

Mai / 04 2007

LEADER®

Das Unternehmermagazin für die Ostschweiz und das Fürstentum Liechtenstein
www.leaderonline.ch

LEADER Das Unternehmermagazin für die Ostschweiz und Liechtenstein www.leaderonline.ch | Einzelverkaufspreis Fr. 8,50



Personaltag
Ostschweiz – ab
Seite 41

DIE INNERRHODEN AG

Ein Kleinkanton im Wandel: Finanzdirektor Sepp Moser und Ständerat Ivo Bischofberger im Gespräch



SCHWERPUNKT

Max R. Hungerbühler über die notwendige Vertretung der Wirtschaft in der Politik



WIRTSCHAFT

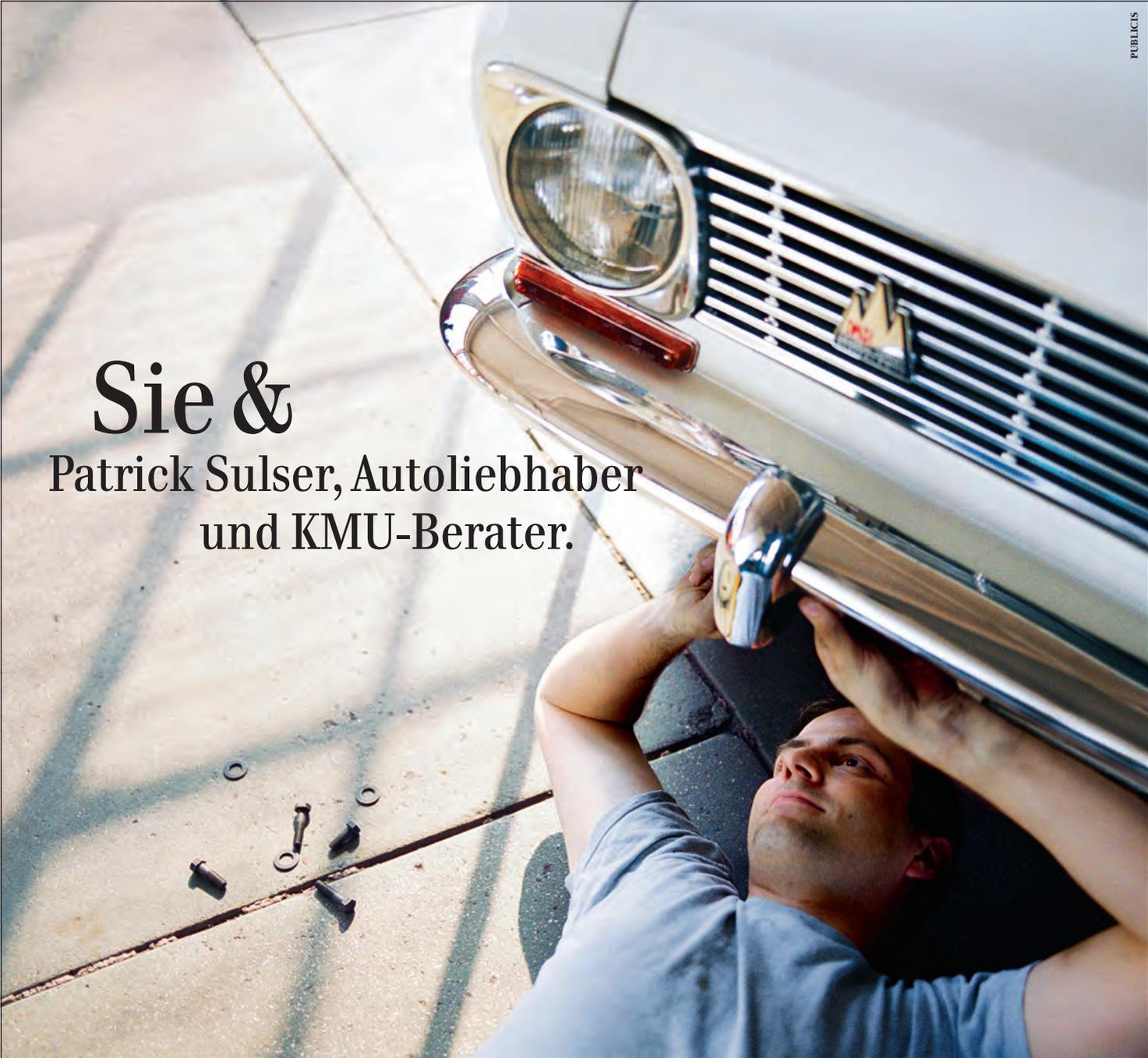
Eugen Mätzler über die Spieler-Finanzierung beim FC St. Gallen

Hochwertig. Funktional. Stilvoll.



AFG
Arbonia-Forster-Holding AG

www.afg.ch

A high-angle photograph of a man in a light blue t-shirt working on the front of a classic car. He is lying on his back, looking up at the car's chrome bumper and grille. Several bolts and nuts are scattered on the ground in front of him. The car is white with a prominent chrome grille and a round headlight. The scene is set outdoors on a paved surface.

Sie & Patrick Sulser, Autoliebhaber und KMU-Berater.

Als KMU-Berater nutzt Patrick Sulser seine grosse Erfahrung und sein fachliches Wissen, um seine Kunden umfassend zu unterstützen. Und als Autoliebhaber schätzt er es, in unmittelbarer Nähe eine Garage mit versierten Fachleuten zu haben. Den gleichen Vorteil bietet er auch seinen Kunden, indem er sie als kompetenter Partner in ihrer Region unterstützt und mit ihrem Umfeld und den örtlichen Gegebenheiten bestens vertraut ist. Willkommen bei UBS: Bei uns können Sie sich auf Menschen wie Patrick Sulser verlassen, die Sie und die Bedürfnisse Ihrer Firma verstehen.

www.ubs.com/kmu

You & Us



Die nächste Chance kommt im Herbst

Die St.Galler Wirtschaftsverbände haben ihre «Wunschliste» der Kandidatinnen und Kandidaten für die Nationalratswahl veröffentlicht. Auf den ersten Blick mag das nicht gerade wie eine der Kernaufgaben der Wirtschaft wirken. In Wahrheit ist es aber sogar ganz zentral, dass die Verbände ihre Empfehlungen abgeben. Es ist nämlich absolut sinnlos, die Anliegen der Wirtschaft durch Vorstösse und Voten zu vertreten, wenn gleichzeitig die Parlamente aus wirtschafts- und unternehmensfeindlichen Politikern bestehen. Nur wenn es gelingt, auch Unternehmer vermehrt zu politischen Entscheidungsträgern zu machen, besteht die Chance, dass die Politik die Bedürfnisse der Wirtschaft beachtet.

Es gibt einige Unternehmer, die auch in der Politik zu den führenden Köpfen gehören. In der Ostschweiz ist das heute vor allem Peter Spuhler, früher war es Edgar Oehler. LEADER hat genauer hingeschaut, die derzeitige Ostschweizer Deputation nach Bern untersucht und festgestellt: Die Situation ist alarmierend. Bauern, Lehrer, Juristen und Verwaltungsangestellte prägen das Bild. Höchste Zeit also, Leute ins Amt zu wählen, die der Wirtschaft nahe stehen. Im Herbst bietet sich die nächste Chance, das Bundesparlament nach den Wünschen derjenigen zu bilden, die dieses Land massgeblich gestalten.

Ein weiteres Thema im aktuellen LEADER ist die Standort-Frage. Rund um den Globus liegen Städte, Regionen und Länder miteinander im Wettstreit. Um als Standort für Private und Unternehmen attraktiv zu sein, reicht es heute längst nicht mehr, gute Rahmenbedingungen zu bieten – das gehört zu den Selbstverständlichkeiten. Darüber hinaus müssen die Pluspunkte einer Region auch offensiv vermarktet werden. Eine Region kann noch so vorteilhaft sein: Wird nicht über sie gesprochen, schafft sie es auch nicht als Standort in die engere Wahl.

Eine neue Interessengruppe Standortmarketing will die Massnahmen von Stadt und Region St.Gallen bündeln und besser nach aussen tragen. Diese Bemühungen sind zu unterstützen. Darüber sollte aber nicht vergessen gehen, das zu pflegen, was heute schon wertvoll für den Standort ist. Zum Beispiel eine Grossveranstaltung wie der CSIO. Wie ein solcher Anlass Wertschöpfung für Unternehmen wie für die Region bringt, erfahren Sie ebenfalls in dieser Ausgabe.



Natal Schnetzer
Verleger



Fordern Sie das Aussergewöhnliche – unsere Kreativität freut sich auf Ihre Erwartungen.

Wir sagen an dieser Stelle nicht, was wir Ihnen bieten – für uns zählt, was Sie von uns erwarten. Denn Sie wollen in Ihrem Unternehmen Ihre Vision verwirklichen. Dabei unterstützen wir Sie. VP Bank Unternehmensfinanzierungen.



Die liechtensteinische VP Bank Gruppe ist vertreten in Vaduz +423 235 66 55, Zürich +41 44 226 24 24, Luxemburg +352 404 777-1, Tortola/BVI +1 284 494 11 00, München +49 89 21 11 38-0, Moskau +7 495 967 00 95 und Hongkong +852 3628 9999. www.vpbank.com

Mehr zu unseren Dienstleistungen für Unternehmensfinanzierungen erfahren Sie unter +423 235 64 39



Wer beherrscht die Politik?	6
Warum die Forderung nach mehr Unternehmern in der Wirtschaft bedeutend ist	
«Kein virtuelles Schweben im Orbit»	8
Interview mit Peter Spuhler, Hans Altherr und Werner Messmer	
Nationalrats-Ticket der St.Galler Wirtschaft	10
Die 12 Favoriten für die Nationalratswahlen von der IHK und dem KGV	
«Es waren teilweise die falschen Köpfe an der Spitze»	12
Interview mit FDP-Nationalrats-Kandidat Max R. Hungerbühler	
«Wir sind kein Disneyland unter einer Käseglocke»	14
Im Gespräch mit Ivo Bischofberger und Sepp Moser	
«Die Delikte werden internationaler»	22
Die Strafuntersuchung bei Wirtschaftsdelikten ist aufwändig und komplex	
«Geld daran zu verdienen ist nicht die Motivation»	32
Weshalb Spieler-Investoren anonyme Sponsoren sind	
Weltelite trifft sich in St.Gallen	36
Vom 31. Mai bis 3. Juni findet in St.Gallen der CSIO statt	
«Neue Aufgaben kommen auf Wirtschaft und Gesellschaft zu»	41
Dritter Ostschweizer Personaltag in Gossau	
Wie die Produktivität der HR-Abteilung erhöht wird	44
Die HR-Funktion wird oft als Kostenfaktor wahrgenommen	
Fässler vs. Büchel	73
Revision der Invalidenversicherung	



Wer beherrscht die Politik?

Warum die Forderung nach mehr Unternehmern in der Wirtschaft für das ganze Land bedeutend ist

Die Wirtschaft hat die Politik fest in der Hand, knallharte Unternehmerinteressen regieren die Parlamentssäle: Dieses Bild zeichnen vor allem linke und gewerkschaftliche Kreise unaufhörlich. Ein Blick in die Ostschweiz zeigt, dass davon nicht die Rede sein kann. Im Gegenteil: Das freie Unternehmertum ist derart massiv untervertreten, dass man sich fragen muss, wer die Interessen der Wirtschaft in Bern noch wahrnehmen kann.



Die Bauern können sich über ihre Vertretung in Bundesbern nicht beklagen. Im Gegensatz zum Unternehmertum bilden sie eine feste Bastion.

TEXT: STEFAN MILLIUS

BILD: SWISS-IMAGE.CH

Herr Bernhardsgrütter wird dereinst predigen. Herr Bigger züchtet Hühner. Herr Brunner setzt auf Braunvieh. Herr Büchler pflegt ebenfalls die Scholle. Frau Fässler unterrichtet. Frau Hutter verkauft Fahrzeuge. Frau Meier-Schatz referiert. Herr Müller 1 präsidiert eine Stadt. Herr Müller 2 ist Landwirt Nummer 3. Herr Pfister lehrt. Herr Rechsteiner verteidigt vor Schranken. Herr Zeller ist Geschäftsführer.

Das ist die Delegation des Kantons St.Gallen in den Nationalrat. Zwölf Politikerinnen und Politiker. In einer Führungsposition in der Wirtschaft verankert ist nur gerade Andreas Zeller. Thomas Müller ist ohne Frage ebenfalls ein Mann der Wirtschaft. Jasmin Hutter entstammt einer Gewerbefamilie, sie als Unternehmerin zu bezeichnen wäre aber doch etwas heftig. Die drei Landwirte müssen im beruflichen Alltag sicherlich wirtschaftlich denken, aber Bauern vertreten in erster Linie Bauerninteressen und stellen diese im Zweifelsfall ganz bestimmt vor die Interessen der restlichen Wirtschaft. Im Kanton Thurgau mit seinen sechs Sitzen im Nationalrat sieht es etwas besser aus. Immerhin residieren hier das politisch-unternehmerische Schwergewicht Peter Spuhler und der oberste Baumeister der Schweiz, Werner Messmer. Und auch Alexander Baumann ist ein Mann der Wirtschaft.

Die Bilanz fällt dennoch ernüchternd aus. 18 Nationalräte aus St.Gallen und dem Thurgau, gerade einmal eine knappe Handvoll Personen, die tief in der Wirtschaft verwurzelt sind – und davon zwei oder drei Personen, die wirklich als Unternehmer im engeren Sinn bezeichnet werden können.

Und? Immerhin wurden diese Delegationen demokratisch gewählt. Kein Grund also, sich zu beklagen. Aber ein Grund vielleicht, Fragen zu stellen. Die Frage beispielsweise, warum sich so wenige Unternehmer überhaupt erst zur Wahl stellen. Und warum sich hartnäckig das Märchen hält, dass Wirtschaftslobbyisten die Parlamente effektiv unterwandert haben und sie nun beherrschen – während in Wahrheit die versammelten Landwirte und Lehrer und Juristen und Gemeindepräsidenten so zahlreich sind, dass sie das Land handstreichartig übernehmen könnten.

Es ist keinem Unternehmer zu verargen, wenn er die nötige Zeit nicht findet, sich politisch zu engagieren. Und es ist keinem Wähler zu verargen, die kandidierenden Unternehmer nicht zu wählen. Aber jede Tat hat ihre Konsequenzen, und die gehören aufgezeigt. Betrachten wir also in Ruhe,

was Unternehmer einem Parlament bringen und was ohne ihren Einfluss fehlt. Und wer für den Begriff «Unternehmer» qualifiziert ist.

1. Nur Unternehmer haben eine Ahnung von der Wirtschaft.

Eine massiv verkürzte Aussage, wobei sie auf das Wesentliche verkürzt. Ganz egal, ob sich die vereinigten Handelslehrer der Schweiz auf den Kopf stellen: Wirklich wissen, was die «Wirtschaft» braucht, tun nur Unternehmer. Denn die «Wirtschaft», das sind im realen Alltag die Unternehmen, die von jedem wirtschaftspolitischen Entscheid direkt betroffen sind. Nur an der Spitze eines Unternehmens erlebt man Tag für Tag hautnah, was es bedeutet, wenn wirtschaftsfremde Theoretiker die Rahmenbedingungen für Unternehmen definieren. Eine Lehrerin mit SP-Partei-buch, die darüber referiert, was Privatbetriebe brauchen, ist in etwa so glaubwürdig wie ein Papst, der Kamasutra-Kurse erteilt.

2. Nur wer sein eigenes Geld riskiert, ist ein echter Unternehmer.

Wir erinnern uns alle an die Abzockerdiskussion – sie läuft ja noch immer. Aus dieser Debatte entstand eine Art General-Schuldspruch an die Adresse der Wirtschaft. Davon nicht betroffen fühlen müssen sich die Unternehmer. Denn die fantastischen Saläre streicht in der Regel nicht der Patron des Familienbetriebs ein, sondern der Topmanager, der im Fall des Scheiterns nicht sein eigenes Geld verliert. Ein Manager ist kein Unternehmer, auch wenn er in der Regel unternehmerisch denken muss. Wer bei jeder Entscheidung vor einer existenziellen Frage steht, ist sehr viel mehr gefordert als Leute, die den goldenen Fallschirm in der obersten Pultschublade verstaut haben. Und deshalb vertreten Manager auch in der Politik nicht zwingend dieselben Interessen wie Unternehmer.

3. Zuerst braucht es den Unternehmer – danach erst den Arbeitnehmer.

Es gibt – logischerweise – mehr Arbeitnehmer als Arbeitgeber. Wenn das dazu führt, dass in den Parlamenten die Haltung der Arbeitnehmer deutliche Mehrheiten findet, ist das fatal. Jede Gruppe vertritt ihre Interessen. Aber: Die Interessen der Unternehmer dienen dem Gemeinwohl, denn sie schaffen Arbeitsplätze, tragen deutlich zum Steuersubstrat bei, halten die Volkswirtschaft am Laufen. Arbeitnehmer, keine Frage, sind in jedem Wirtschaftssystem ebenso wichtig, ohne sie geht nichts. Aber am Anfang steht das Unternehmertum – Arbeitnehmer werden erst gebraucht, wenn

ein Unternehmer den Mut hatte, Arbeitsplätze zu schaffen. Diese Logik wird durchbrochen, wenn die Arbeitnehmer die Politik gestalten können. Sie setzen die Interessen ihrer Gruppe so lange durch, bis es nicht mehr attraktiv ist, ein Unternehmen zu gründen oder zu betreiben. Und wo genau arbeiten die Damen und Herren Arbeitnehmer dann?

4. Unternehmer benötigen dieselbe Infrastruktur wie Arbeitnehmer, bringen aber mehr Gegenleistung.

Ein Unternehmer braucht keinen Meter Autobahn und keinen Meter Schiene mehr als ein Arbeitnehmer. Seine Kinder benötigen auch nur einen einzigen Platz in der Schulklassen. Die Infrastruktur unseres Landes und der sogenannte «service public» werden von Unternehmern nicht mehr beansprucht als von anderen Leuten – aber sie tragen mehr zu dessen Erhalt bei. Ein Unternehmer zahlt Steuern als juristische Person und als natürliche Person und er schafft Arbeitsplätze, aus denen weitere Steuereinnahmen generiert werden. Macht das den Unternehmer zur besseren Person? – Keineswegs. Aber es zeigt auf: Wer die Interessen des Unternehmertums schwächt, schwächt einen bedeutenden Teil unserer Gesellschaft.

5. Unternehmer denken auch in nicht-wirtschaftlichen Fragen unternehmerischer.

Wer tagein tagaus mit fremdem Geld operiert, dem fehlt das Bewusstsein dafür, wie schwierig es ist, die nötigen Mittel zur Finanzierung von Leistungen zu generieren. Eine defekte Kaffeemaschine im Lehrerzimmer? – Bitte ersetzen, liebe Schulleitung! Woher das Geld dafür kommt, interessiert denjenigen, der nicht selbst für den Schaden aufkommt, nicht. Und vor allem: Auf Arbeitnehmerseite sieht man stets nur Fragmente der Wahrheit, hat aber nie das Gesamtbild vor Augen. Ein Angestellter, der eine Lohnerhöhung fordert, tut dies unabhängig vom Gesamtzustand der Firma und auch unabhängig von den Forderungen seiner Kollegen. Der Mann an der Spitze des Unternehmens ist es, bei dem sich diese Forderungen sammeln. Deshalb können Unternehmer in der Politik auch in Fragen wie Bildung und Forschung, Infrastruktur und so weiter besser beurteilen, was wirklich machbar ist, wo es sich um Wunschbedarf handelt und wo eine Massnahme unausweichlich ist. Denn sie haben gelernt, sich ein Gesamtbild einer Situation zu verschaffen, statt einfach isoliert den Zustand der eigenen Lohntüte verbessern zu wollen.

«Kein virtuelles Schweben im Orbit»

Was kann man als Unternehmer in Bern bewirken? Wie bringt man die Doppelbelastung unter einen Hut? Und worin besteht die Gefahr, wenn die Wirtschaft nicht geschlossen auftritt? Der LEADER sprach mit den Unternehmern Hans Altherr (FDP, AR), Werner Messmer (FDP, TG) und Peter Spuhler (SVP, TG)

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILDER: ZVG.

Kaum eine Handvoll Unternehmer aus der Ostschweiz politisiert in Bern. Ist die Wirtschaft damit nicht massiv untervertreten?

Hans Altherr: Schwer zu sagen. Wenn, dann ist die Wirtschaft selber schuld.

Werner Messmer: Ja, die Wirtschaft ist in Bern eindeutig zu wenig vertreten und zwar vom Gewerbler bis zum Industriellen

Peter Spuhler: Selbstverständlich wäre es wünschenswert, wenn mehr Unternehmer politisch aktiver wären. Sie wissen, was es heisst, am Markt zu bestehen beziehungsweise sich gegenüber der Konkurrenz durchzusetzen. Damit können sie beurteilen, welche staatlichen Rahmenbedingungen für den Erfolg von Unternehmen und den Standort Schweiz wichtig sind. Allerdings: Ein politisches Mandat ist sehr zeitintensiv; Zeit, die damit im Unternehmen fehlt.

Wie lösen Sie das?

Spuhler: Ich versuche meine unternehmerischen und politischen Tätigkeiten so gut wie möglich unter einen Hut zu bringen. Als Folge muss ich hin und wieder in «Bern» fehlen, was entsprechend kritisiert wird. Diese Kritik ist zwar verständlich, aber wenn man Unternehmer an Bord haben will, muss man diese Lücken akzeptieren. Die Alternative ist ein Berufsparlament, dessen Berufspolitiker aber kaum über Erfahrung aus der Wirtschaft verfügen.

Hat es aus Unternehmerkreisen einfach zu wenige Personen, die sich politisch engagieren wollen oder vor allem können?

Altherr: Die berufliche Belastung hat generell zugenommen. Generell, also nicht nur in Unternehmerkreisen, hat wohl auch die Bereitschaft

abgenommen, sich ehren- und nebenamtlich zu engagieren.

Messmer: Unternehmer sein bedeutet heute in einem für alle anspruchsvollen Umfeld volles Engagement. Da bleibt kaum Zeit für anderes, geschweige denn für ein nationales politisches Engagement. Es braucht so etwas wie eine Berufung und damit die Bereitschaft, das Unternehmen so zu organisieren, dass ich selber entsprechend fehlen kann, ohne die Firma finanziell zu stark zu belasten.

Spuhler: Es ist eine grosse Herausforderung, die Anforderungen beider Berufe – Politiker und Unternehmer – zu erfüllen. Dies gelingt bloss, wenn Mut zur Lücke besteht und zwar sowohl seitens der Person, welche beide Herausforderungen zu erfüllen versucht, als auch seitens der Wähler, welche ihre Stimme an eine Person geben, die sich neben der Politik auch noch für ihr Unternehmen und ihre Mitarbeiter kümmern muss.

Liegt es aber vielleicht auch an den Wählern, die einfach zu wenig auf die Vertreter der Wirtschaft setzen?

Messmer: Das glaube ich nicht, denn die meisten Unternehmer in unserer Ostschweiz geniessen einen guten Ruf. Die Wähler sind aber wohl nicht bereit, einfach irgend einen Vertreter der Wirtschaft zu wählen, nur weil er aus der Wirtschaft kommt. Sie wollen vorher Taten sehen. Also eben jene, die sich schon stark engagieren.

Spuhler: Die Erfahrung zeigt, dass Unternehmer jeweils sehr gute Wahlresultate erzielen und selbst als Quereinsteiger auf Anrieb politische Mandate gewinnen. Herr und Frau Schweizer sind pragmatisch. Sie wählen gerne Personen, welche ihre Politik auf eigene Erfahrungen abstützen. Es ist wirklich ein zeitliches Problem:

Denn neben der Arbeit in Unternehmen und Politik sind Familie und Freunde für das eigene Wohlbefinden und eine nachhaltig hohe Leistung unerlässlich. Auch ihnen muss Zeit eingeräumt werden.

Müssten allenfalls auch parteiübergreifend Massnahmen getroffen werden?

Spuhler: Nein, solche Massnahmen sind unnötig. Jede Partei muss selber bemüht sein, Unternehmer mit guten Wahlchancen für sich zu gewinnen. Das bedeutet: Sie muss sich inhaltlich entsprechend positionieren und organisatorisch den notwendigen Support bieten.

Altherr: Auch Nichtunternehmer können sich für den Abbau der Bürokratie, der Steuern und der Zölle einsetzen, und manche tun dies auch. Nötig wären parteiübergreifende Programme, die dann auch umgesetzt werden. Leider scheitern solche Programme (ob an eckigen oder runden Tischen beschlossen) meist, sobald es konkret wird.

Messmer: Empfehlungen der Industrie- und Handelskammern sowie der Gewerbeverbände sind ja heute schon Parteiübergreifend. Aber es bräuchte vielleicht noch mehr Aufklärung, warum das Fundament alles Guten eine solide Wirtschaft ist. (Arbeit – Arbeitsplätze – tiefe Arbeitslosigkeit etc.)

Kann die Wirtschaft durch diese Untervertretung ihre Anliegen in Bern überhaupt geltend machen?

Altherr: Wenn «die Wirtschaft» mit einer Stimme spricht, ist sie stark. Als Parlamentarier ist man im Übrigen nicht seiner Herkunft sondern dem Gesamtinteresse der Schweiz verpflichtet. Wirtschaftliche Ziele sind dabei äusserst wichtig, aber anderes wie Bildung, Sicher-



Unternehmer Hans Altherr ist seit März 2004 FDP-Ständerat.



Baumeister Werner Messmer ist seit Dezember 1999 FDP-Nationalrat.



Unternehmer Peter Spuhler ist seit Dezember 1999 SVP-Nationalrat.

heit, sozialer Zusammenhalt sind ebenfalls bedeutsam.

Messmer: Es ist erstaunlich, wie gut es dank starker Überzeugungsarbeit gelingt, einer liberalen Wirtschaftsordnung immer wieder zum Durchbruch zu verhelfen. Aber, es passieren immer noch zu viele «Sündenfälle».

Spuhler: Als Zwischenglied zwischen Politik und Unternehmer gibt es die Verbände. Es ist ihre Aufgabe, die Interessen der Wirtschaft beziehungsweise ihrer Branche zu bündeln und in die Politik einfließen zu lassen.

Hat die Wirtschaft ausserhalb der Politik genügend Mittel um Ihre Forderungen durchzusetzen?

Altherr: Ich glaube schon, solange sie sich – wie vorher erwähnt – einig ist. Ein guter Unternehmer wirkt nur schon dadurch, dass er seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Vorbild und Ansporn ist.

Messmer: Wirtschaftsverbände geben sich enorm Mühe und sind sehr aktiv, gerade auch in Aufklärung und Lobbying. Die Gefahr besteht aber, dass ihre Glaubwürdigkeit gerade unter dem Verhalten einiger Einzelfälle leidet (zum Beispiel Abzockerei, Fallschirme, fragwürdige Stellenkürzungen etc.) Gewerkschaften und Linke verstehen es ausgezeichnet, aus Einzelfällen ein Grundproblem der Wirtschaft zu konstruieren.

Spuhler: Den Wirtschaftsverbänden kommt eine wichtige Rolle zu. Es ist deshalb entscheidend, dass sie schlagkräftig bleiben. Das politische Feld darf nicht Gruppierungen überlassen werden, welche über keinerlei wirtschaftliche Erfahrung und Weitsicht verfügen und sich lediglich von so-

zialromantischem Idealismus leiten lassen. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dass economics interne Querelen im Interesse des Ganzen beilegt und sich wieder ihrem Kerngeschäft, dem politischen Lobbying, widmet.

Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für einen politischen Einstieg entschieden?

Altherr: Ich bin als Anwalt in die Gemeindepolitik eingestiegen, weil ich fand, dass ich auf dieser Ebene viel lernen und bewirken kann. Unternehmer bin ich erst später geworden, vor allem weil ich kürzere Entscheidungswege und mehr Verantwortung suchte.

Messmer: Interesse an der Politik, dann Freude und die Erkenntnis, dass wenn wir Unternehmer nicht einsteigen, die Lücken durch solche gefüllt werden, die wohl Zeit haben, aber nicht unsere Interessen vertreten.

Spuhler: Ich habe mich stets für Politik und ihre Entscheidungsprozesse interessiert. Die Schweiz ist mit ihrer direkten Demokratie zudem sehr volksnah, bodenständig und direkt erfahrbar. Hier ist Politik kein virtuelles Schweben im Orbit. Als mich 1999 die SVP Thurgau anfragte, ob ich für den Nationalrat kandidieren möchte, nahm ich diese Chance wahr und habe die Wahl zum Glück auf Anhieb geschafft.

Mit welchen Mitteln würden Sie weitere Wirtschaftsvertreter zu einem solchen Schritt motivieren?

Altherr: Mit Argumenten wie: Absichtslos bringt sicher nichts; dich brauchen wir in der Politik; wenn nicht du, wer dann; es lohnt sich, usw.

Messmer: Die Politik kann keinen Wirtschaftsaufschwung und keine Arbeitsplätze schaffen.

Das können nur wir Unternehmer. Die Politik kann aber unsere Konkurrenzfähigkeit speziell International stark beeinflussen, sie kann uns Unternehmer an einer freien Entfaltung behindern durch immer mehr Auflagen, Vorschriften, Verbote und Abgaben. Wenn wir Unternehmer uns aus Zeitmangel aus der aktiven Politik verabschieden, wird wegen unserer Absenz trotzdem Politik gemacht. Dann bestimmen aber immer mehr jene, die Zeit haben und das sind wohl kaum unsere Freunde.

Spuhler: Politik ist nicht mit dem Kauf eines Konsumguts vergleichbar, bei dem bloss das Marketing stimmen muss, um die Leute zum Kauf zu bewegen. Politik ist eine Frage von Interesse und Leidenschaft. Sind diese nicht vorhanden, ist es für alle Beteiligten – das heisst Kandidaten, Partei und Wähler – besser, die Hände davon zu lassen.

Profitiert Ihr eigenes Unternehmen von Ihrer politischen Tätigkeit?

Altherr: Nein, jedenfalls nicht direkt.

Messmer: Vom Bekanntheitsgrad her: ja, aber sonst müssen auch wir die günstigsten sein. Hingegen profitiert unser ganzer Baumeisterverband von meinem Einsatz und den damit auch gewonnen Beziehungen

Spuhler: Ja. Einerseits kann ich dank der Politik mein Netzwerk vergrössern und meinen Horizont erweitern, was dem Unternehmen zu Gute kommt. Andererseits zwingen mich meine Absenzen dazu, sehr effizient zu arbeiten und Verantwortung an meine Mitarbeiter zu delegieren. Wissen und Entscheidungsprozesse werden so breiter abgestützt.

Nationalrats-Ticket der St.Galler Wirtschaft

Kürzlich gaben der KGV und die IHK jene zwölf Personen bekannt, welche sie bei den Nationalratswahlen unterstützen. Es sind dies 5 FDP-, 4 CVP- und 3 SVP-Kandidaten.

Der Kantonale St.Gallische Gewerbeverband (KGV) und die Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell (IHK) haben beschlossen, im Hinblick auf die National- und Ständeratswahlen 2007 ihre Kräfte zu bündeln und sich gemeinsam für diesen wichtigen Wahlgang zu engagieren.

Mit dem Schulterschluss wollen die zwei grossen Wirtschaftsverbände die Wahlchancen der wirtschaftsfreundlichen Kandidatinnen und Kandidaten erhöhen.

Für den Nationalrat haben KGV und IHK an einer gemeinsamen Vorstandssitzung 12 Persönlichkeiten ausgewählt, für welche sie eine gemeinsame Wahlkampagne führen werden. Für die Ständeratswahlen wurde noch keine Empfehlung abgegeben, weil die SVP noch nicht nominiert hat.

Aufwändige Selektion

Die beiden Wirtschaftsverbände haben es sich bei der Auswahl von geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten nicht leicht gemacht. Anfang März wurden sämtliche Kandidierenden der bürgerlichen Parteien zum Ausfüllen eines elektronischen Fragebogens eingeladen. Dabei wurden Angaben zum Werdegang und zur politischen Positionierung erhoben.

In einem ersten Schritt wurden aufgrund dieses Fragebogens und aufgrund des bisherigen Abstimmungsverhaltens 18 Kandidierende durch den paritätisch aus Vertretern der beiden Verbände zusammengesetzten Wahlausschuss ausgewählt. In einem zweiten Schritt verkürzten die Vorstände von IHK und KGV diese Liste an einer gemeinsamen Sitzung auf 12 Kandidatinnen und Kandidaten.

Grundlage für die Beurteilung waren wiederum der elektronische Fragebogen, der Werdegang, das bisherige Abstimmungsverhalten und die Wahlchancen.

Stimme der Wirtschaft in Bern

KGV und IHK sind der Überzeugung, den Stimmbürgerinnen und den Stimmbürgern dank des transparenten und gründlichen Auswahlverfahrens jene Kandidatinnen und Kandidaten zu empfehlen, welche die Anliegen der St.Galler Wirtschaft mit Überzeugung in Bern vertreten werden. Im Vorfeld der Wahlen werden IHK und KGV nun die Wahlkampagnen der von ihnen portierten Kandidierenden mit gezielten Aktionen unterstützen.

