

April / 03 2008

LEADER®

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

LEADER® ist ein Unternehmernmagazin für die Ostschweiz und Liechtenstein | www.leaderonline.ch | Einzelverkaufspreis Fr. 8.50

Herbert Sausgruber
Landeshauptmann
von Vorarlberg

Konkurrent oder gewinnbringender Nachbar?



9 177 166 01 275 008



DELUXE

Unabhängig von der wirtschaftlichen Situation auf Erfolgskurs: Frischknecht Juwelier in St.Gallen



RUSSLAND

Was haben die Russen mit einem Schweizer Jassclub gemeinsam: Russlandkenner Karl Eckstein im Gespräch



Hochwertig. Funktional. Stilvoll.





agenturamflughafen.com

Starke Ideen fürs Büro.

Muskelkraft ist künftig nicht mehr nötig für Archiv- und Büroarbeiten. Verabschieden Sie sich von mühsamen Suchaktionen und unnötigem Kräfteverschleiss. Compactus & Bruynzeel AG, der Spezialist für Archivsysteme, räumt für Sie auf. Mit Grips statt Bizeps – und erst noch automatisch. Interessiert? Dann rufen Sie uns an: 052 724 0 724.



Neu: automatisch
verschiebbar

Compactus & Bruynzeel AG • Archiv- und Lagersysteme
Zürcherstrasse 350 • CH-8500 Frauenfeld
info@compactus.ch • www.compactus.ch


Compactus & bruynzeel

PROGNOSEN SIND GLÜCKSSACHE

Schon oft haben wir den sehr direkten Zusammenhang zwischen der Besetzung der politischen Gremien und dem wirtschaftlichen Wachstum betont. Als Unternehmermagazin das Geschehen in der Politik nicht zu beachten, können wir uns nicht leisten. Auch in dieser Ausgabe blicken wir diesbezüglich zurück und nach vorn. Denn in St.Gallen wartet noch der 2. Wahlgang in die Regierung.

Bei unseren Betrachtungen verzichten wir wohlweislich auf exakte Prozent-Prognosen selbsterannter Wahlexperten. Diese Zahlenspielerien fallen mal besser, mal schlechter aus, doch selbst wenn Politologen wie Claude Longchamp und Co. schwer daneben hauen, sind sie um ausschweifende Erklärungen bekanntlich nie verlegen.

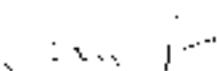
Longchamp ist Sozialdemokrat, und diese haben tendenziell Mühe mit dem Rechnen. Das beste Beispiel dafür ist «links», die Parteizeitung der St.Galler SP. Dieses ist auf seine Weise ein Sprachrohr, wie es der LEADER für seine Leserschaft ist. Dass in «links» Anliegen links der Mitte vertreten werden, ist daher mehr als gerechtfertigt. Nicht versuchen sollten sich die Autoren des Parteiblatts aber als Wahlprognostiker. Denn der jüngste Versuch, für einmal muss diese Formulierung einfach sein, ging gründlich in die Hosen.

Mitte Februar leitartikelte in «links» ein Autor oder eine Autorin vorausschauend zur Wahl und meinte, für die SP liege «einiges drin». Das stimmte dann sogar auf eine gewisse Weise: Es lag einiges drin für die SP, und zwar eine historische Niederlage.

Die Fehlprognose kam wohl zustande, weil die SP neben Lehrern auch viele Historiker in ihren Reihen weiss, die gerne munter im Archiv wühlen. Bei den Nationalratswahlen hatte es eine Schlappe für die Partei abgesetzt, aber nationale Wahlen seien kein verlässlicher Gradmesser für Kantonsratswahlen, hiess es im «links». Und weiter: «Die SP konnte in den letzten 20 Jahren bei den kantonalen Wahlen stets nochmals zulegen.» Daraus leitete die SP ab, dass das wieder gelingen könnte. «links» wusste es sogar noch genauer: Insgesamt ergebe die Prognose «22 Sitze, die auf sicher zu gewinnen sind.» Mit etwas Proporzglück, so das Parteiblatt, seien sogar 25 Sitze möglich.

Heute wissen wir: Es wurden letztendlich 16 Sitze im 120-köpfigen Parlament. Das sind stolze 6 weniger, als laut Prognose «auf sicher» waren und 9 weniger als erhofft. Nicht nur die Wahlniederlage der SP ist also auch historisch, auch die Fehlerquote in der Voraussage.

Wichtiger für die Wirtschaft als solche eher amüsanten Betrachtungen ist allerdings, dass aus diesen Wahlen die bürgerliche Seite gestärkt hervorging. Was das Parlament mit dieser Ausgangslage nun tut, bleibt abzuwarten. Wir werden es beobachten.



Natal Schnetzer

Verleger

PS: Euregio Bodensee, Grenznahe, Dreiländereck: Das sollten für die Ostschweiz mehr sein als nur Schlagworte. Deshalb widmen wir einen Teil dieser Ausgabe unserem direkten Nachbarn, dem Vorarlberg. Unternehmen und Unternehmer, Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Tourismus sowie die wichtigsten Eckdaten in der Übersicht vermitteln den Eindruck eines prosperierenden Bundeslandes. Vorarlberg ist mal Konkurrent, mal Partner – aber nützen wir die Erfolge unseres Nachbarn doch einfach auch als Inspiration für uns.





Lösungen so vielfältig wie die Anforderungen

Familientradition

Gegründet wurde Rhomberg Bau bereits 1892. Inzwischen befindet sich das Unternehmen in vierter Generation. Familientraditionen prägen unser Unternehmen. Erfolg ist die schönste Bestätigung. Doch Wachstum alleine steht bei Rhomberg nicht im Vordergrund. Verbunden sind die Generationen durch ihre Vision: Langfristig am Markt zu bestehen mit ressourcenschonendem Bau und Betrieb.

Für unsere Kunden

Zufriedene Kunden sind wichtig für einen langfristigen Erfolg. Wir bieten unseren Kunden ein Angebot aus einer Hand. Ob Verkehrswegebau, Neubau einer Bahnstrecke oder Dachbodenausbau in einem Einfamilienhaus – Rhomberg ist ein zuverlässiger Partner, der sein Handwerk beherrscht.

Soziale Gesichtspunkte prägen unseren Erfolg. Die Steigerung der Lebensqualität unserer Kunden, MitarbeiterInnen und Netzwerkpartner ist wesentlicher Teil unserer Philosophie. Zentrales Element ist eine zukunftsorientierte Perspektive mit einer nachhaltigen Strategie, die ökologische, ökonomische wie auch soziale Aspekte umfasst.

Die Rhomberg Gruppe ist Ihr Ansprechpartner bei allen Leistungen im Hoch- und Tiefbau, in Spezialbereichen wie Bahntechnik, Facility Management, Wohnbau oder Ressourcenmanagement. In mehreren Bereichen sind wir inzwischen Marktführer. Unser Erfolg bestätigt uns und ist Ansporn, dies in weiteren Feldern zu forcieren.

Die Rhomberg-Gruppe in Zahlen

Gründung: 1892, Mitarbeiter: 550, Umsatz im Wirtschaftsjahr 2006/2007: € 269 Mio.

Geschäftsbereiche:

Bau: Projektentwicklung, GU/TU, Wohnbau, Hochbau, Tiefbau, Facility Management, Sanierung Bau, Systembau

Bahntechnik: Gewerblicher/Maschinelles Gleitbau, GU/TU Bahn, Feste Fahrbahn, Sanierung Bahntunnel, Logistik, Elektromechanische Ausrüstung, Lärmschutz, Fachtechnisches Consulting

Ressourcen: Rohstoffversorgung, Beton, Asphalt, Energie-Contracting

Rhomberg – Ideen die bestehen

Rhomberg Bau GmbH

Mariahilfstrasse 29, 6900 Bregenz
Tel.: +43 5574 403-0
Fax: +43 5574 309
E-Mail: info@rhombergbau.at

Rhomberg Bau AG

Poststrasse 17, CH- 9001 St. Gallen
Tel.: +41 (0)71 228 63 73
Fax.: +41 (0)71 228 63 59
E-Mail: info@rhombergbau.ch



Prosperierendes Ländle	7
Vorarlberg schreibt kontinuierlich sehr gute wirtschaftliche Kennzahlen	
«Viel wirklich Interessante sind uns nicht verschloffa...»	10
Im Gespräch mit Herbert Sausgruber, Landeshauptmann von Vorarlberg	
«Jenseits von Gut und Böse»	14
Kuno Riedmann, Präsident der Vorarlberger Wirtschaftskammer, im Interview	
Von der Einbahnstrasse zum Gegenverkehr	18
Vorarlberg hat im Laufe der Geschichte der Schweiz viel zu verdanken gehabt	
Die Verjüngung der Regierung	47
Zum zweiten Mal in der Thurgauer Geschichte zieht eine Frau in die Regierung	
Kommt die SVP ans erklärte Ziel?	50
Der 2. Wahlgang in die St.Galler Regierung ist denkbar offen	
«Ich kann seine Enttäuschung nachvollziehen»	52
Der Kandidat der CVP, Martin Gehrer, im Gespräch	
«Die finanziellen Mittel sind eher bescheiden»	53
Welche Chancen rechnet sich der parteilose Rolf Huber aus?	
«Wahlabsprachen können in gewissen Situationen Sinn machen»	55
Die FDP wählt mit Andreas Hartmann den Alleingang	
Wil will – aber kann es auch?	56
Die Äbtstadt will sich neu definieren	
«Wir trennen uns auch von rentablen Bereichen»	62
Die Unternehmen reissen sich um die Absolventen der HSR Hochschule für Technik Rapperswil	
Der Wert wird vom Kunden bestimmt	66
Mit Schmuck auf Goldkurs: Katharina Frischknecht Stettler von Frischknecht Juwelier in St.Gallen	
«Ich würde sie als Theoretiker bezeichnen»	68
Walter Fetscherin, Präsident Joint Chambers of Commerce im Interview	
«Man hat mich zum Spion gestempelt»	70
Russlandkenner Karl Eckstein über vorprogrammierte Konflikte in der Geschäftswelt	



Anzeige

Hohe Reichweite für Ihre Jobangebote.

ostjob.ch + westjob.at + nicejob.de

Ostschweiz

Vorarlberg

Süddeutschland

MEHR ALS RAUM

W1

Einzigartig, ästhetisch, innovativ

ARBEITSRAUM

Das Projekt W1 in Wil wird zukünftig zweifellos zur ersten Adresse für moderne und qualitätsbewusste Dienstleistungsanbieter werden.

Die grossen und hellen Räumlichkeiten eignen sich für jegliche Art von hochwertiger Nutzung.

Sichern Sie sich Ihren neuen Wirkungsraum!



MIETRAUM

www.w-1.ch

Max Büchler, Telefon 052 234 97 20, max.buechler@colliers.ch

Prosperierendes Ländle

Mit einem Wirtschaftswachstum von 4,1 Prozent war Vorarlberg 2006 der Primus in Österreich. Die Konjunktur ist exportgetrieben. Der LEADER beleuchtet das Umfeld, in dem Vorarlberg kontinuierlich sehr gute wirtschaftliche Kennzahlen schreibt.



Nach einer ersten Bilanz sind im vergangenen Jahr die Exporte Vorarlbergs neuerlich kräftig um 15 Prozent angestiegen. Zum Vergleich: Gesamtösterreich konnte um elf Prozent zulegen. Betrachtet man die Zahlen für 2007 genauer, dann fällt vor allem eines auf: Nach den östlichen Bundesländern profitiert jetzt erstmals auch der äusserste Westen trotz der vergleichsweise grösseren Distanz signifikant von der Osterweiterung der EU. Die Exporterlöse in diese Staaten wuchsen um ein Drittel. Der Wert der allein in Polen abgesetzten Waren stieg um mehr als 72 Prozent (siehe unten angeführte Tabellen).

«Osteuropa-Turbo»

Dabei haben die traditionell starken Exportmärkte der Vorarlberger durch den «Osteuropa-Turbo» mit Ausnahme von Frankreich nicht nachgelassen. Das Geschäft mit den vier wichtigsten Exportpartnern lag auch 2007 deutlich im Plus, vor allem mit der Schweiz. Wer darüber be-

stens Bescheid weiss, ist Roland Gander, Direktor der Regionalleitung West bei Gebrüder Weiss in Lauterach, dem grössten Speditions- und Logistikunternehmen Österreichs. «Wellpappe, Plastikflaschen», beginnt er aufzuzählen, welche Gruppen besonders grosse Anteile haben, «die gesamte Metallindustrie, traditionell mit Blum und Grass vorneweg, aber auch die Baubranche mit Leimbindern von Schertler und Kaufmann sind starke Faktoren.» Der Anteil des Schweizverkehrs (auf dem Landweg) macht beim Marktführer Gebrüder Weiss an die 20 Prozent aus. Darin enthalten sind auch jene Waren, die aus anderen Teilen Österreichs in Vorarlberg für die Schweiz umgeschlagen werden und umgekehrt. «Der Verkehr hinüber ist allerdings viel stärker», sagt Gander. Das wird auf absehbare Zeit so bleiben, wenngleich immer mehr Unternehmen aus den neuen EU-Staaten ihre Importe über Wolfurt abwickeln, ergänzt Gerhard Amann, Geschäftsführer der Sparte Verkehr bei der Wirt-

schaftskammer Vorarlberg. Die Etablierung des Gemeinschaftszollamts am Güterbahnhof Wolfurt vor fünf Jahren sei jedenfalls «ein ganz wichtiger Schritt» gewesen, sagt Gander: «Da sitzt der Schweizer Zoll auf fremdem Gebiet, das ist einzigartig. Bregenz und St.Gallen haben hier sehr gut zusammengearbeitet, die Abwicklung ist viel einfacher geworden und schreckt keinen mehr.»

Wolfurt löste Buchs ab

Wolfurt hat jene führende Bedeutung im Rheintal übernommen, die früher einmal Buchs als Knotenpunkt hatte. Gander erinnert sich: «Da lief alles bei Danzas zusammen, Buchs war das Eldorado für alles aus dem Westen. In Buch wurde konsolidiert und in Sammelladegemeinschaften verfrachtet, weil das Aufkommen für den Einzelnen natürlich noch viel geringer war als heute. Seit Anfang der 1970er ist der Warenverkehr explodiert, und heute gehen Direktverkehre in alle Richtungen.»

SOLITAS Informatik AG – Documents unlimited



Die Entscheidung für Solitas ist immer auch eine Entscheidung für mehr Sicherheit und Transparenz, für mehr Zuverlässigkeit und Effizienz. Denn führend im Markt für Enterprise Document Management zu sein, bedeutet, etwas von der Sache zu verstehen.

900 Kunden der Solitas und deren internationaler Partner setzen auf Investitionssicherheit. Unterschiedliche IT-Umgebungen, ERP-Systeme oder hochspezialisierte Branchenlösungen – Solitas integriert ihre Lösungen und passt diese an Ihre individuellen Anforderungen an. Damit bietet sich den Unternehmen mehr als eine deutlich effizientere Verwaltung: Mit Solitas sowie dem ausgeprägten Partnernetzwerk in der Schweiz, Österreich und Deutschland sichern Sie die Infrastruktur Ihrer Informationsprozesse.

Galexis AG realisiert mit Produkten der Solitas Informatik AG unternehmensweites elektronisches Archiv- und Dokumentenmanagement

Von Daten aus dem ERP-System über Dokumente aus der Office-Welt bis hin zu ausgewählten geschäftsrelevanten E-Mails überspielt die Schweizer Galexis AG jetzt Daten aus dem gesamten Unternehmen in das Archivsystem. Seit inzwischen mehr als sieben Jahren archi-

Ob Sie es Document-, Content- oder Knowledge-Management nennen, ob für Workflow oder Archivierung – die Solitas Informatik AG sorgt mit ihrem Produkt- und Dienstleistungsspektrum für schnelle Prozesse. Suchen, Finden, Zusammenstellen kompletter Vorgänge, kurzfristige Analysen von Geschäftsprozessen – die Lösungen überzeugen.

viert die Galexis AG Rechnungen und Lieferscheine aus dem firmeneigenen ERP-System. Die Erfahrungen, die die in der Schweiz aktive Pharmagrossistin mit dem Archivsystem der Solitas Informatik AG sammelte, waren ausserordentlich positiv. IT-Systembetreuer Werner Leutenegger wörtlich: «Für die Datenarchivierung aus dem ERP-System ist InfoStore das Beste, was man haben kann.»

Als das Management von Galexis im Jahr 2005 beschloss, die Archivierung «unternehmensweit» auszubauen, musste sich die Solitas Informatik AG noch einmal der Konkurrenz stellen. Die IT-Fachleute bei Galexis sahen sich «diverse Tools für die unternehmensweite Archivierung» an, so Projektleiter Christian Meyer. Dennoch fiel die Entscheidung zugunsten von Solitas «aufgrund der guten Erfahrungen, aus Kostengründen und weil wir bereits über Know-how verfügten», erklärt Meyer. Galexis und ein in der Schweiz tätiger Solitas-Partner, die Five Informatik AG, teilten sich die Projektarbeit. In enger Abstimmung zwischen Galexis und FIVE entstand das Pflichtenheft. FIVE wirkte sodann insbesondere an der firmenspezifischen Anpassung, an den Einstellungen im Programm, der Gestaltung der Eingabemasken, der leichten Wiederauffindbarkeit archivierter Dokumente sowie an der Auslegung des Berechtigungssystems mit.

Auch E-Mails werden archiviert!

Unternehmensführung sowie Verkauf, Marketing, Human Resources, Finanzen und Controlling, SCM, Immobiliendienst und – last but not least – die IT-Abteilung können heute wichtige, langfristig benötigte Unterlagen ins Archiv zur revisions sicheren Aufbewahrung überspielen. Archiviert werden bei Galexis jetzt

auch E-Mails. Jeder Mitarbeiter entscheidet selbst, welche Mails er als «geschäftsrelevant» einstuft. Nach manueller Indizierung kann ein E-Mail zum Geschäftsfall zugeordnet und archiviert werden.

Christian Meyer resümiert: «Das Projekt wurde innerhalb der geplanten Zeit abgeschlossen, auch die Kosten hielten sich innerhalb des Budgets.»



Roland Böhme
Geschäftsführer Solitas

SOLITAS

Kontakt:
Solitas Informatik AG
Bahnhofstrasse 21b
9471 Buchs – Switserland
E-Mail: info@solitas.com
WEB: www.solitas.com
Telefon: +41 81 755 55 00
Fax: +41 81 7 55 55 01

Neben den klassischen Speditionen, die in Vorarlberg seit jeher eine grosse Rolle spielten, etablierten sich viele Paketdienste im Rheintal. Mit ihnen ist das Verkehrsaufkommen stark angewachsen. «Das hat dazu geführt, dass die Wartezeiten für unsere Lkw-Fahrer beim Zoll gestiegen sind. Es gibt immer noch zu wenig Abfertigungspersonal», übt Amann Kritik.

Hohe Sachgütererzeugungsrate

Der Dienstleistungssektor, zu dem auch die Paketdienste zählen, steht auch in Vorarlberg in der Blüte. Nichtsdestotrotz ist eine der wirtschaftlichen Stärken Vorarlbergs der überdurchschnittliche Anteil an Personen, die in der Sachgütererzeugung beschäftigt sind: 26,1 Prozent (Österreich: 18,3). Die Vorarlberger gelten allgemein als fleissig und engagiert. Für die Erfüllung des nirgendwo sonst in der Alpenrepublik so ausgeprägten Traums vom Eigenheim oder der Eigentumswohnung wird in der Regel hart gearbeitet, der Zuverdienst durch den Partner ist die Regel, denn die Lebenshaltungskosten in Vorarlberg bewegen sich ebenfalls deutlich über dem Durchschnitt.

Die «Hütlebauer»-Mentalität hat freilich auch ihre Schattenseiten. Die Gemeinden sind zersiedelt, die Pkw-Dichte und der hausgemachte Ziel- und Quellverkehr sind dem entsprechend hoch. Wenigstens sind die grössten Produktionsbetriebe und Arbeitgeber einigermaßen über das Rheintal beziehungsweise den Walgau verteilt, und so verhält es sich auch mit dem Individualverkehr. Am Wachstum bestimmter

Gemeinden wie Schwarzach, Gaissau oder Ludesch lässt sich klar festmachen, wie Bodenverknappung, Arbeitswege und das Immobilienpreisgefüge korrelieren.

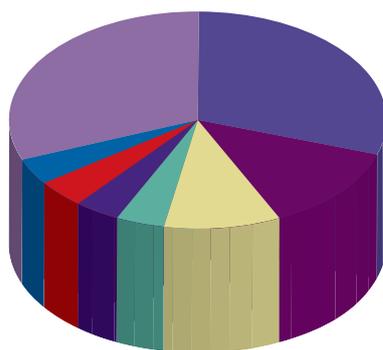
Positive Geburtenbilanz

Aus demografischer Sicht wächst die Bevölkerung Vorarlbergs in erster Linie durch eine positive Geburtenbilanz, dem Saldo aus Geburten und Sterbefällen. Betrachtet man die Bevölkerungsentwicklung über die letzten zehn Jahre, so fällt auf, dass seit 2002, dem Jahr mit dem höchsten Wert, der jährliche Bevölkerungszuwachs von rund 3150 Personen auf weniger als die Hälfte gesunken ist. Der Einwohnerzuwachs konzentriert sich fast ausschliesslich auf die Region Rheintal. In dieser Region wurden im Jahresabstand netto 1772 zusätzliche Hauptwohnsitze gegründet. Leicht positiv

ist die Entwicklung im Walgau. Hingegen ist in allen anderen Regionen die Zahl der Einwohner mit Hauptwohnsitz im Jahresabstand zurückgegangen.

Das ist keineswegs eine neue Entwicklung. Die Landesregierung bemüht sich bereits seit mehreren Jahren aktiv mit allen möglichen Massnahmen die Landflucht zu stoppen. Von 2000 bis 2006 war der ländliche Raum als Ziel-2-Gebiet durch die EU förderbar. Das neue EU-Strukturfondsprogramm «Regionale Wettbewerbsfähigkeit Vorarlberg 2007–2013» erfasst nun im Gegensatz zu den Vorgängerprogrammen ganz Vorarlberg als Fördergebiet. Bis zu rund 35 Millionen Euro sollen dafür in diesem Zeitraum von Brüssel nach Bregenz fliessen. Neben der Fortschreibung laufender Programme liegt der Schwerpunkt dabei bei «Investitionen in Innovationen».

Exporte nach Ländern



Deutschland	30%
Schweiz	13%
Italien	10%
Ver. Königreich	4%
Frankreich	4%
Liechtenstein	4%
USA	4%
Andere	4%

Die 15 wichtigsten Exportländer Vorarlbergs		
Exportländer	Exporte 2006	Veränderung Exporte 2007 in % ¹⁾
Deutschland	1990,9 Mio. €	3,4
Schweiz	820,8 Mio. €	11,7
Italien	642,4 Mio. €	5,2
Vereinigtes Königreich	286,5 Mio. €	6,3
Frankreich	254,1 Mio. €	-4,8
Liechtenstein	246,9 Mio. €	10,9
USA	242,4 Mio. €	34,7
Spanien	206,5 Mio. €	43,3
Niederlande	101,6 Mio. €	-0,9
Polen	100,8 Mio. €	71,2
Schweden	99,7 Mio. €	-1,5
Belgien	87,4 Mio. €	-3,4
Tschechien	83,7 Mio. €	35,8
Japan	79,0 Mio. €	1,8
Ungarn	79,0 Mio. €	-9,0

¹⁾ bestätigt liegen erst die Daten für Januar bis August vor, die Veränderung bezieht sich auf den Vergleichszeitraum 2006

Der Vorarlberger Arbeitsmarkt 2007				
	Frauen	Männer	Gesamt	Veränderung zum Vorjahr in %
Unselbstständig Beschäftigte	63.947	79.982	143.929	1,9
Darunter Ausländer	10.311	17.280	27.592	2,8
Arbeitslosenquote	6,4 %	5,1 %	5,7 %	-7,9
Arbeitslose	4.366	4.280	8.646	-6,6
Darunter Arbeitslose unter 24 Jahre	806	778	1.584	-8,0
Darunter Arbeitslose über 50 Jahre	688	931	1.619	-7,4
Gemeldete offene Stellen			1.514	21,4
Gemeldete offene Lehrstellen			127	-45,3
Lehrstellensuchende	130	140	270	-5,8



«Viel wirklich Interessante sind uns nit verschloffä...»

Dr. Herbert Sausgruber, Landeshauptmann von Vorarlberg, im LEADER-Gespräch

Der 61-Jährige steht seit 1997 an der Spitze des westlichsten Bundeslandes von Österreich. Er gehört der Österreichischen Volkspartei (ÖVP) an, die traditionell als wirtschaftsfreundlich gilt. Von Herbert Sausgruber wollte der LEADER unter anderem wissen, wie stark seine Politik Einfluss auf den wirtschaftlichen Höhenflug Vorarlbergs hat und wie es nach dem Aus der Schnellstrasse in die Schweiz in der Verkehrspolitik weitergeht.



INTERVIEW: ARNO MILLER

BILDER: BODO RÜEDI

Herr Landeshauptmann, Sie kommen aus Höchst, einem Dorf direkt an der Grenze zur Schweiz. Wie haben Sie als Kind diese Nachbarschaft erlebt, was hat sich seither geändert?

Herbert Sausgruber: Kindheitserinnerungen... Dass wir baden gegangen sind in die «Bädi» in St. Margrethen, das war ein Schwimmbad am Alten Rhein mit einem Becken, das hat es bei uns nicht gegeben. Da habe ich das Schwimmen gelernt. Dann Schlitten fahren drüben am Berg. Auf den Strassen! Und dann der Wohlstandsunterschied, den hat man schon gespürt, der war beachtlich. Das war in den 1950ern... unsere Schlitten waren ein Glump gegenüber denen der Schweizer. Heute ist der Wohlstandsunterschied auch noch da, aber die Dynamik hat sich gedreht. Wenn ich gesund bleibe, dann erlebe ich noch den Augenblick des Überholens.

Wann rechnen Sie damit?

Je nach Kriterien in zehn, fünfzehn Jahren.

Die Schweizer Nachbarn sprechen vom Rheintal gerne als Chancen-Tal. Auf unserer Seite scheint vieles schon als erledigt abgehakt zu sein. Die Wirtschaft brummt und das seit Jahren. Spricht man mit heimischen Unternehmern über Stärken des Wirtschaftsstandorts Vorarlberg, dann heisst es unisono, die Zusammenarbeit mit den Behörden sei «relativ gut» bis problemlos. Das wird Sie freuen zu hören.

Sicher, es ist erklärtes Ziel, die Dynamik aufrecht zu erhalten. Obwohl natürlich auch in der Nachbarschaft Dynamik vorhanden ist, das soll man nicht übersehen! Wir bemühen uns, den Vorgang zu begleiten – durch einen brauchbaren Rahmen an Infrastruktur, und dort, wo man etwas ma-

chen kann, das weiterzuentwickeln. Zum Beispiel bei den Ausbildungsstätten: Wir haben inzwischen einen wesentlichen Engpass bei qualifizierten Leuten; da gibt es einen Zustrom aus Deutschland, der uns seit einigen Jahren hilft. Aber man muss schauen, dass unsere Ausbildungsmöglichkeiten entsprechend sind, und zwar nicht nur an der Spitze mit der FH Vorarlberg und den HTLs, sondern auch im Bereich der Lehre.

Was die Wirtschaft interessanterweise nie betont, ist der politisch stabile Zustand im Land. Sehen Sie da einen Zusammenhang, weil es eben gut läuft in der Wirtschaft? Gibt es weniger soziale Spannungen – und ist dadurch auch weniger Handlungsbedarf gegeben als in anderen Regionen?

Es gibt sicher einen Zusammenhang insofern, als dass eine klare Mehrheit die Möglichkeiten schafft oder jedenfalls stark verbessert, langfristige Entscheidungen zu treffen und nach einer klaren Konzeption vorzugehen. Man ist nicht so sehr abhängig von kurzfristigen Mehrheitsüberlegungen. Das heisst nicht, dass man nicht auch Mehrheitsüberlegungen haben muss – vor allem, um die Mehrheit zu erhalten. Aber man kann eher eine solide Finanzpolitik machen, die nicht nur angenehme Seiten haben muss. Man kann anders verhandeln und gestalten, als wenn man überall fünfmal fragen muss. Die Handlungsfähigkeit, vor allem in der Ordnung der Finanzen, das ist natürlich ein Vorteil.

Wie gross schätzen Sie Ihren Einfluss auf die Vorarlberger Wirtschaft ein? Was kann der Landeshauptmann real tun?

Der Hauptrahmen wird natürlich grossräumig gesetzt, durch den Eintritt in die Europäische Union, die ganze Steuergesetzgebung und so weiter. Der regionale Anteil konzentriert sich auf drei Bereiche: Das ist die allgemeine Atmosphäre, die kann man in einem gewissen Umfang beeinflussen, ist schwer messbar; dann Investitionsfreundlichkeit, Dienstleistungsgesinnung und zügige Entscheidungen. Das kann man schon trainieren und das pflegen wir auch bewusst. Und drittens ist es das weite Feld von Ausbildung – von Bildung überhaupt. Dort konzentrieren wir bewusst viele Ressourcen, weil wir wissen: Wettbewerbsfähigkeit hat auch stark mit Motivation und Ausbildung zu tun.

Aber der Hauptvorteil ist, dass wir auf Basis der EU-Mitgliedschaft gute Unternehmensführungen haben, überwiegend mittelständisch, mit hoher Identifikation – die schauen nicht nur aufs nächste Quartal. Und gut ausgebildete, motivierte Arbeitnehmer. Das ist der eigentliche Kern.

An vielen Ecken und Enden des Rheintals wird in den Industrie- und Gewerbebezogen eine Halle nach der anderen hochgezogen. Wie lange wird der Platz noch reichen oder: Wann wird die Bodenverknappung zum Wachstumsproblem?

Die Diskussion wird immer dann intensiver, wenn aufgrund einer guten Wachstumsentwicklung die Verfügbarkeit und der Preis sich entsprechend verändern. Das beobachten wir permanent seit Jahrzehnten. Wir fahren eine Politik, die vernünftig dosiert, und sind auch im engen Kontakt mit der Wirtschaft: Widmungszurückhaltung und eine strenge Regelung. Trotzdem haben wir den Bedarf an Unternehmenserweiterungen und -gründungen im Wesentlichen befriedigen können, mit wenigen



Ausnahmen, wo es uns auch gar nicht so unrecht war, weil es Anfragen gab, die doch sehr flächenintensiv waren. Wir haben das pragmatisch bisher ganz gut hingekriegt.

Aber drohen über kurz oder lang nicht doch weitere Nutzungskonflikte wie vor einigen Jahren in Fussach, als es um den Bau eines neuen Alpa-Werkes ging?

Es gibt noch einiges an verfügbaren Flächen, so ist ja es nicht! Aber sicher haben wir im Unterschied zu anderen Ländern kein Übermass an gewidmeten, verfügbaren Flächen. Wir haben aber immer Lösungen gefunden, ausser es braucht jemand gerade 30.000 Quadratmeter Grund.

Eine neue Skoda-Fabrik würde nicht hierher passen...

Nein. Viele wirklich Interessante sind uns aber nicht «verschloffen» (durch die Lappen gegangen, Anm. d. Red.)!

Es gibt das gemeinsame Projekt «Vision Rheintal» des Landes mit 29 Vorarlberger Gemeinden. Welche Rolle spielt dabei die andere Seite des Rheins? Sind die Schweizer Nachbarn in irgendeiner Form eingebunden?

Wir bemühen uns, den Prozess so zu gestalten, dass die Information fliesst. Aber eine Gesamtplanungsmöglichkeit ist noch nicht in Sicht. Es ist ein Informationsaustausch. Einen Gesamtplanungsaustausch gibt es beim Alpenrhein, dort macht es auch Sinn.

Sie haben vor ein paar Jahren einmal plakativ dargestellt was wäre, gäbe es die Staatsgrenze nicht, dann würde als Beispiel sicher nur auf einer Seite des Rheins eine Autobahn führen. Wird das Rheintal als gemeinsamer Raum zusammenwachsen oder hängt es allein an der EU-Frage?

Schwer zu sagen. Wir beobachten, seit wir seit rund zehn Jahren in der EU sind, wie langsam in manchen Bereichen – dafür wieder wie schnell in anderen – die juristische Grenze in vielen Bereichen fällt, in den Köpfen bleibt sie noch länger. Da, wo die Grenze tatsächlich, sogar als EU-Ausgangsgrenze, besteht, da rechne ich damit, dass der

Austausch zunimmt. Aber auch diese Grenze wird in den Köpfen noch stark bleiben.

Das wird Generationen brauchen?

Ja. Weil die Prägungen intensiv sind. Aber man arbeitet daran, die Nachbarschaft ist gut. Die Zusammenarbeit ist eigentlich vielfältig.

Neben der angesprochenen Bodenverknappung sehen Vorarlbergs Wirtschaftstreibende vor allem den Verkehr als grösste Herausforderung. Was ist von der Verkehrspolitik in absehbarer Zeit zu erwarten?

Die Infrastrukturen sind nationalstaatlich geplant. Es gibt in der Schweiz eine Eisenbahn, die aus deren Blickwinkel natürlich am Rand ihres Gebietes fährt, eine Autobahn, die am Rand läuft, und das Ganze gibt es auch bei uns. Mit den Verbindungen ist es so eine Sache: Bei der Eisenbahn gibt es eine alte, aber die entspricht in vielem nicht mehr dem Standard, weder nach Buchs noch nach St. Margrethen, da müsste man investieren. Die prinzipielle Bereitschaft ist da, es gibt Abmachungen – aber es könnte schneller gehen.

Bei der Strasse ist es eine spezielle Situation: Hier fehlen sechs Kilometer. Wir haben ein Projekt (siehe S. 18) nach langem Bemühen erarbeitet, das wurde von einem Gericht gekippt. Jetzt müssen wir von vorne anfangen. Das ist ein Prozess, der gerade anläuft und nicht einfach zu handlen sein wird. Das Durchfahren von 40 Tonnern durch besiedeltes Gebiet ist kein Zustand, das gehört nicht in ein Dorf. Weder nach Höchst noch nach Lustenau. Die Schweiz hat das geringere Problem, es betrifft am ehesten Diepoldsau, aber unsere Bevölkerung hat den Hauptschmerz.

Glauben Sie, die Korridorvignette wird Entlastung bringen?

Wir haben diese Konzeption von der Landesregierung aus nicht betrieben. Das war ein kommunaler Wunsch, vor allem von Bregenz. Man kann mit dem Pkw unter Vermeidung der österreichischen Vignette von Deutschland durch Bregenz in die Schweiz reisen – von einem Drittstaat in einen anderen Drittstaat, diese spezielle Situation gibt es in ganz Österreich sonst nicht.

Die Schwierigkeit bei der Korridorvignette ist die Verlagerung: Was bedeutet sie für Lustenau, was für Hohenems und Diepoldsau? Das ist schwer vorzusehen, da hilft kein Philosophieren, das kann man nur ausprobieren.

Die Zahl der Arbeitslosen ist im Jänner und Februar im zweistelligen Bereich zurückgegangen. Ein Strohfeuer oder Zeichen für einen weiteren anhaltenden Trend?

Vorzusehen, was sich abspielt, ist schwierig, weil die Hauptfrage das wirtschaftliche Wachstum ist, das war die letzten Jahre sehr gut. Nach allem, was wir wissen, verflacht es sich etwas. Die Wirkung auf den Arbeitsmarkt wird dadurch nachlassen. Das muss aber noch keine Trendumkehr bedeuten. Und dann kommt dazu: Wo wächst es? Wir haben eine gewisse Höhe an Arbeitslosigkeit bei einfachen Tätigkeiten und gleichzeitig Mangel bei technischen Qualifikationen. Die Frage ist: Wie hoch ist die Umschulbarkeit, auch mit Hilfe der öffentlichen Hand? Das funktioniert ein Stück weit, hat aber auch Grenzen. Das hängt allerdings nicht nur am Angebot... Das heisst: Eine gewisse Problematik wird uns begleiten, aber wir sind doch nahe der Vollbeschäftigung.

Nicht dass es den Leuten im Bregenzwald oder Montafon schlecht ginge, aber in allen Regionen mit Ausnahme der Balungsräume Rheintal und Walgau war die Bevölkerungszahl zuletzt rückläufig. Alarmiert Sie das?

Das wäre übertrieben. Aber es zeigt, dass das Ziel, gleichwertige Lebensverhältnisse und keine Abwanderung zu haben, massive Anstrengungen braucht, weil die industrielle und gewerbliche Produktion in den Bergtälern an natürliche Grenzen stösst. Wir hätten niemals die ausgewogene wirtschaftliche Struktur erreichen können, wenn nicht der Tourismus die Eigenschaft hätte, gerade in solchen Gebieten Wertschöpfung zu organisieren. Da müssen wir schauen, dass wir Impulse bewilligungsmässig begleiten, dass uns dort nicht die Dynamik einbricht. Zum Beispiel im Grosswalsertal: Weil dort die topografischen Verhältnisse besonders schwierig sind, versuchen wir, die dörflichen Strukturen auch von Bregenz aus mit Hilfestellung zu versehen, so dass auch junge Leute bestärkt werden, dort zu bleiben. Das gelingt uns nicht perfekt, aber doch besser als in anderen Regionen mit vergleichbaren Strukturen. Wenn man den Markt durchmarschieren lässt, dann spielt sich natürlich ganz anderes ab! Denn wenn die Absiedelung einmal eine gewisse Geschwindigkeit hat, dann ist sie praktisch nicht mehr zu stoppen.

Sie sind fast auf den Tag genau seit elf Jahren Landeshauptmann. Wie fällt Ihre Bilanz für diese Zeit aus und was steht noch unter «unbedingt» auf Ihrer Agenda?

Erstens eine gute Gesamtentwicklung des Landes. Es ist uns gelungen, die wirtschaftliche Dynamik hoch zu halten und gleichzeitig sozialen Ausgleich weiter zu entwickeln. Dann im Bereich der Chancen über Qualifikation das Angebot ebenfalls zu stärken. Das sind so die Grundzielsetzungen. Kurz: Wirtschaftliche Dynamik mit menschlichem Gesicht. Und dann das Thema der räumlichen Verteilung der Chancengleichheit, auch das konnten wir relativ erfolgreich bewältigen, aber die Herausforderung wird stärker.

Zur Agenda: Ein Schwerpunkt ist die demografische Entwicklung, und die ist wie überall in unseren Breitengraden. Die Kinderfreundlichkeit – von der Atmosphäre bis zu den Strukturen – ist darum ein ganz wichtiges, langfristiges Ziel. Ohne die Einbildung, man könne die Welt umdrehen, setzen wir uns bewusst das Ziel, die kinderfreundlichste Region rundum zu sein. Wir tun in allen Bereichen etwas dafür, in Raumplanung und Wohnbau, in Kinderbetreuung, Familienförderung, Ermütigung von jungen Eltern oder mit den Projekten «Kinder in die Mitte» und «Miteinander der Generationen»... Neben den anderen Zielsetzungen ist das ein neuer Akzent.

Zur Person

Herbert Sausgruber wurde am 24. Juli 1946 in Bregenz geboren, lebt in Höchst und ist verheiratet mit Ilga Sausgruber. Das Paar hat zwei Söhne und eine Tochter. Nach der Matura am Bundes-Gymnasium in Bregenz studierte Sausgruber Rechtswissenschaften an der Universität Innsbruck und promovierte 1970 zum Dr. jur.

1972 trat er in den Landesdienst ein, arbeitete drei Jahre bei der Bezirkshauptmannschaft und war Leiter des Jugendamtes.

1975 wurde Herbert Sausgruber in die Gemeindevertretung Höchst gewählt, 1978 in den Gemeindevorstand und 1979 in den Vorarlberger Landtag. Dort übernahm er 1981 die Führung des ÖVP-Landtagsklubs. Spätestens seit der Wahl zum ÖVP-Landesparteiobmann 1986 war klar, dass höhere Weihen auf ihn warten. 1989 in die Vorarlberger Landesregierung berufen, wurde er bereits ein Jahr später Landesstatthalter, also Stellvertreter des Landeshauptmannes. Die Spitze der Regierung übernahm Herbert Sausgruber als Nachfolger von Martin Purtscher am 2. April 1997.

In den vergangenen eineinhalb Jahrzehnten war der ausgewiesene Finanzexperte mehrmals als Vertreter der ÖVP beziehungsweise der Bundesländer in Budget- und Einsparungskommissionen auf Bundesebene nach Wien berufen worden. Sein finanzpolitisches Credo richtet sich am Sprichwort «Spare in der Zeit, dann hast du in der Not» aus.

Anzeige

**Wir sind hier,
direkt an
Ihrer Seite.
Wir unterstützen Sie mit
intelligenten, innovativen
und besonders
wirtschaftlichen
Laserlösungen
zum Drucken,
Faxen, Kopieren
und Scannen.
Brother.
At your Side.**

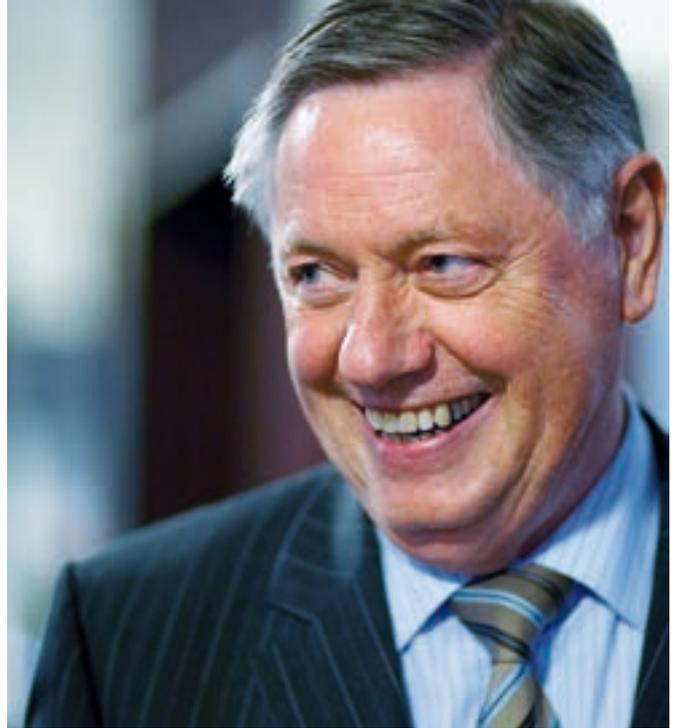


Die neue Farblaser-Generation.
Farbstark. Funktional. Zuverlässig. Schnell.
Und erstaunlich günstig.
Infos unter www.brother.ch

brother[®]
at your side

«Jenseits von Gut und Böse»

Kuno Riedmann, Präsident der Vorarlberger Wirtschaftskammer, im LEADER-Gespräch



Der ranghöchste Vertreter der Vorarlberger Wirtschaft ist stolz auf die Leistungen seiner Unternehmerkollegen. Es wäre eigentlich alles mehr oder weniger im Lot, gäbe es nicht die aktuelle Auseinandersetzung mit der Schweiz. Im Vordergrund des Gesprächs stand das «Erfolgsmodell Vorarlberg» und wie die Interessensvertretung an den Rädchen dreht, damit der Konjunkturmotor brummt.

Herr Riedmann, dieses Magazin hat auch den Zweck, den Schweizer Führungskräften näher zu bringen, warum die Wirtschaft in Vorarlberg so gut läuft...

