

Mai / 05 2008

LEADER®

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

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



Peter Stössel

CSIO St.Gallen:
Wo sich die Elite trifft

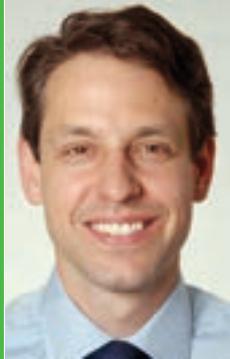


9 177 166 01 27 5008



GESPRÄCH

Ruedi Aerni über seine Kündigung bei der Ausserrhoder Wirtschaftsförderung



PERSONALTAG

Roger Kollbrunner spricht am Personaltag über die interne Kommunikation



Hochwertig. Funktional. Stilvoll.





Private Banking

Persönliches Banking in Perfektion

Wir kümmern uns nicht nur um Ihr Vermögen, sondern auch um Sie. Persönlich, partnerschaftlich und kompetent. In Liechtenstein, in der Schweiz und dort, wo Sie uns brauchen. Mit unserer nahezu 150-jährigen Erfahrung, mit wegweisenden Ideen und für Sie massgeschneiderten Lösungen. Das ist es, was uns auszeichnet: Persönliches Banking in Perfektion – über Generationen.



Liechtensteinische
Landesbank¹⁸⁶¹

www.llb.li

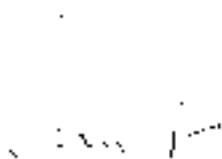
SCHADEN DURCH MISSBRAUCH

Schön, dass wir die 5-Tage-Woche haben. Schön, dass wir alle nicht mehr als vielleicht 42,5 Stunden pro Woche arbeiten müssen. Schön, dass wir gesetzlichen Anspruch auf Ferien haben. Schön, dass ein 13. Lohn für einen fiktiven Monat, in dem niemand arbeitet, ausgeschüttet wird. Schön, dass es einen Kündigungsschutz gibt. Das alles und mehr sind durchaus positive Veränderungen gegenüber früheren Zeiten, und sie alle sind gesellschaftlich anerkannt und von der Wirtschaft mitgetragen. Denn sie tragen zur Produktivität bei und sorgen für ein gutes Einvernehmen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern.

Unschön wird es, wenn solche Errungenschaften missbraucht werden. Meist ist nur davon zu lesen, wenn sich ein Arbeitgeber etwas zuschulden kommen lässt. Kaum ein Thema in der Öffentlichkeit ist es, wenn Angestellte ihr Unternehmen und die Volkswirtschaft schädigen, indem sie sich bequem ein ärztliches Zeugnis ausstellen lassen für eine fiktive Erkrankung und den Lohn einstreichen. Oder wenn sie die Grösse des Betriebs ausnutzen, um dem Nichtstun zu frönen – Stunden, die dann auf dem Arbeitszeitprotokoll erscheinen.

Es ist gar keine Frage: Eine absolut überwiegende Zahl der Arbeitnehmer ist pflichtbewusst, erledigt die Aufgaben nach Wunsch und lässt nicht punkt 17 Uhr alles fallen, wenn die Situation einen Sondereinsatz erfordert. Alles andere sind unlöbliche Ausnahmen. Aber das gilt ja auch für die schwarzen Schafe unter den Arbeitgebern. Und dennoch wird über diese in einer Breite berichtet, dass der Eindruck entsteht, es gebe kaum mehr seriöse Firmen. Natürlich ist es medienwirksamer, über eine Firma zu schreiben, die beispielsweise im grossen Stil Schwarzarbeiter eingesetzt hat. Doch ob der gesellschaftliche Schaden der genannten Einzelfälle unter den Arbeitnehmern nicht in der Summe sehr viel grösser ist?

Im «Hintergrund» der vorliegenden Ausgabe beschäftigen wir uns mit Personalfragen. Der Bogen reicht dabei vom erwähnten Missbrauch, dessen Existenz bei unseren Recherchen bestätigt wurde, bis zu Themen wie Kommunikation und betrieblichem Gesundheitsmanagement. Bei all dem ist nie zu vergessen, dass das Personal ohne Frage der wichtigste Rohstoff unserer Unternehmen ist. Aber das heisst nicht, dass wir die Augen verschliessen dürfen vor Fehlverhalten.



Natal Schnetzer

Verleger



Wollen Sie eine eigene
Firma gründen?

Wollen Sie mit Ihrer
Firma wachsen?

Brauchen Sie
zusätzliche Führungs-
kompetenzen?

Das KMU Zentrum an der Hochschule
Liechtenstein bietet ein abgerundetes Weiter-
bildungsprogramm für Praktiker

**KMU Management Hochschullehrgang
(Beginn September 2008)**

Weitere Informationen erhalten Sie
unter www.kmu-zentrum.li
oder Telefon +423 265 12 67.

Wir beraten Sie gerne und kostenlos!

kmu zentrum.

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN



Markthalle Dietikon
Foto: Dominique M. Wehrli, architekturbild

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

WIRTSCHAFTSNEWS

aktuell, spritzig, online

WWW.LEADERonline.ch

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



Krank ist vor allem das System Krankheitsbedingte Ausfälle nehmen zu – Ein Grund dafür liegt bei den Ärzten	6
Gesundheit ist auch Sache des Betriebs Regierungsrätin Heidi Hanselmann über das Forum BGM	12
«Es ist bedauerlich, dass es so enden musste» Im Gespräch mit Ruedi Aerni von der Wirtschaftsförderung Ausserrhoden	14
75% halten kritischer Überprüfung nicht stand Vorsicht vor Arbeitsunfähigkeits-Feststellungen durch Ärzte	17
«Wir rechnen mit einem Preisabschlag von 36 Prozent» Joachim Pfauntsch, Werkleiter der Zuckerfabrik Frauenfeld, über die Zukunftsaussichten	22
«Ich staune, wie locker die SVP diesen unglaublichen Spagat aushält» Vier Ostschweizer Jungpolitiker zur aktuellen Politlage in der Schweiz	25
«Etwas elitär will man ja dann doch noch sein» Interview mit Peter Stössel, OK-Präsident vom CSIO St.Gallen	29
Von Pferden und Missen Vom 29. Mai bis 1. Juni findet der 13. CSIO Schweiz in St.Gallen statt	34
Krisen sind Chancen Bei Unternehmenskrisen spielt die Kommunikation eine zentrale Rolle – Von Roger Kollbrunner	41
Mitarbeiter-Elite verlangt mehr Kommunikation Die Welt lebt in einer Fünf-Klassen-Gesellschaft von Arbeitnehmern – Von Klaus J. Stöhlker	42
Jede Menge Irrtümer Jörg T. Sorg und Antonia Anderland über Missverständnisse in Sachen Change Management	50
Kann denn Dummheit Sünde sein? Einer Jungsozialistin gebührt bereits jetzt der Preis «Unmaskierte Dummheit 2008»	61
Die Kraft der Idee Ein Rückblick auf die Innovationstagung inventure.ostschweiz	64



Anzeige

Hohe Reichweite für Ihre Jobangebote.

ostjob.ch + westjob.at + nicejob.de

Ostschweiz

Vorarlberg

Süd Deutschland

Krank ist vor allem das System

**Krankheitsbedingte Ausfälle nehmen zu –
Ein Grund dafür liegt unter anderem bei den Ärzten**

Unternehmer Francesco Zraggen* versteht die Welt nicht mehr. Soeben hat ihm seine Rechtsberatung mitgeteilt, dass er praktisch keine Möglichkeiten hat, seine krank geschriebene Angestellte Sonja Zuber* freizustellen. Und dies, obwohl er weiss, dass sie sich sowohl bester Gesundheit erfreut, als auch einer anderen Tätigkeit nachgeht.



TEXT: MARCEL BAUMGARTNER

BILDER: ARCHIV WWM

Geht es um Arztzeugnisse, sitzen die Arbeitnehmer am kürzeren Hebel. Sie müssen das für bare Münze nehmen, was ihnen die Götter in Weiss aufstischen.

Eines gleich vorweg: Wer krank ist, soll zuhause bleiben. Wer aufgrund einer physischen oder – was immer mehr der Fall ist – psychischen Krankheit nicht mehr fähig ist, die nötige Leistung zu erbringen, hat ein Anrecht auf ein entsprechendes Zeugnis, welches ihn von seiner Arbeit befreit. Die Arbeitnehmer verstehen dies in den meisten Fällen sehr gut – nicht selten wird gar nicht erst die Bestätigung eines Arztes verlangt. Das Arbeitgeber/Arbeitnehmer-Verhältnis soll schliesslich auf einem gesunden Vertrauen beruhen.

Was aber, wenn der Arbeitgeber ernsthafte Zweifel an der Erkrankung eines Mitarbeiter beziehungsweise einer Mitarbeiterin hat? Ihm sind die Hände gebunden.

Arbeitsfähigkeit: 0 Prozent

Im Fall von Francesco Zraggen hat die Arbeitnehmerin nach einem Streit die Arbeitsstelle verlassen. Die Begründung: Es gehe ihr nicht gut. Sie müsse nach Hause. Auch die folgenden Tage blieb Sonja Zuber* der Arbeit fern. Auf Emails und Telefonanrufe reagierte sie nicht. Bereits während dieser frühen Phase hat der Arbeitgeber seinen Rechtsdienst eingeschaltet, welcher ihm mitteilte, dass er mit einem eingeschriebenen Brief ein entsprechendes Arztzeugnis verlangen solle. Das tat Zraggen und erhielt prompt in den nächsten Tagen das Dokument zugestellt.

Der Arbeitnehmerin wurde darin vom Facharzt eine Arbeitsfähigkeit von 0 Prozent bescheinigt. Der Grund: Krankheit.

Ein Zeugnis ohne Information

Auf dem Einfachen Arztzeugnis waren der Name der krankgeschriebenen Person, ihr Geburtsdatum, das Datum der erfolgten Konsultation sowie die oben erwähnten Punkte aufgeführt. Die «Gültigkeit» wird mittels Unterschrift und Stempel bestätigt. Für die Ausstellung dieses Dokuments dürfte der Arzt rund eine Minute benötigt haben. Die eigentliche Konsultation dürfte hofentlich noch etwas länger gegangen sein.