Folgende Kandidierenden werden von den Wirtschaftsverbänden für den Nationalrat unterstützt:



Blum Markus, SVP, Mörschwil, Dipl.Bauing. FH



Dobler Ernst, CVP, Oberuzwil, Dipl.Elektroing. HTL

Habegger Heinz, SVP, Neu St.Johann, Käsermeister



Güntzel Karl, SVP, St.Gallen, Rechtsanwalt



Hungerbühler Max R., FDP, Teufen, Unternehmer



Huser Marie-Theres, FDP, Wagen, Rechtsanwältin



Huser Martin, CVP, Abtwil, Management Develop.



Keller-Inhelder Barbara, CVP, Jona, Lehrbeauftragte



Mächler Marc, FDP, Zuzwil, Vizedirektor



Müller Thomas, CVP, Rorschach, Stadtpräsident



Müller Walter, FDP, Azmoos, Landwirt



Zeller Andreas, FDP, Flawil, Geschäftsführer

Anzeige

**residenzappartements, praxisräume,
wellnessbungalows**

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, komfortable residenzappartements und praxisräume für ärzte und therapeuten, 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



«Es waren teilweise falsche Köpfe an der Spitze»

Im Gespräch mit Max R. Hungerbühler, CEO der Bischoff Textil AG, Präsident des TVS Textilverband Schweiz und FDP-Nationalrats-Kandidat

Mit Max R. Hungerbühler hätte die Wirtschaft einen richtigen Vertreter in Bern. Wieso dies enorm wichtig wäre und weshalb die Kantonsgrenze für einmal überhaupt keine Rolle spielen darf, erzählt der FDP-Kandidat im LEADER-Interview.



INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILDER: JORMA MÜLLER

Herr Hungerbühler, können Sie uns drei Politiker nennen, denen Sie Respekt zollen?

Max R. Hungerbühler: Diese Frage überrascht mich jetzt etwas.

Wieso?

(Überlegt) Man muss wohl zwischen Achtung und Respekt unterscheiden. Respekt empfinde ich erst, wenn jemand wirklich Grosses vollbracht hat. Und solche Leistungen kann man nur nach einer gewissen Zeit beurteilen. Jene die mir bei dieser Definition spontan in den Sinn kommen sind Henry Kissinger, Margaret Thatcher und Ludwig Erhard. Kissinger hat einen europäischen Touch in die amerikanische Politik gebracht, woraus ein Dialog zwischen den USA und Europa entstanden ist. Thatcher verhalf Grossbritannien zu einem wirtschaftlichen Boom und durch Erhard ist Deutschland nach dem Krieg zu einer Wirtschaftsmacht geworden.

Wieso befindet sich kein Schweizer unter den Dreien? Können sich die Schweizer Politiker in einem solch kleinen Land zu wenig profilieren?

Möglicherweise. Vielleicht würde einem nach längerem Überlegen der eine oder andere Schweizer Politiker einfallen.

Wieso übernimmt man ein Amt, in dem man sich nur schwer profilieren kann und dann laut neuesten Umfragen teilweise auch noch Drohungen aus der Bevölkerung erhält?

Diese Drohungen werden von Randgruppen ausgesprochen. Grundsätzlich sind die meisten Schweizer froh, wenn sie in Bern eine gute Vertretung haben.

Was sind die Hauptgründe für Ihre Kandidatur?

Ich bin zwar ein Quereinsteiger, habe mich aber

schon immer sehr für Politik interessiert. Gerade in meiner früheren Funktion als Präsident der Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell war eine gründliche Auseinandersetzung mit politischen Themen sehr wichtig – sowohl auf kantonaler als auch auf nationaler Ebene. In Wirtschaftskreisen wird gerne kritisch über die Taten der Volksvertreter in Bern geredet. Um dies zu ändern, braucht es mehr Unternehmer im Parlament.

Die Wirtschaft ist aber in der Delegation, die der Kanton St. Gallen nach Bern schickt, stark untervertreten. Andere Branchen sind da um einiges besser positioniert und auch entsprechend organisiert. Ich möchte mit meiner Kandidatur auch mithelfen, dies etwas auszugleichen.

Ein Grund ist sicherlich auch die gute Politik der FDP. Hinter den meisten Themen, welche sich die Partei auf die Fahne geschrieben hat, kann ich zu 100 Prozent stehen. Die FDP hatte einst vier Sitze, nun sind es nur noch zwei. Das muss sich ändern und ich möchte mitwirken, dies zu realisieren. Es gab in der Vergangenheit gewisse Entwicklungen, die mir Sorgen machen.

Zum Beispiel?

Die zum Teil misslungene Integration der Ausländer beschäftigt wahrscheinlich einen Grossteil der Schweizer/innen. Es geht letztlich auch um die Sicherheit der Bürger. Und auch für die Ausländer ist der Zustand überhaupt nicht befriedigend. Sie werden oft nicht so wahrgenommen wie sie eigentlich sind und müssen sich dann auf negative Art profilieren.

Diese Thematik steht bei der Prioritätenliste der FDP aber nicht an vorderster Stelle.

Das nicht. Aber man ist sich der Schwere dieses Problems sehr wohl bewusst. Und um den wirtschaftlichen Aspekt noch zu erwähnen: Gerade für Unternehmer ist es wichtig, dass die Integra-

tion stimmt, dass das Verhältnis zwischen den einzelnen Nationen harmonisch ist. Wir beschäftigen bei der Bischoff Textil AG 13 verschiedene Nationen. Da ist es für das Arbeitsklima bedeutsam, dass ein gewisses Verständnis füreinander besteht.

Sie wohnen seit über 30 Jahren in Appenzell-Ausserrhoden, in der Gemeinde Teufen. Wieso steht ihr Name nun auf der Liste der St.Galler FDP?

Ich bin in St.Gallen geboren, aufgewachsen und habe hier die Schulen besucht. Mein gesamtes gesellschaftliches Umfeld ist hier. Ich arbeite in St.Gallen und gehe in St.Gallen in den Ausgang.

Es steht schon in unserer Bundesverfassung von 1848, dass eine Wahl kantonübergreifend möglich ist. Die damaligen Gesetzgeber haben sich wohl ihre Gedanken gemacht, warum sie diese Möglichkeit schufen. Es kommt letztlich auf die Verwurzelung an und nicht, ob man seit mehr als 30 Jahren einige Hundert Meter auf der anderen Seite der Kantonsgrenze wohnt.

Wann haben Sie sich für die Kandidatur entschieden?

Exponenten der FDP kontaktierten mich bereits vor acht Jahren. Damals konnte ich mir das aus zeitlichen Gründen aber nicht erlauben. Neben meinen Tätigkeiten als CEO der Bischoff Textil AG, als Präsident der IHK und als Mitglied der Geschäftsleitung des FC St.Gallen hätte ein Mandat zeitlich keinen Platz mehr gehabt. Nun aber hat sich die Situation geändert. Ich habe beide nebenberuflichen Ämter nicht mehr inne und dadurch mehr Freiraum. Als die FDP daher erneut auf mich zukam, war der Entschluss nach reiflicher Überlegung leichter zu fassen. Man kann nicht immer nur beklagen, dass zu wenig Wirtschaftsvertreter in Bern sind und sich selber um die Verantwortung drücken.

Aber gerade für Personen aus der Wirtschaft dürfte der zeitliche Aspekt eine grosse Hürde darstellen. Wie lösen Sie dies in Ihrem Unternehmen?

Ich habe für mich klar festgelegt, dass ich bei einer allfälligen Wahl Verantwortung an die übrigen Mitglieder der Geschäftsleitung abgeben müsste.

Die FDP galt lange Zeit als Verliererpartei. Inzwischen hat man den Eindruck, dass sie sich wieder etwas erholt hat. Wie ist Ihr Bild der Freisinnigen?

Die FDP hat immer eine vernünftige Politik betrieben. In den 90er-Jahren wurde sie rechts von der SVP überholt. Das führte dazu, dass die FDP in die Mitte gedrängt wurde und rechtskonservative Kreise folglich zur SVP abwanderten. Von diesem Rückschlag hat sich die FDP aber



mittlerweile erholt, denn die FDP-Politik ist realistisch und wirtschaftsnah.

Aber auch die FDP hat Fehler gemacht.

Es waren vielleicht teilweise falsche Köpfe an der Spitze unserer Partei. Gewisse FDP-Politiker äusserten überdies Meinungen, die eigentlich nicht ins Bild der FDP passten.

Nun hat die SP eine Schlappe einstecken müssen. Das dürfte die FDP freuen.

Die Resultate der Wahlen in Zürich werden hochstilisiert. Die Medien springen gerne auf

schlechte Resultate auf. Wer wirklich zu den Verlieren zählt, werden erst die Wahlen im Oktober zeigen.

Welches sind die Hauptbereiche, für die Sie sich im Falle einer Wahl einsetzen werden?

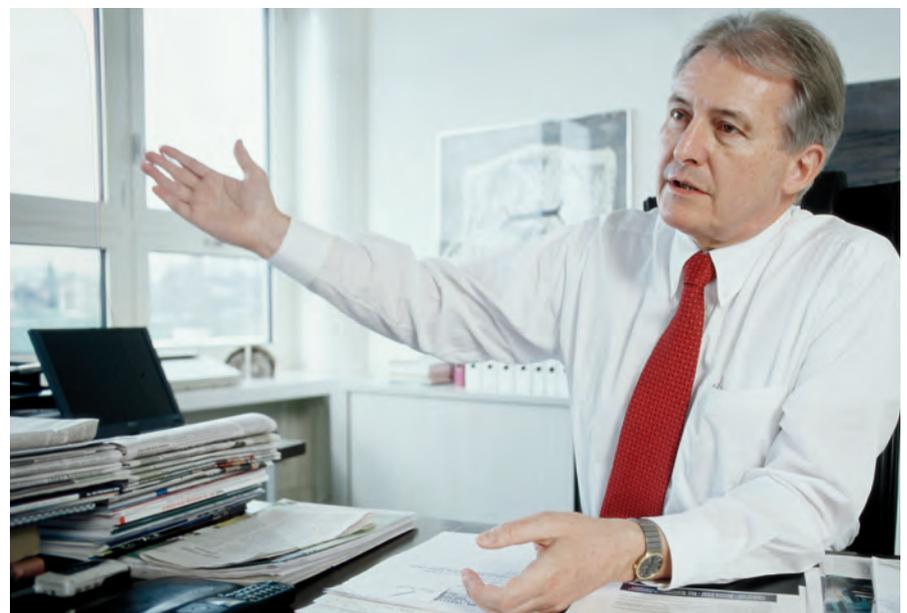
Ich will mich für freiheitliche Strukturen, für die Wahrung des Rechts und der Sicherheit und für einen liberalen Wettbewerb einsetzen. Ich werde mich für eine wirtschaftsfreundliche Staatsordnung engagieren, oder ganz generell für einen attraktiven Wirtschafts- und Denkplatz Schweiz. Ein weiterer Schwerpunkt wird das Engagement für die Verbesserung der Stellung der Ostschweiz sein.

Wie sehen Sie Ihre Wahlchancen?

Es geht noch knapp ein halbes Jahr bis zu den Wahlen. Es gibt Punkte, die für mich sprechen, andere möglicherweise nicht. Jene, die gegen mich sprechen, muss ich zu entkräften suchen. Eine Prognose zu erstellen ist aber praktisch unmöglich. Laut der Zeitschrift «Cash» soll ich eine Wahlchance von 60 Prozent haben. Das bedeutet, dass ich mich noch gewaltig anstrengen muss.

Dass Sie unter den 12 Personen sind, welche von der IHK und dem Kantonal St.Gallischen Gewerbeverband (KGV) unterstützt werden dürfte Ihre Chancen erhöhen.

Es wäre fatal gewesen, wenn ich als ehemaliger IHK-Präsident den an alle Kandidaten gerichteten Fragebogen so ausgefüllt hätte, dass ich letztlich nicht auf die 12er-Liste gesetzt worden wäre. Aber Sie haben Recht. Durch die Zusammenarbeit zwischen IHK und KGV hat die Liste sicherlich eine recht grosse Bedeutung. Jemand aus dem linken Lager dürfte mich aber leider trotzdem wohl kaum wählen.



«Wir sind kein Disneyland unter einer Käseglocke»

Der neue Ständerat und der neue Finanzdirektor des Kantons Appenzell Innerrhoden im Tischgespräch

In der traditionell bescheidenen Art hat die diesjährige Innerrhoder Landsgemeinde unter anderem zwei entscheidende Positionen neu besetzt. Zum Ständerat und Nachfolger von Carlo Schmid wurde Ivo Bischofberger gewählt, neuer Säckelmeister (Finanzdirektor) wurde Sepp Moser. Für eine effektvolle Politik zu Gunsten von Innerrhoden müssen diese beiden Amtsträger gut zusammenspielen – und sie tun es, wie das LEADER-Gespräch beweist.

INTERVIEW: STEFAN MILLIUS

BILDER: MARCEL BAUMGARTNER

Üblicherweise gleichen sich die Lebensläufe der meisten Politiker wie ein Ei dem andern, weil sie den Gang durch die Institutionen absolviert haben. Herr Bischofberger, Sie haben die üblichen politischen Ämter ausgelassen und steigen direkt in Bern ein. Ist das Zufall oder halten Sie nichts vom klassischen Weg?

Ivo Bischofberger: Ganz klar Zufall. Das Interesse an Politik war bei mir immer ausgeprägt, zuhause wurde stets lebhaft diskutiert. Als ein Bezirksrichter gesucht wurde, war das der Anfang der Richterlaufbahn. Die Gewaltentrennung brachte es mit sich, dass nicht gleichzeitig ein politisches Amt in Frage kam. Daher habe ich mich dann vor allem auf Verbands- und Vereinsseite engagiert.

Ihre Wahl beweist auch, dass der Gang durch die Institutionen für die Karriere gar nicht unbedingt nötig ist.

Bischofberger: Es gibt ja den Begriff der Ochsentour, die man machen muss, um weiter zu kommen. Bei mir hat sich der Weg eben etwas anders entwickelt.

Sepp Moser: Man muss ja auch festhalten: In Innerrhoden gibt es seit jeher diese beiden klassischen Wege – der eine führt über politische Ämter, der andere über die Gerichte. So gesehen ist die Laufbahn von Ivo Bischofberger keine aussergewöhnliche.

Bei Ihnen lief es genau umgekehrt, Ihr Weg in die Ständekommission hat über politische Mandate auf verschiedenen Ebenen geführt. War das eine geplante Laufbahn?

Moser: Von Planung würde ich nicht sprechen, die habe ich in der Politik nie betrieben. Ich wollte ganz einfach der Öffentlichkeit zur Verfügung stehen und aktiv mitgestalten. Auf diese Weise sind ganz von allein einige verschiedene Funktionen zusammengekommen. Aber vorausgeplant habe ich das so nicht.

Bischofberger: Das ist wohl auch typisch für Innerrhoden. Die Landsgemeinde entscheidet nicht nur nach rein sachlichen Kriterien, Emotionen spielen auch eine Rolle, daher führt Planung oft gar nicht zum gewünschten Ziel, sie macht also nur bedingt Sinn.

Sie beide wurden vor Ihrer Wahl von ganz verschiedenen Seiten unterstützt, von der CVP über den Bauernverband bis zur eher linken Gruppe für Innerrhoden. Wer Unterstützung bietet, hat auch Erwartungen. Wie erfüllt man die Hoffnungen so unterschiedlicher Seiten?

Bischofberger: Das wird sich anhand der Sachthemen, vor denen ich stehe, weisen. Ich lasse mich nicht in ein ideologisches Korsett pressen, sondern bilde mir meine Meinung zu jeder

Sachfrage und entscheide dann. Übrigens haben sich verschiedene Ständeratskollegen in den ersten Gesprächen auch bereits in dieser Art geäußert: Sie erwarten vom Innerrhoder Vertreter offenbar keine Linientreue.

Diese Orientierung nach reiner Sachpolitik macht Sie aber auch unberechenbarer.

Bischofberger: Für mich ist die Politik die Kunst des Machbaren, deshalb entscheide ich nicht nach Ideologien, sondern sachbezogen. Zudem verstehe ich mich nicht als Marionette: Als Vertreter von Innerrhoden im Ständerat will ich allen Bevölkerungsgruppen dienen, nicht einer bestimmten Interessensgruppe.

Bei Ihnen, Sepp Moser, gilt dasselbe: Unterstützung von links bis rechts vor der Wahl – und nun wohl auch Erwartungen.

Moser: Ich habe mich bei der Wahlvorbereitung für zehn Themen entschieden und zu diesen meine Haltung klar definiert. Diese Haltung habe ich danach in allen Wahlauftritten vertreten – ganz egal, vor wem. Dafür habe ich nicht überall Zustimmung erhalten, das habe ich auch gar nicht erwartet. Mir war klar: Wenn ich vor jedem Publikum ohne Wenn und Aber die gleiche Meinung vertrete, gehe ich gestärkt aus dieser Wahlvorzeit heraus. Es war ja im Übrigen eine sehr intensive Phase vor der Wahl,



Ivo Bischofberger



Sepp Moser

was untypisch ist für Innerrhoden. Das hatte einen Mehraufwand zur Folge, aber der Prozess war sehr spannend.

Sie sprechen die Tatsache an, dass früher Kandidaturen erst kurz vor der Landsgemeinde offiziell bekannt wurden. Ivo Bischofberger hat mit seinen früh gemeldeten Ambitionen aufs Ständeratsamt diese Usanz gebrochen. Sind Sie ihm heute dafür dankbar?

Moser: Durchaus. Es ist richtig, dieses Vorgehen ist ungewohnt für Innerrhoden, und es führte auch zu negativen Begleiterscheinungen wie der Inserateflut, die es meiner Meinung nach nicht in diesem Ausmass hätte geben müssen. Aber im Nachhinein betrachtet stelle ich fest, dass dieser ungewöhnlich lange Wahlkampf eine sehr interessante Erfahrung war. Der Vorteil war, dass man sich und seine Haltung detailliert präsentieren konnte.

Bischofberger: Vorbildlich war in meinen Augen der Umgang, den die Kandidaten untereinander pflegten. Es wurde niemals auf den Mann gespielt. Man darf ja das Landsgemeindevolk nicht unterschätzen: Dieses hätte es nicht geschätzt, wenn sich die Kandidaten gegenseitig schlecht gemacht hätten.

Moser: Früher war klar: Wenn sich in Appenzell Innerrhoden einer aktiv um ein Amt

bemüht, dann wird er es nicht erhalten. Das hat sich nun geändert. Nachdem ich betreffend Kandidatur angefragt worden war und danach meinen Entschluss gefällt hatte, stand ich klar zu meinen Ambitionen. Das hat so funktioniert – vor zehn Jahren wäre das noch undenkbar gewesen.

Kommen wir zu konkreten Sachfragen. Die Steuerpolitik ist ein zentraler Bereich des Säckelmeisters. Im Wahlkampf ist deutlich geworden: Sie stehen dem Steuerwettbewerb durchaus kritisch gegenüber.

Moser: Das ist so, ja. Ich habe aktiv mitgeholfen bei der Gestaltung des neuen Steuergesetzes und halte dieses für sinnvoll. Aber wir haben – natürlich nicht alleine – durch gewisse Massnahmen den Steuerwettbewerb unter den Kantonen angeheizt. Und nun nimmt dieser Wettbewerb ein Ausmass an, das sich negativ auswirken könnte. Innerrhoden ist abhängig von der Zusammenarbeit mit anderen Kantonen – wir können es uns nicht leisten, diese zu brüskieren.

Das ist ein eher diplomatischer Ansatz. Andere kleine Kantone wie Ausserrhoden setzen im Gegenteil auf ihre Fähigkeiten als Nischenanbieter und greifen zu aggressiven Steuermethoden.

Moser: Das kann man durchaus tun, aber dann

muss man sich auch der negativen Auswirkungen bewusst sein. Wir richten die anderen Kantone gegen uns, wenn wir sie provozieren. Aber das ist nur die eine Seite. Wir müssen auch darüber nachdenken, was der Steuerwettbewerb im eigenen Kanton auslöst. Die Zeitungen sind voll von Immobilienangeboten, in denen mit den tiefen Steuern in Innerrhoden geworben wird. Unsere Bevölkerung empfindet solche Entwicklungen als eher negativ, zum Teil lösen sie Angst aus. In dieser Phase befinden wir uns im Moment. Nun müssen wir einen Mittelweg finden, der auch für das eigene Volk gangbar ist.

Bischofberger: Cicero hat gesagt: «Ne quid nimis – allzu viel ist ungesund». Natürlich: Wenn es uns wirtschaftlich gut geht, geht es allen gut. Aber ich finde es doch etwas erschreckend, wenn ich beispielsweise die Theorien der Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell höre. Diese fordert, Ausserrhoden müsse steuerlich weiter in die Offensive. Da muss man sich doch fragen: Wie soll das weiter gehen? Jeder Wettbewerb kennt Sieger und Verlierer. Kleine Kantone müssen aufpassen, dass sie mit solchen Methoden nicht auf ein Klumpenrisiko zusteuern.

Moser: Als Vergleich eignet sich der Aktienmarkt. Wenn eine Aktie immer weiter nach oben klettert, muss man sich überlegen, ob man aussteigen oder die Spekulation weiter



treiben will. Wir befinden uns in einer Wachstumsphase. Es ist allen Verantwortlichen hoch anzurechnen, wie sie den Kanton aus einer wirtschaftlich schwachen Position zum Erfolg geführt haben. Aber wir sind an einem Punkt angelangt, an dem eine Überhitzung droht, nun geht es darum, das Erreichte zu konsolidieren. Ich sehe Parallelen zum Tourismus, wo wir es ebenfalls mit einer Wachstumsspirale zu tun haben, die vielen Leuten gar nicht bewusst ist. Eine solche Entwicklung hat immer auch ihre Nebenwirkungen, denen man wiederum mit Massnahmen begegnen muss.

Bischofberger: Der heutigen Innerrhoder Steuerpolitik ist ein langer Prozess vorausgegangen. Viele der beschlossenen Schritte waren sehr wirksam, aber jetzt sollten wir diese Schritte verlangsamen. Wir sind zu klein, um gross zu sein.

Moser: Es gab eine Zeit, als mit auswärtigem Kapital massiv Liegenschaften in Innerrhoden aufgekauft wurden. Aus einem gewissen Zwang heraus kam dann das Bodenrecht, das dem einen Riegel schob. Nun stellen wir wieder dieselbe Entwicklung fest, Liegenschaften werden für Spekulation benützt. Das beschäftigt die

Menschen in unserem Kanton, solchen Erscheinungen muss man begegnen.

Bischofberger: Einige Zeit lang erschien eine Studie nach der anderen, in der die grosse Bedeutung der Steuerbelastung betont wurde. Nun gibt es immer mehr Untersuchungen, die weiche Faktoren in den Vordergrund stellen: Die Umgebung, die Menschen, die Atmosphäre in einem Kanton, aber auch Bildung und Schulwesen. Wenn jemand aufgrund solcher Faktoren nach Appenzell kommt, spielen für ihn zwei oder drei Steuerprozente mehr oder weniger kaum eine Rolle.

Andererseits ist es doch sicher auch für Sie erfreulich, wie sich Innerrhoden in Ratings und Ranglisten vom früheren Schlusslicht auf Toppositionen vorgekämpft hat?

Moser: Keine Frage, das ist eine aussergewöhnlich glückliche Entwicklung. Aber eben: Wir haben jetzt die Grenze erreicht, an der wir innehalten müssen. Ich frage mich stets: Wo liegen die Vorteile von Appenzell Innerrhoden gegenüber anderen Kantonen? Sehr schnell stosse ich dabei auf den Begriff der Lebensqualität.

Es gibt hier eben nicht nur materielle Vorteile. Wir haben eine intakte Landschaft, vielfältige Kultur und Tradition...

Bischofberger: ... und sie werden bei uns auch wirklich gelebt. Ich stelle im Kanton immer wieder die Bereitschaft fest, sich aktiv für den Erfolg zu engagieren. Gleichzeitig profitieren wir aber auch von viel Sympathie gegenüber Innerrhoden. Ein Beispiel: Das Linermuseum hätten wir aus eigener Kraft niemals finanzieren können.

Moser: Und genau diesen Sympathiebonus dürfen wir nicht mit einer aggressiven Steuerpolitik strapazieren.

Die Schweiz ist ein Sonderfall, heisst es immer wieder. Ist Innerrhoden gewissermassen ein Sonderfall im Sonderfall? Und sind solche Klischees wie das Bild von der heilen Landschaft nicht auch eine Gefahr?

Bischofberger: Innerrhoden wird sehr stark mit seinen Traditionen identifiziert. Gefährlich wäre es, wenn wir diese nur für Gäste aufrecht erhalten und nicht wirklich leben würden. Das ist aber nicht der Fall. Natürlich wird die

Zu den Personen

Ivo Bischofberger ist Rektor des Gymnasiums Appenzell und Präsident des Kantonsgerichts, Sepp Moser ist ehemaliger Grossrat und Bezirkshauptmann sowie Präsident von Tourismus Appenzell. Beide sind bekannte Persönlichkeiten im Halbkanton und konnten die Wahl an der Landsgemeinde gegen starke Mitkandidaten für sich entscheiden. Wie in Innerrhoden üblich, wurden die Kandidaten zwar auch von einer Partei, vor allem aber von verschiedenen Interessengruppen und Verbänden portiert und unterstützt.

Landsgemeinde jedes Jahr von vielen Zuschauern besucht, aber wir führen sie für uns selbst durch, nicht für die Gäste von auswärts. Dasselbe gilt für gewisse sakrale Rituale.

Moser: Kultur und Brauchtum sind bei uns tatsächlich aussergewöhnlich stark. Auf sehr kleinen Raum findet sich sehr viel Wertvolles. Einen wesentlichen Teil dazu trägt die Landschaft bei. Ich sehe es daher als eine unserer Hauptaufgaben an, die Balance zwischen Brauchtum und Moderne zu halten. Wir müssen das eine pflegen und dürfen das andere darüber nicht vergessen. Sorge zu Altem tragen und gleichzeitig bereit sein für Neues, für moderne Arbeitsplätze und so weiter: Das ist für mich eine der grössten Herausforderungen.

Das ist in der Vergangenheit gut gelungen. Innerrhoden ist in den letzten Jahren zu einem begehrten Standort für Unternehmen geworden. Wie lässt sich dieser Status halten? Einiges spricht ja auch gegen den Kanton, beispielsweise die nicht ideale Verkehrslage.

Moser: Die Verkehrsanbindung ist ein gutes Beispiel dafür, dass alles zwei Seiten hat. Natürlich, die Industrie braucht möglichst gute und schnelle Verbindungen. Aber für eine Erholungs- und Ferienregion sind gute Verbindungen eher ungünstig, denn diese fördern einen Tagestourismus, und dieser wirkt sich negativ aus auf den Ferientourismus. Auch bei der Beurteilung von Strassen- und anderen Verkehrsprojekten geht es deshalb darum, das Gleichgewicht zu halten.

Bischofberger: Regieren heisst vorausschauen. Innerrhoden hat das in der Vergangenheit gut gemeistert. Es wurden nicht einfach stur bestimmte Unternehmensbereiche gepflegt, man ist immer flexibel geblieben. Das Ergebnis: Heute gelten Elektronikbetriebe als Innerrhoder Vorzeigeunternehmen, auch Softwarefir-

men gehören dazu. Auf diese Weise haben wir die erwähnten verkehrstechnischen Nachteile wettgemacht. Über all dem dürfen wir aber die Landwirtschaft nicht vergessen.

Moser: Richtig, und zwar aus verschiedenen Gründen. Die Landwirtschaft kreiert Arbeitsplätze, pflegt die Landschaft, prägt die Streusiedlungen – sie ist ein wesentlicher Faktor in Innerrhoden. Die Agrarpolitik 2011 des Bundes tendiert zur Industrialisierung. Diese Entwicklung ist genau unseren Zielen entgegengesetzt. Da warten sehr grosse Herausforderungen auf uns. Es geht darum, gesunde Familienbetriebe zu erhalten. Wenn sich die Zahl der bäuerlichen Betriebe reduziert, dann schrumpft auch die landwirtschaftliche Bevölkerung zahlenmässig.

Bischofberger: Je kleiner ein Gebiet ist, desto enger ist alles miteinander verflochten. Wir haben es hier mit einem Räderwerk mit vielen feinen Zahnrädern zu tun. Wer eine Studie von Avenir suisse zur Landwirtschaft liest, der kommt zum Schluss: Eigentlich müssten wir in Innerrhoden sofort damit aufhören. Und das kann es ja nicht sein. Als Innerrhoder Vertreter habe ich in dieser spezifischen Frage eine klar andere Haltung – unabhängig von Parteiparolen.

Hier vermischen sich die Ebenen von Bund und Kanton. Müssen der Ständerat und Kantonsregierung in solchen Fragen eng zusammenspannen?

Bischofberger: Auf jeden Fall. Die Agrarpolitik ist im Bundesparlament demnächst Thema, und ich habe bereits einen Termin mit dem Landeshauptmann, also dem Landwirtschaftsdirektor, vereinbart. Hier müssen wir eng zusammen arbeiten.

Moser: Es ist ganz generell nicht sinnvoll, wenn uns der Bund vorschreibt, wie unsere Landwirtschaftspolitik auszusehen hat. Das Geld für

die Landwirtschaft sollte uns in der Form eines Globalbudgets zugehen, so dass wir es nach unseren eigenen Bedürfnissen einsetzen können. Innerrhoden hat andere Voraussetzungen und Probleme als die grossen Kantone, das kann man nicht einfach alles gleichsetzen.

Wagen wir zum Schluss einen Blick voraus. Appenzell Innerrhoden in 10, 15 oder 20 Jahren: Inwieweit ist der Halbkanton noch mit heute vergleichbar, wie stark wird er sich verändert haben?

Bischofberger: Das Innerrhoden von heute ist ja bereits nicht mehr dasselbe wie das vor 20 Jahren. Wir haben uns gewandelt – zum Teil freiwillig, zum Teil unter Druck. Entscheidend ist, dass wir auch erzwungene Veränderungen gut gemeistert haben. Appenzell Innerrhoden ist kein Disneyland unter einer Käseglocke. Es geht darum, den Wandel aktiv mitzugestalten und dabei dennoch die eigenen Wurzeln nicht zu verlieren.

Moser: Ein kleiner Kanton hat gerade in Zeiten der Globalisierung und der Fusionen grosse Chancen, wenn man sich der Stärken, die die Kleinheit mit sich bringt, bewusst ist. Mit der fortschreitenden Globalisierung entsteht ein Gegenteil, indem das Kleine, Ursprüngliche und Echte wieder mehr gefragt ist.

Bischofberger: Dazu gehört für mich auch, dass wir zur Zusammenarbeit in der Region bereit sind, uns gemeinsam, aber auch jeder für sich individuell weiter zu entwickeln.

Moser: So wie ich es kürzlich in einem Vortrag gehört habe: Eine Sturheit im positiven Sinn an den Tag legen.

«Flauder», «Wonder» und «Himml» - Geschichten mit Tiefe

Bevor ein Produkt auf den Markt gelangt, werden unzählige Stunden und Wochen in die Entwicklung investiert. Oft vergessen gehen die Überlegungen, welche sich ein Hersteller in Bezug auf die Marketingstrategie macht. Warum trägt das Produkt diesen Namen? Wieso wird mit Fabelwesen geworben? Gabriela Manser von der Mineralquelle Gontenbad gibt Antworten.



Geschäftsleiterin Gabriela Manser.

Das Einhorn soll «Wonder» wirken: Die Werbekampagne für das Getränk «Wonder». Ein Einhorn steht im Fälensee, die Nebelschwaden wirken mystisch inmitten der Appenzeller Bergwelt. Die über dem Wasser schwebenden Rosenblüten vermitteln einerseits die Leichtigkeit des Geschmacks von «Wonder» und zeigen zugleich, dass das Getränk mit einem Rosenaroma daher kommt.

TEXT UND BILD: MARTINA NIKLAUS, Z.V.G.

«Flauder» ist in aller Munde. Das erfrischende Getränk aus dem Appenzellerland ist aus den Regalen der Lebensmittelanbieter nicht mehr wegzudenken. Dabei ist das Produkt noch relativ jung: Lanciert wurde «Flauder» im Jahr 2002 von der Mineralquelle Gontenbad. Geschäftsführerin Gabriela Manser hatte damals die Idee, etwas Neues auf den Markt zu bringen. «Wir wollten etwas herstellen, das besser in die heutige Zeit passt, gleichzeitig aber vom Inhalt her mit der Gegend verbunden ist. Wenn jemand 'Appenzell' hört, kommt ihm ein bestimmtes

Bild in den Sinn. Diese Bilder sollten sich im Produkt widerspiegeln», erinnert sie sich. Im Laufe der Entwicklung sei eine Grundgedankenwelt entstanden. «Irgendwann wussten wir, dass die Holunderblüte der Grundgeschmack sein sollte. Anschliessend ging es darum, die Rezeptur anzupassen. Zahlreiche Muster, Versuche und Testläufe führten am Schluss zum Endgeschmack. Die Unverbrauchtheit und Ursprünglichkeit des Appenzellerlandes kommt in der Frische des Getränkes zum Ausdruck», so die Geschäftsführerin.