Kuno Riedmann: In dem Fall haben sie es auch erkannt über der Grenze (lacht). Vorarlberg als Grenzland war immer darauf angewiesen, dass es Verbindungen sucht und Geschäfte mit seinen Nachbarn macht. Wenn man noch weiter in der Geschichte zurück geht, ist der Beginn der Textilindustrie eigentlich sehr stark von der Schweiz befruchtet worden – dass sich die Vorarlberger emanzipiert haben, hat ihnen natürlich nicht so richtig gepasst. Vorarlberg hat aufgrund seiner Kleinheit und Abgeschiedenheit zu Österreich eine internationale Ausrichtung, für die Vorarlberger Unternehmen war das immer eine Frage des Überlebens, und das ist ihnen geblieben bis heute. Vorarlberg ist nach wie vor das Land mit der höchsten Exportquote pro Kopf.

Worauf beruht der Erfolg?

Der Hauptfaktor ist nach wie vor die Verbundenheit der Unternehmen mit dem Land und seinen Menschen, damit auch verbunden Verantwortung mit der Gesellschaft, da gibt es viele Beispiele. Es sind Vorarlberger Unternehmen geblieben, weil es Familienunternehmen sind, die langfristig handeln. Weitere wichtige Punkte sind, dass die Möglichkeiten, die der internationale Markt bietet, ausgeschöpft werden, und es wird im Bereich Ausbildung überdurchschnittlich viel gemacht. Ohne Zweifel gibt es da gute Beispiele für Sozialpartnerschaft, aber auch mit dem Land Vorarlberg. Vieles ist österreichweit gar nicht möglich, etwa die Ausbildungsakademie. Weil wir wissen, dass neben gut

Ausgebildeten die Qualifizierung der Ausbilder einen ganz wichtigen Bereich darstellt. Es ist immer wieder überraschend, dass Ausbilder aus Österreich zu uns kommen, weil sie sich mangels Möglichkeiten im eigenen Land ihre Qualifizierung bei uns holen.

Die Wirtschaftskammer Vorarlberg nimmt viel Geld in die Hand und investiert es in die Schulen. Warum?

Die aktuelle Anpassung im schulischen Bereich ist ein wichtiger Punkt, vor allem im berufsschulischen Bereich. Gerade ist die Wirtschaftsingenieursausbildung von der HTL Bregenz zur HTL Dornbirn verlagert worden, weil aber dort noch keine Maschinen zur Verfügung stehen, findet der praktische Werkstättenunterricht in der Zwischenzeit im Wifi statt. Auf das Modell sind wir sehr stolz. Ich bin überzeugt, dass dieser Art von Zusammenarbeit weitere Beispiele folgen. Wir müssen den Schulen die Bedeutung der Wirtschaft näher bringen! Sehr intensiv haben wir uns in das Problem eingeklinkt, den Lehrern schon während der Ausbildung Praxisbereiche in der Wirtschaft zu vermitteln. Nicht zu vergessen sind auch die Kurratorien, eigentlich beginnend mit den Berufsfachschulen, die wir initiiert haben und die sehr gut funktionieren, und von uns und dem Land gut ausgestattet werden. Mit der Fachhochschule Vorarlberg sind wir intensiv dabei, deren Möglichkeiten in gemeinsamen Projekten noch mehr für die Wirtschaft zu nutzen. Und mit der Initiative «Wif-zack» kommen wir hinunter bis auf die Stufe der Kindergärten. Es reicht nicht aus, in die letzten zwei Abschlussklassen zu gehen, sondern man muss

viel früher beginnen. Heuer gibt es erstmals die «Schaffertage», wo Volksschüler in Betriebe eingeladen werden und Freude am Handwerklichen vermittelt wird.

Sie haben bereits zweimal lobend das Land erwähnt. Ist die Zusammenarbeit denn so ganz anders als in den übrigen Ländern?

Wir dürfen ohne Zweifel stolz darauf sein, dass es viele gemeinsame Projekte zwischen den Sozialpartnern gibt und das Land als dritter Partner einerseits dafür sorgt, dass entsprechende Rahmenbedingungen vorhanden sind, und andererseits mit finanzieller Hilfe dafür sorgt, dass sie umgesetzt werden. Der Bildungszuschuss ist etwas, was auch genau auf dieser Achse entstanden ist, für Leute, die bereits im Berufsleben sind. Weil Weiterbildung oft auch mit zeitlichem Aufwand verbunden ist, man nicht voll in der Firma arbeiten kann und deshalb Lohnausfall hat, sorgt der Bildungszuschuss dafür, dass einem das zu einem gewissen Teil ausgeglichen wird. Oder nehmen wir den Ausbildungsverbund: Nachdem sich auch kleinere Betriebe spezialisieren müssen, gibt es, gefördert durch die Kammer und das Land, Kooperationen: Ein Karoseriespenglerbetrieb tut sich mit einem Lackierer zusammen, die Lehrlinge lernen in beiden Betrieben. Auch im Bereich Verpackungstechnik werden Lehrlinge untereinander ausgetauscht, damit zum Beispiel ein Lehrling bei Rondo, der in erster Linie die Papierverarbeitung lernt, in einen Kunststoffverpackungsbetrieb geht oder zu Müroll, wo Klebebänder hergestellt werden. So bekommen die Lehrlinge ein umfassendes Wissen.

Ist die aktuelle Regierung besonders wirtschaftsfreundlich oder gab es diese Zusammenarbeit schon immer?

In Vorarlberg weitestgehend traditionell seit jeher. Da kommt die Kleinheit des Landes als grosser Vorteil zum Tragen. Weil es überschaubar ist und sich die handelnden Personen kennen, ist der Ansatz zur Problemlösung nie weiter entfernt als das nächste Telefon. Das ist ganz sicher ein Teil unseres Erfolges.

Vorarlberg wird immer wieder wegen seiner kurzen Bewilligungsverfahren gelobt.

Da steht Vorarlberg sicher sehr gut da, das beweisen auch die Benchmarks. Ich höre aber von Unternehmen, die sich in der Schweiz niedergelassen haben, dass die auch keine grösseren Probleme haben. Ganz im Gegenteil. Aufgrund der Tatsache, dass die Schweizer weniger Regulative haben, sind sie in der Verwaltung noch liberaler.

Im Streit um Arbeitsgenehmigungen für Vorarlberger Handwerker hört sich das aber ganz anders an!

Bekanntermassen hat die Schweiz einen bilateralen Vertrag abgeschlossen. In dessen Rahmen waren auch die Dienstleistungsfreiheiten der freien Berufsausübung unserer Handwerker. Interessanterweise war die gesamte Genehmigungspraxis vorher kantonale Angelegenheit und wurde immer zur beiderseitigen Zufriedenheit abgewickelt. Jetzt wurden eine Bundesbehörde in Bern errichtet und auf dem Verordnungsweg Rahmenbedingungen geschaffen, die jenseits von Gut und Böse sind, die eigentlich einer liberalen Marktwirtschaft und einem freien, offenen Europa Hohn sprechen.

Zugegebenermassen handelt es sich um ein Vorarlberger Problem, und Bemühungen auf Ebene der Bundesregierung in Wien haben kaum zu Reaktionen geführt, so dass uns nur

der Weg nach Brüssel blieb. Und der hat in der Zwischenzeit schon Erfolge gezeigt.

Welche?

Die EU-Kommissarin Ferrero-Waldner hat sich des Problems angenommen und es gegenüber der Schweiz angesprochen, mit ganz konkreten Feststellungen, wo die Schweiz mit ihrer Praxis gegen den Vertrag verstösst. Das wird im Rahmen der offenen Punkte zwischen der Schweiz und der EU alles miteinander verhandelt. Hauptproblem ist diese Acht-Tage-Regelung: Da ist die EU auch der Meinung, dass die Schweizer eine Anmeldefrist haben können, aber diese lange Zeit entspreche nicht dem EU-Recht. Zweiter Punkt: Vergleich der Stundenlöhne. Die Schweiz kennt den 13. und 14. Gehalt nicht und erkennt diesen nicht als Lohnbestandteil an. Einen fairen Wettbewerb zu verlangen, ist richtig. Aber das ist er derzeit nicht.

Welche Herausforderungen kommen in Zukunft auf die Vorarlberger Wirtschaft zu?

Wir haben das Problem, dass Industriegründe immer rarer werden, dass das zu einer Verknappung und damit verbunden negativen Preisentwicklung führt. Das muss man sehen. Wir haben mehr Interessenten, die sich in Vorarlberg niederlassen möchten, als dafür verfügbare Grundstücke. Bei uns bekommt man mit etwas Glück einen Industriegrund für 200 Euro – 40 Kilometer weiter, im Allgäu, bekommt man es um 40 Euro fast nachgeworfen.

Aber nicht mit dieser Infrastruktur.

Richtig.

Mit den Herausforderungen beschäftigt sich das Kammerprojekt «Wirtschaft21». Was ist der Stand der Dinge?

Seit einem Jahr haben elf Arbeitsgruppen gearbeitet, die sich mit allen Aspekten der Wirtschaft befassen. Dieser Prozess ist beendet. Die Ergebnisse sind da, jetzt ist der nächste Schritt, diese Forderungen unserer Mitglieder umzusetzen. Es geht sehr viel um Nachhaltigkeit und Regionalentwicklung, aber auch Ausbildung ist nach wie vor ein Thema. Es wurde darauf geachtet, dass ein gesellschaftlicher Konsens vorhanden ist. Wahrscheinlich noch im April gibt es eine Pressekonferenz, um die Ergebnisse vorzustellen. Wir hoffen, dass die Impulse weitergehen und sich entwickeln. Als Interessensvertretung ist es unsere Aufgabe und Verantwortung, Vordenker zu sein, Leitlinien und Vorgaben für die nächsten 15, 20 Jahre anzudenken. Es ist wichtig im Leben, ein Ziel zu haben, an dem man sich ausrichten kann.

Ist «Wirtschaft21» das Vermächtnis des Kuno Riedmann? Ich nehme an, dass Sie in 15, 20 Jahren gar nicht mehr Kammerpräsident sein wollen.

Das sehen Sie richtig (lacht). Natürlich wird diese Arbeit über meine Funktion hinaus Bedeutung haben. Die nächste Wahl ist 2010. Das Kammergesetz sieht maximal drei Perioden vor, die habe ich erreicht, damit wird es zur entsprechenden Veränderung im Präsidium kommen, das ist klar vorgegeben.

Sie kommen aus dem Handel. Gibt es ein ungeschriebenes Gesetz, dass sich die Sparten an der Spitze der Wirtschaftskammer abwechseln?

Nachfolger zu finden ist Sache der wahlwerbenden Gruppen. Bis zu meinem Amtsantritt war es immer ein Vertreter der Industrie. Insofern wars etwas Neues, inzwischen ist es für alle offen. Mit der Kammerreform sind alle im Präsidium vertreten. Das war in Vorarlberg auf freiwilliger Basis übrigens schon immer so.

PubliReportage

«Vorarlberg – die Unternehmensszene sprüht vor Vitalität»

Sitz zahlreicher Weltmarktführer

Vorarlberg verfügt über eine Vielfalt an hochmodernen Unternehmen, die mit der Entwicklung von Spezialprodukten führend in ihren Bereichen sind. Heimische Konzerne wie Alpla, Blum, Doppelmayr, Rauch, Wolford und Zumtobel sind wichtige Impulsegeber für die Region: Sie forschen und entwickeln nicht nur in Vorarlberg, sondern produzieren auch aufgrund des hohen technologischen Niveaus im Land.

Kreativ in die Zukunft

Die Bregenzer Festspiele am Bodensee ziehen mit ihren renommierten Opern- und Musicalinszenierungen auf der weltweit größten Seebühne internationales Publikum an. Im Bereich Architektur gilt Vorarlberg gar als Architektur-Mekka in Europa. Das Vorarlberger Architekturinstitut (VAI) tourt mit der hauseigenen Ausstellung «Konstruktive Provokation» durch Europa. Auch das Vorarlberger Handwerk geniesst einen hervorragenden Ruf. Es zeichnet sich durch seine Designorientierung aus und wird international durch die Institution «werkraum bregenzerwald» repräsentiert.

WISTO-Services:

- Standortsuche
- Innovations- & Förderberatung
- Technologie- & Patentrecherche
- Wissens- & Technologietransfer
- Aufbau von Kooperationen

Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH
(WISTO)
Stadtstrasse 33
A-6850 Dornbirn
www.wisto.at



WIRTSCHAFTS STANDORT
VORARLBERG
GESELLSCHAFT

«Wir werden uns nicht nur gegenseitig dienstleisten können»

Hubert Hämmerle, Präsident der Vorarlberger Arbeiterkammer, im Interview

Vieles ist anders bei uns. Mit den Arbeiterkammern hat Österreich eine Besonderheit im Wirtschaftsbereich: Beschäftigte – ausser jene im öffentlichen Dienst und der Landwirtschaft – sind automatisch Mitglieder der Arbeiterkammer (AK) des jeweiligen Bundeslandes. Der Mitgliedsbeitrag, die so genannte Kammerumlage in Höhe von 0,5 Prozent des Bruttoeinkommens, wird ihnen automatisch am Lohnzettel abgezogen. Dafür hat die Arbeiterkammer eine Reihe von gesetzlichen Aufträgen zu erfüllen.

In Vorarlberg ist die Zahl der Arbeitslosen zuletzt um 11,1 Prozent zurückgegangen, die Arbeitslosenquote sank auf 5,6 Prozent. Sind Sie als oberster Arbeitnehmervertreter zufrieden?

Hubert Hämmerle: Der Trend geht momentan in die richtige Richtung, da bin ich zufrieden. Das Ziel kann freilich nur Vollbeschäftigung sein.

Bei welchem Prozentsatz würden Sie davon sprechen – und wie ist er zu erreichen?

Bei drei Prozent. Generell, und das ist ganz wichtig, müssen wir sicherstellen, dass die Qualifikation stimmt, nur so haben Sie heute eine Chance, am Arbeitsmarkt zu bleiben. Die Anforderungen werden immer höher, die Leute, die Arbeit haben wollen, müssen sich dorthin qualifizieren.

Wie sehen Sie die mittelfristige Beschäftigungssituation in Vorarlberg?

Wir haben eine Studie machen lassen. Die Einschätzung besagt, dass es eher wieder einen Knick gibt. Dem müssen wir mit Qualifikation der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer entgegenreten, das ist Teil der Aufgabe der Arbeiterkammer.

Für unsere Schweizer Leser, denen eine Arbeiterkammer nicht vertraut ist: Was tut sie genau?

Wir sind die gesetzliche Arbeitnehmervertretung, unsere drei Schwerpunkte sind die Beratung und Vertretung in rechtlichen Fragen, der Konsumentenschutz – da sind wir im Land der einzige Anbieter – und natürlich der Bereich Bildung, wo wir schauen, dass wir zu günstigen Preisen Bildung bereitstellen. Und wichtig:

Dass wir auch die interessenspolitische Vertretung der Arbeitnehmer sind.

Sind Sie da nicht der natürliche Feind der Wirtschaft?

Ich möchte mit der Arbeitnehmervertretung kein Verhinderer sein! Es gibt zwei Linien: Wir arbeiten an konstruktiven Lösungen für den Standort Vorarlberg mit, auch mit Partnern, etwa dem Land oder der Wirtschaftskammer. Da gibt es mehrere Beispiele, etwa den Ausbildungsverbund, den Bildungszuschuss oder EDV-Ausstattungen für Pflichtschulen, da nehmen wir auch Geld in die Hand. Wir sind auch eine ganz wichtige Kontakteinrichtung zur Unterstützung der Betriebsräte. Der natürliche Gegenspieler sind wir, wenn ein Mitglied zu uns kommt und ein Problem mit seinem Arbeitgeber hat.

In der Schweiz macht das die Gewerkschaft, und die gibt es in Österreich ja auch noch.

Ja. Der Unterschied: Die Gewerkschaft ist ein freier Verein, und ihre Hauptaufgabe ist das Ausverhandeln von Kollektivverträgen. Die Arbeiterkammern in den Ländern erfüllen hingegen einen Gesetzesauftrag. Das hat uns unter anderem auch in die Lage versetzt, ein sehr gutes Expertennetz aufzubauen, weil es aus den Mitgliedsbeiträgen finanziert werden kann.

Wie wirken Sie auf die Wirtschaft ein?

Indem wir gehört werden, auch wenn es um soziale Dinge oder beispielsweise um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf geht. Durch die Kombination von Arbeitnehmervertretung und Interessenspolitik und mit Einsatz in vielen Projekten in Vorarlberg und in den Betrie-

ben glaube ich, wir sind sehr wohl mitbeteiligt daran, dass es Vorarlberg so gut geht.

Die Arbeiterkammer als soziales Gewissen der Wirtschaft?

Schon. Die Handelskammer, heute Wirtschaftskammer, hatte es bei der Gründung der Arbeiterkammer ja schon gegeben. So ist der logische Gegenpart entstanden, durch den sich ein Ausgleich ergibt.

Die Vorarlberger Arbeiterkammer machte sich zuletzt für eine Steuerreform stark, die vor allem den Beschäftigten zugute kommen soll. Was ist schlecht am österreichischen System?

Die letzte Steuerreform ist ganz klar in Richtung Unterstützung der Unternehmen gegangen. Da habe ich auch kein Problem damit, weil es auch darum ging, den Standort zu unterstützen und dadurch Arbeitsplätze zu erhalten. Aber jetzt fressen die Inflation und die kalte Steuerprogression die Lohnerhöhungen weg. Es muss einfach mehr im Sack bleiben! Wenn ich mehr ausgeben kann, dann kurbelt das wieder den Konsum an und sichert damit Arbeitsplätze. Inzwischen haben sogar viele Wirtschaftstreibende das Gefühl, dass mit der Teuerung den Arbeitnehmern zu wenig bleibt. Da ist auch ein soziales Gewissen bei den Unternehmern zu spüren.

Die Schweizer zahlen weniger Steuern als die Österreicher. Das ist meist das Erste, was man bei uns zu hören kriegt. Was fällt Ihnen spontan zur Schweiz ein?

Dass drüben ein etwas höherer Lebensstandard herrscht. Die Schweiz hat natürlich auch ein ganz anderes System. Die Schweizer, so habe ich



das erlebt, sind immer nach den teureren Destinationen in den Urlaub gefahren oder in die teureren Hotels. Gemerkt hat man den Unterschied auch beim Essen, in der Schweiz war das Lebensmittellangebot wesentlich vielfältiger. Der Unterschied ist aber geringer geworden, seit wir in der EU sind.

Würden Sie das Rheintal als gemeinsamen Raum sehen? Wenn nicht: Wird er das jemals werden?

Ich würde es irrsinnig gerne als gemeinsamen Lebensraum sehen! Die Öffnung der Grenze zu Deutschland empfinde ich als gute Entwicklung. Die Schweiz wird zur EU kommen, ich würde das begrüßen, aber den Zeitraum kann ich nicht einschätzen. Die Leute auf beiden Seiten des Rheins sind sich näher, als sie glauben, weil der Rhein früher ja anders verlaufen ist. Wenn in Diepoldsau an einem Stammtisch alte Leute zusammensitzen, erkennen die Jungen am Dialekt nicht, ob es Diepoldsauer oder Lustenauer sind.

Zurück nach Vorarlberg: Was ist die grösste Herausforderung für das Land als Wirtschaftsstandort?

Dass im Bildungsbereich die Integration funktioniert beziehungsweise über die Bildung die Integration funktioniert. Wenn jemand die deutsche Sprache in der Schule nicht beherrscht, hat er vom Start weg ein Handicap fürs ganze Leben. Wir können uns als Hochlohnregion nur halten, wenn wir einen ganz hohen Anspruch an die Qualifikation stellen. Die niederqualifizierte Arbeit hat auf Sicht hier keinen Platz mehr. Es ist weiters wichtig, dass Vorarlberg auch ein Produktionsstandort bleibt, und zwar im obersten Segment. Damit es so bleiben

kann, müssen wir einen ausgeglichenen Qualifikationsmix haben: Menschen, die theoretisch ausgebildet aus dem schulischen Bereich kommen und für Forschung und Entwicklung, für Innovation zuständig sind, und auf der zweiten Seite dual ausgebildete Leute auf dem höchsten Niveau, damit diese die Hightech-Maschinen bauen, bedienen und instandhalten können. Wir werden uns nicht nur gegenseitig dienstleisten können.

Sie waren, bevor Sie vor zwei Jahren zum AK-Präsidenten gewählt wurden, Assistent der Geschäftsleitung Technik beim Höchster Beschlägerhersteller Blum. Was haben Sie aus ihrem ursprünglichen Beruf mitnehmen können?

Das Wichtigste war, dass ich im Betrieb gelernt habe, wo die Bedürfnisse der Arbeitnehmer sind. Ein grosser Vorteil war, dass es eine Firma ist, bei dem die Unternehmenskultur sehr hoch ist. Über den Erfolg entscheidet auch, wie gut die Mitarbeiter motiviert sind. Es ist eine Win-win-Situation – wenn der Arbeitnehmer sehr gerne schaffen geht, nimmt er eine hohe Lebensqualität mit nach Hause. Es gibt nichts Schlimmeres, als wenn jemand nicht gerne arbeiten geht.

Sie sind jetzt Berufspolitiker, eine nicht unbedingt angesehene Kaste. Wie gehen Sie persönlich damit um?

Der AK-Präsident wird nicht als Berufspolitiker gesehen, weil die wesentliche Aufgabe die Interessenspolitik ist. Da ist doch ein anderes Bild in der Öffentlichkeit. Ich habe also kein Problem damit, sondern Freude an der Arbeit, etwas zu gestalten, mit zu entwickeln und auch selber etwas dabei zu lernen.

Wie würden Sie Ihren Führungsstil bezeichnen?

Kooperativ.

Wenn es über dem Rhein kein Pendant zur Arbeiterkammer gibt und damit auch keinen AK-Präsidenten – wer sind denn jenseits der Grenze Ihre Ansprechpartner und wie schaut die Zusammenarbeit interessenspolitisch aus?

Wir hatten einmal ein Treffen mit Gewerkschaften von drüben, das war aber eher ein allgemeiner Austausch, dass man sich vorher einmal gesehen hat, wenn man etwas brauchen würde.

Das klingt, als ob das wieder eingeschlafen wäre...

(Zögert) Ja. Es wäre im Grunde genommen ein Netzwerktreffen gewesen. Ich denke aber, dass der Austausch von Gewerkschaften zu Gewerkschaften eher am Leben ist.

Die Vorarlberger, die in der Schweiz, aber auch in Liechtenstein und Deutschland als Grenzgänger arbeiten, haben keinen Anspruch auf Vertretung durch die Arbeiterkammer. Warum eigentlich nicht?

Das ist durch das Arbeiterkammergesetz so geregelt, es gilt für das ganze Bundesgebiet. Im Osten war, als es lange vor dem Fall des Eisernen Vorhangs beschlossen wurde, der Druck natürlich gering. Grenzgänger sind doch mehr ein Spezifikum unserer Region. Für sie wäre es sicher von Vorteil, wenn sie sich an uns wenden könnten, aber vom Gesetz her kann eben nur der Mitglied sein, der in einem Vorarlberger Betrieb beschäftigt ist.

Von der Einbahnstrasse zum Gegenverkehr



Quelle: Wirtschaftsarchiv Vorarlberg, Feldkirch

Um der Wahrheit gleich zu Beginn die Ehre zu erweisen: Vorarlberg hat im Laufe der Geschichte der Schweiz viel zu verdanken gehabt. Wie gut das kleine Bundesland im Westen Österreichs zu gewissen Zeiten aufgestellt war, lag auch an aktiver Nachbarschaftshilfe. Friktionsfrei war das Verhältnis trotzdem nicht immer. Ein kleiner Trip durch die Jahrhunderte entlang einer Staatsgrenze, die sich fast immer als durchlässig erwiesen hat.

Beinahe ein Menschleben lang liegt das Ende des Zweiten Weltkriegs schon zurück. Es ist deshalb auch wenig verwunderlich, dass die Wirtschaftsstelle Vorarlberg-Schweiz der Vergessenheit anheim gefallen ist. Nicht einmal bei Wikipedia findet sich ein Hinweis darauf. Dabei: Noch bevor über den Marshall-Plan moderne Textilmaschinen nach Vorarlberg kamen, war es diese Wirtschaftsstelle, die ab 1946 massgeblich für den Wiederaufbau des Landes verantwortlich war. Dass die Vorarlberger Textilunternehmen für Schweizer Firmen als verlängerte Werkbank dienten, ist nur der eine Teil der Geschichte. Die Intention der französischen Besatzer, die diese Clearingstelle initiiert hatten, war nämlich, mit einem Teil des Geldes, das zuerst auf einem Konto in der neutralen Schweiz landete, Lebensmit-

tel und auf dem internationalen Markt Rohstoffe für Vorarlberg einzukaufen.

Zusammen mit den modernen Textilmaschinen, die aus amerikanischen Beständen in Vorarlberg – und eben nicht woanders in Österreich – aufgestellt wurden, verschaffte sich das Vorarlberg einen lange anhaltenden Vorsprung.

Lange Tradition der Hilfe

Es war nicht das erste Mal, dass die Schweizer ihren Nachbarn unter die Arme griffen. Die wirtschaftlichen Verbindungen gehen weit vor den Beginn der Industrialisierung zurück. «Viele Vorarlberger waren für Schweizer Kaufleute als Lohnarbeiter tätig», berichtet Christian Feurstein, Leiter des Vorarlberger Wirtschaftsarchivs in Feldkirch: Sie verdienten sich in Textilverarbei-

tung und Stickerei ein dringend nötiges Zubrot. Veredelungsverkehr würde man das heute nennen. Die Ostschweizer hatten die Mittel und die Möglichkeiten, an den Rohstoff Baumwolle zu kommen.

Erst gegen Ende des 18. Jahrhunderts hatte auch eine Handvoll Vorarlberger begonnen, Baumwolle selbst in grösserem Stil zu besorgen und zu verarbeiten. Der junge Carl Ganahl zum Beispiel hatte seine Textillehre in der Schweiz absolviert und damit Know-how ins Land transferiert. Auch Maschinen kamen von dort, und bis in die erste Hälfte des 19. Jahrhunderts, erklärt Christoph Volaucnik vom Stadtarchiv Feldkirch, «waren die Fachleute in der Vorarlberger Textilindustrie Schweizer».

Der Rhein war – abgesehen von den Kriegsjahren – «eigentlich nie eine Grenze», so Volaucnik: Die Schweizer seien seit der Neuzeit nach Vorarlberg gekommen «und waren immer gute Kunden auf den Viehmärkten. Andererseits hatten die kleinen Bauern aus dem Bregenzerwald und dem Rheintal nie genügend Futter im Winter und stellten deshalb ihre Kühe oft bei den Schweizern ein, vor allem im Appenzell. Bezahlt wurde mit Geld oder noch öfter mit der Milch.» Die grosse geschichtliche Zäsur kam Mitte des 19. Jahrhunderts, als die österreichische Monarchie begann, ihre noch junge Industrie mit Schutzzöllen zu belegen. Es setzte eine Entwicklung ein, die wir heute unter Globalisierung einordnen würden: Die Schweizer nutzten das niedrige Lohnniveau und begannen in Vorarlberg, das ihnen auch geografisch am nächsten lag, eigene Fabriken zu bauen.

Eine der ersten war die Escher-Dynastie aus Winterthur, die einen Betrieb auf dem Gelände des heutigen Hotels Illpark in Feldkirch errichtete. Jenny und Schindler aus Glarus, die aufwändigen Textildruck betrieben, kamen nach Kennelbach. Das Dorf ist heute noch vom architektonischen Erbe dieses Unternehmens mit Schweizer Wurzeln geprägt. Die Firmen wurden damals in einem Marken- und Musterregister eingetragen, das heute im Wirtschaftsarchiv Vorarlberg aufbewahrt wird. Hier befinden sich zahlreiche Originalquellen, die die Ostschweizer-Vorarlberger Beziehungen bis in die Frühindustrialisierung zurück dokumentieren.

Um 1890 folgte eine zweite Gründerwelle, und dieses Mal waren es in erster Linie Konsumgüter, mit denen die Monarchie versorgt werden sollte:

Der «Kanton Übrig»

An der Anschlussbewegung zur Schweiz nach Ende des Ersten Weltkriegs kauen die Vorarlberger noch heute. Bereits am 18. Oktober 1918 hatte der Schweizer Botschafter in Wien in einem Brief an seinen Ausenminister erstmals darauf hingewiesen, dass sich im Fall des Auseinanderbrechens der Donaumonarchie in Vorarlberg eine Stimmung für den Anschluss an die Schweiz abzeichne. Auslöser war die katastrophale Versorgungslage des Landes. Die Schweizer Regierung half auch ohne Bewilligung der Entente-Mächte und begann am 17. November mit der 14-tägigen Lieferung von Mehl und Lebensmitteln.

Drei Tage zuvor hatte der Schweizer Bundesrat mit der so genannten Calonder-Konklusion beschlossen, sich bezüglich des Anschlusswunsches der Vorarlberger nicht in die inneren Verhältnisse Österreichs einzumischen. Sollte aber Österreich der Abspaltung seines westlichsten Bundeslandes zustimmen, würde die Schweizer Regierung die Bestrebungen Vorarlbergs zur Verwirklichung seines Selbstbestimmungsrechts unterstützen.

Die Propaganda für einen Beitritt Vorarlbergs zur Schweiz war von dem Lustenauer Lehrer Ferdinand Riedmann begonnen worden, der bis zum Januar 1919 Unterschriften von rund der Hälfte der Vorarlberger Stimmberechtigten für die Einleitung einer entsprechenden Volksabstimmung sammelte. Auf Schweizer Seite gründete der St.Galler Kantonsrat und Arzt Ulrich Vetsch 1919 ein Aktionskomitee Pro Vorarlberg, das den Beitritt Vorarlbergs zur Eidgenossenschaft propagierte. Die Vorarlberger Bevölkerung stimmte schliesslich am 15. Mai 1919 mit rund 80 Prozent für die Aufnahme von Verhandlungen mit der Schweizer Bundesregierung.

Die am 10. September unterzeichneten Friedensverträge von St.Germain mit Österreich und Versailles mit Deutschland bereiteten jedoch all diesen Separationsbestrebungen ein Ende. Die alliierten Sieger des Ersten Weltkrieges verboten einen Anschluss Österreichs an Deutschland oder andere Staaten.

In Ostösterreich sind die Vorarlberger ihr Image vom «Kanton Übrig» jedoch bis heute nicht losgeworden.

Suchard liess sich in Bludenz nieder und besteht als überaus erfolgreicher Teil des Konzerns noch heute (die 300-Gramm-Milka-Tafeln werden hier zentral produziert, ausserdem jeden Tag weit mehr als 200.000 Naps). Die zweite Schweizer Grossinvestition dieser Zeit war das Maggi-Werk in Bregenz, das seinen Betrieb allerdings schon vor mehreren Jahrzehnten einstellte.

Verweilen wir noch kurz bei den Lebensmitteln. Teil der Vorarlberger Identifikation ist sein Bergkäse, der von der EU als originär eingestuft wurde und täglich zigtausende Gaumen entzückt. Die «Technologie» dahinter ist freilich eine Schweizer: Einige Grossbauern hatte beeindruckt, was ihre Nachbarn mit der Milch anstellten, und Schweizer Sennen ins Land geholt, um sich von ihnen die Produktion von Fettkäse zeigen zu lassen.

Vorarlberger bauen in der Schweiz

In der Gegenrichtung fällt die Wechselbeziehung eigentlich mager aus, allerdings bescherte sie den Schweizern viele ihrer schönsten Bauten. Um 1700 zählten die Bauhandwerker aus Vorarlberg zu den gefragtesten im gesamten mitteleuropäischen Raum. In dieser Ära entstanden unter ihrer Federführung das Kloster Einsiedeln und andere Sakralbauten, aber auch zahlreiche kunstvoll geschmückte Bürgerhäuser. Im armen Vorarlberg hatten die geschickten Baumeister zu wenig Arbeit und boten ihre Dienste erfolgreich in der Schweiz und in Süddeutschland an. In ihrem Gefolge fanden vor allem Vorarlberger Stuckateure, aber auch weitere Handwerker Beschäftigung. Dass auch später noch «viele Vorarlberger Handwerker über der Grenze ihre Lehre gemacht haben oder als Gesellen ihre Wanderschaft in der Schweiz machten», zählt für Christoph Volauk zu den weiteren Belegen reger Beziehungen. Auf einer höheren Ebene ist die Internationale Rheinregulierung jedoch ein singuläres Zeugnis von Zusammenarbeit geblieben: Zwischen 1867 und 1879 wurden zehn gedeckte Holzbrücken über den Rhein errichtet und ersetzten die Fähren. Die Bauwirtschaft auf beiden Seiten lebte mehrere Jahrzehnte von der Uferbefestigung, den Brücken und Regulierungen.

Wir sind den heutigen Verlauf des Rheins gewohnt, vor etwas mehr als 100 Jahren stellten der Fussacher Durchstich und die Begradigung bei Hohenems und Diepoldsau jedoch eine Pioniertat in vielerlei Hinsicht dar. Das gemeinsame

Mammutprojekt hat das Rheintal auf beiden Seiten der Grenze nachhaltig verändert. Ohne die Sicherheit, die dem Rhein abgerungen wurde, wäre die wirtschaftliche Prosperität hüben wie drüben nicht denkbar.

Die Gründung der EFTA 1960 sorgte für eine Vertiefung der wirtschaftlichen Beziehungen. Als einer der ersten ging der Dornbirner Leuchtenpionier Walter Zumtobel mit einer eigenen Niederlassung in die Schweiz, andere folgten seinem Beispiel, berichtet Christian Feurstein: «Die Bedeutung der Exporte nach Deutschland ging zurück, der Anteil der Exporte in die Schweiz verdoppelte sich innerhalb weniger Jahre.» Konkret von 13.8 Prozent im Jahr 1963 auf 28.8 Prozent in 1970.

Der kleine Grenzverkehr

Im kleinen Grenzverkehr hatten sich hingegen beide Seiten immer schon zu helfen gewusst, da brauchte es keine Europäische Freihandelsassoziation EFTA. Dass im Rheindelta die Höchster ihr Brot in St.Margrethen holten, war ebenso selbstverständlich wie der Gemüseanbau von Bauern aus Au und Heerbrugg im nicht umsonst so genannten Schweizer Ried bei Lustenau. Diese Flächen werden auch heute noch von Schweizern bewirtschaftet. Und Vorarlberger Grenzgänger im klassischen Sinn gehören nach wie vor zum Rheintal wie früher die Nudleinkäufe bei der Migros. Durch den EU-Beitritt Österreichs drehte sich diese jahrzehntelange Einbahnstrasse im Einzelhandel um: Heute kommen Schweizer nach Vorarlberg zum Einkaufen, sorgen für Frequenz im Messepark und Reservierungen in der Vorarlberger Gastronomie, oder packen allein in Lustenau bei sechs Diskontern die Einkaufswagen voll, die vor allem des Franken wegen dort in den letzten Jahren hingebaut wurden.

Doch so preissensibel wie die Vorarlberger all die Jahrzehnte eingekauft haben, tun es jetzt auch die Schweizer. Seit dem Teuerungsschub spüren die Vorarlberger Händler seit November massive Rückgänge bis zu 20 Prozent im Geschäft mit den Schweizer Kunden. Geht der Trend in dieser Richtung weiter, könnte der eine oder andere Diskontladen in Grenznähe bald wieder leer stehen und nur noch als Relikt wechselhafter wirtschaftlicher Beziehungen zwischen Ostschweizern und Vorarlbergern dienen.



Büros für Sieger

Erweiterung:
Bürohaus *element* in Dornbirn

ZU VERMIETEN



- Büros, die sich den Bedürfnissen Ihrer Mitarbeiter anpassen
- Bürogrößen zwischen 25 - 600 m²
- perfekte Verkehrsanbindung direkt am Autobahnanschluss A14
- einzigartiges Ambiente als Arbeitsumfeld
- optimale Arbeitsbedingungen durch ein ausgeklügeltes Lichtmanagement und Belüftungssystem
- Fertigstellung Ende 2008

Tel. +43 (0)5572-3838-0
www.element-dornbirn.at
www.zima.at

ZIMA

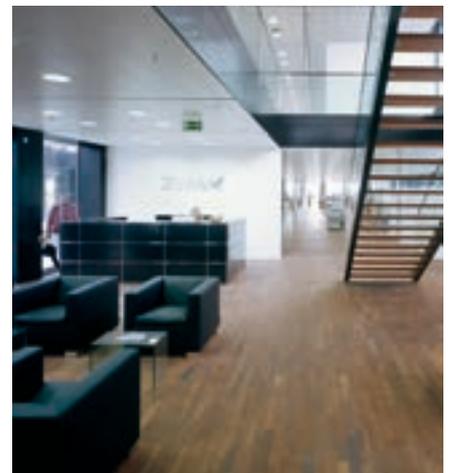
Flexible Büros, die sich den Bedürfnissen der Mitarbeiter anpassen

Das renommierte Baumanagement-Unternehmen ZIMA konnte seit seiner Gründung 1971 einiges durch seine unkonventionellen Ideen und Lösungsansätzen zur Modernisierung des regionalen Wirtschafts- und Lebensraumes in Westösterreich beitragen. Mag. Alexander Nussbaumer, Vorstand der ZIMA-Unternehmensgruppe, berichtet im LEADER-Interview über deren Erfolgskonzept und die Erweiterung des Bürohauses *element* in Dornbirn.

Menschen und ihr Wohlbefinden in Wohn- und Arbeitsräumen stehen im Mittelpunkt der Geschäftstätigkeit des Unternehmens, das mit rund 160 Mitarbeitern über 74 Millionen Euro jährlich erwirtschaftet. Mittlerweile gehört ZIMA mit ihren Standorten in Dornbirn, Röthis, Innsbruck, Bozen und neuerdings auch St.Gallen zu den grössten und erfolgreichsten Bauprojekt-Unternehmen Westösterreichs. Der Kauf der 452 BIG-Wohnungen (Wohnungen der Bundesimmobilienliegenschaft) in Vorarlberg und Tirol, die Errichtung des komplett neuen Stadtteils «Tivoli» in Innsbruck mit einem gesamten Projektvolumen von 120 Millionen Euro und die Entwicklung des zukunftsweisenden Bürokonzeptes «*element*» in Dornbirn sind nur ein paar Highlights der ZIMA-Erfolgsgeschichte.



Alexander Nussbaumer, ZIMA Vorstand



Lichtdurchflutete Räume sorgen im *element* für ein freundliches Arbeitsumfeld.

Alexander Nussbaumer, was ist genau Ihre Kernkompetenz als Bauprojektentwickler? Wie können Sie sich in dieser heiss umkämpften Branche abheben?

Unser wesentliches Know-how ist die Gabe, die Komplexität und die Kompliziertheit aus den Projekten herauszunehmen, den Fokus auf das Wesentliche zu legen und dann eine Lösung dafür zu finden. Ein Projekt wird mit der Zeit ohnehin kompliziert genug, aber am Anfang, wenn es darum geht, dass überhaupt eine Lösung zustande kommt, hilft uns diese Kernkompetenz.

Wie schaffen Sie es, in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld trotzdem erfolgreich am Markt zu agieren?

Der Schlüssel liegt in der maximalen Kundenorientierung – wir denken nicht in Quadratmetern und Kubikmetern – wir denken in Kundenlösungen. Zudem sind unsere Mitarbeiter mit ihrer jahrelangen Erfahrung und ihrem Engagement wesentlich am Erfolg des Unternehmens beteiligt. Da in unserer Branche die Mitarbeiter das Kapital sind, die den Unterschied ausma-

chen, haben wir das moderne Bürokonzept *element* entwickelt, bei dem ausschliesslich das Wohlbefinden der Mitarbeiter in den Mittelpunkt gestellt wird.

Nun wird dieses Bürohaus an der Dornbirner Lustenauer Strasse erweitert. Was steckt dahinter?

Das zukunftsweisende Bürokonzept, das wir mit dem ersten *element*-Bauabschnitt im Jahr 2003 realisierten, war ein voller Erfolg. Das einzigartige Arbeitsumfeld im grössten Palmengarten Vorarlbergs, der verkehrstechnisch optimale Standort direkt an der Autobahnabfahrt und die ausgeklügelte Haustechnik, die für perfekte Arbeitsbedingungen sorgt, sind für sämtliche *element*-Mitarbeiter enorme Motivations- und Wohlfühlfaktoren geworden.

Was macht dieses Konzept so besonders?

Neben der modernsten Ausstattung ist die Flexibilität der Raum- bzw. Nutzungsstrukturen das Aussergewöhnliche dieses Gebäudes. Im *element*

passt sich das Büro den Mitarbeitern an und nicht umgekehrt. Durch die schnelle Adaptierbarkeit der Raumstrukturen wird ein reibungsloser Übergang zwischen verschiedenen Arbeitssituationen ermöglicht. So kann der Wechsel von einem Team zum anderen, von der Einzel- zur Gruppenarbeit, vom konzentrierten zum kommunikativen Arbeiten einfach und rasch erfolgen. Durch diese Flexibilität ergeben sich verschiedenartige Möglichkeiten der Raumaufteilung, die von 25 bis 600 m² reichen. Wer also das optimale Umfeld für seine Mitarbeiter sucht, der findet im *element* die passende Lösung.

ZIMA

element, Lustenauer Strasse 64,
A-6850 Dornbirn, Tel. +43(0)5572-3838-0
www.zima.at, www.element-dornbirn.at

Zu den Zahlen kommen die Bilder im Kopf



Dr. Helmut Steurer

Warum brummt die Wirtschaft in Vorarlberg? Wer sich von Berufs wegen mit den Hintergründen zu dieser Frage beschäftigen muss, ist Dr. Helmut Steurer, Geschäftsführer der Wirtschaftsstandort Vorarlberg Gesellschaft (Wisto). Neben den klassischen Förderinstrumenten einer Region spielt für ihn vor allem auch das Image der Region eine entscheidende Rolle.

Es wird kein klassisches Interview über Förderprogramme und Fördermittel. Das steht gleich einmal fest, als die Eingangsfrage nach dem Erfolg des Wirtschaftsstandorts Vorarlberg gestellt ist. Helmut Steurer steht an diesem Tag noch unter dem frischen Eindruck des Treffens mit den Kollegen des Bodenseumlands, wo 13 Manager die jeweils anderen Regionen unter Führung einer Moderatorin zu bewerten hatten. «Durchgängig in der Beurteilung war: Ihr habt den Strukturwandel wirklich ordentlich hingekriegt», zitiert Steurer, «ihr habt euch von einer textilen Monokultur hin zu einer vielfältigen Industrieregion entwickelt.»

Das sei natürlich wie Balsam, lasse sich aber trotzdem mit harten und soften Argumenten untermauern. «Wir wollen ja nicht die Überg'scheiten sein», relativiert Steurer, der nicht der Einzige ist, dem die wohlwollende Meinung zu Vorarlberg angetragen wird. Diese Erfahrung machen seit einiger Zeit auch andere aus der Wirtschaft, ebenso wie Politiker und Normalsterbliche, die ihre Herkunft offenbaren. Also muss etwas dran sein.

«Wenn wir bei den Fakten anfangen», holt Wisto-Chef Steurer aus, «haben wir seit längerer Zeit ein kontinuierlich gutes Wachstum geschafft, und das ohne Ausreisser.» Kontinuität habe durchaus zwei Bedeutungen: Als «jeder» auf IKT und auf Finanzplätze gesetzt hatte, wechselte Vorarlberg als Ganzes nicht seine Pferde und blieb auf seinem gewohnten Weg. «Mit unseren Ansätzen sind wir nicht wirklich in Mode gewesen», schmunzelt Steurer, man habe das Land aber vor dem Zerplatzen der einen oder anderen Unternehmensblase bewahrt. «Was uns hilft, dass die Unternehmen einfach gut unterwegs sind. Nicht nur regional, sondern in internationalen Märkten. Man kennt inzwischen Zumtobel, Blum, Doppelmayr, Rauch und wie sie alle heissen.