Dieses einfache Dokument führt beim Unternehmer zu Kosten. Er bezahlt nicht nur die ausgefallene Person, sondern muss auch noch dafür sorgen, dass die anstehende Arbeit dennoch erledigt wird. Betrachtet man die diversen Formulare, welche Unternehmer tagtäglich auszufüllen haben, kann man das Arztzeugnis eigentlich nur als Witz bezeichnen. Nur auf einem ungebrauchten Post-it-Zettel sind noch weniger Informationen aufgeführt. Schafft ein Unternehmer eine neue Topfpflanze an, wird er mit Administration überflutet. Ärzte können sich beim Zeugnis hinter der Schweigepflicht verstecken. Der Unternehmer kann hier nur dumm aus der Wäsche schauen.

Weitere Kosten wären entstanden

Zraggen musste seine Arbeitnehmerin auch nach dem Erhalt des ersten Arztzeugnisses immer wieder von neuem auffordern, dass sie ihn mit weiteren Dokumenten belieferte. Schon zu die-

sem Zeitpunkt war eigentlich klar, dass die Krankgeschriebene und der Arbeitgeber nie mehr im selben Betrieb zusammen arbeiten können. Die Basis dafür war nicht mehr vorhanden. Das Vertrauen war weg. Nun ging es für Zraggen nur noch um die Frage, wie er die Sache mit möglichst geringem Verlust zu Ende bringen kann.

Hat ein Arbeitgeber den begründeten Verdacht, mit einem Gefälligkeitszeugnis betrogen zu werden, kann er eine Untersuchung durch einen Vertrauensarzt des Betriebes verlangen. Die Kosten für einen vertrauensärztlichen Untersuchung hat der Arbeitgeber zu tragen. Für Zraggen war schnell klar: Dieser Schritt hätte nur dazu geführt, dass noch weitere Kosten für ihn entstanden wären. Und ausserdem: Der Vertrauensarzt des Betriebes darf die Art der Krankheit ebenfalls nicht bekannt geben. Er darf nur mitteilen, ob tatsächlich eine Arbeitsunfähigkeit besteht.

Deckmantel «Schweigepflicht»

Vor geraumer Zeit äusserte sich eine Spezialistin zum Thema. Sie vertrat klar die Meinung, dass er keinen Sinn mache, wenn ein Arbeitnehmer mit Liebeskummer im Büro erscheine. Besser sei es, er bleibe zuhause und stelle sich seiner Situation. Heisst das auch, dass ein «Patient», der den Tod eines Haustiers zu betrauern hat, vom Arzt krankgeschrieben wird? Genügt es, wenn man das Gefühl hat, das Arbeitsklima schlage einem zu sehr aufs Gemüt? Kann ich ein Zeugnis verlangen, wenn ich zwischenzeitlich dem Druck nicht mehr gewachsen bin? Einige Ärzte sagen hier ganz klar



Arbeitsausfälle kosten Ihr Unternehmen viel Geld. Wir haben drei Wirkstoffe dagegen:

Betriebliches Gesundheitsmanagement, Absenzenmanagement und Fallmanagement – damit senkt die SIZ Care AG in Ihrer Unternehmung oder Organisation krankheits- und unfallbedingte Ausfälle Ihrer Mitarbeiter.

SIZ Care AG, Verena Conzett-Strasse 11, CH-8004 Zürich
Telefon +41 44 496 63 00, info@sizcare.ch, www.sizcare.ch



Sehen Sie, wir haben Zeit bis 30. Juni.

Optimieren beginnt im Kopf. Indem man die Strukturen und Abläufe bis ins kleinste Detail durchleuchtet und hinterfragt. Das gilt gerade auch für die Pensionsvorsorge Ihres Unternehmens. Sie ist ein vitaler Bestandteil der Zukunft Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Prüfen Sie deshalb, ob Ihre Pensionskasse auch eine konservative Anlagestrategie fährt und auf nachhaltiges Wachstum ausgerichtet ist. Prüfen Sie auch Kosten und Prämien, denn nur ein schlankes und agiles Unternehmen ist in der Lage, diese tief zu halten. Dann handeln Sie. Holen Sie eine kostenlose und unverbindliche Offerte bei der *pensionskasse pro* ein, sie ist umgehend bei Ihnen. Kündigungstermin für Pensionskassenwechsel ist der 30. Juni. Wir freuen uns auf Sie.

Wechseln und profitieren.

pensionskasse pro

Wir denken weiter.

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



«nein». Andere sagen, man müsste von Fall zu Fall beurteilen. Wie es aber in der Praxis wirklich gehandhabt werden wird, wissen wir nicht. Der Schweigepflicht sei Dank.

Schlupflöcher sind zahlreich vorhanden

Zraggen fand letztendlich eine Einigung. Die Angestellte kündigte per Ende Monat unter Einhaltung der Kündigungsfrist auf den nächstmöglichen Termin. Bekannten teilte Sonja Zuber schon zu jener Zeit mit (sie erhielt nach wie vor den vertraglich festgelegten Lohn), dass es für sie die erholsamsten Wochen seit langem waren. Endlich hätte sie wieder einmal richtig entspannen können. Fast schon als Beweis dokumentierte sie die sonnig-schönen Tage auch noch mit Fotos. Dass sie während dieser Zeit, wo sie vom Arzt

zu 100 Prozent krank geschrieben war, nach wie vor eine Teilzeitarbeit bei einem anderen Betrieb ausübte, ist rechtlich ebenfalls kein Problem. Es sollte sich einfach nicht um exakt die gleiche Tätigkeit handeln, für die sie krankgeschrieben wurde. Und auch wenn es so wäre, würden sich hier Schlupflöcher finden lassen. Denn exakt die gleiche Arbeit bedeutet nicht automatisch exakt das gleiche Betriebsklima.

Der Arzt stellte das Zeugnis aufgrund der Befragung und Untersuchung des Patienten aus. Zugewonnen haben die Arbeitsausfälle aufgrund psychischer Erkrankungen. Dass sich diese nicht immer beweisen lassen – schon gar nicht mit einer Drei-Minuten-Konsultation –, ist bekannt.

**Namen der Redaktion bekannt*

Die Medien zum Thema

Es scheint fast so, als wolle man nach den Sozialmissbräuchen die Bevölkerung auf die Missbräuche bei den Arztzeugnissen sensibilisieren. Denn auch hier gilt: Darunter zu leiden haben jene, die ernsthaft krank sind.

Die «Weltwoche» hat das Thema kürzlich ebenso aufgegriffen wie der «Blick». Zwei gegensätzliche Medien teilen für einmal die Meinung: Zahlreiche Ärzte kommen ihrer Verantwortung nicht nach und missbrauchen die Stellung.

Der «Blick» lässt beispielsweise den Rechtsprofessor Ernst Zeller zu Wort kommen, welcher eine Studie zum Thema «Krankheit und Arbeitsunfähigkeit» verfasst hat. Er vertritt die Meinung, dass mehr als die Hälfte aller Arztzeugnisse gefälscht sind. Auch gegenüber «10vor10» unterstreicht er seine Meinung: «Jemand geht zum Arzt, weil Erkältungszeit ist. Und der Arzt fragt von sich aus, «wie lange soll ich Sie krankschreiben?»» Zeller spricht von 40 bis 60 Prozent «gefälschter» Zeugnisse. Andere Studien würden gar von 75 Prozent unwahrer Arztzeugnisse sprechen, so Zeller.

Auf diese Berichterstattung in den Medien meldeten sich auch zahlreiche Arbeitnehmer und Arbeitgeber zu Wort. Etwa, dass die «Blaumacher» ein schlechtes Licht auf jene werfen, die tatsächlich krank seien. Oder dass es für die Ärzte heute nicht mehr einfach sei, Simulanten zu ertappen. Und ein Unternehmer schreibt als Reaktion auf den Artikel im «Blick»: «Als Arbeitgeber habe ich Vertrauen in die Mitarbeiter. Aber es ist schon merkwürdig, dass ausgerechnet jene Mitarbeitenden, welche durch schwache Leistung auffallen, auch jene sind, die krank werden. Wenn dann gekündigt wird, wissen sie auch ganz genau, dass ein Arztzeugnis Ende Monat die Kündigungsfrist verlängert.»



75% halten kritischer Überprüfung nicht stand

Das Bundesamt für Statistik nennt für das Jahr 2005 in der Schweiz krankheitsbedingte Absenzen von 203 Millionen Stunden und einen dadurch verursachten Anteil von 77% am gesamten jährlichen Absenzenvolumen. Das ergibt umgerechnet statistisch gut 53 Stunden pro Vollzeitarbeitsstelle und Jahr. Diese Zahlen publiziert Ernst Zeller, Titularprofessor an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich, in seinem Aufsatz «Krankheit und Arbeitsunfähigkeit».

«Die medizinische Fachliteratur in der Schweiz und in Deutschland weist eine hohe Zahl von unwahren ärztlichen Arbeitsunfähigkeitsattesten bzw. von reinen Gefälligkeitszeugnissen nach», so Ernst Zeller. Die Ärztesgesellschaft des Kantons Zürich benannte die Erscheinung im Jahr 2000 als «Absentismus». Eine medizinische Studie über Arbeitsunfähigkeit wegen psychischer Störungen kommt zum Schluss: «Arbeitsunfähigkeits-Feststellungen durch Ärzte halten in etwa 75% der Fälle einer kritischen Überprüfung nicht stand». Die Aussagen der medizinischen Studien sind laut Zeller klar und gelten unabhängig von länderspezifischen Regelungen, weil diagnostische Aussagen medizinisch aufgrund internationaler Standards zu machen sind.

Fernbleiben von der Arbeit unter unwahrem Vorschützen von Arbeitsunfähigkeit wegen Krankheit mit Hilfe von leichtfertig ausgestellten, unwahren Arztattesten ist somit ein gesellschaftliches Problem, das die Volkswirtschaft und vor allem die ehrlichen und redlichen Arbeitnehmenden schädigt und diese für ihre Rechtschaffenheit bestraft.

Zeller weiter: «Mit Arbeitsunfähigkeitsattesten geben Ärzte, oft die Hausärzte Fachbeurteilungen ab. Die rechtlichen Aspekte regeln Gesetz und Rechtsprechung. Auch die Ärzte sind an das Recht gebunden, und das Recht ist auf korrekte Arbeit der Ärzteschaft angewiesen. Somit sind die medizinischen und die rechtlichen Aspekte rund um die Ausstellung

von ärztlichen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen für die Ärzteschaft von hoher Relevanz.»