Geschmack alleine reicht nicht

Der Geschmack alleine aber reicht nicht aus. Damit ein Produkt erfolgreich ist, braucht es einiges mehr: Name und Marktauftritt sind ausschlaggebend. Das Produkt muss ansprechend sein und einen Namen haben, den sich die Konsumenten merken können, weil er einmalig und zugleich einfach ist. Die Ansprüche an den Namen sind deshalb hoch. Und auch Gabriela Manser hatte klare Vorstellungen: «Wir wollten, dass sich unser modernes Produkt aus dem Appenzellerland auch im Namen widerspiegelt und mit der Gegend durch den Namen verbunden ist. Aus diesem Grund haben wir uns dazu entschlossen, dem Produkt einen Dialektnamen zu verleihen. Aufgrund der Leichtigkeit des Holunderblütengetränkes sind wir auf «Flickflauder» also Schmetterling gekommen. 'Flickflauder' aber war ein zu langes Wort und so haben wir uns für 'Flauder' entschieden.»

In einem zweiten Schritt ging es darum, eine passende Etikette zu gestalten. «Das war Aufgabe unseres Grafikerteams. Aber auch hier war klar: Die Leichtigkeit des Getränkes musste zum Ausdruck kommen, die Holunderblüte darin aufgenommen werden», so Gabriela Manser. Im weiss-gelb der Etikette spiegelt sich die Leichtigkeit der Holunderblüte wider. «Flauder» ist in rosa geschrieben – passend zum Holunder und der Farbgebung der Etikette.

Die Sache mit dem «Flickflauder»

Die Etikette von «Flauder» sollte sich aber nicht nur aufgrund der Farbgebung und des Namens von anderen Etiketten unterscheiden. Gabriela Manser und ihr Team liessen sich etwas Spezielles einfallen: Auf der Rückseite der Etikette findet der Konsument eine eigene Welt. Bei «Flauder» ist ein Schmetterling, also der «Flickflauder» zu sehen. Dazu kommt der erklärende Satz «Bi ös z'Appezöll sägid's mer Flickflauder». Das ganze wird umrahmt von einem Blumenmeer. Auch dieses wurde bewusst gewählt: Immerhin ist «Flauder» ein Getränk aus dem «Blüten-

quell»-Reigen und die verschiedenen Blumenblüten die Dachmarke.

Nebst dem Namen und der Gestaltung ebenfalls von grosser Bedeutung ist die Werbekampagne. Die Werbekampagne von «Flauder» kommt daher wie das Produkt selbst: Leicht und eindrücklich. Das Gebiet des Appenzellerlandes steht unter Wasser, nur die Berge sind sichtbar. Inmitten des Wassers steht «Flauder». Ebenfalls zu sehen ist ein Schmetterling. «Wenn jemand 'Flauder' trinkt, die Werbekampagne sieht und dann ein Stück Freude verspürt, haben wir unsere Aufgabe erfüllt», so Gabriela Manser.

Der «Blütenquell»-Reigen

Nach der Lancierung von «Flauder» brachte die Mineralquelle Gontenbad im Jahr 2005 das zweite Getränk im «Blütenquell»-Reigen auf den Markt. Getauft wurde das Tafelwasser mit Rosenaroma und Ingwer «Wonder». «Blütenquell-Produkte verkörpern die im Appenzellerland tief verwurzelte Idee vom wiedergefundenen Arkadien, einer sagenumwobenen Idealwelt», verrät Gabriela Manser.

Und auch im Falle von «Wonder» machten sich Gabriela Manser und ihr Team viele Gedanken. «Der Name musste ebenfalls ein Dialektbegriff aus dem appenzellischen sein und so eine Verbindung zum Appenzellerland herstellen. 'Wonder' hat zwei Bedeutungen. Auf der einen Seite bedeutet es 'Wunder', auf der anderen Seite, und das ist ein typischer Appenzeller-Dialektausdruck, 'eine Wut haben', erklärt Gabriela Manser.

Die Etikette bei «Wonder» ist dunkelrosa und bläulich. Darauf zu erkennen ist der Fäensee, umgeben von den Felsen des Alpsteins.

Das Einhorn

Wer auf der Innenseite der «Wonder»-Etikette eine Rose erwartet, unterschätzt die Kreativität der Verantwortlichen der Mineralquelle Gontenbad. Durch das rosafarbene Tafelwasser ist ein Einhorn zu erkennen - umgeben von einem Blütenmeer. «Wir wollten ein Fabelwesen. Erstens, weil es zum Namen 'Wonder' und zweitens zur Natur und dem mystischen Appenzellerland passt. Da eine Fee aber dem Schmetterling zu ähnlich gewesen wäre, entschieden wir uns für das Einhorn», erinnert sich Gabriela Manser. Zudem habe das Einhorn eine Verbindung zum Wasser und so auch zum Fäensee: «Einer Fabel nach entgiftet das Einhorn mit seinem Horn das Wasser.»

Um aber auch den Einheimischen den Zusammenhang zwischen Rosenwasser, Alpstein und Einhorn zu erklären, entschloss sich Gabriela Manser, dazu ein Märchen zu schreiben. So ent-

stand «S'Wonder vom Alpschtee». Dieses ist auf CD erhältlich.

Analog der Werbekampagne für «Flauder» ist bei «Wonder» ein Einhorn inmitten des Fäensees zu sehen, umgeben von Nebelschwaden und der mystischen Bergwelt, über dem Wasser schweben Rosenblüten.

Das neueste Produkt: «Himml»

Als drittes «Blütenquell»-Produkt wurde im letzten Jahr «Himml» auf den Markt gebracht. Der Geschmack ist auch hier einmalig: Bergamotte als Grundgeschmacksrichtung, vermischt mit einem Blütenreigen von Löwenzahn, Schlüsselblumen und Enzian. Der Name «Himml» kommt laut Gabriela Manser von Himmel. Zudem besteht eine Verbindung zum Himmelberg, welcher die Quellen der Mineralquelle Gontenbad bewacht. Die Etikette ist gelb – wie der Löwenzahn. Auf der Werbekampagne ist der Himmelberg, versunken in Wasser, zu sehen. Löwenzahnschirmchen schweben in der Luft. Als Symbol der Leichtigkeit. Nicht zu vergessen natürlich das Blütenmeer – analog der beiden anderen Produkte. Der einzige Unterschied zu «Flauder»: Bergamotte ist keine einheimische Frucht. Die Zitrusfrucht stammt aus Kalabrien. «Trotzdem ist Bergamotte in unserer Gegend seit vielen Generationen bekannt. Genau wie im Fall des Ingwers in 'Wonder'. Und so sind wir unserem Motto treu geblieben», hält Gabriela Manser fest.

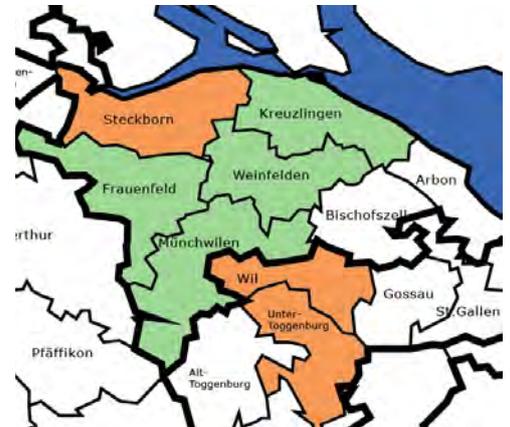
Kampagnen mit Tiefe

Dass hinter jedem Produkt eine eigene Geschichte steht, weiss wohl nicht jeder Konsument. Für ihn ist in erster Linie wichtig, ob ihm das Produkt schmeckt und es ansprechend wirkt. Gleich sieht es bei den Werbekampagnen aus: Sie müssen sich von anderen abheben und so einzigartig sein, dass sie den Konsumenten in Erinnerung bleiben oder in ihnen die Lust geweckt wird, das Produkt zu kaufen. Gabriela Manser ist überzeugt: «Unsere Kampagne hat Tiefe. Im Endeffekt spielt es keine Rolle, ob der Konsument die ganzen Geschichten dahinter kennt. Trotzdem ist es für uns wichtig, dass unsere Produkte sorgfältig kreiert sind und die damit verbundenen Geschichten einen Hintergrund haben. Unsere Produkte müssen uns selber Freude machen – und so können wir hinter jedem einzelnen stehen.»

Weitere Informationen zu den einzelnen Produkten der Mineralquelle Gontenbad gibt es unter www.mineralquelle.ch.

Ihr **neuer** Masstab 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

«Ich bin seit Jahren Individualist
aus Überzeugung. Bei GAMMA
fühle ich mich verstanden»



PREMIUM
SERVICE
BY GAMMA

GAMMA
WILLKOMMEN ZUHAUSE



Regierungschef Otmar Hasler.

Wohnsitzzwang in Liechtenstein fällt weg

Liechtenstein will den Wohnsitzzwang wegfällen lassen. Dies hat die Regierung entschieden. Der Grund für den Entscheid: Die bisherige Regelung über die inländischen Wohnsitzerfordernisse stellt eine Beschränkung der Personenfreizügigkeit dar und ist nicht mit dem EWR-Abkommen vereinbar.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILD: PIA

Bis anhin bestand in Liechtenstein ein Wohnsitzzwang für die Zulassung zur Rechtsanwalts-, Wirtschaftsprüfer-, Treuhänder- und Patentanwaltsprüfung sowie für den qualifizierten Verwaltungsrat, den Inhaber eines Geschäftsführermandates oder einer Konzession. Das inländische Wohnsitzerfordernis war laut Liechtensteiner Banken-, Versicherungsaufsichts- und Rohrleitungsgesetz in diesen Bereichen zwingend.

Staatsangehörigkeit entscheidend

Dies soll sich nun ändern. Um den unbefriedigenden Ergebnissen aus der Praxis ein Ende zu setzen, hat die Liechtensteiner Regierung entschieden, den Wohnsitzzwang fallen zu lassen. Dies gilt vor allem auch vor dem Hintergrund einer an sich schon restriktiven Regelung bezüglich der Wohnsitznahme in Liechtenstein. «Die inländischen Wohnsitzerfordernisse sollen aufgehoben werden. Dasselbe gilt für die Wohnsitz-

zerfordernisse im EWR. Neu soll allein auf die EWR-Staatsangehörigkeit abgestellt werden. Künftig kann zum Beispiel auch der österreichische Staatsangehörige mit Wohnsitz in der Schweiz zur nationalen Prüfung – Rechtsanwalt, Treuhänder oder Wirtschaftsprüfer – zugelassen werden», bestätigt Dr. Martin Frick, Ressortsekretär von Regierungschef Otmar Hasler.

Nicht mit EWR-Abkommen vereinbar

Gründe für den Entscheid gibt es verschiedene. Frick erläutert: «Die inländischen Wohnsitzerfordernisse für die Ausübung einer Erwerbstätigkeit stellen eine Beschränkung der Personenfreizügigkeit dar und widersprechen somit Sinn und Zweck des EWR-Abkommens (EWRA). Es besteht mittlerweile eine ständige Rechtsprechung des EFTA-Gerichtshofs, wonach ein inländisches Wohnsitzerfordernis für die Übernahme

eines Geschäftsführer- oder Verwaltungsratsmandats mit der Niederlassungsfreiheit gemäss Art. 31 EWRA unvereinbar ist.» Zudem führt die Anforderung laut Frick zu Problemen bei der praktischen Anwendung.

Anders in der Schweiz

Im Gegensatz zu Liechtenstein hält die Schweiz am Wohnsitzzwang fest. So wurde im Rahmen der Revision des Obligationenrechts, welche voraussichtlich am 1. Januar 2008 in Kraft treten wird, am Wohnsitzerfordernis festgehalten. Auch künftig muss die Gesellschaft (AG, GmbH) durch eine Person vertreten werden können, die Wohnsitz in der Schweiz hat. Dieses Erfordernis kann aber auch durch ein Mitglied des Verwaltungsrates oder einen Direktor erfüllt werden.

Anzeige

bfw | fondsleitung



bfw us quant selection fund

13.88%*

bfw asia-pacific quant selection fund

18.14%*

bfw europe quant selection fund

9.07%*

Mit Sicherheit kompetent. ☎ 0848 820 410

bankenunabhängige finanzgruppe · www.bfwgroup.ch · info@bfwgroup.ch · *01.01.07 bis 09.05.07



«DIE DELIKTE WERDEN INTERNATIONALER»

Die Strafuntersuchung bei Wirtschaftsdelikten ist aufwändig und komplex. Die Staatsanwaltschaft des Kantons St.Gallen hat sich zudem vermehrt mit neuen Arten von Wirtschaftsdelikten zu befassen – so ist Internetbetrug an der Tagesordnung. Aber auch grössere Fälle sorgen für Aufsehen. So laufen Untersuchungen wegen Korruption und Immobilienbetrügerei.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILDER: MARCEL BAUMGARTNER

Mit Wirtschaftsdelikten wie Betrug, ungetreue Geschäftsbesorgung, Bestechung, Korruption oder betrügerischem Konkurs hat sich die Staatsanwaltschaft des Kantons St.Gallen immer wieder zu befassen. Und auch wenn die Anzahl der Delikte lange nicht so hoch ist, wie Taten gegen Leib und Leben, das Betäubungsmittelgesetz oder Diebstähle, so ist die Strafuntersuchung meist um einiges aufwändiger.

«Hausdurchsuchungen, Akten- und EDV-Beschlagnahmungen gehören im Fall von Wirtschaftsdelikten dazu. Oft geben die Fälle deshalb nur schon von der 'Papiersseite' her mehr Arbeit. Vielfach ist es aber auch so, dass es bei Wirtschaftsdelikten schwieriger ist, einen Ansatzpunkt zu finden und einen Überblick zu bekommen. Die Täterschaft ist intelligent und raffiniert. Sie versteht in ihrem Geschäftsbereich mehr von der Materie als wir», erklärt Erwin Beyeler, Erster Staatsanwalt des Kantons St.Gallen. Dazu kämen prozessuale Gründe, welche die Fälle ebenfalls aufwändiger gestalten. «Sehr komplex ist es oft bei Fällen von Geldwäscherei. Denn in solchen Fällen findet meist eine Vortat im Ausland statt. Sobald dies der Fall ist, müssen wir Rechtshilfebegehren stellen. Das dauert und macht die Sache komplizierter», führt Beyeler aus.

Die «neuen» Wirtschaftsdelikte

Die Anzahl der Wirtschaftsdelikte hat laut Beyeler in den letzten Jahren nicht unbedingt zugenommen. Die Art der Delikte hat sich jedoch verändert. Sie sind internationaler geworden. Neue sind dazu gekommen: «Internetbetrug ist ein relativ neues Phänomen. Oft bestellen Käufer Waren auf Internetauktionsseiten und be-

zahlen diese im Voraus. Geliefert wird dann nichts oder Ware von mangelhafter Qualität. Solche Fälle kommen je länger je mehr vor.» Aber auch mit Fällen von «Phishing» hätten sich die Behörden des Öfteren zu befassen. Beyeler erklärt: «Leute werden per E-Mail aufgefordert, ihre Bankdaten bekannt zu geben. Die Täter geben sich in solchen Fällen immer als Bankinstitut aus. Sobald sie die Daten haben, leeren sie die Konten. Das Vorgehen ist psychologisch äusserst geschickt.» Laut dem Staatsanwalt sind Urheber- und Markenrechtsfragen, also kleine Betrügereien unter Privaten, zudem ebenfalls häufiger geworden.

Die Geschädigten bei solchen Delikten sind meistens Privatpersonen. Aber auch Unternehmen werden immer wieder Opfer von Wirtschaftsdelikten. Wobei in solchen Fällen eher die «klassischen» Delikte zum Zug kommen.

Die «klassischen» Wirtschaftsdelikte

Zu den «klassischen» Wirtschaftsdelikten gehören unter anderem Betrug, ungetreue Geschäftsbesorgung oder betrügerischer Konkurs. «Vor kurzem konnten wir die Strafuntersuchung gegen den Finanzchef eines Unternehmens abschliessen. Der Mann hat das über Jahre hinweg erarbeitete Vertrauen ausgenutzt.

Wie können sich Unternehmen schützen?

Oft müsste es im Falle von Wirtschaftsdelikten, egal ob «neuen» oder «klassischen», aber gar nicht erst zu einer Strafuntersuchung oder einem Gerichtsverfahren kommen. «Delikte können verhindert werden», so Beyeler. Innerhalb

eines Unternehmens muss laut dem Staatsanwalt der Grundsatz «Know Your Employee» gelten. «Es ist wichtig, die Mitarbeiter zu kennen und zum Beispiel zu wissen, welche Hobbys die Angestellten haben, wie sie ihre Freizeit verbringen oder ob sie Ferien machen», so Beyeler. Und weiter: «Bei Mitarbeitern, die sich geschätzt fühlen, mit ihrem Lohn und ihrer Arbeit zufrieden sind, ist die Wahrscheinlichkeit einer Delinquenz viel geringer.» Wichtig ist laut Beyeler zudem die konsequente und wirkliche Beachtung des «Vier-Augen-Prinzips». «Die Zweit-Kontrolle muss zwingend und konsequent durchgeführt werden. Rochaden innerhalb des Unternehmens sind wichtig. Auch der Stellvertreter soll ruhig einmal einen Abschluss machen. Transparenz in einem Unternehmen ist das A und O.»

Wie Privatpersonen?

Nicht nur Unternehmen können sich schützen, auch Privatpersonen müssen sich vor externen Tätern nicht fürchten. «Bei Vorauszahlungen ist immer Vorsicht geboten. Der Grundsatz «Wenn es eilt, Hände weg» sollte verfolgt werden. Es ist wichtig, sich Zeit nehmen zu können, die Dinge zu prüfen, darüber zu schlafen und vor allem mit jemanden über sein Vorhaben zu sprechen. Auch das Kleingedruckte muss unbedingt gelesen werden – und zwar alleine und in aller Ruhe», so Beyeler.

Grosse Prozesse in der Vergangenheit

Trotz aller präventiven Massnahmen kommen Wirtschaftsdelikte immer wieder vor. Im Kanton St.Gallen haben in den letzten Jahren einige grössere Wirtschaftsprozesse stattgefunden,

Referenten

Nadja Schnetzler
Mitgründerin der Ideenfabrik
BrainStore AG, Biel/Bienne

Thomas Weidmann
Leiter Group Marketing, VP Bank, Vaduz

Thomas Hanan
Head of Sales, Google Schweiz, Zürich

Reinhold Weber
Inhaber und Kreativchef der
Werbeagentur Reinhold AG, Zürich

Marco Schoenenberger
Strategischer Planer, Leiter Beratung der
Werbeagentur Reinhold AG, Zürich

«Was haben Google, «Onkel Herbert», BrainStore und die VP Bank gemeinsam?»

Kreatives Marketing - Marketing muss sich etwas einfallen lassen.
21. Juni 07, 16 – 20 Uhr, Hochschule Liechtenstein, Vaduz

Jetzt anmelden unter:
www.marketingtag.li

Träger



Presenting-Partner



Sponsor



Medienpartner



Kooperationspartner



Druckerei

eine grosse Verhandlung steht noch bevor. So wurden die Treuhänderin Rita Hauser und ihr Ehemann Ernst Hauser vom Kreisgericht Rorschach im Dezember 2005 unter anderem wegen gewerbmässigen Betruges, qualifizierter Veruntreuung und gewerbmässiger Geldwäscherei schuldig gesprochen und zu Freiheitsstrafen von sechseinhalb beziehungsweise drei Jahren verurteilt. Der Fall wird in zweiter Instanz noch in diesem Jahr neu verhandelt. Der Treuhänderin und ihrem Ehemann wird vorgeworfen, zwischen 1998 und 2003 1100 Anleger um rund 70 Millionen Euro mittels Schneeballsystem betrogen zu haben.

Ebenfalls noch nicht rechtskräftig ist das Urteil gegen den ehemaligen Präsidenten des FC Wil und UBS-Bankier Andreas Hafen. Er wurde vom Kantonsgericht St.Gallen im letzten Sommer wegen gewerbmässigen Betruges und mehrfacher Urkundenfälschung zu fünf Jahren Zuchthaus verurteilt. Hafen hatte seine ehemalige Arbeitgeberin, die UBS, um rund 51 Millionen Franken erleichtert. Der Fall Hafen ist zur Zeit am Bundesgericht hängig. Ebenfalls für Aufsehen sorgte das eingeleitete Korruptionsverfahren gegen die St.Galler Firma CC Med AG (siehe Box).

Einer der wohl grössten Betrugsfälle der letzten Jahre fand im Februar vor dem Kreisgericht St.Gallen statt. Damals hatten sich drei ehemalige Geschäftsleitungsmitglieder der Vidamed AG an Schranken zu verantworten. Ihnen wurde vorgeworfen, Mitte der 90er Jahre einen betrügerischen Handel mit Wasserschutzkissen und Autoluftfiltern betrieben zu haben. Opfer waren Handwerker. Die Deliktsumme belief sich auf rund 1,3 Millionen Franken. Mitte Mai hat das Kreisgericht das Urteil bekannt gegeben: Die drei Männer wurden des mehrfachen gewerbmässigen Betrugs für schuldig befunden. Der Haupttäter erhielt eine Freiheitsstrafe von viereinhalb Jahren, die anderen beiden wurden zu Strafen von 24 beziehungsweise 18 Monaten bedingt verurteilt.

Immobilienbetrügereien – Banken geschröpft

«Die Strafuntersuchung gegen rund 200 Angeeschuldigte wegen Immobilienbetrügereien konnte erst teilweise abgeschlossen werden. Nach wie vor sind Untersuchungen im Gange. Es sollte jedoch möglich sein, die erste Tranche der Hauptangeschuldigten noch in diesem anzuklagen. Vielleicht wird es sogar schon in diesem Jahr zum Prozess kommen», so Beyeler. Die Delikt-



Dr. Erwin Beyeler ist Erster Staatsanwalt des Kantons St.Gallen.

summe beträgt laut dem Staatsanwalt über 100 Millionen Franken. Opfer wurden in erster Linie Banken. Beyeler erklärt: «Die Angeklagten haben mit gefälschten Angaben überhöhte Hypothekarkredite erwirkt. Sie haben von den Banken das Geld kassiert, indem sie gefälschte Unterlagen wie Schätzungen oder angebliche Stockwerkeigentümer vorlegten.»

Die Arbeit bei der Staatsanwaltschaft wird also nicht weniger. Auch nicht im Bereich der Wirtschaftsdelikte. Die Täter werden immer raffinierter, das Internet eröffnet auch ihnen vermehrt neue Möglichkeiten. Vorwürfe, die Justiz erwecke den Eindruck, gegenüber illegalem Handeln in der Wirtschaft je länger je machtloser zu sein, weist Beyeler aber zurück: «Sämtliche Fälle werden geführt und alle Strafanzeigen aufgearbeitet. Auch wenn wir oft vor einem Mengen- und einem Zeitproblem stehen. Das Strafrecht kann die Realität durchaus erfassen.»

Korruptionsverfahren gegen CC Med AG

Im letzten Jahr hat die Staatsanwaltschaft des Kantons St.Gallen gegen die St.Galler Firma CC Med AG ein Korruptions- und Bestechungsverfahren eingeleitet. Der Medizinfirma wird vorgeworfen, durch Bestechungsgelder in Höhe von sechs Millionen Franken einen Auftrag für die medizinische Ausrüstung rumänischer Gefängnisse bekommen zu haben. In diesem Zusammenhang wurden mehrere Hausdurchsuchungen durchgeführt und Akten beschlagnahmt. Ermittelt wird gegen zwei Personen. Im Laufe der Untersuchung hat die Bundesanwaltschaft das Strafverfahren wegen Bestechung und Korruption übernommen. Der Fall ist nach wie vor in Bern. Zahlreiche Rechtshilfebegehren im Ausland sind hängig.

Wirtschaft und Politik? In Zukunft gemeinsam

Mit der Plattform **Wirtschaftsimpulse** soll in Liechtenstein künftig **Klartext** zwischen Politik und Wirtschaft gesprochen werden. Das langfristige Projekt soll laufend durch aktuelle Wirtschaftsthemen den jeweiligen Veränderungen angepasst werden. Ziel ist es, Dialoge zu führen und gemeinsame Projekte von Politik und Wirtschaft zu realisieren.



**Regierungschef-Stellvertreter
Klaus Tschüscher.**

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILD: PIA

«Die aktuellen Diskussionen über Themen wie Arbeitslosigkeit, Finanzierbarkeit der Sozialsysteme oder die Bildungsreform zeigen, wie das eine mit dem anderen zusammenhängt», erklärt der liechtensteiner Regierungschef-Stellvertreter Klaus Tschüscher. Horst Schädler, Ressortsekretär Wirtschaft, ergänzt: «In der heutigen Zeit sind wir stetig Veränderungen ausgesetzt. Viele Faktoren können wir in Liechtenstein nicht beeinflussen. Einige aber können wir mit eigener Kraft verändern.»

Und genau dies soll in Zukunft auch geschehen.

Mit dem Projekt **Wirtschaftsimpulse** bietet das Ressort Wirtschaft eine Plattform, auf der Ideen ausgetauscht, Lösungsvorschläge entwickelt und Klartext gesprochen werden kann. «Jeder hat so die Möglichkeit, Ideen und Anreize auf einer Plattform einzubringen. Und zwar auf die gewünschte Art. Ziel dabei ist es, das Wohl des Wirtschaftsstandorts Liechtenstein zu verbessern», so Schädler.

Drei einzelne Impulse

Das vorerst einmal auf ein Jahr ausgelegte Wirtschaftsprojekt ist in drei Impulse unterteilt: Klartext, Dialog und Erfahrung.

Bei **Impuls Klartext** werden wirtschaftspolitische Themen von namhaften Experten aus dem In- und Ausland mit deutlichen Worten angesprochen, im Gesamtkontext betrachtet und dargestellt. Es handelt sich um öffentliche Anlässe. Der Startschuss zu **Klartext** fällt am 29. Mai. Die beiden hochkarätigen Referenten Professor Dr. Silvia Simon und Dr. Stefan Sander werden die aktuelle Wirtschaftspolitik im Land Liechtenstein kritisch beleuchten. Die Veranstaltung findet im Foyer des Vaduzersaales statt. Beginn ist um 18 Uhr. Die Veranstaltung ist öffentlich.

Politik und Wirtschaft realisieren bei **Impuls Erfahrung** gemeinsam Projekte, als Initialzündung für eine erfolgreiche Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Liechtenstein. In einem ersten Projekt werden Auslandspraktiken für Jugendliche bei einem liechtensteinischen Unternehmen im Ausland angeboten. Laut Schädler ist das Feedback bis jetzt positiv. «Wirt-

schaftsstandort Liechtenstein trifft andere Standorte» heisst ein weiteres Projekt. «Die ersten Treffen mit Wirtschaftsstandorten im Ausland – anfangs in Baden-Württemberg, Sachsen-Anhalt und in der Lombardei – sind in Vorbereitung», so Schädler. Diese drei Standorte wurden deshalb gewählt, weil sich dort liechtensteiner Unternehmen niedergelassen haben und so laut Schädler ein Anknüpfungspunkt vorhanden ist.

Bei **Impuls Dialog** trifft sich Wirtschaftsminister Klaus Tschüscher zu Vier-Augen-Gesprächen mit innovativen Unternehmern. «Die Gespräche finden in vertraulicher Atmosphäre statt und werden sehr offen geführt», weiss Schädler.



Motivationspreis für Klinik Schloss Mammern

Kürzlich erhielt die Klinik Schloss Mammern den Motivationspreis 2007 der «Chance Thurgau». Regierungsrat Bernhard Koch bezeichnete die Privatklinik in seiner Laudatio als «absolute Spitzenklinik».



Preisverleihung in Mammern: Jury-Präsident Theodor Prinz (links) übergibt Dr. Alfred O. Fleisch als Vertreter der Klinik den Motivationspreis 2007.

jeweils zu einer harten Selektion gezwungen. Er wertete diese als Beleg dafür, dass sich der Kanton nicht zu verstecken brauche, obwohl er vielerorts unterschätzt und auf die ländliche Idylle reduziert werde.

214 Mitarbeitende

«Wir alle in der Klinik Schloss Mammern freuen uns gewaltig über diesen Preis», bedankte sich Chefärztin Dr. med. Annemarie Fleisch Marx im Namen ihrer Eltern, des Verwaltungsrates, der Geschäftsleitung und aller Mitarbeitenden. Sie wies darauf hin, dass der Fortbestand einer privaten Klinik seit Einführung des neuen Krankenversicherungsgesetzes im Jahre 1996 leider nicht mehr alleine vom eigenen Einsatz und der Leistung, sondern in hohem Masse von Politik und Gesetzgebung abhängt. Die Klinik Schloss Mammern mit 125 Patientenbetten liegt direkt am See und verfügt über einen knapp 100'000 Quadratmeter grossen Privatpark. Es werden 214 Mitarbeitende beschäftigt. Zurzeit bildet die Klinik 20 Lehrlinge und Praktikanten aus. Seit dem Jahr 1954, dem Eintritt von Dr. med. Alfred O. Fleisch, wurden 1,5 Millionen Pflgetage geleistet.

Der «Thurgauer Apfel» als Motivationspreis der «Chance Thurgau» wird von drei Partnern getragen – der Industrie- und Handelskammer Thurgau, dem Thurgauer Gewerbeverband und der Thurgauer Kantonalbank. Weiter wird das Projekt von der Thurgauer Regierung unterstützt. Der Preis wurde im Jahr 1998 erstmals ausgeschrieben und in diesem Jahr zum neunten Mal vergeben.

Mit der Klinik Schloss Mammern, dem Akutspital für Innere Medizin mit integrierter Rehabilitation sowie Mitglied der Swiss Leading Hospitals, zeichnete die zehnköpfige Jury erstmals einen Betrieb aus dem Gesundheitswesen im Kanton Thurgau aus. Jury-Präsident Theodor Prinz, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Thurgauer Kantonalbank, überreichte die begehrte Apfel-Trophäe und den Barpreis in Höhe von 10'000 Franken.

Lücke geschlossen

«Mit der heutigen Feier ehren wir das Lebenswerk des Ehepaares Edith und Dr. Alfred Oskar Fleisch», sagte Regierungsrat Bernhard Koch in seiner Laudatio. Mit ihrem Fachwissen, ihrem Innovationsgeist, ihrer Schaffenskraft und dem einfühlsamen Führungsverhalten habe das Ehepaar Schloss Mammern zu einer «absoluten Spitzenklinik» geführt. Die Klinik Schloss Mammern hat gemäss Koch seit langem einen Leistungsauftrag des Kantons Thurgau in der

Innenen Medizin, speziell der Kardiologie, und in der Nachbehandlung der Chirurgie. Im letzten Herbst sei die Akkreditierung der Kommission Pulmonale Rehabilitation und Patientenschulung der Schweizerischen Gesellschaft für Pneumologie für die stationäre pulmonale Rehabilitation erfolgt. Damit werde eine Lücke geschlossen, die die Thurgauer Schaffhauser Höhenklinik Davos hinterlassen habe.

Harte Selektion

Peter A. Schifferle, Präsident der Industrie- und Handelskammer Thurgau, sprach von einem Freudentag für die Preisträgerin und die Thurgauer Wirtschaft. Er zeigte sich davon überzeugt, dass das Schweizer Gesundheitswesen dank der hohen Qualität über gute Voraussetzungen verfüge, um sich im internationalen Wettbewerb auf einem Spitzenplatz zu positionieren. Peter Schütz, Präsident des Thurgauer Gewerbeverbandes, hob die Heterogenität der Thurgauer Wirtschaft hervor. Die Jury werde



Private Banking – Kundeninteressen im Zentrum

«Die Beratung von vermögenden Privatkunden ist eine der schönsten und interessantesten Aufgaben der Welt»

Fundamentale Voraussetzungen für jede gute Beziehungsgestaltung sind:

- die wirkliche Offenheit und das Interesse für den Kunden,
- seine Welt, seine Erfahrungen, Wünsche, Abneigungen, Ziele erst einmal so anzunehmen wie sie sind und aus dieser grundlegenden Wertschätzung in ein Miteinander zu kommen.

Offenheit, Wertschätzung und gegenseitiges Interesse sind die wichtigsten Voraussetzungen für jede gute Kundenbeziehung.



Erfolgreiche Beziehungen zwischen Beratern und Kunden sind unter anderem von fünf Faktoren gekennzeichnet:

1. Sympathie – sie entsteht durch Gemeinsamkeiten, die man teilt und pflegt,
2. Fair play, das von beiden Seiten die Partnerschaft prägt,
3. Attraktivität – sie entsteht dadurch, dass der Berater etwas hat oder kann, was der Kunde gerne hätte oder könnte,
4. Vertrauen, das man sich durch Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit und Authentizität erarbeitet,
5. wirksame, kontinuierliche Beziehungsgestaltung, die das Betreten und Verstehen der Kundenwelt mit Einfühlungsvermögen beinhaltet.

Die grundsätzliche Wertschätzung aller Kunden ist die notwendige Voraussetzung, um jeden einzelnen Kunden unvoreingenommen wahrzunehmen, ihn zu verstehen und eine positive, produktive Beziehung aufzubauen. Wertschätzung und Einfühlungsvermögen sind die Eintrittskarten für eine gelungene Kundenbeziehung.

Wer als Berater neben den Informationen zur Finanzlage seines Kunden die persönlichen Dinge wie Vorerfahrungen, Ziele und Wünsche nicht ausreichend mit dem Kunden erarbeitet, wird wahrscheinlich weniger Erfolg haben, als möglich wäre.

Welches sind die wichtigsten Motive des Kunden für eine Zusammenarbeit?

Renditeoptimierung, Image, Bequemlichkeit, Sicherheit, Harmonie, Vertrauen.

Entscheidend ist nicht, was der Berater für eine Botschaft senden möchte, sondern was beim Empfänger ankommt.