Sie sind einfach Imageträger und geben den Zahlen eine bestimmte Sichtbarkeit.»

Architektur und Kultur

Für die Aussenwirkung eines kleinen Landes wie Vorarlberg sei gerade dessen Architektur von unschätzbarem Wert: «Es muss nicht bis zur letzten Hütte alles durchdesigned sein, aber die viel beachteten Objekte werden als gut, mutig, clever oder einfach auch elegant empfunden. Wenn jemand in der Frankfurter Allgemeinen hinten über die Architektur bei uns etwas liest, ist es derselbe, der vorne auch den Wirtschaftsteil studiert. Und wenn man sagt: Die Region hat 4,4 Prozent Wachstum, dann hat man die Bilder dazu im Kopf.»

Was in den Kreisen der wirtschaftlichen Entscheidungsträger weiters als positiv wahrgenommen werde, erklärt Steurer mit Überzeugung, sei der Kulturbereich Vorarlbergs. «Das Kunsthaus Bregenz ist ein Hammer! Es ist ein Dokument nach aussen, wie eine Region wie die unsere an diese Sache herangegangen ist.» Mit einem Schweizer Architekten, nota bene. Die gleiche Kompromisslosigkeit treffe auch auf die Schubertiade zu. Sicher, die bediene nur einen bestimmten kleinen Kreis, aber der sei wichtig. «Und es ist ebenfalls nicht alle Welt: Aber unser hohes kulinarisches Niveau wird mit Prosperität und Lebensfreude in Zusammenhang gebracht. Das sind alles Felder, die man miteinander in Verbindung setzen muss. Man hat Bilder im Kopf, durch die eine Grundmeinung bestimmt wird. Von aussen werden wir jedenfalls als viel urbanere Region gesehen als noch vor 20 Jahren.»

Steurer hält inne und überlegt, ob berufsbedingt vielleicht nicht doch der Verkäufer in ihm zu sehr durchgegangen sein könnte. Nein, doch nicht. Denn darstellerischer Selbstzweck ist nicht die Sache der Vorarlber-

ger: «Die Kreativszene ist keine Schicki-Micki-Szene», und was in der Kultur und in der Industrie an Dynamik passiere, «das ist auch im Handwerk anzutreffen». Eine breite Reihe an hervorragend aufgestellten und innovativen Gewerbetreibenden, die nicht viel Wind um sich machen. Wenn er beispielsweise an die Branche denke, die sich mit Energieeffizienz und Energiesparen beschäftigt, «dann ist es eher eine gesellschaftliche Leistung, von sich aus Investitionen abzufordern, um besser gerüstet zu sein.» Selbst für kleine Unternehmen ist es selbstverständlich, bei Neu-, Um- oder Erweiterungsbauten zu klimatechnisch und architektonisch anspruchsvollen Lösungen zu kommen.

Und die Schweiz?

Wie von selbst ergibt sich an diesem Punkt des Gesprächs der Bogen zur Schweiz. Das Kapitel grenzüberschreitende Zusammenarbeit müsse differenziert in zwei Teilen betrachtet werden, sagt Steurer. «Man versucht seit Jahrzehnten, einen institutionellen Dialog herzubekommen. Es hat nie funktioniert. Was aber tadellos funktioniert, ist die Zusammenarbeit zwischen den grossen Unternehmen. Aber da haben wir genau den Gegensatz: Dass sie (die Schweizer, Anm.) drüben die Arbeit der Handwerker derart blockieren, das stört die gut nachbarschaftliche Zusammenarbeit ungemein. Die Handwerker sind zornig! Die Schweiz hat ein Freizügigkeitsabkommen unterschrieben, interpretiert es aber auf ihre Art.»

Da seien sich ein Unternehmer und ein Gewerkschafter darüber einig, dass mit dem Lohn des Vorarlberger Arbeiters das Niveau eines Schweizer Arbeiters unterschritten werde, und dann sage der Vertreter der Verwaltung als Dritter dieser Kommission einfach: Ja dann... «Das grenzt an Schikane! Ist das ein Zeichen

von Stärke, wenn man so mit den Nachbarn umgeht?» fragt Steuerer unverblümt. «Damit verderben sich die Schweizer sehr viel.»

Auf der anderen Seite des Rheins

Zurück zum Kerngeschäft der Wirtschaftsstandort Vorarlberg Gesellschaft: Von der Beratung von Unternehmen bei Forschung und Entwicklung über die Pflege von Netzwerken und Konzeptionen für Kompetenzzentren bis hin zur spezifischen Betriebsansiedlung beackert sie ein breites Feld. Die Unterschiede zu anderen Standortgesellschaften sind mitunter nur graduell. «Was bei uns wirklich anders ist», erläutert Steuerer, «wir haben eine viel intensivere F+E-Förderung. Es ergibt sich eine organisierte Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Wissenschaft durch den Finanzierungsschlüssel 40 Prozent Bund, 20 Prozent Land und 40 Prozent Unternehmen... Diese Gruppe muss ein Forschungsprogramm formulieren und durch einen Wettbewerb durch, hat dann aber ihre Forschung und Entwicklung für fünf Jahre finanziert. Das ist ein Konstrukt, das es in der Schweiz in dieser Form nicht gibt.»

Was daraus heraus entstehen kann, illustriert das Beispiel Ledon. «Das war ursprünglich ein Kompetenzzentrum, in dem die LED-Technologie weiterentwickelt wurde. Am Ende des Prozesses ist die Gründung von Ledon, einer Tochtergesellschaft von Zumtobel Licht in Lustenau, erfolgt. Seit etwa zwei Jahren wird die Kommerzialisierung umgesetzt, und das sehr erfolgreich. Ledon wächst und musste bereits zusätzlichen Raum anmieten.»

Obwohl auf beiden Seiten des Rheins die positiven Eigenschaften des Standortes herausgestrichen werden, komme es in der Praxis zu keinem Konkurrenzkampf, meint Helmut Steuerer: «Wer sich in der Schweiz ansiedeln will, entscheidet sich für den Franken, ein an-

deres Arbeitsrecht, ein anderes Steuerrecht und für einen anderen politischen Raum.» Es könne durchaus sein, dass sich ein Investor beide Seiten zuerst kurz anschaut, «aber der weiss schon, was er am Ende des Tages will.»

Zum Beispiel die optimale Verknüpfung von Produktionsschritten wie im Fall Rexam. «In einem Dorf namens Nüziders ist eine Kooperation von drei weltweit erfolgreichen Herstellern gelungen: Red Bull, Rauch und Rexam als weltgrösster Hersteller von Dosen. Rauch hat als Abfüller schon davor sehr erfolgreich mit Red Bull zusammengearbeitet, jetzt ging es darum, dort auch gleich die Dosen zu produzieren. Da redet man nicht nur darüber, sondern da haben alle drei eine Fabrik hingestellt. Damit wurde hier im Land eine Wertschöpfungslücke geschlossen.» Das Verdienst für die Rexam-Ansiedlung neben der ebenfalls noch jungen Abfüllanlage stehe Roman Rauch zu, der dieses Projekt weitsichtig und konsequent betrieben habe. Zur Realisierung waren einige bürokratische Brocken wie Grundumlegungen aus dem Weg zu räumen, aber die Behörden spielten in schnellem Tempo mit.

Auch wenn die Wisto in dieser Causa keinen Beitrag leisten musste, hält Steuerer Rexam für exemplarisch bei einem Kriterium, das eine Standortentscheidung beeinflussen kann: «Es stimmt die Qualität einer Verwaltung, wenn es nicht 20 Interventionen braucht.» Dass Vorarlberg eines der wenigen Bundesländer ist, wo sich immer noch neue Produktionsunternehmen niederlassen, spreche für sich.



Moderne Logistik ist intelligentes Management von Waren- und Datenströmen, optimal und individuell auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt.

In enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden entwickeln wir innovative Logistik-Lösungen für alle Bereiche. Die wichtigste Voraussetzung dafür ist die nahtlose Kommunikation aller am Prozess beteiligten Partner.

Fangen Sie heute damit an. Fordern Sie uns.

Anruf genügt:

+43 (0) 5 9001-0

Oder senden Sie uns eine E-Mail:

office@delacher.at

delacher+co LOGISTICS GROUP



Ein Unternehmen der Thiel-Gruppe

Das kleine Wirtschaftswunder

Es sind durchwegs unscheinbare Branchen, die die wirtschaftliche Stärke Vorarlbergs ausmachen. Trotz der Kleinheit des Landes ist die Dichte an Betrieben hoch, die am Weltmarkt eine führende Rolle einnehmen.

Gäste goutieren grüne Riedlandschaften, kraxeln in den Bergen umher oder gelangen mit Dutzenden Seilbahnen zum Höhepunkt. In den Köpfen von Nachbarn und Gästen wird Vorarlberg auf Skilaufen, gute Gastronomie und Festspiele reduziert. Worauf sich der Wohlstand zwischen Bodensee und Arlberg begründet, wird kaum wahrgenommen.

Einen Aha-Effekt gibt es am ehesten bei jenen, die im Norden des Rheintals das Land queren, um in die Schweiz bzw. umgekehrt nach Deutschland zu fahren. Hier, im Bregenzer Alltagsstau, taucht mitten im Wohnviertel Vorkloster ein Fabrik auf, deren Name der eine oder vielmehr: die eine oder andere kennt – Wolford. Wolford macht Strümpfe, teure Strümpfe, betreibt Shops rund um den Erdball in den besten Einkaufsmeilen. Ein Luxus-Label, wie das Neudeutsch heisst.

Wolford ist einer letzten Vertreter der einst mächtigen Textilindustrie Vorarlbergs, die über Jahrzehnte in mehreren Sparten weltweit den Ton angab. Die beiden anderen «Saurier» sind der Wäschehersteller Huber Tricot, Mutter der in der Schweiz übernommenen Hanro, und die Getzner-Gruppe in Bludenz, die man an der Weltspitze bei technischen Geweben findet, beispielsweise zur Schalldämmung im Eisenbahnverkehr. Viele andere bekannte Textilunternehmen sind in den letzten drei Jahrzehnten verschwunden, zuletzt der Wäschehersteller Wolff, und damit auch tausende Arbeitsplätze.

Made in Vorarlberg

Dass sie ersetzt werden konnten, ist das kleine Wirtschaftswunder Vorarlbergs: Unabhängig voneinander entwickelten sich parallel gleich mehrere Familienunternehmen in ganz anderen Branchen derart hervorragend, dass der Übergang kontinuierlich verlief. Ein rundes Dutzend Firmen ist in lukrativen Nischen Weltmarktführer. Für ein kleines Land mit gerade mal 360.000 Einwohnern eine beachtliche Dichte.

Den Ton gibt mittlerweile die Metallindustrie an. Doch zuerst zu geläufigeren Dingen made in Vorarlberg: Red Bull ist ein auf den zweiten Blick

Vorarlberger Produkt. Was Halbstarke angeblich Energie und Flügel verleiht, brachte dem Saftproduzenten Rauch in Rankweil ungeahnte Wachstumsschübe: Für den Weltmarkt wird ein Grossteil des Energydrinks bei Rauch gemixt und abgefüllt. Und weil der Bedarf an den blausilbernen Dosen gewaltig ist, baut der britische Dosenhersteller Rexam zur Zeit für diesen Zweck neben einer der Rauch-Fabriken ein eigenes Werk.

Auch Rauchs Hauptkonkurrenten Pfanner aus Lauterach kennen die Konsumenten ausserhalb Vorarlbergs: Keiner verkauft den Deutschen mehr Eistee als er. Und weil wir gerade beim Trinken sind: Der globale Siegeszug der PET-Flasche hängt eng mit den Kunststoffingenieuren und Werkzeugbauern der Alpla-Werke in Hard am Bodensee zusammen. Mit knapp zwei Milliarden Umsatz und 10.000 Mitarbeitern in 119 Fabriken rund um die Welt ist Alpla das mit Abstand grösste Unternehmen Vorarlbergs. Auch wenn es praktisch nur Insider kennen, jeder von uns greift täglich zu einer der Verpackungen, die Alpla gross gemacht haben: Ob Duschgel, Motorölflasche, Ketchup-Tube oder eben PET.

Als Exporteur steckt Vorarlberg alle seine Nachbarn in die Tasche: «Bei der Pro-Kopfquote liegen wir weit vor der Schweiz, vor Deutschland und sogar vor Bayern und Baden-Württemberg», erklärt Werner Schallert, Leiter der Abteilung Aussenwirtschaft bei der Wirtschaftskammer Vorarlberg. Jeder Beschäftigte bringt es statistisch auf 17.730 Euro pro Jahr, in Baden-Württemberg nur auf 13.220 Euro.

Vereinigte Spitzenleistungen

Möglich macht solche Spitzenwerte ein Zusammenspiel mehrerer Faktoren:

- Der Branchenmix ist ausgewogen und dadurch relativ krisenfest. Noch in den 1960ern waren sieben von zehn Schillingen mit Textilien erwirtschaftet worden. Heute werden 55 Prozent im Maschinen-, Metall- und Elektrobereich Erlöse erzielt. Die Hauptdarsteller: Der Leuchtenhersteller Zumtobel in Dornbirn

beherrscht den Weltmarkt bei Lichtlösungen; Blum ist weltgrösster Produzent von Möbelbeschlägen und steckt in vielen Markenküchen, aber auch in Ikea-Möbeln; dessen Nachbar und Konkurrent Grass holt wieder auf, seit ihn vor drei Jahren die deutsche Würth-Gruppe gekauft hat; Doppelmayr ist seit der Fusion mit der Schweizer Garaventa unbestrittener Weltmarktführer bei Seilbahnen, baut ausserdem Skilifte und Mono-Rail-Systeme, um etwa in Las Vegas die Vergnügungstempel zu verbinden.

Und wer sich wundert, dass am Weg durch den Walgau plötzlich zig Meter hohe Schiffs- und Hafenkranen auftauchen: Liebherr baut in sie Nenzing.

- Mental sind die Vorarlberger die Schwaben Österreichs: fleissig, sparsam, motiviert. Klischees können durchaus zutreffen. Und dieses hören sie viel lieber als jenes, eigentlich seien die Vorarlberger Schweizer, nur weil sie so klingen und einmal der Eidgenossenschaft beitreten wollten.
- Bei der Stromversorgung ist Vorarlberg nicht nur autark, sondern liefert den Überschuss als teuren Spitzenstrom ins Ausland. Die Gewinne erlauben dem Land grossen Spielraum für eine aktive Wirtschaftspolitik.
- In keinem anderen Bundesland hat die Lehrlingsausbildung einen derart hohen Stellenwert wie hier: Die Fachkräfte konnten in der Vergangenheit zum überwiegenden Teil aus den eigenen Reihen rekrutiert werden.

Doch das langt heute nicht mehr, und die demografische Veränderung macht auch vor Vorarlberg nicht Halt. Konzepte, die rund 10.000 Grenzgänger zurückzuholen, haben früher schon nicht funktioniert, dazu zahlen die Schweizer und Liechtensteiner im Vergleich immer noch zu gut. Der Bedarf muss deshalb mit immer mehr Leih- und Leasingkräften – speziell aus Ostdeutschland – gedeckt werden. «Ich sehe das offen», sagt sogar Gewerkschaftspräsident Norbert Loacker. «Durch die EU-Zugehörigkeit ist ganz klar, dass man mit Nachbarländern eng kooperiert und ein Austausch stattfindet.»



Blumwerk 3, Höchst

Werk 1, 2, 3... 7

Gerhard Blum schätzt wie andere Vorarlberger Industrielle die «engagierten Mitarbeiter» und die «relativ guten Zustände», was den Kontakt mit den Behörden anbelangt. Von diesen erhofft er sich für das aufstrebende Industriegebiet Dornbirn-Wallenmäh eine bessere Anbindung an die Autobahn. Denn der mit Abstand grösste Arbeitgeber in Vorarlberg errichtet nach Höchst, Gaisau und Bregenz jetzt auch dort ein eigenes Werk.

Es ist schon ein kleines Kunststück, wie es Blum geschafft hat, dass sich die Vorarlberger derart mit dem Höchster Beschlägerhersteller identifizieren. Ein Mitarbeiter braucht seinen Arbeitgeber gar nicht dem Namen nach zu nennen, das Gegenüber weiss sofort Bescheid, wenn «im Werk 3» oder mit einer anderen Zahl die Frage nach dem Arbeitsort beantwortet wird. Fällt hingegen nur der Name Blum, dann kommt fast zwingend die Nachfrage: «Wo, in Werk 4 oder ...?»

Makelloser Image

Dieses Verhalten wäre einmal eine eigene soziologische Studie wert. Es hängt mit dem makellosen Image des Unternehmens zusammen, das es in Vorarlberg hat. Selbst wer nicht dort arbeitet, bringt den Namen Blum mühelos mit Begriffen wie Pionier bei der Lehrlingsausbildung oder hervorragende Unternehmenskultur in Zusammenhang. Pflegt Gerhard Blum, Sprecher der dreiköpfigen Geschäftsleitung (gemeinsam mit seinem Bruder Herbert und Hubert Ploner) einen besonderen Managementstil? «Das ist die schwierigste Frage, weil man sich immer falsch einschätzt ...», grübelt er und meint schliesslich: «Ich versuche, den Leuten möglichst viel Spielraum durch Vertrauensvorschuss zu geben.» Wie auch immer, was am Ende herauskommt, ist für ein Unternehmen, das am 1. März 1952 von Julius Blum als kleiner Hersteller von Hufstollen gegründet wurde, beeindruckend. Heute zählt Blum 5000 Mitarbeiter, davon 4000 in Vorarlberg. Die Blum-Gruppe legte im letzten Geschäftsjahr ein Wachstum von 12,6 Prozent hin und überschritt erstmals die Grenze von einer Milliarde Euro Umsatz. Blum ist im B2B-Geschäft, beliefert vorwiegend grosse Möbelhersteller und Handwerker. Das Blum-Scharnier

gibt nicht im Baumarkt am Stadtrand zu kaufen. Einen gewissen Nachfragedruck der Endverbraucher, denen ausserhalb Vorarlbergs der Name Blum nichts sagt, erzeugen die Höchster indirekt, aber höchst effizient durch ihre Gesamtlösungen: Nicht der Beschlag steht im Vordergrund, sondern dass sich beispielsweise Schubladen durch leichtes Antippen automatisch öffnen, sich mit einer kleinen Verzögerung schliessen, Klappen der Oberschränke in jeder Position stoppen und es für all das keine Griffe mehr benötigt.

«Uns ist wichtig, Innovation in guter Qualität zu liefern, um die Lebensqualität der Leute zu erhöhen», nennt Gerhard Blum den Ansporn der Firma.

Nicht in der Billiglga

Die Unterschiede zwischen den Märkten werden geringer und hängen in erster Linie von der Kaufkraft eines Landes ab. Blum spielt nicht in der Billiglga. Interessant wird ein Land, wenn der Lebensstandard einer kritischen Grösse an Bewohnern die Investition in eine Küche europäischen Zuschnitts ermöglicht. So geht Blum erst jetzt intensiver Richtung Asien, nach Russland und in die neuen EU-Staaten. Dazu wurde in Polen 2006 ein Logistik- und Verpackungszentrum eröffnet. In den USA ist Blum bereits seit 1977 mit eigener eigener Produktion vertreten, die wie das später in Sao Paulo eröffnete Werk jeweils spezifische Produkte für die nördlichen bzw. südlichen Teile des amerikanischen Kontinents herstellt.

Buchstäblich nahe liegend, dass Firmengründer Julius Blum schon 1964, als sich immer mehr die Konzentration auf Beschläge für Küchenmöbel abzeichnete, erste Exportgeschäfte mit der

Schweiz abwickelte. Ab 1969 war Blum mit einer selbstständigen Vertretung in der Eidgenossenschaft tätig. «Die Schweizer Kunden sind zum grossen Teil Kenner und haben einen hohen Qualitätsanspruch – und dadurch können wir sehr viel lernen», sagt sein Sohn Gerhard. Die Schweiz verfügt noch über eine ausgeprägte Handwerkerstruktur, das Feedback ist für Zulieferer wie Blum intensiv und direkt. Fünf Aussendienstmitarbeiter haben ihr Ohr am Schweizer Markt und berichten nach Vorarlberg.

Neubau trotz Grundknappheit

Als grösste Herausforderungen sieht Gerhard Blum «die Grundknappheit und damit die Grundstückspreise sowie die Verkehrsanbindung bei Strasse und Schiene – diese Frage wird vieles entscheiden». Für das Unternehmen selbst sei die grösste aktuelle Unsicherheit, «wie es mit den Währungen und den Materialpreisen weitergeht. Das ist schwierig geworden.»

Blum ist mit seinen Lagerkapazitäten, Versandflächen und Verladerrampen an den bestehenden Auslieferungsstandorten an seine Grenzen gestossen. Deshalb wurde im Industriegebiet Dornbirn-Wallenmäh ein Grundstück erworben, auf dem bis Herbst nächsten Jahres das neue Logistikzentrum von Blum mit einem automatischen Hochregallager mit 35.000 Palettenplätzen entsteht. Geplant sind auch neue Produktionsflächen für die Beschlagsmontage. Insgesamt werden 15.000 Quadratmeter verbaut, 42 Millionen Euro investiert und 60 neue Arbeitsplätze geschaffen.

Die Bezeichnung des neuesten Blum-Standortes wird Werk 7 lauten. Und nach kurzer Zeit werden die Vorarlberger gelernt haben: Aha, das ist das Werk in Dornbirn.

Der Dornbirner Leuchtenkonzern Zumtobel ist das zweitgrößte Unternehmen Vorarlbergs und als eines der ganz wenigen seit zwei Jahren an der Börse. Dort hat das Unternehmen bisher ein Wechselbad genommen. Aktuell spiegelt der Kurs keineswegs wider, wie gut Zumtobel aufgestellt ist. CEO Andreas Ludwig erklärt, warum er trotz Frustrationsmomenten guter Dinge ist.



Mehr Licht

CEO Andreas Ludwig

Diesen Monat findet in Frankfurt die Light+Building statt, die wichtigste Messe der internationalen Lichtbranche. Die Marken der Dornbirner Zumtobel-Gruppe werden dort mit insgesamt sieben Ständen vertreten sein. Wie man es sich von einem weltweit agierenden und führenden Unternehmen erwarten darf, folgt Zumtobel nicht nur den Trends, sondern setzt sie auch mit den Neuheiten, die präsentiert werden: Die Richtung ist mit mehr Effizienz und damit geringeren Betriebskosten klar abgesteckt, die LED-Technologie ist der Schrittmacher der Branche.

Innovation ist das Schlüsselwort in der Konzern-Philosophie: Seit den Anfängen 1950 hat das Unternehmen die Konkurrenz immer wieder überrascht. Dem Massenmarkt ist Zumtobel relativ früh entflohen: «Ein wesentliches Differenzierungsmerkmal ist unsere Anwendungskompetenz», erklärt die Verantwortliche für Corporate Communication Astrid Kühn-Ulrich zum USP von Zumtobel, «das heisst den Einsatz und die Planung der Beleuchtung in gewerblichen Bauten, ausserdem unser Fokus auf Design und Kunst.»

Unternehmerfreundliches Klima

Hierbei treffen sich Vorarlberg und sein «leuchtendstes» Unternehmen. Auch die Bevölkerung zwischen Bodensee und Arlberg hat ein ausgeprägtes Interesse für zeitgenössische Kunst und Architektur. Wechselbeziehungen finden durchaus statt. Daneben schätzt Zumtobel-CEO Andreas Ludwig ein insgesamt unternehmerfreundliches Klima, unkomplizierte Wege in die Verwaltung, die hohe Lebensqualität und die engagierten, gut ausgebildeten Mitarbeiter.

Unterm Strich stellt Ludwig dem Standort Vorarlberg also ein hervorragendes Zeugnis aus. Auch seine Arbeit verdient gute Noten: Nach der Krise, als sich Zumtobel mit der Übernahme der britischen Thorn beinahe übernommen hat und auf die Hilfe eines amerikanischen Investors angewiesen war, holte er als neuer Chef den Konzern wieder auf den Wachstumskurs zurück. Das abgelaufene Geschäftsjahr bilanzierte die Zumtobel-Gruppe einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro (rund 65 Millionen kamen aus der Schweiz, wo die Gruppe 104 Mitarbeiter beschäftigt). Der Zuwachs betrug sechs Prozent, und in dieser Tonart soll es auch in den kommenden Jahren weitergehen.

Weniger als ein Drittel der Mitarbeiter, nämlich 2120 von rund 7500, sind noch in Vorarlberg bzw. Österreich beschäftigt. Mitsamt Töchtern wie TridonicAtco und Ledon finden aber nicht nur Forschung und Entwicklung in Vorarlberg statt, sondern nach wie vor auch Teile der Produktion. Neue Werke werden freilich der Globalisierungstheorie folgend in anderen Ecken der Welt positioniert, in Fernost oder gegen Ende dieses Jahres in Nordengland. 80 Prozent seiner Erlöse erwirtschaftet Zumtobel zur Zeit noch in Westeuropa. Doch ist der asiatisch-pazifische Grossraum auch für den Lichtkonzern neben dem Mittleren Osten, Russland und den neuen EU-Staaten der Zukunftsmarkt schlechthin. Ludwig: «Dieser Markt hat eine ganz andere Dynamik. Die Finanzkrise, die ja von Amerika ausgeht, beeindruckt die überhaupt nicht, da wird ganz selbstverständlich von Wachstumsraten im zweistelligen Bereich ausgegangen.»

Kurs nach oben

Die Finanzkrise hat auch der Zumtobel-Aktie Kollateralschaden zugefügt: «Das ist manchmal schon frustrierend, wenn die Zahlen stimmen und operativ alles so läuft, wie man es sich vorgenommen hat», gesteht Andreas Ludwig. «Aber Aktienkurse muss man langfristig betrachten, und ich bin jemand, der daran glaubt, dass die Börse langfristig die Performance eines Unternehmens widerspiegelt.» Deshalb werde der Kurs auch wieder nach Norden zeigen, wo er hingehöre.

Andere Publizität

Der Gang an die Börse im Frühling 2006 habe im Unternehmen selbst nicht viel verändert, meint Ludwig: «Der Druck, sich kontinuierlich zu verbessern, das hängt börsenkotierten Gesellschaften als Klischee an, aber das ist auch bei Eigentümer-geführten Firmen nicht anders.» Jeder vernünftige Unternehmer sei bestrebt, sich nachhaltig abzusichern. «Nehmen wir das Beispiel LED-Leuchten: Da müssen wir längerfristig investieren, das kostet uns im Moment mehr Geld, als es uns bringt.» Die Weichen in Richtung Zukunft durch Leuchtdioden waren in Dornbirn schon lange vor dem Börsengang gestellt worden. «Jetzt muss man halt vierteljährlich auch argumentieren, warum wir hier investieren», erklärt Andreas Ludwig den Unterschied. Weil es die Anleger wissen wollen und jene, die für sie darüber schreiben. «Als Aktiengesellschaft hat man eben eine ganz andere Publizität, man ist sehr viel öffentlicher als vorher. Das ist der wesentliche Effekt.»

«Ärmel hochzukrempeln ist unsere Kultur»

Die emotionale Verbundenheit mit dem Standort und den hier lebenden Menschen bezeichnet Michael Doppelmayr als «sehr eng» – das weltweit führende Seilbahnunternehmen geht schliesslich bis auf das Jahr 1892 zurück und ist sehr tief in der Region verwurzelt. 2002 fusionierte es mit der Schweizer Garaventa.



Doppelmayr-Seilbahn Matterhorn

«Natürlich unterscheidet sich die Schweiz in einem ganz speziellen Punkt von anderen Märkten: Wir verstehen den Schweizer Dialekt sehr gut, und unser Vorarlberger Dialekt wird auch sehr gut verstanden!» Michael Doppelmayr, Vorstand der Doppelmayr Holding, weiss spätestens seit 2002 um die Vorzüge der gemeinsamen Sprache: Damals fusionierten sein Unternehmen und die Schweizer Garaventa zur internationalen Gruppe. In Goldau ist das Kompetenzzentrum für Pendelbahnen und Standseilbahnen, in Wolfurt das für Umlaufbahnen. Insgesamt beschäftigt die Gruppe 310 Mitarbeiter in der Schweiz und etwas mehr als 1000 in Vorarlberg. «Die Schweiz und Österreich sind die Heimmärkte der Gruppe und für einen grossen Anteil unseres Gruppenumsatzes verantwortlich», erläutert Doppelmayr.

Komfort, Komfort, Komfort

Unterschiedliche Kundenpräferenzen gebe es eigentlich nicht: «Auch in der Schweiz sind die drei wichtigsten Trends Komfort, Komfort und noch einmal Komfort.» Eine Besonderheit sind oder vielmehr waren sehr viele kleine Skiliftgesellschaften in den Tourismusorten. Dies hatte vor allem geschichtliche Hintergründe. In jüngerer Vergangenheit kam es allerdings zu zahlreichen Zusammenschlüssen, die nun «zu besseren Investitions- und Marktmöglichkeiten» für die Schweizer geführt hätten. An der grossen Erfahrung der Nachbarn

mit Aufstiegshilfen war das Vorarlberger Unternehmen nicht unbeteiligt. «Den ersten Lift, den wir in die Schweiz geliefert haben, war ein Schlepplift für Bad Ragaz auf den Pizol. Diesen Auftrag haben wir im Jahre 1953 ausgeführt; das war auch gleichzeitig der erste Exportauftrag unserer Firmengeschichte», berichtet Michael Doppelmayr.

Mittlerweile liefert Doppelmayr in alle Teile der Welt, baut nicht nur Skilifte beziehungsweise klassische Seilbahnen für Bergtouristen, sondern ist in mehreren anderen Geschäftsfeldern unterwegs: Mit – laienverständlich ausgedrückt – Seilbahntechnologie werden in einem Werk der VW-Gruppe Autos transportiert, wird bei Tunnelbauten Aushubmaterial beiseite geschafft, Cable Cars bringen auf mehreren grossen Flughäfen die Passagiere von Terminal zu Terminal oder Glücksspieler in Las Vegas von Hotel zu Hotel. Hingegen wurde die Sparte Aufzüge vor einigen Jahren an Schindler abgestossen.

Das Werk Wolfurt ist mit der markanten, einen Viertel Kilometer langen Halle an der L 190 der grösste Produktionsstandort der Gruppe. Daneben gibt es sieben weitere Produktionsstätten in Nordamerika, Europa und Asien. «Für uns als sehr stark exportorientiertes Unternehmen ist dies ungemein wichtig.» Weltweit stehen 2479 Menschen auf der Payroll der Doppelmayr/Garaventa-Gruppe. Sie

setzte im Geschäftsjahr 2006/07 659 Millionen Euro um, 4,4 Prozent mehr ein Jahr zuvor.

Absolute Kundenorientierung

Befragt nach der Unternehmensphilosophie und der Unique Selling Proposition hinter diesem Erfolg, hat Michael Doppelmayr «so meine Schwierigkeiten: Philosophie klingt für mich sehr abgehoben. Lassen sie es mich so ausdrücken: Ärmel aufkrempeln und das Bestmögliche für unsere Kunden leisten sowie durch permanente Innovation die Zukunft des Unternehmens sichern – und das alles ohne Kompromisse in Bezug auf Qualität und Sicherheit. Das ist unsere Kultur.» Auf beiden Seiten des Rheins sei unbedingte Kundenorientierung und verantwortungsvolles Kostenbewusstsein ausgeprägt. «Ich sehe insgesamt eine sehr ähnliche Kultur und ein sehr ähnliches Wertesystem: gerade das hat bewirkt, dass wir unsere Fusion sehr erfolgreich durchgeführt und alle gesetzten Ziele erreicht haben.» Den USP will er so verstanden wissen: «Wir haben die beste Seilbahntechnologie, sind weltweit tätig und sehen uns als Partner und nicht nur als Lieferant unserer Kunden.»

Vom Rheintal in den schwedischen Monopolladen

Schon mal Bier-Pralinen versucht? Oder Sonnenlotion auf Bierbasis? Nichts scheint unmöglich in der Welt von Mohrenbräu. Die Dornbirner Bierhersteller haben sich ein modernes Image verpasst, stehen wirtschaftlich ausgezeichnet da und sind stolz darauf, für viele Vorarlberger ein Stück Heimatidentität zu sein. Ein Blick hinter die Kulissen des Traditionsunternehmens.



Das Bild von den Bierbaronen trifft auf die Familie Huber, die in sechster Generation die Mohrenbrauerei führt, nicht wirklich zu. Dazu fehlt ihr das aristokratische Gehabe. Natürlich sind die Mitglieder fest in der Gesellschaft verankert, aber das Tagesgeschäft geht vor. Das ist hart genug, es ist schliesslich ein insgesamt rückläufiger Markt.

Neue Premiumprodukte

Unter diesem Gesichtspunkt ist der zuletzt erzielte Umsatz von 18 Millionen Euro bemerkenswert. Die Mohrenbrauerei schloss nämlich mit einem Plus von 2,3 Prozent ab. Dafür gab es vor allem zwei Gründe. Es kamen neue Premiumprodukte auf den Markt – das «Kellerbier» in der nostalgischen Bügelflasche traf offensichtlich Ge-

schmack und Zeitgeist und verkauft sich wirklich gut. Da bleibt auch mehr hängen. «Es ist der Beweis, dass die Konsumenten durchaus bereit sind, mehr für Qualität auszugeben», freut sich Marketingleiter Thomas Pachole. Der zweite Grund war, dass 2007 als neuer Absatzmarkt Schweden hinzukam.

Das liegt ja nicht wirklich um die Ecke, schon gar nicht wenn man sich vor Augen hält, dass sich die Mohrenbrauerei auf das Vorarlberger Unterland als Kerngebiet konzentriert, sonst gerade noch bis Innsbruck tätig ist und sich darüber hinaus nur noch im Grossraum Wien engagiert. Ach ja, in der Schweiz stehen gerademal zwei Grosshändler auf der Kundenliste sowie etwa zehn Gastronomiebetriebe, darunter das Cinedome in St.Gallen. Aber offensiv wird der Schweizer Markt nicht angegangen.

Schweden, das kam auch für die Dornbirner überraschend. Die staatliche Monopolgesellschaft für den Vertrieb von Alkohol in Schweden lädt einmal pro Jahr auf einer Messe interessierte Zulieferer zu Blindverkostungen ein. Die Dornbirner haben gewagt. «Unter 16 europäischen Brauereien sind wir Erster geworden», berichtet Pachole, «jetzt sind wir mit unserem «Pfiff» in den 400 Monopölgeschäften in Schweden gelistet.» Das macht immerhin einen Absatz von zirka zwei Millionen spezieller Einwegflaschen pro Jahr aus.

Erfolg mit «Pfiff»

Das «Pfiff» markiert einen Meilenstein in der Firmengeschichte und war die wichtigste Markteinführung der letzten Jahrzehnte. Damit gelang es in den 1990ern der Mohrenbrauerei, sich im Heimmarkt Bier in der 0,33-Liter-Flasche zu etablieren. Die Skepsis unter den Befürwortern der Halbliterklasse war anfangs gross, der Erfolg gab der Brauerei recht, und alle machten es ihr nach. Noch mutiger war der Schritt, das «Pfiff» alternativ zur Glasflasche auch in der PET-Flasche auf den Markt zu bringen. «Allein in Vorarlberg haben wir letztes Jahr 1,3 Millionen Flaschen davon

verkauft», sagt Pachole und merkt an, es habe jetzt sechs Jahre gebraucht, um diese Akzeptanz zu finden.

Dieser lange Atem ist typisch für das Familienunternehmen, das seinen USP in der Innovationsfreude sieht. Die erweiterte Geschäftsleitung besteht aus vier Personen. «Wir haben sehr flache Strukturen», erklärt der Marketingleiter, «und sind deshalb sehr, sehr schnell. Das sorgt auch für entsprechenden Druck im Unternehmen.» Sich gemeinsam gegen die internationalen Brauereien zu wehren, wird als grösste Herausforderung betrachtet.

Letztes Jahr wurde der fünf Millionen Euro teure Neu- und Zubau eröffnet. Der darunter liegende und über viele Jahre vernachlässigte hauseigene Braukeller wurde restauriert und ist Teil einer multimedialen Erlebniswelt für Bierfreunde, für verschiedenste firmeneigene und fremde Events. Dass der Ort «Zum Mohren» getauft wurde, ist eine Reminiszenz an die Firmengründung vor fast genau 175 Jahren. 1834 hatte Anton Huber das gleichnamige Gasthaus am Marktplatz von dessen Eigentümer und Namensgeber Josef Mohr gekauft.

Beim heutigen «Zum Mohren» sind auch die Bier-Pralinen und andere Kuriositäten rund ums Bier im «Lädle» zu kaufen.

Marktführer mit 43 Prozent

Von den 109 Litern Bier, die jeder Vorarlberger statistisch gesehen pro Jahr trinkt, entfällt ein grosser Teil auf die acht Stammsorten, die in Dornbirn gebraut werden. Wie viel es genau ist, lässt sich nicht exakt sagen, da es für den Gastronomiebereich keine verlässlichen Zahlen gibt. Für den Einzelhandel hingegen schon, und die Mohrenbrauerei darf sich deshalb Marktführer nennen. Denn 43 Prozent aller verkauften Bierflaschen tragen das Etikett mit dem unverwechselbaren Mohrenkopf.

Schritt für Schritt durch die Businessprozesse

«europa3000» – eine integrierte und flexible Software zur Unternehmensführung

Die Innovatis ist Servicepartner für «europa3000», eine Schweizer Business-Software für KMU, die heuer ihr 20-jähriges Bestehen feiern kann. Interessierte können die Software online testen.



Europa3000 gibt es schon seit 1988. Über zehntausend Kunden in der Schweiz, in Deutschland, Österreich und Liechtenstein nutzen die modular aufgebaute Business-Software, deren Zielgruppe KMU-Betriebe mit bis zu 100 Usern sind. Der Anwendungsbereich der Software reicht von der Adressverwaltung über die Fakturierung bis zur Lohnbuchhaltung und lässt sich daher für alle relevanten Aufgaben eines Unternehmens einsetzen.

Die einzelnen Software-Module lassen sich individuell auswählen und zusammenstellen – zugeschnitten auf die Bedürfnisse des Unternehmens. Nachträgliche Erweiterungen sind jederzeit problemlos möglich.

Bei europa3000 handelt es sich um eine integrierte Business Software. Das heisst sie bildet sämtliche Arbeitsschritte logisch ab und bildet die Basis für effizientes Arbeiten und sinnvolle Unternehmensführung. In den 20 Jahren europa3000 sind viele Branchenlösungen entstanden, die in vielen gleichartigen Unternehmen im Einsatz sind.

Anpassungen selber vornehmen

Europa3000 ist sehr flexibel. Die Anpassbarkeit auf Kundenbedürfnisse ist hoch und einfach umzusetzen. Die Software ist technisch so entwickelt, dass die Kunden vieles selber anpassen können. Mit ein paar Klicks schafft man sich z. B. eine zusätzliche Adresszeile oder eigene Parameter für die Artikelbeschreibung.

Die Einstiegsversion von europa3000 heisst «easy business». Easy Business beinhaltet Adressverwaltung, Lagerverwaltung, Finanzbuchhaltung, Kreditoren- und Debitorenverwaltung sowie Fakturierung und kann von drei Personen genutzt werden. Wächst das Unternehmen, können Zusatzmodule bestellt werden. Dafür ist lediglich eine Lizenzierung notwendig.

Business-Software mieten

Wenn sich ein Unternehmen für die Nutzung einer spezifischen Business-Software entscheidet, entsteht meist eine Kettenreaktion: Die Leistungsfähigkeit des Servers ist ungenügend, also muss ein neuer angeschafft werden, was Kosten verursacht. Deshalb bietet europa3000 auch die Mietlösung an: Die Software muss nicht auf den Firmen-PCs installiert werden, sondern ist auf einem Rechenzentrum über das Internet abrufbar. Das hat nicht nur den Vorteil, dass man sich über eine bessere Rechenleistung als auf dem eigenen Server freuen kann, man ist auch nicht räumlich gebunden. Da der Zugang über das Internet erfolgt, kann von jedem Computer aus auf die Software zugegriffen werden: Im Büro, zu Hause oder unterwegs. Die Daten werden täglich gesichert, was nicht in jedem Büro selbstverständlich ist, weshalb die Mietlösung mehr Sicherheit bietet. Die Zusammenarbeit mit dem Kundentreuhänder ist so optimal gelöst, da dieser direkt im Kundensystem arbeiten kann.

Kostenlos online testen

Wer sich für europa3000 interessiert, kann auf der Homepage www.innovatis.li einen Zugang zu innovatis-online anfordern oder die Einstiegsversion Easy Business herunterladen und 30 Tage lang kostenlos testen.



«Es ist ein Meilenstein»



Im Gespräch mit Christian Schützinger, Geschäftsführer der Vorarlberg Tourismus GmbH

Der Tourismus in Vorarlberg trägt jedes Jahr rund 2,1 Milliarden Euro zur Wertschöpfung bei. Die Schweizer sind nach Deutschen und Österreichern sowohl im Sommer als auch im Winter die drittstärkste Gästegruppe. Das Geschäft mit den Urlaubern hat Vorarlberg organisatorisch auf neue Beine gestellt. Dafür hat sich Christian Schützinger schon 2003 stark gemacht, als er die Stelle des obersten Touristikers antrat.

Ende Februar hat sich der Landesverband Vorarlberg Tourismus nach 115 Jahren Bestehen als Verein aufgelöst; seine Agenden werden jetzt von einer Vorarlberg Tourismus GmbH ausgeführt. Sie sind der alte und neue Geschäftsführer – was empfinden Sie nach dieser Umwandlung?

Christian Schützinger: Es ist ein gutes Gefühl, weil ein wichtiger Schritt gemacht worden ist. Er ist nur die formale Abwicklung von etwas, was sich in der Strategieausarbeitung herauskristallisiert hat: Es ist ein Meilenstein, davor lag ein intensiver Weg, und von diesem Punkt aus wird neu gemessen.

Ist dies ein internationaler Trend, dem der Vorarlberger Tourismus folgt?

Der alpine Tourismus kommt ja eher aus den Dörfern und ist sehr klein strukturiert, anders als in den Regionen am Meer, die oft durch grosse Reiseveranstalter dominiert sind. Durch den Wettbewerb verstärkt sich aber der Druck, sich in Strukturen zu organisieren, die einen schneller handeln lassen, weil mit den grösseren Gebilden auch mehr Mittel abzudecken sind. Dazu kommt die Professionalisierung der Aufgaben, dazu kommt mehr wirtschaftliche Verantwortung.

Heisst das, die GmbH hat zur Gästewerbung auch mehr Geld zur Verfügung als der ehemalige Verband?

Ja, wir hatten vor drei Jahren ein Innovationsnetzwerk ins Leben gerufen: Was werden die

Trends sein und was kann davon Vorarlberg abdecken? Das mündete in eine Tourismusoffensive seitens des Landes, das war der politische Part. Die GmbH erhält 500.000 Euro mehr, es gibt daneben eine Verdoppelung der Destinationsförderung und der Kleinunternehmerförderung auf der betrieblichen Ebene. Dadurch sind die Aufwendungen des Landes für den Tourismus um 50 Prozent erhöht worden.

Was ändert sich für Sie als Geschäftsführer der neuen Gesellschaft?