Das aus der Medizin stammende Erfordernis, Gesundheitsbeeinträchtigung einerseits und deren Grad, der Krankheitswert hat, andererseits zu unterscheiden, werde in der ärztlichen Praxis allzuoft vernachlässigt. Dasselbe gelte für den Umgang mit der Fragestellung, ob bei Vorliegen von Krankheitswert eine Arbeitsaussetzung nötig ist. «Der Pflicht zu Objektivierung gegenüber subjektiven Patientenschilderungen wird oft nicht nachgelebt», ist Zeller überzeugt. Einer Behauptung über Mobbing z.B. einfach zu glauben, ohne die Abklärungsschritte laut den beruflichen Pflichten durchzuführen, degradiert den Arzt zum Zuhörer von Geschichten. «Der von den Medizinern und von deren Wissenschaft festgestellte Zustand ist unerfreulich und nicht angenehm.»

Er wird deshalb in der Studie «Krankheit und Arbeitsrecht» sachlich und dokumentarisch geschildert. Entgegen einer öfters anzutreffenden Meinung gehört es laut Zeller nicht zu den ärztlichen Pflichten, Arbeitnehmende ohne medizinische Indikation, aber mit Blick auf die allgemeine Wirtschaftslage zu deren Schutz krank zu schreiben. «Entweder ist jemand krank, und die Krankheit hat die Folge von Arbeitsunfähigkeit, oder dem ist nicht so. Gesellschaftspolitik über Krankschreibungen hat die Ärzteschaft nicht zu machen. Aufgegeben ist dem

Arzt gewiss der Einsatz für die Gesundheit der ihm anvertrauten Menschen.»

Teilweise habe die Justiz erkannt, dass das Problem der Parteilichkeit zufolge Kundenschaftsnähe beim Hausarzt bestehe. Vertrauensärzte seien solchen Risiken weniger ausgesetzt (weil vom Arbeitgeber und vom Patienten unabhängiger). «Ein Fachausweis, Arbeitsunfähigkeit attestieren zu dürfen, könnte den Hausarzt zu diesem Thema vielleicht von der Last des Spannungsfelds zur Patientennähe befreien.»

Wenn Mitarbeitende der Arbeit unter unwahrem Vorschützen von Arbeitsunfähigkeit wegen Krankheit fernbleiben, seien die redlichen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer die Bestraften. «Die Redlichen leisten die Zusatzarbeit, die Redlichen vor allem zahlen die – zu Lasten der Solidargemeinschaft – steigenden Prämien für Krankentaggeldversicherungen.

Redliche, pflichtbewusste Ärzte sind sich dieser sich verschärfenden Lage bewusst und stellen keine Arbeitsunfähigkeitsatteste mit leichter Hand aus», unterstreicht Ernst Zeller.

Ernst Zeller ist Titularprofessor an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich. Seine Arbeit «Krankheit und Arbeitsunfähigkeit» ist im Internet abrufbar unter www.rwi.uzh.ch. Die vorliegende Zusammenfassung erschien in der Schweizerischen Ärzteszeitung.

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

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



Die liechtensteinische VP Bank Gruppe ist vertreten in Vaduz +423 235 66 55, Zürich +41 44 226 24 24, Luxemburg +352 404 777-1, Tortola/BVI +1 284 494 11 00, München +49 89 21 11 38-0, Moskau +7 495 967 00 95, Hongkong +852 3628 9999, Singapur +65 6305 0050 und Dubai +971 4 425 9250. www.vpbank.com

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



Gesundheit ist auch Sache des Betriebs

Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden sind wichtige Voraussetzungen für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit eines Unternehmens. Das hat auch der Kanton St.Gallen erkannt und das Forum BGM (Betriebliches Gesundheitsmanagement im Kanton St.Gallen) gegründet. Der LEADER sprach mit Regierungsrätin Heidi Hanselmann, Vorsteherin des Gesundheitsdepartements und Beirätin beim Forum BGM.



INTERVIEW: STEFAN MILLIUS

BILD: ZVG.

Frau Hanselmann, der Kanton St.Gallen engagiert sich stark im Bereich BGM. Warum, wo liegt die Motivation für den Staat in diesem Bereich?

Heidi Hanselmann: In erster Linie soll der Arbeitsplatz die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden nicht nur erhalten, sondern auch fördern. Dieser Verantwortung will der Kanton St. Gallen nachkommen. Gesunde Mitarbeitende sind für einen Staat, wie auch für ein Unternehmen die beste Voraussetzung erfolgreich sein zu können. Gesunde, engagierte und zufriedene Mitarbeitende sind erwiesenermassen weniger krank, leistungsfähiger und zeichnen sich durch höhere Motivation aus, was wiederum ein gutes Arbeitsklima fördert.

Die steigenden Anforderungen, Erwartungen und die stetigen Veränderungen am Arbeitsplatz erhöhen den Druck auf die Mitarbeitenden kontinuierlich. Die Zahlen¹ sprechen eine deutliche Sprache: 31 Prozent der Berufstätigen in der Schweiz geben an, dass ihre Gesundheit durch ihre Arbeit beeinträchtigt wird. Die am häufigsten genannten Gesundheitsbeschwerden sind Rückenschmerzen, Stress und Muskelschmerzen in den Schultern oder im Nacken.

Seco schätzt in seiner Studie aus dem Jahr 2000 die jährlichen Kosten von Stress an schweizerischen Arbeitsplätzen auf mindestens 4 Milliarden Franken pro Jahr. Diese setzen sich zusammen aus Fehlzeiten, Produktionsausfall und medizinische Versorgung. Die volkswirtschaftlichen Folgekosten von psychischen Krankheiten belaufen sich nach Berechnung des Schweizerischen

Gesundheitsobservatoriums (2007) auf durchschnittlich drei bis vier Prozent des Bruttoinlandsprodukts. Zwei Drittel davon entfallen auf Produktivitätseinbussen und ein Drittel auf lange Arbeitsabwesenheiten.

Das hat neben den Konsequenzen für die Betroffenen selber auch negative Auswirkungen auf den Erfolg der Unternehmen und insgesamt auf die Volkswirtschaft. Direkte und indirekte Kosten belasten die Sozialversicherungen und den Staatshaushalt. Gesundheitsverträgliche Unternehmensführung führt nicht nur zu ökonomischen Vorteilen für die Betriebe und ihre Mitarbeitenden, sondern ist auch ein wichtiges wirtschaftliches sowie gesellschaftliches Anliegen. Investitionen in wirksame Massnahmen zur Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden zahlen sich betriebs- und volkswirtschaftlich aus.

Grund genug für den Kanton St.Gallen, sich auch für die Gesundheit seiner erwerbstätigen Bevölkerung zu engagieren.

Geht der Kanton in dieser Frage selbst mit gutem Beispiel voran?

Die Regierung des Kantons St.Gallen hat bereits im Frühling 2002 beschlossen, ein BGM in der Staatsverwaltung einzuführen.

In drei Bereichen setzt der Kanton konkret an:

- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- Führungs-, Personal- und Organisationsentwicklung
- Gesundheitsförderung und Prävention

Den Mitarbeitenden werden verschiedene Kurse im Bereich Gesundheitsförderung angeboten. Vor kurzem wurden zwei Case Managerinnen angestellt, die Mitarbeitenden, welche für längere Zeit erkrankt sind, mit Rat und Tat zur Seite stehen, damit die Betroffenen möglichst gut und schnell wieder in den Arbeitsprozess zurückfinden. Dazu gehören beispielsweise auch Vorbereitungskurse zur bevorstehenden Pensionierung. Daneben werden gezielte Aktionen wie «Rauchstopp» oder «Bike to work» unterstützt und gefördert. Im institutionalisierten Standortgespräch sind BGM-relevante Themen wie psychische und physische Belastung, Befindlichkeiten und Über- oder Unterforderung ein Thema. In Kursen für Führungskräfte und Vorgesetzte ist das betriebliche Gesundheitsmanagement ebenfalls Kursbestandteil.

In verschiedenen Bereichen des BGM existieren geeignete Hilfsmittel wie Checklisten, Bro-

schüren der SUVA, EKAS, des seco oder der Gesundheitsförderung Schweiz, welche im Internet heruntergeladen werden können.

Das Forum BGM will Interessierte in einem Netzwerk zusammenbringen und das Thema bei den Unternehmen verankern. Wie beurteilen Sie den Erfolg nach dem ersten Jahr?

Das Forum BGM ist auf Kurs. Als Beiratsmitglied freut es mich besonders, dass bereits viele Mitglieder aus ganz verschiedenen Branchen wie beispielsweise, Versicherungs- und Bankwesen, Industrie, Bildung usw. für das Forum BGM gewonnen werden konnten. Die Diskussionen an den gut besuchten Veranstaltungen haben mir gezeigt, dass das Interesse wächst, der Sinn und auch der Nutzen der betrieblichen Gesundheitsförderung erkannt wird. Das äussert sich dadurch, dass regelmässiges Überprüfen der Arbeitsplätze in Bezug auf gesundheitsschädigende Faktoren, das Anbieten von vitaminreichen Nahrungsmitteln und Getränken oder einer ausgewogen zusammengestellten Mahlzeit bei Nachtschichten da und dort schon umgesetzt wird. Der aktive Austausch, der durch das Forum gefördert wird, bringt unterschiedliche Perspektiven, Wissen und Erfahrungen zusammen, die helfen Synergien nicht nur zu entdecken, sondern diese auch umzusetzen.

Im ersten Jahr konnten über 80 Mitglieder aufgrund der Aktivitäten des Vereins Forum BGM zum Beitritt motiviert werden. Ein guter Anfang, der verpflichtet dran zu bleiben, denn mit Blick auf die vielen Betriebe im Kanton kann dieses Resultat natürlich noch nicht befriedigen. Getreu dem Motto: «Es gibt noch viel zu tun, packen wir es an!», setzen wir uns weiter mit Engagement für die Verbreitung des betrieblichen Gesundheitsmanagements ein.

Braucht es Ihrer Ansicht nach im Rahmen der Politik noch Neuerungen oder Änderungen oder sind die Grundlagen für ein erfolgreiches BGM in Wirtschaft und Verwaltung bereits ausreichend?