Strukturierter Beratungsprozess

Kunden wissen stets, welche Schritte gerade vollzogen werden und welche Beratungsleistungen als nächstes zu erwarten sind. Ohne die Wünsche und Ziele der Kunden zu verstehen, können deren Bedürfnisse niemals optimal erfüllt werden. Das Wissen um die Vermögensziele der Kunden ist das Fundament, auf dem die Anlagestrategie aufgebaut wird.

Analyse der persönlichen Kundensituation

1. Ist-Zustand der (gesamten!) Vermögensallokation und das Anlageziel des Kunden werden dargestellt.
2. Berater zeigen gegebenenfalls Schwachstellen der gegenwärtigen Allokation im Vergleich zum Anlageziel unter Würdigung steuerlicher Implikationen auf.
3. Vermögensentwicklung vor und nach Steuern wird bei unveränderter Vermögensallokation auf Basis einer Cashflow-Analyse auf mehrere Jahre projiziert.
4. Berater stellen eine alternative Vermögensallokation dar, um das Anlageziel des Kunden optimal zu erreichen.

Diese Analyse wird dem Kunden in einem persönlichen Gespräch präsentiert. In diesem Gespräch wird festgestellt, ob sich die Investitionsstrategie mit den Kundenwünschen deckt oder ob Anpassungen vorgenommen werden müssen. Der Beratungsprozess ist darüber hinaus so flexibel, dass bei geänderten Zielen oder Rahmenbedingungen – gleich ob im wirtschaftlichen oder privaten Umfeld – die Strategie entsprechend angepasst und das Vermögensmanagement auf die neue Situation ausgerichtet werden kann.

Welche Eigenschaften hat ein Kunde im Private Banking?

In aller Regel hat er oder sie wenig Zeit und es fehlt der Gesamtüberblick über alle Anlagemöglichkeiten und Chancen.

Er oder sie hat oft kein Interesse daran, sich regelmässig bzw. täglich um seine Finanzanlagen zu kümmern.

Oft hat er/sie sehr passive Steuerberater und verschenkt unnötig Steuern (besonders bei Vermögensübertragungen usw.).

Er oder sie wünscht Beratung «aus einer Hand».

Kapitalanlagen haben letztendlich nur eine Aufgabe: «Persönliche Ziele schneller und sicherer zu erreichen!»

Wird diese Realität ernst genommen, dient jede Aktie und jede Kapitalanlage ausschliesslich dazu, dass die individuelle Lebenssituation optimal und passgenau mit Kapitalströmen versorgt wird. Dabei wird das Vermögen effizient aufgebaut und trotz unterschiedlichem Mittelbedarf rentabel und nachhaltig angelegt.

Checkliste: So finden Sie den richtigen Partner

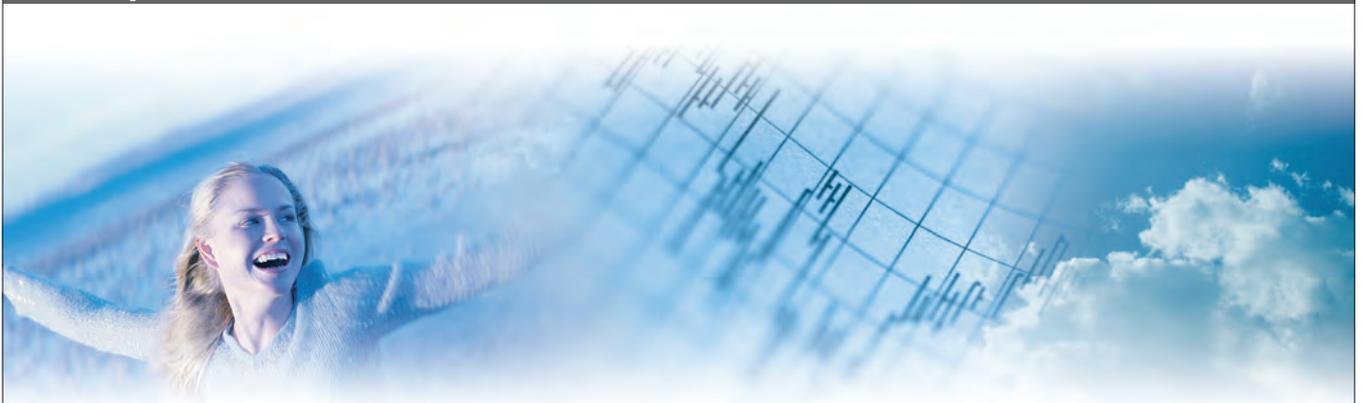
1. Entscheiden Sie sich für eine Grossbank, Privatbank oder einen Vermögensverwalter?
2. Wie viele Kunden betreut der Berater? (ca. 100 Kunden sind ideal)
3. Risikoprofil und Anlagestrategie sind umfassend abzuklären.
Die Anlagestrategie muss in engem Dialog mit dem Kunden, seiner objektiven Risikofähigkeit und subjektiven Risikobereitschaft erarbeitet werden. Haben Sie dagegen den Eindruck, der Berater interessiert sich mehr für Ihr Vermögen als für Ihre Person, sind Sie garantiert an der falschen Adresse.
4. Risikoprofil und Anlagestrategie sind genauestens festzuhalten. Spätere Änderungen von Risikoprofil und Anlagestrategie sind sauber zu dokumentieren.
5. Testen Sie, inwieweit der Berater eigene Fondsprodukte einsetzt.
6. Überprüfen Sie die Performance-Historie (Track Record).
7. Überprüfen Sie die Gebührenstruktur.
8. Das Vertrauensverhältnis ist absolut entscheidend.
9. Verlieren Sie nicht den Überblick über Ihr Gesamtvermögen.
10. Wählen Sie in jedem Fall aus verschiedenen Anlagemodellen jenes, welches Ihrem Rendite-/Risikoprofil entspricht.

Ist das Anliegen von Beratern ausschliesslich auf Ertrag (Umsatz) ausgerichtet, wird der Kunde letztendlich nur als Mittel zum Zweck betrachtet. Fairer sind Honorarkonzepte, wo der Berater am Gewinn des Kunden (z.B. 10%) partizipiert und zusätzlich nach dem Verlustvortragsprinzip arbeitet.



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

Tourismus als spannendes Metier

Ab 2008 steht er an der Spitze von St.Gallen-Bodensee-Tourismus: Boris Tschirky. Der 41-Jährige freut sich auf die neue Herausforderung und ist überzeugt, der richtige Mann für den Job zu sein: «Ich habe realistische Visionen und Ideen, die es in Zukunft umzusetzen gilt.»



TEXT UND BILDER: MARTINA NIKLAUS

Boris Tschirky stammt ursprünglich aus einem abgelegenen Tal in der grössten Gemeinde des Kantons St.Gallen. Im Weisstannental hat er die Schönheiten der Natur kennen gelernt. Über Umwege ist er vor wenigen Jahren zum Tourismus gekommen. Sein beruflicher Werdegang ist vielfältig: Eigentlich habe er Mittelschullehrer werden wollen, so Tschirky. Aus diesem Grund hat er an der Uni in Zürich auch Allgemeine Geschichte, Allgemeines Staatsrecht und Volkswirtschaft studiert. Nach dem Studium aber schlägt er den Weg in Richtung Journalismus ein.

Nachdem er einige Jahre lang als stellvertretender Chefredakteur bei der Rheintalischen Volkszeitung und als Geschäftsführer der damaligen Interkantonalen Regionalplanungsgruppe Rheintal tätig ist, wechselt er im Jahr 2000 ins

Amt für Wirtschaft. Im Jahr 2003 kümmert er sich im Bereich Standortmanagement um die Probleme von Unternehmen und führt die Fachstelle Tourismus. Zu St.Gallen-Bodensee Tourismus wechselt er im Jahr 2004. Gleichzeitig erlernt er an der HSG das Handwerk des General Management und lässt sich zum Executive MBA ausbilden. Seine Abschlussarbeit widmet er dem endogenen Marketing für den Bereich Seminare, Tagungen und Kongresse im Raum St.Gallen-Bodensee. Heute leitet er bei St.Gallen-Bodensee Tourismus den Bereich Kongresse und Events. Ab 2008 steht er als Tourismusdirektor an der Spitze von St.Gallen-Bodensee-Tourismus.

Tschirky ist jemand, der weiss, was er will, offen und kommunikativ. «Ich arbeite gerne mit Menschen und mit meinem Team von St.Gallen-Bo-

densee Tourismus zusammen, verkaufe gerne Produkte mit Menschen im Hintergrund. Das ist interessant. Gerade der Tourismus ist ein spannendes Metier mit grossem Gestaltungsspielraum. Das gefällt mir», sagt der heute 41-Jährige. Dass er sich auf seine neue Aufgabe als Tourismusdirektor freut, ist nicht zu überhören.

Der Reiz der Destination

«Ich bin gradlinig, überzeugend und zielorientiert», nennt Tschirky einige seiner Stärken. Wie aber sieht es mit den Stärken «seiner» künftigen Tourismusregion aus? «Die verschiedenen Orte und das Profil der Region machen den Reiz der Destination St.Gallen-Bodensee aus. Jemand, der am Morgen in St.Gallen an einer Tagung ist, kann am Mittag in Rorschach am See essen und am Nachmittag in der voralpinen Region spazieren gehen. Die gute Verkehrsanbindung ist ein weiterer Vorteil. Nicht zu vergessen die Infrastruktur, die sich speziell im Bereich der Hotellerie ständig weiterentwickelt, und das einmalige Kulturangebot mit Stadttheater, Unesco-Weltkulturerbe und den Festspielen», fasst Tschirky zusammen.

Die Chancen der Region

«Die Tourismusregion St.Gallen-Bodensee ist keine eigentliche Feriendestination», so der künftige Tourismusdirektor. Das sei aber kein Nachteil, denn: «Die Chancen der Region liegen im Seminar- und Kongressbereich.» Um diese Chancen aber verstärkt nutzen zu können muss laut Tschirky noch einiges getan werden. Denn bis heute ist die Region St.Gallen-Bodensee bei potenziellen Veranstaltern zu wenig als Kongress-, Tagungs- und Seminardestination bekannt. «Wir müssen etwas bieten, unser Angebot stärken und richtig vermarkten. Uns gut verkaufen und die Leute dazu bringen, ihre Kongresse und Seminare in St.Gallen abzuhalten. Mit gezielten Massnahmen wollen wir den Bekanntheitsgrad steigern», so Tschirky. Mit den gezielten Massnahmen spricht er das Projekt SGBT Plus» (siehe Box) an. «SGBT Plus» beinhaltet den Aufbau einer Vermittlungsagentur, welche die bestehenden Angebote bündelt, selektioniert, kundengerecht präsentiert und übermittelt.

Nebst den gezielten Massnahmen, die getroffen werden müssen, ist laut Tschirky aber auch die ständige Weiterentwicklung ein wichtiger Faktor, um konkurrenzfähig zu bleiben. Zu dieser Weiterentwicklung gehört auch eine verbesserte Infrastruktur. Projekte sind am Laufen. So ist das Einstein Hotel daran, ein Kongresszentrum zu bauen. Zudem ist ein weiteres Hotel mit Seminarräumen direkt neben dem Olma-Gelände auf dem Grundstück der ehemaligen Halle 7 geplant. Und auch das Hotel Säntispark investiert in die Verbesserung der Infrastruktur. Aber auch Bauten wie das kürzlich eröffnete Athletikzentrum und die AFG-Arena im Westen der Stadt tragen ihren Teil zur Attraktivität St.Gallens als Seminar- und Kongressregion bei.

Attraktives Eingangstor...

Laut Tschirky ist es zudem wichtig, den Bahnhofplatz in St.Gallen neu zu gestalten. «Der Bahnhof ist das Eingangstor zur Stadt. Er sollte attraktiver sein. Immerhin vermittelt er den Gästen einen ersten Eindruck der Stadt. Und dieser könnte durchaus besser sein», begründet Tschirky.

... und andere reale Visionen

Im Zusammenhang mit Kongressen und Seminaren hat der künftige Tourismusedirektor einige, wie er sagt, reale Visionen: «Wir wollen Kongresse, wie jenen von Professor Hansjörg Senn über den Brustkrebs, regelmässig und nachhaltig nach St.Gallen holen. Dabei ist es wichtig, dass die Know-how-Träger, wie in diesem Fall Professor Senn, vor Ort sind. Die Kongressteilnehmer und natürlich die Veranstalter müssen begeistert sein und wieder kommen wollen», erklärt Tschirky. In diesem Zusammenhang sollen auch die Anzahl Logiernächte und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer gesteigert werden.

Und auch im Bereich Kultur soll sich in der Region einiges bewegen. So unterstützt Tschirky die St.Galler Festspiele, welche im letzten Sommer zum ersten Mal zur Aufführung gelangt sind und zu einem festen Bestandteil werden sollen. Auch Sonderausstellungen in den Museen – wie der «Schnittpunkt Kunst und Kleid» – soll es künftig immer wieder geben. Wichtig ist laut Tschirky auch, dass sich im Bereich der Stiftsbi-

Boris Tschirky

Der künftige Tourismusedirektor von St.Gallen-Bodensee-Tourismus, Boris Tschirky, ist 41 Jahre alt, verheiratet und Vater zweier Kinder. Noch wohnt der gebürtige St.Galler Oberländer im Rheintal. Schon bald aber will er seinen Wohnsitz in die Gallasstadt verlegen. Sein wohl grösstes Hobby ist das Orgelspiel. Tschirky ist überzeugt davon, der richtige Mann für den Job als Tourismusedirektor zu sein: «Ich habe ein gewisses Beharrungsvermögen, realistische Visionen und Ideen. Zudem bin ich kommunikativ, ausgeglichen und verhandlungserprobt.»

St.Galler Festspiele

Am 29. Juni 2007 verwandelt sich die prachtvolle barocke Fassade der St.Galler Kathedrale in eine Opernkulisse unter freiem Himmel. Im Mittelpunkt der zweiten St.Galler Festspiele steht Pietro Mascagnis Oper «Cavalleria Rusticana» als grosse Openair-Produktion auf dem Klosterhof. Die Bühne ist direkt vor der Kathedrale positioniert. Neben den sieben Aufführungen der Oper bieten die zweiten St.Galler Festspiele die Fortsetzung der innovativen Reihe «Tanz in der Kathedrale» und ein hochwertiges «Konzertprogramm». Weitere Informationen finden sich unter www.stgaller-festspiele.ch.

bliothek einiges ändern soll, um das Weltkulturerbe einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. «Nur so kann die Attraktivität der Region zusätzlich gesteigert werden. Und das ist ein klares Ziel.»

Die Tourismusregion in zehn Jahren

St.Gallen soll in zehn Jahren eine Kongress-, Seminar- und Kulturstadt sein. «Die Anzahl Logiernächte und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer müssen signifikant gesteigert werden. Die Leute müssen an St.Gallen gefesselt werden und wiederkommen wollen» erklärt Tschirky.

Nicht vergessen werden darf laut dem zukünftigen Tourismusedirektor aber die Ausflugsregion Rorschach-Bodensee. «Die Region muss nachhaltig gestärkt werden. Vor allem im Bereich der Schifffahrt. Zudem müssen gewisse Attraktionspunkte verbessert werden. Das touristische Angebot, gerade für die Tagesgäste, muss überzeugen. Hierbei spielt auch die Gastronomie, wie in St.Gallen übrigens auch, eine wichtige Rolle.»

Aufgrund seiner Visionen und Ideen könnte man annehmen, dass Tschirky sich gerne auf Ta-

gungen und Kongressen aufhält. Und natürlich tut er das auch. Sein liebster Platz in der Region ist und bleibt aber «die Orgel in einer Kirche».

Weitere Informationen zu St.Gallen-Bodensee-Tourismus gibt es im Internet unter www.stgallen-bodensee.ch.

Projekt «SGBT Plus»

Um die Region St.Gallen-Bodensee bei potenziellen Veranstaltern als Kongress-, Tagungs- und Seminardestination bekannter zu machen, wurde das Projekt «SGBT Plus» lanciert. Mit Hilfe einer speziell darauf ausgerichteten Vermittlungsagentur sollen bestehende Angebote gebündelt, selektioniert, kundengerecht präsentiert und übermittelt werden. Die Kosten für «SGBT Plus» belaufen sich auf 1,3 Millionen Franken, verteilt auf vier Jahre. Der Kanton wird das Projekt mit insgesamt 530'000 Franken mitfinanzieren. Ab 2011 soll «SGBT Plus» selbst tragend sein.

«GELD DARAN ZU VERDIENEN IST NICHT DIE MOTIVATION»

Weshalb Spieler-Investoren anonyme Sponsoren sind

Schweizer Fussballvereine haben nicht die finanziellen Mittel, grosse Transfers selbst zu finanzieren. Dafür gibt es potente Geldgeber im Hintergrund, die als «Sponsoren» Spieler – und damit indirekt die Vereine – finanzieren. Der St.Galler Rechtsanwalt Eugen Mätzler, Vertreter der Investorengruppe, die den Argentinier Jesús Méndez nach St.Gallen geholt hat, und Fussballkenner, gibt im Interview über die Beweggründe dieser Sponsoren Auskunft und wagt auch einen Blick in die Zukunft.

Jesús Méndez, dessen Transfer zum FC St.Gallen durch eine Investorengruppe finanziert wurde.



«Der FC St.Gallen hat einen sehr guten Ruf in Südamerika»

INTERVIEW: SELINA BACKES
BILDER: SELINA BACKES/ ZVG

Ein Transfer ist stets eine langwierige Sache. Als konkretes Beispiel kann der Transfer von Jesús Méndez genommen werden, der sich über längere Zeit hinstruckte. Weshalb braucht ein solcher Transfer so viel Zeit?

Eugen Mätzler: Ein Transfer ist immer eine sportliche Entscheidung, die von den Vereinsverantwortlichen getroffen werden muss. Ein Transfer hat verschiedene Seiten – so muss ein Spieler sportlich und menschlich ins Team passen, damit die Mannschaft als Ganzes besser wird. Daneben gibt es natürlich auch die finanzielle Seite, bei der sich die Frage stellt, ob der Spieler finanzierbar ist, wer ihn finanziert und in welcher Form die Finanzierung über die Bühne geht. Diese Punkte müssen auf verschiedenen Ebenen – und mit verschiedenen Personen – besprochen werden. Ein seriöser internationaler Transfer beginnt damit, dass man den Spieler mehrfach beobachtet und anschliessend in Kontakt mit ihm tritt. Danach gilt es abzuklären, wie seine Vertragsverhältnisse sind und ob der Verein bereit ist, den Spieler gehen zu lassen. Der wichtigste Punkt ist jedoch immer der: Will der Spieler überhaupt gehen? Denn wenn einer nicht gehen möchte, können die Vereine lange diskutieren.

Wo lag denn bei Jesús Méndez das konkrete Problem?

René Weiler hatte sowohl Méndez wie auch Marcos Gelabert in Argentinien beobachtet und beide kamen auch in die Schweiz zum Training. Der Transfer mit Gelabert klappte sofort, während sich bei Méndez der Verein querstellte und ihn nicht mehr gehen lassen wollte. Es war ein riesiger Vorteil, dass der FC St.Gallen sein Trainingslager anfangs 2007 in Argentinien absolvierte, denn ohne dies hätte man den Transfer nie erfolgreich über die Bühne bringen können. Das direkte Gespräch mit den Beteiligten ist sehr wichtig, denn ein Transfer ist dann am erfolgreichsten, wenn alle davon profitieren.



War es dabei ein Vorteil, dass argentinische Spieler gerne nach Europa kommen?

Es ist gut, dass es bereits Argentinier im Team hatte. Denn hier herrscht eine komplett andere Kultur als in Argentinien und der Spieler kennt zu Beginn noch nichts. Manche Spieler scheitern daran, dass ihnen zu wenig Geduld entgegengebracht wird, das neue Land kennenzulernen und sich einzugewöhnen. Neben den Argentinern im Team hatte der FC St.Gallen einen zusätzlichen Vorteil: er hat einen sehr guten Ruf in Südamerika – vor allem auch wegen der Chilenen Iván Zamorano und Hugo Rubio, die der Verein hervorgebracht hat und die man immer noch kennt. Das ist ein Renommee, aufgrund dessen die Spieler gerne zu St.Gallen kommen – und auch die Vereine geben ihre Spieler lieber in einen Verein mit gutem Ruf.

Ein Transfer in der Grössenordnung von Jesús Méndez – er soll rund eine Million Franken gekostet haben – kann nicht durch den Verein alleine getätigt werden, sondern benötigt potente Investoren im Hintergrund. Was bringt eine Privatperson dazu, in einen Spieler Geld zu investieren?

Ich möchte zunächst festhalten, dass die Personen, die einen Spieler finanzieren, dies nicht als Investition sehen. Das sind Sponsoren, Menschen, die ein Herz für den Fussball und für den FC St.Gallen haben und deshalb

bereit sind, bei Bedarf finanziell auszuweichen. Jeder Geschäftsmann weiss, dass es einfachere Wege gibt, Geld zu verdienen, als in einen Fussballspieler zu investieren. Der Verein kommt auf potenzielle Geldgeber zu, zeigt diesen auf, welchen Spieler sie aus welchem Grund gerne holen würden und klärt damit ab, ob die Möglichkeit besteht, aus dem Umfeld des Vereins das Geld für den Transfer aufzutreiben.

Diese Sponsoren bleiben – im Gegensatz zu den offiziellen Sponsoren – im Hintergrund. Stellen diese das Geld also aus «purer Nächstenliebe» zur Verfügung?

Sie haben ganz einfach Freude daran, ein Teil des ganzen Gebildes «FC St.Gallen» zu sein. Es macht Freude, wenn ein Fussballer gut spielt, bei dem man geholfen hat, ihn zum Verein zu holen. Es gibt hunderte von Menschen im Umfeld des FC St.Gallen, die sich mit grossem Einsatz und unentgeltlich einsetzen – das geht über den Präsidenten und den Vorstand bis hin zu Personen, die sich für den Nachwuchs engagieren oder beim Platzdienst mithelfen. Und dann gibt es diejenigen, die zusichern, bei Bedarf Geld für einen Transfer zur Verfügung zu stellen. Das ist eigentlich nichts ungewöhnliches, so funktionieren Fussballclubs.

Bei den Grasshoppers etwa hatten die Wirtschaftsbosse Gut und Gerber im Lauf ihres Engagements etwa 50 Millionen Franken in den Verein gepumpt und damit den laufenden Un-



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

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

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

WECO INKASSO: Mehrwert durch Systematik. Erfolgreich seit 1940.

Bei uns spielt die zweite Säule die erste Geige.*

Das Umfeld der Personalvorsorge wird immer komplexer. Laufende Gesetzesänderungen, Gerichtsentscheide und schwindende Anlageerträge verlangen innovative Lösungen. Wir verfügen über erstklassiges Fachwissen und die notwendige Erfahrung, insbesondere in den Bereichen:

- Versicherungstechnik
- Technische Verwaltung und Rechnungswesen
- Ermittlung renditeoptimaler und risikogerechter Anlagestrategien
- Fusionen und Liquidationen
- Steueroptimierende Vorsorgekonzepte

PricewaterhouseCoopers AG
Neumarkt 4/Kornhausstrasse 26, 9001 St. Gallen
Tel. 058 792 72 00, Fax 058 792 72 10
www.pwc.ch

*connectedthinking

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

«In einen Spieler zu investieren ist wie eine Patentschaft bei World Vision»

terhalt gedeckt. Wenn jemand jedoch nicht in einer offiziellen Verantwortung steht, gibt er eher Geld, wenn es an einem Spieler festgemacht wird. Man kann niemanden damit begeistern, ein betriebliches Defizit gedeckt zu haben. Wenn er jedoch «seinen» Spieler auf dem Feld sieht, ist dies eine ganz andere Sache, da sind Emotionen dabei. Wenn jemand vor zwanzig Jahren beispielsweise Zamorano mitfinanziert hat, dann erinnert er sich noch heute begeistert daran. Hätte er 100'000 Franken an den laufenden Unterhalt gezahlt, würde sich daran kein Mensch mehr erinnern.

Die Investoren können aber auch mal schöne Gewinne erzielen – wie das Beispiel Charles Amoah gezeigt hat. Ist dieser «finanzielle Nervenkitzel» nicht doch auch ein Grund für diese Investoren?

Ich finde es wichtig, dass die Sponsoren nicht daran gemessen werden, wenn sie einmal einen Spieler erfolgreich weiterverkaufen können – wie dies vor zwanzig Jahren bei Iván Zamorano oder nach der Meistersaison bei Charles Amoah der Fall war. In weit häufigeren Fällen wird das Geld nämlich einfach abgeschrieben. Das ist eine Mischrechnung. Eines ist klar: Es wird niemand reich dabei, der Geld in einen Spieler bei St.Gallen investiert – das ist auch nicht die Motivation. Entscheidend ist, dass er auch Jahre später noch weiss, dass er an einem erfolgreichen Transfer beteiligt war – auch wenn er das dort gewonnene Geld sofort wieder reinvestiert hat und das nächste Investment nicht so erfolgreich war. Diese Geldgeber sind ganz einfach FC St.Gallen-Fans – aus diesem Grund käme es beispielsweise auch nie in Frage, in einen Spieler aus Sion Geld zu investieren.

Im neuen Stadion werden der Komfort und die Möglichkeiten, aus einem Fussballspiel ein «Happening» zu machen, viel grösser sein als im Espenmoos. Werden dann die Investoren dem FC St.Gallen die Türen einrennen, weil sie Geld in Spieler investieren möchten?

Ganz so wird es wohl nicht sein. Das Stadion ist aber ein grosser Schritt nach vorne und eine riesige Chance für den FC St.Gallen. Der Verein wird mehr Einkünfte haben – vor allem dank der modernen Infrastruktur. So bestand im Espenmoos keine Möglichkeit, VIPs adäquat zu bewirten und ihnen eine aussergewöhnliche Behandlung zukommen zu lassen. Dass das in Zukunft anders sein wird, hat beispielsweise der Verkauf der Logen im neuen Stadion gezeigt. Ursprünglich waren nur elf Logen geplant, nun gibt es 22 und Interessenten dafür hätte es noch mehr gegeben. Dies



zeigt, dass es genügend Leute in der Region hat, die Geld besitzen und auch bereit sind, dies einzubringen, wenn sie einen attraktiven Gegenutzen dafür erhalten. Im neuen Stadion ist dies gewährleistet. In meinen Augen ist wichtig, dass der «enge Charakter» des Espenmoos bestehen bleibt, damit die Stimmung im Stadion gut ist. In einem solch positiven Umfeld ist dann einer auch schneller bereit, Geld in einen Spieler zu investieren. Da entsteht eine gewisse Eigendynamik und diese Personen möchten in den Erfolg des Vereins integriert sein. Da geht es um Emotionen...

Die gerade der Fussball sehr gut bieten kann?

Fussball bietet ein emotionales Erlebnis, das so in kaum einer anderen Lebenssituation möglich ist. Wir sind darauf gedrillt, Emotionen zu unterdrücken und Entscheide immer rational zu treffen. Auf der anderen Seite jedoch hat man das Bedürfnis, seine Emotionen auszuleben – und der Fussball ermöglicht dies. Ein Beispiel kenne ich noch aus meiner Zeit als Verantwortlicher der Nationalmannschaft: Die Credit Suisse lud im Jahr 1996 zum EM-Eröffnungsspiel England-Schweiz 700 Top-Shots der Schweizer Wirtschaft nach England ein. Jeder, der an diesem Anlass dabei war, kann sich noch heute daran erinnern. Diese Wirtschaftsleute waren alle mit ihren rot-weissen Schals unterwegs und sehr stolz darauf. Sie haben etwas erlebt, was man nicht einfach im Reisebüro kaufen kann. Gerade für Unternehmen, die sonst keine Emotionen «verkaufen» können – wie Banken oder Versicherungen – ist der Fus-

sball die ideale Plattform, eine Bindung zu den Kunden zu schaffen. Auf die Vereinsebene und die Investoren bezogen heisst dies so viel wie: Wenn einer ein spezielles, positives Erlebnis mit dem FC St.Gallen verbindet, ist er auch eher bereit, Geld zu investieren.

Wie sieht die Zusammenarbeit mit dem Verein aus? Ist er an den Transfers und an einem allfälligen Gewinn bei einem Weiterverkauf auch beteiligt?

Die Sponsoren sind daran interessiert, dass der Verein an einem Spieler mitbeteiligt ist, damit er einerseits von einer allfälligen Transfersumme profitiert und andererseits sein Möglichstes für den Erfolg des Spielers tut. Deshalb spielen Investoren und Verein immer zusammen. Auch in Zukunft wird es dem Verein kaum möglich sein, grössere Transfers selbst zu finanzieren. Jedoch wird an allen Fronten sehr gut gearbeitet, was auch die finanziellen Möglichkeiten des Vereins erhöhen wird.

Wie kann man sich die Beziehung der Investoren zu einem von ihnen finanzierten Spieler vorstellen? Gehen sie zusammen Kaffee trinken?

Die Sponsoren haben natürlich Freude an «ihrem» Spieler. Der persönliche Kontakt jedoch ist eigentlich nicht gefragt. Es ist – wie bereits gesagt – eine Unterstützung des Vereins, die an einem Spieler aufgehängt ist. In dem Sinn ist in einen Spieler zu investieren wie eine Patentschaft bei World Vision: Man zahlt eigentlich für die Sache, aber es ist an einer konkreten Person festgemacht.

WELTELTE TRIFFT SICH IN ST.GALLEN

Vom 31. Mai bis 3. Juni 2007 wird im Westen der Stadt St.Gallen Spitzensport vom Feinsten geboten: Zum CSIO wird die Weltelite der Springreiter erwartet. Bis 2014 findet der Topevent jährlich in St.Gallen statt. Für das Organisationskomitee um Präsident Peter Stössel bedeutet dies Freude und Herausforderung zugleich.



Facts CSIO St.Gallen

Nur ein Pferdesport-Event pro Jahr und Land trägt den stolzen Titel CSIO – Concours de Saut International Officiel. Der CSIO wird bis 2014 jährlich in St.Gallen ausgetragen. Im St.Galler Breitfeld wurden bereits 1884 die ersten St.Galler Internationale Pferdesporttage ausgetragen – die eigentlichen Vorläufer des heutigen CSIO Schweiz. Heute gehört der CSIO Schweiz zur Samsung-Super-League. Ihr gehören die besten acht Länder der Welt an. Die Turniere finden in acht verschiedenen Ländern statt.

Die Geschichte des CSIO Schweiz ist eine Geschichte voller Höhepunkte, sportlichen Top-Leistungen, Emotionen, Momente der Freude und Enttäuschungen. Der CSIO Schweiz verfügt heute über ein Budget von rund 2,5 Millionen Franken. Das Preisgeld beläuft sich auf 600'000 Franken und variiert je nach Anzahl der ausgetragenen Prüfungen. Bis mit 2006 waren Luzern und St.Gallen die Austragungsorte des CSIO Schweiz.

Der CSIO St.Gallen findet auf einer Fläche von 4000 Quadratmetern statt. Insgesamt stehen auf der Tribüne 2500 Festplätze zur Verfügung. Die Zuschauerzahlen variieren zwischen 32'000 und 44'000 Besucher. Neben dem Organisationskomitee und 60 Ressortleitern sind jeweils über 300 Personen als Helfer im Einsatz. Nur so kann eine optimale Durchführung des CSIO garantiert werden.



TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILDER: ZVG.

Der CSIO gehört zu St.Gallen wie die Bratwurst und die Olma. Bereits im 18. Jahrhundert wurden erste Pferdesportwettkämpfe in der Gallusstadt ausgetragen. «Heute gehört der CSIO zu den wichtigsten Sportveranstaltungen überhaupt. Zu St.Gallen hat der CSIO eine besondere Beziehung. Aber auch die Menschen in St.Gallen und Umgebung schätzen den CSIO und unterstützen den Anlass», ist OK-Präsident Peter Stössel überzeugt.

Vermeehrt Investitionen möglich

Die besondere Beziehung wird in Zukunft noch intensiver werden. Denn: Der Pferdesportevent findet bis 2014 alle Jahre im Reiterstadion Gründenmoos in St.Gallen statt. Luzern hat als Standort vorläufig ausgedient. «Durch den Einjahres-Rhythmus kann der CSIO stärker in St.Gallen verankert werden. Zudem ist es uns so möglich, vermehrt in die Infrastruktur zu investieren. Die Investitionen lohnen sich jetzt», erklärt Stössel. So wurde auf die diesjährige Austragung hin der Hospitality-Bereich erweitert. Bereits jetzt sind sämtliche VIP-Tische und Logen-Plätze restlos ausverkauft. «Hier zeigt sich, wie wichtig der CSIO für kleinere und mittlere Unternehmen und ihre Kundschaft ist. Die Leute aus der Region interessieren sich für den Event, wollen dabei sein und gleichzeitig ihren Kunden etwas bieten», so der OK-Präsident.

Die zusätzlichen Investitionen in die Infrastruktur wirken sich laut Stössel positiv auf das Budget aus. «Wenn nicht jedes Jahr für eine Woche alles auf- und wieder abgebaut werden muss, können Kosten gespart werden. Das Geld kann

anderweitig eingesetzt werden – zum Beispiel für die Attraktivität des Anlasses oder die Höhe des Preisgeldes.»

