienz (energetische Sanierung bestehender Bauten) auf die folgenden Pfeiler:

Erneuerbare Energien. Die kostendeckende Vergütung für erneuerbare Energien im Inland aus Wasserkraft, Biomasse, Geothermie, Windenergie und Solarenergie muss mit dem Stromversorgungs-gesetz eingeführt werden.

Netzausbau. Die Schweiz verdient mit der Veredelung von Strom viel Geld, neuerdings immer mehr mit der Veredelung von Windstrom (Einkauf bei starkem Wind, Verkauf bei schwachem Wind). Damit dies funktioniert und die Versorgungssicherheit gestärkt wird, sollen die Anschlüsse an die europäischen Hochleistungsnetze verstärkt und die Bewilligungsverfahren bei ökologisch vorteilhaften Technologien (Erdkabel, Gleichstrom) verkürzt werden.

Hybridheizungen und Wärmepumpen. Die herkömmlichen Öl- und Gasheizungen haben ausgedient. Sie sollen nach und nach durch Hybridheizungen (Wärme-kraft-Kopplung), Wärmepumpen und andere erneuerbare Energien ersetzt werden.

Windstromimport. Soweit der inländische Strom nicht ausreicht, kann Strom aus Windfarmen in Holland importiert werden. Weshalb soll beim Wind nicht funktionieren, was im Atomsektor (mit Bezugsrechten für 2,5 «Gösgen» aus Frankreich) seit Jahrzehnten praktiziert wird?



Für ein begeisterndes Fahrerlebnis

Überzeugender als jedes andere Fahrzeug seiner Klasse schafft die BMW 5er Reihe die Verbindung zwischen hochwertiger Präsenz und sportlicher Performance. Jetzt gewinnen Auftritt, Fahrerlebnis und Komfort nochmals an Niveau.

Gezielte Modifikationen am Exterieur und ein nicht nur sicht-, sondern auch spürbar verfeinerter Stil im Innenraum unterstreichen den sportlich-eleganten und hochwertigen Charakter der BMW 5er Limousine und des BMW 5er Touring. Das Premium-Ambiente im Fahrgastraum wird von besonders hochwertigen Materialien, attraktiven Farben und einer Neugestaltung der Interelemente und Bedieneinheiten bestimmt.

Neue Dimension effizienter Dynamik

Noch kraftvollere und aussergewöhnlich effiziente Antriebseinheiten ergänzen die vielfältige Motorenpalette der BMW 5er Reihe. Die für temperamentvolle Leistungsentfaltung und höchste Laufkultur bekannten Benzin- und Dieselmotoren übernehmen jetzt auch auf dem Gebiet der Wirtschaftlichkeit in allen Leistungsklassen die Spitzenposition. Damit erreicht die BMW 5er Reihe eine neue Dimension der effizienten Dynamik, was zahlreichen verbrauchs- und emissionsmindernden Massnahmen im Motorenumfeld und vor allem den Reihensechszylinder-Motoren mit der neuartigen Benzin-Direkteinspritzung High Precision Injection zu verdanken ist.

Der von dem 4,8 Liter grossen und 270 kW/367 PS starken V8-Motor angetriebene BMW 550i beschleunigt in 5,2 (Limousine) beziehungsweise

5,3 Sekunden (Touring) von null auf 100 km/h. Seine Höchstgeschwindigkeit wird elektronisch auf 250 km/h limitiert. Mit einer Leistung von 225 kW/306 PS aus einem Hubraum von 4,0 Litern ermöglicht auch der Achtzylinder-Motor des BMW 540i sportliche Fahrleistungen. Der Beschleunigungswert beträgt 6,1 Sekunden, das Höchsttempo wird bei 250 km/h abgeregelt.