Die Schaffung gesundheitsfördernder Arbeitsbedingungen in Betrieben sowie die Veränderung gesundheitsbezogener Verhaltensweisen der Mitarbeitenden lassen sich im Vergleich zu den Anforderungen der Arbeitssicherheit oder des Gesundheitsschutzes nicht einfach gesetz-

lich vorschreiben. Es sind vor allem die Unternehmen selbst, die in diesem Bereich tätig werden müssen, um ihre Interessen an der Gesundheit der Beschäftigten wahrzunehmen. Es ist deshalb wichtig, dass Führungskräfte auch über jene Kompetenzen verfügen, die für eine gesundheitsgerechte Gestaltung der Arbeitsbedingungen, für die gesundheitsfördernde Führung der Mitarbeitenden und für den vorbildlichen Umgang mit der eigenen Gesundheit Voraussetzung sind. Der Kanton St.Gallen wird sich deshalb im Rahmen des Schwerpunktprogramms «Betriebliche Gesundheitsförderung im Kanton St.Gallen» insbesondere auch dafür einsetzen, dass BGM in die Ausbildung von Führungskräften aufgenommen wird.

Gesundheitsförderung muss auf Ebene Unternehmensführung und Kader gelebt sein und nicht nur als hübscher Artikel in einem Leitbild stehen.

Haben Sie in Bezug auf BGM und seine Zukunft im Kanton St.Gallen eine Vision?

Ja! Gesundheitsförderung ist nicht verordnete Strategie, sondern gelebte Firmenphilosophie und aus einer modernen und innovativen Firmenkultur nicht mehr wegzudenken. Die grosse Mehrheit der Betriebe im Kanton St.Gallen setzt diese Philosophie um, weil betriebliches Gesundheitsmanagement ein Erfolgsfaktor ist, zu einer win-win-Situation führt, von der die Betriebe wie auch die Mitarbeitenden gleichermaßen profitieren.

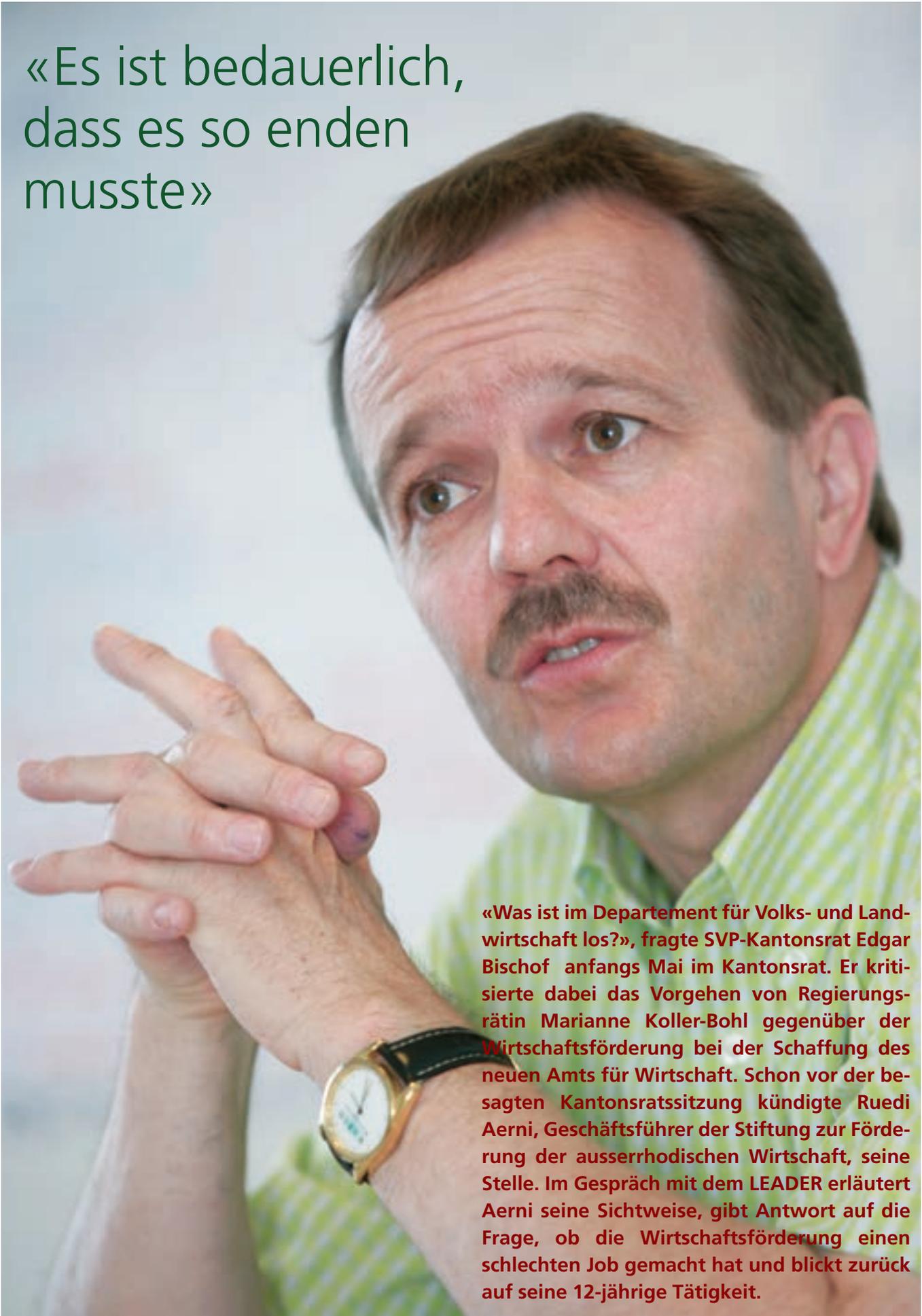
¹ Erhebung der Europäischen Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen, Dublin (2005)

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.forum-bgm-sg.ch

Kontakt: Forum BGM
Geschäftsstelle, Postfach 121
9004 St.Gallen
Telefon 071 243 10 82
E-Mail: infoforum-bgm-sg.ch

«Es ist bedauerlich,
dass es so enden
musste»

A close-up portrait of Ruedi Aerni, a man with a mustache, wearing a light green and white checkered shirt. He is looking slightly to the left with a thoughtful expression, his hands are clasped together in front of him. He is wearing a gold watch with a black leather strap on his left wrist and a ring on his right hand.

«Was ist im Departement für Volks- und Landwirtschaft los?», fragte SVP-Kantonsrat Edgar Bischof anfangs Mai im Kantonsrat. Er kritisierte dabei das Vorgehen von Regierungsrätin Marianne Koller-Bohl gegenüber der Wirtschaftsförderung bei der Schaffung des neuen Amtes für Wirtschaft. Schon vor der besagten Kantonsratssitzung kündigte Ruedi Aerni, Geschäftsführer der Stiftung zur Förderung der ausserrhodischen Wirtschaft, seine Stelle. Im Gespräch mit dem LEADER erläutert Aerni seine Sichtweise, gibt Antwort auf die Frage, ob die Wirtschaftsförderung einen schlechten Job gemacht hat und blickt zurück auf seine 12-jährige Tätigkeit.



INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILDER: BODO RÜEDI

Herr Aerni, bevor wir in die Zukunft – Ihrer persönliche – blicken, ein kurzer Rückblick. Sie traten vor 12 Jahren als Branchenfremder in die Wirtschaftsförderung Ausserrhoden ein.

Ruedi Aerni: Das ist richtig. Als ich am 1. Juni 1996 meine Stelle bei der Wirtschaftsförderung angetreten habe, hatte ich von der Materie nicht viel Ahnung. Ich musste mich zuerst mit der Frage beschäftigen, was eine Wirtschaftsförderung alles umfasst. Aber gerade rückblickend kann ich sagen, dass der Bereich sehr viele Ähnlichkeiten zu meiner vorgängigen Tätigkeit als Tourismusdirektor von Flumserberg aufweist. Es geht primär um die Vermarktung einer Region, eines Kantons. Der Quereinstieg ist ja durchaus logisch, da es keinen eigenen Lehrgang, kein Studium für die Wirtschaftsförderung gibt. Daher sind auch viele meiner Kollegen von einer völlig anderen Branche gekommen.

«Man ist letztlich für etwas verantwortlich, das man nur marginal beeinflussen kann.»

Was umfasst denn nun Wirtschaftsförderung alles?

Im weitesten Sinn geht es darum, einen Standort zu verkaufen. Darunter fällt auch die Mitgestaltung, um den Standort attraktiver zu machen. Das ist genau gleich wie im Marketing: Einerseits muss das Produkt stimmen, andererseits muss man es verkaufen können. Den «Verkauf» versuchten wir mit Veranstaltungen nach innen und aussen voranzutreiben. Und ich glaube, das ist uns gelungen. Schwerer ist das Beeinflussen des Produktes. Da ist die Wirtschaftsförderung natürlich nur ein Rädchen von vielen. Wenn Sie

eine Zeitung neu gestalten wollen, dann sitzen alle Personen an einen Tisch und beschliessen die Neuausrichtung. So einfach geht das bei einem Standort nicht.

Aber dennoch müssen Sie in gewisser Hinsicht für das «Produkt» geradestehen?

Das ist genau die Schwierigkeit. Man ist letztlich für etwas verantwortlich, das man nur marginal beeinflussen kann. Aber ich denke, über die Jahre hinweg haben wir sicher an Einfluss

«Es ist ein Faktum, dass unsere Nachbarkantone zugelegt und wir verloren haben.»

gewonnen. Beim Steuergesetz konnten wir beispielsweise sicherlich einen Teil zur neuen Lösung beitragen. Anders ist es im Immobilienbereich. Hier kommen wir in gewissen Studien sehr schlecht weg. Schuld daran sind die zahlreichen alten Bausubstanzen im Kanton. Aber was soll der Staat machen, wenn die Privaten nicht investieren wollen oder können? Und was soll die Wirtschaftsförderung machen, wenn gewisse Bauzonen eigentlich am falschen Ort sind? Hier gibt es nur ein Credo: Steter Tropfen höhlt den Stein. Wir versuchten die Gemeinden zu sensibilisieren, sich als Wohnstandort zu vermarkten. Nur hier haben wir eine Chance. Träumereien von den ganz grossen Unternehmensansiedlungen mit 100 Arbeitsplätzen machen keinen Sinn.

Sie sind 12 Jahre dabei. Wie sehr konnten Sie den Stein in dieser Zeit aushöhlen?