Die Entscheidungen werden einfacher: Der Geschäftsführer hat ein Alleinbefugnisrecht. Vorher brauchte es für alles über 4000 Euro eine zweite Unterschrift, jetzt können Entscheidungen auch über grössere Investitionen auf kurzem Weg getroffen werden. Wir leben in einer Zeit, in der grosse Projekte auf uns zukommen, um effektiv arbeiten zu können.

Brauchte es grosse Überredungskünste, um bei der Politik die neue Struktur durchzusetzen?

Null! Wir haben dieselben Ziele verfolgt, sowohl die Funktionäre, das Land und wir.

Welche Rolle spielt die Schweiz für den Vorarlberger Tourismus?

Es gibt auf jeden Fall einen sehr engen Bezug durch viele historische Verbindungen. Für uns ist der Markt Schweiz eigentlich ein Heimmarkt: Wir haben gleich viele Schweizer Gäste wie österreichische – und wir schät-

zen die Schweizer Gäste auch sehr, weil sie unser Angebot als sehr preiswert betrachten.

Bedanken sich die Schweizer Gäste denn explizit?

Sie bringen es auch zum Ausdruck, ja, das wissen wir aus Gästebefragungen, es wird aber tatsächlich auch einmal spontan ausgesprochen – trotz aller alemannischen Zurückhaltung. Das tut natürlich auch den Vorarlberger Anbietern gut, wenn eine Wertschätzung da ist gegenüber den Gastgebern.

Unterscheidet sich für Sie als Touristiker der Schweizer Markt in einer speziellen Form von anderen, sind die Präferenzen der Kunden andere?

Die Schweizer sind sehr wellnessorientiert, ja noch ein Stück weiter: gesundheitsorientiert. Das Zweite ist die Küche, auf die sie grossen Wert legen, und sie schätzen unsere Mitarbeiter im Service.

Wohl auch, weil zuhause nur noch selten einheimisches Personal anzutreffen ist, in Vorarlberg hingegen schon.

Ja, aber wir stehen hier vor denselben Herausforderungen. Auch wir würden uns wünschen, mehr Arbeitskräfte, und vor allem aus dem eigenen Land, zu haben. Aber der Anteil ist sicher noch grösser als in den Schweizer Betrieben.

Sie haben die Personalsituation als Herausforderung genannt, vor welchen steht der Tourismus in Vorarlberg noch?



Pfänderbahn Bregenz mit Blick auf Bodensee



Bregenzer Festspiele Tosca

Quelle: Vorarlberg Tourismus

Die zweite grosse Herausforderung liegt sicher im Sommerangebot: Können wir in den Alpen die Berge attraktivieren? Das ist nicht nur ein Vorarlberger Problem. Es gab früher den Begriff Sommerfrische, die ein aktives Erholen und Regeneration anbietet. Der Berg, die Höhe und die Luft, verbunden mit dem regionalen Produkt, also den Lebensmitteln, dem Wasser, das tut dem Menschen gut. Die Frage ist: Wie schaffe ich es, das auch noch mit einem Urlaubsreiz zu verbinden? Der Trend geht in Mitteleuropa in Richtung aktive Regeneration, davon bin ich fest überzeugt. Für den Winter ist das etwas anders, da werden die Berge automatisch mit Skifahren verbunden. Beim Sommer sind wir alle bemüht, das Thema Berge gemeinsam zu vermarkten. Darüber diskutieren wir mit den anderen Bundesländern, mit Südtirolern und Schweizern genauso.

Wie konkret sind die Pläne? Wird darüber nur an Tagungen debattiert oder stehen bald Vorarlberg, Südtirol und Graubünden auf der ITB in Berlin an einem gemeinsamen Stand?

Das mag noch in den Konferenzen stattfinden, aber es ist eine Herausforderung für uns alle.

Jeder will den Gast natürlich bei sich haben, das ist verständlich. Gibt es dennoch eine konkrete Zusammenarbeit auf anderen Gebieten, gerade mit dem Nachbarn Schweiz?

Es gibt über die Brücke des Bodensees ganz klar die Kooperation mit der Ostschweiz, es gibt überregionale Projekte, seien es Pilgerwege oder die Bewerbung von grenzüberschreitenden Radwegen. Wir haben eine Kooperation mit dem Flughafen Friedrichsha-

fen, wo wir an Messen mit Schweizer Kollegen auftreten. Und: Wir richten eine Europameisterschaft aus!

Alle buhlen um den guten Gast. Inwiefern kommen sich Vorarlberg und die Ostschweiz in die Quere?

Die Schweiz ist im Sommer nicht unmittelbarer Mitbewerber, die liegen für uns eher in Österreich. Im Winter ist sie es schon. Es sind dennoch vorwiegend andere Gäste, die in die Schweiz kommen, das mag mit der Preisstruktur zusammenhängen, liegt aber schon auch am unterschiedlichen Charakter der beiden Länder. Ich erinnere daran: Nicht umsonst wollte die Österreich-Werbung den österreichischen Charme zum Weltkulturerbe erklären lassen...

Den schätzen offenbar die Deutschen, die immer noch das Hauptkontingent an Gästen, auch in Vorarlberg, bestreiten.

Das ist die dritte Herausforderung: Wir brauchen einen internationaleren Gästemix. Wir haben 83 Prozent deutschsprachige Gäste – das sind Deutsche, Schweizer und Österreicher. Zum Vergleich: In Tirol sind es 65 Prozent. Das hat viele Vorteile, etwa dass durch die gemeinsame Sprache die Gäste sehr gut serviert werden können. Auf der anderen Seite unterliegen die Märkte auch gewissen Veränderungen. Im letzten Winter haben wir das gespürt, als die Baden-Württemberger aufgrund der Schneelage abgewartet haben – sie sind ja vor der Haustür. Die Schneesituation hat uns vier Prozent an Nächtigungen gekostet.

Internationalisierung heisst also auch Risikostreuung.

Nicht nur, es ist auch eine kulturelle Herausforderung, Leute aus anderen Ländern hierher zu bringen, womöglich von anderen Kontinenten.

Das klingt fast so, als ob die Vorarlberger Angst vor ihnen hätten!

Eigentlich ist Vorarlberg für seine Kleinheit ein sehr weltoffenes Land! Aber Internationalisierung hat auch damit zu tun, sich auf andere, vielleicht auch ungewohnte Bedürfnisse einzustellen. Der hohe Anteil der deutschen Gäste hat natürlich auch etwas mit Marketing zu tun. Weil der Aufwand, um Gäste aus anderen Ländern zu werben, wesentlich höher ist, denn da braucht es dann oft einen Vermittler, einen Tour-Operator. Und das kostet Geld.

Damit schliesst sich der Kreis mit den zusätzlichen Mitteln durch die Umstrukturierung, nehme ich an.

Mit der Gründung der GmbH haben wir eine Umschichtung des Budgets vorgenommen: Zwei Drittel werden in Zukunft auf fremdsprachigen Märkten eingesetzt. Dadurch wird das Verhältnis genau umgekehrt. Das geht nur deshalb, weil die Destinationen sich bereit erklärt haben, ihr Engagement auf den deutschsprachigen Märkten zu verstärken. Es wäre auch sträflich, das zu vernachlässigen.

Das heisst, auf einer Messe in der Schweiz wird man nicht mehr Christian Schützinger antreffen, sondern die Kollegen aus den Vorarlberger Tal-schaften?

...und die Kolleginnen. Ja!



Reto Schmidheiny, CFO; Elisabeth Model, CEO Gruppe West; Guido Laczko, Verkaufsleiter

Model PrimePac – Ein Name bürgt für Qualität

Model PrimePac AG, ein Unternehmen der Schweizer Model Gruppe, hat sich mit hochwertig veredelten Verpackungen im In- und Ausland einen renommierten Namen geschaffen. Ausgefallene und raffinierte Konstruktionen werden mit modernster Drucktechnik veredelt, glänzend schillernde Folien, spezielle Lackvarianten, wohlriechende Duftlacke oder mehrstufige Prägungen sorgen am POS für die notwendige Aufmerksamkeit. Verpackungen von heute kann der Kunde mit all seinen Sinnen erleben.

Die Geschichte

Die Anfänge der heutigen Model PrimePac reichen bis ins Jahr 1932 zurück. Damals stellte Emil Dischler in Au, im St. Galler Rheintal, Kartonagen für die blühende Stickereiindustrie her. Zwanzig Jahre später übernahm sein gleichnamiger Sohn das Geschäft und spezialisierte sich auf Geschenkverpackungen. Schon damals gehörte die Süßwarenindustrie zu den Hauptkunden des Unternehmens.

Seit 1982 gehört das Verpackungsunternehmen zur Model Group mit Hauptsitz in Weinfelden. Im August 2000 wurde der Name zur Marke und dem Gruppenmarktauftritt angepasst, und in Model PrimePac AG umfirmiert.

Die Bedeutung der Verpackung

Nach dem zweiten Weltkrieg setzte der wirtschaftliche Aufschwung ein, welcher auch ein verändertes Konsumverhalten mit sich brachte. Die Verpackung gewann zunehmend an Bedeutung, denn Verpackungen präsentieren nicht nur Marken, sondern sind immer häufiger integraler Bestandteil der Warenpräsentation und machen das Produkt erst zu dem, was der Konsument als kaufwürdig empfindet. Für ein Drittel der Konsumenten ist die Verpackung zudem ein Indikator für die Qualität des verpackten Produktes. Die Anforderungen an eine Verpackung werden immer höher, damit sie im Verkaufsfregal zum Kauf animiert und überzeugt, aber auch zur Wiedererkennung und Unverwechselbarkeit einer Marke beiträgt. So sind

seit einiger Zeit edle Matt-/Glanzeffekte sowie imitierte Oberflächenstrukturen, wie Ledermusterungen oder textile Strukturen durch spezielle Prägungen, sehr gefragt.

Intelligente Verpackungslösungen

Model PrimePac steht für Verkaufserfolg mit intelligenten Verpackungslösungen aus Papier und Karton. Dabei wird laut einer ProCarton-Studie «Karton» am häufigsten verwendet und von Konsumenten als besonders angenehm eingestuft (Lesbarkeit, Gefühl). Eine weitere positive Eigenschaft des Kartons ist die einfache und umweltfreundliche Entsorgung. Klarsichtfenster geben den Blick auf den Inhalt frei und lassen sich trotzdem getrennt entsorgen.



Werner Bösch, Prozessverantwortlicher Folienheissdruck, sowie das gesamte Führungsteam der Model PrimePac vor der neuen Folienheissdruckmaschine.



Auch die Jubiläumspackung «100 Jahre Toblerone» wurde mit der Gietz Foil-Commander hochwertig veredelt.

Faltschachteln mehrteilig und formvariabel, Festkartonagen, Kombinationen, flache Druckerzeugnisse – alles ist möglich, was für das Produkt die gewünschte Emotion transportiert und zum Erfolg beim First Moment of Truth (FMOT) verhilft. Bei der «Wahl der Mittel» arbeiten Kunden und die erfahrenen Verpackungsentwickler oft Hand in Hand zusammen. Bei Workshops werden neue und kreative Ideen gemeinsam diskutiert und die Verpackung als oft unterschätztes Medium als Marketinginstrument ein- und umgesetzt.

Mitarbeiter, Investitionen und Innovationen

220 motivierte Mitarbeiter machen es möglich, jährlich weit über 10'000 Tonnen Karton in ästhetische und effiziente Verpackungen zu verwandeln. 2007 wurde dabei ein nahezu 20%iges Wachstum auf rund 60 Mio CHF erreicht. Dabei sind Investitionen in leistungsfähige und neue Technologien für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit im Internationalen Umfeld von zentraler Bedeutung. So steht eine neue Offsetdruckmaschine zur Verfügung, welche über acht Druck- und drei Lackwerke verfügt. Damit werden anspruchsvolle Druckbilder in höchster Qualität realisiert und insbesondere Gold, Silber und Lackeffekte erzielt. Anfangs 2008 wurde die Kapazität in der Veredelung durch eine hoch moderne Folienheissdruckmaschine zusätzlich ausgeweitet.

Mit innovativen Produkten, einem einzigartigen Leistungsprogramm, hoher Fachkompetenz und umfassenden Dienstleistungen hat sich das Unternehmen seit vielen Jahren als Partner der Süswaren-, Kosmetik-, Textil- und Konsumgüterindustrie im In- und Ausland einen Namen gemacht.

Anzeige

FDM	Feinguss	
		Vakuumguss
Lasersintern	PROTOPLAST GRABHER	
	RAPID PROTOTYPING	
HD3DP		Oberflächen
PROTOPLAST Grabher GmbH Tel: +43 (0) 5577 62500 Augartenstr. 27 E-mail: info@protoplast-prototyping.at Fax: +43 (0) 5577 62127 A-6890 Lustenau Web: www.protoplast.at		



Wifi-Geschäftsführer Thomas Wachter

Am Ende eines Marathonlaufs

Wenn am 23. Juni der Neubau des Wirtschaftsförderungsinstituts Wifi in Dornbirn eröffnet wird, hat die Vorarlberger Wirtschaft ein neues Markenzeichen. In dem sowohl architektonisch wie konzeptionell spektakulären Wifi-Campus vereinen sich institutionelle Organisationen und private Anbieter unter dem Stichwort Weiterbildung. Der Kopf hinter der Vision, lebenslanges Lernen mit Edutainment und Nutzen für die heimische Ökonomie zu verbinden, ist Wifi-Geschäftsführer Thomas Wachter.

Österreich ist ein Staat der Kammern. Sie sind die Machtzentren der Realpolitik und haben sogar das Intermezzo von zwei Regierungsperioden Schlüssel samt wenig kammerfreundlichen rechtspopulistischen Koalitionsanhängeln unbeschadet überstanden. Das Kammerwesen ist föderal strukturiert, und wenn eine kleine Kammer wie die Wirtschaftskammer Vorarlberg im zweitkleinsten Bundesland mehr als 20 Millionen Euro für ein Bauprojekt in die Hand nimmt, dann werden damit eindeutige Zeichen gesetzt. Mit dem so getauften Wifi-Campus unterstreicht «die Wirtschaft», welchen Stellenwert sie der Aus- und vor allem der Weiterbildung ihrer Beschäftigten in Vorarlberg beimisst.

Der Wifi-Campus ist vieles: Zentrale für die Verwaltung des grössten Bildungsanbieters im Land – die alten Gebäude an der Dornbirner Bahnhofstrasse waren auch wirklich schon in die Jahre gekommen. Der Wifi-Campus ist die Konzentration der Seminarräume und Säle, die es zur Bildungsvermittlung braucht – die waren bislang über die Stadt verteilt. Der Wifi-Campus

wird das neue Veranstaltungszentrum der Kammer. Vor allem aber wird der Wifi-Campus, wenn im Laufe des Mais alles fertig gestellt sein wird, eine bisher noch nirgendwo zu findende Mischung aus Institutionen und Privatunternehmen, die unter dem Dach Bildung an einem Ort agieren werden.

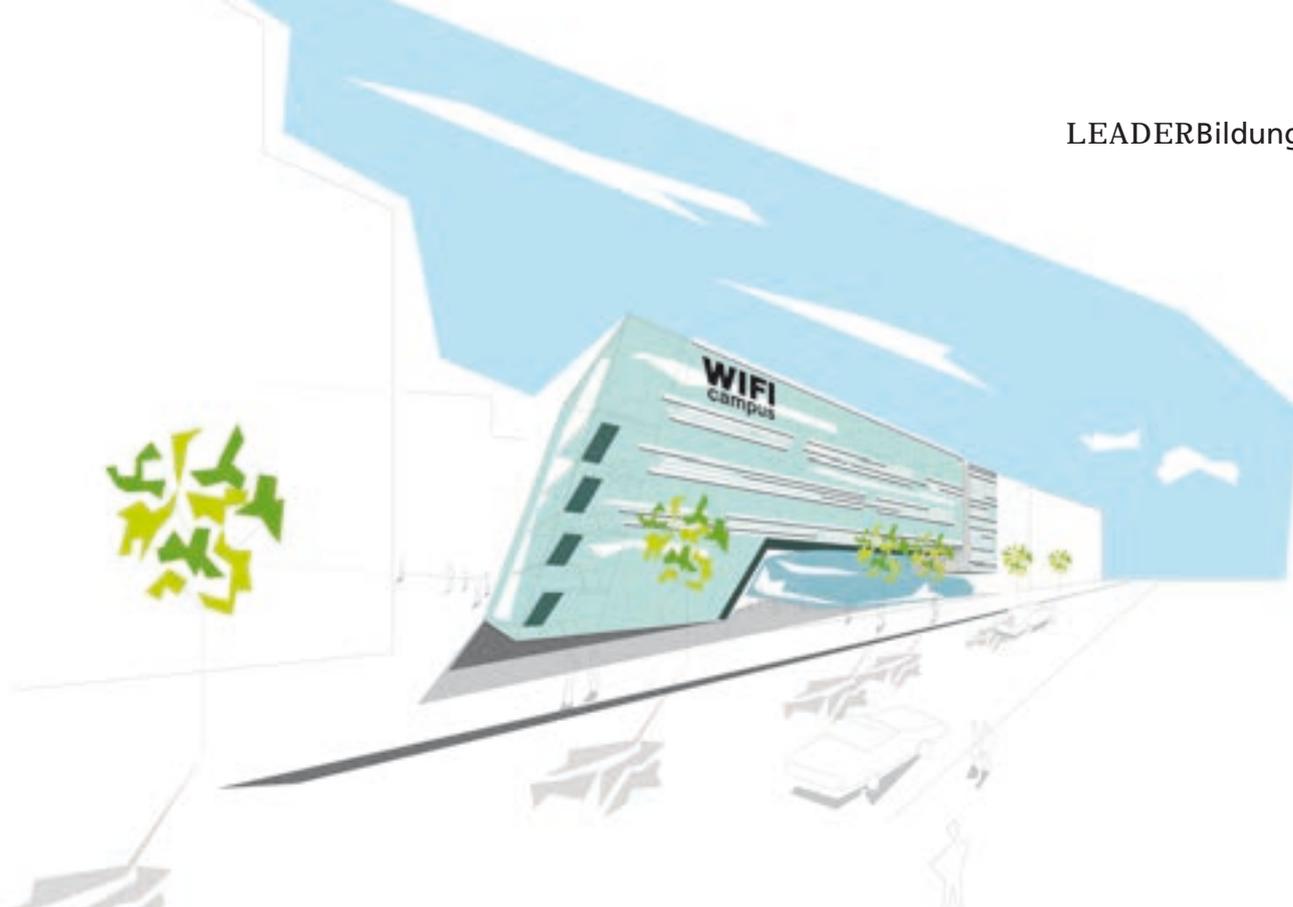
Abwechslungsreicher Treffpunkt

So zieht die staatliche Arbeitsmarktverwaltung AMS in den Campus ein, weil auch sie mit ihren Qualifizierungskursen Teil der Erwachsenenbildungslandschaft ist. Das BIFO hingegen berät bereits die Schüler, welchen Berufs- oder Bildungsweg sie einschlagen sollen. Soweit, so gut. Aber was hat das Schweizer Reisebüro Kuoni dort zu suchen? «Die Partner sind nicht zufällig ausgewählt worden, sondern den Prinzipien von Longlife Learning und Edutainment folgend», erklärt Wifi-Leiter Thomas Wachter. «Ein Kursbesucher kann vom Kursraum direkt in die Buchhandlung oder ins Reisebüro, um ein Buch zu kaufen oder eine Sprachreise zu buchen. Wir

möchten mit dem Wifi-Campus nämlich auch ein sinnliches Erlebnis bieten. Der Campus als Treffpunkt.»

Dieses Konzept hatte Wachter vor sechs Jahren geschrieben, floss in den Architektenwettbewerb ein und sei praktisch nicht verwässert worden. Wachter: «Das ist das Schöne, dass Visionen auch wahr werden können. Das ist schon emotional, das ist wie ein Marathonlauf, der zu Ende geht.»

Der imposante Bau mit rund 6500 Quadratmetern Nutzfläche bestimmt das Bild der stark frequentierten Bahnhofstrasse. Die Wichtigkeit wird durch fallende Linien und Rundungen gebrochen. Über einen Innenhof gelangt man zum Veranstaltungssaal, dem Herz des Gebäudes. Ausgelegt für bis zu 180 Personen und vielfältig nutzbar, wird er auch Dritten offen stehen und soll sich, so Wachter, als Meeting Place in der Grenzregion etablieren. Bewusst und selbstbewusst zugleich, wird er den Namen «Saal der Wirtschaft» tragen. In Analogie dazu heisst das bereits eröffnete Lokal doppeldeutig «Wirt-



schaft» und ist bei den hohen Nutzungsansprüchen an das Haus mehr als nur Jausenbereich für die Pause zwischen zwei Lerneinheiten. An edlem Interieur wurde nicht gespart, weder im ebenerdigen Bereich, der auch von der Strasse aus zum Drink oder Mittagessen einlädt, noch im grosszügigen, Lounge-artigen Obergeschoss, das mit dem «Saal der Wirtschaft» verbunden wird. Der Wifi-Campus ist Beton gewordener Ausdruck einer aktiven Bildungspolitik, der sich die Wirtschaftskammer verschrieben hat. Einer ihrer Leitsätze lautet schliesslich: «Gut und richtig ausgebildete Menschen für den Wirtschaftsstandort Vorarlberg sichern die Zukunft unseres Landes.»

Kurse, Tagungen, Trainings

Sein Platzangebot für Kurse und Seminare hat das Wifi an diesem multifunktionalen Ort auf 20 Räume erweitert. Natürlich sind sie mit den neuesten technischen Möglichkeiten ausgestattet. In Kombination mit dem Saal sind dadurch Tagungen, in deren Rahmen sich die Teilnehmer in Arbeitsgruppen zurückziehen, ebenso möglich wie vermehrt Firmen-interne Trainings, beim Wifi unter dem Kürzel FIT geführt. Sie werden vom Wifi organisiert, aus dem Trainerpool bestückt und machen etwa ein Zehntel des gesamten Geschäfts aus. «Wenn jemand 15 Mitarbeiter schulen will, kann er jeweils drei in fünf Wifi-Kurse schicken oder eben in einen eigenen FIT-Kurs.»

Der neue Wifi-Campus bietet mit seiner Infrastruktur «einen umfassenden Baukasten, den

sonst niemand hat», ist sich Wachter dieser Alleinstellung sicher. Warum ihm um die Auslastung nicht bang ist, hat auch einen zweiten Grund: «Wir haben das Ohr an der Wirtschaft und spüren, welche Qualifikationen nötig sind.» Schliesslich ist das Wifi ja Teil der Wirtschaftskammer. Da jede der neun Wirtschaftskammern in Österreich auch ihr eigenes Wifi hat, ergibt sich auf der Seite der Trainer und Referenten ein Netzwerk, das auch in der Provinz Angebote in sehr speziellen Nischen erlaubt. Anders wäre es auch nicht möglich, dass das «Kursbuch» des Wifi Vorarlberg jedes Jahr rund 1800 Veranstaltungen umfasst... Alle Teilnehmer bringen es zusammen auf 650.000 Stunden pro Jahr.

Der Fokus liegt auf Berufsorientierung und Bezug zur Praxis. Klassische Lehrer sind unter den Kursleitern eindeutig in der Minderheit, hauptsächlich sind es Referenten, die aus der Wirtschaft kommen. «Unsere Aufgabe», sagt Wachter, «ist es, sie didaktisch zu schulen und eine attraktive Lernsituation für Erwachsene zu schaffen.» Der Anteil jener Kursteilnehmer, die über 30 sind, ist in den vergangenen 20 Jahren nämlich von 32 auf 57 Prozent gestiegen. Diese Gruppe wolle nicht in eine Schulklasse sitzen, weiss Thomas Wachter, «sie will einen Mehrwert. Lernen muss mehr sein als nur Wissenskonsument». Verständlicherweise erst recht, wenn sich eine Weiterbildungs-massnahme über Wochen oder gar Monate erstreckt. In modulare Einheiten verpackt, zählen beim Wifi auch umfassende Lehrgänge zum Kerngeschäft, die mit Zertifikaten ab-

geschlossen werden. Dieser Bereich stösst auch auf Interesse aus der benachbarten Schweiz, wo bestimmte Kursangebote beworben werden. Da kann schon mal die Hälfte der Kursteilnehmer Schwyzerdütsch parlieren, etwa bei der Ausbildung zum Mediator. Über das ganze Veranstaltungsangebot gerechnet, beträgt der Anteil der Schweizer Kunden rund fünf Prozent.

Weiterbildungsaktives Österreich

Auf einen Vergleich der berufsorientierten Bildungsangebote auf den beiden Seiten des Rheins lässt sich Wifi-Boss Thomas Wachter nicht konkret ein. Dazu seien die Angebotsstrukturen zu unterschiedlich. Aus Untersuchungen zu den Lissabon-Zielen, die EU bis 2010 zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensgestützten Wirtschaftsraum der Welt zu entwickeln, könne allerdings herausgelesen werden, dass die Österreich «weiterbildungsaktiver» als ihre Nachbarn sind. Und innerhalb der Alpenrepublik brauchen sich die Vorarlberger nicht zu verstecken, nimmt man die Aktivitäten des Wifi zum Massstab: «Unser marktindizierter Umsatz ist gleich hoch wie der des Wifi Salzburg oder Wifi Kärnten», deutlich grösserer Bundesländer. Ob das mit höherem Lernwillen der Arbeitnehmer zusammenhängt oder mit höherer Bereitschaft der Unternehmen, ihren Leute Weiterbildung zu finanzieren, sei dahingestellt. «Wir leisten auf jeden Fall einen Beitrag daran, dass die Vorarlberger Wirtschaft so exportorientiert und erfolgreich ist», resümiert Thomas Wachter.

Wissensdrehscheibe für Vorarlberg



Dr. Hedwig Natter

Die Fachhochschule Vorarlberg wird seit Jahresbeginn erstmals von einer Frau geführt. Dr. Hedwig Natter war in dieser Funktion gleich zum Einstand mit dem Kontrollbericht des Vorarlberger Rechnungshofes konfrontiert. Sie sieht bei aller darin enthaltener Kritik vor allem das Positive: «Er stärkt die Rolle der Geschäftsführung.» Hedwig Natter über den eingeleiteten Strategieprozess an der Fachhochschule.

Bis zur Gründung der Fachhochschule 1997 war Vorarlberg hochschulfreie Zone. Ein Handicap, das sich vielerorts bemerkbar machte – am Fehlen eines studentischen Klimas, an einer bescheidenen Akademikerquote, vor allem aber dem Exodus der Elite. Nur jeder Zweite, der nach Innsbruck, Wien oder in andere Städte studieren ging, kam auch wieder zurück, um in der Heimat einem Beruf nachzugehen. Inzwischen hat Vorarlberg aufgeholt, die Absolventen der Fachhochschule besetzen immer mehr Schlüsselpositionen in der Verwaltung und Wirtschaft.

927 Studenten sind aktuell in Dornbirn eingeschrieben. Darunter elf Schweizer. Das seien wenige, räumt die neue Geschäftsführerin Dr. Hedwig Natter ein: «Es sind meistens solche, die in Studien mit Exklusivbereich wie Mediengestaltung sind.» Traditionelle Wirtschafts- und Technikfächer können die Schweizer auch im eigenen Land belegen. Da sei die Konkurrenz, etwa durch St. Gallen, Buchs oder auch Liechtenstein, gross. Allerdings will die Fachhochschule Vorarlberg in Zukunft stärker herausstreichen, dass Maturan-

ten einer allgemein höher bildenden Schule in der Schweiz direkt an der FH Vorarlberg aufgenommen werden: «Es braucht nicht wie in der Schweiz zuerst ein Praxisjahr.» Verschlussen bleibt die Vorarlberger Fachhochschule jedoch für Schweizer mit Berufsmaturität: «Das hat nichts mit Arroganz von uns zu tun, sondern liegt an bilateralen Abkommen zwischen Österreich und der Schweiz. Im Gegensatz zur Liechtensteiner Berufsmaturität ist die schweizerische bei uns nicht als Zugangsvoraussetzung für eine Hochschule anerkannt.»

Sechsmal drei Studien

Gute Gründe für ein Studium in Dornbirn sind jeweils sechs Bachelor-, Masters- und Diplomstudien. Die Schwerpunkte liegen auf Betriebswirtschaft, Informatik, Wirtschaftsingenieurwesen, Mechatronik, Mediengestaltung und Sozialarbeit. «Es gibt viele Fachhochschulen, die fast ausschliesslich auf Wirtschaft oder Technik ausgerichtet sind. Unsere unterscheidet sich von ihnen, dass sie verschiedene Denkrichtungen unter

einem Dach hat. Wir versuchen, mit interdisziplinären Netzen zu punkten, zum Beispiel mit Technik und Behinderung, da gibt es interessante Überschneidungen.»

Um europaweit anerkannte Abschlüsse zu ermöglichen, «hat unsere Fachhochschule als eine der ersten auf das System Bachelor und Masters umgestellt. So sind wir gleichwertige Partner im EU-Raum», erklärt Natter. Sie hat die Funktion der Geschäftsführerin Anfang dieses Jahres übernommen. Da sie seit 2004 das Rektorat leitete, kennt sie das Haus – und das Haus kennt sie. Ihre Handschrift will sie der Fachhochschule durch neue Inhalte und Angebote verleihen. Kernaufgabe wird die Ausbildung von Studenten bleiben, das ist schliesslich der Auftrag, doch die Fachhochschule Vorarlberg «soll auch zu einer Wissensdrehscheibe im Land werden». Durch eine Reihe von Veranstaltungen schwebt ihr «der Wissenstransfer hinein in die Gesellschaft» vor. Der Campus an der Dornbirner Ach als Treffpunkt der Region, wenn es um Forschung geht.



Campus Fachhochschule Vorarlberg

Pragmatisch wird die Weiterentwicklung des Studienbereichs angepackt. «In diesem Frühjahr beschäftigen wir uns stark mit Markt- und Trendanalysen, Was am Ende konkret herauskommt, kann ich heute noch nicht sagen.» Die Richtung, in die es gehen soll, sei intern jedoch bereits formuliert. «Es wird zum Beispiel überlegt, dass im Bereich Technik möglicherweise bei Mechatronik und Elektrotechnik Vertiefungsprogramme dazukommen. Wir hören aus der Industrie, dass es dafür Bedarf gibt.»

Überhaupt: Die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft sei nicht nur ein Anliegen, sondern täglich geübte Praxis. Hedwig Natter rückt damit «verzerrte Medienberichte» zurecht, nachdem der Prüfbericht des Vorarlberger Rechnungshofes diesen Januar in der Öffentlichkeit breitgetreten worden war. Er hatte für eine veritablen politischen Schlagabtausch gesorgt, lässt sich das Land seine einzige Hochschuleinrichtung jährlich doch mehrere Millionen Euro kosten, und der vor zweieinhalb Jahren eröffnete Erweiterungsbau schlug mit fast 36 Millionen Euro zu Buche. Im Kern habe der Prüfbericht jedoch organisatorische Mängel aufgezeigt, an deren Behebung die Fachhochschul-Führung bereits gearbeitet hätte, versichert die neue Geschäftsführerin.

Jedenfalls konnte der Bericht für sie zu keinem besseren Zeitpunkt präsentiert werden. Die darin enthaltenen Vorschläge und Forderungen gaben ihr zum Start in vielen Bereichen Rücken-deckung. Kritisch fügt sie allerdings an, dass die Darstellung, die Fachhochschule würde zu wenig auf die Anforderungen der Vorarlberger Wirtschaft eingehen, so nicht stimme: «Alle laufenden Studiengänge basieren auf umfangreichen externen Bedarfsanalysen.» Dabei dürfe aber nicht vergessen werden, dass mehrere Jahre verstreichen, bis die ersten Absolventen aus der FH kom-

men: «Die Wirtschaft ist ein sich schnell verändernder Bereich, und allen kann man es nie recht machen. Wenn zwei Unternehmer in Vorarlberg sagen, wir hätten gerne ein Studium zu Chipentwicklung, es sonst aber keiner braucht, dann können wir das nicht machen.»

Gute Chancen am Arbeitsmarkt

Aus regelmässigen Analysen wisse man, dass ihre Absolventen sehr gute Chancen am Arbeitsmarkt haben. Auch aus diesem Blickwinkel seien deshalb bestimmte Vorwürfe ins Leere gegangen: «Die durchschnittliche Zeit der Arbeitssuche unserer Absolventen liegt zwischen acht und neun Wochen. Dabei ist zu beachten, dass zwischen 40 und 45 Prozent unserer Studenten gar nicht auf Stellensuche gehen, weil sie bereits eine Jobzusage in der Tasche haben. Die wurden schon während des Studiums oder der Diplomarbeit von der Wirtschaft aufgesogen.»

Ihre Studiengangsleiter nimmt sie bei dieser Gelegenheit in Schutz: «Sie haben einen intensiven Kontakt mit den Firmen. Sie brauchen die Firmen auch, allein schon für Berufspraktika und Diplomarbeiten.» Wahrscheinlich aber sei es geschickt und für beide Seiten nützlich, ein Modell aus dem Studienbereich Sozialarbeit auf die technischen und wirtschaftlichen Studien zu übertragen: «Die Sozialarbeit ist der einzige Bereich, der einen Beirat eingerichtet hat. Ich denke, es wäre durchaus überlegenswert, ob man einen solchen Beirat nicht auch in anderen Studienprogrammen institutionalisieren möchte», sagt Natter.

Noch näher an Praxis

Im Strategieprozess wird Thema sein, die bestehenden Studienangebote noch weiter den Bedürfnissen der Praxis anzupassen. Studiengänge werden in Österreich jeweils auf fünf Jahre be-

willigt. Wenn nach dem Sommer fünf laufende auf den Prüfstand kommen, «sind wir im Rahmen der Reakkreditierung bemüht, noch kundenorientierter zu werden». Dabei soll vor allem dem Trend zu lebenslangem Lernen und berufsbegleitenden Ausbildungsangeboten Rechnung getragen werden. Natter: «Im Moment haben wir 100 Prozent Präsenzphase. Wir überlegen, bei diesen Studien stärker den virtuellen Raum zu nutzen, damit die Studenten nicht die ganze Zeit vor Ort sein müssen.» Erfahrungen gibt es bereits aus anderen Angeboten: Immerhin rund ein Viertel der Inskribierten absolviert sein Studium nämlich berufsbegleitend.

Als vor wenigen Wochen an der Wiener Universität für Bodenkultur erstmals in Österreich eine Frau zur Rektorin gewählt wurde, fassten das die Medien wie eine kleine Sensation auf. Das Hochschulwesen ist zwar noch immer eine männerdominierte Welt, Hedwig Natter aber trotzdem nicht die einzige Frau an einer Führungsstelle: Auch in anderen Bundesländern werden einige Fachhochschulen von Frauen geleitet. Sie selbst misst diesem Geschlechterwettbewerb wenig Bedeutung bei: «Ob Frauen wirklich etwas anders machen, da bin ich mir nicht sicher. Es geht einfach darum, sich an gewisse Prinzipien wie Sachorientierung, Offenheit, Verbindlichkeit und Verantwortung zu halten. In solchen Funktionen ist es wurscht, ob es ein Mann oder eine Frau ist – man muss sachorientiert arbeiten.»

Ihre ganz persönliche Meinung, sagt die promovierte Kognitionspsychologin, sei, dass Frauen «möglicherweise» etwas ganzheitlicher denken und Dinge mitunter mit weniger Härte durchziehen. «Mir fehlt aber noch die Erfahrung, ob ich es in dieser Funktion als Frau schwerer habe als ein Mann. Fragen Sie mich in einem Jahr.»



VVA Dornbirn: Aussergewöhnliche Lösungen für fast jedes Druckprodukt

«All-in-one» heisst das Motto der Vorarlberger Verlagsanstalt VVA, und das bedeutet, dass Unternehmen und Agenturen für nahezu jedes Druckprodukt mit einer hochwertigen und wirtschaftlichen Lösung rechnen können. Das Spektrum reicht buchstäblich von der Visitenkarte über Prospekte und Mailings bis zum umfangreichen Katalog.

Aber diese Vielfalt allein wäre noch keine Besonderheit. Das wirklich Einzigartige ist, dass die VVA für fast jedes Druckprodukt aussergewöhnliche Lösungen anbietet, die echte Qualitäts- und/oder Kostenvorteile bieten. Vier konkrete Beispiele zeigen, wie sehr die VVA sich von anderen Druckereien unterscheidet:

1. Crossmedia-Lösung für Kataloge

Gemeinsam mit dem Lindauer Unternehmen infolox bietet die Druckerei ein Gesamtpaket an, mit dem sich Kataloge sehr effizient erstellen lassen. Aus einer medienneutralen Datenquelle werden automatisch Websites, Print-PDFs und CD-ROMs generiert. Die Katalogfabrik (www.katalogfabrik.eu) erledigt dabei alles von der Konzeption über den Datenbankaufbau über eventuelle Übersetzungen bis zum Druck und Versand.

2. Mailings und Pocketfolder

Nachdem erst kürzlich der Druck- und Konfektionierbereich eines Direct-Mail-Unternehmens übernommen wurde, kann die VVA nun auch ausgefallene Werbemittel äusserst rationell produzieren, z. B. Selfmailer mit integriertem Antwortkuvert, kleingefaltete Pocketfolder, konturgestanzte Booklets oder Drucksachen mit aufgespendeten Warenproben.

3. Kleinauflagen in Offsetqualität

Mit der europaweit ersten Serienmaschine der neuen Heidelberger Speedmaster mit Anicolor-Farbwerk können nun auch Kleinauflagen in hoher Qualität und sehr preiswert produziert werden. Da sind sogar Auflagen von nur einigen 100 Stück zu erschwinglichen Preisen realisierbar. Sonderfarben, Lack und besondere Papiere inklusive.

4. Visitenkarten online

Die VVA ist eine Kooperation mit prinux (www.prinux.at), Österreichs führendem Anbieter von Visitenkarten, eingegangen und bietet eine Lösung an, die die Visitenkartenbestellung radikal vereinfacht.

Sie bestellen mit Ihrem Web-browser, so einfach wie ein Buch bei Amazon: Gewünschte Daten eingeben, Korrekturabzug am Bildschirm ansehen, fertig!

Die Liste der VVA-Spezialitäten liesse sich noch lange fortsetzen. Das soll aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Dornbirner Druckerei auch für «gewöhnliche» Druckaufträge mehr bietet als viele Mitbewerber.

Druck nach ISO-Norm

So ist die VVA z. B. nach dem internationalen Prozessstandard Offsetdruck gemäss ISO-Norm 12647 zertifiziert. Das bedeutet für den Kunden: Der Druck entspricht exakt den gelieferten Daten – messbar, beweisbar und wiederholbar. Auf 5-, 8- und 10-Farbenmaschinen in Formaten bis 70 x 100 cm wird im Dreischichtbetrieb rund um die Uhr Qualität produziert.

Topleistung auch vor und nach dem Druck

Sehr gross geschrieben wird bei der VVA auch die Druckvorstufe und die Endfertigung. So wird z. B. die Bildbearbeitung für einige Kataloge im eigenen Haus erledigt. Und dank eines neuen Stanzautomaten im Format 70 x 100 können die Dornbirner nun auch z. B. Mappen, Karten, Mailings, Etiketten oder Umschläge mit individuellen Stanzungen, Prägungen, Rillungen oder Perforationen schnell und günstig im eigenen Haus endfertigen.

Wichtige Märkte

«Neben Vorarlberg sind Liechtenstein und die Ostschweiz sehr wichtige Märkte für uns, denn hier wird unsere Qualitätsphilosophie besonders geschätzt», betont VVA-Geschäftsführer Karl-Heinz Milz im Gespräch mit dem LEADER.

Logistik als Stärke

Last but not least weist Milz auf ein Thema hin, das in manchen Druckbetrieben als eher lästige Nebentätigkeit, bei der VVA aber als bewusst forcierte Stärke gesehen wird: Die Logistik. «Uns ist nichts zu komplex – ob aufwändige Kommissionierung oder Versand bis in alle Ecken dieser Welt. Auch international tätige Kunden können sich hier voll und ganz auf uns verlassen.»

Kontakt:

Vorarlberger Verlagsanstalt GmbH
Schwefel 81, 6850 Dornbirn, Austria
www.vva.at, office@vva.at
T +43(0)5572/24697-0
F +43(0)5572/24697-78



Dr. Jodok Simma



«Da spielen wir gleichwertig mit»

Zum Teil waren sie ursprünglich aus ganz anderen Gründen in die Schweiz gekommen, als es der heutige Markt abbildet. Mittlerweile sind es vier Vorarlberger Geldinstitute, die in der Ostschweiz eigene Niederlassungen betreiben. Fakt ist, dass sie von den Strategiewechseln ihrer Schweizer Kollegen profitieren konnten. Dr. Jodok Simma, Sprecher des Vorarlberger Bankenwesens, erklärt im Gespräch mit dem LEADER den Bankenplatz Vorarlberg und was die Vorarlberger – auch in der Schweiz – anders machen.

«Vom Aufbau des Kreditwesens her sind Österreich und Deutschland anders. Bei uns spielen die Sparkassen, Raiffeisen und Genossenschaftsinstitute eine grössere Rolle als in der Schweiz», erklärt Dr. Jodok Simma einleitend die grundsätzlichen Unterschiede, «es gibt in der Schweiz keine Sektoren wie bei uns.» Einige dieser Sektoren wiederum haben in Österreich so genannte Spitzeninstitute, richten ansonsten jedoch ihren Fokus sehr stark auf das jeweilige Bundesland aus. Nach zahlreichen Fusionen in den vergangenen Jahrzehnten sind als bundesweit agierende, spricht: zentral von Wien aus gesteuerte Banken nur noch zwei grosse Spieler übrig geblieben: die Bank Austria Creditanstalt, die noch am ehesten mit der typischen Grossbank in der Schweiz vergleichbar ist, sowie die Bawag PSK. Das Kürzel steht für die ehemals eigenständige Postsparkasse. Wie die Postfinance in der Schweiz nützt die Bawag PSK das Netz der Postfilialen.

Die einzelnen Sektoren bilden jeweils eine eigene Fachvertretung in der Wirtschaftskam-

mer ihres Bundeslandes, da gibt es eine der Hypos, der Sparkassen, der Banken usw. Über diesen Fachvertretungen steht die Sparte «Bank und Versicherungen» als gemeinsame Interessensvertretung. Simma, im «Brotberuf» Vorstandssprecher der Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank Aktiengesellschaft, ist der gewählte Obmann dieses Gremiums und damit Sprecher der Banken- und Versicherungsbranche in Vorarlberg.

Raiffeisen ist nicht gleich Raiffeisen

Analogien bei den Namen von Geldinstituten auf der einen wie der anderen Seite des Rheins sollte man nicht unbedingt trauen. Die Vorarlberger Landesbank (kurz: Hypo), erklärt Simma anhand dieses Beispiels, «ist zwar von der Konstruktion her mit den Kantonalbanken in der Schweiz vergleichbar, aber die Kantonalbanken decken vieles an Geschäften ab, was bei uns wiederum die Sparkassen abdecken.» Noch signifikanter sei die Verschiedenheit von Raiffeisen in den beiden Regionen: «In der Schweiz hat Raiffeisen

sicher eine positive Entwicklung genommen, aber nie die Bedeutung wie bei uns gehabt – auch nicht politisch.» Denn Raiffeisen gilt in Österreich als «schwarze» Bank, während nach parteipolitischen Kriterien – früher zumindest – die Bank Austria und die Gewerkschaftsbank Bawag den roten Gegenpart spielen. Aber die Übernahme der Bank Austria durch die italienische UniCredit und der Bawag-Verkauf an einen amerikanischen Investor machen solche Kategorien zusehends obsolet.