Weltelite am CSIO

Der CSIO St.Gallen gehört zur Samsung Super League. Aus diesem Grund wird die Weltelite der Springreiter vor Ort sein. Das offizielle Angebot des Gastgebers am CSIO in St.Gallen umfasst insgesamt 17 Schweizer Reiter. Fünf Reiter aus dem neunköpfigen Super-League-Kader werden die Schweizer Equipe bilden, die sich am Freitag, 1. Juni, im Nationenpreis der Samsung Super League mit Olympiasieger USA, Weltmeister Holland, Europameister Deutschland, Grossbritannien, Frankreich, Schweden und Aufsteiger Belgien misst. «In St.Gallen trifft sich die absolute Weltelite», so Stössel.

Das Preisgeld beim diesjährigen CSIO beträgt 617'000 Franken. Es wurde um fast 100'000 Franken erhöht.

Die Zugehörigkeit der Samsung Super League garantiert einerseits Weltklasse-Reitsport, andererseits stellt sie aber auch Anforderungen an die Organisation. «Die Infrastruktur muss den Ansprüchen gerecht werden. Aber auch die Organisation selber muss gewisse Anforderungen erfüllen», erklärt Stössel. Der Weltverband FEI, die Equipenchefs und ein Reitergremium beurteilen den Event jährlich neu. Im letzten Jahr landete St.Gallen auf dem dritten von acht Rängen. «Wir werden jedes Jahr gefordert, müssen uns neu bestätigen und die entsprechende Bewertung erreichen. Die Ansprüche sind hoch», so Stössel.

Ein Anlass für die ganze Familie

Der CSIO St.Gallen ist ein Anlass für die ganze Familie. «Die Weltelite trifft sich im Gründenmoos. Es wird absoluter Spitzensport geboten. Aber auch wenn der Sport im Zentrum steht, das Rahmenprogramm ist attraktiv. Für die Zuschauerinnen und Zuschauer wird einiges geboten», erklärt der OK-Präsident. Das CSIO sei schon immer ein Event für die ganze Familie gewesen und das solle er auch bleiben. «Nebst dem sportlichen Teil finden täglich Modeschauen statt. Mit dabei sieben ehemalige Missen und die amtierende Miss Schweiz», verrät Stössel. Dazu kommt ein unterhaltsames Musikprogramm. «Die zuschauerfreundlichen Eintrittspreise und das ganze Drumherum machen den CSIO zu einem Muss.»



Stadt investiert in Zukunft

Der CSIO ist aus St.Gallen schon seit langem nicht mehr wegzudenken. Dies hat auch der Stadtrat erkannt. Jetzt, wo klar ist, dass der Top-Event jährlich im Gründenmoos stattfinden wird, ist die Stadt bereit zu investieren. Rund zwei bis drei Millionen in den nächsten Jahren. Auf die Austragung 2008 hin, ist laut Stössel geplant, die Haupttribüne umfassend zu renovieren und zu modernisieren. Der OK-Präsident: «Die Tribüne wird rollstuhlgängig werden. Zudem ist geplant, neue bequeme Schalensitze zu installieren. Auch ein Lift ist vorgesehen. Die Zugänge werden breiter, die Treppen weniger hoch.»

Wenn nun noch Petrus mitspielt und das Wetter stimmt, steht einem weiteren gelungenen CSIO im St.Galler Gründenmoos nichts mehr im Wege. Seit Anfang Mai kündigen zehn Pferde in der Gallusstadt den Event an und erinnern die St.Gallerinnen und St.Galler daran, dass vom 31. Mai bis 3. Juni ein Sportanlass der Superlative im Westen der Stadt stattfindet.

Weitere Informationen zum CSIO finden sich im Internet unter www.csio.ch.



BÜROTECHNIK FÜR

Beim Erstellen, Ausdrucken und Verwalten von Dokumenten ist heute viel Technik mit im Spiel. Gut, wenn man sich da auf einen erfahrenen Vertrauenspartner wie die COFOX AG verlassen kann, der sich um alles kümmert – von Kopierern, Druckern und Fax, über Netzwerke und Gesamtlösungen für Dokumente, bis hin zum Nachschub von Papier und Zubehör, dem technischen Service und der Finanzierung nach Mass.

Entscheidender Erfahrungsvorsprung

Es zahlt sich aus, dass die meisten Berater bei COFOX versierte Spezialisten mit viel Erfahrung sind. Denn dank ihrem grossen Know-how wissen sie oft schon auf Anhieb, wie es einfacher, effizienter und günstiger geht. So kommt man ohne Umwege zu einer wirtschaftlichen und zuverlässigen Lösung nach Mass, die

sich im praktischen Büroalltag auch wirklich bewährt. Und das ist letztlich immer die günstigste Lösung.

Komplettangebot bekannter Marken

Bei COFOX findet man ein umfassendes Komplettangebot von bekannten Marken, das alles bietet, was es für effiziente Bürotechnik braucht: Kopierer,

Drucker, Fax und Plotter, Server, PC und Software, Präsentations-Systeme und Ausrüstgeräte sowie Papiere, Toner, Tinten und anderes Zubehör – alles aus einer Hand. So ist sichergestellt, dass nachher auch alles optimal zusammenspielt.

Clevere Lösungen nach Mass

Auf dieser Basis plant, konzipiert und realisiert COFOX effiziente



cofox.ch



9014 St. Gallen
Zürcherstrasse 204 E
Telefon 071 274 00 80
Fax 071 274 00 81

8248 Uhwiesen
Nüsatzstrasse 17
Telefon 052 625 44 66
Fax 052 625 44 68

7208 Malans
Karlhofstrasse 7
Telefon 081 307 30 30
Fax 081 307 30 31

7530 Zernez
Röven 51
Telefon 081 850 23 00
Fax 081 850 23 01

SCHLAUE FÜCHSE

Bürotechnik-Gesamtlösungen nach Mass, die das Erstellen, Archivieren und Verwalten von Dokumenten wesentlich vereinfachen. Zum Beispiel, um Transparenz über die Druckkosten zu gewinnen, um Zeit beim Verwalten von Dokumenten zu sparen, um sensible Daten besser zu schützen, um den Posteingang automatisch zu verarbeiten und vieles mehr.

Service ohne wenn und aber

Auf einen prompten und zuverlässigen technischen Service und die sorgfältige Wartung der Geräte legt man bei COFOX besonderes Gewicht. Bei einer Störung reagieren die versierten Service-

Techniker von COFOX innert Stunden, um das Problem schnell und sicher zu beheben. Damit allfällige Betriebsunterbrüche auf ein absolutes Minimum reduziert werden.

Attraktive Vertragsmodelle

Bei der Finanzierung und der Zusammenarbeit richtet sich COFOX ganz nach dem Wunsch der Kunden: ob Miete, Leasing oder Kauf, ob mit oder ohne Service-Vertrag, ob mit fixen Monatsraten oder über den Preis pro Kopie bezahlen – fast alles ist möglich, bis hin zur Rundum-Erneuerung mit Geräte-Auskauf und ohne Vorfinanzierung. Die COFOX-Berater geben gerne nähere Auskunft.



Bürotechnik von COFOX: zum Kopieren, Drucken, Faxen und vieles mehr.



Gesamtlösungen für Netzwerke und Document Management.

COFOX Office

kompetent in Bürotechnik

LEADER Mai 2007 | 39



Das Vorteilsprogramm.

pensionskasse pro. Denn die Details entscheiden.

Es ist Zeit für eine Pensionskasse, die mehr bietet als gute Leistungen zu vernünftigen Konditionen. Es ist Zeit für eine Pensionskasse, die ebenso verantwortungsbewusst handelt wie über 99% der Schweizer Unternehmen – die KMU. Es ist Zeit für die *pensionskasse pro*: Fair zu den Unternehmen und ein gutes Stück Zukunft für die Menschen, die darin arbeiten. Unabhängig, flexibel, nur dem Gesetz und ihren Kunden verpflichtet, innovativ und kundenorientiert: Das ist die *pensionskasse pro*. Mit Stärken im Detail, die Unternehmern das Leben leichter machen: attraktiven Zahlungskonditionen, kompletter Übernahme der Administration und einem perfekten Kundenservice.

Eine Initiative der *pensionskasse pro* ist das Modell *pk private*: Jetzt gibt es eine private Komponente in der 2. Säule – für Unternehmer und Führungskräfte ab einem Einkommen von CHF 119'340 (SIFO-Lohn). Dazu bietet *pk private* die Möglichkeit, zusätzlich freie Gelder in die Vorsorge zu investieren und so von den Steuervorteilen der 2. Säule zu profitieren.

Sie sehen, es lohnt sich, genauer hinzuschauen. Denn erst, wenn man den Dingen auf den Grund geht, findet man die Pensionskasse, die bis ins Detail überzeugt. Weitere Informationen senden wir Ihnen gerne zu – E-Mail genügt.

pensionskasse pro
Bahnhofstrasse 4, 6430 Schwyz
Telefon 041 817 70 10
info@pkpro.ch, www.pkpro.ch

pensionskasse pro
Aus der Ruhe kommt die Kraft.

«Neue Aufgaben kommen auf Wirtschaft und Gesellschaft zu»

Bereits zum dritten Mal findet am Donnerstag, 7. Juni, der Ostschweizer Personaltag statt. Bei der Tagung in Gossau sprechen hochkarätige Referenten über das Thema «Generation Gold» versus «Young Generation». Eine der Referentinnen ist Doris Aebi. Sie informiert über die «Konsequenzen des demografischen und gesellschaftlichen Wandels auf die Besetzung von Management-Positionen».



TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILD: Z.V.G.

Die ersten beiden Durchführungen des Ostschweizer Personaltags waren ein Erfolg. Nun geht die hochkarätige Veranstaltung in die dritte Runde. Am Donnerstag, 7. Juni 2007, wird bei der Tagung im Fürstenlandsaal in Gossau das Thema «Generation Gold» versus «Young Generation» in den Mittelpunkt gestellt. Das Thema ist hochaktuell. Denn: Gerade in der heutigen Zeit müssen sich immer mehr Unternehmen mit dem demografischen Wandel in unserer Gesellschaft auseinandersetzen. Neben den verschiedenen Referaten wird auch ein eigenes Vorprogramm mit Workshops angeboten. Zudem findet ein Talk unter dem Motto «Generationen im Gespräch über ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg».

Hochkarätige Referenten

Einmal mehr wird das Tagungsthema von verschiedenen Referentinnen und Referenten beleuchtet. Von Referenten, die aus ihrer Erfahrung in der Praxis sprechen. Aber auch von Referenten, welche die wissenschaftliche Thematik beleuchten.

So spricht Professor Rolf Dubs vom Institut für Wirtschaftspädagogik der Universität St.Gallen über «Immer mehr ältere, immer weniger junge Mitarbeitende – was dies für Unternehmen und Wirtschaft bedeutet». Manfred Brand, Geschäftsführer Produktion, Liebherr-Werk Nenzing GmbH, referiert über «Wie ein Unternehmen konkret mit dem demografi-

schon Wandel umgeht». «Das Drei-Generationen-Unternehmen: Qualität der Mitarbeitenden aller Altersstufen richtig nutzen» heisst das Thema, welches von Markus Hundsbichler, Leiter Personal der Thurgauer Kantonalbank Weinfelden, näher beleuchtet wird. Die Referatsreihe wird von Doris Aebi, Mitinhaberin der Executive Search Firma aebi + kuehni ag Zürich, abgeschlossen. Sie informiert die Anwesenden in ihrem Referat über die «Konsequenzen des demografischen und gesellschaftlichen Wandels auf die Besetzung von Management-Positionen».

Doris Aebi über ihr Referat

Dem LEADER hat Doris Aebi im Vorfeld ihres Vortrages bereits einige Fragen zu ihrem Referatsthema beantwortet.

Frau Aebi, welche Konsequenzen hat der demografische und gesellschaftliche Wandel auf die Besetzung von Management-Positionen?

Doris Aebi: Das Potenzial der über 60-jährigen und der Frauen wird intensiver genutzt werden. Zudem werden mehr Ausländer, unter anderem aus Regionen mit starkem Bevölkerungswachstum, in die Schweiz kommen.

Kann die Wirtschaft diese Konsequenzen bewältigen und was kann sie tun, um sie zu bewältigen?

Neue Aufgaben kommen auf Wirtschaft und Gesellschaft zu. Dazu zähle ich Gebiete wie die Flexibilisierung des Pensionsalters, neue Lösungen bei der familienexternen Kinderbetreuung und Anstrengungen zur verbesserten Integration der Ausländerinnen und Ausländer.

Welches ist die wohl gravierendste Konsequenz?

Die Integration der Ausländerinnen und Ausländer, weil damit Ängste wegen Besitzverlusten und auch Missgunst und Neid verbunden sind.

«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



Welche Vorteile entstehen daraus – auch für die junge Generation und die Frauen?

Ob sich dieser Wandel als Vorteil oder Nachteil auswirkt, hängt primär davon ab, wie die einzelne Person damit umgeht. Es wird Gewinner und Verlierer geben. Generell gehe ich davon aus, dass die Diversity stärker aktiv gelebt wird und damit die unterschiedlichen Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten bereits in einem frühern Stadium der Wertschöpfungskette berücksichtigt werden.

Nach welchen Kriterien wählen Firmen heute ihre Manager aus?

Nach fachlichen und persönlichen Kriterien, die notwendig sind, um die definierte Strategie im Markt und im vorhandenen kulturellen Umfeld umzusetzen.

Welchen Einfluss hat das Alter darauf?

Nur insofern, als im Normalfall mit dem Alter die Lebens- und Berufserfahrung zunimmt.

Was muss sich in Zukunft am Firmen-denken ändern, um erfolgreich zu sein?

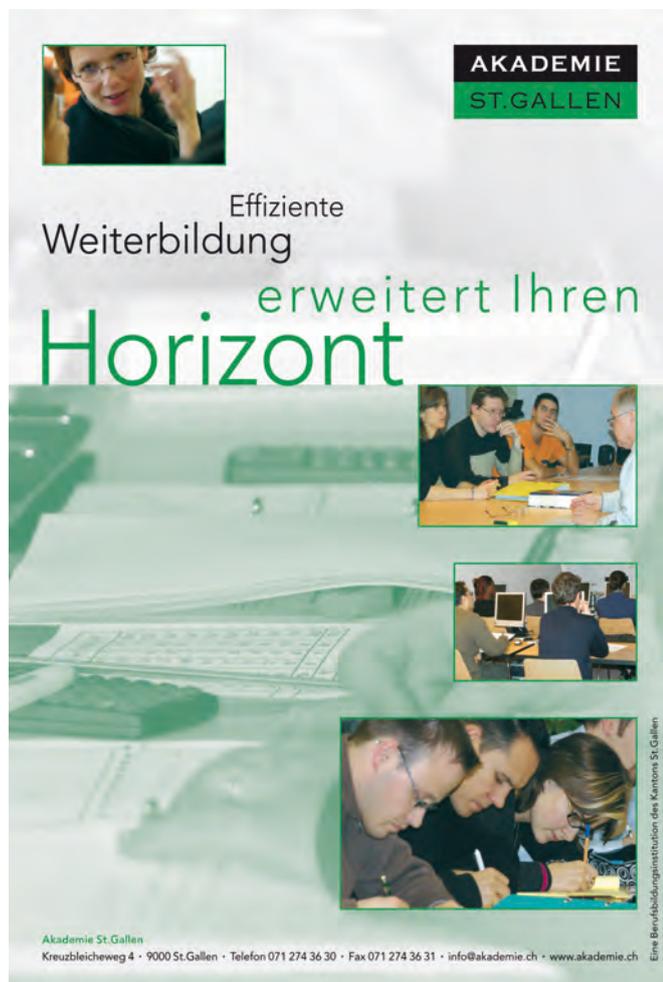
Es gibt schon heute viele erfolgreiche Firmen. Studien haben nachgewiesen, dass unser Land in Sachen Innovation sehr gut, aber in Sachen Umsetzung der Innovationen weniger gut dasteht. In diesem Sinne ist dem praxisorientierten Technologietransfer ein Augenmerk zu geben. Diejenigen Firmen, welchen die kommenden Trends erkennen und daraus die richtigen Massnahmen ableiten, werden somit auch in Zukunft erfolgreich sein.

Weitere Informationen zum dritten Ostschweizer Personaltag gibt es im Internet unter www.personaltag.ch.

Die Referentin Doris Aebi

Doris Aebi studierte an der Universität Zürich Soziologie, Wirtschaftswissenschaften und Politologie. 1990 schloss sie das Studium als lic.phil.I mit einer im Auftrag des Kantons Solothurn verfassten Lizentiatsarbeit zum Thema «Wirksamkeit der kantonalen Wirtschaftsförderung» ab. Resultat der Lizentiatsarbeit war eine Neuausrichtung der kantonalen Wirtschaftsförderungspolitik. Nach verschiedenen Lehr- und Forschungsaufträgen an den Universitäten Zürich und Bern promovierte Doris Aebi 1994 zum Dr.phil.I. Nach dem Doktorat wechselte Dr. Doris Aebi in den Finanzdienstleistungssektor, wo sie während fünf Jahren in verschiedenen Funktionen tätig war. Doris Aebi trat anschliessend als Direktorin und Beraterin in ein global tätiges Executive Search Unternehmen in Zürich ein und leitete während vier Jahren Mandate für Managementpositionen in verschiedenen Branchen. Im Jahre 2005 gründete sie zusammen mit René Kuehni die eigene Executive Search Firma «aebi+kuehni ag».

Anzeige



**AKADEMIE
ST.GALLEN**

Effiziente
Weiterbildung
erweitert Ihren
Horizont

Eine Berufsbildungsinstitution des Kantons St. Gallen

Akademie St. Gallen
Kreuzbleichweg 4 • 9000 St. Gallen • Telefon 071 274 36 30 • Fax 071 274 36 31 • info@akademie.ch • www.akademie.ch



BusPro
Das Business-Programm

... einfach
praktisch
für KMU

Orbit-iEX:
Halle 4 / A05
IBM Business Partner
Halle 3 / E27
Posifinance Partner

Adress- & Kontaktverwaltung • Dokumentenablage • Fibu • Lohn
Auftrag • Faktura • Einkauf • Lager • Debitoren • Kreditoren
Warum mehr bezahlen? www.buspro.ch



Wie die Produktivität und Akzeptanz der HR-Abteilung erhöht wird

Die HR-Funktion wird in den Unternehmen oft als Kostenfaktor wahrgenommen. Dies ist grundsätzlich nicht korrekt, denn qualifizierte, motivierte Mitarbeitende machen den entscheidenden Unterschied für den langfristigen Unternehmenserfolg aus. Produktivitätssteigerung beginnt also bereits bei der Strategieplanung.

TEXT: URS KLINGLER*

BILD: ARCHIV WWM

Mit entsprechenden Massnahmen kann das Image und die Akzeptanz der HR-Abteilung gestärkt werden. Dazu gehören das Erstellen einer HR-Strategie in Abstimmung mit der Unternehmensstrategie, das Definieren der HR-Prozesse, welche die Dienstleistungen der HR-Abteilung effektiv und wirksam unterstützen, eine HR-Organisation, die optimal auf die lang- und kurzfristigen betrieblichen Bedürfnisse ausgerichtet ist und diese nachhaltig unterstützen, sowie IT-Lösungen, welche die Erfordernisse aus den HR-Prozessen und der HR-Strategie mit Kennzahlen wirkungsvoll beitragen. Das Zusammenspiel dieser fünf Dimensionen ist der Schlüssel zum Erfolg.

HR-Strategie

Die HR-Strategie beantwortet unter anderem die Frage nach den Kapazitäten und Erfordernissen an die Human Resources der nächsten Jahre für das Unternehmen. Grundlage für die HR-Strategie kann die Unternehmensstrategie sein. Wo diese nicht vorhanden ist, kann trotzdem ein Vorschlag einer HR-Strategie der Unternehmensleitung zur Verfügung gestellt oder vorgeschlagen werden. Primäre Inhalte sind die Ableitung und Evaluation der Anzahl Mitarbeitenden und die Einschätzung der Fähigkeiten für das Unternehmen, um erfolgreich für die nächsten Jahre gerüstet zu sein. Neben der Analyse der Mitbewerber geht es insbeson-

dere darum, aus der Nachfolgeplanung und der Analyse der intern vorhandenen Fähigkeiten die Bedürfnisse an die Rekrutierung zu definieren. Die auf dem Arbeitsmarkt «knappen Fähigkeiten» lassen sich nur durch entsprechend hohe Investments einkaufen. Meistens kann aufgrund der vorgängig durchgeführten Analyse der benötigten Fähigkeiten ein Mittelweg beschritten werden. Falls genügend Zeit vorhanden ist, können diese Fähigkeiten möglicherweise durch innerbetriebliche Initiativen herangebildet werden. Dabei muss der Vorteil der innerbetrieblichen, bereits vorhandenen firmenspezifischen Kenntnisse mit dem Ersatz aus externen Quellen sorgfältig abgewogen

werden. Ebenso ist zu analysieren, welches das Schlüssel-Know-how der Firma ist und wer dessen Träger sind, damit es längerfristig nutzbringend eingesetzt werden kann. Der Verlust von Schlüssel-Know-how-Trägern führt unweigerlich zu Risiken für das Unternehmen und kann sogar die langfristige Existenz des Unternehmens gefährden. Der «Global Human Capital Survey 2002/3» von PricewaterhouseCoopers zeigt, dass die Produktivität bei Unternehmen mit einer HR-Strategie markant höher ist.

HR-Prozesse

Wussten Sie, dass viele Unternehmen bis zu zwei Drittel ihrer HR-Kapazitäten mit 30 Prozessen binden? Ausserdem wird oft bis 70 Prozent der Zeit für Personal- und Ressourcenplanung beziehungsweise für Rekrutierung und Selektion aufgewendet. Dies bedeutet, dass bei einer Fluktuation von 10 bis 15 Prozent für die Betreuung der bestehenden Mitarbeitenden höchstens noch ein Drittel der HR-Kapazität zur Verfügung steht. Mit anderen Worten: 85 Prozent der Mitarbeitenden sind mit der Situation konfrontiert, dass die HR-Verantwortlichen nicht genügend Zeit für sie zur Verfügung stellen können. Darunter leiden die Ausbildung, das Training und die Entwicklung sowie die Betreuung der bestehenden Mitarbeitenden. Betroffen sind aber auch die HR-Verantwortlichen, da sie die von ihnen selbst erwarteten Dienstleistungen nicht erbringen können. Erfahrungsgemäss sind die unten aufgeführten Prozesse die ressourcenaufwändigsten, und deshalb sollte ihnen eine besondere Beachtung geschenkt werden. Die spezifischen Bedürfnisse der Firmen lassen sich beim Neugestalten der Prozesse immer mitberücksichtigen:

Aufwändigste operative HR-Prozesse bezogen auf Ressourcenbindung (Geld und Zeit)

- Rekrutierungsablauf inklusive Erstinterviews und Verwaltungsmodalitäten
- Arbeitsbewilligungen einholen
- Erfassen der Mitarbeiterdaten
- Eintritt
- Zielvereinbarungsprozess inklusive Leistungsbemessung
- Ausbildungsevaluation und Durchführung
- Bonusfestsetzungsprozess
- Lohnfindungsprozess
- Arbeitszeit/Abwesenheitskontrolle

- Beförderungsprozess
- Arbeitszeitauswertungen
- Lohnverarbeitung inklusive Deklaration
- Austritt

Aus dieser Auflistung lässt sich unschwer ableiten, dass für die strategischen Prozesse zu wenig Zeit und Ressourcen zur Verfügung stehen. Hier eine kurze Kontrolle für Ihre Personalabteilung:

Strategie- und Prozessplanung

- Wer ist für die Nachfolgeplanung verantwortlich, und wie oft wird sie durchgeführt?
- Welche Kosten- und Ressourceneinsparungen wurden im letzten Jahr realisiert?
- Wie effizient ist der Zusammenarbeitsprozess mit Geschäftsstellen, um die HR-Strategien wirksam zu planen und zu implementieren?
- Welche Investitionen in die HR-Technologie wurden getätigt, welche sind geplant, und welche Effizienzverbesserungen können dadurch erreicht werden?
- Welche Prozesse sind unmittelbar mit der HR-Strategie verbunden?

Personal- und Ressourcenplanung

- Wie viele Anstellungen führen wir mit Hilfe von externen Personalvermittlern durch, und wie sieht es mit den Gesamtkosten aus?
- Wie viele Inserate schalten wir selber, und wie oft sind wir erfolgreich bei der anschliessenden Suche?
- Wie viele Stellenbesetzungen finden durch interne Besetzungen statt?

Vergütung und Lohnnebenleistungen

- Wo stehen unsere Löhne im Vergleich zu unseren Mitbewerbern?
- Welche Fringe Benefits haben wir? Wieviel kosten diese das Unternehmen jährlich, und wie ist ihre Akzeptanz bei den Mitarbeitenden?
- Belohnen die Lohnsysteme die Personen, die auch belohnt werden sollen?
- Werden bei der Lohnfindung die vorhandenen Erfahrungen und Kenntnisse mitberücksichtigt, und verfügen wir über Vergleichswerte? Ist unser Funktionseinstufungssystem gewartet und zeitgemäss?
- Versicherungen und betriebliche Vorsorge
- Wie viele Mitarbeitende haben Lücken in

ihrem Vorsorgeplan?

- Ist unser Pensionskassensystem zeitgemäss und aktuell, beziehungsweise werden die richtigen Risiken abgedeckt?

Ausbildung, Training und Entwicklung

- Wie viele Tage verbringen die Mitarbeitenden im Durchschnitt pro Jahr und Funktion in der Aus- und Weiterbildung?
- Ist die Qualität unserer internen Ausbildungen besser als die der externen Anbieter? Wo liegen die Vorteile für die Firma?
- Was kostet ein Trainingstag eines internen Trainers im Vergleich mit den externen Anbietern?

Betreuung und Administration

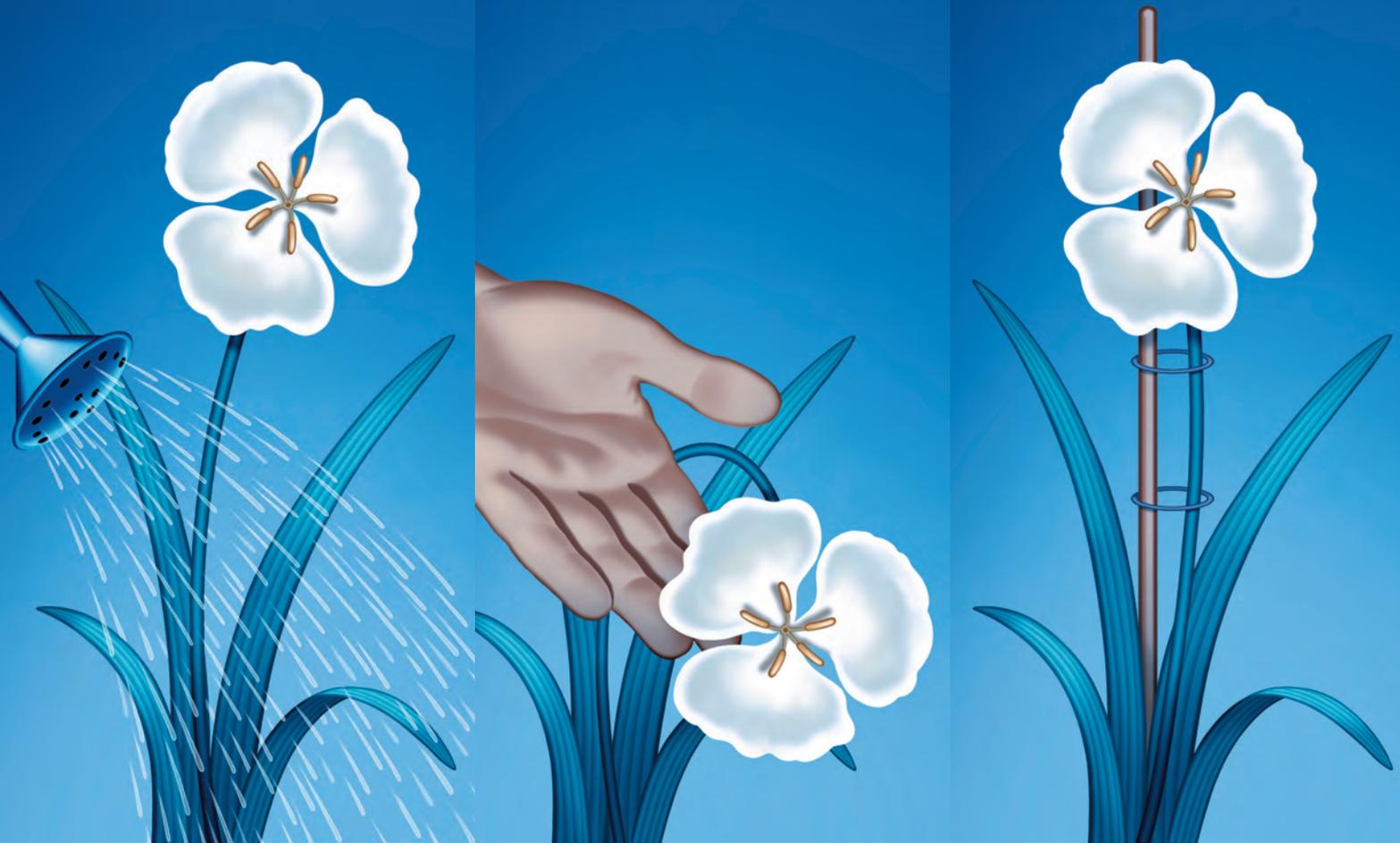
- Was kostet ein Austritt?
- Wie viele Mitarbeitende haben fehlerhafte Lohnausweise erhalten?
- Wie viele Arbeitszeugnisse erstellen wir pro Monat und was sind die dafür verwendeten Ressourcen?
- Sind uns unsere Schlüsselpersonen bekannt?
- Welches sind die High Potentials?
- Welches sind die Know-how-Träger und ihre Stellvertreter?
- Verfügen wir quantitativ und qualitativ über die richtigen Mitarbeitenden für die nächsten zwei bis drei Geschäftsjahre?
- Welches sind unsere Märkte, in denen unsere künftigen Mitarbeitenden tätig sind, beziehungsweise wohin gehen unsere Mitarbeitenden?

HR-Organisation

Für jeden der unten aufgeführten Kernprozesse sollten spezifische Rollen und Verantwortlichkeiten definiert und implementiert werden. Dass zusätzliche Zeit und Ressourcen für die strategischen Prozesse eingeplant und deren Erkenntnisse in konkrete Aufgaben und Projekte anschliessend umgesetzt werden müssen, versteht sich von selbst. Wiederholt stellen wir jedoch fest, dass einige wesentliche Rollen und Verantwortlichkeiten entweder nicht wahrgenommen werden oder die Ergebnisse nur ungenügend in der HR-Organisation verankert sind. Es sind dies oft:

- Verantwortlichkeiten für die Entlohnung
- Rollen für HR-Projekt- und HR-Prozess-Management

Für Unternehmer, die ihre Mitarbeiter nicht hängen lassen.



Prävention dank
Gesundheitsmanagement.

Intervention dank
Absenzenmanagement.

Integration dank
Case Management.

Wussten Sie, dass die Unternehmen in der Schweiz wegen Personalabsenzen von über 169 Millionen Stunden jährlich Geld in Milliardenhöhe verlieren? Eine Zahl, die nicht unserer blühenden Fantasie entspringt. Sondern statistisch belegt ist. Da ist es doch wichtig zu erfahren, wie viel in Ihrem Betrieb aufgrund von Absenzen versickert. Wie viel es einzusparen gibt. Und vor allem wie.

Die CSS Versicherung bietet ein Risikomanagement, das weit über die üblichen Krankentag- und Unfallversicherungslösungen hinausgeht. Ein Präventionskonzept für Unternehmer, die auch ihre gesunden Mitarbeiter pflegen. Ein Absenzenmanagement, das bei Krankheit weder Unternehmer noch Mitarbeiter hängen lässt. Integrationsunterstützung für Unternehmer, die schneller wieder auf ihre Mitarbeiter setzen wollen. Welche Möglichkeiten Ihnen daraus erwachsen? Wählen Sie Telefon 058 277 11 11 oder senden Sie ein E-Mail an info.unternehmen@css.ch.

CSS
Versicherung

- Die Planung der benötigten IT-Ressourcen und der relevanten HR-Nebensysteme wie beispielsweise die Evaluation der Bedürfnisse an die Rekrutierung oder das HR-Controlling

Dies kann dazu führen, dass intern vorhandene HR-Spezialisten zwar in genügender Anzahl vorhanden sind, wesentliche Teile für das Zusammenspiel der Funktionen jedoch fehlen und die HR-Funktion als Ganzes fragmentiert wahrgenommen wird. Es fehlt eine koordinierende Hand. Wiederholt zeigt sich, dass die Personalentwicklung und die Personaladministration mit überdurchschnittlich vielen Ressourcen ausgestattet ist, während andere Bereiche an signifikanten Unterkapazitäten leiden. Eine regelmässig durchgeführte Analyse und Anpassung der HR-Organisation könnten hier Abhilfe schaffen und gleichzeitig die Akzeptanz der HR-Abteilung markant verbessern. Eine Grafik kann erste Hinweise geben, um Schwachstellen und Handlungsfelder zu identifizieren und rechtzeitig Massnahmen zu ergreifen.