Zu den Neuentwicklungen auf dem Antriebssektor gehören auch das besonders schnell und präzise agierende Sechsgang-Automatikgetriebe sowie die einzigartige Sportautomatik. Aufgrund der direkten Motoranbindung und der präzisen Steuerung der Fahrstufenwahl weisen die Automatik-Versionen der drei leistungsstärksten Benzinmotor-Modelle der neuen BMW 5er Reihe günstigere Verbrauchswerte auf als die entsprechenden Modelle mit Handschaltgetriebe. Auch bei der neuen BMW 5er Reihe können drei Motorvarianten mit dem permanenten und variablen Allradantrieb BMW xDrive kombiniert werden. Eine optimierte Steuerungselektronik sorgt bei diesem intelligenten Allradsystem für noch spontanere und exaktere Reaktionen auf sich ändernde Fahrsituationen.

Zahlreiche Zusatzfunktionen

Mit einer Fülle von Innovationen wartet die neue BMW 5er Reihe ausserdem im Bereich

der Fahrerassistenzsysteme und der Komfortausstattung auf.

Als einziges Fahrzeug seines Segments kann der BMW 5er mit Aktivlenkung, Fernlichtassistent, BMW Night Vision, Head-Up-Display und darüber hinaus nun auch mit einer Aktiven Geschwindigkeitsregelung mit Stop & Go-Funktion sowie einer Spurverlassenswarnung ausgestattet werden. Darüber hinaus steigern das serienmässige Bediensystem iDrive mit acht frei programmierbaren Favoritentasten sowie ein optional verfügbares Navigationssystem mit Sprachsteuerung und Ganzworteingabe den Langstreckenkomfort der BMW 5er Reihe auf ein einzigartiges Niveau.

Der BMW 5er Reihe kostet als Limousine ab 57'400 Franken (handgeschaltet) und 60'600 Franken (mit Automatik) und als Touring ab 64'200 Franken (handgeschaltet) und 64'200 Franken (mit Automatik).



AB 2./3. MÄRZ 2007 FÜR SIE BEREIT DER NEUE FREELANDER 2

Stilvoll. Sportlich. Dynamisch. Mit unverkennbarem Design, höchstem Fahrkomfort und einer Sicherheitsausstattung, die neue Massstäbe setzt.

Entdecken Sie jetzt den neuen Freelander 2 von Land Rover mit den folgenden verfügbaren Premium-Ausstattungs-elementen:

- Terrain Response™ System mit 4 Fahrprogrammen für jede Fahrunterlage
- Hill Descent Control (HDC), elektronisch gesteuerte Bergabfahrkontrolle
- 9 Airbags inkl. Knieairbag für den Fahrer
- Bi-Xenon Scheinwerfer mit adaptivem Kurvenlicht
- Premium-Soundsystem mit 14 Lautsprechern und Dolby Pro Logic II 7.1 Surround Sound
- 2.2-Liter-Td4-Turbodiesel (Commonrail), serienmässig mit Partikelfilter, 152 PS/400 Nm, 6-Gang-Schalt- oder Automatikgetriebe mit CommandShift™
- 3.2-Liter-Reihensechszylinder-Benzinmotor, 233 PS/317 Nm, 6-Stufenautomatik mit CommandShift™
- Preis ab CHF 47'700.– (Td4 mit Schaltgetriebe)

Sind Sie bereit für eine Probefahrt? Wir freuen uns auf Ihren Besuch.



Ihr Fachmann
seit 1924.

Emil Frey AG, Autopark Ruga St. Gallen

Molkenstrasse 3-7, 9006 St. Gallen

071 228 64 64, www.emil-frey.ch/autopark



Volle Kraft auf und neben der Strasse

Der neue Land Rover Freelander: Von Grund auf neu entwickelt bringt die zweite Modellgeneration des Bestsellers reichlich Fahrkomfort auf der Strasse und die von Land Rover seit Jahrzehnten gewohnte uneingeschränkte Geländetauglichkeit.

Der Land Rover Freelander 2 überzeugt einerseits mit den Qualitäten einer Premium-Limousine, wie hoher Fahrkomfort, souveräne, kultivierte Leistung, attraktives Interieur und unkomplizierte Bedienung. Andererseits besitzt er alle Attribute eines echten Geländewagens: Er bringt Fahrer und Passagiere überall hin, bietet Robustheit, viel Platz und Flexibilität sowie aus erhöhter Sitzposition einen guten Überblick über das Verkehrsgeschehen.