«In beiden Ländern», schildert Simma, «haben die Kunden generell eine hohe Qualität der Dienstleistung im Sinne der örtlichen Nähe, ganz anders als zum Beispiel in Grossbritannien.» Was die Konditionen betrifft, «ist der österreichische Bankenplatz sicher konkurrenzfähig zum Bankplatz Schweiz. Wir haben Jahre hinter uns, wo ein Schweizer in Franken günstiger finanzieren konnte, doch im Moment ist es ziemlich ausgeglichen. Bei den früheren Vorteilen, der Schweizer, als sie den Ruf hatten, sie seien wesentlich

kompetitiver, weil sie bei der Veranlagung eine grössere Tradition hätten, da haben die Vorarlberger gleich gezogen. Da spielen wir durchaus gleichwertig mit. Das war vor 15 Jahren noch nicht so.»

Vorteil Nicht-EU-Mitgliedschaft

Freilich weiss Simma, dass viele seiner Vorarlberger Kunden «auch in der Schweiz was haben» – Handwerker und natürlich die grossen Unternehmen, die den Zahlungsverkehr mit den Schweizer Kunden über eine Bank in der Schweiz ablaufen lassen. Das ist einer der Gründe, warum sich inzwischen vier Vorarlberger Geldinstitute in der Ostschweiz mit eigenen Filialen niedergelassen haben, aber nicht der einzige. Die pekuniäre Verflechtung von Vorarlberg und der Ostschweiz hat nach Ansicht von Jodok Simma vor allem zwei Gründe: «Ich glaube, dass es für manche ein Grund ist, das sie eben nicht in der EU ist,

aber dann ist die Schweiz natürlich auch ein separater Markt.»

Anders liegt der Fall bei den «Ferienwohnungskunden», die sich die Vorteile einer gewissen Anonymität zunutze machen wollen. Sie haben in der Region von vornherein die Wahl zwischen gleich drei Systemen, wobei jenes des Fürstentums Liechtenstein in den letzten Monaten durch die deutsche Steuerfähe sicher an Attraktivität eingebüsst hat. Bleiben wir also beim Vergleich zwischen Österreich und der Schweiz. Bankensprecher Simma: «Beide haben ein wirklich gutes Bankgeheimnis, sie sind beide gleichwertig. Die Schweiz hat den Vorteil, dass sie bei gewissen Bedrängnissen aus der EU oder den USA immer mit den Volksabstimmungen winken kann, was auch so stimmen wird. Bei uns ist dafür das Bankgeheimnis in der Verfassung festgeschrieben. Deshalb kann sich der Kunde in beiden Ländern wohl fühlen.»

Allerdings müssten beide Länder aufpassen, sich ihr Bankgeheimnis nicht verwässern zu lassen, warnt Simma, etwa durch die von ausen hereingetragene Diskussion über Geldflüsse des internationalen Terrorismus.

Die Anleger, die nicht nur aus Deutschland, sondern aus vielen Ländern in die südliche Bodenseeregion kommen, sorgen zweifellos für gute Geschäfte, doch international gesehen seien das natürlich unbedeutende Dimensionen, rückt Simma die Dinge zurecht «Die Ostschweiz und wir haben mittlere Kunden. Die riesigen Kunden gehen nach London, und wenn in die Schweiz, dann nach Zürich oder Genf.» Auf die bilaterale Ebene herabgebrochen, «gibt es nicht viel Bewegung, kein Nomadentum», schätzt Simma die Lage ein, «aber sicher haben mehr Vorarlberger Geld in der Schweiz als umgekehrt. Das ist vielleicht Tradition. Man will nicht alles auf der gleichen Seite haben.»

Anzeige



Die Buchdruckerei Lustenau

ist Qualitätsgarant

für Druckerzeugnisse

aller Art –

in Klein- und Großformaten.



Lustenau · Millennium Park 10
E-Mail info@bulu.at · www.bulu.at

Postanschrift Schweiz
Buchdruckerei Lustenau
Postfach 130 · CH-9434 Au/SG

Ihr Ansprechpartner im Verkauf
Manfred Rosenegger
Mobil 0043/664/3422474

Buchdruckerei Lustenau · Offsetdruck + DTP · A-6890
Telefon 0043/5577/82024-0 · Fax 0043/5577/82024-60

Den Mittelstand im Visier

Bisher vier Geldinstitute aus Vorarlberg haben auf der gegenüber liegenden Seite des Rheins eigene Filialen gegründet. Sie bilden auch einen Teil der Sektoren des österreichischen Bankwesens ab und agieren zum Teil auf unterschiedlichen Ebenen. In chronologischer Reihenfolge wurden folgende Zweigniederlassungen etabliert:

• Volksbank Vorarlberg

Als Erste setzte die Volksbank Vorarlberg Anfang 1997 ihren Fuss über die Grenze. Der Filiale in St.Margrethen folgte eine zweite in Basel. Später wurden die Niederlassungen in Volksbank Bodensee AG umbenannt. Vergangenes Jahr übernahmen die Vorarlberger den Finanzdienstleister JML Holding AG in Zug zu 100 Prozent. Die 1974 gegründete JML zählt zu den führenden privaten Finanzplanern in der Schweiz und betreut mehr als 7000 Kunden aus rund 50 Ländern. «Mit diesem Kauf können wir den gesamten Bereich der Vermögensverwaltung in der deutschsprachigen Schweiz abdecken», sagt Henry Bertel, als Vorstandsdirektor für die Aktivitäten der Volksbank in der Schweiz zuständig. Ziel ist es, den Ertrag von JML innerhalb der nächsten drei Jahre zu verdoppeln. Die JML wird auch in Zukunft eine eigenständige Gesellschaft für das Anlagegeschäft bleiben.

Das klassische Bankgeschäft wird in den beiden «richtigen» Volksbank-Filialen betrieben. Die Bilanzsumme dieses Zweiges belief sich zuletzt auf rund 230 Millionen Franken, beschäftigt werden 22 Mitarbeiter. Der Beweggrund war klar, schildert Bertel: «Der Vorarlberger Markt ist relativ klein, und wir können nicht wie andere nach Osteuropa expandieren, nach Tirol auch nicht, denn da gibt es ein Agreement mit unseren Kollegen. Der Markt in Vorarlberg ist sehr umkämpft, mit einer geringen Kostenstruktur, was wir auch in den Margen merken. Dagegen herrschte vor sechs, acht Jahren in der Schweiz noch Goldgräberstimmung, die Kostenstruktur der Schweizer Banken war etwa doppelt so hoch wie unsere.» Der Abstand habe sich seither verringert, heute herrsche ein wesentlich härterer Wettbewerb.

Die Schweizer Filialen werden sowohl von Schweizer wie österreichischen Kunden genutzt. Viele kommen aus dem Gewerbe und aus Freien Berufen, dem traditionellen Kundenkreis der Volksbanken. Mittelständler sei-

en denn auch die typischen Anleger in den Filialen St.Margrethen bzw. Basel, sagt Bertel, bei denen es um Beträge zwischen 100.000 und zwei Millionen Franken gehe.

• Hypo Vorarlberg

Es ist eine schicke Adresse in St.Gallen: Bankgasse 1. Hier residiert seit Dezember 1997 die Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank. «Eigentlich wollten wir eine Niederlassung ausserhalb der EU haben, weil wir gedacht hatten, es könnte durch die Quellensteuerrückstellungen zu einer stärkeren Flucht aus der EU kommen», berichtet Hypo-Vorstand Dr. Jodok Simma von den Anfängen. «Doch dann gab es in der Schweiz die grossen Fusionen und eine Geschäftspolitik der grossen Banken, die für den Kunden sehr unangenehm war. Der Markt war somit offen für einen neuen, regionalen Anbieter. Da sind wir mit offenen Armen aufgenommen worden.» Die Stärke der Vorarlberger Hypo im Ostschweizer Markt ist nach eigenen Angaben der Kreditmarkt. Die Kreditgesamtschuldensumme beläuft sich auf rund 400 Millionen Schweizer Franken, doppelt so viel wie noch für fünf Jahren. Der Finanzierungszweig ist somit stärker als das Veranlagungsgeschäft.

«Unsere Filiale in St.Gallen hat zu 90 Prozent Schweizer Kunden», erklärt Simma: «Wir sind ihnen mentalitätsmässig näher als eine Schweizer Grossbank.»

• Raiffeisen

Die mächtige Raiffeisenlandesbank Vorarlberg ist in der benachbarten Schweiz nur eingeschränkt aktiv. Um sich gegenseitig nicht weh zu tun, verzichten die Raiffeisenorganisationen auf Vollbanken im jeweils anderen Gebiet. Doch «als sich die Schweizer Banken weitgehend vom Mittelstand zurückgezogen haben, kam es Anfang 2003 zur Gründung der Leasinggesellschaft AIL Swiss-Austria Leasing AG in St.Gallen», berichtet Vorarlbergs Raiffeisenchef Karl Waltle. Die AIL ist eine gemeinsame

Tochter der Raiffeisenlandesbank Vorarlberg und der Raiffeisen Leasing Wien. Beide halten je 50 Prozent des Kapitals.

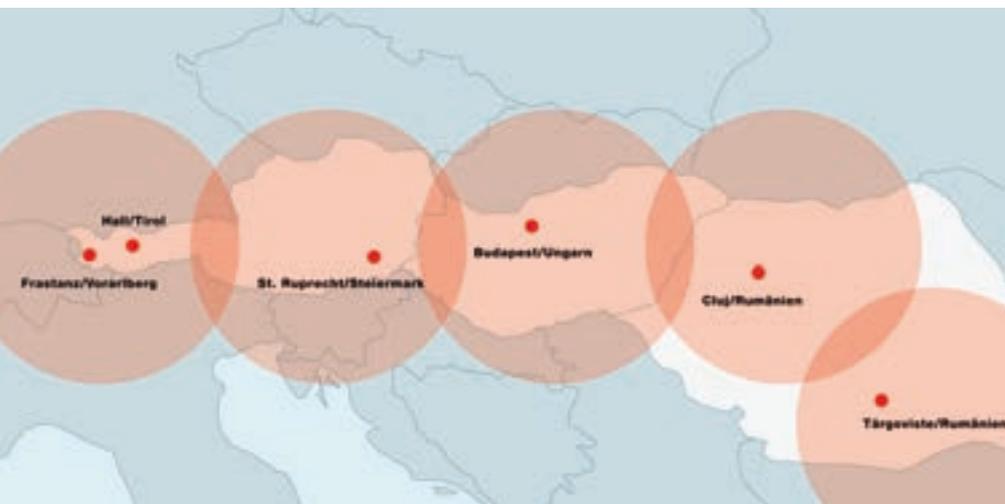
Kunden sind ausschliesslich Gewerbetreibende. «Unser Team hat nach einiger Zeit gesagt: Das Zentrum ist Zürich, wir müssen dorthin!», so Waltle. Der Umzug nach Glattbrugg in die Nähe des Flughafens Kloten wurde im vergangenen Jahr vollzogen. Dort beschäftigt die AIL zehn Mitarbeiter und führt an Werten mobiler Sachanlagen 32 Millionen Franken, an immobilien Sachanlagen rund 200 Millionen.

• Bank für Tirol und Vorarlberg

Jüngster (Teil-)Vorarlberger in der Schweiz ist die Bank für Tirol und Vorarlberg (BTV). Auch sie bewegt sich wie die Volksbank traditionsgemäss im Firmenkunden-, gehobenen Privatkunden- und Wohnbausegment. Die erst 2004 gegründete BTV-Filiale in St.Gallen hat in diesen drei Jahren ein enormes Tempo beim Wachstums hingelegt: Begonnen wurde mit acht Mitarbeitern, heute sind es bereits 25. Das Geschäft muss demnach prima laufen? «Ja, das kann man so interpretieren», sagt der Leiter des Firmenkundenbereichs Gerhard Burtscher, ohne konkrete Zahlen preisgeben zu wollen.

Die Vollbank hat zu 80 Prozent Kunden aus der Schweiz gewinnen können, doch wie bei den anderen nutzen natürlich auch die Stammkunden zuhause in Vorarlberg die Möglichkeiten des institutsinternen Zahlungsverkehrs für Geschäftsverbindungen in die Schweiz. «Wir möchten unsere Kunden in der ganzen Region begleiten, dazu haben wir uns an diesem Bankenplatz sehr gut etablieren können, auch unter den Schweizer Mitbewerbern.» Ein Wegbereiter war die bereits ein Jahr vor der Bank an derselben Adresse gegründete BTV-Leasing Schweiz AG. Bei ihr handelt es sich um eine eigenständige Tochter der österreichischen BTV Leasing GmbH. Deren Schwerpunkte sind Investitionsgüter- und Immobilienleasing.

Rondo im Zeichen der Qualität



Die Rondo Ganahl AG mit Stammsitz in Frastanz hat sich auf die Entwicklung und Herstellung von Wellpappeverpackungen spezialisiert. An den Standorten in Österreich, Ungarn und Rumänien werden mehr als 900 Mitarbeiter beschäftigt. Im Jahr 2007 werden 110.000 Tonnen Papier und 205.000 Tonnen Wellpappe erzeugt; der Konzernumsatz beläuft sich auf 201 Millionen Euro.

International tätiges Unternehmen

Die Rondo Ganahl AG gehört zu den führenden Herstellern von innovativen und wirtschaftlichen Verpackungslösungen. Durch Verlässlichkeit, langfristiges Denken und einem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen schafft Rondo dauerhafte Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten und der Öffentlichkeit. Aus der bewusst einfachen Organisationsstruktur resultiert die von Kunden geschätzte Schnelligkeit und Effizienz. Die unternehmerische Verantwortung wird weitgehend dezentralisiert und somit kann auch lokalen Gegebenheiten in hohem Mass Rechnung getragen werden. Die Wellpappwerke in Frastanz (Vorarlberg), St. Ruprecht (Steiermark), Budapest (Ungarn) und Apahida/Cluj (Rumänien) sind marktgestaltend. Mit der Errichtung einer weiteren Produktionsstätte in Targoviste (Rumänien) wird bei Rondo 2008 der nächste Expansionsschritt eingeleitet.

Modernste Anlagen in Europa

Die Papierfabrik und das Wellpappwerk in Frastanz wurden in den vergangenen Jahren einem anspruchsvollen Investitionsprogramm unterzogen. Damit sichert sich die Rondo Ganahl AG ihre technologische Spitzenstellung, erschliesst neue Produktfelder und schafft weiteres Wachstumspotential. Heute wird auf den modernsten Anlagen Europas produziert. Die präzise Ausführung der Wellpappeverpackungen trägt beim Rondo Kunden entscheidend dazu bei, gute Laufeigenschaften im automatischen Abpackpro-

zess zu erzielen. Damit trägt sie wesentlich zur Optimierung der Verpackungslogistik beim Kunden bei.



Erfolgsfaktor Verpackung

Heute sind die Anforderungen an Verpackungen vielschichtig. Nachdem der Konsument vielfach erst am Regal entscheidet, was er kauft (70 % aller Kaufentscheidungen werden dort getroffen), ist die Message eindeutig. Eine Verpackung dient nicht mehr alleine dazu, Produkte transportfähig zu machen und sie zu schützen. Viel mehr übernimmt sie heute zentrale Kommunikationsaufgaben, da die klassischen Werbekanäle immer mehr an Wirkung verlieren. Daraus resultieren komplett neue und umfangreiche Anforderungen an das Rondo Entwicklungsteam. Mit viel Know-how und überzeugender Konstruktionskompetenz wird täglich an optimalen Verpackungslösungen gearbeitet; denn es sind die verkaufstarken Verpackungen, die für den Erfolg eines Produktes mitentscheidend sind. Neben der wichtigen Kommunikationsaufgabe und dem Anspruch an eine einfache Handhabbarkeit im Gebrauch, muss die Verpackung zudem eine grundlegende Robustheit erzielen, die Wareneinheiten die Belastungen des Logistikprozesses bis

in das Regal unbeschadet überstehen lassen. Darin liegt die grosse Herausforderung. Rondo überzeugt mit gleichermaßen aufmerksamkeitsstarken und wirtschaftlichen Verpackungslösungen und bietet zudem das volle Spektrum an Bedruckmöglichkeiten: Flexodruck, Offsetdirekt- und Offsetkaschierung. Mit diesen erweiterten Möglichkeiten entstehen neue gestalterische Freiräume für kreative und eigenständige Verpackungskonzepte, die Kaufimpulse setzen.



Berufsleute aus drei Ländern werden zu Ingenieuren ausgebildet

Die Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs (NTB) ist eine kleine, aber feine Hochschule in der Ostschweiz. Das Ingenieurstudium Systemtechnik^{NTB}, sowie zahlreiche Masterstudiengänge werden an zwei Standorten angeboten, nämlich am Campus Buchs im Rheintal und seit einigen Jahren auch am Campus Waldau in der Stadt St. Gallen.

Junge Leute aus der Ostschweiz, dem Fürstentum Liechtenstein und dem benachbarten Vorarlberg lassen sich hier zu Ingenieuren ausbilden. Dabei schätzen die Studenten vor allem den kleinen Rahmen und die damit verbundene persönliche Betreuung. Oftmals werden für den grenzüberschreitenden Schulweg Fahrgemeinschaften gebildet. Buchs ist aber auch mit dem öffentlichen Verkehrsmittel bequem zu erreichen.

Bachelor-Studium Systemtechnik^{NTB}

An beiden Standorten kann das Ingenieur-Studium Systemtechnik NTB sowohl als Vollzeitstudium in 3 Jahren, wie auch berufsbegleitend in 4 Jahren absolviert werden. Die Studentinnen und Studenten gestalten ihre Ausbildung ihren Interessen und Neigungen entsprechend aktiv mit und wählen dabei das geeignete Profil aus fünf Angeboten.

Masterangebote

Der Master of Science in Engineering (MSE) ist ein von den Schweizer Fachhochschulen gemeinsam entwickeltes Bildungsangebot, bei dem Studentinnen und Studenten mit überdurchschnittlichem Bachelor-Abschluss ihr Masterstudium an der Fachhochschule ihrer Wahl absolvieren. Die fachliche Vertiefung wird an einer so genannten Master Research Unit (MRU) durchgeführt. Diese ist stark an die anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung der jeweiligen Fachhochschule gekoppelt und verfügt über eine ausgezeichnete Infrastruktur.

Das erste MSE-Studium an der NTB Buchs beginnt im Herbst 2008 und bietet mit den beiden MRU «Systemtechnik, Automation und Produktionstechnik» und «Mikro- und Nanotechnologie» gleich zwei fachliche Vertiefungsmöglichkeiten an.



Daneben gehören sechs weitere Master-Studiengänge, die seit Jahren erfolgreich in Buchs oder St.Gallen angeboten werden, zum Programm.

Nachdiplomkurse

Neben den Masterangeboten gibt es ein modulares, berufsbegleitendes Angebot an Nachdiplomkursen. Auch Firmenspezifische Weiterbildungsveranstaltungen werden angeboten.

Näher dran – auch an der Wirtschaft

Der Technologie-Transfer ist fest in der NTB-Philosophie verankert. Das Zusammenwirken von Hochschul-Lehre und angewandter Forschung und Entwicklung erweist sich als ein grosser Vorteil für die Studierenden. Systemtechnik-Ingenieure und -Ingenieurinnen sind näher dran an den Bedürfnissen der Wirtschaft und sind auf dem Arbeitsmarkt sehr gefragt.

Info-Abende in Buchs und St.Gallen

Interessierte junge Leute werden eingeladen, sich am:

- 6. Mai in Buchs
- 8. Mai in der Waldau St. Gallen

bei den jeweiligen Informationsabenden über das Studium Systemtechnik NTB genauer zu informieren.

Angebot der Interstaatlichen Hochschule für Technik NTB:

Ingenieur-Studium Systemtechnik^{NTB}
Auskunft: studienberatung@ntb.ch

Interdisziplinäres Ingenieur-Studium in Buchs oder St. Gallen
Vollzeitstudium oder berufsbegleitend mit den Vertiefungsmöglichkeiten:

- Technologie und Prozesse
- Mechanik und Produktion
- Elektronik und Regelungstechnik
- Ingenieurinformatik
- Innovationsmanagement und Produktentwicklung

Master-Studien

Auskunft: weiterbildung@ntb.ch

- Master of Science in Engineering (MSE)
- Energiesysteme^{NTB} (MAS)
Kursort: Campus Buchs
- Mechatronik (M.Eng., MAS)
Kursort: Campus St.Gallen
- Micro- and Nanotechnology (M.Sc.)
Kursorte: Campus Buchs und Fachhochschule Dornbirn (A)
- Optische Systemtechnik (M.Sc.)
Kursorte: Campus Buchs und Hochschule Ravensburg – Weingarten
- Software Engineering (MAS)
Kursort: Campus St.Gallen

Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs NTB
Nähere Infos: www.ntb.ch

Campus Buchs
Werdenbergstrasse 4
CH-9471 Buchs
Tel. +41 (0)81 755 33 11

Campus Waldau St. Gallen
Schönauweg 4, Postfach
CH-9013 St.Gallen
Tel. +41 (0)81 755 32 00

Erfolgreich überregional



Die saw spannbetonwerk ag aus Widnau ist als Marktführer von wirtschaftlichen Systemlösungen im Industrie- und Gewerbebau bestens bekannt. Zunehmend sorgt das Rheintaler Unternehmen nicht nur mit seinen erstklassigen Wohnbauten und Lofts für Aufmerksamkeit, sondern auch durch die innovative Fassadengestaltung aus Betonelementen. Dank modernster Verfahrenstechnik, in Kombination mit dem werkseigenen Bahnanschluss, entsteht ein klarer Wettbewerbsvorteil.

Spannende Wohnbauten und Lofts. Loft Hüttwilen

Foto: saw spannbetonwerk ag

Hallensysteme mit Mehrwert

In einem Werk vorfabrizierte Betonelemente stellen die ideale Bauweise für Hallensysteme dar: Die saw spannbetonwerk ag realisiert auf effiziente Weise und nach individuellen Bedürfnissen und Anforderungen, ein- und mehrstöckige Hallen. Dank der massiven Konstruktionsweise werden Lärmbelastigungen bei unterschiedlichen Nutzungen vermieden, zum Beispiel bei Produktionen im Erd- und ersten Obergeschoss sowie Büros in den darüber liegenden Geschossen. Es liegen sehr gute Erfahrungswerte von mehrstöckigen Industriegebäuden vor, die auch in Obergeschossen Produktionslinien mit hoher Nutzlast betreiben. Dank der schwingungsarmen Konstruktionsweise können auf den Rippenplatten selbst schwere Maschinen erschütterungsarm aufgestellt werden. Die Massivbauweise der unterhaltsamen Hallen ergibt langfristig eine höhere Werthaltigkeit dank der ausgezeichneten Dauerhaftigkeit der Bauwerke; die hohe Qualität der Elemente führt bei Tragkonstruktionen zu höchstmöglicher Lebensdauer.

Die Hallen werden zudem höchsten Ansprüchen an Umweltschutz und Bauphysik gerecht: Sie verfügen über einen optimalen Energiehaushalt, eine sehr hohe Speicherkapazität und verzeichnen die beste Ökobilanz im Vergleich zu Stahl- und Holzbauten aber auch Ortbeton. Ihre hohe Feuersicherheit erlaubt einzig Betonbauten eine Einstufung in der höchsten Gebäudeklasse. Daraus resultieren die günstigsten Prämien bei Mobil-, Maschinenpark- und Inventarversicherungen. Das alles mag mit ein Grund sein, weshalb die saw spannbetonwerk ag über gut gefüllte Auftragsbücher verfügt.

Innovative Fassadensysteme bei Wirtschaftsbauten

Das Bedürfnis nach gestalterischer Vielfalt spiegelt sich denn auch in der immer grösser werdenden Nachfrage nach eingefärbten Fassadenelementen wider. Bei der Herstellung eingefärbter Betonelemente traten bis vor etwa zwei Jahren dunkle Flächen, so genannte Wolken, an der Oberfläche auf. Die saw untersuchte während Jahren das chemische und physika-



Projekt «Geltenwilerstrasse». Innovative Fassadensysteme aus Betonelementen



Die Arbeiten an der Tragwerkskonstruktion des IKEA Verkaufshauses.

lische Verhalten von Betonpigmenten wissenschaftlich. Nach intensiver Laborarbeit und begleitenden Versuchen im Elementwerk ist die das Rheintaler Unternehmen wahrscheinlich der europaweit erste Hersteller von Betonfertigteilen, der die Flecken- und Wolkenbildung bei farbigen Betonoberflächen verhindern und Betonfassaden für den Hochbau nicht nur in höchster Qualität, sondern auch in einheitlicher Farbgebung herstellen kann.

Strukturgebung, parallele Prozesse und Qualität

Das Bauprojekt Geschäftshaus Geltenwilerstrasse in St. Gallen ist ein weiteres Beispiel für eindrucksvolle Fassadenstrukturen. Nach der Produktion wurden in einem weiteren Verfahrensschritt sämtliche Betonelemente im sichtbaren Bereich der Fassade gestockt. Jedes einzelne Element wurde mit dem Ziel einer einheitlichen und unverwechselbaren Strukturgebung im Widnauer Werk nachbearbeitet. Schliesslich wurden die Elemente vor Ort in St. Gallen hydrophobiert und im Erdgeschossbereich des ganzen Gebäudes mit einem Graffitienschutz versehen. Der Bauherr kann sich also dauerhaft am einzigartigen Charakter seiner Fassade, deren Farbe und Oberfläche erfreuen und allfälligen Vandalenakten durch Sprayer gelassen entgegen sehen.

Bemerkenswert ist im Weiteren, dass die Fassade während der Montage der insgesamt 1280 Elemente bereits komplett abgedichtet und isoliert war. Das Zauberwort in der Vorfabrikati-

on – sei es bei Bürogebäuden oder Hallensystemen – heisst denn auch «parallele Prozesse». Durch das Führen von parallelen Prozessen können die Bauzeiten meist um mehrere Monate verkürzt werden. So kann auf diese Weise zum Beispiel bereits während der laufenden Produktionsphase der Betonelemente mit Ausubarbeiten oder unmittelbar nach der Montage der Betonelemente, im Gegensatz etwa zu herkömmlichen Ortbetonkonstruktionen, mit dem Innenausbau begonnen werden.

Diese Verkürzung der Bauphase führt nicht nur zu einer deutlich günstigeren Bauzeitfinanzierung, sondern ermöglicht dem Bauherrn auch eine schnellere wirtschaftliche Nutzung seines Gebäudes und dadurch eine um Monate frühere Renditegenerierung. Auch dies ist oftmals gerade im Wirtschafts- und Bürobau ein entscheidendes Kriterium.

Die Vorteile dieser Fassadensysteme aus Fertigbetonelementen liegen jedoch nicht nur in der kurzen Bauzeit, sondern vor allem auch in ihrer überaus hohen Beständigkeit und Qualität. Durch die hohe Dauerhaftigkeit der Fassade ist der Bau wesentlich günstiger im Unterhalt.

Beeindruckende Wohnbauten und Lofts

Das Prinzip der Elementbauweise bewährt sich auch im Wohn- und Loftbau, wie das kontinuierlich steigende Interesse an moderner Architektur und Bauformen zeigt. Die Möglichkeiten mit vorgefertigten Betonelementen sind

beinahe unbegrenzt und lassen Liebhaberherzen der modernen Architektur mit klaren konzeptionellen Vorgaben höher schlagen.

Ein Vorteil der Elementbauweise im Wohnbau ist, dass die Innenwände nicht tragend sein müssen. Somit bleiben die Wohnflächen flexibel einteilbar und können – beispielsweise beim Auszug der Kinder – jederzeit durch das Entfernen von Wänden neu gestaltet werden. Darüber hinaus bestechen die Wohnbauten durch ausgezeichnete Qualität, hervorragende bauphysikalische Eigenschaften und einer langen Lebensdauer. Lichtdurchflutete Wohnbauten und Lofts, heute der Wohnraum vieler zukunftsorientierter Menschen, lassen sich mit vorgefertigten Betonelementen kostengünstig und den individuellen Wünschen entsprechend optimal realisieren.

Umweltfreundlicher Transport per Bahn

Dank ihrem werkseigenen Bahnanschluss ist die saw in der vorteilhaften Lage, ihre Betonelemente äusserst preisgünstig und zeitsparend zu transportieren. Industriegeleise bis vor die Haustür erlauben dem Hersteller, seine Produkte direkt am Fertigungsort der Bahn zu übergeben. Aber auch der komplette Antransport der benötigten Rohstoffe wie Kies und Zement erfolgt seit mehr als 40 Jahren per Bahn. Zudem ist die saw spannbetonwerk ag dank den Veränderungen des Eurokurses auch international konkurrenzfähig und bietet ihre herausragende Qualität auch in Vorarlberg an.

Ob Gross – Der Actros



**Ob Klein –
Der Vito**



bei uns sind Sie gut bedient.

altherr nesslau

Lastwagen-Reparatur-Werkstätte

9650 Nesslau

Telefon 071 994 12 52
www.altherr.ch



Mercedes-Benz
Nutzfahrzeuge



Mercedes-Benz
Nutzfahrzeuge



Markthalle Dietikon
Foto: Dominique M. Wehrli, architektur bild

Partner für anspruchsvolle
Projekte in Stahl und Glas



Tuchs Schmid

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

**Wo ist das
schönste
Reitstadion
Europas?
In St. Gallen.**



**CSIO
Schweiz
St. Gallen**
29. Mai bis 1. Juni 2008

Die Verjüngung der Regierung

Zum zweiten Mal in der Thurgauer Geschichte zieht eine Frau in die Regierung. Die 35-jährige Monika Knill (SVP) ersetzt den zurücktretenden Baudirektor Hans-Peter Ruprecht und erbt von Jakob Stark das Departement für Erziehung und Kultur. Mit der Wahl erreichte sie in relativ kurzer Zeit einen Höhepunkt in ihrer politischen Karriere. Ob damit die Spitze bereits erreicht ist, will die neue Regierungsrätin aber noch unbeantwortet lassen.



Monika Knill

TEXT: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ZVG.

Am 24. Februar geschah das, was sich während den Wochen davor bereits abgezeichnet hatte. Mit Monika Knill schaffte zum zweiten Mal eine Frau den Einzug in die Thurgauer Regierung. Die Konkurrenz blieb chancenlos. Die parteipolitische Zusammensetzung blieb somit unverändert.

Monika Knill wurde 2003 ins Kantonsparlament gewählt und schon zwei Jahre später, im März 2006, zur Chefin der grössten Fraktion befördert. Weitere zwei Jahre später folgt nun mit der Wahl in die Thurgauer Regierung die

vorläufige Krönung. Da fragt man sich natürlich, wohin der Weg die heute 35-Jährigen noch führen soll. Ist Bern dereinst das Ziel? «Niemand weiss, was Morgen kommt und schon gar nicht in einigen Jahren», erklärt Knill gegenüber dem LEADER. «Ich habe keine weiteren politischen Ämter oder Ziele im Kopf, sondern freue mich jetzt auf meine Tätigkeit als Regierungsrätin.» Damit lässt sie verständlicherweise alle Optionen offen. Das fünfköpfige Gremium erhält mit Knill aber ganz klar eine Person, die weiss, was sie will – ganz getreu ihrem Wahlkampflogan «Knill will».

Gradlinige Spuren hinterlassen

Was aber will sie konkret in Angriff nehmen? Mit welchen Zielen tritt die SVP-Politikerin ihre neue Funktion an? «In erster Linie möchte ich mein Departement zielorientiert und verlässlich führen.» Konkret heisse das, dass sie auf der bisher geleisteten Arbeit aufbauen und sich mit ihren Überzeugungen neu einbringen werde. «Meine Arbeit soll im Gesamtregerungsrat wie auch generell für unseren Kanton zukunftsorientierte, gradlinige Spuren hinterlassen.»

«Vieles kommt auf uns zu»

Diese Spuren wird man im Departement für Erziehung und Kultur zu sehen bekommen. Mitte März hat sich der Regierungsrat neu konstituiert. Der bisherige Erziehungsdirektor Jakob Stark wechselt per 1. Juni wie erwartet ins Departement für Bau und Umwelt. Die neue Regierungsrätin Knill übernimmt dann das derzeitige Amt von Parteikollege Stark. Knill wird sich also nicht mit jenem Themenbereich zu befassen haben, bei dem das Volk der Regierung in jüngster Zeit eine klare Abfuhr erteilt hat: die Strassenbauprojekte im Kanton. Was aber nicht bedeutet, dass sie hierzu keine Meinung hätte. Knill weiss, dass dieser Bereich sehr empfindlich und emotional geprägt ist. «Es müssen unbedingt neue Lösungsvorschläge erarbeitet werden, wobei eine seriöse, partizipative Auseinandersetzung und Planung seine Zeit braucht.» Die ganze Verkehrsanbindung in den Oberthurgau verbunden mit der Überarbeitung des kantonalen Richtplans ist denn laut Knill auch eines der dringendsten Projekte. «Weiter beschäftigen wird uns auch das Thema ‚Flug- und Zuglärm‘. Die mittel- und langfristigen Auswirkungen der demographischen Entwicklung hinterlassen Spuren im Gesundheits-, Sozial- und Bildungswesen. Es gibt noch vieles, was auf uns zukommt, damit wir unseren Kanton nachhaltig weiterentwickeln können.»

Die neue Departementsverteilung im Kanton Thurgau ab dem 1. Juni 2008 sieht wie folgt aus:

Departement für Inneres und Volkswirtschaft:
Dr. Kaspar Schläpfer, FDP (bisher)

Departement für Erziehung und Kultur:
Monika Knill, SVP (neu)

Departement für Justiz und Sicherheit:
Dr. Claudius Graf-Schelling, SP (bisher)

Departement für Bau und Umwelt:
Dr. Jakob Stark, SVP (neu)

Departement für Finanzen und Soziales:
Bernhard Koch, CVP (bisher)

Die Frage des Geschlechts

Während des Wahlkampfes griffen die Medien jedoch weniger die konkreten Projekte und Lösungsansätze der Kandidatin, als viel mehr ihr Alter sowie das Geschlecht auf. Dass dies thematisiert wurde, stört Knill aber überhaupt nicht, denn «die Frauenvertretung in der Regierung ist im Thurgau tatsächlich noch etwas Besonderes.» Wie aber steht sie grundsätzlich zur Debatte «Mehr Frauen in Führungspositionen»? «Ich erachte es generell als bereichernd, wenn in einem Gremium beide Geschlechter vertreten sind. So auch in Führungspositionen.» Jegliche Quotenvorgaben empfinde sie hingegen als schlecht, da solche für Frauen nicht besonders motivierend seien. «Letztlich müssen die Frauen auch wollen und sich mit der männlichen Konkurrenz auseinander setzen.»

20 Jahre jünger

Der «Generationenwechsel» prägt derzeit die politische Landschaft der Schweiz. Auch Monika Knill wird 36-jährig sein, wenn sie in die Thurgauer Regierung einzieht. «Es ist vielleicht

ein Zufall, dass tatsächlich da und dort sogenannte Generationenwechsel stattfinden», so Knill. «Ich finde es gut, wenn in der Politik nicht nur die Geschlechterdurchmischung gewünscht wird, sondern auch Personen unterschiedlichen Alters zusammen wirken können.» Durch den Einzug Knills verjüngen sich die Thurgauer Regierungsräte übrigens im Schnitt von 57.6 auf 51.8 Jahre. Knill ist dabei fast 20 Jahre jünger als ihre künftigen Kollegen Claudius Graf-Schelling (58-jährig), Bernhard Koch (59), Kaspar Schläpfer (57) und Jakob Stark (49).

«Einerseits profitieren Jüngere von der Erfahrung der Älteren, andererseits kommen im Rahmen des Generationendialogs auch neue Aspekte und Meinungen dazu», ist Knill überzeugt. Wobei auch Ältere «jung denken» können und umgekehrt. Also sei es nicht immer eine Frage des Alters. Knill weist denn auch die Behauptung zurück, sie habe gezielt auf dieses Amt hingearbeitet: «Man kann auf ein Amt hinarbeiten, doch sollte man nie alles nur auf eine Karte setzen. Es hat auf solchen Wegen im-

Anzeige

Prämien Schockitis
Eine Krankheit, die's bei uns nicht gibt.

Mit unserer Krankenversicherung zahlt Ihr Unternehmen kleine Prämien. www.oekk.ch

ÖKK

mer wieder Weichenstellungen, die man neu beurteilen muss. Oft kommt es halt auch anders als man denkt...»

Unterstützung der Linken

Knill vereinigte am 24. Februar 25'480 Stimmen auf sich, das absolute Mehr lag bei 20'501 Stimmen. Mit diesem Resultat schnitt sie sogar besser ab als SP-Regierungsrat Schelling, der nur 23'982 Stimmen erhielt. Als Vergleich: Koch (CVP) kam auf 30'603, Schläpfer (FDP) auf 31'560 und Stark (SVP) auf 31'456 Stimmen. Ein Grund für das gute Abschneiden Knills dürfte der Umstand gewesen sein, dass sie auch von der linken Seite Unterstützung erhielt. «Alle vier Regierungsparteien fühlen sich im Thurgau weiterhin der Konkordanz verpflichtet. So hat auch die SP den Sitzanspruch der SVP anerkannt und war mit der Nominati-on meiner Person einverstanden», erklärt Knill. «Inwieweit ich auch mit meiner persönlichen Art und Weise zu überzeugen vermochte, können nur die Wählerinnen und Wähler aus dem linken Spektrum beantworten.»

Sicher dürfte es die Linke gerne gehört haben, als sich Knill am Parteitag der SP dafür aussprach, dass die SVP nach der Abwahl von Christoph Blocher neue Wege gehen müsse. Was heisst das konkret? «Anlässlich meiner Vorstellung bei den SP Delegierten im Dezember war die Abwahl von Bundesrat Blocher hoch aktuell und emotional geprägt. Ich meinte damals, dass nach der stark ‚auf Personen‘ fokussierten Politik im vergangenen Jahr (auch durch die Medien) man sich nun wieder auf sachpolitische Inhalte konzentrieren müsse.» Nach den grossartigen Erfolgen bei den eidgenössischen Wahlen stünden die Parteistrategen und Politiker in einer besonderen Verantwortung. «Es gilt nun, dieses grosse Vertrauen in politische Taten umzusetzen.»

Kommentar von Regierungsrat Jakob Stark

«Per 1. Juni 2008 wechsele ich vom Departement für Erziehung und Kultur (DEK) ins Departement für Bau und Umwelt (DBU). Kurz nach diesem Entscheid spüre ich einerseits Wehmut über den Abschied vom DEK, gleichzeitig aber auch Vorfreude auf die Themen im DBU.

Als DEK-Chef habe ich in den vergangenen bald zwei Jahren viele gute Beziehungen mit meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, aber auch mit Vertreterinnen und Vertretern von Verbänden, Organisationen, Stiftungen und Kommissionen aufbauen und pflegen dürfen. Diese Kontakte werde ich sehr vermissen, insbesondere auch die direkten Kontakte zu den Lehrpersonen, zu den Kulturschaffenden und den Sportlerinnen und Sportlern. Sie gilt es auch in Zukunft zu fördern (und zu fordern), wenn wir in diesen Gebieten erfolgreich sein und bleiben wollen.

Meines Erachtens steht der Kanton Thurgau in den Bereichen Bildung und Erziehung, Kultur und Sport gut da, was aber nicht heisst, dass wir die Hände in den Schoss legen können. Verschiedene wichtige Vorlagen kommen nächstens in die Vernehmlassung oder in den Grossen Rat. So die Revision des Beitragsgesetzes und die zukünftige Finanzierung und Organisation des sonderpädagogischen Angebots, die Einführung von Blockzeiten im Kindergarten und in der Primarschule oder das flexible Besoldungssystem. Im Kulturbereich gilt es verschiedene Museumskonzepte zu überdenken und umzusetzen, im Sportbereich ist die rechtliche Grundlage für die Sportförderung zu verbessern und ein Sportkonzept zu erstellen.

Ich bin sehr froh, dass ich die Führung dieser und vieler weiterer wichtiger Dossiers in die Hände einer Nachfolgerin legen kann, die ihr neues Amt als DEK-Chefin topmotiviert antreten wird. Denn das Departement für Erziehung und Kultur stellt das Wunsch-Departement von Regierungsrätin Monika Knill dar. Ich wünsche ihr bereits jetzt alles Gute und viel Befriedigung und Erfolg in ihrer neuen Aufgabe.»

Anzeige



steuerpartner ag
Steuer- und Wirtschaftsberatung

Vadianstrasse 44
CH-9001 St.Gallen

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

info@steuerpartner.ch
www.steuerpartner.ch

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

Geschäftsführende Partner:
Dr. Mathias Oertli | Walter Stiefel | Werner Bollhalder | Thomas Christen

Ihre Steuerberater



Kommt die SVP ans erklärte Ziel?

Der 2. Wahlgang in die St.Galler Regierung ist denkbar offen

Es ist Zeit, die SVP in die St.Galler Regierung einzubinden. Die Tatsache, dass die Partei einen valablen Kandidat stellt, sollte dem Wahlvolk diese Option leichter machen. Klar ist aber schon heute: Spannender war ein 2. Wahlgang selten.

TEXT: STEFAN MILLIUS

Vier Jahre ist es her, seit der LEADER die damaligen SVP-Kandidaten für den Regierungsrat, Markus Straub und Ernst Jörin, aufs Titelbild hievte und die Forderung aufstellte: «Unternehmer in die Regierung». Das brachte uns damals nicht sehr viele freundliche Reaktionen ein, am häufigsten die (falsche) Unterstellung, wir seien ein «SVP-Blatt». Es ist müssig, heute darüber zu debattieren, ob die Wahl eines der beiden Kandidaten 2004 im Jahr 2008 allenfalls zu anderen Resultaten geführt hätte. Sicher ist aber: Unser damaliger Fokus galt zwei Kriterien. Erstens: Die SVP sollte Regierungsverantwortung übernehmen können und müssen. Zweitens: Unternehmerisch denkende Persönlichkeiten hat die Regierung nötig. Vor diesem Hintergrund plädierten wir für eine personelle Erneuerung mit ausgeprägter Wirtschaftsnähe, unabhängig vom Parteibuch. Interessant auch: Die Tatsache, dass wir zuvor auch schon reihenweise Vertreter von CVP und FDP auf unseren Titelseiten präsentiert hatten, wurde bei den Kritikern völlig ausgeblendet.

Im Grundsatz die richtigen Werte

Doch zurück ins aktuelle Wahljahr. Mit Stefan Kölliker hat die SVP einen Kandidaten, der den beiden Kriterien zum Durchbruch verhelfen kann. In der Wahlempfehlung zum 1. Wahlgang hat LEADER Kölliker als «bedingt wählbar» eingestuft und ihn in der Flut von 13 Kandidaturen nicht als zwingend eingestuft. Grund war die Tatsache, dass Kölliker schlicht noch keine Möglichkeit hatte, zu belegen, dass er das

Format eines künftigen Regierungsmitglieds aufweist. Die SVP hat ihn überraschend aus dem Hut gezaubert, und die Tatsache, dass der Treuhänder parteiintern offenbar schon lange fleissig mitarbeitet, sagt natürlich wenig aus über seine Durchsetzungskraft in einem Regierungsamtsamt.