HR-Cockpit (HR-Controlling)

Die Erfordernisse an das HR-Controlling sind eingehend zu klären. Es kann nicht sein, dass intern verfügbare Informationen für das Management nicht zeitgerecht oder nur mit mühsamer Kleinarbeit zusammengetragen werden müssen. Es gibt sehr viele für den Geschäftserfolg relevan-

te Angaben, die rechtzeitig in die strategischen Überlegungen miteinbezogen werden müssen.

HR-Informatik

Die Unterstützung der HR-Strategie, der HR-Prozesse und der HR-Organisation durch geeignete Informatik-Lösungen ist der letzte Schritt zu einer leistungsfähigen HR-Abteilung. Dabei empfehlen wir eine vorgängig durchgeführte Analyse der intern vorhandenen Systeme zusammen mit der IT-Abteilung. Verschiedene bereits intern vorhandene Systeme sollten in enger Abstimmung bei der Auswahl von neuen Systemen berücksichtigt werden. Wie bereits im Abschnitt HR-Cockpit erwähnt, sind aktuell verfügbare Angaben aus dem Finanzsystem ebenso wichtig, wie das intern bereits vorhandene Personalinformationssystem, das E-Mail-System sowie weitere vorhandene Systeme wie das Personalentwicklungs- und Administrationssystem oder andere verwandte Systeme.

Die Einbindung der bestehenden Systeme an eine Intranet-Lösung als eine gemeinsame Plattform kann für die Mitarbeitenden Selbstbedienungsfunktionalitäten beinhalten und die HR-Abteilung administrativ stark entlasten. Zusätzlich hat dieses Vorgehen den Vorteil, dass kleinere Projekte in rascher Folge rea-

lisiert werden können und die Kosten inklusive Investitionen überschaubar bleiben.

Fazit

Die Wirkung der HR-Funktion und ihre Akzeptanz im Unternehmen benötigen das sorgfältig geplante Zusammenspiel aller beschriebenen Teilkomponenten. Ein wohl durchdachtes, schrittweises Vorgehen und Umsetzen der HR-Projekte stärkt die HR-Abteilung nachhaltig. Nebenbei führt das Vorgehen zu attraktiven und zeitgemässen HR-Funktionen und zu erhöhter Professionalität, was letztlich auch das Ziel sämtlicher HR-Verantwortlichen ist. Der Schritt zum anerkannten Geschäftspartner im Unternehmen wird dadurch sichergestellt.

Quelle: PSP Index 2004 by jobindex media ag, Zürich, Carmenstrasse 28, 8032 Zürich

**Urs Klingler ist als Director bei PricewaterhouseCoopers AG im Bereich Human Resource Services tätig. Er berät Unternehmen insbesondere in den Bereichen Compensation & Benefits, Organisational Effectiveness und Organisational Effectiveness und Organisational Learning & Development.*

Anzeige



**Ihr Partner für Zeitwirtschaft
und Zutrittskontrolle**

ZEIT AG
Timeware of Switzerland
www.zeitag.ch

«Es macht 'Klick' – oder eben nicht»

Der Bereich Personal ist bei KMU eine grosse Herausforderung. Die Besetzung von Kaderstellen ist schwierig und die Ermittlung, ob jemand ins eigene Unternehmen passt, erfordert viel Spitzgefühl. Othmar Schär von schärpartners ag sagt im Interview, was die Vorteile eines Personaldienstleisters sind, worauf bei der Personalrekrutierung geachtet werden muss und weshalb das Bauchgefühl so wichtig ist.



INTERVIEW: SELINA BACKES

BILD: ZVG

Die Rekrutierung von passendem Personal für eine Unternehmung ist sehr schwierig. Welchen Vorteil kann eine Personaldienstleistungsfirma anbieten?

Othmar Schär: In KMU ist es häufig so, dass das interne Know-how in Sachen Personalrekrutierung nicht umfassend vorhanden ist. Deshalb macht es Sinn, dieses zielgerichtet einzukaufen. Denn man muss vieles wissen und eine grosse Erfahrung haben, um die richtige Selektion treffen zu können. Mit dem Checken von Zeugnissen, also der Überprüfung der fachlichen Kompetenzen, ist es längst nicht getan. In einem nächsten Schritt sollen die persönlichen Kompetenzen eines Bewerbers ermittelt werden. Dafür braucht es Fachwissen und grosse Erfahrung.

Wie gehen Sie konkret vor, wenn ein Unternehmen eine Stelle über Sie besetzen möchte?

Nach Erhalt des Auftrags setzen wir uns für ein ausführliches Briefing mit den Verantwortlichen des Unternehmens zusammen. Wir ma-

chen uns ein genaues Bild des Unternehmens und vor allem auch dessen Unternehmenskultur. Wie «tickt» das Unternehmen, wie sind die Besitzverhältnisse die Führungsstruktur, die generelle Personalstruktur? Anschliessend evaluieren wir gemeinsam mit dem Unternehmen das Funktionsdiagramm, das Anforderungsprofil, das sich aus Fachkompetenzen, Methodenkompetenzen, Persönlichkeits- und Führungskompetenzen zusammensetzt. Mit diesen Grundlagen sind wir in der Lage, die Suchstrategie festzulegen, um geeignete Kandidaten zu finden.

Persönlichkeitskompetenzen sind jedoch erst im persönlichen Kontakt ermittelbar...

Das ist so. In einem ersten Gespräch mit potenziellen Kandidatinnen oder Kandidaten wissen wir jedoch dank des genauen Anforderungsprofils, worauf wir schauen müssen. Wir fragen strukturiert in die Richtung, die uns bewusst macht, ob der Bewerber oder die Bewerberin zum Unternehmen und zum künftigen Vorgesetzten passt. Anhand eines ausführlichen Berichts unsererseits wählt unser Kunde diejenigen Personen, die er kennenlernen möchte. Beim zweiten Gespräch besteht unsere Aufgabe in der Moderation des Gesprächs. Der neutrale Blick, unsere Beobachtungen runden unseren Eindruck ab, ob der Bewerber oder die Bewerberin tatsächlich zum Unternehmen passt. Um die Kultur und die Chemie zu spüren, spielt der Erfahrungswert eine grosse Rolle. Wir merken meistens rasch, ob sich der Bewerber und der Kunde verstehen.

Sie sprechen von «Chemie spüren». Ist dies so einfach möglich?

Natürlich kann man nach einem Gespräch nicht abschliessend sagen, ob das die Idealbeset-

zung sein wird, aber man sieht schon sehr genau, ob es gepasst hat oder nicht. Das ist, wie wenn ein Mann eine Frau kennenlernt (oder umgekehrt...): entweder es macht «Klick» oder nicht, man spürt sofort, ob die Chemie stimmt. Das ist bei der Personalselektion nicht anders, eine neutrale Drittperson sieht, ob sich Bewerber und Kunde verstehen – auch auf fachtechnischer Seite. Wenn die beiden bereits nach kurzer Zeit in einer hochspannenden Grundsatzdiskussion zu einem fachspezifischen Thema sind, ist das bereits ein sehr gutes Zeichen. In Personalfragen plädiere ich generell für mehr Bauchgefühl...

Wie ist das zu verstehen?

Ich mache manchen Führungskräften und Verantwortlichen den Vorwurf, sich bei der Evaluierung der so genannten Soft Skills aus der Verantwortung zu schleichen, indem sie diese an Tests abschieben. Die Verantwortlichen sollten mehr Bauchgefühl einfliessen lassen und sich auf ihre eigene Beurteilung verlassen. Das heisst nicht, keine Tests durchzuführen, jedoch dürfte der logische Menschenverstand einiges häufiger eingesetzt werden.

Dennoch nutzen auch Sie Testtools und Assessments. Wann ist dies der Fall?

Bei uns kommen Tests als Assessments meist dann zum Einsatz, wenn wir mehrere Kandidaten zur Auswahl haben, die uns bis anhin gleich fähig erschienen sind. Wir nutzen Tests also als letztes Abrunden des Gesamteindrucks eines Kandidaten. Wir verwenden verschiedene Tests, beispielsweise COMPRO+, gekoppelt mit einem strukturierten Interview, einem innovativen und einzigartigen Tool. Nun ist es an den Beteiligten, persönliche Eindrücke und die Resultate des Assessments zu analysieren und die richtigen Entscheide zu treffen.

Das erste Gespräch mit einem Bewerber oder einer Bewerberin wird ohne Beisein des Kunden geführt. Dennoch erhalten jene schon einen Eindruck des Unternehmens. Wie das?

Wir arbeiten mit Videoclips. Im Unternehmen machen wir eine kurze Aufnahme, bei der die vorgesetzte Person die Stelle und die Anforderungen an die zukünftige Mitarbeiterin definiert. Dieses kurze und ungeschnittene Video wird den Bewerbern gezeigt, was einen viel besseren Eindruck des Unternehmens ermöglicht. Sie sehen ihre zukünftigen Vorgesetzten und können so bereits abschätzen, ob es klappen könnte oder nicht. Am Ende des Interviews bitten wir die Kandidaten dann, einen persönlichen Werbespot für sich in die Kamera zu sprechen. Gemeinsam mit dem ausführlichen Bericht kann sich unsere Kundenfirma ein sehr gutes Bild über Kandidaten machen.

Sie stehen in sehr nahem Kontakt zu Ihren Kunden...

Das ist etwas, worauf wir grosses Augenmerk richten: Die enge Zusammenarbeit mit unseren

Zum Unternehmen

schärpartners ag ist seit 1993 als Personaldienstleister für KMU aller Grössen und Branchen in der Schweiz tätig. Personaldienstleistungen aus einer Hand: Kaderselektion, Outplacementberatung, Führungsausbildung, Personalsysteme. Als langjährig erfahrene Fachleute im Personalmanagement gelten sie als pragmatische Fachleute und Gesprächspartner. schärpartners legt grossen Wert auf die menschlichen Aspekte im Bereich der Human Resources. Das Unternehmen ist Mitglied von swissconsultants.ch, dem schweizweit aktiven Netzwerk von Beratungsunternehmen.

Kunden ist uns eminent wichtig. Daher sind unsere Angebote auch nicht einfach standardisiert, sondern hängen sehr individuell von den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden ab. Für Interessenten bieten wir beispielsweise am Wochenende unsere Info-Weekend-Hotline an.

KMU haben die Möglichkeit, ihre gesamte Personaladministration auszulagern. Welche Vorteile bietet dies für die Unternehmen?

Gerade in KMU ist es häufig so, dass die Firmeninhaber die Personaladministration neben-

bei, eventuell am Wochenende und in ihrer Freizeit führen. Bei einer externen Vergabe der Personaladministration werden die Verantwortlichen entlastet. Der Personalbereich kann optimal ausgelagert werden, weil er klar abgegrenzt ist. Natürlich kostet diese externe Vergabe Geld, wenn man jedoch bedenkt, wie viel Zeit dafür für andere Projekte genutzt werden können, erachte ich dies als eine sinnvolle Investition für KMU. Auch die ständig wechselnden gesetzlichen Voraussetzungen und Versicherungsangelegenheiten sind eine dauernde Herausforderung.

Anzeige

«Kadersalärstudie Schweiz 2007»

Mit der 25. Auflage der Kadersalärstudie Schweiz schaffen die Kienbaum (Schweiz) AG und die Handelszeitung erneut ein leistungsfähiges Instrument für Ihr Salärmanagement. Auch diese Jubiläumsausgabe stellt wieder ausführlich die aktuellen Eckwerte für eine systematische Salärbestimmung von Kaderpositionen dar und zeigt die Verbreitung von Lohnnebenleistungen im Markt auf. Sie bietet Leitlinien für eine wettbewerbsfähige Salärstruktur, ermöglicht die Optimierung der Personalkosten durch eine angemessene Salärgestaltung und verschafft Transparenz über die am Markt übliche Entlohnung. Damit beugen Sie unerwünschten Fluktuationen vor und erleichtern die Gewinnung und Motivation leistungsorientierter Mitarbeitender.

Untersuchungsgegenstand

- Entlohnungssituation von 40 Positionen auf der 1., 2. und 3. Führungsebene, u.a. aus folgenden Bereichen:
- » Geschäftsleitung
 - » Kaufmännische Gesamtleitung
 - » Technische Gesamtleitung
 - » Verkauf/Vertrieb/Marketing
 - » Finanzen und Rechnungswesen
 - » Personalwesen
 - » Organisation und IT
 - » Produktion und Qualitätssicherung
 - » Materialwirtschaft/Einkauf
 - » Forschung und Entwicklung

Erfasste Entlohnungselemente

- » Jahresgrundsalar und Jahres Gesamtsalar
- » Variable Vergütung
- » Berufliche Vorsorge und Sozialversicherungen
- » Firmenfahrzeuge
- » Ferien und weitere Lohnnebenleistungen

Empirische Basis

An der diesjährigen Erhebung beteiligten sich mehr als 400 Unternehmen unterschiedlicher Grössen und Branchen mit über 8'000 Positionsmeldungen.

Darstellung der Saläre

- » Hierarchieebene
- » Funktion
- » Unternehmensgrösse
- » Branche
- » Region
- » Ertragslage
- » Geografische Verantwortung
- » Personalverantwortung
- » Ausbildung
- » Alter
- » Firmenzugehörigkeit

Berechnungsmodell 2007 auf CD-ROM

Zusätzlich zur Kadersalärstudie hat Kienbaum ein analytisches Berechnungsmodell entwickelt, das dank einer breiten Datenbasis sowohl innerhalb einer Branche wie auch branchenübergreifend die Trends in der Salärenentwicklung der in der Studie untersuchten Einzelpositionen berechnen kann. Dieses Trendmodell ist eine wertvolle Unterstützung bei der Planung Ihrer Salärrunde, da es eine individuelle Marktwertbestimmung jeder gewünschten Einzelposition nach Kriterien wie Funktion, Branche, Umsatz, Personalverantwortung, Beschäftigtenzahl, Ausbildung etc. erlaubt. Die Anwendung auf Microsoft ist in deutscher, französischer und englischer Sprache möglich.

Kosten der Studie

CHF 1'700 Studie ohne Berechnungsmodell
 CHF 1'900 Studie mit Berechnungsmodell auf CD-ROM
 Die Studie im Format A4 umfasst ca. 200 Seiten und ist in deutscher und französischer Sprache erhältlich.

Bestellungen an:

Kienbaum AG, Leutschenbachstrasse 95, 8050 Zürich
 Telefon: 044 386 40 40 oder Fax: 044 386 40 49
 E-Mail: benchmark@kienbaum.com

_____ Ex. Studie à CHF 1'700 (+ MwSt.)
 _____ Ex. Studie inkl. CD-ROM à CHF 1'900 (+ MwSt.)
 Sprache: deutsch französisch

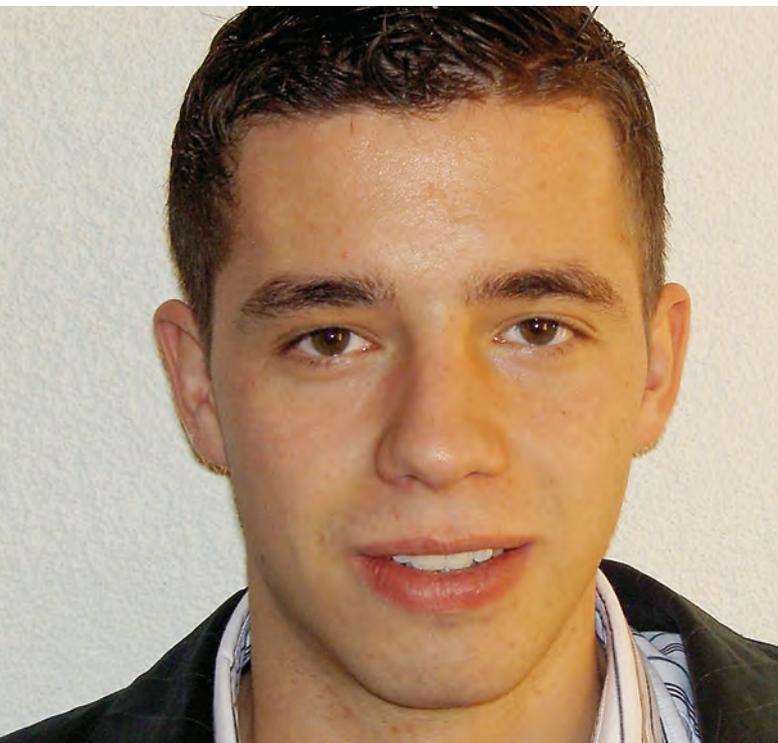
Lieferbar ab Mitte Juni 2007.

Name/Vorname _____
 Firma: _____
 Position _____
 Strasse: _____
 PLZ/Ort: _____
 Tel: _____ Fax: _____
 Datum: _____ Unterschrift: _____

Kienbaum^K
 Executive Search
 Human Resource & Management Consulting

Motivation und Engagement sind gefragt

Der Ostschweizer Personaltag geht am Donnerstag, 7. Juni, in die dritte Runde. Im Fürstenlandsaal in Gossau steht bei der diesjährigen Durchführung das Thema «Generation Gold» versus «Young Generation» im Vordergrund. Im LEADER-Interview nehmen zwei Referenten Stellung zu aktuellen Fragen.



Marc Lüchinger



Thomas Daum

INTERVIEW: MARTINA NIKLAUS

BILDER: ZVG.

Der Ostschweizer Personaltag steht unter dem Thema «'Generation Gold' versus 'Young Generation' - wie Unternehmen mit dem demografischen Wandel umgehen». Wieso braucht es Ihrer Meinung nach die «Young Generation» in den Unternehmen?

Marc Lüchinger Vertreter der «Young Generation» und 4. Lehrjahr-Stift: Junge Leute bringen Schwung in ein Unternehmen. Sie sind meist auf dem aktuellen Stand der Technik und beherrschen die «neuen» Arbeitsmethoden. Ihnen fehlt aber das grosse Fachwissen und die Erfahrung welche die «goldene» Generation besitzt. Die junge Generation ist wichtig für die

Nachwuchsförderung einer Firma. Firmen sollten in die Aus- und Weiterbildung von jungen Arbeitskräften investieren, denn diese bilden zu einem späteren Zeitpunkt die «goldene» Generation.

Thomas Daum, Vertreter der «Generation Gold» und Präsident Arbeitgeberverband: Ein guter Altersmix in der Belegschaft gehört seit jeher zum ABC einer professionellen Personalpolitik. Mit dem «Diversity Management» rückt dieses Struktur-Ziel wieder stärker ins Bewusstsein, sodass der Gegensatz «Generation Gold» versus «Young Generation» eigentlich falsch formuliert ist. Es braucht beide!

Wieso braucht es die «Generation Gold»?

Marc Lüchinger: Die «Generation Gold» besitzt viel Fachwissen und Erfahrung welche der «jungen» Generation sehr oft fehlt. Mit dem grossen Wissen tragen sie sehr viel zum Unternehmenserfolg bei. Für die «junge» Generation ist es wichtig, dass sie vom Wissen der «goldenen» Generation profitieren und lernen kann.

Thomas Daum: Die «Generation Gold» wird nur schon aus demografischen Gründen an Bedeutung gewinnen. Darauf haben sich Unternehmensstrategie- und Personalpolitik einzustellen: Erfolg werden künftig jene Unterneh-

mungen haben, die auch mit älteren Beschäftigten eine gute Wertschöpfung erzielen. Das kann nur gelingen, wenn Veränderungsbereitschaft, Aufnahme neuer Technologien und Kreativität über alle Altersklassen hinweg gepflegt werden. Daneben bringen die «Goldies» einem Unternehmen vor allem zwei Dinge: Erfahrungen, welche kostspielige Fehlerwiederholungen sowie unbedachte Abenteuer vermeiden helfen und persönliche Reife, die sowohl in der Führung und in der Teamarbeit, wie auch gegenüber den Kunden positiv zum Ausdruck kommt.

Wie können Sie als Vertreter der «Young Generation» Ihre Anliegen durchsetzen und Ihre Ideen einbringen und so Ihren Teil zum Erfolg des Unternehmens beitragen?

Marc Lüchinger: Durch das Mitarbeiten in Projektteams in den verschiedenen Abteilungen ist dies sehr gut möglich. Gewonnene Erkenntnisse von der Berufsschule oder Kursen können von mir direkt in das Projekt miteinbezogen und umgesetzt werden.

Wie können sowohl Vertreter der «Young Generation» als auch der «Generation Gold» ihre Anliegen durchsetzen und ihre Ideen einbringen und so ihren Teil zum Erfolg des Unternehmens beitragen?

Thomas Daum: Wenn die verschiedenen Altersgruppen respektvoll und mit dem Sinn für die jeweiligen Stärken und Schwächen mitein-

ander umgehen, dann entsteht eine ungezwungene «Misch-Kultur» in der auch alle zum Zuge kommen. Entscheidend sind die Ausrichtung des eigenen Verhaltens auf das gemeinsame Ziel und der Wille, voneinander zu lernen. Hinderlich ist dagegen, wenn auftauchende Probleme immer gleich den Kategorien «Young» oder «Gold» zugeordnet werden; in den meisten Fällen spielt nämlich das Alter keine oder nur eine marginale Rolle.

Sind die Unternehmen bereit, sich auf die «Young Generation» einzulassen und ihr den nötigen Freiraum zu lassen?

Marc Lüchinger: Ja, bei uns in der Firma Jansen AG bleiben mehr als 15 Prozent der Lehrlinge, welche die Lehre abgeschlossen haben der Firma erhalten. Dazu gibt es viele Abgänger, welche nach einer beruflichen Weiterbildung wieder zurückkehren. Nachwuchsförderung, Weiterbildung und Entwicklung werden bei uns stark unterstützt und auch gefördert. Junge Mitarbeiter welche die Bereitschaft und die Motivation mitbringen, haben bei der Firma Jansen AG die Möglichkeit sich in verschiedenen Programmen weiterzubilden.

Thomas Daum: In den letzten Jahren hat sich die Stellung der «Young Generation» stark verbessert. Ihre Präsenz in den Kadern ist viel stärker geworden, und einige Sektoren, wie zum Beispiel das Internet-Business, werden sogar von der «Young Generation» beherrscht. Kleine Reibereien zwischen den «Jungtürken» und den «Alten Füchsen» gehören im übrigen zum

Leben und können sogar die Unternehmenskultur bereichern.

Wie widerspiegelt sich das in Ihrer Firma?

Marc Lüchinger: In der Geschäftsleitung der Firma Jansen AG sitzen zwei Personen, welche mit einer Berufslehre bei der Firma Jansen ihre Karriere gestartet haben. Diese haben mit Weiterbildungen und viel Einsatz den Aufstieg bis in die Geschäftsleitung geschafft.

Mit welchen Problemen sind die jungen Leute in den Unternehmen am häufigsten konfrontiert?

Marc Lüchinger: Das grösste Problem ist, dass bei vielen jungen Leuten die Motivation und die Veränderungsbereitschaft fehlt, etwas Neues in Angriff zu nehmen. Firmen sind auf Personen angewiesen, die offen für neue Aufgaben sind. In der heutigen Zeit sollte ein Mitarbeiter ein grosses Engagement und viel Flexibilität mit sich bringen.

Thomas Daum: Die grösste Herausforderung ist sicher der ständige Wandel auf allen Ebenen. Er verlangt einerseits eine hohe berufliche und private Beweglichkeit, andererseits aber auch gefestigte Persönlichkeiten, die sich von den Veränderungen im Umfeld nicht irre machen lassen. Sowohl die Einzelnen wie die Gesellschaft müssen Strategien für einen positiven Umgang mit den häufiger werdenden Wechsell während eines Erwerbslebens entwickeln.

Anzeige





Leading in HR-Competence

« Im Gleichgewicht mit Mensch und Organisation »

20 Jahre Erfahrung im HR-Management consulting | organisation | recruitment

Liechtenstein: Rietstrasse 7, 9496 Balzers, tel. +423 388 16 10
 Schweiz: Kornhausstrasse 3, 9000 St. Gallen, tel. 071 313 05 10
 Balsberg, 8058 Zürich-Airport, tel. 043 813 30 55



Damit Sie länger jung bleiben können: Vorsorgen
mit Swiss Life. Vor und nach der Pensionierung.

Wer nach der Pensionierung das Leben ohne finanzielle Einschränkungen geniessen möchte, sollte sich rechtzeitig an Swiss Life wenden, den führenden Vorsorgespezialisten. Dank 150 Jahren Erfahrung und mit einer umfassenden Beratung erarbeiten wir für Sie Vorsorge- und Anlagelösungen, die genau auf Ihr Alter, Ihre Wünsche und Ihr Risikoprofil abgestimmt sind. Sprechen Sie mit einem unserer Spezialisten für Vorsorge. Tel. 0848 841 000. www.swisslife.ch



SwissLife
Bereit für die Zukunft.

Informatik im Personalmanagement

Wir können immer wieder lesen, dass das Personal die wichtigste Ressource des Unternehmens sei. Wenn wir aber genauer hinschauen, dann nehmen die Unternehmen das Management dieser Ressource aber doch nicht so wichtig.



TEXT: THOMAS SCHWARB*

BILD: ZVG.

Die Personalverantwortlichen sind beispielsweise viel seltener in der Geschäftsleitung vertreten als die Finanzcontrolling-, Marketing- oder Produktionsverantwortlichen.

Erfreulicherweise kann man feststellen, dass aber die Bedeutung des Personalmanagements in den Unternehmen in den letzten Jahren zunimmt und die Personalverantwortlichen auch immer besser ausgebildet sind. Diese Entwicklung schlägt sich auch bei den IT-basierten Personalmanagementinstrumenten, im Folgenden als Personalinformationssysteme bezeichnet, nieder.

Bei Personalinformationssystemen lassen sich drei Haupttrends beobachten:

1. Die Systeme werden immer integrierter. Dies vor allem bezüglich der Integration aller mitarbeitendenbezogenen Daten. Das heisst, wir werden zunehmend auf einheitlicher Basis verfügbare Daten über gegenwärtige und vergangene Aktivitäten, Rollen, Projekte, Kompetenzen, Ausbildungen, Beurteilungen usw. aller Mitarbeitenden verfügen. Aber auch die Integration der Persona-

linformationssysteme in die IT-Landschaft des Unternehmens (zum Beispiel Leistungsabrechnung, Projektmanagement) und der Unternehmensumwelt (zum Beispiel Pensionskasse, Sozialversicherungen, Behörden) nimmt weiter zu.

2. Die Dateneingaben, die administrativen Eingriffe usw. werden noch weiter dezentralisiert werden. Self-Service-Systeme werden sich weiter verbreiten und damit auch für Vorgesetzte und Mitarbeitende zur Normalität.

3. Die ersten zwei genannten Trends machen einen dritten notwendig: Die dezentrale Verfügbarkeit der verschiedenen Funktionalitäten der Personalinformationssysteme. Die einfachste Lösung dafür sind browserbasierte Technologien. Damit können die Unternehmen frei entscheiden, ob sie eine In-house-Lösung oder ein Application Service Providing möchten. Für die Benutzer entsteht so kein Unterschied.

Mit Risiken verbunden

Ein Unternehmen ist aber nicht gezwungen, diesen Trends zu folgen oder gar vorne dabei zu sein. Es ist vielmehr sinnvoll, dass Unternehmen ihren IT-Einsatz verschiedenartig ausgestalten: Der zurückhaltende, vorsichtige IT-Einsatz, das Schwimmen mit dem Strom – also der IT-Einsatz auf einem Niveau, wie es die Mehrheit macht – oder die aktive Mitgestaltung der Trends (beispielsweise als Pilotanwender). Letzteres kann Konkurrenzvorteile bieten, und zwar sowohl in der frühzeitigen Nutzung von ökonomischen Potenzialen als auch als fortschrittlicher und attraktiver Arbeitgeber. Diese Position birgt selbstverständlich auch grosse Risiken und setzt voraus, dass grosse IT-Kompetenzen sowie entsprechend motivierte und kompetente Mitarbeitende vorhanden sind. Die Mittelposition ist wahrscheinlich die einfachste. Man setzt auf bewährte, aber auch nicht ganz billige Instrumente, und man findet Mitarbeitende, die mit den

Systemen umgehen können. Bei der konservativen Position setzt man ältere, sehr bewährte, typischerweise günstige Instrumente ein. Hier liegen Risiken darin, dass man mehr Schwierigkeiten hat, Mitarbeitende zu finden, die diese Systeme noch kennen, und dass die Wartung schlechter gewährleistet ist und je nach veränderten Rahmenbedingungen (zum Beispiel neues Betriebssystem, veränderte rechtliche Anforderungen wie neuer Lohnausweis) schnell ein vollständiger Systemwechsel erforderlich wird.

Strategie umschreiben

Es ist auf jeden Fall problematisch, dass die – insbesondere die integrierten – Personalinformationssysteme zunehmend das Personalmanagement beeinflussen. Die Aussage von Chandler aus den 1960er-Jahren «Structure follows Strategy» (anstatt «Strategy follows Structure») müsste man heute zumindest im Personalbereich umschreiben in «Structure and Strategy follows IT». Es kann also durchaus sinnvoll sein, einzelne Personalmanagement-Instrumente mit passenden Insellösungen zu unterstützen anstatt das ganze Personalmanagement der Philosophie des Softwareherstellers zu unterzuordnen.

**Prof. Dr. Thomas M. Schwarb
Institut für Personalmanagement und
Organisation
Fachhochschule Nordwestschweiz, Olten*

Ziel: Zu den besten Drei gehören

Der international tätige Trenkwalder-Konzern ist ab sofort flächendeckend in der Schweiz tätig. Mit der Partnerschaft der Schweizer Personalleasing-Unternehmen city job ag und der PL Gruppe ist die Trenkwalder AG an 14 Standorten vertreten. Das Ziel, europaweit zu den besten Drei zu gehören, wird kontinuierlich verfolgt.



TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILD: ZVG.

Die Trenkwalder Personaldienste AG ist der mit Abstand grösste Personalbereitsteller Österreichs und Marktführer in Ungarn, der Slowakei und Tschechien sowie in 13 weiteren europäischen Ländern tätig. Trenkwalder ist mit mehr als 270 Standorten in Europa am Markt vertreten. Durch die Partnerschaft mit der city job ag und der PL Gruppe ist Trenkwalder neu auch in der Schweiz flächendeckend tätig.

Die Zusammenarbeit stellt für alle Seiten eine Win-Win-Situation dar. Davon ist Beat Duschletta, CEO Trenkwalder Schweiz, überzeugt:

«Durch die Zusammenarbeit erwarten wir weitere Wachstumsimpulse. Durch diesen Zusammenschluss können wir unsere Marktposition in der Schweiz erheblich stärken. Mit dieser Partnerschaft machen wir aus 1 + 1 = 3 und können somit noch schneller und aktiver Arbeitgebern motivierte Mitarbeiter und Arbeitnehmern interessanten Stellen anbieten. Ganz nach dem Motto: 'Wir machen es nicht anders, aber motivierter'»

Markt hat Potential

Für die Zusammenarbeit waren aber auch noch

andere Faktoren ausschlaggebend. Duschletta erklärt: «Viele Mitarbeiter aus dem Ausland möchten in der Schweiz arbeiten. Die Schweiz bietet einen extremen Wachstumsmarkt. Mit dem Recruiting-Know-how von Trenkwalder wollen wir die Marktchancen effizient nutzen. Gemeinsam mit unseren starken Partnern wird uns dies auch gelingen. Sowohl die city job ag als auch die PL Gruppe sind eine ideale Ergänzung. Die Voraussetzungen könnten nicht besser sein.»

Heute: Top-Ten

Durch den Zusammenschluss gehört der Trenkwalder-Konzern bereits heute zu den Top-Ten der Branche. Wie jedes andere erfolgreiche Unternehmen ruht sich aber auch der Trenkwalder-Konzern nicht auf den Lorbeeren aus, sondern ist stets bemüht, die Marktposition zu stärken. «Wir wollen weiter wachsen, neue Filialen eröffnen und vielleicht sogar weitere Partnerschaften eingehen. Ziel ist es, zu den Top-Drei der Branchen zu gehören. Zur Zeit beschränken wir uns aber darauf, die neu gewonnenen Synergien zu nutzen», verrät Duschletta über die Ziele des Unternehmens. Laut Duschletta ist es wichtig, nicht nur an den Konzern, sondern auch an die Mitarbeiter zu denken. «Durch die Partnerschaft bieten sich auch für unsere Mitarbeiter neue Möglichkeiten und Weiterentwicklungschancen. Der heutige Arbeitnehmer ist global denkend und möchte auch einmal im Ausland arbeiten. Bei uns bietet sich die Möglichkeit, im EU-Raum zu arbeiten.»

Davon profitieren aber nicht nur die Mitarbeiter, sondern auch die Arbeitgeber. «Die Rekrutierung von Arbeitskräften wird durch unsere internationale Tätigkeit auch für die Unternehmen einfacher. Vorteile ergeben sich auf beiden Seiten», so der CEO. Und zum Schluss: «Der Zeitarbeitsmarkt hat Zukunft. Der Arbeitgeber verlangt nach solchen Dienstleistungen. Und wir bieten sie ihm. Ganz nach dem Motto: 'Achtung! Bei Anruf droht Job'».

one Team – one Spirit: «Wir machen es nicht anders, aber motivierter!»

Die city job ag, PL Personal Leasing AG, mse Personal Service AG und Trenkwalder Personaldienste AG gehen ab sofort gemeinsame Wege und mache 1 + 1 + 1 = 4.

