

Oktober / 09 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



Exotisch und doch zündend:

Erfolgreich mit Nischenangeboten



9 771660 1275008



WIRTSCHAFT

Von der Wirtschaft in die Politik und zurück: Roland Eberle an der Spitze der sia Abrasives.



GESPRÄCH

Das schönste Business der Welt und doch knallhart: Jan Martel über die Faszination «Wein».



Hochwertig. Funktional. Stilvoll.



www.afg.ch



Sie & Werner Caflisch, Skifahrer und Leasingspezialist.

Als Leasingspezialist nutzt Werner Caflisch sein fachliches Wissen, seine grosse Erfahrung sowie seine breiten Branchenkenntnisse. Und als Skifahrer weiss er, wie wichtig eine moderne Infrastruktur für die Attraktivität eines Skigebietes ist. Beides prägt seine Beratung: Gemeinsam mit dem KMU-Berater erarbeitet er massgeschneiderte Leasingfinanzierungen, die es erlauben, zukunftsgerichtete Investitionen zu tätigen und neue Marktchancen wahrzunehmen. Willkommen bei UBS: Bei uns können Sie sich auf Menschen wie Werner Caflisch verlassen, die Sie und die Bedürfnisse Ihrer Firma verstehen.

www.ubs.com/kmu

You & Us



Unternehmer in der Politik: Jetzt erst recht im Kanton

Zum Zeitpunkt des Erscheinens dieser LEADER-Ausgabe ist der Wahlkampf zu den National- und Ständeratswahlen vergangen, die Resultate sind aber noch nicht bekannt – eine Art Schwebezustand also, der sich nicht kommentieren lässt. LEADER wird im Nachgang zu den Wahlen in der Ausgabe von Ende November konkret Stellung beziehen.

Allerdings will es der Wahlkalender, dass es in der Ostschweiz Schlag auf Schlag weiter geht. In den Kantonen St.Gallen und Thurgau werden schon im Frühjahr 2008 Kantons- und Regierungsrat neu bestellt. Es ist zu erwarten, dass die entsprechenden Wahlgänge weniger hohe Wellen werfen werden als der sehr emotionale eidgenössische Wahlkampf. Das aber darf nicht darüber hinweg täuschen, dass diese Wahlen ebenfalls sehr wichtig sind.

Denn selbst wenn in Debatten immer betont wird, dass die grossen Weichenstellungen auf Bundesebene gemacht werden: Die Kantone haben gerade auch in der Wirtschafts- und Steuerpolitik sehr viel Spielraum für Verbesserungen – und für Verschlechterungen. Gerade für Unternehmerinnen und Unternehmer, die regional verankert sind, dürften die kantonalen Wahlen daher in gewisser Weise sogar bedeutender sein als die glamourösen eidgenössischen. In Bern müssen sich die Ostschweizer Kantone verzweifelt Gehör verschaffen; in St.Gallen und Frauenfeld können wir unser Schicksal direkt selbst bestimmen.

Die Parlamentarier, die wir in die Kantonsräte delegieren, machen handfeste Standortförderung oder eben –verhinderung. Die Festlegung des Steuerfusses, die Dichte des Regulierungswalds, Ja oder Nein zu infrastrukturell wichtigen Projekten: Das alles geschieht auf kantonaler Ebene und kann im konkreten Fall entscheiden, ob sich eine Firma für einen Standort entscheidet oder nicht. Wenn man die Politik der letzten Jahre betrachtet, muss man sich allerdings fragen, ob das einer Mehrheit stets bewusst war. Und es wird offensichtlich, warum wir nicht müde werden, nach Unternehmern und anderen wirtschaftsfreundlichen Personen im Parlament zu rufen: Wie, bitte sehr, soll eine Phalanx aus Beamten, Lehrern und Sozialpädagogen nachvollziehen können, welche Schritte für das Wachstum wirklich nötig sind?



Natal Schnetzer

Verleger

PS: Unsere tagesaktuelle Online-Ausgabe www.leaderonline.ch gewinnt laufend an Lesern und erhält viel Beachtung. Ab November bieten wir Ihnen dort einen zusätzlichen Service: Abonnieren Sie unseren kostenlosen elektronischen Newsletter und profitieren Sie von regelmässigen Informationen über die Ostschweizer Wirtschaft, über Unternehmer und Unternehmen. Der Newsletter von [leaderonline.ch](http://www.leaderonline.ch) ist die perfekte Ergänzung zum Magazin. Füllen Sie einfach die beigelegte Karte aus oder tragen Sie sich jetzt ein unter www.leaderonline.ch.



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

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

Die Alternative: WegeLEAN® – eine transparente, kostengünstige und dennoch individuelle Vermögensverwaltungsmethode von Wegelin & Co. Privatbankiers. Weitere Informationen unter Telefonnummer 071 242 58 88, wegelean@wegelin.ch oder am Bohl 17 in St.Gallen.

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



WEGELIN & Co.

PRIVATBANKIERS SEIT 1741

Die Macht der Nische	6
Wie Ostschweizer Unternehmer in exotischen Branchen erfolgreich sind	
«Ich verkaufe Illusionen»	8
Der Ostschweizer Erotik-Produzent Jvo Ganz im Porträt	
Aus Schrott wird Gold	14
Entsorgungsfachmarkt: Verdienen an dem, was andere wegwerfen	
«Sie würden mich für verrückt halten»	16
Im Gespräch mit Jan Martel, Geschäftsführer Martel AG St.Gallen	
Die SVP ist gefordert	20
Die Vakanzen in der St.Galler Regierung sind Chancen für Anliegen der Wirtschaft	
Wahlkampf-Theater	24
Die National- und Ständeratswahlen boten Unterhaltung der Extraklasse	
Oehlers Rückzug in Raten	26
Edgar Oehler hat den ersten Schritt zur Regelung der Nachfolge eingeleitet	
«Normalerweise werden nicht die grössten Pfeiffen gewählt»	28
Interview mit Roland Eberle, CEO der sia Abrasives	
Keine Fahnenflucht	34
Mit Urs Rüeegsegger verliert die St.Galler Kantonalbank einen Banker mit Profil	
Factoring: Die nötigen Mittel zur richtigen Zeit	39
Mit Factoring die Liquidität des Unternehmens sicherstellen	
Wer least, bleibt liquid	43
Vorteile und Nachteile von Leasing im Überblick	
«Leasing im Finanzierungsmix»	48
Im Gespräch mit Bruno Holenstein und Hans Dick	



Anzeige

Hohe Reichweite für Ihre Jobangebote.

ostjob.ch + westjob.at + nicejob.de

Ostschweiz

Vorarlberg

Süddeutschland





Die Macht der Nische

Wie Ostschweizer Unternehmer in exotischen Branchen und mit Nischenangeboten erfolgreich sind

Auf der Suche nach dem florierenden Business sucht mancher nicht weit und schlägt einen reichlich ausgetretenen Pfad ein. Andere wiederum wagen sich auf ein weitgehend unbeackertes Feld. Zwischen alltäglichen Branchen und abwegigen Geschäftsideen liegt ein grosses Potenzial brach für findige Köpfe, die das Besondere wagen. Auch in der Ostschweiz.

TEXT: STEFAN MILLIUS

BILD: ARCHIV

Im Grunde ist es ja höchst einfach, eine zündende Geschäftsidee aufzuziehen. Man muss nur das, was gefragt ist, besser machen als die Mitbewerber oder aber ein neues Bedürfnis kreieren. Was in der Theorie bestechend klingt, ist in der Umsetzung natürlich sehr viel schwieriger. Aber letztlich ist das tatsächlich die Grundfrage: Versuche ich mich in einem bereits stark besetzten Markt, indem ich auf der Produkte- oder der Preis- oder der Service-Schiene neue Massstäbe setze oder aber suche ich mir gleich einen völlig neuen Markt?

Oft spielt der Zufall

Letzteres ist eher selten – jedenfalls in dieser Umsetzung. Neue Märkte werden nicht gesucht, sondern gefunden. Viele Jungunternehmer wachsen in ihr Business hinein und entdecken ein neues Bedürfnis quasi «on the job»; am Schreibtisch wird dieses kaum je entdeckt. Das ist auch bei den in dieser Ausgabe porträtierten Unternehmen so: Der Entschluss, Erotikproduzent zu werden oder in schwindelerregenden Höhen Arbeiten auszuführen, entstand nicht am Reissbrett, sondern durch Zufall oder aus einer anderen Aufgabenstellung in Kombination mit den eigenen Fähigkeiten heraus.

Das ist es gerade, was Unternehmenshistorien so spannend macht. Wie, bitte sehr, ist Unternehmer X zum Hersteller des Bestandteils Y geworden, von dessen Existenz der Normalkonsument nicht einmal weiss, ohne das aber kein einziges Handy dieser Welt funktionieren würde? Dahinter steckt meist eine lange Entwicklung und ein massiver Spezialisierungsgrad.

Internet als Tummelfeld

Es gibt aber auch Nischen fernab modernster Technologie. Geschäftsideen, von denen sich man kaum vorstellen kann, dass sie die Basis für ein Unternehmen bilden können. Und die dennoch – oder gerade deshalb – einträglich sind. Manchmal entstehen sie als «Bieridee», in anderen Fällen liegen dem Konzept umfangreiche Recherchen und Studien zu Grunde. Eine regelrechte Innovationslawine hat in den vergangenen Jahren das Internet ausgelöst, da es hier mit geringen Investitionen möglich ist, eine Geschäftsidee umzusetzen; ob sie später erfolgreich wird, ist natürlich eine andere Frage.

Mittlerweile haben sich regelrechte Innovationspools gebildet, Plattformen im Internet, auf denen die bizarrsten Nischenideen vorgestellt und diskutiert werden und wo Leute Geschäftspartner oder Investoren für ihre Vision suchen. Wer hier Ideen sammelt, merkt bald: «Gibt's nicht gibt's nicht» - jeder noch so absurde Einfall wird hemmungslos vorgetragen. Wie wäre es beispielsweise mit duftender Musik? Audio-CD werden mit speziellen Duftaromen versehen, so dass beim Abspielen der Musik –

beispielsweise im Auto - der Effekt eines Duftbäumchens entsteht. Oder warum überträgt man nicht das Konzept der einst legendären Juicebox auf moderne Zeiten, indem man in einer Bar via SMS das Musikprogramm bestimmen kann? Wie wäre es mit individuell bedruckbarem Toilettenpapier, auf dem beispielsweise das Konterfei Ihres Todfeindes prangt? Und wer sagt, dass man vordefinierte Müesli kaufen muss – warum lässt sich nicht aus einer Zutatenliste personalisiertes Müesli herstellen?

Zum Teil schon Realität

Diese Vorschläge stammen alle aus Innovationsplattformen im Internet. Sie sind zum Teil vermutlich aus einer angeheiterten Partyrunde entstanden, zum Teil sind sie durchaus ernsthaft gemeint oder sogar realisiert – personalisiertes Papier fürs stille Örtchen gibt es inzwischen bereits.

Bewusst stellt LEADER in dieser Ausgabe keine «virtuellen» Ideen vor, sondern handfeste. Wir zeigen Unternehmer und Unternehmen, die es in einem ganz besonderen Bereich geschafft haben, die sich aber nicht in einer «Blase» bewegen, die irgendwann zu platzen droht. Sie alle haben sich einen Platz in einem Business erobert, das nicht nahe liegend scheint, in dem aber Platz bleibt für findige Köpfe.

Die aufgeführten Beispiele erfolgreicher Unternehmer in «exotischen» Branchen zeigen aber auch, dass gewisse Kriterien unabhängig von der Art des Leistungsangebots gegeben sein müssen. Erfolgreich ist auch in der Nische langfristig nur, wer gut, schnell und zu marktgerechten Preisen arbeitet. Es mag hochspezialisierte Nischen geben, die derart exklusiv sind, dass ihre Anbieter eine gewisse Zeit lang Grundregeln der Zusammenarbeit ignorieren können. Die Frage ist allerdings, wie lange das funktioniert. Denn kaum ein Angebot kann unter gar keinen Umständen kopiert werden. Und sobald ein neuer Anbieter die Nische mit besseren Rahmenbedingungen verknüpft, wandert die Kundschaft in seine Richtung ab. So mancher ist schon gescheitert, weil er sein Grundkonzept für so genial hielt, dass er allgemein gültige Kriterien ausser Acht liess.

Faszinierend bleibt, dass auch nach tausenden von Jahren von Angebot und Nachfrage stets neue Bedürfnisse entstehen – oder geweckt werden. Nie gab es so viele Produkte und Dienstleistungen wie heute, und dennoch scheint das Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft. Wie bei jeder unternehmerischen Tätigkeit liegen Erfolg und Misserfolg auch bei Nischen nahe beieinander; doch die Chance, auf einen Schlag sehr weit zu kommen, ist höher.

Langlebig oder kurzfristig?

Wer von Nischen spricht, sollte eine wichtige Unterscheidung machen. Handelt es sich um eine nachhaltige Marktnische, aus der sich ein regelrechter Nischenmarkt entwickeln kann? Oder aber haben wir es mit einer kurzlebigen Nachfrageänderung zu tun, die sich schon morgen wieder in eine andere Richtung entwickeln kann? Flexible Unternehmer, die «Nischen-Hopping» in Formvollendung betreiben, können damit durchaus erfolgreich sein; wer aber aufgrund einer Fehlbeurteilung langlebige Strukturen schafft und mit diesen eine kurzlebige Nische besetzt, kann grandios scheitern.

Wer eine Nische entdeckt, tendiert oft dazu, die daraus resultierenden Chancen über- und die Gefahren unterzubewerten. Natürlich profitiert ein echter Nischenanbieter zunächst einmal von seiner Pionierstellung und einem Quasi-Monopol. Doch ist er auch darauf vorbereitet, dass möglicherweise ein grosser Player mit voller Kriegskasse und starken Ressourcen in die Nische eindringt? Ist die Spezialisierung in der Nische ausgeprägt genug, dass nicht schon morgen weitere Anbieter Vergleichbares anbieten können? (sm)

«Ich verkaufe Illusionen»

Der Ostschweizer Erotik-Produzent Jvo Ganz im Porträt

Er verwandelt einen Stall im Appenzellerland zum Schauplatz eines Erotik-Castings und macht aus Johanna Splyris Kultfigur Heidi kurzerhand eine Porno-Serie, die in Amerika für Furore sorgt. Jvo Ganz aus Goldach ist erfolgreich in einem Business, mit dem offiziell niemand etwas zu tun haben möchte – und das dennoch Milliarden umsetzt.

TEXT: STEFAN MILLIUS

BILDER: BODO RÜEDI

Wie kommt einer ins Geschäft mit nackten Tatsachen? Tummeln sich in dieser Branche nicht ausschliesslich düstere Gestalten? Kann man als Produzent erotischer Streifen wie «Heidi – Das Luder von der Alm» überhaupt ein normales Leben führen?

Jvo Ganz jedenfalls versteckt sich nicht in der Anonymität der Grossstadt und bewegt sich an seinem doch eher ländlichen Wohnort Goldach ohne Berührungängste. Beim Pausenkaffee in der Quartierbeiz wird er freundlich begrüsst. Hier weiss jeder, was seine Profession ist – und keiner hat ein Problem damit. Jvo Ganz selbst nimmt allfälligen Kritikern durch seinen eigenen natürlichen Umgang mit seinem Business auch den Wind aus den Segeln.

Zunächst Bedenken

So selbstverständlich war das aber auch für ihn nicht immer. Ein Zufall führte ihn vor einigen Jahren in diese Branche, in der er heute in der Schweiz eine feste Grösse ist. Ganz arbeitete als Verlagsleiter in einem «normalen» Umfeld, als ihn ein Anruf des Erotikkonzerns Beate Uhse erreichte. Einer seiner Mitarbeiter hatte sich dort beworben, Jvo Ganz sollte in der Rolle des Vorgesetzten als Referenz für den Mann dienen. Im Verlauf des Gesprächs stellte sich heraus, dass der deutsche Erotikriese einen Marketingleiter für den Schweizer Markt suchte – und schon bald folgte ein konkretes Angebot. Ganz erfüllte das Profil, fühlte sich geschmeichelt, zögerte aber. «Ich fragte mich damals: Kann ich je wieder in die ganz normale Wirtschaft zurück, wenn ich zu Beate Uhse gehe?», erinnert sich der Ostschweizer.

Nach einem halben Jahr und vielen weiteren Gesprächen entschied sich Ganz für den Wechsel; er habe erkannt, dass es sich bei dem Erotikkonzern «im Grunde um ein ganz normales Unternehmen» handle. Bei Beate Uhse dauerte es nicht lange, bis der Branchenneuling für Furore sorgte. Er leitete die Grosskooperationen mit Medien wie «Blick» und «Bluewin» ein und erkannte früh, wie wichtig crossmediale Massnahmen im Erotikbereich sind. Jvo Ganz trug zur «Wiederbelebung» des Seite-3-Girl im «Blick» bei und flog persönlich mehrfach nach Ungarn, um dort unzählige Shootings durchzuführen. «Eine intensive Zeit», bilanziert er heute.

Eigene Firma gegründet

Und eine erfolgreiche. In der Zentrale von Beate Uhse in Flensburg verfolgte man die Aktivitäten des Schweizers mit viel Interesse. Bald fiel der Entscheid: Statt auf eingekauftes Material wollte man künftig vermehrt mit exklusiven, selbst produzierten Inhalten auf dem Markt auftreten. Jvo Ganz sollte diesen Prozess als Geschäftsführer der neuen Produktionsfirma begleiten. Er allerdings sah seine Chance, auf eigenen Beinen zu stehen. Ganz: «Ich schlug vor, diese Firma selbst zu gründen und die Inhalte als selbständiger Exklusivpartner für Beate Uhse zu produzieren.» Der Konzern stieg darauf ein, die «Eastside Studios» waren geboren.

Damals deutete noch nicht viel darauf hin, dass Jvo Ganz einst mit spektakulären Pornoproduktionen für Aufsehen sorgen würde. Zu Beginn verfolgte er die «Playboy-Schiene», wie er es selbst nennt: Einzelne Damen, die vor der Ka-

mera posierten, für Bildserien. Doch immer öfter wurde er über seine Webseite von hoffnungsvollen Leinwand-Aspiranten kontaktiert, Männer und Frauen, die sich als Darsteller in deftigen Filmen zur Verfügung stellen wollten. «Die Leute wollten zu Stars werden, sie machten die verrücktesten Angebote, um in einem Film dabei zu sein», erklärt Ganz – der damals noch gar keine drehte.

Aus Spass wurde Kult

Die Anfragen stapelten sich, schliesslich waren es hunderte. Jvo Ganz beschloss – eher aus Spass denn mit ernsthaften Ambitionen – die 20 ausgefallensten Möchtegern-Darsteller zu einem Casting einzuladen. Kurzerhand wurde ein Stall in Teufen im Appenzellerland zum improvisierten Filmstudio eingerichtet und aufwändig verkabelt. Einen Tag lang liefen die Kameras heiss, obwohl Ganz gar nicht vorhatte, das Material zu verwenden. «Als wir es dann aber sichteten, wurde uns klar: Diese Aufnahmen sind Kult. Das muss man ganz einfach publizieren.»

Das war im Jahr 2004. Und inzwischen steht fest, dass Ganz das richtige Bauchgefühl hatte. «Eine Geschichte aus dem Appenzellerland», wie der erste Streifen der «Eastside Studios» hiess, wurde zum Verkaufserfolg, bisher wurden rund 20'000 Exemplare abgesetzt. Ganz war mit seinem Produkt auch zur richtigen Zeit gekommen. «Es gab damals und bis heute diesen Trend weg von den Hochglanzproduktionen, hin zu den Amateurfilmen.» Eine gelegentlich wackelnde Kamera oder ein nicht perfekter Ton waren für das Publikum kein Problem, denn neu und faszinierend war die





Grundideen, schreibt die Drehbücher. Gleichzeitig nutzt er das Mediennetzwerk, das er in seiner Zeit für Beate Uhse aufgebaut hatte und seine guten Kontakte zur «stillen Nummer 1» in der Branche, dem Erotikmarkt-Gründer Patrick Stöckli.

Inzwischen haben viele weitere Seiten das Talent des Ostschweizers entdeckt, und dieser konnte sein Tätigkeitsfeld laufend ausbauen. Für RTL II rief er «Forbidden TV» ins Leben, das seit zwei Jahren erfolgreich läuft und lieferte anderen Fernsehsendern ebenfalls Sendekonzepte. Bei der Erotikmesse «Exstasia» in Zürich ist er stark engagiert – und stellt nüchtern fest, dass der entsprechende Versuch eines Mitbewerbers in St.Gallen mässig erfolgreich war und kaum Besucher anziehen konnte. «Man kann auch im Erotikbereich vieles falsch machen», stellt Ganz klar. In einer Zeit, in der jeder Discoveranstalter auf seinen Flyern mit nackten Damen wirbt, sorgen solche Darstellungen kaum mehr für Aufmerksamkeit – gefragt ist daher auch hier Professionalität und ein origineller Ansatz.

Jeder kann Produzent werden

Ohnehin mangelt es Jvo Ganz nicht an Konkurrenz, dünn gesät ist aber die ernsthafte. Heute könne buchstäblich jeder zum «Produzenten» werden, der eine Videokamera besitze. Ganz: «Einen Film realisieren ist nicht weiter schwierig; das Problem ist der Vertrieb danach.» Viele Hobby-Unternehmer versuchen, den Weg über physische Datenträger wie DVD ganz auszulassen und verlassen sich alleine auf das Internet als Vertriebsweg. Aber auch hier gelte: Ohne gutes Kontaktnetz lässt sich kaum das grosse Geld machen.

Wobei auch Ganz nicht verhehlt, dass die Zukunft im Internet liegt. «Video on demand» heisst für ihn das Zauberwort: Jeder Konsument stellt sich ein Programm selbst zusammen und sieht es, wo und wann er will. «Rund 70 Prozent der Schweizer haben Zugang zum Internet», so Ganz, «der Weg in die Videothek erübrigt sich bald, niemand muss sich als Erotikkonsument outen.» Das, registriert der Goldacher mit einem Schmunzeln, sei ohnehin so eine Sache: «Wenn man die Leute fragt, so schaut natürlich kein einziger Erotikfilme.» Erstaunlicherweise generiere das Erotikbusiness – mit Clubs, Magazinen, Escortservices oder Mobile-Diensten – dennoch 3,8 Milliarden Franken Umsatz; und das offenbar ganz ohne Kundschaft...

Inhaltlich bleibt sich Jvo Ganz auch in Zukunft treu. «Ein Schweizer Botschafter auf Abwegen» heisst seine jüngste Produktion. Jeder Schweizer weiss auf einen Schlag, welcher Medien-Skandal der jüngeren Schweizer Geschichte dahinter steckt. Auf solche «Swissness» springt der Handel an, erklärt Ganz, «echte Schweizer Produktionen laufen klar besser als internationale.» Letztlich verkaufe er wie jeder andere Anbieter in diesem Bereich Illusionen – er aber hat seine Nische gefunden.

Probleme mit Behörden hat der Ostschweizer Erotiker-Unternehmer nicht zu vermelden. Diese lassen ihn in Ruhe seine Arbeit machen - «solange ich mich an die Gesetze halte und die Steuern bezahle.