Im Hinblick auf den 2. Wahlgang, in dem eine grüne und zwei parteiunabhängige Kandidaturen mit von der Partie sind, ist nun aber Grundsätzlicheres mehr zu gewichten. Stefan Kölliker steht für Wirtschaftsnähe, für tiefe Steuern, für ein Eindämmen der Staatsausgaben, für sparsames Vorgehen. Ob er diesen Forderungskatalog im Alltag wirkungsvoll umzusetzen weiss, wird sich zeigen. Zum gegebenen Zeitpunkt zählt, dass er für diese Werte, die der LEADER teilt, einsteht. Zudem hat Kölliker bei seinen zahlreichen öffentlichen Auftritten im Wahlkampf gezeigt, dass er die drängenden Fragen im Kanton kennt, einen klaren Standpunkt hat und dennoch gesprächs- und kompromissbereit ist – wichtige Voraussetzungen für die Mitarbeit in einer Regierung.

CVP oder FDP?

Gesetzt den Fall, Stefan Kölliker schafft die Wahl: An wen geht der zweite freie Sitz in der Regierung? Hoffnungen machen kann sich durchaus die grüne Nationalrätin Yvonne Gilli, denn sie könnte rein theoretisch von der weiterhin grossen Kandidatenzahl und der zu befürchtenden Stimmenzersplitterung im bür-

gerlichen Lager profitieren. Andere Beobachter gehen davon aus, dass das links-grüne Potenzial wohl trotz der komfortablen Ausgangslage nicht für eine Wahl reicht. Umso mehr, als möglicherweise viele SP-Wählende frustriert zu Hause bleiben und sich fragen, weshalb sie nach dem eigenen Wahldebakel nun einer grünen Kandidatin ins Amt verhelfen sollten.

Wer bürgerlich wählen möchte, hat die Qual der Wahl. Tatsächlich aber ist für parteiunabhängige, aber bürgerlich denkende Wähler der 2. Wahlgang eine Knacknuss. Andreas Hartmann, Arzt aus Rorschach, als Fraktionspräsident der FDP im Kantonsrat ein alter Hase, Martin Gehrer, Staatssekretär aus Gaiserwald, der amtierende «achte» Regierungsrat: Es sind politische Schwergewichte, die FDP und CVP ins Rennen schicken. Wobei die FDP den Vorteil hat, ihre Linie durchziehen zu können, während die CVP zu hektischen Beschlüssen gezwungen war.

Erstaunen beim Gewerbe

Das ungnädige Verdikt der Wählerinnen und Wähler im 1. Wahlgang, bei dem Armin Eugster und Lucrezia Meier-Schatz auf der Strecke blieben, stürzte die Christdemokraten in ein Gefühlschaos. Handeln war angesagt, und charakteristisch für Personalentscheide ist, dass einer gewinnt und ein anderer auf der Strecke bleibt, was in den jeweiligen Lagern Freude oder Zorn weckt. Mit der Entscheidung, die beiden bisherigen Kandidaten aus dem Rennen

zu nehmen und einen neuen zu bringen, hat die St.Galler CVP allerdings gleich mehrere Seiten verprellt. Die Operation «Frisches Blut» hat den Vorteil, nicht wählen zu müssen, welche der beiden unterlegenen Kandidaturen die hoffnungsvollere wäre, Eugster oder Meier-Schatz. Die Schattenseite der Übung: In nur fünf Wochen musste mit Martin Gehrer ein Mann aufgebaut werden, der zwar zu den einflussreichsten in der kantonalen Politik gehört, aber im Hintergrund wirkt.

Der Kanton St.Gallische Gewerbeverband beispielsweise, durchaus eine Stimme von Gewicht, spricht sich für das Tandem Kölliker/Hartmann aus. In der bewussten Stellungnahme stellt der Verband nicht etwa dem CVP-Kandidaten ein schlechtes Zeugnis aus, sondern moniert, dass Armin Eugster – Vizepräsident des Gewerbeverbandes – aus dem Rennen genommen wurde. Das Beispiel zeigt, dass Befindlichkeiten dieser Art bei der Wahl durchaus eine Rolle spielen.

Verwaltungskarriere

Dem Gewerbeverband wäre diese Empfehlung wohl schwerer gefallen, wenn die CVP einen Mann der Wirtschaft portiert hätte. Auch dann wäre die Frage nach der Richtigkeit der Kandidatenauswechslung im Raum gestanden, doch das Argument der Gewerbenähe hätte damit nicht allein für Kölliker und Hartmann gestochen. Mit Martin Gehrer steht die CVP vor einem «Verkaufsproblem». Dass ein seit acht Jahren amtierender Staatssekretär, der die Staats-

kanzlei leitet und der Regierung zur Seite steht, den Kanton perfekt kennt, die politischen Abläufe im Griff hat, über ein wertvolles Netzwerk verfügt: das ist klar. Die Frage ist nun aber, welche Werte man in einem Kandidaten sucht.

Ohne Frage steht auch Gehrer für die Marktwirtschaft ein und anerkennt die Bedeutung von Unternehmen. Es ist allerdings einfacher, das eingängig zu vermitteln, wenn ein Kandidat aus dem Gewerbe stammt oder diesem direkt verbunden ist. Gehrers berufliche Stationen seit 1977 zeugen von einer beispiellosen Verbundenheit zur Behördentätigkeit beziehungsweise anverwandten Bereichen. Lehrauftrag, Verwaltungsassistent im Erziehungsdepartement, juristischer Mitarbeiter der Staatskanzlei, stellvertretender Direktor der Gebäudeversicherungsanstalt, Gemeindepräsident, Staatssekretär. Das, wohlgemerkt, soll dem Kandidaten nicht zum Nachteil ausgelegt werden, denn dokumentiert ist, dass Gehrer in all diesen Aufgaben gute Arbeit leistete. Aber natürlich bietet ein solcher Lebenslauf Angriffsflächen für diejenigen, die unternehmerische Initiative in einer Regierung wünschen.

Andreas Hartmann oder Martin Gehrer: Prognosen sind kaum möglich. Beide werden im Fall einer Wahl aber die wirtschaftsfreundliche Politik im Interesse der Unternehmen und der Steuerzahler sicherlich unterstützen und weiterführen.



«Ich kann seine Enttäuschung nachvollziehen»

Staatssekretär Martin Gehrer soll das umsetzen, wovon die CVP im ersten Wahlgang weit entfernt war: Die Sicherstellung eines zweiten Regierungsratssitzes. Gegenüber dem LEADER erklärt der 51-jährige Jurist, wieso er als «Wunschkandidat» erst so spät ins Spiel eingestiegen ist.

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: MAREYCKE FREHNER

Herr Gehrer, hat die CVP in den vergangenen Monaten alles falsch gemacht?

Martin Gehrer: Sie sprechen die Ergebnisse der Kantonsratswahlen und der Regierungswahlen an. Diese waren für die CVP in der Tat enttäuschend. Es gelang uns nicht, stärkste Fraktion im Kantonsrat zu bleiben und den vor vier Jahren verlorenen dritten Regierungssitz zurückzuerobern. Woran dies lag, werden die Analysen zeigen. Gleich darauf zu schliessen, die Partei hätte in den vergangenen Monaten alles falsch gemacht, wäre jedenfalls voreilig und falsch. Zurzeit richten wir den Blick aber nach vorne auf den zweiten Wahlgang der Erneuerungswahlen für die Regierung. Die CVP will ihren zweiten Regierungssitz verteidigen. Mit meiner Kandidatur will ich meinen Teil dazu beitragen.

Wie erklären Sie sich das schlechte Abschneiden der beiden Kandidaten?

Vorerst gilt es festzuhalten, dass Josef Keller mit einem sehr guten Resultat wieder in die Regierung gewählt wurde. Lucrezia Meier-Schatz und Armin Eugster wurden beide unter Wert geschlagen. Dies bedaure ich. Was genau für das Abschneiden der beiden ausschlaggebend war, kann ich nicht beurteilen. Ich blicke nach vorne. Die Konstellation ist jetzt eine andere: Wir wollen einen der beiden verbleibenden Regierungssitze gewinnen. Dafür trete ich zum zweiten Wahlgang an.

Sie sollen nun den «Karren aus dem Dreck ziehen». Wird Ihnen das gelingen?

Die Wählerinnen und Wähler werden dies am 4. Mai 2008 entscheiden. Ich übe mich nicht im «Kaffeesatz-Lesen». Ich gebe jedenfalls mein Bestes. Klar ist aber auch: Würde ich mir keine Chancen ausrechnen, wäre ich wohl kaum angetreten. Die Partei sieht dies auch so, sonst hätten mich die Delegierten nicht mit 121 zu 2 Stimmen nominiert. Dass mich so viele Persön-

lichkeiten aus allen politischen Lagern in einem überparteilichen Komitee unterstützen, bestärkt mich in meiner Zuversicht.

Armin Eugster rechnete sich durchaus Chancen im zweiten Wahlgang aus und ist etwas frustriert. Können Sie das nachvollziehen?

Ich kann seine Enttäuschung nachvollziehen. Armin Eugster hat sich im Wahlkampf über Wochen mit Leib und Seele engagiert. Er hat als Fraktionschef hervorragende Arbeit geleistet und wäre mit Bestimmtheit ein guter Regierungsrat geworden. Dass er enttäuscht darüber ist, dass die Partei aufgrund der neuen Konstellation innert weniger Stunden die Strategie geändert hat, ist mehr als verständlich.

Die Parteileitung sagt, das Vorgehen sei mit allen Kandidaten abgesprochen worden. Eugster dementiert das. Wie war es denn nun wirklich?

Diese Frage müssen Sie der Parteileitung stellen. Ich wurde von der Partei erst kontaktiert, nachdem sich die Parteileitung zu einer «Rochade» entschlossen hatte. Jedenfalls haben mir alle Seiten bestätigt, dass bei der Analyse der Sachlage Lucrezia Meier-Schatz und Armin Eugster mit von der Partie waren.

In Ihrem Zusammenhang fiel von der CVP das Wort «Wunschkandidat». Wieso hat man diesen «Wunschkandidaten» nicht schon im ersten Wahlgang aufgestellt?

Im ersten Wahlgang verfolgte die Partei eine andere Zielsetzung: Wir wollten drei Regierungssitze gewinnen, mit dem Bisherigen, Josef Keller, und zwei Neuen, Lucrezia Meier-Schatz und Armin Eugster. Dieses ausgewogene Dreier-Ticket sollte das Ziel erreichen. Leider gelang dies nicht. Die Ausgangslage für den zweiten

Wahlgang präsentiert sich anders. Es war ein Kandidat gesucht, der in der CVP breit abgestützt ist und über die Partei hinaus anerkannt ist. Deshalb wurde ich wohl in dieser speziellen Situation als «Wunschkandidat» bezeichnet. Ich setze alles daran, diesen Vorschusslorbeeren gerecht werden. Mit mir hoffen dies viele Bürgerinnen und Bürger, die mir ihre Unterstützung zugesagt haben. Darauf zähle ich gern.

Sie gelten bereits jetzt als achter Regierungsrat. Haben Sie sich bei ihren bereits gewählten «Kolleginnen» und «Kollegen» für den Wahlkampf vorbereitet?

Der Staatssekretär wird fälschlicherweise häufig als achter Regierungsrat bezeichnet. Als Stabschef der Regierung bin ich zwar häufig mit der Regierung unterwegs und kenne die Regierungsgeschäfte. Als Leiter der Parlamentsdienste arbeite ich aber auch eng mit dem Präsidium des Kantonsrates und dem Parlament zusammen. Ich kenne also die Abläufe. Die Mitglieder der Regierung mussten mich somit nicht speziell auf den Wahlkampf vorbereiten. Aber den einen oder anderen Tipp habe ich natürlich schon bekommen.

Sollten Sie gewählt werden: Welches Departement hätten Sie denn gerne?

Es ist Sache der Gesamtregierung, die Departemente den einzelnen Mitgliedern zuzuteilen. Bei der Zuteilung spielen Eignung und Vorlieben ebenso eine Rolle wie politische Überlegungen. Es wird sich zeigen, ob es zu Departementswechseln unter bisherigen Mitgliedern der Regierung kommen wird. Jedenfalls bin ich für verschiedene Varianten offen. Es wäre unehrlich zu sagen, ich hätte keine Präferenzen, diese werde ich aber nicht in der Öffentlichkeit preisgeben. Zu wählen sind jetzt noch zwei Mitglieder der Regierung und nicht dieser oder jener Departementsvorsteher.

«Die finanziellen Mittel sind eher bescheiden»

Der parteilose Rolf Huber rechnet sich durchaus Chancen aus, in den St.Galler Regierungsrat gewählt zu werden an. Der Gemeindepräsident von Nesslau-Krummenau hat im ersten Wahlgang ein überraschend gutes Resultat erzielt. Wofür setzt sich der eher unbekannt Toggenger ein und aus welchen Lagern erhofft er sich Stimmen? Der LEADER fragte nach.

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: MARECKE FREHNER

Herr Huber, ganz ehrlich, waren Sie vom Resultat im ersten Wahlgang überrascht?

Rolf Huber: Ja ich war überrascht und zwar im positiven Sinn. Ich bin wirklich überrascht, dass ich so viele Stimmen erhalten habe, da ich ja in den meisten Teilen des Kantons St. Gallen ein «Nobody» war.

Wieso haben Sie sich entschieden, den zweiten Wahlgang in Angriff zu nehmen?

Das für mich sehr gute Resultat hat mich beflügelt. Im Übrigen war von Anfang an relativ klar, dass es zu einem zweiten Wahlgang kommen wird und ich habe ja nichts zu verlieren.

Zu verlieren haben Sie nichts. Welchem Kandidaten werden Sie jedoch Stimmen stehlen?

Von Stimmen stehlen kann nicht die Rede sein. Das Stimmvolk entscheidet und gibt die Stimmen nach ihrem freien Willen ab. Sicher ist, dass es mit der grossen Anzahl von Kandidaten schwierig wird.

Die FDP will weder mit der CVP noch mit der SVP ein «Päckli» schnüren. Profitieren Sie von diesem Entscheid?

Klar, wenn kein Päckli geschnürt wird kann ich natürlich davon profitieren. Päckli werden aber nur von den Parteispitzen ausgehandelt, ob das Stimmvolk solche Abmachungen respektiert ist eine andere Frage.

Sie haben als Parteiloser im ersten Wahlgang ein beachtliches Resultat erreicht. Für die Wähler welcher Parteien sind Sie wählbar?

Als Parteiloser bin ich natürlich für alle Stimmberechtigten unabhängig der Partei wählbar und dies betrachte ich als meinen Vorteil. Wenn ich die politischen Zwängerei, die momentan laufen, betrachte, so wäre das Stimmvolk mit einem Parteilosen sicherlich gut bedient.

Im LEADER drängt sich die Frage natürlich auf: Wie nahe stehen Sie der Wirtschaft beziehungsweise den KMU?

Ich stehe der Wirtschaft beziehungsweise den KMU sehr nahe. Als Gemeindepräsident ist man sich über die Wichtigkeit der Wirtschaft im Besonderen der KMU voll bewusst. Die KMU sind sehr wichtige Räder im Getriebe unserer Wirtschaft in den Regionen. Die KMU in der Gemeinde Nesslau-Krummenau kennen mich und wissen, dass ich mich immer wieder für Ihre Anliegen einsetze.

Was möchten Sie als Regierungsrat des Kantons St.Gallen bewirken?

Ich bin überzeugt, dass ich mit meiner einfachen und unkomplizierten Art ein sehr wertvolles Mitglied der Regierung sein könnte. Meine rasche Auffassungsgabe und mein breites Sachwissen aus der bisherigen Tätigkeit wäre sicherlich eine Bereicherung. Ein grosses Anliegen ist, dass die administrativen Abläufe vereinfacht werden und



nicht noch unnötige Gesetze geschaffen werden. Da ich die Sorgen und Anliegen der KMU aber auch des Tourismuses und der Landwirtschaft kenne, könnte ich viele positive Impulse einbringen. Es ist mir jedoch ganz klar, dass ich nicht von Anfang an alles überwerfen könnte. Meine Art ist eher die Abläufe zu überprüfen und wenn nötig rasch anzupassen.

Als echter Vertreter aus einer ländlichen Region, könnte ich sicherlich vieles beitragen, damit das gegenseitige Verständnis zwischen Stadt und Land verbessert würde.

Bis zum zweiten Wahlgang am 4. Mai bleibt noch etwas Zeit. Wie sieht Ihre Kampagne aus? Wie wollen Sie Ihre Bekanntheit noch weiter steigern?

Es wird schwierig im zweiten Wahlgang sich noch gut zu positionieren. Die finanziellen Mittel sind eher bescheiden und eine breite Lobby fehlt. Obwohl viel Leute mir wohl gesinnt sind, können viele dies nicht öffentlich kundtun, da sie mit einer Partei oder anderweitig mit der Politik verknüpft sind.

Meine Bekanntheit ist durch den ersten Wahlgang sicherlich enorm gestiegen. Es ist mir jedoch klar, dass es sehr schwierig ist, die Stimmen von meinen Fähigkeiten zu überzeugen.

Vertrauen heisst Verantwortung tragen

Trendcommerce Group –
Ihr Partner für höchste Ansprüche

Wir bieten Ihnen das ganze crossmediale
Dialogmarketing in Perfektion,
aus einer Hand – mit jahrelanger Erfahrung.

www.trendcommercegroup.ch



Die Trendcommerce Group umfasst:



Aktiver Umweltschutz im Offsetdruck

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



Aliens, E.T.'s und Spocks vermitteln wir nicht. Sonst praktisch alle.



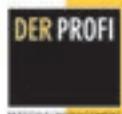
Egal, ob Sie Arbeit suchen oder Arbeit
anbieten. Bei uns finden Sie die optimale
Ergänzung. Wie auch immer Ihre
Vorstellungen aussehen.

Der Profi Personalmanagement

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

Moosackerstrasse 15 CH-9444 Diegoldsau
Tel. +41 71 737 70 00 Fax +41 71 737 70 06
www.derprofi.ch profi@derprofi.ch

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





INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: MAREYCKE FREHNER

Herr Hartmann, wie interpretieren Sie den ersten Wahlgang?

Andreas Hartmann: Das Ergebnis des ersten Wahlganges ist für die FDP in mehrfacher Hinsicht erfreulich. Die beiden bisherigen Regierungsräte Karin Keller-Sutter und Willi Haag haben mit dem ersten respektive zweiten Platz der Wiedergewählten ein hervorragendes Ergebnis erzielt. Als Neukandidierende durfte ich ebenfalls ein sehr gutes Resultat erreichen, nur knapp hinter der national bekannten Nationalrätin Lucrezia Meier-Schatz. Dies stellt eine gute Ausgangslage für den 2. Wahlgang dar.

Die CVP hat ihre Kandidaten ausgewechselt. Diskutierte man auch bei der FDP über die Möglichkeit?

Offensichtlich schätzen die Verantwortlichen der CVP meine Kandidatur als stark ein. Sie haben für den zweiten Wahlgang die Strategie gewechselt und von einer Zweierkandidatur zu einer Einerkandidatur zurückbuchstabiert. Die FDP-Parteileitung hat aufgrund meines Ergebnisses im ersten Wahlgang einstimmig entschieden, auch im zweiten Wahlgang wieder mit mir anzutreten. Dieser Beschluss war unbestritten.

Hat Sie das gute Abschneiden von Stefan Kölliker überrascht?

«Wahlabsprachen können in gewissen Situationen Sinn machen»

Die beiden FDP-Regierungsräte wurden mit Glanzresultaten bestätigt. Nun soll Andreas Hartmann auch den dritten Sitz sichern. Dabei schnüren die Freisinnigen weder mit der SVP noch mit der CVP ein «Päckli». Wieso man den Alleingang wählt, erklärt FDP-Kandidat Andreas Hartmann gegenüber dem LEADER.

Stefan Kölliker hat im ersten Wahlgang ein gutes Ergebnis erzielt. Wenn man die Ergebnisse der SVP bei den Kantonsratswahlen berücksichtigt, war sein Ergebnis durchaus zu erwarten.

Wird die SVP am 4. Mai einen Regierungsratssitz gewinnen?

Die SVP strebt einen Regierungssitz an. Im Allgemeinen sind die grossen Parlaments-Fraktionen auch in der Regierung vertreten. Im Gegensatz zum Bundesrat wird die St.Galler Exekutive jedoch nicht vom Parlament, sondern vom Volk gewählt. Dabei steht nicht die Parteizugehörigkeit der Kandidatinnen und Kandidaten im Vordergrund, sondern die Persönlichkeit. Die Wählerinnen und Wähler werden an der Urne entscheiden, welche Köpfe die Geschicke unseres Kantons in den nächsten vier Jahren lenken sollen.

Wie viele Sitze wird die FDP künftig haben?

In den letzten acht Jahren haben drei freisinnige Regierungsräte in der St.Galler Regierung mitgewirkt und dabei eine hervorragende Arbeit geleistet. Die Resultate bei der Wiederwahl sprechen für sich. Dank dieser Mitarbeit konnte sich unser Kanton sehr positiv entwickeln. Damit die FDP ihren Beitrag zur Weiterentwicklung unseres Kantons auch in Zukunft leisten kann, will sie ihren dritten Sitz in der Regierung verteidigen.

War es Ihrer Ansicht nach falsch von der CVP, im ersten Wahlgang mit zwei Kandidaten anzutreten?

Die CVP wollte verständlicherweise ihren dritten Regierungssitz zurückerobern, den sie 2004 verloren hat. Dieses Vorhaben musste sie aufgrund der Ergebnisse des ersten Wahlganges aufgeben. Ich finde es aber richtig, dass sich die Parteien vor den Wahlen nicht gegenseitig absprechen und Sitze zuhalten wollen. Die Entscheidung über die Sitzverteilung steht nicht den Parteien zu, sondern den Wählerinnen und Wählern. Jede Partei soll mit so vielen Kandidatinnen und Kandidaten antreten, wie sie es für richtig hält. Auf diese Weise hat das Volk eine echte Auswahl.

Wieso schnürt die FDP weder mit der CVP noch mit der SVP ein «Päckli»? Wollen sich die Freisinnigen einfach nicht festlegen und alle Optionen offen lassen?

Wahlabsprachen können in gewissen speziellen Situationen Sinn machen. Sie bilden aber für die FDP des Kantons St.Gallen die Ausnahme. Unsere klar bürgerlich-liberale Politik können wir am besten und glaubwürdigsten vertreten, wenn wir – wie bei den anstehenden Regierungswahlen – alleine zum Wahlkampf antreten.



Projekt «W1» in Wil

Wil will – aber kann es auch?

Wil steht derzeit in einem besonderen Wettkampf mit Rorschach. Bis zum 11. Mai fordern sich die Bewohner der beiden Städte sportlich heraus. Gewinner ist jene Ortschaft, die bis dann mehr Bewegungszeit auf dem Konto hat. Das ist schön und bringt positive Schlagzeilen. Doch wie fit ist die Äbtstadt in anderen Bereichen? Das Potenzial ist vorhanden. Aber was macht man daraus? Ein spezielles Projekt könnte als Antrieb dienen.

Wil glänzt – wenn es um die Finanzen geht – mit Erfolgsmeldungen. Die Rechnung 2007 schliesst mit einem fetten Gewinn von 7.37 Millionen Franken. Ein zu Recht stolzer Stadtpräsident Bruno Gähwiler präsentierte dieses Ergebnis Anfang März den Medien. Zurückzuführen sind die schwarzen Zahlen auf Mehreinnahmen bei den Steuern, niedrige Ausgaben bei der Sozialen Wohlfahrt sowie nicht vorhersehbare Gewinne von Liegenschaftsverkäufen. Es scheint also so, als habe man in der Vergangenheit alles richtig gemacht. Nun will man die Zukunft in Angriff nehmen. Im Papier mit dem trockenen Titel «Stadtentwicklung Wil – Zielkatalog» werden Visionen und Massnahmen aufgelistet, welche die Äbtstadt nach oben torpedieren sollen. Zwei Punkte werden dabei als

sogenannte «Oberziele» geführt. Erstens: «Wil ist das Regionalzentrum der Ostschweiz zwischen St.Gallen, Winterthur, Frauenfeld und Toggenburg.» Und zweitens: «Wil wird als Lebens- und Wirtschaftsraum über die Gemeindegrenzen hinweg verstanden. Wil und die Nachbargemeinden verstehen sich als die Region Wil. Zusammen mit der Stadt Wil fördern die Nachbargemeinden die Entwicklung der Region mit Wil als Zentrum und wichtigster Stadt zwischen Winterthur und St.Gallen.»

Schulnoten für die Zukunft

Für Stadtrat Beda Sartory ist denn auch klar: Neben dem Projekt «Sportpark Bergholz» ist das Stadtentwicklungskonzept das grösste Projekt, mit dem sich die Stadt Wil respektive in

der Projektleitung das stadträtliche Departement Bau, Umwelt und Verkehr derzeit befasst. Deshalb will man es auch entsprechend breit abstützen und verschickte kurzerhand an alle Haushaltungen einen Fragebogen. Herr und Frau Wiler können hier Schulnoten verteilen und somit die einzelnen Punkte bewerten, kommentieren und gewichten. «Wir verstehen diese Umfrage als entscheidenden Gradmesser für die Mehrheitsfähigkeit und damit Machbarkeit der verschiedenen Vorhaben», erklärte Stadtpräsident Bruno Gähwiler gegenüber der «Wiler Zeitung». Man darf nun gespannt sein, wie viele Wiler aktiv die Zukunft ihrer Stadt mitgestalten wollen, wie diese Zukunft aussehen soll und wie offen man gegenüber einer Neuausrichtung ist.



Branchen fördern

Heute ist die Stadt Wil laut Eigenwerbung Zentrum einer kantonsübergreifenden Region mit über 110'000 Einwohnerinnen und Einwohnern und bedeutender Verkehrsknotenpunkt. Man versteht sich als Tor zum Toggenburg, als Stadt mit Charme und Geschichte. Nun will man die Wirtschaftsentwicklung ankurbeln. Der Anteil der Arbeitsplätze gegenüber der Bevölkerungszahl soll weiterhin bei 50 bis 60 Prozent liegen. Ausgehend von den heute rund 10'500 Beschäftigten wird ein Wachstum auf 11'500 Beschäftigte bis 2030 angestrebt.

Aktiv gefördert werden sollen insbesondere die Branche wie zum Beispiel Dienstleistungen für Unternehmen, Gesundheits- und Sozialwesen, Unterricht und Forschung sowie Handel und Reparatur. Neben den bestehenden zentralen Standorten sollen weitere zentrumsnahe Dienstleistungsstandorte von hoher Qualität entwickelt werden.

Das Zentrum wird grösser

Was aber bedeutet zentrumsnah? Der Begriff wird je nach Sichtweise anders ausgelegt. Und Wil hat sich mit dem Anspruch, ein Regionalzentrum zwischen St.Gallen, Winterthur, Frauenfeld und Toggenburg zu sein, gleich selber eine Messlatte gesetzt. Wer sich so positionieren will, muss sich auch im eigenen Gebiet erweitern. Das Zentrum muss ausgedehnt werden. Es definiert sich nicht mehr nur rund um das Bahnhofsgelände, die Obere Bahnhofstrasse oder die Altstadt.

Ein aktuelles Beispiel für das erweiterte Zentrum und die Ansiedlung neuer Dienstleistungsbetriebe ist das Projekt «W1». Es will als zukünftig erste Adresse sowohl für moderne und qualitätsbewusste Dienstleistungsanbieter als auch für eine Präsentation von Produkten mit Investitionscharakter gelten. Das Objekt – von der kantonalen Wirtschaftsförderung sehr erwünscht – käme im Osten Wils zu liegen. Prägend für das unmittelbare Umfeld wird der noch zu erstellende Verkehrskreis mit seiner Abzweigung in Richtung Spital sein. Von diesem Kreislauf aus erreichen Kunden, Mitarbeiter und Besucher komfortabel das Gebäude und die fest gemieteten Autoabstellplätze in der Tiefgarage.

Der Wille nach einer Veränderung

Solche Projekte – St.Gallen macht es derzeit an mehreren Standorten vor – dienen als neue Anziehungspunkte und erhöhen die Attraktivität einer Stadt. Sollte es den Verantwortlichen gelingen, neue Firmen in Wil anzusiedeln, könnten einerseits deren Mitarbeiter vom optimalen Wohnungsangebot profitieren und andererseits die Stadt von den Steuereinnahmen und den neu geschaffenen Angeboten. Wil, das man derzeit vor allem wegen der Firmen «Stihl & Co.» und «Larag» kennt, könnte das Spektrum erweitern. Für solche Projekte braucht es keine Schulnoten und auch keine Zustimmung der Bevölkerung. Was es jedoch braucht, ist eine Sensibilisierung und der Wille nach einer Veränderung. Wer in der ersten Liga spielen will, muss auch das Stadion dafür bereitstellen.

Eckdaten zum Projekt «W1»

Modular aufgebaut und für Nutzer und Besucher äusserst grosszügig und angenehm luftig präsentieren sich sämtliche Flächen des Projektes «W1» von den Untergeschossen bis hin zum 3. Obergeschoss. Unterschiedlichste Dienstleister aus verschiedensten Bereichen finden hier einen repräsentativen und hochwertigen Arbeits- und Schaffensraum.

Die Obergeschosse eignen sich hervorragend für Bürobetriebe, Praxisräume und Ateliers. Das architektonische Konzept erlaubt zudem eine optimale und kostengünstige Anpassung auch an spätere individuelle Bedürfnisse. Durch die raffiniert konzipierten und begrünten Innenhöfe gelangt zusätzlich Licht in das Innere des Gebäudes. So können räumlich äusserst interessante Arbeitswelten geplant, realisiert und schliesslich mit Leben erfüllt werden.

Durch den Grundausbau ist der mieterseitige Ausbau äusserst flexibel und anpassungsfähig. Vom Grossraumbüro bis zu einer individuellen Zellenstruktur sind alle Varianten möglich. Die Ausbaukosten belaufen sich auf zirka 300 Franken pro Quadratmeter für eine der Architektur sowie dem Gebäude entsprechende Raumunterteilung und eine für Dienstleistungsfirmen marktübliche Qualität des Ausbaus.

Eine moderne Haustechnik (Erdsondenheizung) ermöglicht tiefe Nebenkosten pro Quadratmeter pro Jahr.

Weitere Infos unter www.w-1.ch

Kommunikation als Kernaufgabe der Personalführung

Die Informationsflut und die Schnelligkeit im Informationsfluss bringen viele Mitarbeitende und Führungskräfte im Alltag an Grenzen. Der 4. Ostschweizer Personaltag, der am Donnerstag, 5. Juni, in Gossau stattfindet, stellt diese Thematik ins Zentrum und will praxisnahe Wege aufzeigen, wie damit umgegangen werden kann.



Sonja Buholzer wird am 4. Ostschweizer Personaltag aufzeigen, was Personalverantwortliche von Haien lernen können.

Das Thema ist aktuell und wird die Wirtschaft auch in Zukunft beschäftigen, denn durch moderne Kommunikationsmittel steigt der Informationsüberfluss stetig an. Der 4. Ostschweizer Personaltag will darum Anregungen und Tipps geben, wie dieser kommunikativen Herausforderung am wirkungsvollsten zu begegnen ist. Das Programm besteht aus praxisnahen Referaten und einem anschliessenden Networking-Apéro. Dazu wird ein eigenes Vorprogramm mit Workshops von Sponsoren angeboten.

Haifische und Personalkommunikation

Der Referenten-Mix des diesjährigen Personaltages verspricht Spannung und Praxisnähe. Sonja Buholzer, Inhaberin der Wirtschaftsberatung VESTALIA VISION, nimmt das Thema «Personalkommunikation» zum Anlass, einen Blick ins Tierreich zu werfen. Mit «Shark Leadership» zeigt sie den Personalverantwortlichen auf, was von Haien gelernt werden kann. Mit Spannung wird auch der Beitrag von Peter Hogenkamp, Gründer der Zeix AG und Blogwerk AG, erwartet. «Zwischen Massenmail und Einzelgespräch» will er Wege aus der Kommunikationsfalle beschreiben. Tagtäglich stellt sich auch Pater Anselm Grün aus der Benediktinerabtei Münsterschwarzach bei Würzburg der Informationsflut – und zwar sehr erfolgreich. Die rund 300 Bücher von Pater Anselm Grün

sind weltweit bekannt und bereits in einer Auflage von 14 Millionen Exemplaren erschienen. Er wird den Teilnehmerinnen und Teilnehmern aufzeigen, was vom Leben in Klarheit, Ordnung und Stille im Kloster gelernt werden kann. Man darf auch gespannt sein auf die Beiträge von Roger Kollbrunner, CEO der Aebi-Gruppe, und von Kommunikations-Spezialist Klaus Stöhlker.

Erfolgreiche Partnerschaften als Basis

Die Organisatoren des Ostschweizer Personaltages freuen sich, dass die 4. Durchführung der Veranstaltung auf gute Partnerschaften bauen kann. Zum vierten Mal übernahm die «Freie Erfa-Gruppe Personal, Ostschweiz» (FEP) das Patronat der Veranstaltung. Als Hauptsponsoren unterstützen wiederum der Stellenmarkt des Tagblatts, ostjob.ch, und die workshop Personalberatung den Anlass sowie neu das HR-Beratungsunternehmen Premium Job. Die CSS Versicherung, die WILHELM-DMS-GRUPPE, die Akademie St.Gallen, die FHS St.Gallen (Management-Weiterbildungszentrum) und der Kaufmännische Verband Ost treten als Co-Sponsoren auf. Als Mediensponsoren unterstützen HR Today, Organisator, der Schweizer Arbeitgeber und das Ostschweizer Unternehmernmagazin LEADER den Anlass. Unterstützung in Form von Sachleistungen erfolgt durch Thurella und die avedia (audiovisuelle medien & events).

So auftrittstark kann es nur Glas Sky-Frame – «Der fließende Raum»

Sein Wesen ist unaufdringlich, zurückhaltend, transparent. Aber: Kaum ein anderes Material wie Glas schafft es, mit seinem Auftritt mehr Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.

Die moderne Architektur geht mit Glas gleichsam eine symbiotische Partnerschaft ein. Aus ihr gehen Lösungen hervor, die ästhetisch und technisch-funktional den Nerv der Zeit treffen und Themen wie Sicherheit, Wärmedämmung, Komfort oder uneingeschränkte Aussicht wie selbstverständlich mit einbeziehen. So wird Glas oft zum stillen Akteur mit stärkstem Auftritt.

Lüchinger Metallbau ist Sky-Frame-Vertriebspartner für die Ostschweiz und das Fürstentum Liechtenstein.

Wo früher eine massive Wand Innen und Aussen trennte, gibt es dank Sky-Frame Transparenz, einen möglichst nahtlosen Übergang, realisiert mit Glas vom Boden bis zur Decke und von Wand zu Wand, feststehend oder als Schiebefenster – ein ästhetischer Genuss für jeden Betrachter. Das rahmenlose Festglas- und Schiebesystem Sky-Frame schafft die Voraussetzungen dafür, dass Räume ineinanderfliessen können. Sky-Frame, das rahmenlose Hightech-Fenster, öffnet Räume bis zu vier Metern Höhe und erfüllt dabei alle gängigen Normen und höchste Baustandards.

Weitblicke

Sky-Frame schafft es mit fließenden Übergängen Natur, Häuser und Menschen in Einklang zu bringen. Löst die Grenzen zwischen Innen- und Aussenwelt, zwischen Wohnraum und Natur auf und vermittelt ein völlig neues, lichtdurchflutetes Raumgefühl.

Durchblicke

Klare Gliederung, verblüffende Transparenz, nahtlose Übergänge und aussergewöhnliche Durchblicke in einem komfortablen Wohnumfeld mit Lebensraum für die ganze Familie – Sky-Frame gibt dem Bauhaus-Ideal neue Zukunftsperspektiven.

Lichtblicke

Grosse rahmenlose Fenster gestalten den Raum und erzeugen Lichtblicke in Neu- und Altbauten

– Sky-Frame ist das System der Wahl für komfortable Gebäudesanierungen und architektonische Meisterleistungen bei der Konzeption von Neubauten im privaten und gewerblichen Bereich.

Übergänge

Eins mit der Natur und doch geschützt. Wenn der Regen gegen die Scheibe prasselt, wollen wir in unseren vier Wänden Geborgenheit und Schutz vor Nässe und Kälte – Mit Sky-Frame geniesst man Abgeschlossenheit wenn nötig und überwältigende Offenheit wenn möglich. Das innovative Fenstersystem garantiert Sicherheit und Komfort durch optimale Isolierung und perfekten Einbau.

Vielfalt

Das Sky-Frame-Sortiment ist vielfältig und lässt den kreativen Ideen freien (Luft)-Raum. Vom Standard rahmenlosen Fenster vom Boden bis zur Decke zu Spezialitäten wie zum Beispiel Glas-auf-Glas-Ecken als fixe Elemente oder als Ecköffnungen. Eine grosse Auswahl an Öffnungsarten stehen zur Verfügung, 2-gleisig, 3-gleisig, mit oder ohne Bahnhof, aber auch die Wahl zwischen manuellem oder elektrischem Antrieb kann getroffen werden. Das rahmenlose Schiebefenster von Sky-Frame kann ganz bequem per Knopfdruck bedient werden. Sämtliche Antriebsteile sind im Profil integriert, es sind keinerlei störende Serviceöffnungen in Decke oder Wand notwendig.

Lüchinger ist neben dem Sky-Frame-Fensterbau auch kompetenter Partner für den individuellen Metallbau, Glasbau und Torbau (Garagentore, Türen, Tore, Antriebe und Verladetechnik).

LÜCHINGER
METALLBAU UND TORE

Lüchinger Metallbau AG
Metallbau, Torbau und Glasbau
Krummenseestrasse 1
9451 Kriessern, Tel. 071 757 10 10
www.luechinger-metallbau.ch



Lüchinger Metallbau AG aus Kriessern ist Spezialist für rahmenlose Glasfronten und ist Sky-Frame-Vertriebspartner für die Ostschweiz und das Fürstentum Liechtenstein.



Brigitte und Stefan Lüchinger, Geschäftsleitung

Lüchinger Sortiment im Bereich Glasbau:

- Ganzglasschiebesysteme (innen/aussen)
- Schiebetüren/-fenster
- Sicherheitsgläser
- Ganzglasgeländer
- Glastrennwände
- Duschverglasungen
- Glastüren
- isolierte Schiebefenster ohne Rahmen

Neue Geschäftsideen finden



Roland Berger

TEXT: GÜNTHER MEIER

Der Erfolg ziehe den Erfolg an, meinte Liechtensteins Wirtschaftsminister Klaus Tschützer, aber es brauche auf dem Weg zum Erfolg den berühmten «ersten Schritt». Wie diese Schritte aussehen können, breiteten fünf Unternehmer vor dem Publikum aus. Von einer Erfolgsstory konnte Wolford-Vorstandsvorsitzender Holger Dahmen berichten, der den Weg «Vom Vorarlberger Stricker zum Global Player» aufzeigte. Fast 2000 Mitarbeiter, Verkauf in 65 Ländern, 12 Niederlassungen sowie 226 Boutiquen und etwa 3500 Handelspartner – so sieht der Weg vom Private Label zur Marke aus. Modernste Technologie war der Innovationsmotor des Unternehmens, bis nach der Jahrtausendwende Naturkatastrophen und Terrorismus die Kaufkraft der Konsumentinnen nachhaltig lähmte und auch bei Wolford zum Rückgang der Umsätze führte. Dahmen zeigte den Weg auf, der über Sortimentserweiterung, über die Zusammenarbeit mit Designern und über einen neuen Markenauftritt wieder in die Erfolgszone führte.

Wolford-Chef Holger Dahmen, der Unternehmensberater Roland Berger und der indische Motivationstrainer Jolly Kunjappy waren Stars beim Unternehmertag an der Hochschule Liechtenstein. Die Veranstaltung stand unter dem Motto: «Neue Geschäftschancen entdecken und nutzen».

Sieben Megatrends als Herausforderungen

Der bekannte Unternehmensberater Roland Berger zeichnete ein Bild mit den grössten Herausforderungen für die Unternehmen und skizzierte dann «Sieben Megatrends», die das Unternehmertum in Zukunft nachhaltig beeinflussen werden: Dazu zählen der globale demografische Wandel, das Auftreten der Schwellenländer, die wachsende Macht der Kapitalmärkte, der Klimawandel und die Ressourcenknappheit sowie die zunehmenden gesellschaftlichen Ungleichgewichte. Berger gab sich optimistisch und betonte, wenn das Potenzial ausgeschöpft werde, das die Megatrends eröffneten, würden die europäischen Unternehmen konkurrenzfähig bleiben. Im Unterschied zu früheren Auslagerungen in Niedriglohnländer, zeigte Berger auf, würden viele Unternehmen den Standort Europa aufgrund der Vereinfachungen durch den Binnenmarkt wieder als Vorteil sehen. Meist entscheide auch die starke Position auf dem Heimatmarkt über den weltweiten Erfolg. Erfolgreiche Unternehmen exportieren laut Berger nicht nur High-Tech-Produkte, sondern komplexe Systeme. Ein Problem für die Wirtschaft sieht der Unternehmensberater im Zusammenhang mit der Überalterung der Gesellschaft in Europa: Der Mangel an Talenten! Dieses Problem verschärfe sich, weil Europa im Unterschied zu den USA und Australien eine schlechtere Einwanderungspolitik verfolge.

Plädoyer für mehr Leidenschaft in der Wirtschaft

Der indische Motivationstrainer Jolly Kunjappy, der bekannte Unternehmen wie Hilti,

BWM, Siemens oder das Formel-1-Team BMW Sauber berät, plädierte in seinem fulminanten Vortrag für mehr Leidenschaft im Wirtschaftsleben. Alle Dinge mit Leidenschaft tun, neue Wege finden und erfinden, neue Ideen entwickeln und neue Märkte erschliessen. Die Zeiten dafür stehen nach seiner Einschätzung gut, denn noch nie habe die Erde den Menschen so viele Chancen geboten, die Menschen hätten noch nie so viel Geld gehabt. Den Unternehmen riet Kunjappy, die Flügel auszubreiten, sich auf den Weg zu machen und neue Möglichkeiten zu entdecken.

Regionale Komponente mit erfolgreichen Jungunternehmen

Neue Geschäftsideen werden aber nicht nur auf höchster Ebene entwickelt. Das Motto des Unternehmertags «Neue Geschäftschancen entdecken und nutzen» setzten zwei regionale Jungunternehmer um: Markus Willi, Geschäftsführer der ABC Software GmbH mit Sitz in Buchs, und Bruno Güntensperger, Gründer und Inhaber der Liechtensteiner Brauhaus AG. Im Gespräch mit Christian Hausmann, Leiter des KMU-Zentrums an der Hochschule Liechtenstein, erläuterten sie ihre erfolgreiche Geschäftsidee. Willi unterstrich, dass das Angebot an Produkten nicht mehr ausreichen, sondern den Kunden müssten zusätzliche Dienstleistungen angeboten werden. Güntensperger setzte auf die Marke «Lokale Produkte – lokale Vermarktung» und hatte Erfolg mit seiner Idee, nach einer Lücke von fast hundert Jahren die liechtensteinische Bierbrau-Tradition wieder aufleben zu lassen.

Dem Kanton geht es (zu) gut



Mit der grossen Kelle rührt der Kanton Thurgau an, um ein eigenes Kulturportal im Internet zu finanzieren. Auch Sponsoren stehen schon bereit. Auf der Strecke bleiben private Initiativen wie thurgau24.ch.

TEXT: STEFAN MILLIUS

80'000 Franken Investitionskosten, 180'000 Franken Betriebskosten pro Jahr: Das wird sich der Kanton Thurgau künftig den Betrieb eines Internetportals rund um Kultur kosten lassen. In der entsprechenden Mitteilung wird nicht erwähnt, woher der Bedarf für ein solches Angebot kommen soll, wo genau ein Defizit geortet wurde und ob auch andere Optionen geprüft wurden.