Leistungsstärker, wirtschaftlicher, sicherer

Die 1997 vorgestellte erste Freelander-Generation wird von vielen Fachleuten als Begründerin einer komplett neuen Fahrzeuggattung angesehen: dem kompakten Premium-Offroader. Die jetzt fertig gestellte zweite Auflage des Freelander zeigt sich in praktisch jeder Hinsicht weiter verbessert: leistungsstärker und wirtschaftlicher, kultivierter und hochwertiger, sicherer und nicht zuletzt geräumiger. Auch im Hinblick auf die Fähigkeiten im Gelände konnte der Freelander ebenso noch einmal zulegen wie beim Fahrverhalten auf der Strasse, wo er durch ein optimiertes Handling und ein spürbar verbessertes Komfortniveau überzeugt.

Mit dem neuen Freelander spielt Land Rover einen Trumpf aus – mit einer Fülle technischer

Highlights. So kommen im Freelander zwei brandneue Motoren zum Einsatz: ein 3,2-Liter-Reihensechszylinder-Benziner und ein 2,2-Liter-Vierzylinder-Turbodiesel. Beide Aggregate bestechen mit modernsten Technologien für ein Optimum an Leistung und Wirtschaftlichkeit.

Der 171 kW (233 PS) starke Benzinmotor mit dem Kürzel «i6» erlaubt dem neuen Freelander eine Höchstgeschwindigkeit von exakt 200 km/h und eine Beschleunigung von 0 auf 100 km/h in lediglich 8,9 Sekunden. Vor diesem Hintergrund bleibt der Kraftstoffverbrauch im kombinierten Messzyklus mit 11,2 Litern pro 100 Kilometer in einem moderaten Rahmen. Gekoppelt ist der Benzinmotor mit einer gleichfalls neuen Sechsstufenautomatik, die dank der von Land Rover entwickelten «CommandShift»-Funktion zusätzlich manuelle Gangwechsel gestattet. Für noch sportlicher ambitionierte Piloten steht zudem im Getriebe ein «Sport»-Modus bereit.

Turbodiesel mit 118kW

Als zweite Antriebsalternative hält Land Rover im jüngsten Freelander einen neu entwickelten 2,2-Liter-Vierzylinder-Turbodiesel bereit. Er bringt eine Höchstleistung von 118 kW (160 PS) und ein enormes Drehmomentmaximum von 400 Nm auf die Strasse, wobei mehr als 200

Nm schon ab 1000 Umdrehungen bereitstehen. Neben seiner Durchzugskraft sind Laufruhe und Sparsamkeit weitere Markenzeichen des neuen Turbodiesels, der sich im kombinierten Messverfahren mit 7,5 Liter Diesel auf 100 Kilometern begnügt.

Ein Russpartikelfilter sorgt zudem für Sauberkeit. Beim Getriebe haben Turbodieselkäufer die Wahl zwischen einem neuen Sechsgang-Schaltgetriebe und der Sechsstufenautomatik, die auch in der Benzinversion eingebaut wird.

Obwohl der neue Land Rover Freelander lediglich 50 Millimeter länger wurde als sein Vorgänger, verwöhnt er mit einem deutlich erweiterten Platzangebot im Innern. Eine optimierte Raumnutzung sorgte für spürbar mehr Kopf-, Schulter- und Beinfreiheit – auf den vorderen Plätzen wie im Fond. Die Passagiere der zweiten Reihe sitzen etwas höher als die Mitfahrer vor ihnen und geniessen so freiere Sicht. Die geschickte Raumnutzung führte ausserdem zu einem wesentlich grösseren Kofferraum. Mit 755 Liter Volumen wurde das Heckabteil des Freelander gleich um 38 Prozent geräumiger als beim Vorgängermodell.

Emil Frey AG, Autopark Ruga St.Gallen, Molkenstrasse 3-7, 9006 St.Gallen

071 228 64 64, www.emil-frey.ch/autopark



Zwei Klassen für sich.

Die Doppelpremiere mit der CL-Klasse und der GL-Klasse.