Nähe zum Gezeigten – alles made in Switzerland. Jvo Ganz sieht darin das Geheimnis seines Erfolgs: «Wir sind nahe bei den Leuten, zeigen immer auch Aussenaufnahmen, und es ist jederzeit möglich, die eigene Nachbarin in einer Nebenrolle zu entdecken.» Das schaffe eine Faszination, die aufwändige Produktionen aus Amerika nicht auslösen.

Gefragt in der Branche

Nach diesem Schema produziert Jvo Ganz mit seinem Team aus vier Leuten und zahlreichen freischaffenden Mitarbeitern heute im hohen Tempo. Er selbst ist der kreative Kopf, liefert die

Anzeige

www.meeting-thurgau.ch

Meeting **Thurgau** 

GREUTERHOFISLIKON • KARTAUSEITTINGEN • SCHLOSSFREUDENFELSESCHENZ
 SEEHOTELKRONENHOFBERLINGEN • SEE & PARKHOTELFELDBACHSTECKBORN
 KLOSTERGUTPARADIES SCHLATT • LILIENBERGERMATINGEN • SEEHOTELSCHIFF
 MANNENBACH • HOTELBAD-HORN HORN • SEMINARHOTELUNTERHOF
 DIESSENHOFEN • ROMANTIKHOTELKRONEGOTTLIEBEN • HOTELTHURGAUERHOFWEINFELDEN • HOTEL
 SEEGARTENARBON • HOTELMETROPOLARBON • BILDUNGSHAUSKLOSTERFISCH
 INGEN • GREUTERHOFISLIKON • KARTAUSEITTINGEN • SCHLOSSFREUDENFELSESCHENZ
 SEEHOTELKRONENHOFBERLINGEN • SEE & PARKHOTELFELDBACHSTECKBORN
 KLOSTERGUTPARADIES SCHLATT • LILIENBERGERMATINGEN • SEEHOTELSCHIFF
 MANNENBACH • HOTELBAD-HORN HORN • SEMINARHOTELUNTERHOF
 DIESSENHOFEN • ROMANTIKHOTELKRONEGOTTLIEBEN • HOTELTHURGAUER
 HOFWEINFELDEN • HOTELSEEGARTENARBON • HOTELMETROPOLARBON

Die besten Adressen für Ihren Erfolg.



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
9301 Wittenbach-St. Gallen, Tel. 071 292 25 25, www.abacus.ch

Gute Geschäfte in luftiger Höhe

Der Gewerbekletterer Peter Höhener hat seine Nische am Seil gefunden

Es gibt Leute, die kaum von einer Brücke hinab schauen können, ohne dass ihnen übel wird. Peter Höhener hingegen hat die Liebe zur Höhe zum Beruf gemacht. Für Firmen klettert er an die unmöglichsten Stellen und führt dort Arbeiten aus – ohne Gerüst, ohne teure Geräte. Der Herisauer hat seine Passion zum Beruf gemacht.



TEXT: STEFAN MILLIUS

BILDER: ZVG

Peter Höhener geht gerne hoch hinaus. Das ist bei dem bescheiden wirkenden Herisauer wortwörtlich zu verstehen. Der Kleinunternehmer blüht auf, wenn er eine Bergwand erklimmt. Diese Leidenschaft hat er zum Beruf gemacht. Peter Höhener ist «Der Gewerbekletterer». Für Unternehmen hängt er im fünften Stockwerk an der Fassade, um Reparaturen auszuführen, bringt Werbetafeln in 20 Metern Höhe an, reinigt die Decke einer Sporthalle. Höhener geht dorthin, wo es selbst relativ schwindelfrei kaum je hinzieht. Seine Arbeiten führt er nicht etwa auf einem aufwändig erstellten Gerüst aus – der Kletterer ist lediglich mit einem dünnen Seil gesichert. Er wolle nicht «mit Kanonen auf Spatzen schießen», erklärt Höhener. Die Tatsache, dass seine Konkurrenten oft mit teuren Geräten oder eben Gerüsten auffahren, führt bei so manchem potenziellen Auftraggeber dazu, dass er sich die vorgesehene Arbeit noch einmal überlegt. Denn die Kosten sind, wenn es sich um Wunschbedarf handelt, schlicht zu hoch.

Schnell und einfach

Peter Höhener und sein Geschäftspartner Rolf Bruderer setzen hingegen auf eine ganz besondere Kombination: Alpinistische Erfahrung und handwerkliches Können. «Wir erreichen Orte, die den meisten unerreicht sind und arbeiten dort schnell und unkompliziert.» Das Seil als Arbeitsinstrument macht es möglich: Es ist schnell eingepackt und am Ort des Geschehens angewendet. Kommt es einmal zu einer Verzögerung während der Arbeit, so laufen keine Mietkosten beispielsweise für Hebebühnen, die nicht benutzt werden, an. Die Idee des «Gewerbekletterers» ist auch Labsal für die von



Bürokratie geschundene Unternehmerseele. Wer für seine Arbeiten keinen Kran einsetzen muss, blockiert auch nicht ganze Strassen oder Plätze, für deren Sperrung eine wahre Formularorgie auslöst.

Höhener weiss aus Gesprächen mit Auftraggebern, dass die Angst vor hohen Kosten oder einem grossen Planungsaufwand so manchen dazu verleitet, Arbeiten zu verschieben. «Je schwieriger eine Stelle zu erreichen ist», so der Herisauer, «desto kleiner ist die Motivation, sie regelmässig zu reinigen. Verdreckte Stellen am Firmenstandort: Das kann zum Imageschaden, schlimmer aber noch auch zu Schäden an der Substanz zu führen. Das Seil als preisgünstiges Einsatzmittel macht eine regelmässige Reinigung budgetgerecht. Oder Montagetarbeiten in schwindelerregender Höhe. «Wenn aufgrund teurer Maschinen die Kosten zum Erreichen des Arbeitsortes höher sind als die eigentlichen Montagekosten, dann sollte ein Auftraggeber rechnen», sagt Höhener.

Steilhänge und Bahnhofshallen

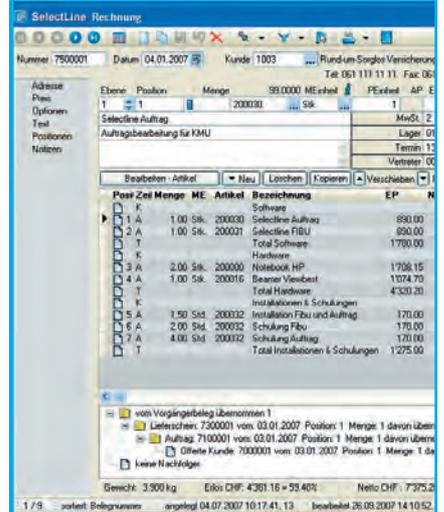
Wenn Peter Höhener die Einsatzgebiete für seine Technik aufzählt, zeigt sich schnell: Das Feld ist riesig. Die Reinigung einer Gebäude- decke beispielsweise mag im Fall eines Einfamilienhauses noch machbar sein, doch in grosszügigen Empfangshallen, in Schwimmbädern oder aber in einer Bahnhofshalle ist das bereits eine Übung grösseren Ausmasses. Oder auch Werbung, die auffallen soll, und das möglichst weit herum: Sie muss in grosser Höhe hängen. Die Gewerbekletterer sind aber auch in Parks, auf Bäumen und an unzugänglichen Steilhängen tätig, gesichert immer nur durch ihr Seil. Und schliesslich bre-

chen Peter Höhener und seine Leute auch auf, wenn es gilt, Menschen zu sichern – dort, wo ihre Leidenschaft begann, in den Alpen. Höhener und Rolf Bruderer sind aktive Mitglieder der Alpenen Bergrettung Schwägalp.

Die Marktlücke entdeckt

Wie kam Peter Höhener auf die Idee, seine alpinistischen Künste zum Business auszubauen? Als er einst in Zürich eine Arbeit ausführte, beobachtete er, wie eine ganze Strasse gesperrt wurde, damit ein grosser Pneu- kran mit Korb zwei Arbeiter in die Höhe befördern konnte, wo sie einen Taubenschutz montierten. Ein solcher Aufwand für ein so kleines Resultat: Höhener fand das unverhältnismässig. Einfacher, günstiger und nicht mit lästigen Sperrungen und Behinderungen verbunden, so seine Überlegung, wäre es, wenn er dieselbe Arbeit am Seil ausführen würde. Er beobachtete danach den Markt, stellte fest, dass es viele schwer zugängliche Gebäude gibt, erstellte eine Webseite und schrieb tausende von potenziellen Kunden an. «Es war nicht immer ganz einfach, und zu Beginn wurde ich oft belächelt», erinnert sich Höhener. Doch bekanntlich lacht am besten, wer zuletzt lacht - und heute gehören sogar Firmen, die das Ganze zuerst kopfschüttelnd beobachteten, zu seinen Kunden.

Erkennen Sie Ihre Business Software wieder?



Richtig! Schliesslich ist genau diese Software seit Jahren in über 15'000 Schweizer KMU-Unternehmen erfolgreich im Einsatz.

Jetzt können Sie die neue **Version 9.0** zu attraktiven Konditionen direkt vom Hersteller SelectLine über Ihren autorisierten Vertriebspartner bestellen. Infos unter www.selectline.ch

Mehr Sicherheit und Innovation.

SelectLine Auftrag ab CHF 890.–

SelectLine Fibu ab CHF 890.–

SelectLine Lohn ab CHF 890.–

und viele weitere Programme in Standard-, Gold- und Platin- sowie als MS-SQL-Serverversion erhältlich.

Winage GmbH

Achslenstrasse 15
9016 St. Gallen
Tel. 071-280 35 67
www.winage.ch

SelectLine®
Business Software

Die Originalversion jetzt in der Schweiz



Aus Schrott wird Gold

Entsorgungsfachmarkt: Verdienen an dem, was andere wegwerfen

Geld machen mit dem, was andere Leute wegwerfen: Die Idee scheint auf den ersten Blick abwegig, auf den zweiten ist sie bestechend. Die St.Galler Solenthaler Recycling AG hat mit ihrem Entsorgungsfachmarkt reaktionsschnell eine Lücke geschlossen, als eine gesetzliche Neuerung aus Abfall einen lukrativen Geschäftszweig machte.

TEXT: STEFAN MILLIUS

BILD: BODO RÜEDI

Seit mehreren Jahrzehnten ist die Familie Solenthaler mit einer Schredder- und Sortieranlage in Gossau aktiv. Dann, Anfang 2003, sorgt eine neue Regelung dafür, dass die Firma ihr Angebot bedeutend erweitern kann. Die vorgezogene Recyclinggebühr, die heute fast jedem Konsumenten ein Begriff ist, wird eingeführt, Haushaltgeräte dürfen damit kostenlos entsorgt werden. Theoretisch erfolgt das bei den Fachhändlern, welche diese Geräte auch verkaufen; sie sind verpflichtet, diese zurückzunehmen. Doch an diesem Punkt schaltet sich der Entsorgungsfachmarkt der Solenthaler Recycling AG ein. Er nimmt die Geräte ebenfalls kostenlos entgegen. Viele Kunden nehmen den Weg nach Winkeln auf sich, weil sie dort neben dem alten Laptop und dem ausgedienten Videorecorder auch ihr Altglas, die alten Skier und die Nespresso-Kapseln, die sich angestaut haben, entsorgen können.

Diese umfassende Entsorgungsmöglichkeit ist es, die dem Recyclingunternehmen in Winkeln den Erfolg beschert. Alles an einem einzigen Ort loszuwerden, ist für viele Konsumenten verlockend. Was sich andernorts kostenlos entsorgen lässt, kann auch hier gratis abgegeben werden, was kostenpflichtig ist – beispielsweise Gartengeräte – wird auch hier nur gegen Gebühr entsorgt. Doch ausschlaggebend ist, dass die Wagenladung vollumfänglich an einem Ort abgeliefert werden kann.

Im Entsorgungsfachmarkt wird allerdings nicht einfach weggeworfen. Die Wertschöpfung liegt bei der fachgerechten «Obduktion» der gebrachten Ware. Ein Computer mag für seinen früheren Besitzer keinen Wert mehr haben, da eine entscheidende Funktion ausgefallen ist und sich eine Reparatur angesichts sinkender Neuproduktpreise nicht mehr lohnt. Doch Einzelteile aus dem Gerät sind durchaus noch verwendbar. Ein Geschäft macht, wer die Nutzerketten genau studiert und die richtigen Absatzmärkte für die verwertbaren Elemente kennt. Wenn von einer Win-Win-Situation ge-

sprochen werden kann, dann wohl hier. Denn der Einsatz für den privaten Konsumenten, der nötig wäre, um ein kaputtes Gerät zu Geld zu machen, ist meist unverhältnismässig. Nun kann er es komfortabel und kostenlos entsorgen, die Recycler machen das Entsorgte zu Geld, die Bezüger dieser Teile haben vielfältige Verwendungszwecke.

Christoph Solenthaler, Mitinhaber der Solenthaler Recycling AG, blickt im Interview auf die ursprüngliche Vision und wie sich diese entwickelt hat zurück.

Wann hatten Sie erstmals die Idee eines umfassenden Entsorgungsfachmarktes? War die Neuerung betreffend Recyclinggebühr das ausschlaggebende Ereignis oder gab es noch weitere Überlegungen?

Christoph Solenthaler: Der Gedanke an eine kundenfreundliche Variante der Entsorgung für Privatpersonen drehte sich schon lange in unseren Köpfen. Die Schweiz ist eine perfekte Sammelnation. Die Bereitschaft, die richtigen Dinge zu tun und das Bewusstsein für Ökologie haben eine lange Tradition. Mit der Einführung der vorgezogenen Gebühren für elektrische und elektronische Geräte war dann die Initialzündung gegeben. Statt den Bürger zu zwingen, mehrere verschiedene Abgabestellen aufzusuchen, bieten wir mit dem Entsorgungsfachmarkt ein Rundum-Sorglos-Paket an. Ein Abgabestandort für alle Warenströme.

Vieles wird von Ihnen kostenlos entgegengenommen, der Gewinn liegt in der Verwertung des Angelieferten. Geht diese Rechnung auf, lässt sich das Entsorgte wie von Ihnen geplant gewinnbringend verwerten?

Ohne eine Bezuschussung der Stadt St.Gallen, die uns im Rahmen ihrer Anti-Littering-Kampagne mit rund 30'000 pro Jahr unterstützt, hätte der Entsorgungsfachmarkt nicht kostendeckend realisiert werden können. Um einen optimalen Service bieten zu können, ist der Per-

sonaleinsatz relativ hoch. Eine Kooperation mit der Stiftung für Arbeit bringt zudem jungen Leuten die Chance einer Reintegration. Sie leisten im Entsorgungsfachmarkt einen wertvollen Beitrag für die Öffentlichkeit. Wir haben uns nämlich zum Ziel gesetzt, den Lieferanten optimal zu bedienen und zu betreuen und aufzuzeigen, dass Recycling eine tolle Sache ist. Dank unserer guten Beziehung zu den Abnehmern der Warenströme sind wir mittlerweile selbsttragend und erwirtschaften unsere Kosten.

Sind Sie in der Ostschweiz noch weitgehend konkurrenzlos oder versuchen weitere Anbieter, auf den Zug aufzuspringen?

Natürlich erscheint alles Neue zuerst rosig. Insofern hat sich bereits nach kurzer Zeit die Konkurrenz gemeldet und bietet etwas Ähnliches an. Es braucht aber eine Menge Kompetenz und Erfahrung. Eine Eigenschaft, die unsere Besitzerfamilie mitbringt, ist diese doch seit 1953 im Recyclingbusiness aktiv. Zudem verfügt die Solenthaler Recycling AG über eigene Verarbeitungskapazitäten und Sortierstrecken um hüttenfertige Produkte herzustellen und international zu vertreiben. Ohne ein solches Netzwerk und Wissen glaube ich nicht an einen nachhaltigen Erfolg der «Kopien».

Gibt es Ausbaupläne, mögliche weitere Dienstleistungen, die Sie ins Aufgebot aufnehmen wollen?

Da es aktuell kaum ein Material gibt, das wir nicht annehmen, könnte man sich vermeintlich auf dem Geleisteten ausruhen. Nicht so bei uns. Wir überlegen uns zum Beispiel anzubieten, selber Akten bei uns im Entsorgungsfachmarkt zu vernichten oder können uns gut vorstellen, das Angebot auch für Gewerbetreibende zu erweitern, die ebenfalls viele verschiedene Stoffe haben, die wir problemlos übernehmen könnten. Alles möchte ich aber selbstverständlich noch nicht verraten.

«Sie würden mich für verrückt halten»

Im Gespräch mit Jan Martel, Geschäftsführer Martel AG St.Gallen



INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILDER: BODO RÜEDI/MBA

Herr Martel, man spricht beim Wein von «fruchtig», «trocken», «gehaltsvoll». Es macht sich gut, wenn ich als Laie mit solchen Worten auftrumpfen kann. Wie treffe ich die richtige Note?

Jan Martel: Wenn ein Laie einen Wein konsumiert, geht es doch um Freude und Genuss. Und genau diese Empfindungen kann er mit seinen eigenen Worten und seinem Verständnis sehr gut beschreiben. Dies ist ehrlicher als wenn man mit Ausdrücken um sich wirft, die man nicht versteht. Der Laie darf sich mit gutem Gewissen auf das Wesentliche beschränken: Wein schmeckt mir nicht, habe ihn gerne oder finde ihn phantastisch.

So gebe ich mich aber sofort als Laien zu erkennen?

Tatsächlich haben viele Leute gerade beim Thema Wein das Gefühl, man müsse sehr viel davon verstehen. Es kann aber nicht jeder in allen Sparten Spezialist sein. Und dies ist auch keine Schande. Letztlich geht es darum, ob einem der Wein schmeckt oder nicht, ob er positive Emotionen provoziert. So einfach ist das.

Können Sie Wein überhaupt noch geniessen, ohne über die verschiedenen Geschmacksaromen zu resümieren?

In meinem beruflichen Umfeld degustiere ich sehr viele Weine. Dabei konzentriere ich mich auf die Qualität und versuche diese so objektiv wie möglich zu analysieren, sachlich und nüchtern. Privat konsumiere ich Weine, die mir Freude bereiten oder mich einfach interessieren. Meine Faszination für dieses Kulturgut ist riesig und der Genuss ein grosses Erlebnis. Dabei kann ich glücklicherweise auch still geniessen ohne den Wein jedes Mal zu sezieren.

Werden Sie überhaupt noch von Freunden auf ein Glas Wein eingeladen oder herrscht die nackte Angst vor Ihrer Analyse?

Ich bin tatsächlich mit diesem Umstand konfrontiert und finde dies schade. Auch mir ist es wichtig, mit Freunden Wein zu trinken, ohne dabei ein grosses Theater zu machen. Deshalb schätze ich es immer sehr, wenn mich jemand auf ein Glas Wein einlädt. Ich beisse schon nicht.

Wieso eigentlich hat beim Thema «Wein» jeder das Gefühl, er müsse ein Spezialist sein, um mitreden zu können? Wann wird der Korkzapfen verschwinden? Und wo sträuben sich einem Fachmann die Nackenhaare? Jan Martel spricht über faszinierende Erlebnisse, Höhenflüge und wie man wieder an Bodenhaftung gewinnt.



Was ist für Sie ein exzellenter Wein?

Ein Wein, der viel Charakter hat, der die Region, die Traubensorte, den Rebberg, den Jahrgang und den Winzer widerspiegelt. Ein Wein also, der eine eigene Persönlichkeit hat und diese auch zum Ausdruck bringen kann. Man nimmt die Emotionen und das Leben wahr. Solche Weine faszinieren und begeistern mich.

Wann haben Sie Ihre Faszination für Weine entdeckt?

Den Zugang habe ich erst spät gefunden. Bis ich 18 Jahr alt war, hatte ich Wein einfach nicht gerne und so interessierte mich das Thema auch nicht gross. Dies obwohl meine Familie täglich mit Wein zu tun hatte.

Und was ist passiert?

Praktisch von einem Tag auf den anderen war mein Gaumen reif für Weine und ich entdeckte Begeisterung für dieses faszinierende Getränk. Zu jener Zeit war ich für einige Monate in Bordeaux für einen Sprachaufenthalt. Das Timing war perfekt. Ich war an der Quelle mitten in einer grossen Weinregion und hatte als Student genügend Zeit. In wenigen Wochen besuchte ich so meine ersten 30 Weingüter. Gelernt habe ich viel, indem ich die Winzer mit meinen naiven Fragen überfallen habe. Ich durfte auch gleich in einem Weingut – Rebberg und Keller – arbeiten.

Schützen Sie mich vor einem Fehler. Was ist eine naive Frage?

Ich wusste damals rein gar nichts zu diesem Thema. Wie entsteht Alkohol? Was sind Tannine? Wozu braucht es Barriques? Was ist der Unterschied zwischen Weiss- und Rotwein? etc. Naive Fragen sind wichtig, damit man lernt zu verstehen. Man darf sie immer stellen.

Vor Ihnen hat Ihr Vater zusammen mit seinem Bruder Ihren Familienbetrieb ge-

führt. Machen Sie etwas grundlegend anders als sie?

Mein Vater und mein Onkel führten dieses Geschäft über Jahrzehnte innovativ, fortschrittlich und immer mit dem Fokus auf Qualität. Genauso führe ich es weiter – selbstverständlich angepasst auf die neuen Verhältnisse des Marktes. Stillstand wäre gefährlich.

Was ist heute anders als noch vor zehn Jahren?

Der Weinmarkt wird heute global betrachtet. Es gibt bedeutend mehr gute bis hervorragende Weine. Auch in der traditionellen Weinbranche dreht sich das Rad der Zeit schneller. Wir sind in der kleinen Schweiz mit vielen Mitbewerbern konfrontiert. Zudem verfügt der Konsument heute über deutlich bessere Informationsquellen und sucht gezielter nach speziellen Weinen.

Beispielsweise übers Internet. Verliert man da nicht den Kontakt zum Kunden?

Für uns ist der Bezug zum Kunden sehr wichtig. Es ist entscheidend, dass wir die Emotionen direkt aus dem Rebberg, dem Weingut an unsere Kunden weitergeben können. Will sich der Kunde über das Netz informieren, stellen wir ihm die Informationen auch elektronisch zur Verfügung. Auch wenn das Internet vieles erleichtert, ist für uns der persönliche Kontakt zum Kunden sehr wichtig. Denn wir verkaufen ein Produkt für die Sinne. So führen wir regelmässig Degustationsveranstaltungen durch, die von mehreren Tausend Personen, Privat- wie Gastronomie, jährlich besucht werden.

Wie entdecken Sie neue Spitzenweine?

Dank unserem grossen Beziehungsnetz. Wir arbeiten weltweit mit rund 200 Winzern zusammen und haben diverse zusätzliche Kontakte. Unsere Partner informieren uns, wenn etwas spannendes in ihrer Region passiert. Auf der Suche nach einem Importeur für die Schweiz kon-

taktieren uns auch viele Winzer direkt und un- aufgeordnet. Wir verkosten die Muster und entscheiden. Gleichzeitig reisen wir in Weinregionen, besuchen unsere Winzer und machen uns ein eigenes Bild vor Ort und studieren die Fachliteratur.