Aus meiner – natürlich ganz subjektiven – Sicht sind wir in den drei Schwerpunkten einen ziemlichen Schritt weitergekommen. Es ist uns einerseits gelungen, ein gutes Netzwerk zwi-

schen der Wirtschaft und der Politik aufzubauen. Nur schon mit dem «Haus der Wirtschaft» konnten wir hierfür einen aktiven Beitrag leisten. Andererseits fand wie erwähnt die Sensibilisierung der Gemeinden statt. Ausserrhoden hat als Wohnstandort und nur beschränkt als Unternehmensstandort eine Chance.

Der dritte Punkt ist die Aussenwirkung. Man hat uns in vielen Bereichen wahrgenommen. Über das Steuergesetz sowieso. Aber auch bei anderen Punkten hiess es oftmals, dass das die Ausserrhoder eigentlich noch ganz clever machen.

Wer sind Ihre grössten Konkurrenten? Sind das die Nachbarkantone? Arbeitet man hier zusammen, oder schaut jeder in erster Linie für sich?

Letztlich schaut jeder für sich. Das gibt die Politik vor. Die Steuern fallen nun einmal im eigenen Kanton an. Wenn man die Region aber als Region betrachtet, dann ist der grösste Konkurrent der Raum Zürich und das angrenzende Ausland. Wir müssen uns als Ostschweiz vermarkten. Gelingt es uns, eine Firma in die Ostschweiz zu holen, dann wird der Standort aufgrund ganz verschiedener Kriterien gewählt: Steuern, Nähe zum See, Autobahn usw. Wir müssen also miteinander die Stärken hervorheben.

Wenn man aber die nackten Zahlen betrachtet, dann ist es ein Faktum, dass unsere Nachbarkantone zugelegt und wir verloren haben. Mit ein Grund ist womöglich, dass wir nicht das Wohnangebot in der richtigen Form haben.

Machen die Grenzen eigentlich Sinn? Als Steuerzahler achte ich wohl kaum darauf?

Das glaube ich auch. Die Kantons Grenzen waren früher funktionale Grenzen. Aus ökonomischer Optik machen sie keinen Sinn, wohl aber aus politischer. Es gilt aber eher Kooperationen anzustreben als Kantons Grenzen zu ändern.

Dann halten Sie nicht viel von der Vision «Kanton Ostschweiz»?

Man muss das Unmögliche denken, um das Mögliche wahr zu machen. Daher sind solche Visionen zu begrüssen. Aber wenn man die Durchführbarkeit anschaut, dann sieht man schnell, dass es noch ein sehr langer Weg sein wird. Aber irgendwann muss man den Weg ja einmal in Angriff nehmen, sonst kommt man nie ans Ziel.

Und wie stellen Sie sich zum Steuerwettbewerb unter den Kantonen?

Den finde ich grundsätzlich positiv. Die Frage ist mehr, soll er voll spielen oder nur in gewissen Bereichen. Aber wenn er einen zwingt, mit den öffentlichen Mitteln haushälterisch zu arbeiten, ist er auch zu begrüssen.

«Letztlich schaut jeder für sich.»

Es gibt in der Ostschweiz zahlreiche Organisationen, die Wirtschaftsförderung betreiben wollen. Von aussen weiss man schon fast nicht mehr, an wen man sich wenden soll.

Grundsätzlich will sich jede Organisation positionieren und übt so wieder Druck auf die bestehenden aus. So entsteht ein Wettbewerb, was nicht schlecht ist. Aber von aussen betrachtet kann es auch verwirrend sein. Über all die Jahre hat sich gezeigt, dass letztlich immer die Kantonalen Wirtschaftsförderungen am stabilsten waren. Auch Zusammenschlüsse haben nur begrenzt Sinn gemacht. Denn letztlich hat doch wieder jeder sein eigenes «Gärtchen», welches er verkaufen muss.

Wie sehr stellt die geografische Form von Ausserrhoden eine Chance oder ein Problem dar?

Es ist ein sehr heterogener Kanton. Das Vorderland ist anders als das Hinterland und als das Mittelland. Wenn man das kompakt verkaufen will, ist es extrem schwer. Auf der anderen Seite ist es aber auch eine Stärke. Wir können sowohl den See als auch die Bergwelt bieten. Und in der Nähe der Stadt ist man sowieso überall. Auch wenn das der eine oder andere nicht gerne hört, ist die Stadt St.Gallen doch eigentlich das heimliche Zentrum vom Kanton Appenzell Ausserrhoden.

Die Werbetafeln auf der Autobahn sollen einen jedoch nicht nach St.Gallen, sondern eben gerade ins Appenzellerland locken.

Wie finden Sie die Tafeln?

Grundsätzlich nicht schlecht...

Sie tönen wie ein Politiker.

Man spricht über die Tafeln. Jedoch spielen sie erneut mit den traditionellen Bildern.

Das bringt man bei uns wohl auch nicht so schnell aus den Köpfen. Es sind die Bilder, die man kennt und man fährt nicht schlecht damit. Natürlich hätte man auch eine modernere Schiene fahren können.

Welches Bild hat man denn als Aussestehender vom Appenzell Ausserrhoden? Worauf werden Sie beispielsweise an der Immo Messe angesprochen?

Viele kennen den Unterschied zwischen Ausserrhoden und Innerrhoden nicht. Sie haben das Gefühl, dass Herisau zu Appenzell gehört. Und Appenzell ist der Ort mit der Landsgemeinde. Diesen Zusammenhang kennt man ebenso wie Zürich und die Banken und Bern und das Bundshaus. Aber sagen Sie mir, was Ihnen beim Stichwort Ausserrhoden in den Sinn kommt?

Keine Ahnung. Die Agglomeration von St.Gallen?

Wir haben kein Gesicht, das ist unser grösstes Problem. Unter Innerrhoden kann man sich etwas vorstellen.

Wie schwer ist es, die bestehenden Firmen im Kanton zu halten?

Nicht so schwer. Es ist bedeutend einfacher als neue zu holen. Das ist logisch, aber man muss auch etwas dafür tun. Wenn sich beispielsweise eine Firma baulich vergrössern möchte, muss man alles dafür tun, dass das so schnell wie möglich über die Bühne geht. Viele sind so stark verwurzelt, dass ein Wegzug gar kein Thema ist.

«Viele kennen den Unterschied zwischen Ausserrhoden und Innerrhoden nicht.»

Konkret: An was werden Sie persönlich gemessen?

Es gibt hier verschiedene Ansätze um eine Wirtschaftsförderung zu messen. Am Schluss geht es eigentlich um die wesentliche Frage, ob es dem Kanton seit dem Antritt des Wirtschaftsförderers besser oder schlechter geht. Aber hier kommen wir wieder zum Problem, welches wir zu Beginn unseres Gesprächs behandelt haben: Die Wirtschaftsförderung ist nur ein kleines Rad im Getriebe. Hier spielen auch die Gemeinden und der

Kanton eine Rolle. Aber trotzdem: Geht es dem Kanton heute besser? Ist das Volkseinkommen gestiegen? Sieht man neue Bauten? Sind neue Arbeitsplätze entstanden? Wenn man das beantwortet, muss man sagen, dass der Kanton Appenzell Ausserrhoden in den letzten 20 Jahren schlecht gearbeitet hat – und wir als Teil davon ebenfalls. Nur kann man es nicht allein auf dieser Ebene betrachten. Man muss es herunterbrechen und schauen, was wir effektiv beeinflussen konnten. Wie viele Kontakte zu Firmen sind entstanden? Wie viele Firmen hat man besucht und betreut? Wie viele Ansiedlungen wurden erreicht? Usw. Und hier glaube ich, dass wir sehr gut gearbeitet haben. Aber es wie im Fussball: Es nützt nichts wenn die Stürmer gut gespielt haben, und die Mannschaft trotzdem verloren hat.

«Wir haben kein Gesicht, das ist unser grösstes Problem.»

Innerrhoden wäre im Ostschweizer Cup Tabellenführer.

Und dabei hat es noch nicht einmal einen optimalen Standort. Aber es hatte in den vergangenen 15 Jahren ganz klar die bessere Entwicklung als Ausserrhoden. Das bewirkte nicht nur die Wirtschaftsförderung, die Politik oder die Gemeinden im Alleingang. Es ist ein Zusammenspiel von allem.

Und es ist wohl auch einfacher, weil Innerrhoden ein kleiner Kanton ist.

Das ist sicher so. Und es spielt auch mit, dass man vor 25 Jahren eine klare Strategie definiert hat und bei dieser geblieben ist. In Ausserrhoden hat man das Manko realisiert. Aber bis aus den eingeleiteten Massnahmen eine Gegenentwicklung einsetzt, braucht es eine gewisse Zeit.

Was war für Sie in all den Jahren der grösste Ansporn?

Das Produkt «Ausserrhoden» weiterzuentwickeln und zu verkaufen. Da stösst man manchmal auch an Grenzen. Dann muss man die richtige Stimmung hineinbringen. Ein Beispiel: Anfangs waren wir mit vier Gemeinden an der Immo Messe St.Gallen vertreten. Nach fünf Jahren waren dann alle 20 Gemeinden dabei.

Und es gab Momente, wo man alles hinschmeissen will?

Die gab es sicher auch. Das fragte man sich: «Was mache ich hier eigentlich.» Am meisten war das wohl beim Fall «Michael Schumacher» so. Er klopfte bei uns an und wir hätten eigentlich nur noch den Teppich auf der Wiese ausrollen müs-



Der Geschäftsführer der Stiftung zur Förderung der ausserrhodischen Wirtschaft, Ruedi Aerni, hat gekündigt. Seine Kündigung steht im Zusammenhang mit dem Entscheid des Regierungsrates von Appenzell Ausserrhoden, die Kernaufgaben der Wirtschaftsförderung dem im Aufbau befindlichen Amt für Wirtschaft zu übertragen.

Für den Regierungsrat bedeutet die Kündigung keine wesentliche Änderung der Ausgangslage, da die Arbeiten für die Neuschaffung des Amtes für Wirtschaft und die Integration der Wirtschaftsförderung in die kantonale Verwaltung schon in Gang sind. Die Wirtschaftsförderung wurde seit 1986 durch die Stiftung zur Förderung der appenzell-ausserrhodischen Wirtschaft wahrgenommen. Ruedi Aerni wird bis zu seinem definitiven Ausscheiden Ende Oktober 2008 weiterhin für die Geschäftsstellen von Gewerbeverband und Industrieverein verantwortlich sein.