► Ein Premium-Geländewagen, der restlos alles zu bieten hat – auf der Strasse und abseits befestigter Wege. Ein Coupé mit überwältigender Persönlichkeit vereint verführerischste Formen, vollendete Emotionen und dynamische Leidenschaft. Die neue CL-Klasse und die GL-Klasse: zwei Klassen

für sich. Diese und viele andere aktuelle Highlights erleben Sie jetzt live bei uns.



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz St. Gallen, Zürcherstrasse 501, 9015 St. Gallen
Lindengut-Garage AG, Toggenburgerstrasse 146, 9500 Wil
Garage Weilenmann AG, Im Rietacker 6, FL-6494 Schaan
Auto Lang AG, Sonnenwiesenstrasse 17, 8280 Kreuzlingen
Auto Lang AG, Langfeldstrasse 76, 8500 Frauenfeld



Das Beste aus zwei Welten

Die C-Klasse von Mercedes Benz vereint zwei Philosophien

Die neue Generation der Mercedes-Benz C-Klasse setzt Massstäbe. Sie fügt an sich widersprüchliche Charaktereigenschaften kompromisslos zur harmonischen Synthese: Erlesener Komfort und dynamisches Fahrverhalten vereinen sich unter der formalen Ästhetik einer überzeugend klar gezeichneten Karosserie.

Bislang standen sich zwei automobile Philosophien fast unvereinbar gegenüber. Die eine setzt auf konsequent komfortabel ausgelegtes Autofahren, das bequemes, entspanntes Reisen ermöglicht. Die andere favorisiert das Ideal sportlichen Fahrens, das mit einer gehörigen Portion Agilität in jeder Kurve das pure Vergnügen sucht. Die neue Generation der Mercedes C-Klasse vereint beide Welten und öffnet so das Tor zu einem besonderen Fahrvergnügen.

Starker Charakter

Der C 350 ist das Top-Modell der C-Klasse: Der dreidimensional ausgeformte Lamellen-Kühlergrill signalisiert Komfort und Luxus, sozusagen die traditionellen Charakterzüge eines Mercedes. Ganz der Limousinen-Tradition folgend, thront der Stern auf der Kühlermaske. Avantgarde-Modelle dagegen haben einen sportlich-maskulineren Auftritt, der durch drei lang gezogene Kühler-Lamellen und den mittig angeordneten Stern als Markenzeichen betont wird.

Wie die Morgendämmerung Nacht und Tag verbindet, so lässt vor allem ein ausgeklügeltes Fahrwerk die sportliche Philosophie mit der komfortbetonten zusammenwachsen. Die Crux dabei: Für ein sportlich-aktives Handling müssen die Ingenieure der Federung und vor allem den Stos-

sdämpfern eine gewisse Härte geben. Diese Steifheit musste bislang mit Abstrichen beim Federungskomfort in Einklang gebracht werden. Wird das Auto dagegen mit weicheren Dämpfern auf Fahrwerkskomfort getrimmt, leiden die dynamischen Fähigkeiten. Ein Dilemma, das die neue C-Klasse dank Agility-Control-Fahrwerk beendet — vorbei die Ära der Kompromisse.

Technische Leckerbissen

Dezent, aber druckvoll verrichten Motoren und Getriebe ihre Arbeit; auf Wunsch auch fulminant wie im Topmodell C 350: Der V6-Motor leistet 200 kW/272 PS und liefert seine Kraft ans serienmässige, siebenstufige Automatikgetriebe 7G-Tronic - der einzigartige Schaltautomat ist verfügbar für alle Benzin- und Dieselmotoren mit Sechszylinder-Motor. Seine Extraklasse: weiche Schaltvorgänge, stimmige Abstufung - eine Schaltarbeit, so dezent verrichtet, dass die Insassen sie kaum bemerken.

Agility Control verbessert auch die aktive Fahrsicherheit. Sie gehört genauso zu den besonderen Eigenschaften der C-Klasse wie die passive Sicherheit. Die Karosserie, zu 70 Prozent aus hochfesten oder ultrahochfesten Stählen gefertigt, bildet das Fundament für den besonders effektiven Insassenschutz. Sieben serienmässige Airbags flankieren

diese Schutzwirkung: adaptive Airbags für Fahrer und Beifahrer, ein Knie-Bag für den Fahrer, zwei Side-Bags in den Vordersitzen sowie zwei grossflächige Window-Bags.