Sprechen wir über die Preise. Mir wurde einst mitgeteilt, dass ein guter Wein sicherlich mehr als zehn Franken kostet.

Es ist möglich, in allen Preisbereichen gute Weine zu finden. Auch im Segment bis zehn Franken gibt es Weine, die eine gute Qualität aufweisen. Diese Weine sind in der Regel einwandfrei und haben durchaus ihren Reiz. Sie haben aber meistens einen «einheitlichen» Stil, wenig Charakter und entsprechen nicht meiner eingangs gemachten Definition eines exzellenten Weines. Gut gemacht sind sie aber auf jeden Fall. Suchen Sie allerdings einen Wein mit Charakter, Persönlichkeit und Eigenständigkeit, kostet dieser bestimmt mehr als 10 Franken. Denn die Herstellung von Spitzenweinen braucht hervorragende Rebberge, viel Geduld, Fleiss und Handarbeit. Und solches hat bekanntlich seinen Preis.

Ein Laie würde wohl kaum merken, wenn Sie ihm einen Wein vorsetzen, der für einen vierstelligen Betrag zu erstehen ist, oder?

Ich gehe davon aus, dass ein solcher Wein auch bei einem Laien das Herz höher schlagen lässt.

Letztlich müssen Sie als Unternehmer einen Gewinn erzielen. Besteht keine Gefahr, dass Sie da auf gewissen Wellen aufspringen? Mit Billigweinen würde man bestimmt ein weiteres Kundensegment ansprechen.

Wir sind ein Vollsortimenter. Sie finden Wein in unserem Angebot vom Best Buy für weniger als zehn Franken bis zum Grand Vin. Trends beobachten wir aufmerksam und versuchen



dem Markt einen Schritt voraus zu sein. In allen Preisklassen suchen wir nach Qualität, nach Charakter. Wir positionieren uns über Qualität – auch in der Dienstleistung. Und diesem Grundsatz werden wir stets treu bleiben, andernfalls würden wir unsere Glaubwürdigkeit verlieren.

Gegen wie viele Konkurrenten müssen Sie sich behaupten?

Es gibt knapp 3'000 Weinhändler in der Schweiz. Allein in diesem Jahr sind 80 neue dazu gekommen. Und - ob klein oder gross - jeder will ein Stück vom Kuchen. Hinzu kommt, dass der Weinkonsum mengenmässig leicht rückläufig ist. Wir können also nicht mit dem Markt wachsen, sondern müssen besser als unsere Mitbewerber sein. Und daran arbeiten wir tagtäglich.

Immerhin stellen Sie kein Trendprodukt her. Wein wird es auch in tausend Jahren noch geben.

Davon bin ich überzeugt.

Welches war der speziellste Wein, den Sie bisher getrunken haben?

Dieser Frage möchte ich lieber ausweichen. Wenn ich sie beantworte, halten Sie mich wahrscheinlich für verrückt.

Nun bin ich natürlich noch mehr gespannt.

Wenn Sie sich mit der Materie Wein über Jahre hinweg intensiv auseinandergesetzt haben, dann lernen Sie zu unterscheiden, ob ein Wein phantastisch ist oder sogar genial. Einen herausragenden Wein zu trinken, ist ein fast unbeschreiblich schönes Erlebnis. Und solche hatte

ich bereits mehrmals. Dafür bin ich sehr dankbar und halte unschätzbare in meinen Erinnerungen fest.

Ich gehe davon aus, dass es wirklich ein grosser Wein war. Setzt man sich damit nicht eine Messlatte, die man nicht mehr erreichen kann? Und verliert dadurch nicht alles darunter an Wert?

Das ist ein ganz zentraler Punkt. Wenn ich einen grossen Wein getrunken habe, muss ich danach wieder auf den Boden zurück kommen. Und deshalb geniesse ich regelmässig einfache Tischweine und habe viel Freude daran.

Ich war kürzlich an einer Degustation im Ausland und hatte das Glück, während drei Tagen wirklich phantastische Weine degustieren zu können. Als ich schliesslich nach Hause gekommen bin, hat meine Frau ein wunderbares Abendessen gekocht. Dazu habe ich aber keinen Wein getrunken, sondern ein kühles Bier. Dieses hat mich vom «Weinhimmel» wieder zurück auf den Boden gebracht. Würde man sich ausschliesslich nur noch auf höchstem Weinniveau bewegen, verliert das Erlebnis an Reiz. Und das wäre schade.

Ein Weinhändler darf also auch Bier trinken.

Auf jeden Fall.

Man sagt ja, dass man nach Wein kein Bier mehr trinken sollte. Stimmt diese Regel oder hängt es nicht einfach von der Menge ab?

Es steht und fällt mit der Menge. Der Weingenuss ist am schönsten, wenn man gute Qualität

geniesst und jeweils nicht zuviel trinkt. Nicht die Reihenfolge ist das Problem, sondern der Alkohol. Und dieser ist nun Mal ein wichtiger Faktor für die Struktur und Aromaentfaltung. Ohne geht es nicht, auch wenn das schön wäre.

Ich habe persönlich das Gefühl, dass der Alkoholgehalt in den letzten Jahren dauernd angestiegen ist. Täusche ich mich da?

Nein, das ist richtig. Dies hängt hauptsächlich mit der Klimaerwärmung zusammen. Der Alkoholgehalt ist abhängig vom Zuckergehalt der Traube. Überreife Früchte führen zu mehr Alkohol. Zudem stieg die Nachfrage in letzten Zeit nach kräftigen Weinen und diese weisen in der Regel auch einen höheren Alkoholgehalt auf.

Dann ist da noch die Sache mit dem Korkzapfen.

Der Kork als natürlicher Verschluss hat sich über Jahrzehnte bewährt. Er hat eigentlich nur einen Nachteil: Vereinzelt sind Korken leider von einem Pilz befallen. Dieser kann den ungeliebten Korkgeschmack im Wein auslösen. Viele Winzer stören sich verständlicherweise daran, dass rund 2% ihrer Weine durch diesen Fehler verdorben werden. Am schlimmsten sind die vom Konsumenten nicht erkannten Korkweine. So wird der Wein verurteilt, da er nicht schmeckt und das Weingut wird als schlecht taxiert. So war es nur eine Frage der Zeit, bis man nach Alternativen suchte.

Plastikkorken und Drehverschluss.

Unter anderem. Der Plastikkorken hat sich bisher nur für jung zu konsumierende Weine be-

währt. Der Drehverschluss hingegen hat sich bereits gut durchgesetzt und gilt, zumindest für Fachleute, als gute Alternative zum Naturkork. Und dann gibt es noch den Glasverschluss, bei dem man die Flasche mit einem Glasstöpsel verschliesst. Auch eine interessante Idee.

Ein Glasverschluss? Stellt der Kork nicht auch sicher, dass der Wein trotzdem mit Sauerstoff versorgt wird?

Man ist der Ansicht, dass der Sauerstoff in der Flasche – die Flaschen werden nie zu 100% mit Wein gefüllt – für die Reifung des Weins ausreicht.

Gehört das Ziehen des Korkens nicht auch zu einem Ritual, welches man nicht missen möchte?

Wein ist ein schönes und emotionales Kulturgut, welches wir seit Jahrtausenden pflegen. Und das Ritual, welches Sie beschrieben haben, gehört auch dazu. Es sorgt für Bewegung und trägt zur Kommunikation bei – gerade in einem Restau-

rant. Daher bin ich überzeugt, dass der Naturkork niemals völlig verschwinden wird. Er hat sich im Grundsatz bewährt.

Wo sträuben sich Ihnen beim Umgang mit Wein die Nackenhaare?

Wenn ich sehe, wie jemand ein wunderbares Essen genießt und dazu neben einem guten Wein statt Wasser ein Süssgetränk konsumiert. Das tut mir weh. Wein und Süssgetränk passen nun einmal nicht zusammen. Die Aromakombination funktioniert nicht. Man sollte sich für das eine oder andere entscheiden.

Gibt es weitere Fehler, die begangen werden?

Nur sehr wenige. Wein ist ein Genussmittel und so soll das Lustprinzip entscheiden. Wenn man zu einem Fisch Rotwein trinken will, so kann man das auch tun – sofern der Wein passt. Diese Freiheit besteht absolut. Ich empfehle, immer auf die Serviertemperatur der Weine zu achten. Ein zu warm servierter Wein bereitet wenig Freude.

Wie steht es mit der Lagerung von Weinen?

Eine Lagerung ist nicht für alle Weine notwendig. Heute können viele Weine bereits jung getrunken werden. Im Allgemeinen sind Weine früher konsumbereit als vor 20 Jahren. Trotzdem gewinnen viele grosse Weine mit zunehmendem Alter, werden komplexer, zugänglicher. Aber auch bei diesen Weinen gilt: lieber ein Jahr zu früh trinken als ein Jahr zu spät.

Die Weinhandlung Martel AG St. Gallen wurde vor 131 Jahren gegründet und wird heute in fünfter Familiengeneration geführt. Das Unternehmen beschäftigt knapp 40 Mitarbeiter und importiert Qualitätsweine aus allen wichtigen Weinbauregionen. Martel hat zwei Ladengeschäfte in St. Gallen und beliefert Privat- und Gastronomiekunden in der ganzen Schweiz.

Anzeige



BusPro
Das Business-Programm

...einfach
praktisch
für KMU

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

Adress- & Kontaktverwaltung • Dokumentenablage • Fibu • Lohn
Auftrag • Faktura • Einkauf • Lager • Debitoren • Kreditoren

Warum mehr bezahlen? www.buspro.ch



CITY GARAGE

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

Die Vertrauensgarage ganz in Ihrer Nähe

<p>PORSCHE Heiligkreuz St. Gallen Langgasse 106 Tel. 071 244 54 40 Fax 071 244 52 61</p>	<p>Occasions-Zentrum Breitfeld St. Gallen Zürcher Strasse 505 Tel. 071 310 25 40 Fax 071 310 25 41</p>
<p>CITY-Kontakt Autozubehör Lerchenfeld St. Gallen Tel. 071 274 80 70 Fax 071 274 80 70</p>	<p>Europcar Autovermietung Parkgarage Neumarkt St. Gallen Tel. 071 222 11 14 Fax 071 222 01 57</p>
<p>WIL SG Rainstrasse 7 Tel. 071 929 80 20 Fax 071 929 80 21</p>	<p>Rickenbach TG Breitstrasse 3 Tel. 071 929 80 30 Fax 071 929 80 31</p>
<p>Goldach SG St. Galler Strasse 76 Tel. 071 844 50 30 Fax 071 844 50 31</p>	<p>Heiden AR Gerbestrasse 8 Tel. 071 891 28 91 Fax 071 891 28 13</p>

Die SVP ist gefordert

Die Vakanzen in der St.Galler Regierung sind Chancen für Anliegen der Wirtschaft

Wenn im kommenden Frühling die St.Galler Kantonsregierung neu besetzt wird, muss die SVP Nägel mit Köpfen machen und mit einer ernsthaften Kandidatur antreten. Doch selbst wenn das nicht gelingen sollte: Für eine heisse Wahlschlacht ist auf jeden Fall gesorgt.



TEXT: STEFAN MILLIUS

BILD: MBA

Sie ziehen sich definitiv aus der Politik zurück: Für Peter Schönenberger (CVP) und Hans-Ulrich Stöckling (FDP) ist der Zeitpunkt gekommen, aus der Regierung auszuscheiden beziehungsweise nicht mehr anzutreten. Beide haben ohne Frage ihre Spuren in der kantonalen Politik hinterlassen, in positiver wie negativer Art.

Durchzogene Bilanz

Stöckling hatte als Erziehungsdirektor ein schwieriges Amt. Die naturgemäss anspruchsvolle Berufsgruppe der Lehrenden zufrieden zu stellen, ist kaum möglich. Der Kanton St.Gallen steht bildungstechnisch im schweizweiten Vergleich nicht schlecht da, was dem Joner FDP-Mann sicher kein schlechtes Zeugnis ausstellt. Leider hatte auch Stöckling die Tendenz, in seinem Departement gelegentlich gut dotierte Positionen für Leute zu schaffen, deren Aufgabengebiet dort eher unklar war, die aber das «richtige» Parteibuch haben.

Peter Schönenberger wiederum war eine Art Modellfigur für den typischen Finanzvorsteher. Er war in der Regel übervorsichtig, was Steuerensenkungen anging und operierte gerne mit Horrorszenarien für die kantonalen Kassen, um diese «Gefahr» abzuwenden. Besserabschlüsse als budgetiert wurden dann als unvorhersehbarer Zufall kommuniziert, verbunden mit erneuten Warnrufen, die Steuern zu belassen, wo sie sind. Dass in seinem letzten Amtsjahr die Steuern nun gesenkt werden können, ist die Ironie der Geschichte. Klar ist, dass St.Gallen ein finanziell gesunder Kanton ist; unklar bleibt, wie sehr das dem Finanzchef zuzuschreiben ist. Ordnung in seinem Departement hatte Schönenberger mit Sicherheit jederzeit, ein ausgeprägter «Schaffer» war er zweifellos.

Kandidaten stehen bereit

Mit Dankesreden an die Abtretenden haben sich FDP und CVP nur kurz aufgehalten, be-

vor die Schleusen geöffnet wurden für die Kreisparteien, die potenzielle Nachfolger portieren. Wenig erstaunlich: Beide Parteien haben ein reiches Reservoir an potenziellen Nachfolgern. Die bisher genannten Personen sind allesamt valabel, was die Amtsführung angeht; auf ihre Wirtschaftsfreundlichkeit wird sie der LEADER testen, wenn die Nominationsphase abgeschlossen ist.

Die Tatsache, dass die FDP mit heute drei Regierungsmitgliedern rein rechnerisch massiv übervertreten ist, diese Zahl aber halten möchten, die CVP den zweiten Sitz natürlich ebenfalls verteidigen wird und die Grünen schon lange mit Regierungsaufgaben liebäugeln, wird dafür sorgen, dass es zu einem echten Wahlkampf kommt. Und in diese Rechnung ist die SVP noch nicht einmal einkalkuliert.

Gescheiterte Versuche

Denn das dürfte zur zentralen Frage werden: Wie steht es mit der SVP? Sie hat sich in den Vorjahren fleissig an den Regierungsratswahlen beteiligt, scheiterte aber immer, nicht selten relativ kläglich. Ihren Kandidaten fehlte es zum Teil am Profil, zum Teil am Bekanntheitsgrad, zum Teil an beidem. Es gab Kandidaturen, die gerade in Wirtschaftskreisen durchaus wohlwollend betrachtet wurden. Der St.Galler Markus Straub beispielsweise hat einen unternehmerischen Hintergrund und langjährige Erfahrung als Parlamentarier; gerade für KMU hätte er sich mit Bestimmtheit engagiert. Doch auch er konnte über das Wählerpotenzial der SVP hinaus nicht viel bewegen. Versuche wurden auch unternommen mit Quereinsteigern wie Ernst Jörin, dessen Politikkarriere schnell beschrieben ist: Vor der Wahl kannte ihn keiner, einige Wochen lang lachte er von vielen Plakattwänden herab, seit der Wahlniederlage hat man

nie wieder von ihm gehört. Dasselbe gilt für den Ex-Kandidaten Heinrich Schlegel.

Solche Intermezzi sind verantwortlich dafür, dass sich ein Eindruck hartnäckig hält: Die St.Galler SVP will gar nicht um jeden Preis in der Regierung vertreten sein, da es sich als reine Oppositionspartei beim Wahlvolk besser punkten lässt. Indiz dafür ist auch die Tatsache, dass die in St.Gallen noch junge Volkspartei zwar ein dünnes Personalkorsett hat – aber sie hat eines, nur wird es nicht genützt. Der St.Galler Finanzfachmann Bruno Gutmann beispielsweise hätte vor Jahren als Kandidat gebracht werden müssen; inzwischen passt er altersmässig nicht mehr ins Profil. Der kantona-

le Gewerbebandspräsident Hans Richle fand die Gnade der Delegierten nicht, als es um seine Nominierung ging; hier ist die Schuld also nicht bei den Parteioberen zu suchen. Richle hätte das Rüstzeug für das Amt auf jeden Fall gehabt. Wie in einer Art missglücktem Masterplan bootet die SVP die eigenen Leute aus, die Chancen hätten und hebt stattdessen Leute auf den Schild, die nur lokale Bekanntheit vorweisen – oder gar keine.

Mann der Wirtschaft gesucht

Vieles spricht dafür, dass im nächsten Frühjahr punkto Parteienstärke in der Regierung alles beim alten bleibt oder es zu einer «kleinen Rochade» kommt, bei der der dritte Sitz der FDP

zur CVP zurückwandert. Vielleicht aber ist die letztendliche Formel der Regierungsbesetzung gar nicht so entscheidend. Denn erinnern wir uns: CVP und FDP haben seit langem eine satte Mehrheit, und dennoch fehlt beispielsweise im Steuerbereich der Mut, den andere Kantone haben, in die Offensive zu gehen. Möglicherweise ist es daher entscheidender, welche Personen unabhängig vom Parteibuch neu Einzug halten. Ein ausgeprägt wirtschaftsfreundlicher Kandidat mit unternehmerischer Erfahrung und der Bereitschaft, zu agieren statt zu reagieren: Das wäre der grösste Gewinn für St.Gallen.

Anzeige



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



DRUCKEREI

Weltweit – individuell verpackt



Der Weg zum Kunden ist die letzte Etappe eines erfolgreichen Geschäfts. Setzen Sie genau jetzt auf grösstmögliche Professionalität. Von der Verpackungsplanung, der Herstellung der Verpackungen in Holz, den Kenntnissen von Vorschriften/Normen bis zur Transportüberwachung bieten wir alles aus einer Hand. **Individuell, flexibel und schnell bewältigen wir auch grössere Kapazitäten.**

KIFA AG – natürlich gut verpackt!



KIFA AG, Châtelstr. 5, CH-8355 Aadorf | Märstetten | Uzwil | T. 052 368 41 21 | F. 052 368 41 41 | www.kifa.ch

«Träume nur zu träumen
überlass ich anderen. Ich
ziehe es vor, sie zu leben»



PREMIUM
SERVICE
BY GAMMA

GAMMA
WILLKOMMEN ZUHAUSE

«Blocher und seine SVP legen alle aufs Schweizerkreuz»

Der Wahlkampf 2007 hat die Schweiz auf die Frontseite der New York Times gebracht – erstmals seit 1994, als die Debatte um Holocaust-Gelder auf Schweizer Banken ihren Höhepunkt erreichte. Der «Spiegel» fragt sich unterdessen «Was ist los in der Schweiz?» und die «Süddeutsche» meint, dass bei den Wahlen die Köpfe und nicht die Parteien im Mittelpunkt stehen. Ein Blick auf die nicht ganz objektive Aussensicht.

TEXT: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ARCHIV WWM

Vier Seiten hat der renommierte «Spiegel» Christoph Blocher gewidmet – dem «kleinen Mann mit Bauch und bäuerischem Gesicht». Dem Justizminister, der ein «bäuerliches Misstrauen gegen alles hat, was von aussen kommt.» Keine Frage: Der Wahlkampf 2007 war in seiner Form einzigartig für die Schweiz. Als unschweizerisch wird er betitelt. Unschweizerisch daher, weil wir nicht nur «nett» zueinander waren, sondern gestritten haben – Wahlkampf eben.

Ungewöhnlich für die Schweiz

«In einem Land, in dem der Kompromiss, die Toleranz und Friedfertigkeit traditionell zu den grössten Tugenden gehören, kommt es zu einem Ausbruch von Hass und Gewalt», schreibt die «Süddeutsche» zu den Ausschreitungen in Bern. Das habe man bisher nur von anderen Staaten Europas gekannt. Nicht aber von der Schweiz, der es gut gehe, wo der Lebensstandard höher liege als bei den Nachbarn ringsum und wo es praktisch keine Arbeitslosigkeit gebe. «Vor diesem Hintergrund wählt ein Teil der Schweizer Öffentlichkeit den einfachen Weg und macht Radaubröder für die Krawalle verantwortlich – junge Leute, die keine echten Sorgen hätten und Ersatz für wirkliche Abenteuer suchten», so Kommentator Gerd Zitzelsberger.

Die hätten sich wohl unter die Demonstranten in Bern gemischt, doch die linksextremen Proteste hätten auch politische Wurzeln. «Wer sie leugnet, der ignoriert eine bedeutsame gesellschaftliche Umwälzung, eine Verschiebung in der politischen Kultur der Schweiz, die durch den Wahlkampf befördert und gleichwohl vom Establishment ignoriert wird.» Zitzelsberger schreibt von den Ängsten, die wir hätten, vor

der Furcht, dass die Globalisierung, von der die Schweiz bislang nur profitiert hätte, dem Land seine Identität rauben könnte. Ängste, die sich die SVP zunutze mache.

Nicht Partei, sondern Köpfe

Zwei Faktoren befördern laut der «Süddeutschen» den Auftrieb der SVP. Zum einen scheine der SVP Geld in nahezu unbegrenzter Menge aus unbekanntem Quellen zur Verfügung zu stehen – «sicher nicht gespendet von ihrer grössten Wählergruppe, eher bildungsfernen und unterdurchschnittlich verdienenden Schweizern». Zum zweiten verfolge die SVP einen für die Eidgenossenschaft völlig neuartigen und hochprofessionellen Wahlkampfstil. «Traditionell stehen in der Schweiz die Köpfe der jeweiligen regionalen Kandidaten im Vordergrund, die Parteizugehörigkeit spielt eine nachgeordnete Rolle», will die «Süddeutsche» ausserdem erkannt haben.

Calmy-Rey feilt nicht am Image der Schweiz

Ein Zitat taucht in praktisch allen grösseren Zeitungen auf – jenes von unserer Schweizer Aussenministerin, die in den vergangenen Wochen eigentlich nichts dafür getan hat, das Bild der Schweiz im Ausland zu erklären. Sicher tut sie es auch nicht mit der Aussage, dass die SVP, die am «wenigsten schweizerische Partei» sei. Wie um alles in der Welt erklärt sich Micheline Calmy-Rey dann den Wähleranteil von gut 27 Prozent? Die Frankfurter Allgemeine zitiert sie wie folgt: «Die Schweiz durchlebt schwierige Zeiten, weil die Entwicklung des modernen Lebens viele isoliert und verunsichert.» Dadurch entstünden Spannungen, und die politischen Konfrontationen würden schärfer. Das Ganze gipfelte dann in den Ausschreitungen von Bern.

Hilflose Reaktionen

«Was ist los in der Schweiz?», fragt sich der «Spiegel» um dann gleich die Antwort zu liefern: «Eigentlich nichts Weltbewegendes.» Weil niemand eine Vision für die Zukunft unseres Landes habe, fülle die SVP dieses Vakuum mit propagandistischer Presseluft, mit Populismus, Fremdenangst und markigen Parolen. Und der österreichische «Kurier» hat die Antwort auf alle Fragen, indem er die «Basler Zeitung» zitiert: «Offensichtlich hat die Schweiz kein grösseres Problem als Blocher, was beweist, wie glücklich dieses Land in Zeiten der florierenden Wirtschaft ist.» Auf den Zug springt dann auch die «Süddeutsche» auf: «Die Linke und die anderen Parteien verharren in der Schockstarre, sie reagieren einfach nur hilflos bis beleidigt auf Blocher. Der Berner Gewaltausbruch war nun das erste Signal dafür, dass die Ratlosigkeit schnell in eine unkontrollierte Auseinandersetzung umschlagen kann.» Und der «Spiegel» meint abschliessend: «Die SVP ist ein politisches Perpetuum mobile. Was immer seine Gegner tun: Blocher und seine SVP legen alle aufs Schweizerkreuz.»