Durch den partnerschaftlichen Zusammenschluss der international tätigen Trenkwalder Personaldienste AG können wir von nun an auf einen Schlag unsere Dienstleistungen an 15 Standorten (Altstätten, Basel, Bern, Biel, Freidorf, Genf, Luzern, Pfäffikon, Rheinfelden, Rorschach, St.Gallen, Weinfelden, Winterthur und Zürich sowie Eschen) flächendeckend in der gesamten Schweiz bis ins Fürstentum Liechtenstein anbieten. Beat Duschletta als CEO und Verwaltungsrat wird die Unternehmen city job ag und PL Personal Leasing AG unter dem Namen Trenkwalder Schweiz mit ihren bisherigen Marken am Schweizer Markt weiterführen. Zusätzlich können wir von dem Recruiting-Know-How der mse Personal Service AG profitieren.

Durch diese Partnerschaft mit der starken regionalen Präsenz von city job ag und PL Personal Leasing AG, der internationalen Anbindung des österreichischen Branchenführers Trenkwalder Personaldienste AG und dem Recruiting-Know-How der mse Personal Service AG werden wir in der Lage sein, noch schneller und aktiver Arbeitgeber und qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammenzuführen und Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern interessante Stellen anzubie-

ten. Ganz nach dem Motto: «Wir machen es nicht anders, aber motivierter!» Denn der Mensch steht im Zentrum unseres Unternehmens und ist der Schlüssel unseres Erfolges. Dieser Grundsatz wird von jedem unserer Personalberater täglich erlebt.

Der Mensch steht sogar doppelt im Zentrum: Einerseits als Kunde, um für ihn den richtigen Mitarbeiter zu finden. Andererseits als Kandidat, denn sie vertrauen uns ihre berufliche Zukunft an. Daher verlangt das Vermitteln von Personal von uns einen doppelten Einsatz!

Für uns ist eine Vermittlung erst dann erfolgreich, wenn Kunde und Kandidat 100-prozentig zufrieden sind und uns auch in Zukunft ihr Vertrauen schenken.

Durch das Recruiting-Know-How, dem internationalen Verbund und unserem geschulten Personal können wir Ihnen qualifizierte Berufleute und Fachkräfte im Temporär- und Feststellenbereich für sämtliche Branchen aus dem In- und Ausland vermitteln. Denn mit der gleichen Sorgfalt, mit der wir die Persönlichkeit und berufliche Qualifikation von Kandidaten prüfen, nehmen wir uns auch den Bedürfnissen unserer Kunden an.

www.cityjob.ch, www.personal-leasing.ch, www.mse.li und www.trenkwalder.com gehen Ihnen einen ersten Eindruck von den motivierten Bewerberinnen und Bewerbern in unserem Kandidatenbulletin sowie von unseren engagierten Personalberaterinnen und -beratern, die Sie bei Ihrer Stellenbesetzung kompetent und tatkräftig unterstützen werden.

Ob übers Internet oder durch einen Anruf – Ihnen «drohen» auf jeden Fall hoch motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter!

Beat Duschletta
CEO und Verwaltungsrat



city job



mse



trenkwalder
Personaldienste Holding AG Schweiz



**www.NZZexecutive.ch
Das Stellen-Portal für Kader
und Fachspezialisten.**

Sie denken an den nächsten Karriereschritt und wollen die besten Angebote im Auge behalten. Oder Sie suchen für Ihr Unternehmen die ideale Lösung, um mit Ihren Stelleninseraten im Internet die passenden Kandidaten zu finden. NZZexecutive.ch ist genau richtig für Sie. Jetzt ausprobieren und profitieren.

NZZexecutive.ch

Gesundheitliche Risikofaktoren – schicksalhaft oder beeinflussbar?

Von allen Schweizerinnen und Schweizern im Alter über 15 Jahren haben 21 % einen erhöhten Blutdruck.

30 % der Frauen und 46 % der Männer sind übergewichtig.

13 % der Frauen und 17 % der Männer haben einen zu hohen Cholesterinspiegel.

30 % der Frauen und 25 % der Männer sind während ihrer Freizeit völlig inaktiv.

Überall begleiten Gefahren und Risiken unser Leben. Denken wir an die Gesundheit, kann es uns nicht gleichgültig sein, ob persönliche Risikofaktoren bestehen, welche die Wahrscheinlichkeit des Auftretens einer lebensbedrohenden Krankheit erhöhen.

So wird die Zahl der **Zuckerkranken** in der Schweiz gegenwärtig auf etwa 250'000 geschätzt. Weltweit dürfte es rund 175 Millionen Diabetiker geben und man rechnet damit, dass es in 25 Jahren etwa 300 Millionen sein werden. 24'148 oder 39,4 % aller Todesfälle im Jahr 2001 liessen sich auf **Herz-Kreislaufkrankheiten** zurückführen (Schweizer Todesursachenstatistik, 2001).

Was ist ein Risikofaktor aus medizinischer Sicht?

Ein gesundheitlicher Risikofaktor ist eine Einflussgrösse, die – abhängig von ihrer Ausprägung – das künftige Auftreten einer Krankheit begünstigt.

Risikofaktoren sind entweder Verhaltensweisen (z.B. das Rauchen), von der Norm abweichende Befunde oder eine Konstellation wie zum Beispiel die Häufung einer bestimmten Krankheit in der Familie. Mehrere Risiken können gleichzeitig bestehen und sich in ihrer Wirkung verstärken.

Es gibt nicht beeinflussbare Risikofaktoren und solche, die sich beeinflussen oder behandeln lassen.

Unserer Einflussnahme entzogen sind Alter, Geschlecht, das gehäufte Auftreten von Krankheiten in der Familie sowie die ethnische Herkunft. Bei einer weit grösseren Zahl von Faktoren können wir jedoch Gegensteuer geben. Das Risiko für gesundheitliche Folgen lässt sich reduzieren, indem wir einen erkannten «ungesunden Zustand» beheben oder eine bereits bestehende

Krankheit möglichst gut therapieren. Herz-Kreislaufkrankheiten und Diabetes mellitus TypII (Zuckerkrankheit, früher «Alterszucker» genannt) mit seinen Komplikationen nehmen eine besondere Stellung ein.

Was können wir mit gezielten Massnahmen erreichen?

Schnelles Gehen, Joggen, Radfahren, 30 bis 45 Minuten täglich

Reduziert das Risiko für Herz-Kreislaufkrankheiten um etwa 45 %, senkt das Diabetesrisiko im gleichen Ausmass, verringert das Osteoporoserisiko

Mediterrane Ernährung (Mittelmeerküche)

Reduziert das Risiko für Herz-Kreislaufkrankheiten um 30 bis 35 % und senkt bei gleichzeitiger Gewichtsreduktion und mehr Bewegung das Diabetesrisiko um mehr als 50 %.

Nikotinverzicht

Er lohnt sich auf jeden Fall, denn Rauchen von 20 Zigaretten pro Tag erhöht d'as Risiko für Herzinfarkt gegenüber Nichtrauchern auf das Vierfache. Beim Konsum von nur 5 Zigaretten täglich ist das Risiko immer noch doppelt so hoch, zudem fördert Rauchen die Osteoporose.

Quellen:

1. Yusuf S. et al, the interheart study: Effect of potentially modifiable risk factors associated with myocardial infarction in 52 countries; The Lancet, september 2004
2. Pinkney J. Prevention and cure of typ 2 diabetes. BMJ 2002;325:232-3
3. Schweizerische Herzstiftung, Gesundheitsbefragung von 2002 in der Schweiz und Krankenhausstatistik

Vivit gesundheits ag am Ostschweizer Personaltag

Die vivit gesundheits ag leitet am Ostschweizer

Personaltag den CSS Workshop «Relaunch ab 45. Stärken und Nutzen der Ressource Gesundheit.»

Die vivit gesundheits ag ist ein Unternehmen der CSS-Gruppe und bietet umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Medizin, Ernährung, Fitness und Life-Balance. Die vivit-Angebote verbinden Gesundheit mit Erlebnis und Genuss; sie richten sich an Firmen und Privatpersonen.

Weitere Informationen:

www.vivit.ch
vivit gesundheits ag
 Hirschengraben 13
 6003 Luzern
 Tel. 041 226 18 08
 info@vivit.ch



Das umfassendste Weiterbildungsangebot im Kanton Thurgau

Das Bildungszentrum Wirtschaft Weinfelden (BZWW) ist für die Ausbildung von Kaufleuten zuständig. Die Weiterbildung des BZWW gehört mit über 3800 Kursteilnehmer/innen jährlich und mehr als 210 Angeboten im Programm zu den führenden Anbietern der Ostschweiz. Direkt neben dem Bahnhof von Weinfelden gelegen, ist es dank der guten Verkehrsverbindungen schnell und einfach erreichbar.

Sprachen, Wirtschaft, Informatik und Persönlichkeit sind die vier Bereiche, die am BZWW in Weinfelden geschult werden. Das BZWW ist ausserdem Prüfungszentrum für DELF/DALF (Diplôme d'Etudes en Langue Française), MOS

(Microsoft Office Spezialist), SIZ (Schweizerisches Informatikzertifikat), ECDL (European Computer Driving License), Multicheck (Eignungsprüfungen für angehende Lernende im kaufmännischen Bereich, Detailhandel, Gewerbe und technischen Berufen). Zusätzlich vermietet das BZWW Räume und Infrastruktur für Seminare. Seit 2002 ist die Schule zertifiziert nach Standard ISO 9001:2000.

Ausgezeichnete Prüfungsergebnisse bei eidg. Fachausweisen

Über 30 Lehrgänge mit internem, schweizerischem oder internationalem Zertifikat werden am BZWW angeboten. Seit Jahren erreichen

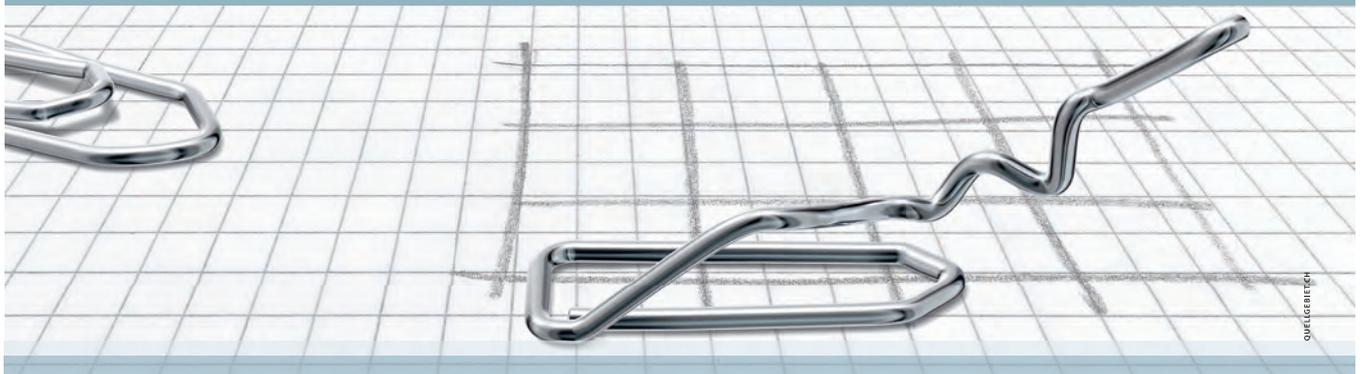
die Absolventen der Vorbereitungslehrgänge überdurchschnittliche Prüfungsergebnisse.

Neues Kursprogramm 2007/08 ab August

Das neue Kursprogramm ist im Internet unter www.wbzw.ch verfügbar und kann als Kursbuch via weiterbildung@bbz.ch <<mailto:weiterbildung@bbz.ch>> bestellt werden.

Bildungszentrum Wirtschaft Weinfelden
Weiterbildung

Thurgau



Selbstbewusstsein, das von Innen kommt.

Am Anfang merken Sie den Höhenunterschied noch nicht. Aber mit dem Aufstieg kräftigt sich Ihr Selbstbewusstsein von Innen. Sie beginnen unten und steigen Modul um Modul höher. Für **Sprachen, Informatik, Wirt-**

schaft und Persönlichkeitsbildung bieten wir über 200 Einstiegsmöglichkeiten. Das Bildungszentrum Wirtschaft in Weinfelden erreichen Sie telefonisch unter **071 626 86 10**, im Internet unter www.wbzw.ch und per

Bahn von Frauenfeld, Gossau, Kreuzlingen, Romanshorn oder Wil her. Vom Bahnhof Weinfelden sind es noch ein paar Schritte in eine Lerngruppe mit faszinierenden Leuten.

Weiterbildung schafft Vorsprung

Berufliche Weiterbildung ist heute mehr als eine Freizeitbeschäftigung von Mitarbeitenden. Unternehmen, welche wettbewerbsfähig bleiben wollen, benötigen gut ausgebildetes und motiviertes Personal.

DR.OEC.HSG THIERRY KURTZEMANN
SCHULLEITER / PROREKTOR

Die Akademie St. Gallen bietet eine ganze Palette von berufsbegleitenden Kursen und Lehrgängen im kaufmännischen Bereich an.

Kompetenz Rechnungswesen

Der Lehrgang Sachbearbeiter Rechnungswesen richtet sich an Personen, die als Sachbearbeiter in Teilbereichen des finanziellen und betrieblichen Rechnungswesens tätig sind. Ein idealer Einstieg mit einem gesamtschweizerisch anerkannten Zertifikat vom Kaufmännischen Verband KV Schweiz und von edupool.ch.

Vertieftes und umfassendes Wissen vermittelt der Lehrgang für Fachleute im Finanz- und Rechnungswesen. Der Lehrgang bereitet auf die eidgenössische Berufsprüfung vor und dauert 3 Jahre. Absolventen können eine Leitungsfunktion im gesamten Aufgabenbereich des Finanz- und Rechnungswesens übernehmen.

NEU: HFW Banking & Finance

Die HFW Banking & Finance führt zum eidgenössisch anerkannten Abschluss «Betriebswirtschafter HF mit Vertiefung in Banking & Finance». Sie bildet berufsbegleitend Kaderleute für Bank- und Finanzinstitute aus und bereitet zur Übernahme von Fach- und Führungsverantwortung vor. Zielgruppen sind Personen, die sich neben betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen umfassendes bankfachliches und finanzspezifisches Fachwissen aneignen wollen. Der Lehrgang startet in St. Gallen im Oktober 2007.

Kompetenz Controlling

Der Lehrgang für Experten in Rechnungslegung und Controlling schliesst mit einem eidgenössischen Diplom ab. Absolventen kennen moderne Controllingsysteme und sind in der Lage, diese zu konzipieren und einzuführen. Sie können mit strategischen und operativen Führungsinstrumenten umgehen. Die gut zweijährige Ausbildung bewegt sich hinsichtlich des Anspruchsniveaus auf Stufe Fachhochschule.

Kompetenz Unternehmensführung

Ganzheitliche Unternehmensführung steht im Zentrum der HFW General Management. Sie bereitet auf Führungsfunktionen der unteren und mittleren Kaderstufe vor und ist die höchste nicht-universitäre Generalistenausbildung im betriebswirtschaftlichen Bereich. Sie dauert berufsbegleitend drei Jahre und vermittelt Fach-, Methoden- sowie Sozialkompetenz.

Für mehr Informationen:

Akademie St. Gallen
Kreuzbleichweg 4
9000 St. Gallen

Tel: 071 274 36 30

E-mail: info@akademie.ch
www.akademie.ch

AKADEMIE
ST.GALLEN

Akademie St. Gallen – Differenzierung macht den Unterschied



Herr Kurtzemann, wodurch zeichnet sich Ihre Schule speziell aus?

Unsere Differenzierung baut auf 3 Kernelemente: Qualität, Effektivität und Kontinuität.

Können Sie das noch etwas präzisieren?

Qualität bedeutet für uns vor allem motivierte und fachlich kompetente Lehrkräfte. Auch hohe Erfolgsquoten bei eidgenössischen Diplomprüfungen sind für uns ein wichtiger Qualitätsstandard.

Wie ist Effektivität zu verstehen?

Unsere Aufgabe ist es, Studierende auf dem Weg zu ihrem Ausbildungsziel optimal zu unterstützen und ihre Fähigkeiten vollumfänglich zum Tragen zu bringen - bis zum Erfolg! Dabei setzen wir auf Selbstverantwortung und regelmässige Lernkontrollen. Die Zielerreichung steht bei uns im Vordergrund.

Sie sind eine kantonale Bildungsinstitution?

Ja, und das hat nur Vorteile für unsere Kunden. Denn unser Eigentümer erwartet keine Rendite und sichert Kontinuität. Dadurch bieten wir unseren Kunden ein ausgezeichnetes Preis-Leistungsverhältnis. Zudem erlaubt das stabile unternehmerische Umfeld, uns vollumfänglich auf das Kerngeschäft «Wissensvermittlung» zu konzentrieren.

P. M.S.

Personalberatung Martin Schönenberger AG

Wussten Sie, dass man Unternehmenserfolg mit sechs Buchstaben schreiben kann?

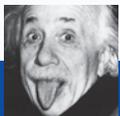
Gutes Personal zu finden gehört zu den grössten Herausforderungen des Managements der Zukunft. Die richtigen Mitarbeitenden bringen einem Unternehmen viel – Ausbildung, Fähigkeiten, Können, Talent und Erfahrung. Oder in einem Wort mit sechs Buchstaben ausgedrückt: Wissen.

P.M.S. vermittelt Wissen.

Personalberatung • Personaltreuhand • Personalförderung
Oberer Graben 22 • 9001 St.Gallen • Telefon 071 227 24 44
www.pms-personal.ch • info@pms-personal.ch

ETBH BSW_435702.003

PARCON – persönlich, professionell, profiliert



«Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft,
denn in ihr gedenke ich zu leben.»

Albert Einstein (14.03.1879–18.04.1955)

**Personalberatung
Personalkonzepte
Personalausbildung**

**P A R
C O N**

www.parcon.ch

**PARCON
PERSONALTREUHAND AG**
Auer Strasse 6a
CH-9435 Heerbrugg
Telefon +41 (0)71 727 11 11

**PARCON
MANAGEMENT AG**
Auer Strasse 6a
CH-9435 Heerbrugg
Telefon +41 (0)71 727 11 11

**PARCON ST.GALLEN
PERSONALTREUHAND AG**
Bankgasse 1
CH-9001 St.Gallen
Telefon +41 (0)71 220 20 40

Wie Kleinunternehmen im Personal- und Lohn-Bereich sich von administrativem Aufwand befreien und Kosten sparen!

Business Process Outsourcing (BPO) nennt sich die Verlagerung IT-basierter Geschäftsprozesse, welche nicht zur Kernkompetenz des Unternehmens gehören, nach aussen.

Das neue an BPO ist die Tatsache, dass der Dienstleister Aufgaben übernimmt und diese IT-gestützt umsetzt. Dies bedeutet keine Software-Investitionen und eine wesentliche Verringerung des administrativen Aufwandes. Ein typisches Beispiel für BPO sind Personaladministration und Lohnverarbeitung. Dabei wickelt ein externer Dienstleister mit Hilfe einer professionellen Personal-Management-Lösung alle Vorgänge in seinem Rechenzentrum ab: er erledigt die Mitarbeiterverwaltung, erstellt Formulare und gesetzeskonforme Lohnabrechnungen, weist die Auszahlungen an, übernimmt die Jahresendverarbeitung mit den Sozialversicherungen oder erzeugt Statistiken für Verbände und das BfS. Zusätzlich liefert er auf Wunsch weitere, individuelle Leistungen: Das können Dateien zur internen Weiterverarbeitung ebenso sein wie Spezialauswertungen oder allgemeine HR-Beratung. Dies und eine zur Verfügung stehende Internet-Informationenplattform unterscheiden auch den BPO-Anbieter von der reinen Treuhandlösung für externe Lohnverarbeitung.

Mehr als nur „verlängerte Werkbank“

Überlastete Mitarbeiter, Kostenüberlegungen, Security und das Stellvertreterproblem sind nur einzelne Beweggründe, denn fehlendes Fachpersonal bedeutet auch fehlendes Fach-Know-how. Angesichts der zahlreichen Landes- oder Kanton-spezifischen Vorgaben ist es beinahe unmöglich, ständig auf dem aktuellen Stand der Gesetzgebung für Steuern, Sozialversiche-

rungen und Arbeitsrecht zu sein. Deshalb sollte BPO mehr sein als nur eine „verlängerte Werkbank“, die lediglich die vorhandenen Prozesse übernimmt. Ein Mehrwert entsteht durch die Analyse, das Controlling und die Optimierung dieser Prozesse durch den Dienstleister. Dementsprechend sollte er nicht nur IT-Spezialist, sondern auch Fachmann in Sachen Personal und Lohn sein.

Kontakt:
swisspayroll ag
marketing@sps-ag.ch
www.sps-ag.ch oder
www.swisspayrollservices.ch

swisspayroll ag ist eine Tochtergesellschaft der INEL-DATA AG, Sirnach welche seit über 25 Jahren zu den führenden Software-Herstellern und Dienstleistern im Bereich Personalmanagementsysteme zählt. Mit INEL-PERS bietet das Unternehmen eine Lösung in den Bereichen Lohnbuchhaltung und Personalinformation an, das speziell auf CH und FL Bedürfnisse abgestimmt ist und sämtliche Geschäftsprozesse einer HR-Fachabteilung abdeckt. Dienstleistungen in den Bereichen ASP und Payrollsystem (externe Lohnverarbeitung) runden das Angebot ab.

Die INEL-DATA AG sieht sich nicht nur als Software-Lieferant, sondern als Partner für ein effizientes Human Resources Management.

(www.ineldata.ch)

Zeiterfassung

- ▶ Absenzmanagement
- ▶ Leistungs- und Aktivitätenerfassung
- ▶ Personaleinsatzplanung
- ▶ Betriebsdatenerfassung (BDE)
- ▶ Mobile Zeiterfassung
- ▶ Zutrittskontrolle
- ▶ ARV-Auswertung & Datenarchivierung



Projektierung, Verkauf, Schulung und Service aus einer Hand:

Mobatime Swiss AG 8600 Dübendorf

Tel. 044 802 75 75

Mobatime Swiss SA 1052 Le Mont-sur-Lausanne

Tél. 021 654 33 50

Richtig
hebe und
tragen!

Gesunde und leistungsfähige Mitarbeitende – das wichtigste Kapital in Ihrem Unternehmen.

Das Kursangebot der Suva zu Ergonomie und Gesundheitsförderung:

- Lehrgang Betriebliche Gesundheitsförderung
- Ergonomie
- Absenzenmanagement

Mehr unter: www.suva.ch/kurse

Die Suche nach der besten Pensionskasse

Der Erfolg einer Firma ist letztlich vor allem den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu verdanken. Eine gute Personalpolitik kann somit als eine wichtige Grundlage für den Firmenerfolg gesehen werden. Neben dem direkten Gehalt gehört die Pensionskasse zweifellos zum bedeutendsten Element einer Benefits-Strategie eines Unternehmens. Immerhin umfassen die Gesamtbeiträge an die Pensionskasse ca. 10 bis 15 % der direkten Lohnkosten.



Der Autor, Dr. rer. publ. HSG Jaap van Dam, ist seit acht Jahren bei PricewaterhouseCoopers AG in St. Gallen im Bereich Pension Consulting tätig. Er betreut und unterstützt eine Mehrzahl von Firmen in der Deutschschweiz bei ihren Vorsorgefragen, sei es mit eigener Pensionskasse oder mit Anschluss bei einer Sammelstiftung. Er ist Mitglied des Stiftungsrates und der Anlagekommission der Pensionskasse der PwC. Für Informationen oder eine Besprechung dieses Beitrags steht er gerne zur Verfügung: jaap.van.dam@ch.pwc.com, Tel. 058 – 792 74 97.

Auswahl und Optimierung von Vorsorgelösungen für KMUs

Kleinere und mittlere Unternehmen sehen sich vielfach gezwungen, ihre Personalvorsorge über eine Sammelstiftung abzuwickeln. Der folgende Artikel soll aufzeigen, wie Firmen die richtige Sammelstiftung ermitteln können. Folgende Elemente werden angesprochen:

- Auswahl des Beraters und seine Konditionen
- Kriterien für die Auswahl der Pensionskasse
- Vorgehensweise und zu erwartende Effekte.

1. Auswahl des Beraters und seine Konditionen

Im Markt der beruflichen Vorsorge sind die folgende Vertriebskanäle wahrzunehmen:

1. Unternehmensberater, angestellt von den Versicherungsgesellschaften;
2. Versicherungsbroker, in der Regel auf Provisionsbasis tätig;
3. Unabhängige Unternehmensberater und PK-Experten, auf Honorarbasis tätig.

Ähnlich wie im Gesundheitsbereich ist auch in der beruflichen Vorsorge die Wahl des Beraters mitentscheidend für die Diagnose und die anschliessenden Empfehlungen. Dieser Auswahl ist deswegen sehr grosse Aufmerksamkeit zu widmen.

Der Berater soll über fundiertes Fachwissen im System der beruflichen Vorsorge sowie über das Funktionieren einer Pensionskasse verfügen. Des Weiteren sind umfassende und detaillierte Kenntnisse des Marktes gefragt.

Manche Sammeleinrichtungen richten Abschlussprovisionen und Betreuungscourtage aus. Diese sind vom Umfang des Vertrags abhängig und einmalig oder jährlich wiederkehrend. Bereits bei mittelgrossen Verträgen kann es sich rasch um nam-

hafte Beträge handeln. Andere Sammeleinrichtungen (vorab Verbandskassen) zahlen keine Provisionen oder sind hierin sehr zurückhaltend.

Im Rahmen der Auftragserteilung ist das Entschädigungsmodell schriftlich zu vereinbaren. Der Auftraggeber hat grundsätzlich ein Anrecht darauf, über bestehende Provisionsvereinbarungen informiert zu werden.

2. Auswahl der geeigneten Pensionskasse

Es gibt in der Schweiz über 300 regional und national tätige Sammel- und Gemeinschaftseinrichtungen. Diese sind sehr unterschiedlich nach Rechtsstruktur, nach Art der Trägerschaft, nach Risikoverteilung und nach Marktauftritt. Nur ein Bruchteil davon ist in der Öffentlichkeit bekannt.

Bei der Wahl der geeigneten Sammelstiftung kann man sich auf die folgenden wesentlichen Kriterien beschränken. Demnach gilt jene Sammelstiftung als die beste, bei der

- die Performance und die Verzinsung des Deckungskapitals maximal,
- die Risikoprämie im Vergleich zum versicherten Risiko minimal,
- die Verwaltungskosten in Relation zum erbrachten Dienstleistungsservice minimal,
- und die Mitspracherechte im erforderlichen Rahmen sind.

Zudem ist die unterschiedliche Bedeutung und Gewichtung dieser Kriterien zu beachten: Eine dauerhaft hohe Verzinsung des Deckungskapitals fällt viel mehr ins Gewicht als niedrige Risikoprämien und Verwaltungskosten.

Zu erwartende Effekte

Unterschiede bei den Pensionskassen zeigen sich bei den Risikoprämien und bei den Ver-

waltungskosten mit Differenzen im Markt von bis zu 30 Prozent. Pro Person kann dies mehrere Hunderte bis einige Tausend Franken jährlich ausmachen. Massive Unterschiede zeigen sich häufig bei den hochgerechneten Endaltersguthaben und den davon abgeleiteten Altersleistungen. Hier wird entschieden, ob die versicherte Mitarbeiter im Rentenalter über eine eher bescheidene Altersvorsorge oder über eine gute Altersvorsorge verfügen werden.

3. Optimierung des Vorsorgeplans

Ein Beratungsprojekt umfasst in der Regel zwei Phasen: Nach Evaluation und Auswahl des geeigneten Vorsorgeträgers wird eine Optimierung des Vorsorgeplanes angestrebt.

Dabei sind folgende Aspekte anzusprechen:

- Höhe und Zusammensetzung von Risikoleistungen
- Höhe und Finanzierung der Sparleistungen, generell und im Kaderbereich
- Berücksichtigung flexibler Lohnanteile (Provision oder Bonus) im versicherten Lohn
- Vergleich mit Benefit-packages von Konkurrenten auf dem Arbeitsmarkt

Fazit

- Bei vielen Firmen ist das Deckungskapital in der Pensionskasse grösser als das Eigenkapital der Unternehmung. Der Auswahl und der professionellen Führung der Pensionskasse ist zunehmende Aufmerksamkeit beizumessen.
- Die Vielfältigkeit im Markt ist dermassen gross, dass es für einen Laien kaum möglich ist, sämtliche verfügbaren Optionen zu kennen.
- Der unabhängige Berater muss diese Optionen kennen und aufzeigen. Er soll die Auswahl auf einige wenige Alternativen reduzieren können. Diese Reduktion muss aber für den Kunden jederzeit transparent und nachvollziehbar sein.
- Das skizzierte Auswahl- und Optimierungsverfahren ist häufig eine aufwendige Angelegenheit mit mehreren Sitzungen. Aufgabe des Beraters ist es, die Wirkung der Vorsorgemodelle aufzuzeigen und den Kunden dabei auf die wirklich wesentlichen Parameter aufmerksam zu machen.

CITY-GARAGE AG

Die Vertrauensgarage ganz in Ihrer Nähe



info@city-garage.ch **Lerchenfeld** 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



Autozubehör
 Lerchenfeld St. Gallen
 Tel. 071 274 80 70 Fax 071 274 80 70



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
 Breitstrasse 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



Kultur- und Kongresszentrum, Luzern

Partner für anspruchsvolle
 Projekte in Stahl und Glas



Tuchs Schmid
 Tuchs Schmid AG
 CH-8501 Frauenfeld
 Telefon +41 52 728 81 11
 www.tuchs Schmid.ch

ProTIP Personalvorsorgestiftung

Spezielle BVG-Lösungen für KMU

➔ kostenlose Offerte

Hauptstrasse 36, 8546 Islikon, 052 369 05 65



Raubritter, Henker und Minnesänger vermitteln wir nicht. Sonst praktisch alle.



Egal, ob Sie Arbeit suchen oder Arbeit anbieten. Bei uns finden Sie die optimale Ergänzung. Wie auch immer Ihre Vorstellungen aussehen.

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
 Obgass 23 FL-9494 Schaan
 Tel. +423 239 80 60 Fax +423 239 80 66
 www.derprofi.li profi@derprofi.li



Lunch-Check löst Verpflegungsprobleme

Die Schweizer Lunch-Check stellt Arbeitgebern aus der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein ein bargeldloses Verpflegungssystem zur Verfügung. Über 500 Firmen geben ihren Mitarbeitern zweckgebundene Verpflegungsbeiträge in Form von Lunch-Checks ab. Seit ihrer Gründung 1961 weist die Genossenschaft ein stetiges Wachstum auf. Allein in den letzten fünf Jahren konnten die Verkäufe um 30 Prozent gesteigert werden. 2006 belief sich der Gesamtumsatz auf über 67 Millionen Franken.

Kostengünstige Alternative

Interne Verpflegungseinrichtungen wie Kantinen oder Personalrestaurants sind aufwändig und teuer. Im Gegensatz zu Verpflegungsbeiträgen in Form von Lunch-Checks, die keine zusätzlichen Kosten verursachen.

Vorteile bei Sozialabgaben

Mit der Abgabe von Lunch-Checks werden bei Sozialabgaben Einsparungen erzielt.

Verpflegungsbeiträge in Form von Lunch-Checks bis maximal 180 Franken pro Monat oder Lunch-Checks, die der Arbeitgeber um maximal 180 Franken pro Monat verbilligt, gehören nicht zum massgebenden Lohn. Sie sind, im Gegensatz zu Barentschädigungen, von AHV/IV/EO/ALV-Beiträgen befreit. Die gleiche Regelung gilt auch für den neuen Lohnausweis.

Bei Arbeitnehmern geschätzt

Lunch-Check-Essensentschädigungen sind beliebte Lohnnebenleistungen. Arbeitnehmer profitieren dank dem breiten Angebot mit 4'500 Gastbetrieben von individuellen Verpflegungsmöglichkeiten.

Schweizer Lunch-Check

Gotthardstrasse 55

Postfach 2120

8027 Zürich

Telefon 044 202 02 08

Fax 044 202 78 89

www.lunch-check.ch

info@lunch-check.ch

Anzeige

Ihre Zufriedenheit - unser Bestreben

Ob Seminar, Kongress, Weiterbildung, Sitzung oder Präsentation

5-800 Personen finden bei uns die besten Voraussetzungen.

Nutzen Sie unsere Erfahrung und Flexibilität.



THURGAUERHOF
KONGRESSZENTRUM
HOTEL
CH-8570 WEINFELDEN





Hotel Thurgauerhof
Thomas-Bornhauser-Strasse 10, CH-8570 Weinfelden
Telefon +41 71 626 33 33, Telefax +41 71 626 34 34
info@thurgauerhof.com, www.thurgauerhof.com

www.meeting-thurgau.ch

Meeting **Thurgau** 

**GREUTERHOFISLIKON • KARTAUSEITTINGEN • SCHLOSSFREUDENFELSESCHENZ
SEEHOTELKRONENHOFBERLINGEN • SEE & PARKHOTELFELDBACHSTECKBORN
KLOSTERGUTPARADIESCHLATT • LILIENBERGERMATINGEN • SEEHOTELSCHIFF
MANNENBACH • HOTELBAD-HORN HORN • SEMINARHOTELUNTERHOF
DIESSENHOFEN • ROMANTIKHOTELKRONEGOTTLIEBEN • HOTELTHURGAUERHOFWEINFELDEN • HOTEL
SEEGARTENARBON • HOTELMETROPOLARBON • BILDUNGSHAUSKLOSTERFISCH
INGEN • GREUTERHOFISLIKON • KARTAUSEITTINGEN • SCHLOSSFREUDENFELSESCHENZ • SEEHOTELKRONENHOFBERLINGEN • SEE & PARKHOTELFELDBACH
STECKBORN • KLOSTERGUTPARADIESCHLATT • LILIENBERGERMATINGEN • SEEHOTELSCHIFFMANNENBACH • HOTELBAD-HORN HORN • SEMINARHOTELUNTERHOF
DIESSENHOFEN • ROMANTIKHOTELKRONEGOTTLIEBEN • HOTELTHURGAUERHOFWEINFELDEN • HOTELSEEGARTENARBON • HOTELMETROPOLARBON**

Die besten Adressen für Ihren Erfolg.