Saubere Leistung

Auch auf anderem Terrain beweist die neue C-Klasse Pioniergeist: Sie ist das erste Auto in ihrem Marktsegment mit Umwelt-Zertifikat. Somit kann die neue Modellreihe getrost als Vorbild in Sachen Kraftstoffverbrauch, Emissionen und Werkstoffauswahl gelten. Der Kraftstoffverbrauch beispielsweise konnte im Vergleich zum Vorgängermodell um bis zu sechs Prozent gesenkt werden.

Im Innenraum der C-Klasse erlebt und spürt man das unaufdringliche, typische Mercedes Flair. Weit öffnende Türen gewähren einen bequemen Zugang. Hochwertige Materialien und eine bis ins Detail stimmige Verarbeitung schmeicheln dem Auge. Auch dem neuen Anzeige- und Bedienkonzept ist Vorbildcharakter zu attestieren. Beispiel Infotainmentsysteme: Sie lassen sich bequem mit der rechten Hand steuern, die dabei auf der gepolsterten Mittelkonsole ruht. Komfortables Reisen und dynamisches Fahrvergnügen: In der C-Klasse ist diese Synthese kein blosser Kompromiss.

Mercedes-Benz St. Gallen, Zürcherstrasse 501, 9015 St. Gallen
Lindengut-Garage AG, Toggenburgerstrasse 146, 9500 Wil
Garage Weilenmann AG, Im Rietacker 6, FL-6494 Schaan
Auto Lang AG, Sonnenwiesenstrasse 17, 8280 Kreuzlingen
Auto Lang AG, Langfeldstrasse 76, 8500 Frauenfeld

Magazin LEADER
Zürcherstrasse 170
Postfach 349
9014 St. Gallen
Telefon 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
leader@metrocomm.ch
www.leaderonline.ch

Verleger:	Natal Schnetzer
Redaktion:	Marcel Baumgartner (Leitung) Stefan Millius (Stv.) Selina Backes Andrea Brülisauer Dr. Stephan Ziegler
Bildredaktion:	Stefan Millius (Leitung) Selina Backes
Redaktionsanschrift:	wortwerk medien GmbH Neugasse 20 9000 St. Gallen Tel. 071 226 11 77 Fax 071 226 11 79 info@wortwerkmedien.ch www.wortwerkmedien.ch
Herausgeberin und Verlag:	MetroComm AG Zürcherstrasse 170 9014 St. Gallen Tel. 071 272 80 50 Fax 071 272 80 51 www.leaderonline.ch www.metrocomm.ch info@leadermagazin.ch
Verlagsleitung:	Natal Schnetzer
Anzeigenleitung:	Martin Schwizer
Marketingservice/ Aboverwaltung:	Irene Hauser
Abopreis:	Fr. 60.– für 14 Ausgaben
Erscheinung:	Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember zusätzlich 5 Special-Ausgaben
Layout/Satz:	Nina Germann satz@metrocomm.ch
Druck:	Druckerei Flawil AG 9230 Flawil

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

ISSN 1660-2757

metro
comm

Die Zeichen der Zeit erkannt

Zuerst die schlechte, dann die gute Nachricht: 2006 hat die Kriminalität im Kanton St.Gallen im Vergleich zum Vorjahr um 4,6 Procente zugenommen. Erfreulich ist, dass die St.Galler Justiz- und Polizeidirektorin Karin Keller-Sutter darauf angemessen reagiert: Mit der Ausweisung von ausländischen Schwerverbrechern. Das ist folgerichtig, denn fast jede zweite Tat wird von einem Ausländer verübt.

TEXT: STEPHAN ZIEGLER

Am 22. Februar dieses Jahres trat der St.Galler Kripochef Bruno Fehr einen schweren Gang an: Er musste an einer Medienkonferenz die unerfreuliche Nachricht mitteilen, dass auch der Kanton St.Gallen nicht von der Kriminalitätswelle verschont geblieben sei, die über die Schweiz schwappt: Erstmals wurde die Schwelle von 30'000 Straftaten überstiegen. 30'533 Straftaten hat die Kantonspolizei St.Gallen 2006 erfasst; das sind gut 83 pro Tag.