Nun fragt man sich doch aber zu recht, wie eine Partei, die laut verschiedenen Kommentatoren aus bildungsfernen Schweizer besteht, alle an der Nase herumführen kann? Der Blick von Aussen ist wohl interessant, hat aber oftmals eine etwas gar einseitige Optik. Der Schweiz und ihrem politischen System wird sie nicht gerecht.



Wahlkampf-Theater

In den vergangenen Monaten wurden wir aufs Beste unterhalten. Die National- und Ständeratswahlen haben uns ein Theater der Sonderklasse beschert – mit sehr vielen Laiendarstellern, Statisten und hoffentlich einem Happy-End. Für die humorvollen Einlagen war einmal mehr die SP zuständig. Die SP und Werner Messmer.

TEXT: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ARCHIV/WWM

Eines vorweg: Der Ausgang der Wahlen stand bis zum Redaktionsschluss noch nicht fest. Der LEADER schreibt hier also über eine Darbietung, die noch kein Ende gefunden hat. Aber in gewissem Sinne wird sie das auch am 21. Oktober nicht. Es geht auf nationaler Ebene weiter bis Mitte Dezember, wenn die Bundesratswahlen anstehen. Und auf kantonaler Ebene können wir uns auf Hochspannung hinsichtlich der künftigen Zusammensetzung des Regierungsrates in St.Gallen gefasst machen.

Es war einmal ein Staatsmann, der keiner war...

Eines haben aber alle Bühnenstücke gemeinsam: Sie leben von den Akteuren aus den Reihen der SP und der SVP. FDP und CVP haben es einmal mehr nicht verstanden, sich in Szene zu setzen. Sie versuchen seit Wochen – eigentlich völlig zu Recht – mit wichtigen Themen Boden gut zu machen. Nur leider interessiert

sich ein Grossteil der Schweizer Bevölkerung nicht für diese Debatten. Man bedenke: Jene Schweizerinnen und Schweizer, die an die Urne gehen, sind in der Minderheit. Und in dieser Minderheit hat es ebenfalls eine Vielzahl von Bürgerinnen und Bürgern, die Majorz nicht von Proporz unterscheiden können, geschweige denn wissen, wohin die FDP ihre Wähler in den nächsten vier Jahren führen will. Das hat unter anderem auch mit dem farblosen Parteipräsidenten Pelli zu tun. Er wirkt in diesem Theater wie ein Ersatz-Schauspieler. Seine Reden klingen abgedroschen, sein Ausdruck bleibt farblos. Die FDP verliert an Glanz. Bundesrat Hans-Rudolf Merz hielt sich im gesamten Wahlkampf vornehm zurück. Sein Parteikollege Couchepin tat dies nicht – leider. Er suchte das Scheinwerferlicht. Fand er es jeweils, war sein Text einfach nur peinlich. Er wäre gerne ein grosser Staatsmann. Dieser Bubentraum bleibt aber wohl unerfüllt.

190 Zentimeter Unbekanntheit

Die CVP brachte mit Lucrezia Meier-Schatz

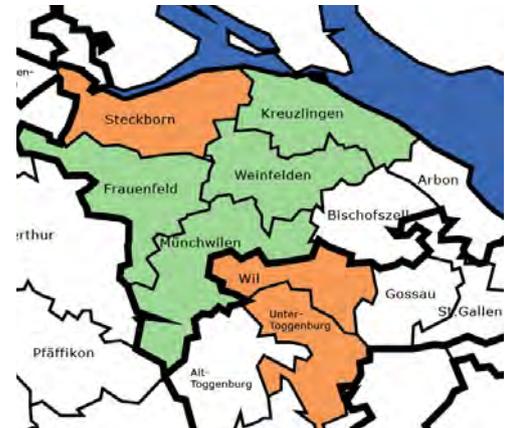
(bitte bei der direkten Anrede niemals das «Schatz» vergessen) wenigstens etwas Dramaturgie ins Spiel. Hier wurde Zündstoff geboten. Genützt hat es aber höchstens der SVP. Die CVP konnte dadurch keine Punkte gut machen. Und wer sitzt eigentlich für die CVP im Bundesrat? Die hoch gehandelte Doris Leuthard glänzt durch Bühnenabwesenheit. Akzente konnte sie dadurch keine setzen. Gewinner dürfte CVP-Präsident Christophe Darbellay sein. Er war während Wochen auf einigen Plakaten präsent. Mal ehrlich: Wer wusste vorher schon, wie der Präsident der CVP überhaupt aussieht? Was er bewirken will, weiss man zwar noch immer nicht, jedoch, dass er rund 190 Zentimeter misst. Das ist doch schon mal was.

Keine Besuche erwünscht

Die SP war auf der Bühne gut vertreten. Sie hätte mit all Ihren Laien eine ganze Komödie für einen Unterhaltungsabend produzieren können. In den Hauptrollen: Hildegard Fäsler, Hans-Jürg Fehr und natürlich Edith Graf-Litscher. «Edith Graf-Litscher? Wer zum Teufel

Ihr **neuer** Masstab für
kostengünstige Streuwerbung

www.prisma-ms.ch



Planen Sie Ihre Streuwerbung kosten-
günstig und jetzt noch einfacher! Mit
einer Landkarte können Sie das Verteil-
gebiet bis auf die Postleitzahl genau
bestimmen. Per Mausklick 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

ist Edith Graf-Litscher?», werden Sie sich fragen. Frau Graf, pardon, Frau Graf-Litscher kam als Nachfolgerin für den verstorbenen Jost Gross in den Nationalrat und liebt an der Politik vor allem, dass sie sich mit allen möglichen Personen unterhalten kann. In der Wählarena von Tele Ostschweiz zählte sie denn auch munter alle Vereine auf, denen sie schon einen Besuch abgestattet hat. Auf Nationalrat Werner Messmers Entgegnung, dass sie den Baumeisterverband noch nie besucht habe, meint sie, dass sie das gerne nachholen werde. Messmers Antwort: «Lieber nicht.» Die Frau stand auf der SP-Liste des Kantons Thurgau ganz oben. Im Rating der Sonntagszeitung, welches die Wichtigkeit von Politikern beurteilte, war Frau Litscher praktisch ganz hinten. Der Thurgau bietet anscheinend keinen guten Nährboden für einen Nachwuchs bei der SP. Aber es sei an dieser Stelle gesagt: Nett ist sie, die Frau Graf-Litscher.

Billig Leuenberger Selbstjustiz?

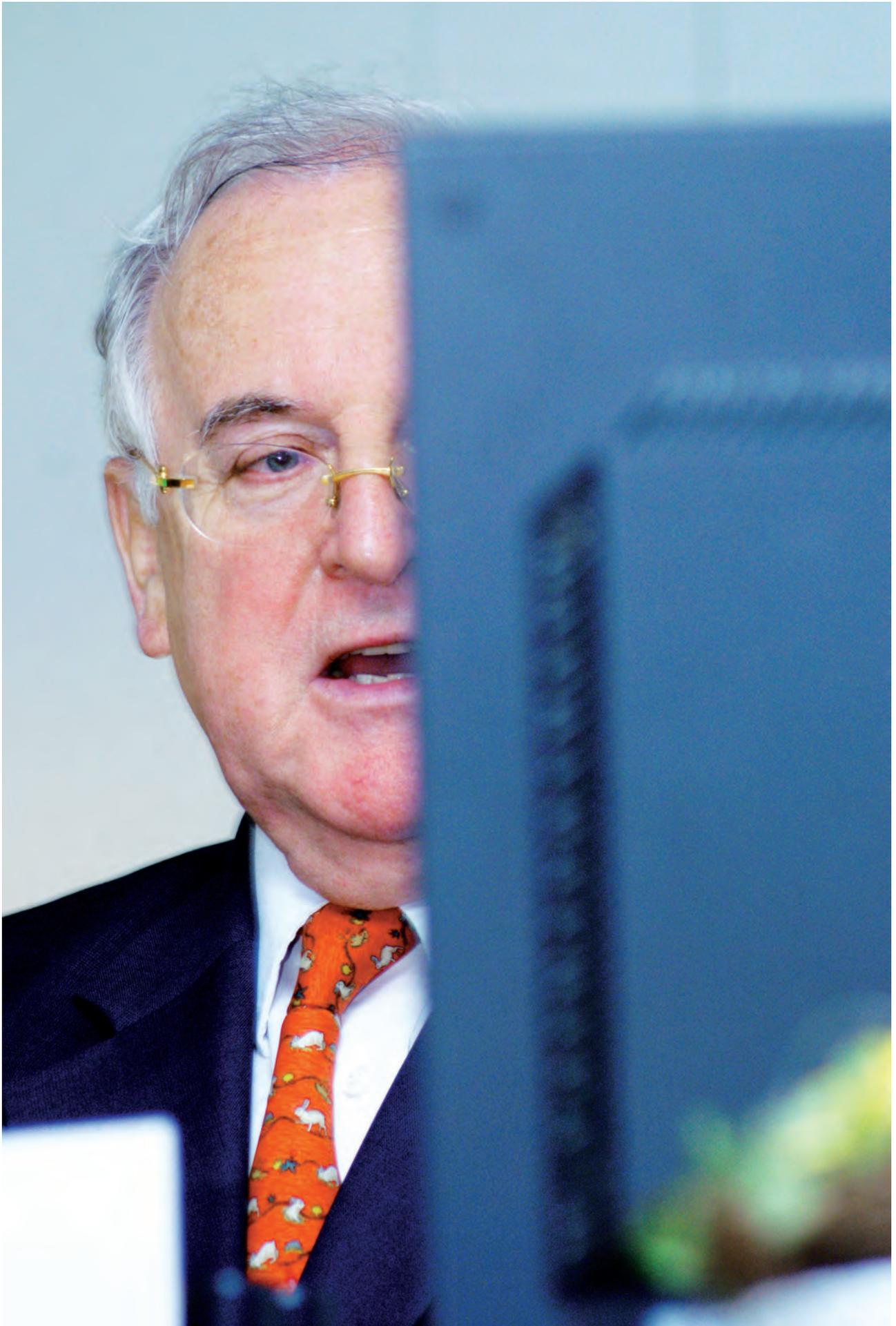
Womit wir bei Hildegard Fässler wären. Gäbe es die Frau nicht, müsste man sie erfinden. Positiv anzumerken ist, dass sie die Politik ernst nimmt. Das verleiht ihr Gewicht und dem gebührt Respekt. Aber wer der Politikerin zuhört, hat manchmal das Gefühl, Unternehmer zu sein sei eine Krankheit. Damit ist sie aber genau auf der Linie des Parteiprogramms. Die SP hat noch immer nicht erkannt, dass ein Wohlstand in der Schweiz nur möglich ist, wenn es auch den Arbeitgebern gut geht. Die SP will den Ast durchsägen, auf dem wir alle sitzen. Dass sie dabei auf den Kopf fallen könnte, hat sie noch nicht kapiert. Wie auch, wenn man den Blick immerzu verträumt gegen den Himmel richtet und die Wolken betrachtet. Schön ist das wohl, aber ohne Zukunft. Und an der Spitze von allem steht Hauptdarsteller und Tagträumer Hans-Jürg Fehr. Er liebt es, die SVP für Aktio-

nen und Aussagen zu kritisieren, die bei der SP schon seit langer Zeit gang und gäbe sind. Blocher verletzte das Kollegialitätsprinzip. Also bitte: Mit den Entgleisungen von Selbstdarsteller Moritz Leuenberger liessen sich Bücher füllen. Stellen Sie sich beispielsweise vor, Blocher würde die Amokfahrt eines Schweizer Promis ins Ringier-Gebäude mit den Worten kommentieren: «Ich habe ein gewisses Verständnis dafür.»

Die SP und der Grossteil der Medien würden kritisieren, dass Blocher Selbstjustiz dulde. Die SP ist die unglaublichste Partei von allen – aber die amüsanteste. Wählbar macht sie das aber nicht.

Theoretisch meint es die SP gut

Für amüsante Momente kann auch die SVP sorgen, etwa wenn Elmar Bigger im Fernsehen mit rotem Kopf darauf pocht, dass man dem Schweizer auf keinen Fall das Sturmgewehr aus den heimischen vier Wänden entreissen darf. Tradition in Ehren, aber sind das wirklich die akuten Probleme der Schweiz? Solche Ausrutscher hat es in den Reihen der SVP immer wieder. Dennoch legt die Partei zu. Wieso? Weil sie seit Jahren doch im Allgemeinen die Themen setzt, welche die Bevölkerung auch wirklich beschäftigen. Und weil sie durch Aktionen wie jene des Schwarzen Blocks in Bern noch in ihrer Linie bestätigt wird. Jeder Schuss von Links auf Blocher verhilft der SVP zu noch mehr Wählern. Gibt es allenfalls eine übergeordnete Verschwörung von SP und SVP? Man könnte es meinen. Denn so dumm kann die SP doch eigentlich gar nicht sein. In welcher Partei sitzen wohl am meisten Akademiker? Nur sieht in der Theorie alles etwas anders aus als in der Realität. Theoretisch kann man den Baumstamm durchsägen, ohne dass die Krone fällt. Aber eben, nur theoretisch.



Oehlers Rückzug in Raten

Edgar Oehler hat den ersten Schritt zur Regelung seiner Nachfolge eingeleitet: Thomas Reifler ist vom Verwaltungsrat der AFG Arbonia Forster Holding AG zum neuen Vorsitzenden der Geschäftsleitung der Hartchrom AG Steinach und als Leiter der Division Surface Technology der AFG gewählt worden.

TEXT: MBA

BILDER: ZVG./WWM.

«Indem man besser und jünger ist als ich, ausserdem innovativ und ideenreich», antwortete Edgar Oehler einmal auf die Frage, wie man sich als sein Nachfolger ins Spiel bringen kann. Die Person müsse die Übersicht haben und führen können. Das ist für Oehler zentral. Kein leichter Job also. Denn Oehler sorgte in den vergangenen Jahren regelmässig für Schlagzeilen. Zukäufe, Ausbauten und Umsatzsteigerungen brachten im Ruf des eines gewichtigen Unternehmers ein – gewichtig für die Schweiz, gewichtig aber vor allem für die Ostschweiz. Die eingeschlagene Richtung soll nun zumindest teilweise durch Thomas Reifler fortgeführt werden. Er wurde per 1. Oktober 2007 zum neuen Vorsitzenden der Geschäftsleitung der Hartchrom AG Steinach und als Leiter der Division Surface Technology der AFG gewählt. Reifler übernimmt damit die Verantwortung des operativen Geschäfts von Edgar Oehler. Dieser leitete als Mehrheitsaktionär der AFG bisher auch die STI Hartchrom. Edgar Oehler, welcher die Oberflächengruppe per 1. Januar 2007 in die AFG integrierte, hat damit den ersten Schritt zur Regelung seiner Nachfolge eingeleitet. Er bleibt Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates der STI Hartchrom und wird seine Funktion als CEO, Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates der AFG weiterhin ausüben. Nun ist es klar: Selbst für Edgar Oehler gibt es ein Leben nach dem Unternehmertum. «Klar. Ich werde irgendwann zurücktreten, ich betone: zurück treten, einen Schritt zurück machen. Das Geschehen aus der Distanz zu betrachten hat auch seinen Reiz», erklärte er kürzlich in einem Interview mit dem «Tagblatt».

Hohes Wachstum und steigende Erträge

Edgar Oehler führte die operativen Geschäfte der Hartchrom AG Steinach seit 1996 nach dem Tod des Firmengründers Theo Keel. Er erwarb die damalige Hartchrom AG 1998. In kürzester Zeit baute er die Hartchrom AG Steinach zur weltweit tätigen Oberflächengruppe STI Hartchrom mit 650 Mitarbeitenden, 11 Tochterunternehmen und Vertretungen in weltweit 17 Ländern aus. Mit über 20 Veredlungsverfahren verfügt STI Hartchrom über führende Marktpositionen in den Geschäftsbereichen Papier, Druck, Film und Folien, Marine Propulsion, Defense Technology und eine starke Stellung in den Bereichen Aeronautics, Automotive und Allgemeiner Maschinenbau. Nach dem Bau des Technologiezentrums in Steinach und dem Ausbau des Produktionsstandortes in Sternenfels-Diefenbach (DE) beginnt STI Hartchrom noch dieses Jahr mit dem erneuten Ausbau des Mutterhauses in Steinach.

Investitionen von 85 Millionen Franken

Der neue Mann an der Spitze, Thomas Reifler, ist seit 1999 Chief Financial Officer CFO und Mitglied der Geschäftsleitung der Hartchrom AG Steinach. In dieser Funktion zeichnete der Diplomierte Betriebswirt für wichtige Investitionsprojekte der STI Hartchrom Gruppe verantwortlich. Unter seiner Leitung realisierte die Unternehmung unter anderem die Reorganisation der Standorte in Deutschland sowie den Aus- und Neubau und die Inbetriebnahme des STI Surface Centers in Sternenfels-Diefenbach (DE).

Während Reiflers Zeit als CFO investierte die STI Hartchrom rund 85 Millionen Franken in den Ausbau zur weltweit führenden Oberflächenveredlungsgruppe in ihrer Branche. Sie baute ihre Produktionskapazitäten massgeblich aus, gründete sechs Unternehmen und erwarb sechs weitere. Reifler verfügt über langjährige Führungs-Erfahrung als Controller, CFO und Mitglied der Geschäftsleitung verschiedener Industrie-Unternehmen.



Thomas Reifler

«NORMALERWEISE WERDEN NICHT DIE GRÖSSTEN PFEIFEN GEWÄHLT»

Im Gespräch mit Roland Eberle, CEO der sia Abrasives

Peter A. Schifferle, der seit 1991 die Geschicke der sia Abrasives lenkte, trat Ende 2006 als CEO und Delegierter des Verwaltungsrates der sia Abrasives Holding AG zurück. Sein Nachfolger Roland Eberle spricht im LEADER-Interview über sein erstes Jahr an der Spitze des Unternehmens, den Druck durch die Öffentlichkeit und die Möglichkeit, sich selber zu definieren.



INTERVIEW UND BILD: MARCEL BAUMGARTNER

Bald haben Sie Ihr erstes CEO-Jahr hinter sich. Wie war die «Einführungsphase»?

Roland Eberle: Ich habe mich sehr gut eingelebt. Dadurch, dass ich bereits vier Monate vor dem offiziellen Start mich in der Welt des Schleifens einleben konnte, hatte ich genügend Zeit, mich mit dem Unternehmen vertieft zu befassen. Ich konnte mich mit allen Details, der Produktion, den Abläufen und der Internationalität auseinandersetzen. So war ich optimal vorbereitet auf den Start am 1. Januar 2007.

Im Herbst 2006 haben Sie zudem noch einige Zeit in der Produktion gearbeitet.

Dadurch konnte ich mich mit allen Produktionsschritten vertraut machen. Wenn man sich eingehend mit dem Produkt «Schleifmittel» auseinandersetzt, merkt man schnell, dass es sich hierbei um eine hochkomplexe Materie handelt. Es sind Technologie und Innovationen gefragt, um die Qualität und die Anwendungsmöglichkeiten ständig verbessern zu können. Mit meinem Einsatz im Betrieb sammelte ich diese Erfahrung eins zu eins und kam in Kontakt mit jenen Personen, die sicherstellen, dass unsere Produkte in einwandfreier Qualität das Unternehmen verlassen.

Empfanden Sie das anfangs nicht als sonderbar? Immerhin waren Sie Regierungsrat bevor Sie die Arbeiterschürze überstreifen mussten.

Nein, das hat mich überhaupt nicht gestört. Im Gegenteil: Sowohl ich als auch die Mitarbeitenden haben das sehr geschätzt. Ich habe auch als Regierungsrat stets versucht, möglichst nahe bei

den Menschen und bei der Sache zu sein. In einem relativ kleinen Kanton ist es nichts Aussergewöhnliches, dass man sich als Regierungsrat mit den Details auseinandersetzt, für welche man verantwortlich ist.

Peter A. Schifferle – ihr Vorgänger – gilt als waschechter Patron. Er wirkt weiterhin als Präsident des Verwaltungsrates. Bestehen da keine Reibungsflächen?

Wir haben das grosse Plus, dass wir uns schon 15 Jahre kennen. In dieser Zeit ist eine Freundschaft entstanden, was den Vorteil hat, dass man auch sehr offen miteinander reden kann, wenn es um kritische Fragen geht. Uns beiden war von Anfang an bewusst, dass wir einen professionellen Umgang pflegen müssen und, dass die Rollen klar definiert sein müssen. Und dort, wo es Schnittpunkte gibt, muss man sich aussprechen, wenn man das Gefühl hat, der andere komme einem zu nahe. Bisher hat das gut funktioniert.

Also keine Einmischungen?

Überhaupt nicht. Feedbacks, ja. Einmischungen, nein. Ich sehe das als Chance, dass ich bei Peter A. Schifferle nachfragen kann, wie er in einem Fall handeln würde, oder wie er das früher gehandhabt hat. Dadurch macht man weniger Fehler und das Unternehmen profitiert.

Und wie haben die engsten Mitarbeitern den Wechsel aufgenommen?

Das verlief alles reibungslos. Mein Führungsstil ist nicht autoritär sondern teamorientiert. Aber selbstverständlich mussten sich auch die Mitarbeitenden auf jemanden Neuen einstellen. Die Geschäftsleitung ist an Bord und wir arbeiten zielstrebig und erfolgreich.

Es geschieht ja nicht jeden Tag, dass man einen ehemaligen Regierungsrat als Vorgesetzten erhält.

Das habe ich selber auch gespürt. Die Öffentlichkeit beobachtete mit Neugierde, was da jetzt ein Politiker macht. Aber ich konnte das eigentlich mit Humor nehmen. Schliesslich war ich in gewissem Sinne schon vorher als CEO tätig. Als Mitglied der Thurgauer Regierung ist man Mitglied der Geschäftsleitung eines staatlichen Unternehmens und verantwortet ein Budget von jährlich 1,3 Milliarden Franken. Als Regierungsrat führt man 3500 Personen, hat Aufträge zu bearbeiten und muss eine effiziente Verwaltungsführung sicherstellen. Eine völlige Umorientierung war es also auch nicht.

Worin liegen denn die grössten Unterschiede?

In der Art und Weise, wie Entscheide gefällt werden. In der Wirtschaft geht das natürlich bedeutend schneller als in der Politik. Das wird von mir jetzt auch erwartet, dass ich schnelle, aber doch gut fundierte Entscheide fälle und die Verantwortung übernehme. Ich kann mich hier nicht hinter der Kollegialität, dem Parlament oder dem Volk «verstecken».

Ein weiterer Unterschied ist sicher auch die internationale Ausrichtung. *sia* Abrasives exportiert 90 Prozent aller Produkte. Wir sind in über 80 Ländern vertreten, davon in 15 mit eigenen Firmen. Diese Facette ist überhaupt nicht vergleichbar mit der Regierungstätigkeit. Aber es ist ein Faktor, der mir sehr viel Freude bereitet und mich auch herausfordert.