99 Jahre Verpackungs-Know-how



Vor 99 Jahren begann die Erfolgsgeschichte der hohlflex ag als Einmannbetrieb, der Schnüre und Packpapier verkaufte. Heute werden beim Unternehmen in Abtwil hochwertige Verpackungen im Flexodruckverfahren hergestellt.



Christian Hohl, Besitzer und Geschäftsführer von hohlflex.

Die hohlflex ag feiert 2008 ihr Hundertjahr-Jubiläum. Angefangen hatte Konrad Hohl, der Urgrossvater des heutigen Besitzers und Geschäftsführers Christian Hohl, als Einmannunternehmen, das Verpackungsprodukte vertrieb. Das Unternehmen wuchs, und auch der Grossvater stieg ins Geschäft ein. «Sie mieteten den gesamten ersten Stock im Hauptbahnhof in St.Gallen und vertrieben ihre Produkte von dort aus. In den 50er-Jahren kam schliesslich auch mein Vater dazu, und das war der Zeitpunkt, als man begann, Produkte nicht nur zu vertreiben, sondern auch selbst herzustellen», sagt Christian Hohl. 1967 habe sein Vater in Abtwil Land gekauft und sein Unternehmen am heutigen Standort platziert. Dort stellte das Unternehmen Verpackungen für die Textilindustrie – also beispielsweise Hemdenverpackungen oder Säcke für Strümpfe – her. Als die Konkurrenz in diesem Gebiet zu gross wurde, entschloss sich das Unternehmen, eine Nische zu suchen – und fand sie in der Bedruckung der Ver-

packungen. Als die Textilindustrie in der Region mehr und mehr zurückging, suchte die hohlflex AG – damals noch Hohl & Co AG, den neuen Namen gibt es erst seit rund einem Jahr – neue Märkte und fand diese in der Nahrungsmittelindustrie. «Damals war die Haupteinnahmequelle des Unternehmens bereits der Druck. Vor rund zehn Jahren beschlossen wir, definitiv auf den Druck zu setzen – genauer gesagt, auf den Flexodruck.»

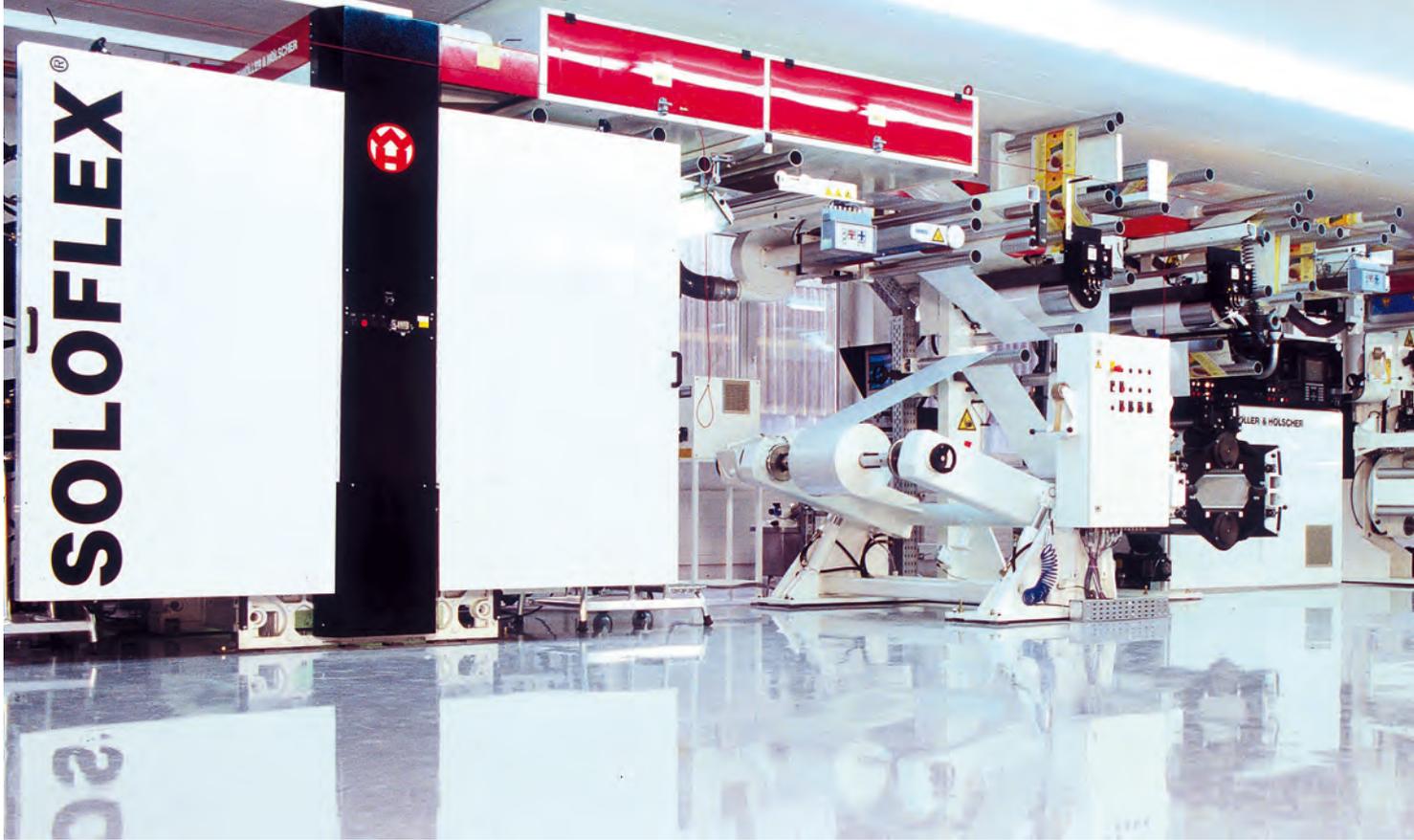
Einen Mehrnutzen bieten

Diese konsequente Strategie war erfolgreich. Nicht anders ist zu erklären, dass hohlflex heute zum Beispiel das Monopol beim Bedrucken von Käsetiketten in der Schweiz hat und in diesem und anderen Bereichen auch im übrigen Europa sehr erfolgreich ist. Dieses Engagement im Ausland wird sich denn auch in den nächsten Jahren noch verstärken. «Momentan exportieren wir rund 30 Prozent unserer Produkte, 70 Prozent bleiben im Land. In Zukunft werden wir jedoch noch mehr auf den Export setzen. Der Markt in der Schweiz ist gut besetzt, im Ausland hingegen gibt es noch sehr grosses Potenzial», sagt Hohl. Dieser Erfolg ist nicht selbstverständlich, gilt doch die Schweiz

als teurer Herstellungsort und hat mit den entsprechenden Vorurteilen zu kämpfen. «Aus diesem Grund sind wir tief in Nischen tätig. Wir suchen uns unseren Weg durch Spezialitäten und haben uns auf unserem Gebiet einen Know-how-Vorsprung erarbeitet. So müssen wir unsere Produkte auch nicht nur über den Faktor geringe Kosten definieren – das könnten wir gar nicht – sondern bieten mit unseren Verpackungen einen Mehrnutzen, den andere nicht bieten können.» Gerade im Bereich der Nahrungsmittel sei es wichtig, dass die richtige Verpackung mit dem richtigen Druck für das richtige Produkt da sei, da beispielsweise die Geschmacksdichtheit der Verpackung sehr wichtig sei. Eine Verpackung müsse verschiedenste Funktionen erfüllen und auch ökologisch wie ökonomisch Sinn machen. «Wir verpacken etwas so gut wie nötig und nicht so gut wie möglich.»

Langjährige Partnerschaften

Dass hohlflex eine optimale Verpackung für die Kunden garantiert, ist einer der Faktoren, der entscheidend für den Erfolg des Unternehmens ist – denn die Kunden müssen darauf vertrauen können, das Beste zu erhalten. «Das Vertrau-



8-Farben Druckmaschine mit Inline-Kaschierung: Hier werden die hochwertigen Drucke hergestellt.

en ist – gerade im heiklen Nahrungsmittelbereich – ein sehr wichtiger Faktor. Aus diesem Grund pflegen wir mit unseren Kunden eine intensive Partnerschaft. Wir haben viele Kunden, die schon jahre- oder jahrzehntelang mit uns zusammenarbeiten. Dies funktioniert nur dann, wenn nicht nur das Produkt, sondern auch der persönliche Draht zum anderen Unternehmen stimmt», sagt Hohl. Wichtig dabei ist auch die Flexibilität, auf individuelle Kundenwünsche eingehen zu können, was bei hohlflex – wie es schon der Name sagt – nicht nur selbstverständlich, sondern geradezu Programm ist. Dies verdankt das Unternehmen auch seiner Grösse. «Wir sind ein Unternehmen mit rund 40 Mitarbeitern und damit überschaubar. In einem Grossunternehmen wäre ein so schnelles Reagieren, wie wir es können, gar nicht möglich.» Es habe schon Situationen gegeben, da seien Freitagabend erst die Druckdaten eingetroffen und Montagmorgen hätten die bedruckten Folien das Geschäft verlassen müssen. «Da gibt es dann halt auch mal Sonntagsarbeit – was wir dank der Flexibilität unserer Mitarbeiter tun können.»

Wenn ein Kunde zu hohlflex kommt, um seine Verpackungen drucken zu lassen, sind die Bedürfnisse häufig unterschiedlich. Die Mehrheit der Kundschaft hat eine genaue Vorstellung, wie die Verpackung aussehen und aus welchem Material sie hergestellt sein soll. «Jedoch gibt es auch solche, die noch nicht genau wissen, welches Material das Richtige ist. Dort können wir dank unserer langjährigen Erfahrung die richtigen Empfehlungen abgeben», so Hohl. Die hohlflex ag stellt die Folien, die bedruckt werden, nicht selber her. «Das würde keinen Sinn machen.

Diese Folien werden in so grossen Mengen hergestellt, da könnten wir preislich nie mithalten in unserer Unternehmensgrösse. Unsere Aufgabe ist es, die Folien zu veredeln, zu bedrucken, den richtigen Lack aufzutragen und die Folien zu beschichten. In diesem Gebiet liegt unser Know-how.»

Grosses Potenzial für die Zukunft

Das Know-how ist sehr wichtig im Gebiet des Flexodrucks, jedoch muss auch in die Infrastruktur sehr viel investiert werden, um stets auf dem neusten Stand der Technik und Entwicklung zu sein. «Der Markt, in dem wir tätig sind, ist sehr investitionsintensiv. Eine neue Produktionsanlage kostet schnell zwei bis drei Millionen Franken, was nicht so einfach zu tragen ist.» Dennoch ist Christian Hohl vom Potenzial des Unternehmens und der Märkte, in denen das Unternehmen tätig ist, überzeugt: «Der Nahrungsmittelmarkt ist schier unerschöpflich, und es werden immer wieder neue Verpackungen gebraucht. hohlflex ist heute beispielsweise auch für den Druck von Etiketten für PET-Getränkeflaschen zuständig. Die grossen Getränkekonzerne wie Coca Cola, die ihre Getränke für die Schweiz auch in der Schweiz abfüllen, suchen nationale Partner. Da können wir Hand bieten. Auch im Wellnessbereich ist ein riesiges Potenzial, weil da viele Produkte auf den Markt kommen, die es vorher noch nicht gab und die daher die geeignete Verpackung benötigen.» Auch der Pharmamarkt sei sehr interessant, auch wenn dort noch strengere Herstellungsvorschriften herrschen würden, als im Nahrungsmittelmarkt – und dort sind die Vorschriften bereits äusserst streng.

hohlflex ist nach BRC (British Retail Consortium)-Standard zertifiziert, womit garantiert ist, dass beispielsweise die Hygiene des Betriebs und die Prozesse sehr gut sind.

In einem Jahr wird die hohlflex ag 100-jährig, was ein Grund ist, stolz zurückzublicken. Jedoch geht der Blick vor allem auch in die Zukunft des Unternehmens. «Wir sind in stetiger Veränderung und suchen immer wieder neue Wege, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein», sagt Christian Hohl. «Für uns bedeutet das, dass wir uns künftig in der Wertschöpfungskette so platzieren, dass wir noch weniger 'einfach so' ersetzt werden können. Wir müssen nicht nur auf Produkte setzen, sondern auch auf Dienstleistungen, die wir unseren Kunden anbieten, so dass sich diese auf ihr eigentliches Kerngeschäft konzentrieren können.» Dies könnte beispielsweise bedeuten, dass die Produkte bei hohlflex auch abgepackt würden statt die Verpackungen zum Kunden zu senden, oder dass er gewisse Waren bei hohlflex lagern könne. Am heutigen Standort in Abtwil sind solche Pläne, die auch immer Wachstum des Unternehmens bedeuten, kaum zu verwirklichen. Denn das Unternehmen, das 1967 noch allein auf weiter Flur stand, ist heute «eingekesselt» zwischen einem grossen Kino, einer Sportanlage und Wohnhäusern. «Wir suchen daher nach neuen Standorten, an denen wir uns niederlassen können, um hohlflex weiterzubringen», sagt Hohl – und unterstreicht damit, dass 99 Jahre hohlflex noch keineswegs reichen.

Regionale Wirtschafts- und Polit-News mit Biss



LEADER

MetroComm AG | Zürcherstrasse 170 | 9014 St.Gallen
Abos erhältlich unter Tel. 071 272 80 50
www.leaderonline.ch | leader@metrocomm.ch



Ein echter Profi

Der brandneue Iveco Daily: Seine Robustheit und Vielseitigkeit werden Sie überzeugen. Sein Design und sein Komfort werden Sie begeistern. Am besten, Sie erleben ihn live: Vereinbaren Sie noch heute einen Termin für Ihre 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

Amriswil: Walter Suter, Tel. 071 411 44 88, Chur: Docar AG, Tel. 081 258 66 27, Gossau: BOXX Nutzfahrzeuge AG, Tel. 071 388 00 20, St.Gallen: Fürk + Zeilinger AG, Tel. 071 288 11 33, Schwarzenbach: Küng Nutzfahrzeuge AG, Tel. 071 929 55 44, Tuggen: Ronner Nutzfahrzeuge AG, Tel. 055 446 60 60

Das Powerduo für unsere Umwelt

exklusiv bei Druckerei Lutz AG

eps eco-printing-system®
Chemie- und FCKW-frei



Forest Stewardship Council – Setzt den Standard für eine verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung.

SQS-COC-100123

© 1996 Forest Stewardship Council A.C.

Druckerei Lutz AG
Hauptstrasse 18
CH-9042 Speicher

Tel. 071 344 13 78, info@druckereilutz.ch, www.druckereilutz.ch



Ohne Mehrumsatz den Gewinn steigern

Lesen Sie hier, wie Sie als KMU mit einfachen Massnahmen ihren Gewinn markant steigern können, ohne mehr Umsatz machen zu müssen. Sie denken an Schneeballsysteme oder ominöse Angebote aus Drittweltländern? Weit gefehlt! Es gibt zwei einfache und sehr legale Mittel, die zusammen ihre Gewinnkurve nach oben schnellen lassen: Prävention und Repression.



GUIDO SCHERPENHUYZEN*

Landläufig gilt «ohne Fleiss kein Preis». Will heissen; ohne mehr zu arbeiten und den Umsatz zu steigern, werden Sie unmöglich den Gewinn steigern können. Das hatte vor 100 Jahren durchaus seine Richtigkeit. Damals war Ehrenhaftigkeit auch noch eine Tugend, auf die Wert gelegt wurde. Heute werden Dienstleistungen und Produkte bezogen, die Rechnungen bleiben aber immer öfter unbezahlt. Immer mehr Arbeitslosen, welche sich in der Not und ohne nennenswertes Eigenkapital selbständig gemacht haben, steht das Wasser bis zum Hals. Dies erklärt auch warum trotz allzeit Hoch an Konkursen immer noch mehr Neugründungen als Löschungen verzeichnet werden.

Tipp Nr. 1, Prävention:

Vermeiden Sie es Kunden zu beliefern, die nicht zahlen! Sie lachen, aber haben Sie sich schon Mal überlegt wie viel mehr Umsatz Sie

machen müssen um einen Verlust von CHF 10'000.- wieder gut zu machen? Bei einer Marge von 5% sind es 20 Mal mehr, nämlich CHF 200'000.-. Umsatz ist eben nicht Gewinn, aber vermiedener Verlust ist 100% Gewinn! Prüfen Sie jeden Kunden auf dessen Bonität, bevor Sie liefern und setzen Sie Kreditlimiten, die eingehalten werden.

«Wer mehr als 3 Mal mahnt, kommuniziert nur, dass er nichts unternimmt.»
Guido Scherpenhuyzen

Tipp Nr. 2, Repression:

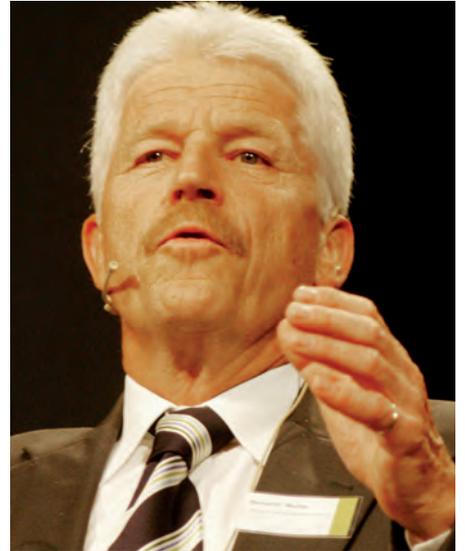
Seien Sie höflich, aber bestimmt, wenn es um ihr Geld geht. Sind bei ihnen auch immer die gleichen Kunden in den letzten Mahnstufen? Es werden auch immer die gleichen und immer mehr sein, wenn Sie weiter 4, oder gar 5 Mal Mahnen. Immer mehr Schuldner zahlen erst,

wenn reale Konsequenzen drohen. Betreiben Sie Ihren Kunden aber zu früh, werden Sie ihn verlieren. Besser Sie setzen von Anfang an klare Zeichen. Schreiben Sie bereits auf der ersten Zahlungserinnerung: «Säumige Zahler werden Creditreform gemeldet». Auf der zweiten Mahnung schreiben Sie: «Sollte ihre Zahlung nicht bis zum 15. Juni 2007 bei uns eingegangen sein, übergeben wir den Fall dem Inkasso der Creditreform». Ihr Kunde hatte nun – die Rechnung mitgerechnet – 3 Mal die Möglichkeit zu bezahlen, oder Ihre Arbeit zu beanstanden. Wenn Sie jetzt weitere Mahnungen ohne Konsequenzen versenden, kommunizieren Sie ihrem Kunden nur noch, dass Sie nichts unternehmen. Übergeben Sie den Fall nach Ablauf der Frist einem professionellen Inkassobüro.

Mit diesen zwei einfachen Massnahmen werden Sie erreichen, dass Ihre Kunden deutlich früher zahlen. Ihr Geld, welches Sie jetzt säumigen Zahlern kostenlos zur Verfügung stellen, wird zusätzlich in ihre Kasse fliessen. Sie werden Verluste vermeiden und Ihren Gewinn und ihre Liquidität stark verbessern. Ihr Kreisbüro des Schweiz. Gläubigerverbands Creditreform berät Sie gerne kostenlos und bei ihnen im Hause über sinnvolle Möglichkeiten.

** Guido Scherpenhuyzen ist Direktor des Kreisbüros St. Gallen, des Schweiz. Gläubigerverbands Creditreform. Er befasst sich Hauptberuflich mit Kreditmanagement.*

STANDORT-FORUM: «ZUKUNFT REGION ST.GALLEN»



Am Dienstag, 15. Mai 2007, fand das Standort-Forum: «Zukunft Region St.Gallen» in der Halle 2.1 der Olma Messen St.Gallen statt. 213 Persönlichkeiten aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Bildung und Kultur besuchten den Anlass. Konkrete Ergebnisse vom Standort-Forum und weitere Schritte für das Standortmarketing werden in Kürze in einem Bericht kommuniziert.

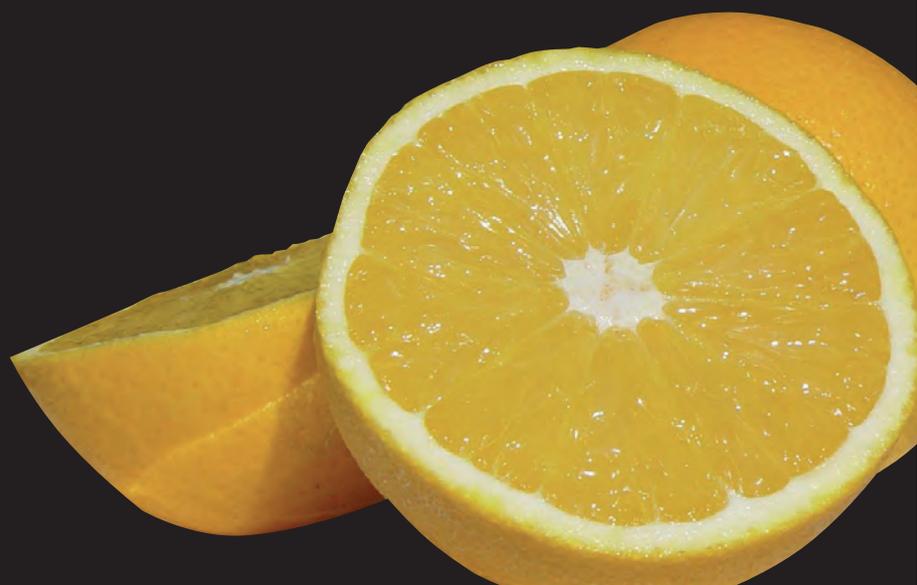


NEWS

aktuell, spritzig, online

www.leaderonline.ch

**LEADERonline.ch ist das tagesaktuelle Internet-Portal
rund um die Ostschweizer Wirtschaft**



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.

IV-Revision: Fragwürdige Nein-Propaganda

In diesem Land dürfen wir unsere Meinung frei äussern. In Wort, Schrift oder per Werbekampagne. Auch verzerrte Wahrheiten sind für die politisch organisierten Linksfundamentalisten «part of the game». Das sind Exzesse, wie sie im demokratischen Wettbewerb der Argumente zwar vorkommen, sich jedoch kaum durchsetzen. Deshalb kann ich damit leben. Sogar mit einem aktuellen, widerlichen Beispiel.

Die Gewerkschaftsbosse haben eine Kampagne lanciert. Zusammen mit einem hirnamputierten Werber machen sie gesunde Menschen zu Schwerinvaliden. Opfer sind gescheite und fleissige Männer wie die beiden Bundesräte Blocher und Merz oder SVP-Parteipräsident Maurer. Ihm hacken sie einen Arm ab. Seinem Parteikollegen Blocher amputieren sie ein Bein und schlagen ihn mit Blindheit. Den freisinnigen Merz machen sie zum psychisch Gestörten.

Die namentlich erwähnten Betroffenen haben cool reagiert. Anders die Schlagersängerin Vanessa Grand. Sie findet die linke Abstimmungspropaganda voll daneben. Warum? Die Gutmenschen haben den schwerstbehinderten Körper der sympathischen Frau benutzt und schamlos zur Schau gestellt. «Ohne mich vorher zu fragen. Was der Gewerkschaftsbund sich da erlaubt hat, ist eine Sauerei!», poltert sie. Die Bosse der «Arbeitnehmervertreter» hatten den Kopf des Finanzministers auf ihren klar erkennbaren Körper montiert.

«Für die Urheber kommen solche Idioten teuer», erklärte mir ein bekannter Medienanwalt. «Ich nehme jedoch nicht an, dass der oberste Verantwortliche sein eigenes Portemonnaie aufmacht.» Das ist ein St.Galler Sozialist, Nationalrat Paul Rechsteiner. Er präsidiert den Schweizerischen Gewerkschaftsbund. 380'000 organisierte Arbeiter und Angestellte müssen seine Schulden begleichen. (Ich gehe jede Wette ein: UNIA, vpod, Eisenbahner & Co. werden im nächsten Jahr weniger Mitglieder haben.)

Zur Vorlage selbst: Da zählen die konkreten Zahlen – nicht das linke Schüren von Emotionen. 1960 gab es 25'609 IV-Rentner, 2006 waren es 298'684. Ergibt eine Zunahme von 1166 Prozent! Oder anders: Seit Neujahr 1961 sind im Schnitt monatlich 495 zusätzliche Renten gesprochen worden. Immer wieder, vom Januar bis zum Dezember jedes einzelnen Jahres. So können wir nicht weiterwursteln. «Die balkanische Volkskrankheit 'Viel Schmerz' und anderes Simulieren dürfen nicht zu immer mehr Rentenzahlungen führen», sagt der renommierte Dr. Balic klipp und klar.

Die Akzeptanz der Versicherung kann wieder steigen. Wenn der IV-Missbrauch erstens nicht weiter schöngeredet wird. Und wenn wir diesen zweitens nicht mehr stillschweigend hinnehmen. Die 5. IV-Revision ist notwendig. In erster Linie für die wirklich Invaliden.

Nein zur Revision der Invalidenversicherung

Trotz erfreulichem Wirtschaftswachstum und explodierenden Managerlöhnen gehört es in der Schweiz leider mittlerweile zum politischen Alltag, an unseren Sozialwerken herumzuflicken und die Leistungen der Versicherten zu reduzieren. Kein Wunder also, dass auch die Leistungen in der IV reduziert werden sollen. Die IV hat allerdings tatsächlich ein Problem. Sie ist in einer ausserordentlich schlechten finanziellen Situation. Jährliche Defizite von ca. 1,5 Milliarden Franken und ein aufgelaufener Schuldenberg von über 9 Milliarden Franken belasten nicht nur die IV, sondern bedrohen auch die AHV. Die IV benötigt dringend zusätzliche Mittel. Es ist unbestrittenermassen unmöglich, die IV mit Einsparungen auf der Leistungsseite zu sanieren. Obwohl sich der Bundesrat deutlich für eine Zusatzfinanzierung ausgesprochen hat, hat das Parlament die Finanzierung auf die lange Bank geschoben. Was nun vorgelegt wird, ist leider nicht geeignet, die IV wirksam und sozialverträglich zu entlasten:

Keine Integration ohne Arbeitsplätze: Die Invalidenversicherung ist seit ihrer Gründung im Jahre 1960 dem Grundsatz «Eingliederung vor Rente» verpflichtet. Das Problem lag schon bisher nicht am fehlenden Eingliederungswillen der Betroffenen, sondern an den fehlenden Arbeitsplätzen. Im Gesetz fehlt jegliche Verpflichtung für die Arbeitgebenden, sich für die Wiedereingliederung von gesundheitlich beeinträchtigten Mitarbeitenden einzusetzen. In der Schweiz wird nicht einmal jeder hundertste Arbeitsplatz (0,8%) von Menschen mit Behinderungen besetzt. In Österreich sind es 2,6%, in Deutschland 3,8% und in Frankreich sogar 4,1% aller Arbeitsplätze. Dort sind aber die Arbeitgebenden verpflichtet, ihren Beitrag zur Vermeidung von Invalidität zu leisten.

Einschneidende Leistungskürzungen: Mit der 5. IV-Revision soll die IV Zusatzrente für Personen, die weniger arbeiten, damit sie ihren behinderten Partner oder ihre behinderte Partnerin pflegen können, abgeschafft werden. Betroffen sind insgesamt 81'000 Ehepaare. Ihnen werden mit einem Schlag durchschnittlich 400 Franken pro Monat weggenommen. Gestrichen werden sollen auch die sogenannten Karrierezuschläge für Personen, die vor dem 45. Altersjahr invalid werden. Die Renten der IV sind bekanntlich tief und abhängig vom vorherigen Erwerbseinkommen. Damit Personen, die in jungen Jahren invalid werden, nicht einfach mit der Minimalrente leben müssen, wird heute ihre IV-Rente um einen sogenannten Karrierezuschlag erhöht. Wenn dieser Zuschlag wegfällt, werden junge Invalide ein Leben lang mit der Minimalrente leben müssen.

Kostenverlagerungen: In Aussicht genommen wird eine Reduktion der Neuberentungen um 30 Prozent. Viele behinderte Menschen werden aber auch nach der 5. IV-Revision keine neue Stelle finden. Für ihren Lebensunterhalt werden damit neu die Gemeinden über die finanzielle Sozialhilfe aufkommen müssen. Die Streichung der Zusatzrenten und der Einkommenszuschläge werden zu Mehrbelastungen in der Unfallversicherung aber auch in den Ergänzungsleistungen führen. Diese Kosten werden neu bei den Kantonen anfallen.

Insgesamt präsentiert sich damit die 5. IV-Revision als einseitig. Sie ist daher abzulehnen.

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.)
Martina Niklaus
Selina Backes
Andrea Brülisauer
Dr. Stephan Ziegler

Bildredaktion: Stefan Millius (Leitung)
Selina Backes

Titelbild: Marcel Baumgartner

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

Geschäftsleitung: 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 Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung.

ISSN 1660-2757

metro
comm

Bestimmen Sie Ihre Steuern in Zukunft selbst

Das Steuersystem der Schweiz ist kompliziert und ungerecht: Der Mittelstand blutet, während Sozialfälle und Spitzenverdiener durch die Maschen schlüpfen. Dabei gäbe es ein einfaches und wirkungsvolles Rezept, um das Steuersystem schlank, effizient und fair zu gestalten: Durch die Einführung einer Flatrate, bei welcher der Steuerzahler einen Grundbetrag bezahlt und dazu Module wählt, die er unterstützen will.

TEXT: STEPHAN ZIEGLER

Stellen Sie sich vor, Sie müssten keine Steuerklärung mehr ausfüllen und wüssten trotzdem auf den Franken genau, wieviel Sie an den Fiskus abzuliefern hätten. Unmöglich? Nein: Durch die Einführung einer Flatrate, einer für alle geltenden Einheitstaxe (bspw. 18 Prozent) auf Einkommen und Vermögen (bspw. zwei Prozent). Diese Einheitstaxe würde in Form einer Quellensteuer einbezogen, und zwar bei Schweizern und Ausländern gleichermassen, auf Löhne, Unterstützungsbeiträge, IV-Leistungen, Aktiengewinne etc.

Die Flatrate würde – quasi wie bei der Krankenversicherung – aufgespaltet in eine Grund- und eine Zusatztaxe, deren Empfänger der Steuerzahler selbst bestimmt: Für die staatliche Grundversorgung (wie etwa Recht, Ordnung, Sicherheit und Bildung) wären zwölf Prozent des Einkommens zu entrichten, die restlichen 6 Prozent könnten auf verschiedene Module aufgeteilt werden.

So würden beispielsweise umstrittene Dossiers wie Sozialhilfe, Kulturförderung, Klimaschutz oder Verkehr separat aufgeführt, und jeder würde selbst entscheiden, wem er seine Zusatztaxe – als ganzes oder in Teilen – zukommen lassen möchte – per einfaches Ankreuzen des jeweiligen Empfängers.

Damit würden gleich mehrere Fliegen auf einen Schlag getroffen: Der aufgeblähte Steuerapparat würde massiv entschlackt, die Steuergerechtigkeiten zwischen Kantonen fiele dahin, Steuer-

hinterziehung gehörte der Vergangenheit an – und die Staatsdiener, die bis heute vor allem Geld verteilen, das sie weder erarbeitet noch verdient haben, würden in die Pflicht genommen, mit den ihnen zugewiesenen Summen haushälterisch umzugehen – mehr als das zugewiesene Geld gibt's nicht.

Als angenehmer Nebeneffekt gerieten die verschiedenen Departemente in einen Wettbewerb zueinander, denn nur wer sparsam und effizient mit dem ihm überantworteten Geld verfährt, darf darauf hoffen, auch in Zukunft weiter berücksichtigt zu werden. Wer aber offensichtliche Verschwendung betreibt, würde vom Steuerzahler automatisch vom Geldfluss abgeschnitten.

Man könnte sogar einen Schritt weitergehen und einführen, dass nur die Grundtaxe obligatorisch wäre, die Zusatztaxe aber freiwillig: Wer möchte, kann seine Favoriten mit weiteren Steuerprozenten beglücken. Somit würden gerade die in Pflicht genommen, die heute lautstark nach staatlicher Hilfe schreien – seien es gutmenschliche Sozialromantiker, übereifrige Klimaschützer, anspruchsvolle Kulturförderer oder Hard-Core-öV-Verfechter. Sie dürften mit Taten, nicht nur mit Worten, für ihre Anliegen eintreten – indem sie fakultative Zuwendungen an ihre Lieblingsthemen entrichteten. Wir wären gespannt, wie lärmig gerade diese Gruppen noch auftreten würden.



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

SUCHEN SIE
DIE ZWEITBESTEN
ODER SUCHEN
SIE AUF
ALPHA.CH?

www.alpha.ch

ALPHA.CH
DER ONLINE-KADERMARKT