Ruedi Aerni stand seit 12 Jahren im Dienst der Stiftung zur Förderung der appenzell-ausserrhodischen Wirtschaft.

sen, um ihn in den Kanton Appenzell Ausserrhoden holen zu können. Die raumplanerischen Vorschriften haben das schliesslich verhindert. Klar, die gilt es zu akzeptieren. Aber im Moment überwiegt der Frust. Man rennt in der halben Welt herum, um so etwas zu erreichen, und diese Person kommt von selbst auf uns zu. Und uns gelingt es nicht, das zu realisieren, weil die Rahmenbedingungen nicht gepasst haben.

Würde das heute anders ablaufen?

Vielleicht. Das ist schwer zu sagen.

Das ist Vergangenheit. Sie haben gekündigt. Was kommt nun?

Das weiss ich im Moment noch nicht. Für eine Frühpensionierung bin ich mit 51 Jahren noch zu jung (lacht). Ich habe aber die eine oder andere Idee, welche ich prüfen werde. Noch ist aber nichts konkret. Für mich war die Lage nicht mehr stimmig. Und dann bin ich konsequent und gehe.

«Es nützt nichts, wenn die Stürmer gut gespielt haben und die Mannschaft trotzdem verloren hat.»

Ihre Kündigung steht im Zusammenhang mit dem Entscheid des Regierungsrates, die Kernaufgaben der Wirtschaftsförderung dem im Aufbau befindlichen Amt für Wirtschaft zu übertragen.

Man muss sich nun überlegen, wie es mit der

Wirtschaftsförderung weitergeht. Entscheidet man sich für die angedachte Verwaltungslösung oder fährt man so fort wie bisher. Es gibt für beide Modelle Vor- und Nachteile. Wenn es gelingt, mit neuen Leuten und neuen Ideen die Vorteile der Verwaltungslösung zu nutzen, wird es funktionieren.

Es wird jedoch eine Organisation verschwinden, die über Jahre hinweg gewachsen ist?

Das sind Grundsatzentscheide, die man einfach akzeptieren muss. Es ist sicherlich bedau-

«Ich bin überzeugt, dass die neue Organisation den Steuerzahler letztlich mehr kosten wird.»

erlich, dass man diese Organisation – die auch sehr gut verankert war – aus verschiedenen Gründen einach auf die Schnelle zerschlägt. Man verzichtet so auf viel Know how. Und ich bin auch überzeugt, dass die neue Organisation den Steuerzahler letztlich mehr kosten wird. Vielleicht wäre eine sanftere Veränderung innerhalb von zwei bis drei Jahren besser gewesen.

Schmerzt Sie der Entscheid?

Natürlich. Es schmerzt mich und auch den Stiftungsrat. Wir sind der Meinung, dass wir einen guten Job gemacht haben. Wir waren immer offen für neue Entwicklungen und neue

Schwergewichte. Es ist bedauerlich, dass es so enden musste. Eine Organisation, die gut funktioniert hat, wird auseinander geschlagen. Das stösst gerade in Wirtschaftskreisen auf Unverständnis.

Gehen Sie nun zurück in den Tourismus?

Das ist für mich keine Option. Ich habe in meinem Leben alles nur einmal gemacht: die 1. Klasse, die 1. Sek, die Ausbildung. Meine künftige Tätigkeit sollte etwas sein, dass sich aus meiner jetzigen Arbeit herausentwickelt.

«Für eine Frühpensionierung bin ich noch zu jung.»

In Innerrhoden sollte die Wirtschaftsförderung noch besetzt werden.

(lacht) Auch das ist kein Thema.

Women's Award für Monika Hofer

Monika Hofer, Geschäftsführerin des Auto-Centers von Rotz AG und der Auto Welt von Rotz AG in Wil, hat auf Grund ihrer Leistungen und ihrem grossen Engagement als erste Schweizerin den 3. Platz des Women's Awards am Unternehmerinnenkongress 2007 der Vogel Medien GmbH, Deutschland gewonnen.



Monika Hofer

Der Women's Award wendet sich an weibliche Führungskräfte im Kfz-Gewerbe und wird an eine exzellente Unternehmerin verliehen. Jury-Mitglieder des Magazin «kfz-betrieb», des Unternehmens Shell Deutschland sowie der Santander Consumer Bank zeichnen jährlich weibliche Führungskräfte sowie Nachwuchsführungskräfte im Kfz-Gewerbe in Deutschland aus. Die beiden in der Branche viel beachteten Awards – Women's Award und Junior Award – werden jährlich markenübergreifend und deutschlandweit ausgeschrieben.

Um sich für den Women's Award zu qualifizieren, sind die Unternehmerinnen aufgefordert, ihren Werdegang, ihre derzeitige Position und deren Aufgaben sowie ihren persönlichen Leistungs- und Erfolgsnachweis vorzustellen. Aber nicht nur das, auch Fragen zum geschäftlichen Hintergrund wie die Unternehmensphilosophie und das Leitbild, die Unternehmensziele sowie die Marketingstrategie sind darzulegen. Zusätzlich werden die persönliche Ziele, das private Umfeld und das Engagement ausserhalb des Betriebes der Bewerberinnen abgefragt.

Gemäss Karin Bayha, Leitung VAM plus (Medialer Dienstleister für die automobiler Branche) von der Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG stehen im Fokus der Auswertung die Persönlichkeit und der berufliche Werdegang, die individuellen Akzente im Automobil-Geschäft, das Engagement in Organisationen und Ver-

bänden sowie der Einklang von Beruf und Familie. Zur Jury gehören Vertreter der Redaktion «kfz-betrieb», der Branchenverbände Zentralverband deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK), Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller e.V. (VDIK) und Verband der Automobilindustrie (VDA) sowie der beiden Sponsoren Shell für den Women's Award und Santander Consumer Bank für den Junior Award.

Der Preis wird seit 1993 auf dem Unternehmerinnenkongress verliehen und hat einen grossen Stellenwert in der Branche erreicht. Im Rahmen des 17. Unternehmerinnenkongresses in der Gläsernen Manufaktur in Dresden wurden neben Monika Hofer von der Auto Welt Wil, Christina Degenhart vom Porsche-Zentrum Trier und Sylke Esser-Bruss vom Autohaus Eylert in Wuppertal ausgezeichnet.

Anzeige

Fahren Sie ab auf mehr Kompetenz?

Rechnen Sie jetzt mit unserer Nutzfahrzeug-Kompetenz in Staad, Müllheim und Gossau. Damit Sie jederzeit sicher und wirtschaftlich unterwegs sind.



Ralph Stäheli, Beratung & Verkauf Trucks



NATER NUTZFAHRZEUGE AG
Hauptstrasse 104 Grüneck
9422 Staad 8555 Müllheim
T 071 858 66 66 T 052 763 29 23

BOXX NUTZFAHRZEUGE AG
Lagerstrasse 4, 9200 Gossau
T 071 388 00 20





Uni St.Gallen wieder in Spitzengruppe

Im neuesten Ranking des Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) in Deutschland hat die Universität St.Gallen (HSG) ihren Spitzenplatz in den bewerteten Fächern Betriebswirtschaftslehre (BWL) und Volkswirtschaftslehre (VWL) behaupten können. Untersucht wurden über 250 Universitäten und Fachhochschulen im deutschsprachigen Raum. Zu den Aufsteigern gegenüber

dem letzten Ranking im Jahre 2005 gehört die Universität St.Gallen insbesondere im Bereich Betreuung. Erstmals bewertet wurde das HSG-Fach Internationale Beziehungen (Politikwissenschaften), das sich auf Anhieb ebenfalls in der Spitzengruppe platziert.

Paola Ghillani und Doris Russi im Verwaltungsrat

Die Generalversammlung der Versicherungsgruppe Helvetia hat Paola Ghillani und Doris Russi Schurter neu in den Verwaltungsrat gewählt.



Coltene schliesst Verkauf des Medizinalgeschäfts ab

Der Zahnmaterial-Hersteller Coltene (vormals Medisize) hat den Verkauf des Medizinalgeschäfts an die finnische Medifiq Healthcare abgeschlossen. Der Verkaufspreis betrug, wie Ende Februar angekündigt, 105 Mio. Franken.

Alcan-Standorte am Bodensee zuversichtlich

Trotz steigender Energie- und Rohstoffpreise haben sich die drei Standorte von Alcan Packaging in Kreuzlingen, Rorschach und Singen (D) im vergangenen Jahr gut behauptet. Für das laufende Jahr wird ein moderates Wachstum erwartet. Das Umsatzvolumen der drei Verpackungsunternehmen ist 2007 um 2,8 Prozent auf gut eine Milliarden Franken gestiegen.



Allen Anträgen zugestimmt

An der achten ordentlichen Generalversammlung der St.Galler Kantonbank nahmen die rund 4200 Aktionäre alle Anträge des Verwaltungsrats an. Claudia Zogg-Wetter und Niklaus Fäh wurden für weitere drei Jahre als Mitglieder des Verwaltungsrats bestätigt. Darüber hinaus genehmigten die rund 4200 anwesenden Aktionärinnen und Aktionäre eine Dividende von 26 Franken, womit

die letzte ordentliche Dividende für das Geschäftsjahr 2005 verdoppelt wurde. Die Dividendenausschüttung von insgesamt 145 Millionen entspricht 64 Prozent des Konzerngewinns.

Fischer Papier baut aus

Die Fischer Papier AG baut ihren Standort in St.Gallen aus und erstellt an der Letzistrasse 22 ein neues Betriebsgebäude.



Die Rutishauser Weinkellerei AG auf Erfolgskurs

Mit einer Umsatzsteigerung von 2,5 Prozent war es ein erfolgreiches Jahr 2007 für die Rutishauser Weinkellerei AG.



Hanselmann neue Regierungspräsidentin

Zum Auftakt der Aprilsession hat der St.Galler Kantonsrat Heidi Hanselmann zur neuen Regierungspräsidentin gewählt.

CVP-Kantonsrätin Barbara Keller wechselt zur SVP

Anfang Mai hat die CVP des Kantons St.Gallen das Austritts-Schreiben von Barbara Keller erhalten. Die 39-jährige Kantonsrätin Barbara Keller tritt zur SVP über. «In ihrem Austritts-Mail schreibt Barbara Keller, sie habe sich nach einer langen, zermürbenden und kräfteaubenden Zeit für den Parteiwechsel entschieden», sagte Iwan Köppel, Parteisekretär der CVP St.Gallen. Barbara Keller habe mit dem Parteiwechsel so kurze Zeit nach den Kantonsratswahlen die Wähler verschaukelt, so Köppel weiter. Die CVP fordere Keller auf, ihr Kantonsrats-Mandat zur Verfügung zu stellen. Für Köppel und die CVP ein befremdendes Vorgehen. Er habe zwar bereits während der Aprilsession Gespräche mit Barbara Keller über ihre Überlegungen geführt. «Von ihren konkreten Übertrittsabsichten musste ich aus den Medien erfahren.»