Ihre jetzige Tätigkeit dürfte vor allem auch dankbarer sein, weil man schneller etwas bewirken kann, oder?

Es ist sicher vielseitiger und dynamischer. Das soll nun aber nicht heissen, dass es in der Regierung langweilig war. Im Gegenteil: auch dort war es äusserst spannend. Der Verwaltungsprozess ist einfach verschieden. Ich hatte zwölf sehr schöne Jahre in der Regierung und habe nun die Chance, unternehmerisch noch etwas zu bewirken. Das ist perfekt für mich.

Sie sagten, dass Sie sich anfangs noch beobachtet fühlten. Hat Sie das beeinflusst?

Höchstens in dem Sinne, dass ich alles umso präziser machen wollte. Ich war bedacht darauf, keine Fehler zu begehen. Von daher gesehen hatte es eigentlich nur einen positiven Effekt. In dem einen oder anderen Fall habe ich dadurch möglicherweise etwas mehr Zeit gebraucht aber das hat mich auch tiefer ins Geschehen gebracht. Ich weiss nun, wie es läuft.

Wieso ist das so speziell, wenn ein Politiker in die Wirtschaft zurückkehrt?

Es findet in der Regel selten statt. Man hat diese Möglichkeit eigentlich nur, wenn man - wie es bei mir der Fall war - sehr jung gewählt wird. Ich bin mit 40 Jahren in die Regierung eingetreten. Es war für mich von Anfang an klar, dass ich dort nicht bis zum Ende meiner aktiven Arbeitszeit politisieren werde.

Meistens läuft es in der Schweiz doch so, dass jemand zusätzlich zum normalen Arbeitsalltag noch politisiert. Aus diesem beruflichen Umfeld wird er dann in ein Amt gewählt - der Rest

ergibt sich. Wieso also sollte er dereinst nicht in die Wirtschaft zurückkehren können? Normalerweise werden ja nicht die grössten Pfeifen gewählt. Aber man redet nun einmal lieber über die schlechten Fälle, also über jene, die gescheitert sind. Die guten nimmt man nicht gross zur Kenntnis, die sind zu langweilig.

Hat Sie der – nennen wir es einmal – «Seitenwechsel» verändert? Oder anders gefragt, würden Sie heute anders politisieren?

Die Thurgauer Regierung hatte und hat noch immer ein starkes Bewusstsein für die Bedürfnisse der Volkswirtschaft und auch für alle Elemente, die es für einen erfolgreichen Wirtschaftsraum braucht.

Ich sehe es aber heute noch etwas deutlicher. Man muss bessere Erklärungen liefern, die Politik verständlicher machen. Betrachten wir beispielsweise die Debatte um die Gewinnsteuer auf Bundesebene. Man muss dem Volk erklären, dass man die 3.7 Milliarden «Steuerausfall» auch von einer anderen Seite betrachten kann. Steuerausfall für den Staat heisst gleichzeitig Entlastung der Unternehmen. Dem Steuerzahler muss vermittelt werden, dass die Entlastung der Arbeitgeber auch Arbeitsplätze oder Investitionsmöglichkeiten schafft, welche den eigentlichen Wohlstand ermöglichen. Solche Zusammenhänge müssen einfacher und verständlicher kommuniziert werden.

Sie könnten diesen Tipp doch Ihrem Nachfolger geben. Haben Sie noch Kontakt mit ehemaligen Regierungskollegen?

Ich mische mich grundsätzlich nicht mehr in die Politik ein. Aber ich treffe mich noch regelmässig mit dem Regierungsrat und dann wird selbstverständlich auch über solche Themen diskutiert.

Die Thurgauer Regierung macht einen sehr guten Job, daran gibt es absolut nichts zu rütteln.

Ausserdem würde es gar nichts mehr nützen, wenn ich mich einbringen würde, ich kenne die Details ja nicht mehr. Ich habe die Informationsdichte nicht mehr und kenne die genauen Argumentationen und Diskussionen nicht. Alles was ich sehe, sind die Entscheide.

Kommt bei Ihnen zu Zeiten des Wahlkampfes, wenn Sie all die Plakate betrachten, nicht die Lust am Politisieren wieder hoch?

Ich war genug auf Plakaten zu sehen. Der Schritt war wohl überlegt und ich habe auch bewusst alle politischen Ämter abgelegt. Ich bin

„Perfekt, die massgeschneiderte
Softwarelösung von Creasoft.“

„Stimmt, passt Alpha
hervorragend“



Mag. Klaus P. Metzler
Leiter zentrale Informatik
ALPIA



DI FH Stefan Matt
Geschäftsleiter
Creasoft AG

Für Alpha und andere namhafte Kunden entwickeln wir individuell zugeschnittene Software, die perfekt passt. Auch ihren Mitarbeitern, die tagtäglich damit arbeiten. Dabei kann sich der Kunde je nach Bedarf auf die Schulung der Mitarbeiter, ein systematisches Projektmanagement und kundenorientierte Softwareentwicklung verlassen.

Mehr auf www.creasoft.li

creasoft ag

Weiherring 115 . FL 9493 Mauren . T +423 375 8200 . F +423 375 8201 . www.creasoft.li

einzig noch Mitglied der SVP. Aber dieser saubere Schnitt war wichtig, sonst hätte die Gefahr des Verzettelns bestanden.

Ich bin froh, dass ich keinen Wahlkampf mehr führen muss. Aber ich hoffe natürlich, dass eine hohe Stimmbeteiligung den Gestaltungswillen des Volkes unterstreicht.

Hätten Sie sich damals gegen Samuel Schmid durchsetzen können, würden Sie heute mit Christoph Blocher im Bundesrat sitzen. Haben Sie sich diesen Gedanken schon einmal gemacht?

Nein, das habe ich mir nie überlegt. Es war eine spannende Zeit und ich habe damals viel gelernt. Dieser Abschnitt liegt definitiv hinter mir. Ich habe das im Übrigen auch nie so tragisch gesehen. Unser politisches System besteht erfolgreich, so lange es von der Auswahl lebt. Man braucht Personen, die sich für ein Amt zur Verfügung stellen – im Wissen, dass sie Teil einer Auswahl sind. Wenn man jemanden, der nicht gewählt wird anschliessend aber als Verlierer abstempelt, ist das das Blödsinnigste, was man tun kann. Ich habe mich nie als Verlierer gesehen. Enttäuscht war ich im ersten Moment natürlich schon, aber das ist wohl normal.

Richtet ein ehemaliger Finanzminister das Augenmerk in einem Unternehmen hauptsächlich auf die Zahlen?

Wenn man in einem Unternehmen startet, kann man nicht nur ein Segment betrachten. Man

muss alle massgebenden Treiber kennen lernen, man muss entscheiden, wo man welche Kraft einsetzt.

Sie sind aber gerade während der Budgetphase ins Unternehmen eingetreten.

Ja, ich konnte den ganzen Prozess begleiten und mich auch äussern. Aber es ist ja nicht so, dass sia Abrasives hier Nachholbedarf hätte. Das Unternehmen hatte nie überflüssige Mittel. Wer überflüssige Mittel hat, der neigt dazu, zu grosszügig zu sein.

Ich hatte nie das Gefühl, dass es in diesem Unternehmen Bereiche gibt, bei denen man ausserordentlich mit dem Rotstift dahinter müsste.

Sie konnten kürzlich ein gutes Halbjahresergebnis präsentieren. Noch hat man aber die gesetzten Ziele nicht erreicht.

In gewissen Märkten sind wir verhalten gestartet. In den USA hatten wir ein gutes Vorjahr und rechneten mit einer Fortführung im 2007. Das war aber nicht der Fall.

Auf der Ertragsstufe haben wir aber ein sehr gutes Resultat erzielt. Und wir bemühen uns nun, auch das letzte Quartal positiv abzuschliessen.

Sind Prognosen in Ihrer Branche schwer?

Ja. Wir haben keine Auftragsbücher, die schon über die nächsten Jahre hinaus voll sind. Wir produzieren ein Konsumgut und da merkt man die Schwankungen an der Front. Das gleicht sich aber etwas aus durch den Umstand, dass wir

weltweit tätig sind. Nicht alle Märkte boomen gleichzeitig oder brechen gleichzeitig ein.

Wir sind gut unterwegs und werden das Vorjahr wohl übertreffen. Aber wird sind nicht so euphorisch wie gewisse Kommentatoren. Das Umfeld kann sich sehr schnell ändern. Es wird sich beispielsweise zeigen, welchen Einfluss die ganze Immobilienkrise in den USA auf unsere Märkte hat.

Wo holen Sie sich die Energie für die tägliche Arbeit?

Nun, ich muss vorausschicken, dass ich gerne arbeite und mich – wenn ich ehrlich zu mir selber bin – auch ein wenig über die Arbeit und den Erfolg definiere.

Erfolg, Freude aber auch ein gutes Team bringen mir letztlich die nötige Energie. Wenn diese Bereiche stimmen, kann auch einmal eine Niederlage besser weggesteckt werden.

Und last but not least habe ich mein privates Umfeld als Ausgleich – was ebenfalls enorm wichtig ist. Man darf sich nicht nur in die Arbeit verbeissen.

Anzeige



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



**Absenzen verursachen Kosten.
Reduzieren wir sie.**

*Ihr Partner für Zeitwirtschaft
und Zutrittskontrolle*

ZEIT  **AG**
Timeware of Switzerland
www.zeitag.ch



bfw fondsleitung

bfw asia-pacific quant selection fund **+44.10%***

Valorennummer: 2.806.866

*01.01.07 bis 09.10.07

Einfache Abwicklung über Ihre Hausbank oder Ihren Vermögensverwalter

bfw | group · mit Sicherheit kompetent.

bankenunabhängige finanzgruppe · www.bfwgroup.ch · info@bfgwgroup.ch

**NISSAN: WIR HABEN DAS PERFEKTE
FAHRZEUG FÜR JEDEN BERUF.**



Die Spezialisten für Firmen- und Nutzfahrzeuge von NISSAN.

Profitieren Sie vom Know-how unserer ausgewiesenen Spezialisten und vom hohen Standard der Serviceleistungen, wie sie heute von professionellen Fuhrparkhaltern erwartet werden. Zum Beispiel:

“BUSINESS-LEASING, massgeschneidert für jedes Fahrzeug und für die individuellen Wünsche!”



SHIFT_business

BUGA

Oberbüren

BUGA Buchental-Garage AG
Buchental 11 · 071 955 05 05 · www.buga.ch

«Ein Sündenbock ist immer attraktiv»

Baumeister-Zentralpräsident Werner Messmer im Interview über die Situation im Baugewerbe



INTERVIEW: STEFAN MILLIUS

BILD: ZVG

Die Aufkündigung des Gesamtarbeitsvertrages durch den Baumeisterverband wurde von Gewerkschaftsseite unter anderem als «Kriegserklärung» bezeichnet. Was sagen Sie zu dieser Definition?

Werner Messmer: Wenn ein Vertrag nicht mehr befriedigt und keine Aussicht besteht, anstehende Probleme sinnvoll lösen zu können, ist die Kündigung auf den nächstmöglichen Termin die logische Folge. Genau dies hat der Schweizerische Baumeisterverband SBV getan. Dies ist keine Kriegserklärung, sondern bietet Chancen für einen Neubeginn. Gleichzeitig hat der SBV seine bedingungslose Gesprächsbereitschaft erklärt, einen neuen Landesmantelvertrag auszuhandeln. Eine erste Runde im Sinne einer Auslegeordnung hat am 4. Oktober stattgefunden. Das zweite Treffen ist auf den 5. November angesetzt worden. Die Kriegsrhetorik stammt von den Gewerkschaften, die auch Kampfmassnahmen beschlossen haben.

Die Gewerkschaften halten daran fest, es sei ihre Aufgabe und ihr Recht, die Interessen der Bauarbeiter zu vertreten, genauso wie der Baumeisterverband die andere Seite vertrete. Diese Feststellung teilen Sie vermutlich im Grundsatz. Wo setzen Sie aber Fragezeichen bezüglich dem konkreten Verhalten der Gewerkschaften?

Der SBV will weiterhin eine gelebte Sozialpartnerschaft. Damit meinen wir nicht Partner, die sich verbrüdernd müssen. Ihre unterschiedlichen Interessen dürfen ruhig aufeinanderprallen. Sozialpartnerschaft bedeutet jedoch, dass

Der Schweizerische Baumeisterverband (SBV) hat per Anfang Oktober den Landesmantelvertrag mit den Angestellten des Bauhauptgewerbes gekündigt. Von Gewerkschaftsseite steht der SBV und dessen Zentralpräsident, der Thurgauer Nationalrat Werner Messmer (FDP), seither unter Dauerbeschuss, Streiks wurden angekündigt und inzwischen auch durchgeführt. Messmer im Gespräch mit dem LEADER über die Hintergründe.

die Partner sich gegenseitig achten und in der Öffentlichkeit respektvoll miteinander umgehen. Hinzu kommt ein gemeinsames Verständnis für die Probleme und Herausforderungen der Branche. Über die zweckmässigen und vor allem zukunftssträchtigen Lösungen müssen wir dann mit einer minimalen Flexibilität verhandeln. Nach unsern Beobachtungen und Erfahrungen mangelt es den Gewerkschaften an der Einsicht in die aktuellen Bedürfnisse der Branche und der einzelnen Betriebe. Zudem verbreiten sie unwahre Behauptungen und verunglimpfen unsern Verband in allen Medien und Podien.

Sie als Präsident und Ihr Direktor werden in diesem Zusammenhang stark persönlich angegriffen. Worauf führen Sie diese Personalisierung der Debatte zurück? Verschärft ein offenbar vorhandener Graben zwischen Ihnen und den Gewerkschaftsvertretern die Debatte zusätzlich?

Als Präsident des SBV stehe ich zusammen mit der Verbandsführung - dazu gehört auch der Zentralvorstand - in der Pflicht, Lösungen für die drängenden Probleme zu finden. Wir sind in unsern Aussagen und Forderungen klar, transparent und sachlich. Wir zielen nie auf Personen, weil wir persönliche Haltungen und berufliche Pflichten strikte auseinander halten. Leider verhalten sich die Gewerkschaften absichtlich und bewusst nicht nach dieser Maxime. Denn für sie ist die Fokussierung auf eine Person - ein Sündenbock - attraktiv und vereinfacht ihnen das Schüren von Emotionen.

Wie gross ist angesichts offener Streikandrohungen Ihre Gesprächsbereitschaft derzeit noch? Gibt es überhaupt eine Grundlage dafür?

Unser Gesprächsangebot war immer ernst gemeint. Die Gewerkschaften waren während mehr als drei Monaten nicht bereit, mit uns zusammen zu treffen. Die formellen Verhandlungen haben nun Anfang Oktober begonnen. Die zweite Verhandlungsrunde soll durch ein Spitzengespräch vorbereitet werden, um rasch Klarheit über den weiteren Weg in Sachen Themen und Termine zu erhalten. Wir verhalten uns im Augenblick bewusst grosszügig. Denn der SBV will einen neuen LMV, aber trotzdem nicht um jeden Preis.

Ungemach kommt auch von einer völlig anderen Seite, der Tripartiten Kommission des Kantons Zürich; diese hat entschieden, die Referenzlöhne für ungelernete Bauarbeiter um zehn Prozent zu senken. Auch der SBV hat dagegen lautstark protestiert. Wie sieht der Stand heute nach der ersten Aufregung aus?

Statt wie die Gewerkschaften zu lamentieren und lautstark Ängste zu schüren, hat sich der SBV mit der zuständigen Regierungsrätin getroffen und bewirkt, dass die Tripartite Kommission an ihrer nächsten Sitzung auf den Entscheid zurückkommen und diesen mit grösster Wahrscheinlichkeit zurücknehmen wird. Wir schätzen Taten mehr als Worte.



Keine Fahnenflucht

Er hatte sich selbst eine Frist von zehn Jahren gesetzt. Daher war der Rücktritt absehbar. Dass die «SonntagsZeitung» jedoch die Bombe platzen liess, war so nicht vorgesehen. Mit Urs Rüegegger verliert die St.Galler Kantonalbank einen Banker mit Profil.

TEXT UND BILD: MARCEL BAUMGARTNER

Denzel Washington stellt im Film «Philadelphia» als Anwalt jene Frage, die bei Journalisten in ähnlicher Form sehr beliebt ist: «Erklären Sie es mir bitte so, als wenn ich fünf Jahre alt wäre.» Wenn man Urs Rüegegger nach seiner künftigen Tätigkeit als Group CEO der neu zu gründenden Finanzplatz-Holding befragen will, bedient man sich dann schliesslich gerne dieser Hilfe.

Die Mitglieder des Vereins SWX Swiss Exchange sowie die Aktionäre der SIS Swiss Financial Services Group AG und der Telekurs Holding AG haben einstimmig beschlossen, die Aktivitäten der drei Unternehmen unter einem gemeinsamen Dach zusammenzufassen. Ziel der mit der Fusion vorgesehenen Ressourcenbündelung ist eine Steigerung der Innovationskraft der Finanzplatz-Infrastruktur und der Effizienz. So sollen bestehende und neue Kunden im Heimmarkt wie auch im Ausland von einer optimierten Dienstleistungspalette profitieren. Vereinfacht gesagt, bildet die Finanzplatz-Holding sämtliche Schritte entlang des Prozesses einer Wertschriftentransaktion ab.

Ungeschickte Antworten auf geschickte Fragen

Auf der Suche nach dem operativen Chef prüfte der Verwaltungsrat – in welchem auch alt Bundesrätin Ruth Metzler-Arnold sitzt und der von Peter Gomez präsiert wird – mehrere Kandidaten. Die Wahl fiel schliesslich auf den Präsidenten der Geschäftsleitung der St.Galler Kantonalbank: Urs Rüegegger. Dass dem so ist, erfuhren die meisten Mitarbeiter der Kantonalbank nicht vom Chef persönlich, sondern durch einen Artikel in der «SonntagsZeitung». Etwas war durchgesickert. Eine Informationspanne oder ein gezielter Schachzug? Rüegegger schliesst beides aus. Die ganze Geschichte sei schon einige Zeit am köcheln gewesen. «Gut möglich, dass ein Journalist zum richtigen Zeitpunkt geschickte Fragen gestellt und das Gegenüber ungeschickte Antworten abgeliefert hat.» Mit Sicherheit habe niemand aus dem Gremium die Presse kalkuliert mit Informationen beliefert, ist er überzeugt.

So war dann an jenem Sonntag schweizweit zu lesen, dass der Wechsel von Urs Rüegegger definitive Sache sei. «Das war aber zu jenem Zeitpunkt noch nicht der Fall», erklärt er. Geärgert

habe ihn der Artikel nicht, jedoch sei es sehr unglücklich gewesen, dass man die Mitarbeiter der Kantonalbank nicht vorher informieren konnte.

14 Jahre bei der KB

Nun aber sind die Weichen gestellt, die Fakten bekannt. Urs Rüegegger übernimmt auf den 1. Februar 2008 die Funktion des Group CEO der Finanzplatz-Holding und kehrt damit der Kantonalbank nach rund 14 Jahren den Rücken zu. Ende 1993 zur Bank gestossen, war er zuerst verantwortlich für das Finanz-, Rechnungswesen und Controlling. 1997 wurde er in die Geschäftsleitung gewählt, um die Erneuerung der Informatik-Plattform zu realisieren. Als Projektleiter des Börsengangs übernahm er im Mai 2001 das Präsidium der Geschäftsleitung. In den knapp sieben Jahren der Gesamtverantwortung hat sich die St.Galler Kantonalbank als börsenkotiertes Unternehmen erfolgreich behauptet und entwickelt.

Neue Impulse an der Spitze

Für Rüegegger war es immer klar, dass er nicht bis zu seiner Pensionierung bei der St.Galler Kantonalbank bleiben würde. Er teilt die Meinung des Verwaltungsrates, dass man dem Unternehmen nicht länger als zehn Jahre denselben Chef zumuten sollte: «Es braucht von Zeit zu Zeit einen neuen Impuls an der Spitze. Dass es zu einem Wechsel kommen würde, war klar.» Unklar war noch der Zeitpunkt und wohin es Rüegegger verschlagen sollte. Möglichkeiten wären gewesen, zu einer anderen Kantonalbank zu wechseln – was für Rüegegger keine grosse Herausforderung dargestellt hätte –, bei einer Grossbank in der Mitte der Organisation einzusteigen oder zu einer Privatbank zu wechseln. Alle diese Varianten konnten den Ostschweizer nicht wirklich überzeugen. So gehen kam das Angebot aus Zürich gerade im richtigen Moment. «Ein Angebot, dass ich natürlich auch genau geprüft habe. Wenn Sie eine Option haben, müssen Sie sich überlegen, welche zukünftigen Alternativen Sie allenfalls aufgeben», erklärt er. Rüegegger ergriff die Chance und sagte zu.

Sprung in den Verwaltungsrat

Kein Wechsel zu einer anderen Bank. Keine Fahnenflucht also. Und vor allem kann der CEO seine ursprünglichen Erfahrungen miteinbring-

gen. «Eigentlich bin ich ja kein Banker im herkömmlichen Sinn. Ich habe eine breite Erfahrung in den Bereichen Projektmanagement, Finanz- und Rechnungswesen sowie Informatik. All diese Segmente sind nun wieder gefragt.» Also gewissermassen eine Abrundung des bisher Gelernten und damit die Spitze der Karriereleiter? So einfach ist es dann doch nicht. «Ich habe für mich selber nie eine Karriereleiter definiert», gesteht Rüegegger. «Es hat sich bisher alles irgendwie ergeben. Wenn ich meine künftige Aufgabe gut mache, werden sich bestimmt wieder Optionen eröffnen. Und diese gilt es dann zu prüfen.» Eines der Szenarien wäre für Rüegegger, dereinst nicht mehr exekutiv tätig zu sein, sondern im Verwaltungsrat zu wirken. Das ist aber derzeit noch Zukunftsmusik.

Horizontenerweiterung

Urs Rüegegger wird sicher vorerst in Mörschwil wohnhaft bleiben. Er habe den Ehrgeiz nach Zürich zu pendeln. Aber auch hier weiss man noch nicht, was die Zukunft bringen wird. In zwei Jahren schliesst die Tochter die Matura ab und wird wohl das heimische Umfeld verlassen. Ob es Rüegegger dann doch in Richtung Zürich ziehen wird, kann man nicht wissen. «Es gibt keine Rosen ohne Dornen», antwortet er auf die Frage, ob der Preis für den Wechsel nicht auch ein Stück Lebensqualität sei. «Man kann den Horizont nicht erweitern, wenn man nicht aufbricht. Ich habe hier ein wunderbares Team, eine schöne Arbeitsstelle sowie ein optimales Arbeitsumfeld. Das gebe ich für die neue Herausforderung auf.»

Als Nachfolger von Urs Rüegegger hat der Verwaltungsrat Roland Ledergerber bestimmt. Ledergerber ist 46 Jahre alt, wohnt mit seiner Familie in St.Gallen und war bisher verantwortlich für das Privat- und Geschäftskundensegment, dem mit rund 430 Mitarbeitern grössten Bereich der St.Galler Kantonalbank. Er hat an der Universität St.Gallen Betriebswirtschaft studiert und anschliessend bei der UBS verschiedene Stationen im In- und Ausland durchlaufen. Ende 1998 ist er zur St.Galler Kantonalbank gestossen, wo er 2002 zum Mitglied der Geschäftsleitung gewählt wurde.