Stossend an dieser Initiative von Kantonsseite ist verschiedenes. Zum einen stellt sich die Frage, ob es die Aufgabe des Kantons ist, ein solches Portal ins Leben zu rufen. Der Staat sollte sich auf seine Kernaufgaben besinnen. Im Bereich Kultur geht es darum, den Veranstaltern kultureller Angebote möglichst gute Rahmenbedingungen zu bieten und möglichst wenig Steine in den Weg zu legen. Was hier geplant ist, geht weit darüber hinaus. Zwar wird danach offiziell eine Aktiengesellschaft hinter dem Projekt stehen, die kostendeckend oder gewinnbringend arbeitet. Das aber, Verzeihung, ist keine Kunst, wenn von Anfang an völlig überdimensionierte 180'000 Franken pro Jahr für den Betrieb ganz einfach in die AG fliessen.

Viel schlimmer aber: Neben den Steuergeldern, die ins Projekt fliessen, wird die neue AG auch Sponsoren und Werbekunden suchen. Ganz gezielt wird ein zur Mehrheit öffentlich-staatliches Portal also Werbegelder von Unternehmen akquirieren, die dann natürlich woanders fehlen. Für privatwirtschaftlich betriebene Initiativen wie thurgau24.ch wird es in Zukunft noch schwieriger, Werbepartner zu finden. Die Tatsache, dass die Thurgauer Kantonalbank schon heute «einen substantziellen Sponsorenbeitrag» in Aussicht stellt, spricht Bände. Derzeit gibt es unter thurgaukultur.ch noch gar nichts, statt eines konkreten Konzepts wurde bislang nur eine Absichtserklärung veröffentlicht: Man wolle die «Information über aktuelle Kulturprojekte und Veranstaltungen» verbessern, man wolle den «Meinungsaustausch zwischen Kulturschaffenden, Publikum, Kulturkritikern und Kulturförderern» verbessern.

Auch vorgesehen ist es, eigene Veranstaltungsberichte, Informationen des Kulturamtes und Medienberichte aufzuschalten. Für all das gibt es schon heute mehr als genügend Plattformen. Aber offensichtlich ist nur das etwas wert, das den Steuerzahler Geld kostet.

thurgau24.ch wird auch künftig neben allen anderen Bereichen über die Kultur berichten und beispielsweise auch die offiziellen kantonalen Mitteilungen rund um die Kultur kostenlos veröffentlichen. Wir nehmen zur Kenntnis,

dass künftig dieselbe Dienstleistung von einer noch zu gründenden AG geboten wird, die der Staat finanziert. Ergänzt vielleicht durch einen Veranstaltungskalender und eine «Künstler-Drehscheibe» die für den Normalverbraucher ohne Relevanz ist. Werbekunden und Sponsoren können sich derweil überlegen, ob sie mit ihren Beiträgen wirklich eine staatlich finanzierte Plattform zusätzlich füttern sollen - oder ob die Unterstützung einer privaten Leistung, erbracht mit unternehmerischem Risiko, nicht nutzbringender wäre.

Anzeige

... super flexibel

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

Gratis-Fibu & Infos: www.buspro.ch

BusPro



«Wir trennen uns auch von rentablen Bereichen»

Im Gespräch mit HSR-Rektor Hermann Mettler

Derzeit reissen sich die Unternehmen um die Absolventen der HSR Hochschule für Technik Rapperswil. Langfristig soll denn auch die Zahl der Studierenden von heute rund 1000 auf 1300 anwachsen. Rektor Hermann Mettler erläutert gegenüber dem LEADER seine Strategie und die Unterschiede sowie Gemeinsamkeiten einer Hochschule zu einem Privatunternehmen.

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ZVG.

Herr Mettler, die HSR ist eine von vier Schulen der Fachhochschule Ostschweiz. Wo liegen die Stärken der HSR?

Hermann Mettler: Einerseits bieten wir neben den klassisch-technischen Studiengängen Elektrotechnik, Maschinentechnik, Informatik und Bauingenieurwesen als einzige Schweizer Fachhochschule ein Studium in Raumplanung an. Und auch Landschaftsarchitektur können Sie in der Deutschschweiz nur bei uns studieren.

Andererseits ist unser Bereich der anwendungsorientierten Forschung und Entwicklung aF&E im Verhältnis zur Grösse unserer Schule sehr ausgeprägt. Unsere 17 Forschungsinstitute sind in der Region stark verankert und pflegen eine enge Zusammenarbeit mit ihren Partnern aus Wirtschaft, Indu-

strie und öffentlicher Hand. Dies ist uns sehr wichtig, denn Forschung und Ausbildung befruchten sich an der HSR gegenseitig. Eine starke aF&E garantiert eine hohe Qualität und Aktualität des Studiums, weil die Dozierenden selbst in der Forschung tätig sind.

Die anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung an der HSR boomt laut eigenen Angaben. Was heisst das in Zahlen?

Der Umsatz, den wir in diesem Bereich erzielen, hat sich allein im letzten Jahr von 17.5 Millionen auf 20.5 Millionen erhöht. Zum Vergleich: 2003, also vor 5 Jahren, lag er noch bei 12.5 Millionen Franken. In derselben Zeit hat sich die Zahl der Institutsmitarbeitenden von 74 auf 167 mehr als verdoppelt.

Die HSR muss wie ein Unternehmen gegen Mitbewerber bestehen. Kann eine Hochschule ebenfalls unrentable Bereiche abstossen?

Nur begrenzt, denn wir funktionieren nicht wie ein privatwirtschaftliches, rein gewinnorientiertes Unternehmen. Wir haben einen öffentlichen Auftrag. Unsere Kernaufgabe ist die Ausbildung von jungen Ingenieurinnen und Ingenieuren und wird grösstenteils von der öffentlichen Hand getragen. Trotzdem käme es uns nicht in den Sinn, unsere Studiengänge zu vernachlässigen oder gar zu reduzieren. Im Gegenteil, wir entwickeln sie laufend weiter, um den Studierenden eine qualitativ hochstehende, zeitgemässe Ausbildung zu bieten. Im Herbst starten wir mit einem technischen und einem planerischen Master-

Studiengang und der neuen Vertiefung Garten- und Landschaftsbau im Studium Landschaftsarchitektur.

Im Bereich der Weiterbildung spielen die Marktmechanismen stärker. Dort können Angebote, die wiederholt zu tiefe Teilnehmerzahlen erreichen, auch gestrichen werden.

Im Bereich aF&E und Dienstleistungen orientieren wir uns klar an den Bedürfnissen unserer Partner in Wirtschaft, Industrie und öffentlicher Hand. Wir forschen ja nicht im Elfenbeinturm, sondern für die Praxis. Unsere Forschung ist damit immer auf der Höhe der Zeit, denn etwas anderes kann die Wirtschaft nicht brauchen. Insofern ist es in der aF&E nur natürlich, dass sich gewisse Fachgebiete überleben und wegfallen.

Es gibt einen weiteren Punkt, wo wir nicht wie ein Unternehmen funktionieren: Wir trennen uns auch von rentablen Bereichen. Es kommt immer wieder vor, dass unsere Institute in Eigenregie Produkte entwickeln, die am Markt erfolgreich sind. Da die Aufgabe einer Hochschule in der aF&E, nicht aber in der Vermarktung von Produkten liegt, entsteht in einem solchen Fall ein eigenständiges, privatwirtschaftliches Unternehmen, ein sogenannter Spin-Off. Wir sind sehr stolz auf die Spin-Offs, die bisher aus der HSR hervorgegangen sind.

Wie wichtig ist eine Hochschule für den Standort, in Ihrem Fall Rapperswil-Jona?

Aus Sicht der regionalen Wirtschaft und Bevölkerung ist erstens sicher zu erwähnen, dass wir einer der grösseren Arbeitgeber in der Region sind. Wir beschäftigen derzeit fast 500 Mitarbeitende. Und auch die Spin-Offs, die ich erwähnt habe, schaffen Arbeitsplätze.

Zweitens profitieren die regionalen und überregionalen Unternehmen natürlich direkt von der Zusammenarbeit und der Nähe zur HSR. Sie ist ein Pool an jungen, gut ausgebildeten Ingenieurinnen und Ingenieuren. Und damit meine ich nicht nur die Absolventen, sondern auch die Mitarbeitenden. Immer wieder wechseln Institutsmitarbeitende zu einem unserer Projektpartner. Uns freut das, denn wir sehen uns als Zubringer von gut qualifizierten Ingenieuren für die Unternehmen der Region. Daneben kommt es durch die aF&E zu einem Wissens- und Technologietransfer in die Unternehmen. Unsere Industrie- bzw. Projektpartner profitieren vom Know-how, der Infrastruktur, den Ressourcen und den verschiedenen Netzwerken der HSR. Unter bestimmten Bedingungen können sie durch eine Zusammenarbeit mit der HSR in den Genuss öffentlicher Fördergelder gelangen.

Die HSR arbeitet eng mit der regionalen Wirtschaft zusammen. Was fliesst alles in diese Partnerschaft hinein?

Es gibt verschiedenste Formen für eine Zusammenarbeit mit der HSR. Grundsätzlich ist zu unterscheiden zwischen Aufträgen, die Studierende lösen und solchen, die unsere Institute bearbeiten. Beschäftigen sich Studierende mit einem Projekt, handelt es sich bei kleineren Aufträgen um Studien- oder Semesterarbeiten, bei grösseren um Bachelor- oder Masterarbeiten. Der finanzielle Aufwand für den Auftraggeber ist bei Studienarbeiten gering. Er muss jedoch auch eine gewisse Fehlertoleranz gewähren, denn die Aufträge dienen als Übungsbeispiele.

Bei einer Zusammenarbeit mit einem Institut kann es sich um eine Dienstleistung handeln (z.B. eine Expertise) oder um einen Auftrag der aF&E. Dazu gebe ich ihnen am besten ein konkretes Beispiel: Die Firma Helbling & Co. AG in Jona stellt sogenannte Schlüsselboxen her. Das sind Stahlröhren, die in die Fassade eines Gebäudes eingelassen werden, um darin einen Notschlüssel zum Gebäude aufzubewahren. Mit diesem Notschlüssel können sich Polizei oder Feuerwehr Zutritt zum Gebäude verschaffen. Bisher wurden die Rohre mit normalen Schlüsseln verschlossen. Diese wurden zentral verwaltet und konnten relativ einfach missbraucht werden. Die Firma Helbling & Co. hatte die Idee, diesen Schlüssel durch einen elektronischen Code zu ersetzen, der jedesmal neu generiert und den Sicherheitsleuten elektronisch übermittelt wird. Unser Institut für Kommunikationssysteme ICOM löste diese Aufgabe und entwickelte einen Prototypen. Sibox plus, so heisst die Entwicklung, wurde mittlerweile erfolgreich in den Markt eingeführt. Die Rechte an einer Entwicklung bleiben in einem solchen Fall immer beim Auftraggeber.

Dies ist nur eines von vielen Beispielen, wie eine Forschungszusammenarbeit mit der HSR ablaufen kann. Wichtig ist, dass man sich zu einem ersten Gespräch trifft und gemeinsam definiert, wie die Zusammenarbeit aussehen soll. Wir stellen leider immer wieder fest, dass viele Unternehmen nur sehr wenig von den Möglichkeiten einer Zusammenarbeit wissen oder Hemmungen bestehen, mit uns in Kontakt zu treten.

Den regionalen Aspekt haben Sie erwähnt. Wie sieht es mit der internationalen Tätigkeit der Schule aus?

Die Schweizer Industrie ist heute international vernetzt. Dies gilt nicht mehr nur für die ganz grossen, sondern auch für immer mehr kleinere und mittlere Betriebe. Unsere Aufgabe ist es, unsere Studierenden auf diese internationale Geschäftswelt vorzubereiten. Deshalb pflegen wir

Beziehungen zu verschiedensten Fachhochschulen und Universitäten in der ganzen Welt, beispielsweise zur Technischen Universität in Chicago oder der Örebro Universität in Schweden. Jedes Jahr reisen HSR-Studierende an ausländische Universitäten, um ein Auslandssemester zu absolvieren oder ihre Bachelorarbeit dort zu schreiben. Eine besonders enge Partnerschaft in Forschung und Ausbildung pflegen wir zur Nanyang Technological University (NTU) in Singapur. Zudem bauen wir derzeit eine Zusammenarbeit mit der drittgrössten Universität Shanghais auf.

Theorie ist das eine, Praxis das andere. Was ist denn nun für eine Schule wichtiger? Was will man den Studierenden auf den Weg geben?

Als Fachhochschule ist uns der Praxisbezug der Ausbildung sehr wichtig. Unsere Absolventen streben keine wissenschaftliche Karriere an, sie wollen sich den täglichen Herausforderungen in einem Unternehmen stellen. Das bedeutet nicht, dass wir keine Theorie vermitteln. Im Gegenteil, sie bildet das Fundament unserer Ausbildung. Unsere Studierenden sollen eine Theorie jedoch nicht nur kennen, sondern sie auf eine bestimmte Situation anwenden und Lösungen entwickeln. Problemlösungs- und Entscheidungsfähigkeit werden an der HSR sehr gefördert.

Wie gefragt sind die Bachelor-Absolventen der HSR letztlich in der Wirtschaft?

Derzeit reissen sich die Unternehmen um unsere Absolventinnen und Absolventen, der Arbeitsmarkt braucht ja dringend Ingenieure. Wir spüren das besonders stark an der HSR-Stellenbörse, die jährlich stattfindet und Unternehmen und Studierenden Gelegenheit gibt, sich kennen zu lernen. Bereits seit zwei, drei Jahren können wir nicht alle interessierten Unternehmen zulassen, weil uns schlicht der Platz fehlt. Für unsere Studierenden ist dies natürlich eine komfortable Lage, die wir ihnen von Herzen gönnen. Glücklicherweise geniesst die HSR einen guten Ruf, so dass unsere Absolventinnen und Absolventen auch in schwierigeren Zeiten gefragt sind.

Hat die HSR eine bestimmte Strategie im Visier?

Mein Ziel ist, dass die Zahl unserer Studierenden langfristig von heute rund 1000 auf 1300 anwächst. Dieses Ziel wollen wir über die Bachelor- und Masterstudiengänge sowie eine Zunahme der internationalen Studierenden erreichen. Um die Qualität unserer Ausbildung langfristig zu garantieren, setzen wir auf einen starken aF&E-Bereich. Und wir werden die internationale Vernetzung der HSR weiter ausbauen und festigen, damit unsere Studierenden beim Eintritt ins Berufsleben optimal gerüstet sind.



Dominik Hasler

«Wir verstehen uns als verlängerter Arm unserer Kunden»

Rund 400 Kunden in der ganzen Schweiz schätzen die Zuverlässigkeit der Hasler Transport AG aus Weinfelden. Seit 70 Jahren garantieren motivierte Mitarbeiter und direkte Kommunikationswege eine hohe Flexibilität und Kundenzufriedenheit. Im Gespräch mit Geschäftsführer Dominik Hasler.

Herr Hasler, vor drei Jahren haben Sie das Unternehmen von Ihrem Vater übernommen. Wie viele Jahre vorher hat die Regelung der Nachfolge begonnen?

Dominik Hasler: Ich bin 2002 in die Firma eingestiegen und habe in den folgenden Jahren verschiedene Positionen durchlaufen. So war ich unter anderem in der Auftragsfassung, im Lager, aber auch als Chauffeur tätig. Auf diese Weise bekam ich einen umfassenden Einblick in den Betrieb. Das half mir sehr, denn ursprünglich komme ich als gelernter Anwalt ja aus einer vollkommen anderen Branche.

Ein Anwalt, der ins Transportwesen wechselt. Das ist eher ungewöhnlich. War es so geplant?

Nein, absolut nicht. Es wurde erst zum Thema, als sich mein Vater mit seiner Nachfolge beschäftigte. Schon als Anwalt und später als Mitglied der Geschäftsleitung in einem IT-Rechenzentrum stellte ich aber fest, dass mir das Unternehmertum liegt. Mir gefällt die Entscheidungsvielfalt, die Autonomie.

Ein Unternehmer sollte sich in der Regel bis zu zehn Jahre vor dem Wechsel mit der Nachfolge befassen. Das war bei der Hasler Transport AG jedoch nicht der Fall. Diese Zeit braucht es vor allem dann, wenn das ganze Unternehmen auf eine Person ausgerichtet

ist. Eine besondere Fähigkeit meines Vaters war aber eindeutig, ein erfolgreiches Unternehmen aufzubauen, das nicht nur durch ihn, sondern durch die Mitarbeiter gestützt wurde. Bei der Hasler Transport AG gab es keinen Patron, der das Schiff allein steuerte. Es war immer eine Mannschaft beteiligt.

Das Wissen ist also nicht bei einer Person gebündelt, sondern auf mehrere Mitarbeiter aufgeteilt.

Genau. Das ist ein wesentlicher Punkt für eine reibungslose Übergabe. Noch entscheidender ist jedoch die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und im Fall der Hasler Transport AG die Ausrichtung unserer Mitarbeiter auf die Kunden.

Ist diese Ausrichtung auf den Kunden ein Grund, weshalb Sie gegen die grosse Konkurrenz bestehen können?

Unsere Hauptkonkurrenten sind eigentliche Konzerne, Grossunternehmen mit verschiedenen Standorten und Plattformen. Wir bieten den gleichen Service wie sie an, nämlich eine Verteilung innerhalb von 24 Stunden in der Schweiz. Bei drei entscheidenden Punkten wollen wir aber besser sein: Bei der ersten und der letzten Meile sowie im Kundenkontakt.

Was heisst das konkret?

Die erste Meile beinhaltet das Entgegennehmen der Ware bei unserer Kundschaft. Hier sind wir sicherlich um einiges flexibler als unsere Konkurrenz. Wir können uns den Prozessen unserer Kunden anpassen. Und wir achten darauf, dass sie es immer mit den gleichen Chauffeuren von uns zu tun haben. Das erleichtert einiges. Wenn der Chauffeur weiss, wer sein Kunde ist, welches Produkt er herstellt und wo die Ware gelagert ist, sind die Abläufe automatisch reibungsloser.

Und die letzte Meile?

Die ist fast noch wichtiger. Bei Hasler Transport laden die Chauffeure die Ware selber auf den Lastwagen. Einen anonymen Nachtverlad, bei dem am nächsten Morgen der Fahrer nicht weiss, was er geladen hat, gibt es bei uns nicht. Unsere Mitarbeiter wissen sehr genau, was sie transportieren. Es sind keine anonymen Paletten oder Schachteln auf der Ladefläche, sondern ein Produkt eines ihm bekannten Kunden. Deshalb verstehen wir uns auch als verlängerten Arm unserer Kunden, ganz nach dem Motto: Ihr Kunde ist unser Kunde.

Der Eindruck Ihrer Chauffeure fällt gewissermassen auf Ihre Kunden zurück.

Richtig. Der Käufer bekommt ja den Verkäufer meistens nicht zu Gesicht, wohl aber unsere Chauffeure. Wir müssen mit unserer Art der Anlieferung die Qualität der Produkte widerspie-

Mehr als 400 Kunden in der ganzen Schweiz schätzen die Zuverlässigkeit des über 70-jährigen Familienbetriebes. Was heute abgeholt wird, ist morgen irgendwo in der Schweiz. 36 Fahrzeuge und 70 Mitarbeiter stehen für Stückgut-, Express-, Import- und Exporttransporte zu Verfügung. Auf 6500 m² Lagerhaus mit Geleisanschluss wird ein vollständiger Logistikservice, von Lagerung über die Konfektionierung bis hin zur Verpackung oder Assemblage angeboten. Kurze und direkte Kommunikationswege garantieren eine hohe Flexibilität. Das Unternehmen versteht sich konsequent als verlängerter Arm des Kunden. Das beginnt bei der Auftragsannahme und endet bei der Auslieferung, d.h. auch der Empfänger wird als Kunde behandelt, ganz nach dem Motto: ihr Kunde ist unser Kunde. Die Hasler Transport AG transportiert Produkte und nicht nur Paletten. www.haslertransport.ch

geln. Dafür braucht es motivierte, fähige Mitarbeiter, welche die Waren und Produkte kennen.

Der Trend ist aber meist ein anderer. Durch das Internet wird alles anonymer. Käufer und Kunden kennen sich in der Regel nicht, ein unbekannter Mitarbeiter eines Transportkonzerns liefert eine Sendung ab, deren Inhalt er nicht kennt.

Genau das durchbrechen wir. Es gibt sicher auch Güter, bei denen unser Dienst nicht gefragt ist. Um es vereinfacht zu sagen: Dort wo das Endprodukt möglicherweise persönlich vom Besteller oder einem Entscheidungsträger eines KMU entgegen genommen wird, fährt man mit der Hasler Transport AG sicher besser.

Grossunternehmen zählen Sie demnach weniger zu Ihren Kunden?

In der Tat ist eine Mehrheit unserer Kunden KMU. Sie treten in ihrem Markt mit einem Qualitätsanspruch an und nicht mit dem günstigsten Preis. Deshalb haben wir für unsere Grösse sehr viele Kunden. Und sie alle betreuen wir individuell.

Hier haben Sie Ihre Nische gefunden. Dennoch sind Sie aber auch einem gewissen Preisdruck unterworfen.

Das gehört zum Geschäft. Wir können unseren Service nicht teurer anbieten als die Konkurrenz. Der Kunde bekommt von uns das gleiche, aber trotzdem bessere Paket. Und hier kommt das dritte wichtige Element hinzu: der persönliche Kontakt. Wichtig ist, dass unsere Kunden einen Ansprechpartner haben. Sie kennen die Direktnummer der für sie zuständigen Person, kommen also nicht in eine Warteschleife und werden bei uns auch nicht als Nummer behandelt.

Legte schon Ihr Vater Wert auf diese Strategie?

Absolut. Das war schon immer Bestandteil unserer Firma. Ein schönes Beispiel ist unser Geschäftsleiter, Ueli Schuler. Er kümmert sich schon seit 40 Jahren um unsere Kunden und dies äusserst erfolgreich! Kundenbeziehung bedeutet für uns jedoch auch, dass unsere Fahrer die Kunden beziehungsweise deren Personal kennen.

Welche wichtigste Veränderung haben Sie eingebracht?

Das dürften die internen Abläufe sein. Ich habe diese entschlackt, wir verwenden weniger Papier, haben mehr Platz im Umschlag. Mittels einer neuen Dispositionsoftware können wir sämtliche Fahrzeuge und Aufträge nachverfolgen. Das vereinfacht einiges. Daneben haben wir auch erhebliche Mittel in unseren Fuhrpark investiert. Wir verfügen nun über Top-Fahrzeuge und ein sehr gutes Erscheinungsbild. Neben ausgezeichneten Mitarbeitern ist dies ein weiterer wichtiger Punkt für ein Transportunternehmen.

Sie haben es angesprochen: Die Lieferungen müssen innerhalb von 24 Stunden erfolgen. Wie wird sich das in Zukunft entwickeln? Wir der Termindruck noch höher?

Die Entwicklung ist klar: Die Bestellzeiten am Vorabend werden nach hinten verschoben. Die Devise wird lauten: So spät wie möglich bestellen, so früh wie möglich geliefert bekommen.

Braucht es dafür ein Umdenken beim Personal?

Eigentlich nicht, meinen Mitarbeitern ist dies bewusst. Sie sind stolz zum Erfolg unserer Kunden beitragen zu können. Zudem haben wir bei grossem Termindruck Hilfspersonal im Umschlag, das zur Hand geht.

Muss der Chauffeur gewissermassen ein eigener Unternehmer in Ihrer Unternehmung sein?

Das kann man so sagen. Unsere Chauffeure zeichnen sich nicht zuletzt auch dadurch aus, dass sie selbständig sind und mitdenken. Und ich bin immer wieder stolz von Kunden zu hören, dass unsere Mitarbeiter ein wichtiges Verkaufsargument seien.

Ist es schwer, solches Personal zu finden?

Man hört, es sei schwer. Uns gelingt es immer wieder, fähige Mitarbeiter zu finden. Das hängt vielleicht auch damit zusammen, dass wir den Chauffeuren ein attraktives Arbeitsumfeld anbieten können. Sie bewegen sich nicht nur in einer kleinen Region, sondern sind in der ganzen Schweiz unterwegs. Ausserdem haben sie es mit verschiedensten anspruchsvollen Gütern zu tun.

Auf der Ladefläche kann sich ein KTM-Motorrad finden, eine Ladeneinrichtung für Vögele, italienischer Wein, hochkomplexe Elektroschalt-schränke, Pizzaverpackungen für die Migros, ein Container voller warmer Schokolade usw. Der Alltag unserer Chauffeure wird so niemals eintönig.

Wie geeignet ist der Standort Weinfelden für ihr Unternehmen?

Die gesamte «A1-Industriebanane» geht vollkommen an Weinfelden vorbei. Das macht sich natürlich schon bemerkbar. Wir haben wenig Industrie. Von Vorteil ist aber die Nähe zur Grenze. Unsere Kunden können dadurch von optimalen Leistungen bei Export- und Importlieferungen profitieren. Zudem können wir unseren Kunden mit unserer Lagerhauslösung eine Dienstleistung von A-Z bieten. Der Kunde kann sich so auf den Verkauf und die Produktentwicklung konzentrieren.

Die Nähe zur Grenze hat aber auch zur Folge, dass Sie sich mit Billiganbietern aus dem Ausland herumschlagen müssen.

Billiganbieter finden Sie überall, in jeder Branche und fast in jeder Region. Die bereiten uns aber keine schlaflosen Nächte. Im Stückgutbereich ist die Auslieferung extrem wichtig. Es nützt ihnen als Kunde überhaupt nichts, wenn Sie sich an einen Billiganbieter wenden. Sie werden negative Reaktionen erhalten und nicht glücklich werden. Ihr Kunde hingegen wird die nächste Bestellung möglicherweise bei der Konkurrenz tätigen.

40 Jahre
für die
Kunden



1968 trat Ueli Schuler in die Firma Hasler

Transport ein. Der junge Mann aus Appenzell wurde schnell heimisch und war massgebend am Aufschwung der Firma beteiligt. Als Geschäftsleiter ist er zu einer weit über die Region und Branche hinaus bekannten Persönlichkeit geworden. Sein Fachwissen, seine Menschenkenntnis, Diplomatie sowie Loyalität zur Firma zeigen seinen ausserordentlichen Charakter. Die Hasler Transport AG ist stolz auf seine Treue und seinen Einsatz für die Firma.



Der Wert wird vom Kunden bestimmt

«Schmuck unterstreicht auf eine faszinierende Art die Persönlichkeit des Trägers oder der Trägerin. Ein Schmuckstück kann ein Outfit komplettieren, das Tüpfelchen auf dem i sein.» So umschreibt Katharina Frischknecht Stettler, Geschäftsinhaberin der Frischknecht Juwelier am Marktplatz in St.Gallen, ihre Faszination für Schmuck. Bereits seit elf Jahren ist sie im Familienunternehmen tätig und beschäftigt sich tagtäglich mit Luxusobjekten und mitunter auch eher ausgefallenen Wünschen.

TEXT: MARCEL BAUMGARTNER
BILD: BODO RÜEDI

«Diamonds are a girl's best friend», hat schon die Stilikone Marilyn Monroe gesungen. Eine Aussage, die noch heute Gültigkeit hat. Nicht nur zum Jahrestag oder an Weihnachten stürzen sich zahlreiche Männer auf den «besten Freund», um zuhause das perfekte Geschenk präsentieren zu können. Denn es ist beim Schmuck wohl ähnlich wie bei den Schuhen: Frauen können einfach nicht genug davon haben. Eine Person, die es wissen muss, ist Katharina Frischknecht vom St.Galler Traditionsunternehmen Frischknecht Juwelier. Und tatsächlich kann sie bestätigen, dass die Nachfrage nach dem edlen Accessoir nicht an die Wirtschaftslage gebunden ist. «Obwohl Luxusgüter eigentlich stärker den wirtschaftlichen Schwankungen unterworfen sind,

können wir dies bei uns im Geschäft nicht ganz so unterschreiben», erklärt die Geschäftsinhaberin. «Kostbarer Schmuck oder kostbare Uhren werden unabhängig von der wirtschaftlichen Situation gekauft.» Es ist der Luxus, auf den man nicht verzichten will, oder aber man hat sich gleich selber eine Vorgabe gemacht und aus dem Kauf von Schmuckstücken eine Tradition entwickelt, wie etwa jener ältere Herr, der seiner Ehefrau jedes Jahr ein Schmuckstück entworfen hat. «Er zeichnete jeweils seine Ideen auf einen Zettel und kam so ins Geschäft», erinnert sich Frau Frischknecht. Anschliessend seien seine Ideen dann in Schmuckstücke umgesetzt worden. In einem Jahr war es ein Blütenanhänger, in einem anderen eine Küchenschabenbrotsche.

Der goldene Osterhase

Katharina Frischknechts Arbeitsalltag lebt von solchen Anekdoten. Sie zeigen auf, wie individuell die Produkte dieser Branche sind. In guter Erinnerung bleibt der Unternehmerin etwa die Partnerin eines Bobfahrers, die einen originalgetreuen Bob in Kleinformat aus Kupfer, Messing und Neusilber herstellen liess oder der Hundefreund, der seinen Windhund nach genauer Abbildung, am Finger seiner Frau in Gold sehen wollte. «Oder der goldene Osterhase, welcher ein Herr als Ostergeschenk für seine Partnerin anfertigen liess.»

Man merkt es rasch: Es müssen also nicht immer nur Diamanten sein. Man darf der geliebten Partnerin ruhig einen speziellen, ausgefallenen Ring überreichen. Den Möglichkeiten sind hier beinahe keine Grenzen gesetzt. «Dank unserer Goldschmiede, die direkt im Haus ist und unserem Goldschmiedeteam können wir jeden noch so ausgefallenen Wunsch erfüllen. Auf das sind wir schon ein wenig stolz», so Katharina Frischknecht.

Wo die Chemie stimmt

Es versteht sich von selbst, dass auch die Geschäftsinhaberin ein eigenes Lieblingsstück vorweisen kann. Dabei handelt es sich um einen Turmalinring. «Der Turmalin ist ein ganz besonderer Edelstein, von der Chemie her ein komplexes wasserhaltiges Bor-Silikat, welches durch seltene Elemente praktisch alle Farben enthalten kann, von farblos bis schwarz. Oder einfach gesagt, mein Turmalinring vereint mehrere kräftige Farben, vor allem dominieren Rot und Grün.» Für Katharina Frischknecht ist es eine Spiegelung der Natur, das satte Grün der Blätter und das Rot von Purpur-Rosen.

Wer sich bisher noch nicht so sehr mit Schmuck beschäftigt hat, der dürfte es spätestens jetzt bemerkt haben: Es handelt sich dabei nicht bloss um eine Verformung eines Materials. Es steckt einiges mehr dahinter, und alles beginnt mit einer Idee. Für eben diese ist das Goldschmiedeteam verantwortlich. Vielfach werden die Creaturen durch einen speziellen Edelstein inspiriert. Ebenfalls liefert die Natur eine Fülle von Ideen, wie zum Beispiel für die diesjährige Schneesternkollektion oder die Objekte in Ebenholz.

Von Prinzessinnen und Rektoren

Der Trend nach Einzelstücken in hoher Qualität, welche optimal auf die Trägerin abgestimmt ist, hält laut Katharina Frischknecht an. Bei den Materialien sind Brillanten nach wie vor

die Klassiker, gefolgt von Farbsteinen, die sich immer grösserer Beliebtheit erfreuen. «Jedoch sind immer mehr Kunden bereit, auf ein Wagnis mit neuen Kombinationen, wie zum Beispiel Holz in Verarbeitung mit Farbsteinen, einzugehen.» Solche Wünsche fallen für Frischknecht jedoch noch nicht unter den Begriff «ausgefallen». Dann schon eher ein goldenes Hundehalsband oder eine goldene Bauchkette. Auch durfte Frischknecht Juwelier schon einmal ein Diamant für eine Prinzessin anfertigen. «Ebenfalls wurde die Halskette für den Rektor der Universität St.Gallen bei uns hergestellt. Diese Kette wird jeweils immer dem nachfolgenden Rektor weitergegeben.»

Konfliktpotenzial

Das teuerste Stück war eine Platinuhr. Für Katharina Frischknecht gibt es aber nicht nur den Wert in Schweizer Franken, sondern auch einen emotionalen Wert, welche die zukünftige Trägerin oder der zukünftige Träger bestimmt. Geld ist eben doch nicht alles – auch bei den Luxusobjekten nicht. Diese Erfahrung hat auch ein anderer St.Galler Goldschmied gemacht. Als sich ein Paar vor seinen Augen um den Betrag der Eheringe stritt – der Mann gab der Frau zu verstehen, dass er sich ihr Objekt der Begierde nicht leisten könne -, bat er sie höflichst, die Angelegenheit vor dem Geschäft zu regeln. Sie sollen wiederkommen, wenn sie sich geeinigt hätten. Der Goldschmied sah das Paar nie wieder. Der Kauf eines teuren Schmuckstückes kann also schon mal eine Beziehung auf einen Prüfstand stellen. Katharina Frischknecht kennt das, ist aber der Meinung, dass es die Kunst des Verkäufers ist, das richtige Gespür für den Stil und die Preisklasse zu haben, «so dass eine Beziehung nicht gestört wird, sondern beide glücklich mit der Wahl sind.»

Die Frage aller Fragen

Die eingangs gemachte Aussage, dass eine Frau eigentlich nicht genug Schmuck besitzen kann, soll nun aber doch noch genauer verifiziert werden. Wie viel Schmuck sollte eine «Frau von Welt» grundsätzlich besitzen? «Ein Basis-Set, welches den ganzen Tag getragen werden kann, ist optimal», erklärt Frau Frischknecht. «Für den Abend empfiehlt es sich, den Tagesschmuck mit einem passenden Schmuckstück, je nach Anlass, aufzuwerten.» Unterschiede gibt es je nach kulturellem Hintergrund oder beruflicher Stellung. «Zum Beispiel trägt die Business-Frau in den USA zu ihrem Kostüm immer eine Perlenkette. In unserer Gegend ist eher der Trend ‚weniger ist mehr, jedoch von sehr guter Qualität‘. Oder in

einigen asiatischen Kulturen ist die Goldkette vom Ehemann zur Hochzeit ein lebenslanger Begleiter der Frau.»

Tradition fortsetzen

Der Beruf wurde Katharina Frischknecht gewissermassen in die Schmuckschatulle beziehungsweise Wiege gelegt. Schon als Kind und später als Jugendliche verbrachte sie viele Stunden im Goldschmied-Atelier. «Meine Eltern haben es verstanden, immer wieder die schönen Seiten dieses Berufs herauszuheben und mir einen unverkrampften Einstieg zu ermöglichen. Dass ich das Geschäft einmal übernehmen werde, hat sich entwickelt und war nicht von Anfang an klar.» Einen eigentlichen Druck, einen über 100-jährigen, erfolgreichen Betrieb zu übernehmen, habe sie nicht verspürt. «Das Beständige ist der Wandel – aus diesem Gedanken leiten wir unsere Ideen und unser Handeln ab», so Frau Frischknecht. «Innovation, seien es Produktinnovationen oder Serviceinnovationen, prägen unser Denken. Mit der Leitung unseres Familienbetriebs verspüre ich vielmehr eine Herausforderung, jeden Tag mein Bestes zu geben und unser Geschäft langfristig erfolgreich zu führen.»

Luxus braucht Raum

Um das sicherzustellen sei es wichtig, nicht auf der Stelle zu treten, sondern dauernd nach Neuem zu suchen. Man müsse sich immer wieder neuen Gegebenheiten anpassen und dabei versuchen, auf den bestehenden Kernkompetenzen aufzubauen. «Zum Beispiel wählten wir für unser nächstes Innovationsprojekt das Motto ‚Espace et Lumière‘. Diese Idee bildet die Grundpfeiler für den Umbau unserer Verkaufsräumlichkeiten. Durch Licht und Raum werden wir versuchen, die Atmosphäre und das Raumgefühl für unsere Kunden und Mitarbeitenden noch angenehmer zu gestalten.» Das leuchtet ein. Wer Luxus kauft, will dies in einer ansprechenden Umgebung tun. Frischknecht Juwelier bietet dafür die entsprechende Kulisse und das Know-how.



«Ich würde sie als Theoretiker bezeichnen»

Russland ist im Vormarsch. Dr. Walter Fetscherin, Präsident Joint Chambers of Commerce, erklärt gegenüber dem LEADER, was den Markt für Schweizer Unternehmen so interessant macht, was es mit den «strategischen Sektoren» auf sich hat und wieso er selber immer noch fasziniert von diesem Land ist.

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ZVG.

Herr Fetscherin, ist Russland auf dem Weg zur notwendigen Modernisierung der Wirtschaft?

Walter Fetscherin: Grundsätzlich ja, wenn auch nicht immer mit der erforderlichen Konsequenz. Zur Schaffung zeitgemässer Strukturen, die auch in Zukunft ein beständiges Wachstum ermöglichen, muss noch mehr Schwergewicht auf die Diversifizierung der Wirtschaft gelegt werden. Dieser Prozess findet seit einigen Jahren statt und die Rohstoff- und Energiewirtschaft ist heute nicht mehr die wichtigste Lokomotive des Wachstums.

Weshalb ist dieser Markt interessant für Schweizer Unternehmer?

Einerseits ist der Markt von seinem Volumen her sehr gross, andererseits beginnt das Konsumzeitalter in Russland erst richtig. Es gibt zunehmend Gebiete der russischen Wirtschaft, die von der Dynamik der Entwicklung langsam erfasst werden. Zudem ist Russland für die Schweiz ein geographisch naher Markt mit einer Bevölkerung, deren Mentalität trotz einiger Unterschiede unserer westeuropäischen um einiges näher steht als diejenige in anderen Wachstumsländern.

Kann man mit Zahlen belegen, wie viele Schweizer Unternehmen heute in Russland tätig sind?

Wir schätzen, dass zur Zeit ungefähr 600 bis 800 Schweizer Firmen mit Russland wirtschaftliche Beziehungen pflegen. Die Zahl nimmt laufend zu, nicht zuletzt deshalb, als immer mehr KMU das Potential der russischen Wirtschaft erkennen.

Welche Handelsaktivitäten machen hier den Grossteil aus?

Was den eigentlichen Handel anbelangt, so widerspiegeln die Exporte aus der Schweiz weitge-

hend die allgemeine Exportstruktur, mit Maschinen an erster Stelle, gefolgt von Pharmazeutika, Uhren, etc. Umgekehrt werden die russischen Importe gemäss Schweizer Statistik weitgehend von der Sparte der Edelmetalle dominiert.

Was sind die grössten Schwierigkeiten, mit den Unternehmer, die in Russland tätig werden wollen, zu kämpfen haben?

Beträchtliche Probleme bereiten nach wie vor die noch immer wachsende Bürokratie, und damit indirekt verbunden, die grassierende Korruption. Beides kann vor allem für KMU zu einer beträchtlichen Schranke werden. Zu weiteren Hindernissen können die Sprache, mangelnde Finanzierungsmöglichkeiten und das Fehlen einschlägiger Spezialisten werden; im Gegensatz zur ersten Kategorie können diese Schwierigkeiten allerdings mit entsprechendem Einsatz überwunden werden.

Wie lange und wie intensiv sollte ein Markteintritt vorbereitet werden?

Darauf kann ich Ihnen keine allgemein gültige Antwort geben. Die Beantwortung dieser Frage kann nur in jedem individuellen Fall erfolgen.

Der Schweizer Unternehmer beklagt die Bürokratie. Wie sieht es diesbezüglich in Russland aus?

Wie erwähnt, ist die übermässige Bürokratie – übrigens schon seit vielen Jahrzehnten – in Russland ein gravierendes, das Wirtschaftsgeschehen oft behinderndes Phänomen. Und was den Vergleich mit der Schweiz anbelangt, wo wir diesbezüglich international besonders verwöhnt sind: bei uns vermittelt der Staatsapparat das Gefühl, sich weitgehend als Dienstleister für die Bevölkerung zu verstehen, während die meisten russischen Ämter offenbar noch immer vom Gedanken beherrscht sind, dass sie dem Bürger eine Gnade erweisen, wenn sie eine entsprechende Leistung erbringen.

Die Chinesen werden oft als «Kopierer» betitelt. Wie würden sie die Russen charakterisieren?

Russland ist ein sehr heterogenes Land, was eine verallgemeinernde Charakterisierung erschwert. «Kopieren» liegt den Russen allerdings nicht gleich wie ihren südöstlichen Nachbarn: ich würde sie eher als «Theoretiker» bezeichnen, voller grosser und häufig wissenschaftlich untermauerter Pläne, wobei dann in der Phase der detailbezogenen Realisierung schnell das Interesse sinkt, sodass die oft grossartigen Projekte nicht mehr in der gewünschten Art realisiert werden können.

Gibt es Verhaltensregeln, die ich als Unternehmer in Russland beachten muss?

Über dieses Thema sind schon etliche nützliche Bücher geschrieben worden. Ich würde jedem Unternehmer empfehlen, sich deren Lektüre zu widmen oder einen Spezialisten zu konsultieren, bevor er sich auf den russischen Markt wagt.

Wie stark beeinflusst die Politik die russische Wirtschaft?

In Russland macht sich der Staat seit einigen Jahren in der Wirtschaft wieder deutlicher bemerkbar, als dies in den 90er Jahren der Fall gewesen war. Es geht hier vor allem um das Wiedererstarken des Einflusses in den sogenannten «strategischen Sektoren». Die heutige Rolle des russischen Staates ist allerdings nicht grösser, als dies in anderen rohstoffreichen Staaten der Welt der Fall ist.

Darf man hierbei von einem «unsicheren System» sprechen, und wie stark muss ich dies als Unternehmer in meiner Planung berücksichtigen?

Dieses neue Phänomen muss für einen Unternehmer nicht unbedingt mehr Unsicherheit bringen, solange er sich nicht in einem Sektor bewegt, der als «strategisch» gilt. Leider tut sich die russische Regierung mit der Entscheidung hinsichtlich einer klaren und unzweideutigen Defi-

nition der «strategischen Interessen» noch schwer. Natürlich sind für Ausländer auch Aktivitäten in diesem Bereich durchaus möglich, jedoch nur im Rahmen von Minderheitsbeteiligungen. Zudem empfiehlt sich bei Eingehen entsprechender Geschäftsbeziehungen eine sehr genaue Abklärung der Situation.

In welchen Bereichen wird Russland in den nächsten Jahren wirtschaftlich auf dem Vormarsch sein?

Zweifellos in den Bereichen der Petrochemie, der Zulieferbetriebe für das Bauwesen und für die grossen Infrastrukturprojekte, des Automobilbau und der Flugzeugindustrie, gewisser Sektoren der Maschinenindustrie, der Verarbeitung von Lebensmitteln, der Landwirtschaft, etc.

Gibt es Fälle, in denen Sie Unternehmern vom Markteintritt abraten?

Natürlich gibt es Umstände, unter denen einer Firma von einem solchen Schritt abzuraten ist. Dies gilt besonders dann, wenn es an einem vertrauenswürdigen russischen Partner fehlt. Die meisten Kriterien für einen solchen Entscheid unterscheiden sich jedoch in Russland nicht von denjenigen in anderen Märkten.

Was fasziniert Sie persönlich an Russland?

Es ist nicht nur die Weite des Landes mit seinen riesigen, fast unbertührten Landschaften und der eindruckliche soziale Umbau, der sich zur Zeit vollzieht. Es sind vor allem auch die Menschen selbst, mit ihrer Schicksalsergebenheit, ihrem tiefen menschlichen Empfinden, aber auch ihrer europäischen und doch immer wieder überraschend anderen – asiatisch beeinflussten - Mentalität. Es ist immer wieder verblüffend, wie viel unverbrauchtes Potential in diesem Volk steckt und welche «curiosité intellectuelle» und Energie es aufbringt, trotz all den furchtbaren Verwerfungen, welchen es sich im letzten Jahrhundert zu unterziehen hatte.