Diese Zahl könnte allerdings ganz anders aussehen – dann nämlich, wenn Kriminalität nicht importiert würde: Unglaubliche 43 Prozent aller Straftaten wurden von Ausländern verübt – und das bei einem Anteil an der Wohnbevölkerung, der bei etwa der Hälfte dieser Zahl liegt... Kurz: Wäre man in der Schweiz nicht mit kriminellen Ausländern gestraft, liesse sich die Zahl der Straftaten praktisch halbieren.

Eine reine Zahlenspielerlei, gewiss. Aufhorchen lässt der hohe Ausländeranteil an den Delinquenten aber trotzdem: So fragt sich denn Otto Normalverbraucher, warum Gäste in einem fremden Land sich in einem Selbstbedienungsladen wännen, in dem man sich nimmt, was man will – notfalls auch mit Gewalt? Rein theoretisch müsste ja der Anteil an Ausländern bei den Straftätern niedriger sein als der bei der Wohnbevölkerung, da man sich ja in einem Gastland besonders Mühe gibt, den Gastgeber nicht zu verärgern.

Leider sehen das die Kriminellen anders. Irrendwo sogar verständlich, denn bei den lächerlich milden Strafen, die sie bis jetzt bei uns zu gewärtigen hatten, kann von einer abschreckenden Wirkung nicht, von einer einladenden schon eher gesprochen werden.

Über die obrigkeitlichen Samthandschuhe, mit denen alle Täter – nicht nur die aus dem Ausland – bisher angefasst wurden, ärgert sich das Volk schon lange. Doch es gibt einen Lichtblick: Die St.Galler Justiz- und Polizeidirektorin Karin Keller-Sutter hat einen mutigen Anfang gemacht und traut sich, schwer straffällig gewordene Ausländer nicht zu hofieren, sondern sie mit der Härte des Gesetzes zu belangen und ihre Dossiers an das Ausländeramt weiterzuleiten, das bei notorischen Verbrechern deren Ausweisung verfügt.

Das ist ein mutiger Schritt in die richtige Richtung, für die Frau Keller-Sutter ein grosses Lob gebührt. Denn damit setzt sie ein Signal, das hoffentlich verstanden wird: Wer sich in unserem Land nicht korrekt verhält, muss die Folgen tragen. Das gilt für Ausländer wie für Schweizer.



Sie denken an
Klassiker.

**Wir auch an
Wertsteigerung.**

Investment Banking • Private Banking • Asset Management

Seit 1856 machen wir es uns zur Aufgabe, unseren Kunden neue Perspektiven zu eröffnen. Perspektiven, die auf der Vergangenheit basieren und auf die Zukunft gerichtet sind. Erst mit dieser Sichtweise lassen sich Chancen und Herausforderungen erkennen – denn wir wissen, wie man grosse Leidenschaften in grossartige Erfolge verwandeln kann.
www.credit-suisse.com

Neue Perspektiven. Für Sie.

CREDIT SUISSE 



Ein bisschen **Ordnung** kann keinem **Betrieb** schaden.



Wenn Sie jetzt weiterlesen, haben Sie in Ihrem Betrieb vielleicht bald nichts mehr zu suchen. Als Erfinder des Rollregal-Lagers und Spezialist für Ordnungssysteme im Industrie- und Officebereich können wir Ihnen eine Lösung anbieten, die exakt Ihren individuellen Bedürfnissen entspricht. Langjährige Erfahrung, modernste Technologien und das grosse Know-how unserer qualifizierten Mitarbeiter machen es möglich. Also: Warten Sie nicht länger und suchen Sie nicht so weit. Denn das Gute liegt so nah. Genauer gesagt in Frauenfeld. Bei der COMPACTUS AG. Interessiert? Dann rufen Sie uns an. Unter Telefon 052 724 07 24.


Compactus & bruynzeel

Büro- und Archivsysteme • Zürcherstrasse 350 • CH-8500 Frauenfeld
info@compactus.ch • www.compactus.ch