**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 erwar-
ten. 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 +1284 494 11 00, München +49 89 2111 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



«Weiterhin zu den Besten gehören»

Telsonic-Chef Peter Spenger über die Zeit seit dem Gewinn des Unternehmerpreises

Peter Spenger und seine Telsonic in Bronschhofen konnten bei der letzten Durchführung des Unternehmerpreis Ostschweiz den Sieg erringen. Mit einem Schlag wurde das Unternehmen der Ultraschalltechnik in der Ostschweiz und darüber hinaus bekannt. Peter Spenger im Gespräch darüber, was sich seither getan hat.

TEXT: STEFAN MILLIUS



Als Sieger des Ostschweizer Unternehmerpreis 2006: Inwieweit gehört diese Auszeichnung für Sie bereits der Vergangenheit an, inwiefern ist Sie noch aktuell?

Peter Spenger: Der Preis steht in der Empfangshalle der Telsonic und erinnert uns so daran, dass wir diese Auszeichnung 2006 gewonnen haben. Er ist aber auch gleichzeitig Ansporn, den eingeschlagenen Weg beizubehalten, wir wollen auch zukünftig zu den besten gehören.

An Bekanntheit haben Sie persönlich und die Telsonic als Unternehmen zweifellos zugelegt. Gibt es auch «handfestere» Auswirkungen?

Durch die Erhöhung des Bekanntheitsgrades ist es einfacher geworden, bei Einstellungen sehr gut qualifiziertes Personal anzusprechen und zu bekommen.

Sie sind in einem hochspezialisierten Markt tätig. Hat der Unternehmerpreis geholfen, Ihre Technologie bekannter zu machen?

Nein, die Ultraschalltechnik in der Industrie ist eine Technik, die sich vorwiegend in Nischen, verbunden mit ganz spezieller Anwendungstechnik, einsetzen lässt.

Nachdem Sie nun bereits zu den Siegern gehören: Hat die nächste Vergabe des Unternehmerpreises für Sie noch einen Reiz?

Auch nach dem Unternehmerpreis 2006 möchten wir zu den Besten gehören und an der Spitze mithalten können. Ich freue mich jetzt schon auf die nächsten Sieger.

Was würden Sie dem Gewinner 2008 vorsorglich mitgeben? Wofür muss er oder sie sich wappnen?

Sie sollen den gesamten Prozess, die Vorselektion, die Interviews und auch die Vergabe des Preises mit der ganzen Belegschaft geniessen können.

2008 zum dritten Mal

In der Ostschweiz wird der Unternehmerpreis, der vom «Swiss Venture Club» schweizweit initiiert wurde, im kommenden Jahr bereits zum dritten Mal durchgeführt. Bisherige Preisträger waren die Abacus in Kronbühl und die Telsonic in Bronschhofen. Die dritte Austragung findet am 6. März 2008 in St.Gallen statt. Für den SVC-Unternehmerpreis können sich Firmen nicht selbst bewerben; die Auswahl erfolgt mittels Nomination durch die sieben Jurymitglieder, die aus verschiedenen Regionen stammen und die Ostschweizer Unternehmerlandschaft bestens kennen. Vorausgesetzt wird für eine Teilnahme ein entsprechender Leistungsausweis, Nachhaltigkeit und Etablierung, Innovationsgedanke und regionale Verwurzelung. Die Bewertung erfolgt aufgrund einer Mischung aus weichen und harten Faktoren.

Tradition!

«Heute erfolgreich. Morgen erfolgreich! So wie bei einem guten Wein die Trauben müssen im Geschäftsleben die Entscheidungen gründlich reifen. Bei der Übernahme der Traditionsfirma Rutishauser Weinkellerei AG war dies der Fall. Schön, bei diesem wichtigen Projekt auf eine langjährige und zuverlässige Geschäftspartnerin wie die TKB zählen zu können.»

Hanspeter Gantenbein und Peter Knüsel,
Rutishauser Weinkellerei AG,
Scherzingen

www.tkb.ch

Thurgauer Kantonalbank
Gemeinsam wachsen.

WIR WISCHEN IHNEN MEISTERHAFT EINS AUS.

Die Allpura-Reinigungsunternehmen sorgen professionell für Sauberkeit und Wohlbefinden in Ihren Immobilien. Mit qualifizierten Mitarbeitenden und unter Einhaltung aller Bestimmungen zu Sicherheit und Arbeitsrecht. www.allpura.ch

Allpura
Verband Schweizer Reinigungs-Unternehmen

Melanie Burkhalter
Gebäudereinigungsfachfrau

Factoring: Die nötigen Mittel zur richtigen Zeit

Kein Modell in der Businesswelt ist perfekt. Stets muss für eine individuelle Ausgangslage das richtige Instrument gefunden werden. Factoring aber ist zweifellos in sehr vielen Situationen ein sehr hilfreiches Mittel, um die Liquidität des Unternehmens sicher zu stellen.

Säumige Debitoren, mangelnde Liquidität: Factoring kann – wenn die Voraussetzungen stimmen – für Entlastung sorgen und die Nerven schonen.



TEXT: STEFAN MILLIUS

BILD: ARCHIV

Viele Firmen können mit stolz auf volle Auftragsbücher verweisen, sind aber dennoch unbeweglich, was die Finanzen angeht – schlicht und einfach aufgrund schleppender Zahlungseingänge. Gerade kleinere KMU können ein Lied davon singen: Die eigenen Rechnungen müssen fristgerecht bezahlt werden, denn auf Strom, Telefon und Internet kann man nicht verzichten, und auch im Versicherungs- und Sozialbereich bleibt wenig Spielraum beim Begleichen der Ausstände. Doch die eigene Arbeit, die im Auftrag Dritter erfolgt ist, wird von diesen oftmals weit weniger pflichtschuldig termingerecht bezahlt.

Im richtigen Moment liquid

Daraus können Engpässe in der Liquidität entstehen. Sie lassen sich mit einem sorgfältigen

Liquiditätsmanagement sicherlich begrenzen, aber kaum je völlig verhindern. Gerade wenn es um eigene Expansionspläne oder wichtige Anschaffungen geht, führt ein Mangel an Liquidität dann aber zu handfesten Problemen. Im schlimmsten Fall ist es einem Betrieb nicht möglich, mit der technischen Entwicklung Schritt zu halten oder im richtigen Moment eine perfekte Akquisition zu tätigen. Und das alles nicht aufgrund struktureller Probleme, sondern alleine wegen eines temporären Engpases.

Hier setzt das Factoring ein. Im Grundsatz handelt sich dabei um nichts anderes als die Verflüssigung von Debitorenforderungen zu einem frühen Zeitpunkt. Ausführend ist dabei eine Drittfirma oder auch eine Bank, zu deren Port-

folio das Factoring gehört. Indem die Forderungen dem sogenannten «Factor» je nach Modell abgetreten oder verkauft werden, fließt das ausstehende Geld – oder grosse Teile davon – in Form eines Vorschusses schneller oder aber die Kreditlimite wird entsprechend erhöht.

Einige Einschränkungen

Damit wird Verschiedenes erreicht. Einerseits schützt sich das Unternehmen so recht effektiv vor der Gefahr eines Debitorenverlusts. Andererseits wird es so möglich, zum richtigen Zeitpunkt zu expandieren, losgelöst von Bankkrediten oder Eigenmitteln. Nicht selten greifen deshalb gerade Neuunternehmer auf dieses Mittel zurück. Das sollten sie allerdings nicht ins Blaue hinaus tun. Denn Factoring, so bestechend das Konzept ist, hat auch einige Einschränkungen. Zunächst einmal erfolgt es nicht kostenlos. Fachleute sprechen davon, dass aufgrund der gängigen Umsatzkommission der Jahresumsatz eines Unternehmens mindestens eine Million Franken betragen sollte, damit sich Factoring rechnet. Zudem macht dieses Instrument sorgfältige Berechnungen nicht einfach überflüssig. Wenn die Kommissionen mehr kosten als das, was ohne Factoring auf den eigenen Betrieb zurückfallen würde – Debitorenbuchhaltung, Debitorenverluste, Mahn- und Inkassowesen –, so sollte man doch genau darüber nachdenken, ob der Schritt lohnenswert ist.

Das Inkasso in der Form von Factoring auslagern: Diese Massnahme kann sicherlich auch zur Schonung der Nerven beitragen. Denn die ständigen Gespräche mit säumigen Zahlern können einem Unternehmer, der im Alltag noch ganz andere Probleme zu bewältigen hat, durchaus zu schaffen machen. Aber allzu säumig sollte der Zahler ohnehin nicht sein, denn Factoring-Anbieter machen meist die Einschränkung, dass die Bevorschussung nur dann erfolgt, wenn der Debitor eine gute Bonität aufweist. Um das Eintreiben von Schulden mit allen Mitteln und von Schuldner, die keinen Rappen mehr haben, geht es hier also nicht – das wäre dann eher der Fall einiger schwarzer Schafe.

Das volle Programm von Iveco: Lückenlos wirtschaftlich.



Vom Erfolgstransporter Daily bis zum Schwergewicht Stralis: Die topaktuelle Iveco Produktpalette mit unzähligen Modellversionen bietet massgeschneiderte und damit optimal wirtschaftliche Lösungen für jede Transportaufgabe.

Finanzdienstleistungen:

- Attraktive Finanzierungsangebote für die komplette Iveco Produktpalette inklusive An- und Aufbauten
- Ihre Wunschlaufzeit, natürlich branchen-/laufleistungsabhängig
- Finanzberatung vor Ort durch unsere Gebietsleiter

**Weitere Informationen erhalten
Sie unter folgender Adresse:**

Iveco Finance AG
Oberfeldstrasse 20, 8302 Kloten
Tel. 044 804 30 00, Fax. 044 804 30 01

Iveco Finance AG

Staadler Familienunternehmen bringt Innovationen auf die Strasse

Nater Nutzfahrzeuge und Iveco: Meister aller Klassen

Die Nater Nutzfahrzeuge AG ist Iveco Haupthändler für die Ostschweiz und einer der wenigen Iveco-Partner, die als Full-Service-Stützpunkt und Iveco-Premium-Werkstatt ausgezeichnet sind. Jüngst kam das Familienunternehmen zu noch mehr Ehre – als bester Iveco-Vertreter der Schweiz.



Ralph Nater setzt alles daran, dass seine Kunden wirtschaftlich, sicher und erfolgreich unterwegs sind.

pd. In einer repräsentativen Umfrage unter Iveco-Kunden im ganzen Land ist Nater Nutzfahrzeuge auf dem Zufriedenheitsindex die klare Nummer 1. Solche Ehre ist für Geschäftsführer Ralph Nater auch eine Verpflichtung: «Wir setzen alles daran, dass wir unsere hohen Qualitätsstandards laufend noch eine Spur verbessern können.»

Die Partnerschaft mit Iveco hat durch das Sponsoring des neuseeländischen Rugby-Teams «All Blacks» noch mehr Tiefe erhalten – ein Engagement, das auf gemeinsamen Werten wie Teamgeist, Leistung, Verantwortung und Zuverlässigkeit basiert. Die «All Blacks» sind mit einer Siegesquote von 75% die weltweit erfolgreichste Mannschaft.

Gemeinsame Werte

Die «All Blacks» und die Nutzfahrzeuge von Iveco sind aus dem selben Holz geschnitzt. Die übereinstimmende Philosophie und der selbe Stil im Umgang mit Herausforderungen prägen auch die Nater Nutzfahrzeuge AG, und zwar seit der Gründung vor 20 Jahren. Konkret heisst das zum Beispiel, Verantwortung für sich und andere zu übernehmen, wie Ralph Nater sagt. Er führt das Familienunternehmen in der zweiten Generation und ist davon überzeugt, dass die

wahre Kraft der «All Blacks» auf den konsequent gelebten Werten beruht.

Service rund um die Uhr

Moderne Nutzfahrzeuge werden immer zuverlässiger, komfortabler und sicherer. Damit gewinnt auch die vorbeugende Wartung durch gezielt geschulte Spezialisten an Bedeutung. Und wenn doch mal der Stillstand herrscht, schafft Nater mit seinem 24-h-Notfallservice rasch Abhilfe: Im Lager in Staad sind 13000 Ersatzteile auf Abruf bereit. Diese werden zu jeder Tages- und Nachtzeit innert Stunden an jeden gewünschten Ort geliefert.

Modern und wirtschaftlich

Zukunftsweisende Motorenkonzepte, erstklassige Fertigungsqualität, aufregendes Design: Iveco gilt als einer der innovativsten Anbieter von Nutzfahrzeugen mit einem attraktiven Leistungsangebot über alle Gewichtsklassen – vom kompakten Daily über den Eurocargo und dem grossdimensionierten Stralis bis hin zum bärenstarken Euro Trakker. Bezüglich Qualität, Leistung und Design steckt Iveco die Messlatte regelmässig ein Stück höher – zum Beispiel mit sehr wirtschaftlichen Diesel- und Erdgas-Aggregaten, umfassenden Sicherheitskonzepten oder Allianzen mit Stardesignern wie Giugiaro. Auch die Fachwelt ist begeistert, was schon mal in Auszeichnungen als «Van of the Year» für den Daily und «Truck of the Year» für den Stralis gipfelt.

Nater Nutzfahrzeuge bringt diese Innovationen auf die Strasse – und sorgt dafür, dass die Kunden lange Freude daran haben.

Kontakt: Ralph Nater, Nater Nutzfahrzeuge AG, 9422 Staad, Telefon 071 858 66 66
rnater@nater.ch, www.nater.ch



Finanzdienstleistungen:

Attraktive Finanzierungsangebote für die komplette Iveco-Produktepalette inklusive An- und Aufbauten
Individuelle Wunschlaufzeit, branchen-/laufleistungsabhängig
Finanzberatung vor Ort durch kompetente Gebietsleiter

Weitere Infos:

Iveco Finance AG
Oberfeldstrasse 20
8302 Kloten
Telefon 044 804 30 00
Fax 044 804 30 01



Hauptsitz von Nater Nutzfahrzeuge in Staad.

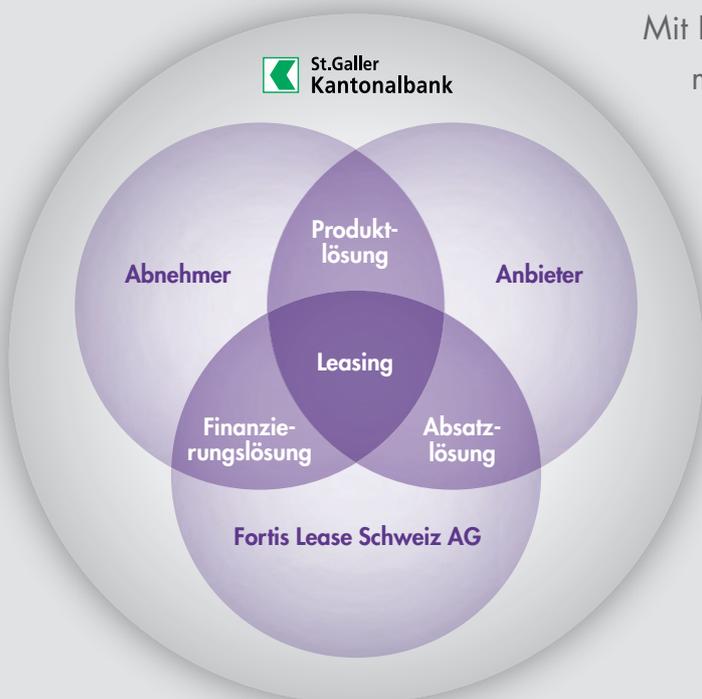


E.T&H BSW

Mit Investitionsgüter-Leasing gewinnen Sie mehr Handlungsspielraum und liegen im Trend: Bereits jede achte Investition wird heute geleast.

Direktleasing ist die ideale Lösung, wenn Sie Investitionsgüter beschaffen oder Anlagen modernisieren wollen. Sie profitieren von höherer Liquidität und kalkulierbaren Fixkosten. Und Vertriebsleasing eröffnet Ihnen völlig neue Möglichkeiten in der aktiven Verkaufsförderung: So können Sie Ihren Kunden ein individuelles Produkt- und Finanzierungspaket anbieten – aus einer Hand!

Nehmen Sie jetzt mit uns Kontakt auf:
Unter www.sgkb.ch oder Telefon 0844 811 811.



Wer least, bleibt liquid

Vorteile und Nachteile von Leasing im Überblick

Leasing ist längst eine akzeptierte Methode bei Unternehmen, die eigene Liquidität zu schonen und steuerlich zu profitieren. Doch wie bei jeder Massnahme lassen sich auch hier Vor- und Nachteile zusammentragen. Eine Übersicht, die den Entscheid pro oder kontra vereinfachen soll.

Private verwirklichen mit Leasing oft ihre Träume, für Unternehmen kann Leasing handfeste Vorteile bieten.

TEXT: STEFAN MILLIUS

BILD: ARCHIV

Um es voranzuschicken: Wer generelle Vor- und Nachteile von Leasing-Lösungen sammelt, operiert quasi blind. Er kennt die spezifische Ausgangslage eines Unternehmens nicht, für eine handfeste Beratung im konkreten Fall fehlen also die Parameter. Sprechen lässt sich lediglich über die allgemeinen Sonnen- und Schattenseiten des Leasing. Doch auch diese sind durchaus aufschlussreich und können eine Entscheidungshilfe bieten – wenn sie ehrlich auf die eigene Situation übertragen werden.

Kleine statt grosse Dosen

Zunächst zu den Vorteilen. Einer der häufigsten Gründe dafür, dass sich ein Unternehmen – ob bei Fahrzeugen, Maschinen oder Werkzeugen – für ein Leasing entscheidet, ist die Tatsache, dass die Liquidität geschont wird. Das natürlich nicht absolut: Die Leasingraten sorgen für einen permanenten Abfluss an Liquidität. Dies aber quasi in homöopathischen Dosierungen statt auf einen Schlag. Der unternehmerische Spielraum ist dank einer volleren Kriegskasse grösser, was in vielen Branchen matchentscheidend ist.

Gern gesehen wird auch, dass die Leasingraten Betriebsausgaben sind – und sich damit steuerlich voll absetzen lassen. Dies natürlich nur unter bestimmten Voraussetzungen, die aber meist gegeben sind. Zudem ist Leasing bilanzneutral.

Zahlen und generieren gleichzeitig

Ganz entscheidend für den Unternehmer und die Unternehmerin: Die ständig wiederkehrenden Zahlungen für das Leasing lassen sich psychologisch besser verdauen, da sie gleichzeitig mit der Nutzung des Leasingobjekts anfallen. Während bezahlt wird, ist das geleaste Hilfsmittel bereits fleissig im Einsatz und generiert entsprechend auch Einnahmen – das Objekt finanziert sich quasi laufend selbst. Auf diese Weise fallen keine finanziellen Vorleistungen an. Zudem lassen sich die Leasingzahlungen problemlos in die interne Kalkulation aufnehmen, was die Finanzplanung erleichtert.

Ist das Leasing eines Tages zu Ende, kehrt das Fahrzeug oder die Maschine zum Leasinggeber zurück; über die Entsorgung muss der Unternehmer nicht nachdenken. Ein kleiner Effekt mit je nachdem grosser Wirkung.

Nicht zu «verflüssigen»

Auch Nachteile sind zu verzeichnen – ansonsten wäre das Leasing für jeden Betrieb und jedes Bedürfnis wohl die einzige Wahl. Wer ein Gut least statt kauft, besitzt dieses nicht. Entsprechend kann er es auch nicht kurzerhand veräussern, wenn er es plötzlich nicht mehr brauchen sollte – auch dann muss fleissig weiter berappt werden – oder wenn er von einem Tag auf den anderen dringende flüssige Mittel benötigt.

Unterm Strich ist das Leasing – mit Blick auf die Gesamtkosten – auch die teurere Lösung als beispielsweise ein fremdfinanzierter Kauf. Im Fall des Leasing will der Leasinggeber einen Gewinn erwirtschaften und muss gleichzeitig das Ausfallrisiko kalkulieren. Das hat seinen Preis.

Ansprüche problematisch

Ebenfalls unschön kann es beim Leasing werden, wenn etwas nicht klappt, wie es sollte. Geht es zum Beispiel um einen Garantiefall, so hat man es beim Leasing nicht mit einer direkten Kommunikation zwischen Hersteller und Käufer zu tun – der Leasinggeber ist als dritte Seite dazwischen geschaltet. Ansprüche gegen den Hersteller entbinden den Kunden nicht automatisch davon, die Leasingraten weiter zu bezahlen.

Eine allgemeingültige Bilanz lässt sich aufgrund dieser – natürlich unvollständigen – Aufzählung nicht ziehen. Wie bei anderen Methoden wie dem Factoring entscheidet auch hier die konkrete Ist-Situation in Verbindung mit den individuellen Bedürfnissen darüber, welcher Weg der richtige ist. Wer die Vor- und Nachteile kennt, minimiert aber das Risiko, blindlings in die Richtung zu laufen, die er bei flüchtiger Überprüfung für die perfekte hält. Das ist die Grundlage für langfristig lohnende Entscheidungen.

Fahrzeugfinanzierungen und Fleetmanagement

Firmen- und Kaderfahrzeuge in besten Händen

Möchten Sie Ihre Kadermitarbeiter stärker an Ihr Unternehmen binden und dabei noch Kostenvorteile erzielen? Setzen Sie auf die Kombination einer Lohnumwandlung mit der attraktiven und exklusiven Fullservice-Lösung der Credit Suisse für Kaderfahrzeuge:

- Optimieren Sie Ihre Salärstruktur durch Lohnumwandlung der privat anfallenden Firmenfahrzeugkosten im Hinblick auf die verbindliche Einführung des neuen Lohnausweises 2008).
- Realisieren Sie dabei Kostenvorteile für Ihr Unternehmen und finanziell interessante Personal-Nebenleistungen für Ihre Mitarbeiter.
- Wir garantieren Ihnen budgetierbare Fahrzeugkosten mit Vorzugsbedingungen bei allen Fullservice-Elementen.

Kennen Sie die effektiven Kosten Ihrer Fahrzeugflotte? Nutzen Sie die optimalen Konditionen für Fahrzeugkauf, -unterhalt und -verkauf? Realisieren Sie Ihre Effizienzpotenziale und nutzen Sie unsere Flottenleasing und Fleetmanagement-Lösungen auch für Ihre übrigen Firmenfahrzeuge:

- Optimieren Sie die Produktivität Ihrer Fahrzeugflotte durch das professionelle Kosten-

und Risikomanagement der Spezialisten der Credit Suisse. Nutzen Sie die spezifischen Skalen- und Standardisierungseffekte im Outsourcing.

- Nehmen Sie auch jederzeit aktiv Einfluss auf die wirtschaftlich optimale Nutzungsdauer Ihrer Firmenfahrzeuge. Unser Online-Fleetreporting und -controlling garantiert Ihnen jederzeitige Kostentransparenz.
- Vermeiden Sie dabei alle Öko- und Überalterungsrisiken Ihrer Fahrzeugflotte.