Gegen Abschaffung der Arbeitsgerichte

Im Kanton St.Gallen haben die Gewerkschaften das Referendum gegen das neue Gerichtsgesetz ergriffen. Sie wehren sich gegen die Abschaffung der Arbeitsgerichte. Das Volk stimmt am 1. Juni über die Vorlage ab. Der Kantonsrat hatte die Revision des Gerichtsgesetzes deutlich gutgeheissen. Dabei sollen unter anderem die Arbeitsgerichte abgeschafft und durch Schlichtungsstellen ersetzt werden.



Aldi-Zentrale kommt nach St.Gallen

Das Verteilzentrum und der Hauptsitz des Discounters Aldi kommen nach Schwarzenbach im Kanton St.Gallen. Eigentlich wollte Aldi im thurgauischen Wigoltingen seine Zentrale und das schweizweite Verteilzentrum bauen. Doch der Widerstand in Form von Einsprachen lähmte das Projekt, die Verantwortlichen hatten schliesslich genug von den Verzögerungen.



Geberit verkauft ihre Tochter Büchler Werkzeugbau

Die Geberit Gruppe hat rückwirkend auf den 1. Januar ihre Tochter Büchler Werkzeugbau AG an ein Mitglied des Büchler-Managements verkauft. Über den Verkaufspreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Swiss Casinos: St.Gallen am stärksten

Das Grand Casino St.Gallen steigerte den Bruttospielertrag um 9,5 Prozent auf 51,5 Millionen Franken (Vorjahr: 47,1 Mio.). Als ertragsstärkstes Casino mit Mehrheitsbeteiligung der Swiss Casinos Holding AG verzeichnete das Grand Casino St. Gallen den grössten Zuwachs. Die fünf Spielbanken, an denen die Swiss Casinos Holding AG beteiligt ist, erhöhten ihren Bruttospielerlös im vergangenen Jahr auf 176,0 Millionen Franken.



Urs Emch neuer Tourismus-Direktor

Der 48-jährige Urs Emch ist vom Vorstand zum neuen Direktor von Ostschweiz Tourismus gewählt worden. Er tritt seine Stelle am 1. Juni dieses Jahres an.



10,3 Millionen für Fusion von Wildhaus und Alt St. Johann

Der Kanton St. Gallen zahlt an die Fusion der Gemeinden Wildhaus und Alt St. Johann Beiträge von 10,3 Millionen Franken. Die beiden Toggenburger Gemeinden planen den Zusammenschluss auf Anfang 2010.

Looser Holding steigert EBITDA um über 40 Prozent

Die Looser Holding steigerte im ersten Quartal 2008 den Umsatz gegenüber Vorjahr um 77.3 Prozent auf 122.1 Mio. Franken. Das operative Ergebnis (EBITDA) verbesserte sich um 42.5 Prozent und beträgt 16.7 Mio. Franken. Das organische Wachstum liegt akquisitions- und währungsbereinigt bei 8.4 Prozent.



Konzernleitung, v.l.n.r.: Thomas Lozser, CEO FLH, Christian Niederkofler, CEO Group; Christoph Fierz, CFO

Die Looser Holding mit Sitz in Arbon verzeichnet einen erfreulichen Start ins Geschäftsjahr 2008. Mit 122.1 Mio. Franken steigerte die Arboner Industrieholding den Nettoumsatz im ersten Quartal um 77.3 Prozent gegenüber Vorjahr. Die Währungsschwäche von US-Dollar und Euro belasteten im ersten Quartal 2008 die Umsatzentwicklung in Franken mit 1.2 Prozent. Akquisitions- und währungsbereinigt beläuft sich das Wachstum auf 8.4 Prozent. Das operative Ergebnis (EBITDA) liegt mit 16.7 Mio. Franken 42.5 Prozent über dem Vorjahr. Bereinigt um den im Vorjahr erzielten, ausserordentlichen Gewinn aus dem Verkauf von nichtbetrieblichen Liegenschaften sowie um die Akquisition der

Prüm-Garant Gruppe im 2008, liegt der EBITDA im ersten Quartal 2008 um 27.5 Prozent über dem Vorjahr. Die EBITDA-Marge beläuft sich im ersten Quartal 2008 auf 13.7 Prozent. Nach Bereinigung der erwähnten einmaligen Gewinne resultierte 2007 eine EBITDA-Marge von 11.5 Prozent. Im ersten Quartal 2008 wurde somit die operative Marge deutlich verbessert.

Die Kaufpreis-Allokation der Prüm-Garant Gruppe führte im Vergleich zum Vorjahr zu deutlich höheren Amortisationen von immateriellen Vermögenswerten. Das operative Ergebnis gemessen am EBIT wurde dadurch mit 1.5 Mio. Franken belastet.

Die Schwäche von Euro und US-Dollar wirkten sich wesentlich auf das Eigenkapital aus. Im ersten Quartal 2008 wurde das konsolidierte Eigenkapital infolge dieser Währungseinflüsse um 17.1 Mio. Franken reduziert.

Leichte Steigerung bei Coatings

Der Geschäftsbereich Coatings erzielte einen Umsatz von 51.4 Mio. Franken und übertraf den Vorjahreswert währungsbereinigt um 3.9 Prozent. Rückgänge bei den asiatischen Gruppengesellschaften, die aufgrund der schwierigen Absatzsituation bei amerikanischen Endkunden (Einfluss der Subprime-Krise) entstanden, konnten durch das starke Wachstum bei den europäischen Gesellschaften mehr als nur kompensiert werden. Diese positive Entwicklung ist hauptsächlich auf die Geschäftsfelder Verpackungslacke sowie Antihafthacke zurückzuführen. Zudem ist die Rohstoff-Preisentwicklung im ersten Quartal etwas abgeflacht. Die EBITDA-Marge stieg von 9.2 Prozent auf 11.3 Prozent.

Industrial Services auf Wachstumskurs

Im Geschäftsbereich Industrial Services trugen sowohl Conecta wie auch Single Temperiertechnik zum Umsatzwachstum von 20.4 Prozent (währungsbereinigt) bei. Das innere Wachstum bei Conecta beträgt 13.8 Prozent, bei Single Temperiertechnik GmbH 24.8 Prozent. Nach Bereinigung der ausserordentlichen Gewinne aus dem Verkauf von nichtbetrieblichen Liegenschaften im Vorjahr stieg der EBITDA um 19.5 Prozent auf rund 5.1 Mio. Franken. Die EBITDA-Marge von 22.6 Prozent liegt auf Vorjahresniveau.

Prüm-Garant Gruppe erfüllt Erwartungen

Die per 31. Mai 2007 akquirierte Prüm-Garant Gruppe verzeichnete im Vorjahr atypische, saisonale Schwankungen, die durch den Wegfall von Eigenheimzulagen und erhöhte Umsatzsteuern entstanden. Zudem wurden im ersten Quartal 2007 absolute Rekordwerte erwirtschaftet. Der Nettoumsatz im ersten Quartal 2008 reduzierte sich daher um 6.6 Prozent. Die EBITDA-Marge von 13.7 Prozent (oder rund 6.6 Mio. Franken) übertrifft infolge Preiserhöhungen sowie einer strikten Kostenkontrolle den Vorjahreswert per Ende 2007 von 12.4 Prozent. Damit hat die Prüm-Garant Gruppe die hohen Erwartungen erfüllt und sich wie bereits in den Vorjahren in einem schwierigen Marktumfeld behauptet.

Ausblick unverändert positiv

Die Auswirkungen der Finanzkrise und die Währungsentwicklung erschweren die Prognosen für das laufende Jahr. Aufgrund des

erfreulichen Starts ins neue Geschäftsjahr gehen Konzernleitung und Verwaltungsrat von positiven Aussichten für das gesamte 2008 aus. Sie sind zuversichtlich, dass sich das innere Wachstum im gesamten Geschäftsjahr zwischen 5 – 10 Prozent bewegen wird. Es wird weiterhin eine Umsatzsteigerung von über 20 Prozent auf über 500 Mio. Franken angestrebt sowie ein EBITDA in der Höhe von 65 – 75 Mio. Franken. Diese Zuversicht basiert vor allem auf der breiten Diversifizierung der Looser Gruppe als international ausgerichtete Industrieholding sowie auf den starken Marktpositionen der einzelnen Geschäftsbereiche.

Kotierung an der SWX im zweiten Quartal 2008

Voraussichtlich im Juni 2008 soll der bereits kommunizierte Wechsel des Börsenplatzes von der BX Berne eXchange an die SWX Swiss Exchange erfolgen. Die entsprechenden Vorbereitungen sind eingeleitet.

Über die Looser Holding AG

Die Looser Holding AG ist eine international tätige Industrieholdinggesellschaft mit Sitz in Arbon. Die Unternehmensgruppe ist in den Geschäftsbereichen Coatings und Industrial Services tätig. Rund 1600 Mitarbeitende sind in 20 operativen Gesellschaften in Europa, Asien und USA für die Gruppe tätig. Die Namenaktien der Looser Holding AG sind an der BX Berne eXchange kotiert. Eine Kotierung an der SWX ist im Juni 2008 vorgesehen.

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

«Wir rechnen mit einem Preisabschlag von 36 Prozent»

Die Zuckerfabriken Aarberg und Frauenfeld AG (ZAF) verarbeitet als einziges Unternehmen in der Schweiz Zuckerrüben und versorgt den Schweizer Markt mit Zucker und den anfallenden Futtermitteln. Der Druck auf die Branche wird in diesem und dem nächsten Jahr erheblich zunehmen, wie Joachim Pfauntsch, Werkleiter Frauenfeld, im Interview erklärt.

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: MAREYCKE FREHNER

Herr Pfauntsch, jeder Zucker schmeckt grundsätzlich einmal süß. Gibt es dennoch Unterschiede?