Anzeige

KSB/SJ

Schön, wie hart und zuverlässig Sie für Ihr Geld gearbeitet haben. Schlecht, wenn Sie es nie erhalten.

Die Kreditversicherung der AXA Winterthur.

Mit unserem Riskmanagement schützen Sie Ihr Unternehmen umfassend vor Zahlungsausfällen. So sichern Sie nicht nur Ihre Liquidität und Ihre Stellung auf dem Markt, sondern verbessern auch gleichzeitig Ihre eigene Bonität. Profitieren Sie jetzt von einer Versicherungslösung, die individuell auf Ihr Geschäftsmodell abgestimmt ist. Weitere Informationen erhalten Sie unter 052 261 95 07, mv.federal@axa-winterthur.ch oder www.axa-winterthur.ch

Sie lieben es. Wir versichern es.

 **winterthur**
FINANZIELLE SICHERHEIT



«Man hat mich zum Spion gestempelt»

Schon die NZZ schrieb über ihn: «Karl Eckstein verfügt unzweifelhaft über reichhaltige Erfahrungen und Beziehungen in Russland, vor allem auf dem weiten Feld des geschäftlichen und bürokratischen Know-how». Der LEADER sprach mit dem Russlandkenner über das «falsche Bild», vorprogrammierte Konflikte in der Geschäftswelt und den Vergleich zwischen Russen und einem Schweizer Jassclub.



INTERVIEW UND BILDER: MARCEL BAUMGARTNER

Herr Eckstein, wenn man an Russland denkt, denkt man an Korruption, den russischen Geheimdienst, Frauen und Wodka. Was ist dran an diesen Klischees?

Karl Eckstein: Wenn Sie an die Schweiz denken: Denken Sie dann auch automatisch an Kindsmörder, Posträuber, Drogendealer und Prostituierte? Das gibt es nämlich alles in der Schweiz. Aber charakterisiert das die Schweiz? Wäre es objektiv, wenn man über die Schweiz schreibt, immer nur über Kindsmörder, Posträuber, Drogendealer und Prostituierte zu schreiben?

Genauso ist es mit Korruption, Geheimdienst, Frauen und Wodka: Das gibt es alles in Russland – aber es charakterisiert Russland so wenig wie

Kindsmörder, Posträuber, Drogendealer und Prostituierte die Schweiz charakterisieren.

Sie sind 1982 nach Moskau gezogen. Reisten Sie ohne jegliche Vorurteile nach Russland?

Ich kannte Russland schon von früheren Reisen: Ich war schon einige Wochen 1965 und 1971 dort – aber trotzdem hatte ich 1982 grosse Angst vor dem KGB. Wie sich dann später herausstellte, hätte ich nicht vor dem KGB Angst haben müssen, sondern vor der Schweizerischen Bundespolizei. Der KGB hat mich nie belästigt – die Bundespolizei hingegen hat mich aufgrund stümperhafter falscher Recherchen zum Spion

gestempelt und hinter meinem Rücken dafür gesorgt, dass ich arbeitslos wurde.

Was war Ihr erster Eindruck von Land und Leute?

Mein erster Eindruck war, dass ich ein total falsches Bild von Russland hatte. Ich war zum Beispiel überrascht, wie gut informiert die Leute waren, obwohl die sowjetische Presse und Fernsehen nicht richtig informierten und nur einseitige Klischees über den Westen verbreiteten. Weil man davon ausging, dass Informationen zum Ausland propagandistisch zurechtgebogen waren, hat beinahe jedermann nach Alternativinformationen gesucht. Man hat die russischsprachigen Sender von BBC, Stimme Amerikas etc. gehört, regimekritische Samisdatliteratur gelesen und westliche Videofilme (oft in der Qualität einer 10. Kopie, wo kaum mehr was zu sehen und verstehen war) angeschaut.

Auch war ich überrascht vom hohen Bildungsgrad der grossen Mehrheit der Bevölkerung.

Ein bekennender Fan der James Bond Filme muss die nachfolgende Frage einfach stellen: Wo hat der KGB denn nun eigentlich überall seine Nase drinnen?

Die heutige Nachfolgeorganisation des KGB, der FSB (Föderaler Sicherheitsdienst) hat verschiedenste Aufgaben wie zum Beispiel Objektschutz (was bei uns in der Regel die SECURITAS macht) Grenzkontrolle (Beamte – meist Frauen – die bei der Einreise die Passkontrolle durchführen), militärische Grenzschutzdivisionen, Wirtschaftsrevision von Staatsbetrieben (Korruptions- und Betrugskontrolle) und natürlich Auslandsaufklärung und Spionageabwehr.

Verstehen wir Schweizer die Art der Russen überhaupt? Oder haben uns die Medienberichte und Filme ein völlig falsches Bild vermittelt?

Heute informieren meines Erachtens die russische Presse und die russischen elektronischen Medien weit objektiver über das westliche Ausland, als es umgekehrt unsere Medien bezüglich Russlands tun.

Das Russlandbild, das unsere Medien zeichnen, ist sehr verkürzt und kreist meist um die von Ihnen oben genannten Stereotypen. Es fehlen die Hintergrunderklärungen und oft sind es schlicht falsche Informationen:

Zum Beispiel es gebe keine Pressefreiheit. So ein Blödsinn: Das kann nur einer behaupten, der keine Übersicht über die russische Presselandschaft hat.

Der Konzern Gasprom (wo der Staat Mehrheitsaktionär ist) finanziert zum Beispiel den äusserst kritischen – manchmal gar aufmüpfigen – Radiosender «Echo Moskaus».



Hier eine Karikatur in der Ausgabe Nr. 48 vom 27. November 2007, der Nummer vor den Dumawahlen, wo aufgefordert wird, nicht an die Urne zu gehen. Putin wird verglichen mit dem Verräter-General Wlassow, der im 2. Weltkrieg mit seiner Armee an der Seite Hitlers gegen die Sowjetunion gekämpft hat. Auf der Gorbatschow, Jelzin und Putin umgehängten Tafel heisst es «Vaterlandsverräter»



«In die Geschichte eingehen» ist gestrichen, neu geschrieben steht «In die Geschichte hineingetrampelt».

Der Staat gibt die Zeitschrift «Russische Föderation heute» heraus. Eine Zeitschrift, in der ausgewogen das ganze politische Spektrum berücksichtigt wird und auch äusserst kritische Ansichten zensurlos abgedruckt werden. Oder die seit über 10 Jahren bestehende Oppositionszeitung «Duell», die auch eine Internetseite führt. (www.duel.ru)

Oder das Vorurteil, dass Kritiker mundtot gemacht würden: Als ich vor einem grossen Kongress gesagt hatte, dass die meisten russischen Beamten ihre Bürger nicht besser behandeln würden als es die faschistischen Okkupanten getan hätten, wurde meine Rede im staatlich finanzierten Publikationsorgan abgedruckt.

Obwohl ich in einigen Fällen Klage gegen Russland wegen Menschenrechtsverletzungen beim Europäischen Gerichtshof in Strassburg eingereicht habe, wurde ich vom russischen Aussenministerium zum Honorarkonsul ernannt.

Wo steht das Land heute, wie hat es sich in den vergangenen 25 Jahren entwickelt?

Klar ist, dass Sozialismus und Beamtenwirtschaft das Land ruiniert haben. Die unter Jelzin von westlichen Beratern geleitete Privatisierung hat noch den Rest gegeben. Heute ist deutlich ein wirtschaftlicher Aufschwung zu sehen. Natürlich gibt es noch viele Baustellen: Die Bürokratie ist eher schlimmer geworden, KMUs hat es noch viel zu wenige – vor allem wegen des bürokratischen Aufwands. Mit der Landwirtschaft steht es im Argen, weil das Bankensystem für die nötigen Kreditfinanzierungen nicht bereitsteht.

Auch im Gesundheitswesen herrscht grosser Nachholbedarf. Die einheimische Pharmazeutikproduktion wurde während der Privatisierung geradezu bösartig zugrunde gerichtet. Jedenfalls sieht man im Kreml diese Defizite und hat entsprechende Programme eingeleitet.

Was ist dran an der Aussage «Am Anfang bringt der Ausländer das Geld und der Russe die Erfahrung; am Schluss hat der Russe das Geld und der Ausländer eine Erfahrung mehr.»

Mit diesem Bonmot werden die sogenannten «Joint-Ventures» (Gesellschaften, in denen ein Teil der Gesellschafter Russen, der andere Teil Ausländer sind; im schlimmsten Fall in der Pattsituation von je 50% der Gesellschaftsanteile) charakterisiert.

Ich rate immer von solchen gemeinsamen Gesellschaften ab. Die Geschäftskultur ist in der Regel zu unterschiedlich: Wegen der kulturellen Unterschiede ist der Streit praktisch vorprogrammiert: und da hat der Russe natürlich immer den Heimvorteil.

Viel besser ist es, wenn beide Partner eigene Firmen haben und in zweiseitigen Verträgen das Geschäft gemeinsam arbeitsteilig abwickeln. So ist jeder Herr im eigenen Hause und kann den Vertragspartner wechseln, den Vertrag kün-

den, wenn er mit dessen Verhalten nicht mehr einverstanden ist.

Das russische Wirtschaftsverständnis ist demnach nicht auf langfristige Projekte mit Renditen in der Perspektive angelegt. Genau dieses Ziel verfolgen jedoch die meisten Schweizer Unternehmer. Wie kann man hier trotzdem zusammen arbeiten?

Sie haben Recht; das ist ein wesentlicher Aspekt der kulturellen Unterschiede: Eben deshalb mein Rat nicht gleich zu heiraten (eine gemeinsame Firma gründen) sondern zweiseitige Verträge schliessen: So kann jeder nach seiner Facon selig werden.

In Ihrem Business-ABC für Russland sprechen Sie auch die Lohnpolitik an. Konkret empfehlen sie, die Löhne möglichst tief zu halten um unauffällig zu bleiben. Wieso darf man nicht auf sich aufmerksam machen?

Dieses ABC stammt weitgehend aus der Zeit anfangs 2000. Wegen der horrenden progressiven Sozialabgaben hat man damals den offiziellen Lohn immer tief gehalten und den Rest schwarz bezahlt. Weil alle das so gemacht haben, kam man auch in Zugzwang – nicht zuletzt wegen der Konkurrenzfähigkeit.

Seit die Sozialabgaben vernünftig und degressiv sind, kommt man von dem System immer mehr weg. Die Löhne werden heute zunehmend gänzlich deklariert und in die Steuerbuchhaltung aufgenommen.

Das Business ABC auf meiner jetzigen Website www.eckstein.ru wird demnächst abgeschaltet, weil sich seit der letzten redaktionellen Überarbeitung vor etwa 4 Jahren sehr vieles geändert hat, fast ausschliesslich zum Positiven.

Wieso ist der russische Markt dennoch für viele Schweizer Firmen so attraktiv?

Der russische Markt ist nicht «dennoch» attraktiv: Er ist attraktiv. Natürlich verschwinden die Nischen immer mehr und werden immer kleiner. Viele Schweizer Firmen haben auf dem russischen Markt Wachstumsraten von jährlich 50%.

Wie jeder fremde Markt hat er natürlich seine Besonderheiten, die man kennen muss. So darf man wie in vielen neuen Märkten die Bürokratie nicht unterschätzen. Dies kostet gerade am Anfang sehr viel Zeit. So sind Businesspläne, die

zu Hause am grünen Tisch von im russischen Markt ungeübten Strategen entworfen werden terminlich in der Regel nie real.

Was hat es mit dem Treffen in der Banja, der russischen traditionellen Sauna auf sich?

Der Banjabesuch wird in Russland zeremoniell gepflegt. Ich denke die meisten Russen gehen im Schnitt einmal pro Woche in die Banja. Da trifft man sich mit Freunden, es ist ein sozialer Anlass, so wie man bei uns zum Jass ins Restaurant geht.

Hat man einen auswärtigen Gast, so ist es nicht mehr als normaler Anstand, ihn zum Banjabesuch einzuladen. Dies vor allem dann, wenn der Gast nur für dieses eine Geschäftstreffen ange-reist ist und nicht am selben Tag zurückreisen kann. In Moskau, wo Geschäftstreffen im Stundentakt stattfinden und man viele verschiedene Geschäftskontakte besucht, wird man in der Regel nicht in die Banja eingeladen. In der Provinz hingegen gehört das dazu.

Welche Tugenden zeichnen den Russen beziehungsweise die Russin aus?

Die Russinnen und Russen sind in der Regel gebildet, kulturhungrig und lernbegierig. Viele Russen und Russinnen haben zwei und mehr Hochschulabschlüsse. Oft besuchen sie neben der Arbeit noch einen berufs begleitenden Abend-Hochschulkurs. Sie wollen etwas erreichen und sind zielstrebig. Humor, ja oft Galgenhumor, ist weit verbreitet.

Diese lauten und überheblichen Russen, die wir manchmal an Ferienorten treffen, sind meist minderwertigkeitsbeladene Personen, die sich das erste Mal im Ausland befinden und ihre Angst und Unbeholfenheit mit lautem Getue kompensieren.

Ähnliches kann man übrigens auch mit Schweizer Jassclubs erleben, die das erste Mal im Ausland sind.

Sie sind eine untypische Minderheit, die sich zu Hause wieder ganz normal und ordentlich be-nimmt.

Anders als in Japan kennt man in Russland keine falschen Höflichkeiten. Heisst das, dass nur Unternehmer mit starken Nerven und einem gewissen Killerinstinkt in Russland tätig sein sollten?

Überhaupt nicht. Man kennt keine FALSCHEN Höflichkeiten.



Zur Person

Die Homepage von Karl A. Eckstein, Honorarkonsul der Russischen Föderation wird mit einem russischen Sprichwort eingeleitet: «Gehe nicht mit deinen eigenen Regeln in ein fremdes Kloster». Genau nach diesem Grundsatz bewegt sich der 59-Jährige Eckstein im russischen Markt. Aufgewachsen in Rheineck im St.Galler Rheintal zog er 1982 nach Russland. Seit 1986 ist er dort Rechts- und Unternehmensberater mit eigener Kanzlei. Eckstein ist seit 2001 russisch-schweizerischer Doppelbürger, mit einer Russin verheiratet und hat zwei Kinder.

Wenn ein Schweizer während einer Präsentation das letzte Bild nochmals sehen will, so fragt er: «Könnten Sie bitte das letzte Bild nochmals zeigen?» Dabei will er aber gar nicht wissen, ob der andere das kann oder nicht kann. Er weiss sogar ganz genau, dass er es kann. Eigentlich meinte der Schweizer: «Zeigen Sie bitte das letzte Bild nochmals.» Der Russe sagt es aber direkt genau so.

the way of logistics

Lagerraum im Rheintal – oder **Übersee**fracht
auf die Osterinsel? Ihr erfahrener Logistikpartner
erfüllt Ihre Bedürfnisse. Regional und global.



Gratis-Infoline 0800 817 070 • Fax +41 (0)71 747 66 99
info@sieber.ch • www.sieber.ch

CH-9442 Berneck • CH-9430 St.Margrethen • CH-8953 Dietikon • CH-6930 Bedano • CH-6830 Chiasso
CH-4133 Pratteln • CH-1227 Genf • CH-1844 Villeneuve • AT-6923 Lauterach • US-07052 New York



TRANSPORTBETRIEB
DES JAHRES **2008**



Jahresüberschuss um 18 Prozent gestiegen

Eine sehr positive Bilanz zieht die BTV, die Bank für Tirol und Vorarlberg, über das Geschäftsjahr 2007. Trotz der amerikanischen Immobilienkrise, die sich von den Grossbanken bis auf die regionalen Geldinstitute niedergeschlagen hat, konnte die BTV den Jahresüberschuss deutlich steigern, und zwar auf rund 60 Millionen Euro. Die Bilanzsumme konnte um acht Prozent auf über acht

Milliarden Euro gesteigert werden. Das Eigenkapital erhöhte sich um 7,2 Prozent auf 660 Millionen.



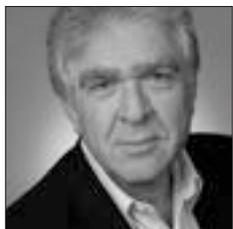
Erstmals über 200 Millionen Umsatz

Die Thurella Gruppe weist für 2007 eine wiederum erfolgreiche Marktbearbeitung auf. So konnte der Umsatz gegenüber 2006 um 4,8% gesteigert werden und überschritt mit CHF 200.942 Mio. erstmals die Marke von CHF 200 Mio. Der Gewinn beträgt CHF 3.973 (+0,5% ggb. Vorjahr). Die Marktpositionen konnten weiter ausgebaut werden dank der langjährigen Erfahrung in der

Verarbeitung von Obst, Gemüse, der Herstellung natürlicher Getränke sowie innovativer Marktbearbeitung und Produkte. Die Aktien der Thurella-Gruppe sind an der Berner Börse BX kotiert.

Behrs Einstieg

Der ehemalige Saurer-Präsident Giorgio Behr ist beim Schleifmittelhersteller Sia Abrasives gross eingestiegen. Als Privatinvestor sowie über seine BBC-Group hat er einen Anteil von rund 22 Prozent erworben.



Ehemaliger SAP-Personalchef im Verwaltungsrat der umantis AG

Die St.Galler Software-Herstellerin umantis AG hat an ihrer Generalversammlung den ehemaligen SAP-Personalchef Les Hayman in den Verwaltungsrat gewählt.

Zur Rose weiter auf Wachstumskurs

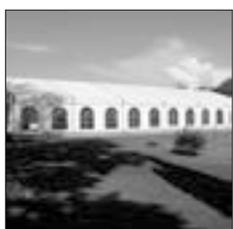
Die Zur Rose Gruppe steigerte im Geschäftsjahr 2007 den Umsatz um 32 Prozent von CHF 393,6 Mio. auf den Rekordwert von CHF 520,1 Mio. Die Umsatzzunahme beruht zu rund einem Drittel auf organischem Wachstum, zwei Drittel entfallen auf die 2006 übernommene VfG Versandapotheke. Um die finanzielle Transparenz zu erhöhen, publiziert Zur Rose das Ergebnis

2007 erstmals gemäss International Financial Reporting Standards (IFRS).



mobilezone übernimmt tom-com

Der Handy-Verkäufer mobilezone stärkt seinen Geschäftskundenbereich (B2B) mit der Übernahme der in Urnäsch ansässigen tom-com. Der Kaufpreis wird nicht genannt.



Komos AG an Firma Eschenbach verkauft

Die Gaiser Firma Komos AG ist an die Eschenbach Zeltbau GmbH & Co verkauft worden. «Mit diesem Partner kann die bestehende Wachstumsstrategie und das Engagement weiter ausgebaut werden», sagt die bisherige Verwaltungsratspräsidentin der Komos AG, Monika Seitz-Mösli.

Neues Logo und frischer Internetauftritt

Die SVA St.Gallen hat sich einen neuen grafischen Auftritt gegeben und gleichzeitig ihren Internetauftritt von Grund auf modernisiert.

Mit der Modernisierung will das Kompetenzzentrum für Sozialversicherungen im Kanton St.Gallen seine konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse seiner Kundinnen und Kunden unterstreichen.

Rückgang in sämtlichen Kantonen

Die Arbeitslosenzahlen sind im März in allen Ostschweizer Kantonen gesunken. Den tiefsten Wert in der Ostschweiz und im ganzen Land hatte Ende März einmal mehr Appenzell Innerrhoden mit 0,9 Prozent (-0,1).



Looser Holding wächst weiter

Mit dem Kauf des zweitgrössten Türenherstellers Deutschlands war das Geschäftsjahr 2007 der Looser Holding AG mit Sitz in Arbon (Schweiz) geprägt durch akquisitorisches Wachstum. Und dieses soll weiter gehen. Ein günstiges wirtschaftliches Umfeld führte zudem zu markantem inneren Wachstum bei beiden Geschäftsbereichen. Der Umsatz stieg um 49,3 Prozent auf 415,7 Mio. Franken, das operative Ergebnis (EBITDA) um 42,9 Prozent auf 55,1 Mio. Franken und der Konzerngewinn um 44,6 Prozent auf 29,4 Mio. Franken. Der Gewinn pro Aktie wurde um 48,1 Prozent gesteigert.

Ackermann und Frank am Symposium

Das 38. St. Gallen Symposium findet vom 15. bis 17. Mai an der Universität St. Gallen statt. Unter den Referenten sind unter anderem Josef Ackermann, Chef der Deutschen Bank, Swiss-Chef Christoph Frank und Frankreichs Wirtschafts-Ministerin Christine Lagarde.



ElringKlinger gleist Kauf der St. Galler Sevex auf

Der deutsche Autozulieferer ElringKlinger hat die geplante Übernahme des St. Galler Hitzeschildspezialisten Sevex unter Dach und Fach gebracht.

Thurgauer Wirtschaft läuft gut

Die Thurgauer Wirtschaft floriert. Das zeigen die Resultate der traditionellen Wirtschafts-Umfrage, welche die Thurgauer Kantonalbank (TKB) jeweils zum Jahreswechsel bei ihren Firmenkunden durchführt. Die allgemeine Beurteilung der Geschäftstätigkeit fiel im Vergleich zum Vorjahr noch einmal deutlich positiver aus. 72 Prozent oder 260 der antwortenden Unternehmen bezeichneten sie als gut. 2006 lag diese Quote noch bei 66 Prozent.



Gruner-Gruppe expandiert ostwärts

Die in der Projektierungs- und Planungsbranche tätige Gruner-Gruppe mit Sitz in Basel hat die wepf ingenieure ag in Flawil SG übernommen. Dadurch stärkte Gruner ihre Präsenz im Raum Zürich und der Ostschweiz.

Ostschweizer (Tiefbohr-)Know-how im Ausland gefragt



Stefan Berli, *1959, dipl. sc. nat. Geologe, ist Inhaber der FORALITH Holding AG sowie Mitinhaber der FORALITH Erdwärme AG und VR-Präsident der FORALITH Gesellschaften www.foralith.ch

FORALITH exportiert seit Jahren Tiefbohr-Know-how ins Ausland. Mit durchschlagendem Erfolg. Im Gespräch mit dem Geologen der FORALITH Holding AG Stefan Berli über die Schweiz, die zu wenig interessante Bohrprojekte bietet, die Gefahr des (internationalen) Administrationsdschungels und das besondere Gefühl, einen jahrmillionen alten Bohrkern in Händen zu halten.

INTERVIEW: SIBYLLE JUNG

Stefan Berli, was muss man bieten, damit man als Schweizer Bohrunternehmen ins Ausland gerufen wird?

Innovationsfreude, Ideen, Zuverlässigkeit und exaktes Arbeiten nach dem höchsten Stand der Technik. Und: Know-how. Unsere Kunden im Ausland wissen, dass sich die Schweiz über eine äusserst vielfältige Geologie auszeichnet. Wer diese bohrtechnisch zu beherrschen gelernt hat und die traditionelle Tiefbohrtechnik – wie sie im Bergbau oder auch in der Öl- und Gasexploration ihre Anwendung findet – zur Lösung der tiefbohrtechnischen Aufgabenstellungen im Alpenraum adaptiert hat, dessen Know-how ist im Ausland sehr gefragt.

Ein spannendes Auslandprojekt sind die Erkundungsbohrungen für den Brenner Basistunnel, an denen Sie seit 2004 aktiv beteiligt sind. Was genau ist/war da Ihre Aufgabe?

Bei so genannten tiefen Seilkernbohrungen wie beim Brenner Basistunnel geht es immer um die Gewinnung von Bohrkernen aus den interessierenden Formationen, damit die geologisch optimale Linienführung sowie die der Lithologie angepassten tunnelbautechnischen Verfahren gefunden werden können; an den Bohrkernen werden von spezialisierten Labors umfangreiche Untersuchungen durchgeführt. Die Bohrungen selber werden mit unserer Beihilfe hydrogeologisch und geophysikalisch getestet.

Sie sind an gigantischen Projekten im Ausland beteiligt, die auch ein nicht zu unterschätzendes Risikopotenzial bergen. Was reizt Sie daran?

Ein Stück jahrmillionen alter Bohrkern aus grosser Tiefe, in der noch nie ein Mensch gewesen ist, in Händen zu halten, ist ein besonderes Gefühl; und dazu mit zuverlässigen Mitarbeitern und deren Fachwissen eine erfolgreiche Lösung gefunden zu haben, etwas nicht Alltägliches geschafft zu haben.

Generell: Was muss man bei Bohrungen wissen?

Man muss wissen, dass man eigentlich nichts weiss; denn «vor der Hacke ist es duster», sagt ein alter Bergmannspruch.

Das wird der Grund sein, weshalb bei Bohrungen auch Unvorhergesehenes passieren kann.

Genau. Das, und weil die Erkenntnisse über den Untergrund erst bekannt sind, wenn die Bohrung fertig gestellt ist. Unsere Werkzeuge im Bohrloch arbeiten immer in grosser Entfernung, ohne dass jemand sieht, was dort vor sich geht.

Klingt auch nach grosser Verantwortung. Wie geht man damit um?

Verantwortung ist Herausforderung und Herausforderungen machen das Leben erst spannend.

Welches sind die Chancen und Gefahren eines Schweizer Bohrunternehmens, das international tätig ist?

Die kleine Schweiz bietet derzeit noch zu wenig interessante Bohrprojekte. Das Ausland ist somit die einzige Chance, das in der Schweiz massgeblich erarbeitete Know-how für die zukünftigen Schweizer Projekte halten und noch weiter entwickeln zu können. Die Gefahren liegen aber nicht in der Geologie und in der Bohrtechnik im Ausland; diese sind beherrschbar. Die Gefahren liegen im behördlichen und vertraglichen Administrationsdschungel der meist staatlichen Auftraggeber und im oft geringen fachlichen Wissen über unsere spezielle Tätigkeit.

Stichwort Zukunftsaussichten: Welche Prognose machen Sie betreffend Bohrtechnik?

Die Aussichten bei den Erdwärmesondenbohrungen sind recht ermutigend, da ja sowohl die Erdöl- und Erdgaspreise als auch die Problematik um die Erderwärmung für uns arbeiten. Die tiefbohrtechnischen Aufgabenstellungen werden in nächster Zeit vor allem im Bereich Tiefen-Geothermie zunehmen; es gibt auch in der Schweiz einige interessante Projekte, in welche die FORALITH schon involviert ist. Eine besondere Hausforderung aber wird für uns eine Anfrage aus Süd-Afrika sein, das von uns empfohlene bohrtechnische Explorationskonzept in einer Diamant-Mine von DeBeers nun auch selber auszuführen.

Gibt es für Sie das Bohrwunschprojekt...?

... fast hätte ich gesagt, eine 5'000 m tiefe Geothermiebohrung in St.Gallen zur Stromversorgung der städtischen Wärmepumpen der Erdwärmesondenheizungen. Aber für diese Bohranlage müssen wir noch etwas sparen...



Die FORALITH-Gruppe

Die FORALITH-Gruppe, zu der u.a. die FORALITH Erdwärme AG, FORALITH Bohrtechnik AG und FORALITH Equipment AG zählen, bietet bohrtechnisch «alles aus einer Hand». So ist es möglich, über die FORALITH Drilling Support AG, die als bohrtechnische Ingenieurunternehmung fungiert, ein bohrtechnisches Explorationskonzept – wie z.B. für die Diamantexploration von DeBeers in Süd-Afrika und Botsuana – ausarbeiten zu lassen. Als ausführender Contractor ist die FORALITH Bohrtechnik AG mit der eigentlichen Ausführung der Bohrarbeiten tätig und bedient sich dazu der innerhalb der FORALITH Equipment AG gehaltenen Tiefbohranlagen und Ausrüstungen. Die FORALITH Erdwärme AG ist als eigenständige Unternehmung zur Ausführung von Erdwärmesondenbohrungen nicht der FORALITH Holding AG angegliedert, kann aber jederzeit auf das Know-how der FORALITH-Partner zurückgreifen.

Wegmüllers neuer DAF LF zieht einen nachhaltigen Auflieger

Ein 20-jähriger Auflieger, Marke Peter Winterthur, diente als Basis fürs neuste Fahrzeugprojekt der Wegmüller AG. Für die schnelle Auslieferung der im zürcherischen Attikon gefertigten Holz- und Kartonverpackungen zählt die Wegmüller AG auf Spezialfahrzeuge. Möglichst viel Innenraum und möglichst leicht lauten die üblichen Hauptziele. Im aktuellen Fall hiess es zudem: Wendig und umweltfreundlich soll der Neue sein.

Die gute Substanz sowie die vernünftigen Modernisierungskosten bewogen die Wegmüller AG, den Auflieger nach 20 Jahren für eine Frischzellenkur zum Hersteller nach Winterthur zu bringen. Peter Fahrzeugbau verpasste dem Gebrauchten eine Neulackierung, brachte zeitgemässe Unterfahrschütze an und baute ein praktisches Hubverdeck mit Schiebetafeln auf.

Eine passende Zugmaschine für das nachhaltige «Neufahrzeug» zu finden brachte einige Köpfe zum Rauchen. Die Wunschliste umfasste: Geringe Bauhöhe, um den bestehenden Auflieger aufzusatteln zu können, Luftfederung, stärkster verfügbarer Euro 5-Motor. Mit dem DAF LF55 steht nun eine topmoderne und leichte Zugmaschine im Einsatz. Martin Meier von der Wirag Filiale in Winterthur betont, wie einfach und trotzdem vielseitig die in England gefertigte LF-Baureihe ausgelegt ist. Der Chauffeur bedient ein leichtgängiges, manuelles 9 Gang-Getriebe und schätzt die grosse Schlafkabine. Der 250 PS Euro 5-Motor vermag die 18 Tonnen-Fuhre genügend in Fahrt bringen.



Aus alt mach neu: Der modernisierte Auflieger strahlt nach 20 Jahren in neuem Glanz.

Weitere Informationen:

Marc Wegmüller, 052 320 99 02
wegmueller.marc@wegmueller-attikon.ch

Anzeige

CITY GARAGE



Service



Audi



SEAT



PORSCHE

Europcar

Lerchenfeld

Zürcher Strasse 162

Tel. 071 274 80 74

Neumarkt

Autovermietung
Parkgarage

Tel. 071 222 11 14

Heiden AR

Gerbstrasse 8
Tel. 071 891 28 91

Heiligkreuz

Langgasse 106

Tel. 071 244 54 40

city-Kontakt

Autozubehör
Zürcher Str. 164
Tel. 071 274 80 70

Wil SG

Rainstrasse 7
Tel. 071 929 80 20

Breitfeld

Occasions-Zentrum

Zürcher Str. 505

Tel. 071 310 25 40

Goldach SG

St. Galler Str. 76

Tel. 071 844 50 30

Rickenbach TG

Breitstrasse 3

Tel. 071 929 80 30

www.city-garage.ch

info@city-garage.ch

SLK-Klasse Roadster: Ein Kraftpaket

Der SLK 350 Sportmotor leistet mit 224 kW (305 PS) jetzt noch mehr – und das bei einem Hochdrehzahlkonzept mit bis zu 7.200 Umdrehungen. Doch auch die drei übrigen Triebwerke und die neue Direktlenkung mit variabler Lenkkraftunterstützung verwandeln jedes Drehmoment in einen spürbaren Glücksmoment.

Die Motorpresse taufte ihn «kleiner Silberpfeil». Kein Wunder, denn von der akzentuierten Kühler Nase bis hin zum markanten Heck zollt der SLK auch mit den neuen Front- und Heckstossfängern, neu geformten Auspuff-Endrohrblenden und der neuen Rädergeneration dem legendären Rennwagen sehr viel Respekt. Gerade deswegen ist der Roadster ein unverwechselbarer SLK mit innovativen Designdetails.

Der SLK ist weltweit der meistverkaufte Roadster seiner Klasse. Kein Wunder: Er vereint gekonnt Sportlichkeit mit Komfort. Die einzigartige, auf Wunsch erhältliche Kopfraumheizung AIRSCARF zum Beispiel sorgt dafür, dass SLK-Fahrer das ganze Jahr über das Roadster-Gefühl geniessen können. Und seine pfeilförmige Karosserie zitiert klassisches Sportwagendesign.

Der SLK ist erhältlich ab 60'500 Franken.



Anzeige

CH-9500 Wil
Toggenburgerstrasse 146 Tel. 071 929 31 31

Liga



*Frühlingserwachen mit dem
Mercedes-Benz SLK*

Jetzt Probe fahren!



www.liga.ch
Mercedes-Benz



Konsequent voraus. Der neue Audi A4 Avant.

Erleben Sie das Fahren in einer neuen Dimension – in einem Auto, das den Weg in die Zukunft weist.

Audi A4 Avant 2.0 TDI: Normverbrauch Gesamt 5,7 l/100 km.
CO₂-Emissionen: 149 g/km (204 g/km: Durchschnitt aller Neuwagen-Modelle). Energieeffizienz-Kategorie A.

Jetzt anmelden zur Probefahrt.

City-Garage AG

Zürcher Strasse 162
9001 St. Gallen
Tel. 071 274 80 74
www.city-garage.ch

H. Eggenberger AG

Auerstr. 20 + 42
9435 Heerbrugg
Tel. 071 727 27 27
www.eggenberger.com

Elite Garage Arbon AG

Romanshorneerstr. 58
9320 Arbon
Tel. 071 446 46 10
www.elite-garage.ch

Scheidweg-Garage AG

Gontenstrasse 1
9050 Appenzell
Tel. 071 788 18 18
www.scheidweg-garage.ch

Der neue Audi A4 Avant: Fahren in einer neuen Dimension



Dynamisch, elegant und emotional – mit der A4 Limousine ist Audi bereits in eine neue Dimension vorgestossen. Nun folgt der A4 Avant: Der erfolgreichste Premium-Kombi seiner Klasse bringt neben hoher Fahrdynamik und kompromissloser Qualität einen hohen Nutzwert für Sport und Freizeit mit. Hier treffen sich Eleganz und intelligente Funktionalität.



Der Audi A4 Avant baut seinen Vorsprung aus. Basierend auf dem gleichen Technik-Layout wie die Limousine, wurde eine neu entwickelte Fünflenker-Vorderachse weit nach vorn geschoben. Das sorgt für eine ideale Verteilung der Achslasten und damit für höchste Präzision und Agilität im Handling. Damit vermittelt auch der Avant jenes neue, faszinierende Fahrerlebnis, mit dem die Limousine im Urteil der Fachmedien zum besten Automobil der Mittelklasse avanciert ist.

Audi schickt den A4 Avant mit zunächst fünf Motoren ins Rennen: zwei Benziner und drei Diesel. Sie offerieren souveräne Kraft, dabei ist ihr Verbrauch gegenüber dem Vorgängermodell um mehr als 14 Prozent zurückgegangen – ein Beleg für die erfolgreiche Effizienzstrategie von Audi.

Auch in der breit gefächerten Palette an Kraftübertragungen und in den zahlreichen Sport- und Komfort-Technologien – viele von ihnen stammen direkt aus der Oberklasse – kommt die

hohe Technik-Kompetenz der Marke mit den Vier Ringen zum Ausdruck.

Das Design des neuen Audi A4 Avant ist spannungsreich und dynamisch gezeichnet, wie man es von der designorientierten Marke Audi gewohnt ist. Die Scheinwerfer sind als technische Kunstwerke inszeniert. Tagfahrlicht ist Serie, bei den Xenon-Plus-Scheinwerfern besteht es aus 14 weissen Leuchtdioden.

Gegenüber dem Vorgängermodell fanden die Proportionen in ein neues, noch sportlicheres Verhältnis. Der vordere Überhang wurde verkürzt, die Motorhaube und der Radstand legten deutlich in der Länge zu. Die flach stehenden D-Säulen verleihen dem Audi A4 Avant eine dynamische, Coupé-hafte Silhouette, das Design des Hecks betont mit kraftvollen horizontalen Linien die Breite. Der neue A4 Avant misst 4,70 Meter, fast zwölf Zentimeter mehr als sein Vorgänger. Seine Karosserie baut erheblich steifer und sicherer als beim Vorgängermodell, dabei nahm sie zirka zehn Prozent Gewicht ab.

Mit bis zu 1.430 Liter Volumen besitzt das jüngste Mitglied der Audi-Familie den grössten Gepäckraum im direkten Wettbewerbsumfeld, im Grundmass fasst er 490 Liter. Die Fondlehne ist im Verhältnis 1/3 zu 2/3 geteilt, eine Durchladeeinrichtung mit separater Ski- und Snowboardtasche ist optional erhältlich.

Das hintere Abteil des A4 Avant ist mit feinem Teppichboden ausgekleidet und hat ab Werk intelligente Details wie einen Ladeboden zum Wenden und eine Komfort-Gepäckraumabdeckung, die durch leichtes Antippen nach oben fährt, an Bord. Optional liefert Audi Luxus-Features wie einen elektromechanischen Antrieb für die Heckklappe oder ein Fixierset für das Gepäck.

Der Verkauf des A4 Avant startete im Frühjahr deutschlandweit und auf weiteren europäischen Märkten. Der Grundpreis des Audi A4 Avant beträgt für den ab Herbst erhältlichen 1.8 TFSI Attraction mit 88 kW (120 PS) 27.550 €.

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 (Stv.)
Sonja Köppel
Dr. Stephan Ziegler

Bildredaktion: Stefan Millius
(Leitung)
Bodo Rüedi
Mareycke Frehner

Redaktion Vorarlberg: Arno Müller

Redaktionsanschrift: MetroComm AG
Zürcherstrasse 170
9014 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 07 22 0 51
mbaumgartner@metrocomm.ch
smillius@metrocomm.ch

Herausgeberin und Verlag: MetroComm AG
Zürcherstrasse 170
9014 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 07 22 0 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 18 Ausgaben

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

Layout/Satz: Mirjana Vujic
mvujic@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

Die Lösung

Es rauscht im Schweizer Blätterwald: Gierig stürzen sich die Medien auf eine angebliche «Hexenjagd» gegen die in den Bundesrat geputschte Eveline Widmer-Schlumpf; entzückt, gegen die SVP schreiben zu können. Dabei hat diese folgerichtig gehandelt: Einer Partei einen Bundesrat gegen deren Willen aufzuzwingen, zeugt von herrschaftlichen Ansprüchen. Eine Lösung liegt jedoch nah.

VON STEPHAN ZIEGLER

Rückblende, Bundesratswahlen 1993: Die Sozialdemokraten setzten damals den gegen ihren Willen – und gegen ihre offizielle Kandidatin Christiane Brunner – gewählten Genossen Francis Matthey derart unter Druck, dass er die Wahl nicht annehmen konnte. An seine Stelle wurde Ruth Dreifuss zur Kompromiss-Bundesrätin gewählt – mit zweifelhaftem Erfolg, wie sich herausstellen sollte.

2008 sind die Vorzeichen vertauscht: Nicht den Roten wurde von der Bundesversammlung der Wunschkandidat verweigert, sondern den Bürgerlichen. In einem Schmierstück wurde der vom linken Establishment inbrünstig gehasste Christoph Blocher abgewählt und eine von einer unheiligen Allianz aus SP und CVP manipulierte Eveline Widmer-Schlumpf, deren Name ausserhalb Graubündens kaum jemanden kannte, in den Bundesrat geputscht.

Gewieft Ränkeschmiede aus SP und CVP schmierten der Bündnerin so lange Honig ums Maul, bis sie sich bereit erklärte, bei einem positiven Resultat die Wahl anzunehmen – ohne dies mit ihrer Partei abgesprochen oder sie auch nur informiert zu haben. Widmer-Schlumpf liess sich so zu einer Marionette der Linksallianz machen: Hauptsache, in den Bundesrat.

Dass die SVP über das Vorgehen mehr als enttäuscht war, ist verständlich – sie musste nicht nur die Abwahl des erfolgreichsten Bundesrates hinnehmen, sie sollte sich zudem diktieren lassen, wer als ihr Vertreter in den Bundesrat Einsitz nimmt. Hand aufs Herz: Wer glaubt noch, dass Widmer-Schlumpf SVP-Interessen vertritt, nachdem sie ihre Partei hinters Licht geführt und sich mit den Linken zusammengeslossen hat?

Die gehässige Freude von SP und CVP über den «Erfolg» bei der Abwahl von Christoph Blocher schlug jedoch rasch ins Gegenteil um: Das Volk liess sich von der Politikaste nicht für dumm verkaufen und führte die SVP in einem Kanton nach dem anderen zu geradezu historischen Wahlerfolgen. Somit dominiert die SVP wohl auf Kantonsebene; auf Bundesebene wird ihr eine Regierungsbeteiligung vom politischen Establishment aber verwehrt. Der Grund dafür ist simpel: Die Bürgerlichen stören in Bundesregierung und -verwaltung, ist doch die SVP die einzige Partei, welche Staatsausgaben und -quote senken möchte. Und wer sägt schon an dem Ast, auf dem er sitzt?

Klar: Ewig wird die Linksallianz eine Beteiligung der Volkspartei an der Regierung nicht verhindern können. Eine Lösung bietet sich an, nachdem Widmer-Schlumpf ihr Amt nicht freiwillig hergeben will: Sie wechselt von der SVP zur SP, der sie sich offensichtlich eng verbunden fühlt. Die SP wiederum, die Widmer-Schlumpf so gerne im Bundesrat sehen wollte, lässt sie als SP-Bundesrätin weiter agieren – und setzt dafür Micheline Calmy-Rey ab, um den so frei gewordenen Platz der SVP zur Verfügung zu stellen.

Damit wären drei Fliegen auf einen Schlag getroffen: Die SP hätte ihre Wunschkandidatin im Bundesrat, die SVP könnte ihren Kandidaten bestimmen, und Calmy-Rey würde auf nationalem und internationalem Parkett der Schweiz keinen Schaden mehr zufügen können.

Zwischen Informationsfluss und Kommunikationsstau – Kommunikation als Kern- aufgabe der Personalführung

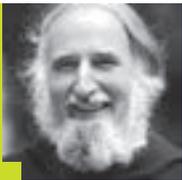
4. Ostschweizer Personaltag

Donnerstag, 5. Juni 2008, 11.00–16.30 Uhr
mit anschliessendem Networking-Apéro
Fürstenlandsaal, Gossau SG

www.personaltag.ch



Dr. Sonja A. Buholzer



Pater Anselm Grün



Peter Hogenkamp



Klaus J. Stöhlker



Roger Kollbrunner



Mascha Santschi

Referentinnen und Referenten

Patronat

FEP
Freie Erfa-Gruppe Personal, Ostschweiz

Haupt-Sponsoren

ostjob.ch
der Stellenmarkt des Tagblatts

PREMIUM
JOB

work-shop
Personalberatung

Medien-Sponsoren

LEADER
Das Informationsmagazin für die Wirtschaft
und das Handwerk Ostschweiz

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

ostschweizer
personaltag



Gemeinsam auch in fremden Gewässern bestehen.



Mit UBS Trade & Export Finance. Als international tätiges Unternehmen brauchen Sie für die Handels- und Exportfinanzierung einen starken Partner. Nutzen Sie die Vorteile unseres weltweiten Beziehungsnetzes und das detaillierte Know-how unserer Fachspezialisten. Ob **Akkreditive** und **Dokumentarinkassi**, **Bankgarantien** oder **Exportfinanzierungen**, Ihr UBS-Berater bietet Ihnen, was Sie für Produktion und Handel auch ausserhalb der Schweiz brauchen. Ihr erster Schritt ist das persönliche Gespräch mit uns. **Willkommen bei UBS Business Banking.**

www.ubs.com/tef

You & Us