Selbstverständlich kann ein Unternehmen bei bereits gekauften Fahrzeugen in seinem Eigentum das Flottenmanagement auch losgelöst von der Finanzierung in Anspruch nehmen («management only»). Der Flottenmanager übernimmt lediglich die Fahrzeugbewirtschaftung. Es kann aber auch seine Firmenfahrzeuge im 'Sale- & Lease-Back'-Verfahren an den Leasinggeber verkaufen und «zurückleasen».

Flottenleasing und Fleetmanagement gibt Ihnen dabei die Möglichkeit, Eigenmittel und/oder Kreditlimiten zur Finanzierung des Umlaufvermögens sowie zielgerecht und innovativ für nicht objektbezogene Finanzierungen – zum Beispiel für Forschung und Entwicklung – ein-

zusetzen. Sie investieren zeitgerecht, finanzieren dabei nur den produktiven Nutzen Ihrer Fahrzeuge und erhöhen damit letztlich Ihre Gesamtkapitalrendite.

Eine auf Ihre speziellen Bedürfnisse zugeschnittene Fullservice-Lösung setzt eine individuelle Beratung voraus. Informieren Sie sich. Lassen Sie sich unverbindlich beraten.

Kontakt

Mehr Informationen bei Ihrem persönlichen Kundenberater oder dem Credit Suisse Business Center unter Tel.: 0800 88 88 71 www.credit-suisse.com/firmenkunden Fahrzeugfinanzierungen und Fleetmanagement

Der Schritt zum Outsourcing

Überprüft eine Firma ihre aktuelle Mobilitätslösung, wird in den meisten Fällen die Variante externes Flottenmanagement ein Thema. Doch welches sind die Kriterien in der Flottengestaltung und der Wahl eines geeigneten Partners?

Was zeichnet eine moderne Fahrzeugflotte aus?

Sie muss dem Flottenbetreiber primär einen hohen Nutzen verschaffen und dessen Bedürfnisse optimal abdecken können. Stehen Kostenaspekte im Vordergrund, zeichnet sich eine moderne Flotte durch Fahrzeuge der neusten Generation aus, die in der Regel weitgehende Service- und Wartungsgarantien bieten und zukunftssicher sind. Die Unterschiede im Treibstoffverbrauch sind nach wie vor beträchtlich und Hybridantriebe in den nächsten drei bis vier Jahren den Durchbruch erzielen werden. Durch eine Einmarkenstrategie oder die Beschränkung auf wenige Modelle lassen sich deutliche Kostensparpotenziale realisieren, das Handling der Flotte vereinfachen und die Wirksamkeit des Auftritts gegen aussen verstärken.

Mehr Sicherheit senkt Kosten

Nicht zu unterschätzen ist der Sicherheitsaspekt im weiteren Sinne. Eine moderne Flottenlösung sollte die jederzeitige Mobilität der Fahrer sicherstellen. Dies geschieht primär durch Fahrzeuge mit geringer Pannenanfälligkeit und solche mit hoher Sicherheitsausstattung. Bei der Konfiguration einer modernen Flotte steht deshalb nicht der Anschaffungspreis der Fahrzeuge sondern sämtliche Kostenfaktoren über die Laufzeit inklusive Wiederverkauf (Total cost of ownership) im Vordergrund. Ein spezialisierter Flottenmanager, kann im Outsourcing für den Flottenbetreiber nach dessen Bedürfnissen eine moderne

Flotte massgeschneidert konfigurieren und managen.

Ab welcher Flottengrösse ist ein Outsourcing sinnvoll?

Kleinere Flotten ab zehn Fahrzeugen sind in der Regel Kaderflotten, für welche die Credit Suisse sehr viel Wert auf eine individuelle Betreuung der Fahrer legt. Bei mittleren Flottengrössen um 50 Fahrzeuge steht meistens die Professionalisierung durch Outsourcing in Form eines klassischen Full Service Leasing im Vordergrund. Bei Grossflotten ab einhundert Fahrzeugen ist eine weitgehende Vereinheitlichung des Fuhrparks, man spricht dann von einer sogenannten "Standardisierten Flotte", der Weg zur Kosteneffizienz.

Worauf ist bei der Evaluation eines Anbieters zu achten?

Wenn eine Firma sich für ein Outsourcing an einen Fleetmanager entscheidet, ist daran zu denken, dass dies keine einmalige Transaktion ist, sondern in der Regel eine Partnerschaft über eine längere Zeitperiode mit einer Vielzahl von Kontakten zwischen dem Kunden und dessen Fahrern sowie dem Flottenmanager. Die Sicherstellung der Qualität der Servicedienstleistung über die ganze Laufzeit sowie der systematische regelmässige Informationsaustausch auf Managementebene ist deshalb aus Sicht der Credit Suisse das wichtigste Element für den langfristigen nachhaltigen Erfolg.

Transparenz und Kompetenz

Für die Credit Suisse ist eine hohe Transparenz in der Kostenkalkulation und bei der Schlussabrechnung von grosser Bedeutung. Nicht zu vernachlässigen ist die Unabhängigkeit von den Herstellern. Kunden der Credit Suisse unterliegen keinen Einschränkungen in der Fahrzeugwahl. Damit kann das Ziel der nutzenoptimierten Fahrzeugwahl uneingeschränkt verfolgt werden. In Zukunft wird zudem vermehrt eine hohe Kompetenz im Finanzierungsteil notwendig sein, dies hinsichtlich der sich verändernden Rechnungslegungs- und Steuervorschriften, die nach neuen Finanzierungsmodellen verlangen werden.

GEBAUT FÜR GRÖSSERE AUFGABEN. NEW DUCATO.



Bis zu 17 m³ Ladevolumen, bis zu 2 Tonnen Ladekapazität, ABS, Zentralverriegelung, grössere Fahrerkabine mit mehr Komfort, 3 Motoren Euro4 von 100 bis 157 PS mit 250 bis 400 Nm, 3 Jahre Garantie, «No Problem»-Service- und Unterhaltspaket: mit dem neuen Fiat Ducato meistern Sie auch die grössten Transport-Herausforderungen.

www.fiat.ch

NUTZFAHRZEUGE SEIT JEHER



JETZT PROBE FAHREN BEI:

Liga.ch

**WIL + ST.GALLEN
LINDENGUT-GARAGE AG**

LIGA Lindengut-Garage AG

Toggenburgerstrasse 146, 9501 Wil
Tel. 071 929 31 31, E-Mail: info@liga.ch

LIGA Lindengut-Garage AG

St. Gallen West
Fürstenlandstrasse 149 (Larag), 9000 St. Gallen
Tel. 071 278 11 35, E-Mail: sandro.studerus@liga.ch

Stärker, sicherer und intelligenter denn je

Wertvolle Arbeitskraft: Im Fiat Ducato stecken über 25 Jahre Erfahrung, modernste Technologie und durchdachte Details – für mehr Effizienz und Wirtschaftlichkeit bei jeder Aufgabe.

Der Fiat Ducato ist besonders vielseitig, verfügt über eine hohe Ladekapazität, eine geräumige Fahrerkabine, verbesserte Leistungswerte und niedrige Verbrauchswerte.

Vielseitigkeit und Ladekapazität:

- Zulässiges Gesamtgewicht bis zu 4t
- Zwei Modellserien mit einem zulässigen Gesamtgewicht von 3500 kg: Fiat Ducato und Fiat Ducato Maxi mit der höchsten Ladekapazität auf der Hinterachse in dieser Klasse: bis zu 2400 kg.
- Zwei Klassen: Fiat Ducato mit drei unterschiedlichen zulässigen Gesamtgewichtsklassen, 3000 kg, 3300 kg, 3500 kg, und Fiat Ducato Maxi mit zwei zulässigen Gesamtgewichtsklassen: 3500 kg und 4000 kg.

Geräumiger Laderaum:

- Mit einem Laderaumvolumen von 8 m² bis 17 m² ist der Fiat Ducato Klassenbester bei den leichten Lastkraftwagen mit Frontantrieb.
- Rekordverdächtige Maße: Innenlänge bis zu 4,1 m und einer Breite von 1870 mm.

Stärker Verbesserte Motorleistung und Verbrauchswerte:

- Multijet Euro 4 Motoren von 74 kW (100 PS) bis 116 kW (157 PS), ausgestattet mit 5- und 6-Gang Schaltgetrieben
- Drehmoment von bis zu 400 Nm – Rekord in dieser Fahrzeugklasse
- nur 7,2 Liter/100 km im kombinierten Verbrauch – Rekord in dieser Fahrzeugklasse
- Ölwechsel nur alle 45 000 km – wer bietet mehr?

Einfach und unkompliziert.

Der Fiat Ducato ist jetzt noch einfacher zu fahren und zu beladen, dank einer Reihe neuer Ausstattungsdetails.

Einfach zu fahren

- Frontantrieb, Karosserie mit hoher Verwindungssteifigkeit, spezielle Aufhängung für besseres Handling, Straßenlage und Fahrkomfort
- Längere Kabine mit mehr Beinfreiheit und längere Führungsschienen für den Fahrersitz
- Neuer, ergonomischer Neigungswinkel des Lenkrades ermöglicht eine Sitzposition wie in einer Limousine
- Die variable Servolenkung erleichtert das Einparken und reduziert den Kraftaufwand im Vergleich zu einer herkömmlichen Servolenkung um etwa die Hälfte, serienmäßig ab 120 Multijet.

Einfaches Be- und Entladen

- Die Hecktüren sind 1520 bis 2030 mm hoch – Spitzenwert im Segment
- Der Radstand erreicht 1422 mm – einzigartig in dieser Fahrzeugklasse
- Die niedrige Ladekante am Heck, nur 53 cm hoch, kann durch eine innovative automatische Niveauregulierung auf 46 cm abgesenkt werden – ein weiterer Rekord in diesem Segment.

Sicherer

Die hohen Sicherheitsstandards des Fiat Ducato wurden noch einmal verbessert. 20.000 Stunden Berechnungen, 120 Crashtests, hunderte Prüfungen an Bauteilen und Baugruppen: Zahlen, die verdeutlichen, wie wichtig uns Ihre Sicherheit ist.

Der Fiat Ducato bietet serienmäßig vier Scheibenbremsen in allen Modellen, ABS mit EBD, MBA und Fahrer-Airbag.

Serienmäßig beim 160 Multijet Power (auf Wunsch bei 100 und 120 Multijet): ESP mit Hydraulischem Bremsassistenten (HBA), Anfahrhilfe am Berg (HILL HOLDER) und Adaptiver Lastkontrolle (LAC).

Fahrzeug: Fiat Ducato 11 2.2 JTD L1H1

Zubehör:

- Flügeltüren hinten mit Fenster
- Zweisitzige Vorderbank
- Dokumentennetz auf Hecktüre
- Trennwand mit integrierter Scheibe
- Radio/CD-Player mit Fernbedienung

Nettopreis: CHF 30'527.25

Finanzierung:

MwSt.	7.6 %
Leasingzins	3.9 %
Vertragslaufzeit	48 Monate
Anzahlung 20%	CHF 6105.45
Restkaufpreis	CHF 24'421.80
Fahrleistung km/Jahr	15000 km
Restwert 40 %	CHF 12'200.00
Kosten pro zusätzl. KM	CHF 0.25
Monatl. Leasingrate exkl. MWST	CHF 274.30
Monatl. Leasingrate inkl. MWST	CHF 295.10



«Leasing im Finanzierungsmix»

Leasing bietet interessante Vorteile - sowohl für Nutzer als auch für Anbieter von Investitionsgütern. Im Gespräch mit Bruno Holenstein, Verkaufsleiter der St.Galler Kantonalbank und Hans Dick, Mitglied der Geschäftsleitung der Fortis Lease Schweiz

Investitionsgüter-Leasing ist im Trend und wird immer mehr als Alternative bei Finanzierungen genutzt. In den letzten zehn Jahren hat sich der Umsatz in der Schweiz vervierfacht. Im Vergleich zum Ausland besteht nach wie vor Aufholpotenzial. Die St.Galler Kantonalbank (SGKB) arbeitet im Investitionsgüter-Leasing mit der Fortis Lease Schweiz zusammen, der Nr. 3 auf dem Schweizer Leasingmarkt.

Was spricht für Leasing als Alternative zu den traditionellen Finanzierungsformen?

Hans Dick: Der technische Fortschritt sowie das heutige Wirtschaftsumfeld zwingt die Unternehmen zu einer immer rascheren Erneuerung der Anlagen. Es gilt also, regelmässig be-

deutende finanzielle Mittel zu mobilisieren. Für den Anwender bedeutet Leasing vor allem eine hohe finanzielle Flexibilität, Eigenmittel und Kreditlimiten werden nicht beansprucht und respektive können für die Entwicklung neuer Produkte oder für Marketingzwecke eingesetzt werden. Mit Leasing kann die Investition in

neue Anlagen zum richtigen Zeitpunkt erfolgen. Der Unternehmer agiert aus einer Position der Stärke und erhöht seinen finanziellen Handlungsspielraum. Die Zahlen sprechen für sich: In den letzten zehn Jahren hat sich der Leasing-Umsatz in der Schweiz vervierfacht.

Was für Finanzierungsmodelle bieten Sie Ihren Kunden an?

Hans Dick: Durch die Fusion der Dreieck Industrie Leasing mit der Fortis Lease Schweiz im letzten Jahr konnten wir unser Angebot ausbauen. Dank der Zugehörigkeit zur Fortis Lease Group profitieren unsere Kunden von einem europaweiten Netzwerk. Neben dem erwähnten klassischen Investitionsgüter-Leasing bieten wir auch das Vertriebsleasing an. Hier handelt es sich um ein Absatzinstrument für Her-

steller und Händler, unabhängig davon ob sich der Abnehmer in der Schweiz oder im Ausland befindet. Der Verkäufer ist in der Lage, seinem Kunden das Produkt zusammen mit einem individuell ausgearbeiteten Leasingvertrag zu offerieren und gewinnt so Wettbewerbsvorteile. Die Fortis Lease Schweiz bietet, als einer der wenigen Anbieter in der Schweiz, auch das Leasing von gewerblich genutzten Immobilien an - sei es im Bereich 'sale and lease back', also verkaufen und zurück leasen; aber auch bei Neubauten.

Wie fließen die Dienstleistungen der Fortis bei der SGKB ein?

Bruno Hostenstein: Durch unsere Nähe zu den Unternehmen in unserem Marktgebiet kennen wir unsere Kunden und sind ein zuverlässiger Partner für alle Finanzierungsfragen. Im Rahmen unseres gesamtheitlichen Beratungsansatzes erstellen wir in einem persönlichen Gespräch eine umfassende Analyse der finanziellen Situation des Unternehmens. Somit profitiert unser Kunde von einer individuellen, bedürfnisgerechten Planung aus einer Hand. Leasing ist ein Aspekt bei der Evaluation des optimalen Finanzierungsmix. Falls Leasing in Frage kommt, ziehen wir unseren Partner, die Fortis Lease Schweiz, zu einem Gespräch bei. Damit öffnen wir unserem Kunden die Tür zum Know-how von ausgewiesenen Leasing-Spezialisten.

Für welche Branchen bzw. Objekte empfehlen Sie Leasing?

Bruno Hostenstein: Aufgrund des heute generell hohen Investitionsrhythmus ist Leasing sehr oft ein Thema. Es eignet sich für Branchen, die einer besonders raschen technologischen Entwicklung unterliegen oder wenn in hochwertige, relativ langlebige Maschinen und Produktionsanlagen investiert wird. Beispiele dafür sind Maschinenbau, Hoch- und Tiefbau, Druckindustrie, Logistik, Öffentlicher Verkehr, Landwirtschaft oder Medizinalwesen. Somit werden insbesondere Objekte wie Maschinen- und Industrieanlagen, Baumaschinen, Druckmaschinen, Nutzfahrzeuge und Landwirtschaftsmaschinen finanziert.

Wie sehen die Zahlungsmodalitäten bei einem Leasingvertrag aus?

Hans Dick: Der Kunde bezahlt während der Laufzeit des Vertrages grundsätzlich einen monatlich gleichbleibenden Leasingzins. Somit verfügt das Unternehmen über eine sichere Kalkulationsgrundlage, was auch die Budgetierung erleichtert. Auf Wunsch ist es möglich, die Höhe der Raten individuell festzulegen, zum Beispiel abgestimmt auf saisonale Umsatz-



schwankungen des Unternehmens. Übrigens ist Leasing im Vergleich zu einem Blankokredit bedeutend günstiger, da das Leasingobjekt als Sicherheit für die Finanzierung dient.

Was geschieht mit dem Leasingobjekt bei Vertragsablauf?

Bruno Hostenstein: Das Leasingobjekt geht zurück an die Leasinggesellschaft als Eigentümerin. Selbstverständlich hat der Unternehmer auch die Möglichkeit, das Objekt zum bei Vertragsbeginn vereinbarten Restwert zu übernehmen. Unter Umständen kann der auslaufende Vertrag auch verlängert werden.

Was passiert, wenn ich aus einem laufenden Vertrag aussteigen möchte, beispielsweise weil frühzeitig neue Produktionsanlagen benötigt werden?

Hans Dick: Grundsätzlich sind Leasingverträge nicht kündbar. Drängt sich für unseren Kunden aber ein vorzeitiger Ausstieg auf, streben wir eine Lösung an, die für beide Seiten einen gangbaren Weg darstellt. Nach entsprechender Einigung kann der Kunde das Objekt zum Restbuchwert übernehmen und anschliessend eintauschen oder verkaufen.

Sie haben erwähnt, dass der Leasing-Umsatz hierzulande deutlich angestiegen ist. Trotzdem liegt die Leasingquote nach wie vor unter dem europäischen Durchschnitt. Weshalb?

Hans Dick: Die höhere Marktdurchdringung in Ländern wie Grossbritannien und Deutsch-

land ist unter anderem auf vorteilhafte steuerliche Rahmenbedingungen zurückzuführen. Zudem will in der Schweiz nach wie vor der eine oder andere Unternehmer selbst Eigentümer der Anlagen sein. Aufgrund des zunehmenden internationalen Wettbewerbs stehen aber auch Schweizer Unternehmen vor der Herausforderung, alternative Quellen zu erschliessen. Ein flexibler, individuell gestaltbarer Finanzierungsmix ist dabei unabdingbar, Leasing als Bestandteil davon wird vermehrt als valable Alternative wahrgenommen.

Wie beurteilen Sie die Aussichten der Finanzierungsform Leasing in der Schweiz?

Hans Dick: Leasing hat sich mittlerweile etabliert und wird weiter an Bedeutung gewinnen. Zu unseren Kunden gehören bereits heute KMU, Grossunternehmen sowie die öffentliche Hand. Insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen ist das Potential noch nicht ausgeschöpft. Auch die KMU sehen sich zunehmend gezwungen, ihr Finanzierungsverhalten zu überdenken und den Marktverhältnissen anzupassen.

Wie gehe ich vor, wenn ich mich für Investitionsgüter-Leasing interessiere?

Bruno Hostenstein: Sprechen Sie mit Ihrer Kundenberaterin oder Ihrem Kundenberater bei der St.Galler Kantonalbank, sei es an der Bilanz- und Budgetbesprechung oder bei anstehenden Investitionsentscheiden. Wir besprechen mit Ihnen, unter Beizug des Leasing-Spezialisten, verschiedene Lösungsvarianten.



Risikobeurteilung: Bestandteil eines umfassenden Risiko- managements

Die Risikobeurteilung – neu im Anhang der Jahresrechnung darzulegen – ist ein Bestandteil eines umfassenden Risikomanagements, welches in der Strategie und in den Führungsprozessen integriert sein sollte

TEXT: STEFAN BUSER, ALBERT-THOMAS FLAMMER*

Das OR verlangt neu, dass der Verwaltungsrat im Anhang der Jahresrechnung Angaben über die Durchführung einer Risikobeurteilung macht (Art. 663b Ziff. 12 rev. OR). Das Risikomanagement geht über die Risikobeurteilung hinaus, da dieses zusätzlich ein systematisches Überwachen und Steuern der Risiken beinhaltet. Dabei hat der Verwaltungsrat für das Risikomanagement «zu sorgen», die Durchführung des Risikomanagements ist eine Aufgabe der mit der Geschäftsführung betrauten Personen. Im Rahmen der nächsten Strategieentwicklung wäre es sinnvoll, die Risikobeurteilung einfließen zu lassen. Denn erstens gehören Risiken genau gleich wie Chancen in den Prozess der Strategiearbeit, und zweitens wird damit der gesetzlichen Neuerungen Rechnung getragen. Einen zusätzlichen Nutzen bietet das Risikomanagement, indem es als Basis für den Aufbau eines Internen Kontrollsystems dient, für die Banken eine zusätzliche Information innerhalb dem Rating nach Basel II ergibt und ein Bestandteil der Corporate Governance darstellt.

Die fünf Elemente eines umfassenden Risikomanagements

Die Risikobeurteilung ist ein Bestandteil des Risikomanagements. Im weltweiten Ansatz von KPMG, Partner des Schweizerischen Instituts für Verwaltungsräte und Geschäftsleitungsmitglieder *svg*, besteht ein Risikomanagement aus fünf Elementen:

1.) Die Überwachung des Risikomanagements setzt den Rahmen für ein umfassendes Risikomanagement. Eine schriftliche Risikopolitik bildet ein gutes Beispiel dafür. Wir empfehlen diese in die gesamte Unternehmensüberwachung («Corporate Governance») zu integrieren.

2.) Die Risikoidentifikation kann mittels Workshops, Interviews oder Fragebogen durchgeführt werden. Wir empfehlen, diese Top-Down (also mit den Führungsorganen) sowie gleichzeitig Bottom-Up (mit ausgewählten mittleren Kadern oder Mitarbeitenden) zu erarbeiten. Der Weg ist das Ziel und oftmals sind die Diskussionen genau

so interessant wie die Resultate an sich, vor allem, wenn diese zusätzlich über die Divisions- und Funktionsgrenzen hinweg geführt werden.

3.) Die Quantifizierung der Risiken kann in einem ersten Schritt sehr pragmatisch sein, und vielleicht sollte es sogar eher eine qualitative Bewertung sein. Die Quantifizierung kann perfektioniert werden, indem Sensitivitätsanalysen und Ursache-Wirkung-Analysen durchgeführt werden. Damit werden diejenigen Parameter und Treiber definiert, die in der Folge für die Risikoüberwachung und Steuerung durch Massnahmen entscheidend sind.

4.) Risikoüberwachung und -Reporting bedingt die Definition von Risiko-Verantwortlichen, der Risiken und vor allem deren Treiber inklusive geeigneter Messgrössen als Indikatoren. Wir empfehlen, das «Controlling» möglichst eng an die bereits existierenden Controlling-Abläufe anzulehnen und das Risikoreporting in das bestehende MIS (Management Informationssystem) zu integrieren.

5.) Die Risikokontrolle und -steuerung, beziehungsweise die laufende Steuerung der Risiken, ist eine dauernde Aufgabe der Führungskräfte, genau so wie die laufende Optimierung der übrigen Geschäftsprozesse. Durch ein Involvierendes der Verantwortlichen und die Integration von KPI's (Key Performance Indicators) zur Steuerung von Risiken können die notwendigen Hebel gesetzt werden, so dass Risikomanagement massgeblich zu einer Performance-Verbesserung und zur Erreichung der gesetzten Ziele beiträgt. Dies bedingt, dass die Risiken den Entscheidungsträgern zugeordnet werden.

Zusatznutzen für IKS, Basel II und Corporate Governance

Ein Risikomanagement und die darin eruierten Risiken dienen als Basis für den Aufbau eines Internen Kontrollsystems (IKS). Der anerkannte Ansatz für das Interne Kontrollsystem nach COSO (Internationales Rahmenwerk und Standard für den Aufbau eines IKS) beinhaltet

ebenfalls eine Risikobeurteilung – allerdings auf der Stufe von Unternehmensprozessen. Zudem werden die Banken aufgrund von Basel II über kurz oder lang von den Unternehmen vertiefte Informationen zum Risikomanagement verlangen. Des Weiteren wird im Swiss Code of Best Practice der Economiesuisse ein angepasstes und funktionierendes Risikomanagement als Bestandteil einer umfassenden Corporate Governance klar umschrieben.

Fazit

Die Überwachung des Risikomanagements wird in Zukunft eine weitere Aufgabe des Verwaltungsrates und insbesondere des Audit Committees sein. Im Rahmen der Strategieentwicklung ist es daher empfehlenswert, die innerhalb der SWOT-Analyse beleuchteten Risiken aktiv zu kontrollieren und auch den Risiken konkrete Massnahmen mit dafür verantwortlichen Führungskräften zuzuordnen. Denn oftmals wird den Chancen ungeteilte Aufmerksamkeit zu Teil, während die Risiken so nebenbei in Kauf genommen werden. Erst wenn ein Risiko, respektive Ereignis, eintritt, wird diesem Risiko innerhalb eines Krisenmanagements quasi ex post Aufmerksamkeit geschenkt. Damit dies möglichst im voraus – also ex ante – verhindert wird, muss ein Risikomanagement gelebt und in die Unternehmenskultur integriert sein. Die Risikopolitik als Teil der Corporate Governance gibt dazu den Rahmen. Der permanente Kreislauf von Identifikation, Quantifizierung, Controlling und Steuerung der Risiken mit Entscheidungsträgern als Risk-Verantwortlichen stellt den Inhalt sicher. Die Beschreibung dieses Prozesses und das Aufführen derjenigen Risiken mit wesentlicher Auswirkung auf die Vermögens- und Ertragslage der Unternehmung ist danach eigentlich nur noch eine Fleissübung.

* Stefan Buser und Albert-Thomas Flammer, KPMG, sigv-Partner. Dieser Artikel widerspiegelt die persönliche Meinung der Autoren.

Institut für Verwaltungsräte und Geschäftsleitungsmitglieder sigv

Den Verwaltungsräten von KMU fehlt ausserhalb des eigenen Netzwerkes und der Region ihrer Betriebe vielfach ein breites Kontaktnetz. Hier setzt das im Juli dieses Jahres gegründete Schweizerische Institut für Verwaltungsräte und Geschäftsleitungsmitglieder (sigv) an. Das Institut will mit besonderen Veranstaltungen und Informationsplattformen zu aktuellen Themen branchenübergreifend Verwaltungsräte unterstützen, fördern und vernetzen. Das sigv vertritt ausserdem die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Behörden und Politik und diskutiert Fragen zu Berufsethik und Corporate Governance.

Das Institut wurde im Juli dieses Jahres von erfahrenen Verwaltungsräten gegründet und wird von den vier Partnern Centre Patronal, KPMG, UBS und Vaudoise Versicherungen gefördert und mitgetragen. Sieben Stützpunkte – in der Ostschweiz und Liechtenstein die Mediapolis AG, St. Gallen – unterstützen das sigv insbesondere bei regionalen Veranstaltungen und beim Kontakt zur Basis.

Die erste sigv-Veranstaltungsreihe widmet sich dem Risikomanagement. In der Ostschweiz findet die Veranstaltung am 21. November 2007 (Regierungsgebäude St. Gallen) statt. Weitere Veranstaltungen werden durchgeführt in Basel (30. Oktober), Bern (6. November), Paudex (15. November), Genf (19. November) und Neuenburg (22. November).

Internetseite des sigv für weitere Informationen: www.sigv.ch

sigv-Event «Risikomanagement»

Risikomanagement ist Führungsaufgabe. Mit den neuen Revisionsvorschriften will der Gesetzgeber sicherstellen, dass eine systematische Beurteilung von Risiken im Unternehmen vorhanden ist und angewandt wird. Identifikation, Analyse, Beurteilung und Überwachung von Unternehmensrisiken bilden insbesondere für KMU-Verwaltungsräte eine (neue) strategische Herausforderung.

Am sigv-Event «Risikomanagement» vom 21. November im Pfalz Keller St. Gallen referieren versierte Kenner der Thematik und bieten aus drei unterschiedlichen Perspektiven interessante Einblicke. Workshops mit den Referenten und ein Networking-Apéro sind ebenfalls Teile des Anlasses.

Tagungsleitung:

Peter Weigelt, sigv-Stützpunkt Ostschweiz (Mediapolis AG) und Beirat sigv

Die Referenten:

Thomas Votruba, Sicherheitsinstitut: Risikomanagement im Unternehmen – Ziele und Erfolgsfaktoren

Dr. Martin Moser, Bratchi Emch Rechtsanwälte: Rechtliches – Gesetz, Verantwortung, Absicherung

Stefan Buser, Director KPMG: Praktisches Risikomanagement - Projektablauf an Beispielen

Mittwoch, 21. November 2007
Pfalz Keller, Regierungsgebäude
9001 St. Gallen
17.30 bis ca. 20.30
Anmeldung auf www.sigv.ch
(Veranstaltungen)

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

WECO INKASSO UPDATE
8. November 2007 in Zürich:
«Erfolgreich betreiben!»



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.

www.grafikdesign1.com.ch
A015_3.1

bewegt und hebt mit Sicherheit!

OM
PIMESPO
Generalvertretung CH
fantuzzi

Industriegebiet Salen
CH-9536 Schwarzenbach SG

Küng LOGISTIK – CENTER AG

Telefon +41 71 929 55 44
Telefax +41 71 929 55 43
info@kuenglogistikcenter.ch
www.kuenglogistikcenter.ch

Nutzfahrzeuge
Gabelstapler
Service Dienstleistungen

Ob Gross – Der Actros

Ob Klein – Der Vito

bei uns sind Sie gut bedient.

altherr nessler
Lastwagen-Reparatur-Werkstätte
9650 Nesslau
Telefon 071 994 12 52
www.altherr.ch

Mercedes-Benz
Nutzfahrzeuge

Mercedes-Benz
Nutzfahrzeuge

Dank Creasoft ist Alpla effizienter als der Standard.

Das liechtensteiner Unternehmen entwickelt für den Weltkonzern eine maßgeschneiderte Softwarelösung für Produktion und Logistik.



Alpla Gebäude



Mag. Klaus P. Metzler,
Leiter zentrale Informatik Alpla

sich durch unsere zahlreichen Werke in 25 Ländern eine sehr kostspielige Lizenzsituation.» Mag. Klaus-Peter Metzler, Leiter der zentralen Informatik bei Alpla.

Effizienz und Einfachheit

Die Creasoft AG aus Mauren entwickelt für das Vorarlberger Unternehmen deshalb ein Produktionsplanungs- und Logistiksystem, das perfekt auf dessen spezielle Bedürfnisse zugeschnitten ist. Die Anforderungen an die neue Software sind hoch. Denn optimale Produktionsplanung und einheitliche Programme in allen Werken sind für die Alpla jetzt unumgänglich, auch in Anbetracht der Expansionsvorhaben in Richtung USA und Asien.

Zusammenarbeit und Betreuung

In der Projektphase arbeiten die Software-Entwickler von Creasoft-AG und Alpla zusammen, so dass ein Know-how-Transfer stattfindet und die Programme anschließend von Alpla selbst betrieben und gewartet werden können. Mit Creasoft als Partner kann sich das Vorarlberger Unternehmen zudem und je nach Bedarf auf die Schulung der Mitarbeiter, ein systematisches Projektmanagement und eine herausragende Softwareentwicklung verlassen.



DI FH Stefan Matt,
Geschäftsleiter
Creasoft AG

Für Alpla hat sich das Outsourcing bereits gelohnt: Die ersten Module wurden eingeführt und die Anwender sind begeistert. Mehr auf www.creasoft.li

Standard ist was für andere. Für Alpla gilt das vor allem auch bei der Software: «Wir haben enorme Anforderungen an die Prozessoptimierung. Käufliche Standardsoftware ist für unsere Verhältnisse und unsere Anwender zu kompliziert und ineffizient, da sie nicht auf unsere Situation zugeschnitten ist. Außerdem ergibt

Versicherer machen Risiken kalkulierbarer

Nur wer wagt, kann gewinnen

Die globalisierte Welt stellt Unternehmen immer schneller vor neue Herausforderungen – technologisch, gesellschaftlich und politisch. Mittels Risk Management können sich daraus ergebende neue Risiken besser beurteilt und bewältigt sowie neue Chancen genutzt werden.



Risk-Management am Beispiel der Personenversicherung:
Alle Mitarbeitenden müssen sich bewusst sein, dass Unfälle
und Krankheiten auch das Gesamtunternehmen belasten.

TEXT: WALTER MEILE

Um operationelle Risiken wie Brand, Haftpflicht oder Unfall zu überwälzen, schlossen Unternehmen früher eine Versicherung ab. Heute beurteilen die Versicherer ihre Aufgaben umfassender: Einerseits versichern sie zunehmend auch Geschäftsrisiken. Andererseits wächst im deregulierten Markt die Bedeutung des ganzheitlichen Risk Managements (RM), unabhängig von der Grösse des Kunden.

Wie viel kann ein Unternehmen wagen?

Das Wort „Risiko“ bedeutet, etwas zu wagen, etwas herauszufordern und stammt ursprünglich vom altitalienischen Begriff «risicare» ab. Doch wie viel ein Unternehmen wagen will und kann, hängt davon ab, wie gut es seine Ri-

siken kennt. Denn die eigentliche Gefahr ist nicht das Risiko, sondern das Nichterkennen. Risk Management – nach Haller/Ackermann – ist dementsprechend als ein Gesamtkonzept des Denkens und Handelns definiert, um wesentliche Risiken in risikobedrohten Systemen zu erkennen und zu beurteilen, diese Risiken systematisch mit geeigneten Instrumenten anzugehen, führungsmässige und organisatorische Konsequenzen zu ziehen.

Daueraufgabe im Unternehmen

Risk Management lässt sich also nicht einfach an den Versicherer delegieren und «abschieben». Es handelt sich vielmehr um eine Daueraufgabe für das Unternehmen, bei der ein Versicherer lediglich Unterstützung bieten kann.

Denn nur wer vorausdenkt, kann richtig entscheiden und handeln. Die Risk-Management-Methodik (RSM) von Zurich setzt hierzu auf eine ganzheitliche Betrachtung, interaktive Analyse und Umsetzung in fünf Schritten, die nachfolgend am Beispiel der Personenversicherung vorgestellt werden:

1) Risiko-Bewusstsein

Der Risk-Management-Prozess beginnt, sobald Sicherheit als Gegenstand der Unternehmenspolitik wahrgenommen wird – und zwar von der gesamten Unternehmung. Viele Gefahren müssen den Betroffenen erst wieder bewusst gemacht werden, etwa, weil sie schon lange mit ihnen leben, aber nie etwas passiert ist. Für die Personenversicherung bedeutet das:



Walter Meile ist Leiter des Marktgebietes Ostschweiz der Zurich Schweiz.

Alle Mitarbeitenden, vom Manager bis zum Pförtner, müssen sich bewusst sein, dass Unfälle und Krankheiten auch das Gesamtunternehmen belasten. Denn Absenzen stören die Prozesse und führen zu Ausfällen und Umsatzeinbussen.

2) Gefahren-Ermittlung

Aus dem Risiko-Bewusstsein leitet sich die Gefahren-Ermittlung ab. Hier gilt es, sich einen systematischen Überblick über Ursachen und Auswirkungen von Gefahren zu verschaffen. Um verschiedene Arten von Gefahren vergleichbar zu machen, ist es wichtig, eine einheitliche Systematik zu verwenden.

Im Bereich Personenversicherung bedeutet dies, Unfallursachen oder auch Krankheitsfaktoren wie beispielsweise Stress zu erkennen und dann deren Auswirkungen realistisch abzuschätzen.

3) Risiko-Analyse

Die Risiko-Analyse besteht aus den Teilschritten «Bewertung» und «Beurteilung». Für die Bewertung werden die Eintrittswahrscheinlichkeit von Ursachen und die Tragweite von Auswirkungen betrachtet und, wenn möglich, quantifiziert. Daraus ergibt sich eine abschliessende Gesamtbeurteilung.

Ein Beispiel für die Personenversicherung: Wenn ein Mitarbeiter erkrankt, entstehen nicht nur direkte Kosten zur zwischenzeitlichen Ersetzung seiner Arbeitskraft, sondern auch indirekte Kosten – etwa, weil Aufträge nicht eingehalten werden können oder die Stellvertretung Fehler macht. Diese indirekten Kosten können je nach Funktion bis zu fünfmal höher sein als die direkten Kosten.

4) Risiko-Handhabung

Es gibt Risiken, die eliminiert werden können, andere hingegen lassen sich durch geeignete Massnahmen zumindest minimieren. Wieder andere Risiken können an den Versicherer transferiert werden. Das zu akzeptierende Restrisiko ist gering. Entsprechend der Risiko-Analyse lässt sich sowohl bei den Ursachen als auch bei den Auswirkungen ansetzen, um Risiken zu bewältigen.

Im Personenversicherungsbereich kann betriebliches Gesundheitsmanagement verhindern, dass Absenzen überhaupt entstehen. Die Palette reicht von Diät-Menüs über Sportangebote bis hin zu Ergonomie und Entspannung. Professionelles Care Management verkürzt Absenzen und mindert so deren Auswirkungen. Zurich bietet ihren Kunden eine individuelle Betreuung für erkrankte und verunfallte Mitarbeitende durch spezialisierte Case Manager und Zugriff auf ein Netzwerk medizinischer Spezialisten. Dies gewährleistet eine optimale Behandlung.

5) RM-Controlling/Rückkopplung

Entwicklungen im Markt, Erfahrungen aus der Schadenspraxis sowie Fortschritte in der Forschung führen dazu, dass sich bestehende Risiken verändern und neue geschaffen werden. Zugleich entstehen zusätzliche Möglichkeiten, um Risiken zu bewältigen. Diese Informationen beeinflussen wiederum die Gesamtbeurteilung. Risk Management ist deshalb ein immerwährender Kreislauf und eine Daueraufgabe im Unternehmen.

Zurich unterstützt ihre Kunden mit Instrumenten wie z.B. dem «Loss Control» im Personenversicherungsbereich. Damit kann ein Unternehmen typische Schadensmuster erkennen,

so systematisch aus seinen Schadenserfahrungen lernen und die kostspieligen Folgen von Störungen erheblich reduzieren. Gleichzeitig wird es möglich, Fortschritte zu quantifizieren: Beispielsweise spart ein Unternehmer mit 50 Mitarbeitenden (Durchschnittslohn: 50'000 CHF), der die Krankheitsquote seiner Mitarbeitenden von durchschnittlich 5 % auf 4 % senkt, 75'000 CHF im Jahr – selbst bei konservativer Berechnung der indirekten Kosten!

Fazit

Unternehmen und Versicherer sollten Risk Management gemeinsam nutzen und bereit sein, sich ständig weiterzuentwickeln, um für die Zukunft gewappnet zu sein. Der Versicherer unterstützt das Unternehmen als vertrauenswürdiger Partner, indem er diesem hilft, die Herausforderungen der Gegenwart zu meistern und die Chancen der Zukunft zu nutzen – zum beiderseitigen Vorteil.



Kaufen Sie die AFG ARENA!

Die AFG ARENA St.Gallen gehört uns allen

Mit einer Aktie der Stadion St.Gallen AG tragen Sie zu einer breiten Abstützung bei. Das Aktienkapital dient ausschliesslich der Finanzierung der AFG ARENA St.Gallen. Zeichnen Sie jetzt und geniessen Sie diese Vorteile:

- Sie erhalten die Aktionärs-Edition der ARENACARD mit einem Startguthaben von CHF 10.– und können in der AFG ARENA bargeldlos bezahlen.
- Sie werden namentlich auf der Aktionärstafel in der AFG ARENA verewigt.
- Sie unterstreichen Ihre Sympathie zur AFG ARENA und zum FC St.Gallen.
- Sie tragen zur finanziellen Absicherung der AFG ARENA bei.
- Sie erwerben ein Wertpapier mit Aussichten auf eine Gewinnbeteiligung.

ZU KAUFEN



Die Aktien werden zu einem Nennwert à CHF 250.– ausgegeben.
Die Zeichnungsfrist läuft ab sofort bis 30. November 2007. Bestellen Sie jetzt einen Zeichnungsschein: Telefon 071 243 51 00 oder E-Mail karin.schmid@stadion-sg.ch
Der Emissionsprospekt liegt bei allen Zeichnungsstellen auf oder kann auf www.stadion-sg.ch abgerufen werden.

St. Gallen
STADION

3. Internationale VP Bank Classic in Arosa

Eine grandiose Kulisse, 140 historische Rennwagen und eine einmalige Bergrennstrecke: die 3. Internationale VP Bank Classic verwandelte Arosa vom 30. August bis 2. September in ein Monaco der Berge. Das Rennen ist in den letzten Jahren zu einem über die Grenzen der Schweiz hinaus bekannten Event herangewachsen. Nächstes Jahr findet es vom 11. bis 14. September statt. Weitere Informationen unter www.vpbankclassic.com



Wer nichts wird, wird...?

Magazin LEADER
MetroComm AG
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 (Srv.)
Martina Niklaus
Sara Burkhard
Andrea Brülisauer
Dr. Stephan Ziegler

Bildredaktion: Stefan Millius
(Leitung)
Bodo Rüedi
Peter Ruggli

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

Verlags- und 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: AVD Goldach

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

ISSN 1660-2757

metr
comm

Eben vergab Gault Millau seine Punkte neu – und Ostschweizer Köche räumten gleich eine Vielzahl an Zählern ab. Das freut die hiesige Gourmetszene, musste doch noch im August ein St.Galler Wirtepaar angezeigt werden, das seinen Gästen (billiges) Schweinefleisch als (teures) Kalbfleisch verkauft hatte.

Die Ostschweiz bleibt eine starke Gourmetregion: André Jaeger von der «Fischerzunft» in Schaffhausen zählt weiterhin zu den 19-Punkte-Stars. Auch Wolfgang Kuchler vom «Schäfli» in Wigoltingen TG beeindruckte die Tester und ist ihnen für 2008 weiterhin 18 Punkte wert.

Als «Meister des kulinarischen Mehrkampfes» bezeichnet Gault Millau Schweiz den «Koch des Jahres 2008», Andreas Caminada (30) vom «Schloss Schauenstein» aus Fürstenuw im Domleschg GR. Noch nie hat ein jüngerer Koch diese Auszeichnung erhalten. Auch der Weg zu den zurzeit besten Köchinnen der Schweiz führt in die Ostschweiz: zu Vreni Giger in den «Jägerhof» in St.Gallen und zu Tanja Grandits ins «Thurtal» in Eschikofen TG.

Die Feinschmecker freuts: Die Ostschweiz, lange als kulinarisches Brachland verschrien, ist im Kommen. Weniger erfreulich als die Top-Ratings im neuen «Gault Millau» ist die Tatsache, dass offenbar auch in unserer Region der Gast nicht vor schwarzen Schafen unter den Wirten gefeiert ist: So wurde noch im August ein Wirtepaar eines «angesehenen Speiserestaurants» in der Stadt St.Gallen wegen Verstössen gegen das Lebensmittelgesetz, wegen Betrugs und Warenfälschung angezeigt – die listigen Wirtsleute hatten ihren Gästen Schweinefleisch als doppelt so teures Kalbfleisch verkauft. Das kantonale Amt für Lebensmittelkontrolle KAL kam den Schlaumeiern aufgrund eines Hinweises auf die Schliche.

Leider hat es das Amt verpasst, dem Ärgernis den Raum zu geben, den es verdient hat: So verzichteten die Inspektoren auf die namentliche Nennung des Lokals und der Wirtsleute – gutgläubig

gehen sie einzig aufgrund der Strafanzeige davon aus, dass die «Gäste dieses Lokals hoffen können, dass sie in Zukunft wirklich das auf den Teller kriegen, wofür sie auch bezahlt haben», wie das KAL in seinem Magazin «Kaleidoskop» treuherzig schreibt.

Effizienter wäre gewesen, die Dinge beim Namen zu nennen. Dies aus zwei Gründen: Erstens würden die Gauner dadurch von ihrer Kundschaft künftig gemieden, so dass sie die Suppe, die sie sich eingebrockt haben, auch selber auslöffeln dürfen – Betrug darf sich nicht lohnen, als Gast will man wissen, woran man ist. Zweitens müssten ehrliche Wirte nicht unter Gerüchten und Verdächtigungen leiden, die automatisch entstehen, wenn Missbrauch festgestellt, aber nicht zugeordnet wird. Der eigenartige Täterschutzreflex des KAL könnte sich im Nachhinein als Bumerang erweisen.

Es bleibt zu hoffen, dass die Ostschweiz weiterhin die Strasse zur kulinarischen Spitzenregion verfolgt. Wir müssen ja nicht alles den Zürchern nachmachen: Im Kanton Zürich hatte ein Wirt eineinhalb Jahre lang seinen Gästen weit über tausend Menüs mit Schweine- statt Kalbfleisch verkauft und damit rund 33'000 Franken Gewinn gemacht.

5 Jahre Wirtschaftsinformationen aus der Region



LEADER – Das Unternehmermagazin
für die Ostschweiz
MetroComm AG | Zürcherstrasse 170 | 9014 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50 | Fax 071 272 80 51
leader@metrocomm.ch | www.leaderonline.ch
www.metrocomm.ch

LAMBORGHINI GALLARDO SUPERLEGGERA



LAMBORGHINI ST. GALLEN

Zürcher Strasse 202
CH-9014 St. Gallen
Tel +41 71 274 22 22
info@lamborghini-sg.ch
www.lamborghini-sg.ch

www.lamborghini.com



**Unternehmerische Visionen verwirklichen.
Eine Qualität von Ernst & Young.**

www.ey.com/ch

ERNST & YOUNG

Quality In Everything We Do

Ob Singapore, Seattle oder St. Gallen: Wir sind weltweit und in der Schweiz präsent und machen uns vor Ort für Ihre Ideen stark. Denn weit reichende Ideen brauchen lokale Ansprechpartner, aber auch ein globales Netz. Unsere 150 Partner und rund 1700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Schweiz stehen Ihnen in allen Regionen und in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung, Risikomanagement-Beratung, Transaktionsunterstützung sowie Accounting Services zur Seite – und sind gleichzeitig Ihr Anschluss an das weltweite Ernst & Young-Netzwerk.

Ernst & Young fördert unternehmerische Tätigkeiten in der Schweiz im Rahmen des Programms «Entrepreneur Of The Year®». Damit machen wir deutlich, wie wichtig lokale Verankerung für den nationalen und internationalen Erfolg einer Unternehmung ist. Wir freuen uns auf Ihren Anruf: Telefon +41 58 286 31 11.

Audit. Tax. Legal. Advisory. Transactions. Accounting.