Joachim Pfauntsch: In der ZAF produzieren wir Zucker aus Zuckerrüben. Länder, die ein deutlich wärmeres Klima haben, setzen hingegen auf Zuckerrohr. Das Endprodukt ist in beiden Fällen dasselbe. Das Produkt aus der Rübe ist jedoch im Produktionsprozess von den Inhaltsstoffen her deutlich einfacher zu handhaben als jenes aus dem Zuckerrohr. Es erfordert weniger Reinigungsschritte. Folglich landen wir schnell beim gewünschten Endprodukt.

Bis zu welchem Schritt verarbeiten Sie das Produkt?

Zucker kann man in sehr unterschiedlichen Formen verwenden. Wir in Frauenfeld verstehen uns aber als typischen Lieferanten von Industriekunden. Das heisst, dass wir den Zucker in loser oder in Form von gesackter Ware abgeben. Wir produzieren folglich weder Puderzucker noch Würfelzucker sowie sonstige Weiterverarbeitungsprodukte und auch keine Kilopakete für die Endkunden.

Zucker aus Zuckerrohr wird also bei Ihnen gar nicht eingesetzt?

Wenn, dann nur teilweise und in sehr kleinen Mengen. Das geschieht beispielsweise dann, wenn die Versorgung mit Rüben unzureichend ist und von unserer Seite weniger Zucker als gewohnt produziert werden kann. Und das hängt sehr stark von den Wachstumsbedingungen der Rüben ab. Letztes Jahr hatten wir beispielsweise eine äusserst gute Ernte, in der dem Produktionsprozess kein Rohrrohrzucker zugesetzt werden musste. Generell gilt für unsere Rübenanbau-



gebiete: Wenn man den Rübenantrag pro Hektare und den Zuckergehalt betrachtet, dann liegen wir europaweit ziemlich an der Spitze. Zusammen mit anderen Anbaugebieten beispielsweise in Nordfrankreich und Südbayern.

Dennoch ist die Nachfrage höher als das Angebot?

Ja. Unser Ziel ist es, mit beiden Werken 230'000 Tonnen Zucker herzustellen. Letztes Jahr kamen wir gar auf 250'000 Tonnen. Die können wir voraussichtlich problemlos absetzen. Es gab aber auch schon Jahre, wo wir nur 180'000 Tonnen produzieren konnten. Und dann fehlt uns natürlich eine beträchtliche Menge. Um das auszugleichen, wird teilweise eingekaufter Rohrzucker in den Prozess eingeschleust beziehungsweise anderer Weisszucker zugekauft.

Im März starteten Sie eine Werbekampagne, um die Vorzüge von Schweizer Zucker aufzuzeigen. Wieviel «Schweiz» steckt denn letztendlich im Schweizer Zucker?

Rein technisch können wir bezogen auf die Zuckermenge maximal 10 Prozent des erwähnten Rohrzuckers zugeben. Und auch dann wird dies streng nur zu bestimmten Zeiträumen durchgeführt. Wer Schweizer Zucker kauft, soll auch die Gewissheit haben, dass 100 Prozent dieses Zuckers aus einer Schweizer Produktion stammt. Zudem hat der Konsument die Gewissheit, dass wir der Qualität, dem Umweltmanagement und den Arbeitsbedingungen höchste Beachtung schenken. Der Standard ist bei uns sehr hoch.

Wieso starten Sie eine Werbekampagne? Gibt es Nachholbedarf, um die Kunden zu sensibilisieren?

Wir kämpfen - wie auch viele andere Unternehmen - um im Markt bestehen zu können.

Die Konkurrenz schläft nicht. Und von dieser müssen wir uns abheben. Damit spreche ich vor allem die Importprodukte an. Die Grenze ist im Prinzip offen. Und was den Preis für Zucker betrifft, so haben wir den gleichen Preis in der Schweiz wie in der EU. Wir müssen uns zukünftig auch vermehrt am Weltmarkt orientieren. Auch dieser gibt die Richtung für die nächsten Jahre vor. Schon bald werden Entwicklungsländer Zucker zu Weltmarktpreisen importieren können. Da braucht es Konzepte, um unseren Absatz auch künftig zu sichern.

Der Druck kommt also aus dem Ausland?

Im Inland gab es schon immer Händler und Unternehmen, welche Importzucker zugekauft haben. Diese haben sich in diesem Umfeld betätigt, das gehört zum Spiel. In letzter Zeit haben wir unsere Produktion erhöht, um unsere Kostenstruktur zu verbessern. Aber der Tarif ist klar: Wir müssen den Zucker zum gleichen Preis wie die EU anbieten, jedoch zu einer höheren Qualität, mit besserer Lieferbereitschaft und einer vertrauensvollen Kundenbeziehung.

Immerhin bieten Sie ein Produkt an, das nie vom Markt verschwinden wird?

Das ist richtig. Die Nachfrage wird aber nicht höher. Wenn man den Pro-Kopf-Verbrauch betrachtet, sieht man, dass sich da nicht mehr viel tut. Das heisst, dass wir um das bestehende Marktsegment kämpfen müssen. Und hier müssen wir mit einem deutlichen Preisabschlag rechnen. Wir gehen davon aus, dass der Preis für Zucker innerhalb der nächsten zwei Jahre um 36 Prozent gesenkt wird. Da müssen wir mitziehen. Wir können in der Schweiz keine Hochpreisinsel bilden. Dafür müssen wir die Zügel jedoch gewaltig anziehen.

Wie verkraften Sie eine Einbusse von 36 Prozent?

Das ist in der Tat nicht einfach. Für uns ist das bei einem jährlichen Umsatz von 300 Millionen Franken ein Einbruch von etwa 100 Millionen Franken. Darin eingeschlossen ist übrigens auch der Wegfall der aktuell geltenden jährlichen Bundesbeiträge von 15 Millionen Franken. Die wichtigste Stossrichtung wird ähnlich der EU sein, die die selben Preisabschläge in der Zuckerbranche durchführen wird: Der Rohstoff muss billiger werden. Das heisst, die Rübenpreise müssen gesenkt werden. Hier sind wir bereits in Verhandlungen mit unseren Rübenpflanzern. Das ist der grösste Punkt, wo wir etwas bewegen können. Daneben müssen wir die Effizienz der Fabrik steigern und leider auch Mitarbeiter abbauen. Es wird einen Abbau von rund 20 Prozent geben. Damit steigen natürlich die Anforderungen an die Mitarbeiter. Aber wird sind guter Dinge, dass wir das hinbekommen.

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie derzeit?

Im Moment sind es 115 Mitarbeiter. Rund 50 kommen in der Zeit von Ende September bis Mitte Dezember dazu. Dann werden die Rüben angeliefert und der Zucker produziert.

Die Firma Transfood aus Frauenfeld ist für den Transport Ihrer Produkte zuständig. Worauf legen Sie grossen Wert?

Unsere Kunden stellen hohe Anforderungen an unser Produkt. Das beinhaltet natürlich auch den Transport. Fahrzeuge, welche Zucker transportieren, dürfen ausschliesslich für den Lebensmitteltransport eingesetzt werden. Am besten ist es natürlich in unserem Fall, wenn ein Fahrzeug nur Zucker transportiert. Auch die Reinigung, das Be- und Entladen und der Transport an sich müssen auf hohem Niveau erfolgen.

Anzeige



Saisonpflanzen und Blumen.
Pflanzenvermietung für jeden Anlass
Bonsai, Oliven, Palmen, Bambus etc.



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

Gerbestrasse 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

Die Kunst,
zu bewahren, was
Ihnen wichtig ist.

Über Generationen hinweg.
Als erfahrene Partner für Vermögensverwaltung und Nachfolgeplanung tragen wir langfristig Sorge für Ihre Vermögenswerte. Auch für Ihre Nachkommen.



Die Bank des Fürstenhauses
von Liechtenstein

LGT Bank in Liechtenstein AG, Vaduz
Tel. +423 235 18 28, info@lgt.com

www.lgt.com
Basel Bern Chur Davos Genf Lausanne
Lugano Luzern Vaduz Zürich

«Ich staune, wie locker die SVP diesen unglaublichen Spagat aushält»



Im Gespräch mit Elias Mühlemann (22), Präsident Jungfreisinnige Thurgau, Michael Bernasconi (21), Präsident JSVP AR, Andrea Claudio Caroni (28), Präsident Jungfreisinnige Auserrhoden, und Jeffrey Bleiker (20), Präsident JSVP St.Gallen.

Die Zukunft der Schweiz liegt in den Händen der Jungpolitiker. Der LEADER wollte daher von mehreren Präsidenten von Ostschweizer Jungparteien wissen, was sie von der derzeitigen politischen Debatte halten, wie sie die Parteipräsidenten beurteilen und wer am unglaublichsten politisiert. Angefragt wurden die Präsidenten von sämtlichen Bundesratsparteien. Geantwortet haben ausschliesslich die Jungfreisinnigen und die Junge SVP.

Personen gehen, die sich um einen Sitz im Parlament bemühen. Wenn eine ganze Partei sich hinter einer Person verstecken muss, ist das eher ein Indiz dafür, dass die effektiv zur Wahl stehenden wenig Format verkörpern.

Michael Bernasconi: Ja, auf jeden Fall. Denn hinter jeder Person stehen auch die Partei und eine Parteilinie. Schlussendlich werden auch die Personen gewählt und nicht die Partei alleine. Würde eine Partei nur faule Hobbypolitiker auf die Liste stellen, wären die Erfolgchancen sehr gering. Andererseits: Eine Liste voller ausgezeichneter Politiker lässt die Erfolgchancen sehr ansteigen.

Andrea Claudio Caroni: Politik soll in erster Linie Lösungen für Staat, Wirtschaft und Gesellschaft liefern. Dazu braucht es Menschen, die Politik betreiben. Es ist unvermeidlich, dass dabei bisweilen auch Personen in den Vordergrund rücken. Ziel der Politik ist aber die Lösung in der Sache.

Jeffrey Bleiker: Die SVP hat die Wahlen 2008 klar gewonnen! Das Volk statuierte ein Exempel an den Parteien, die massgeblich an der Abwahl von Christoph Blocher beteiligt waren. Die Personifizierung vom abgewählten Bundesrat Blocher steht allerdings immer klar mit einem politischen Programm zusammen. Blocher verkörpert die SVP, wie kein anderer Politiker. Ich sehe überhaupt kein Problem, wenn es in der Politik um Personen geht, solange diese für ein Programm stehen. Bei Christoph Blocher ist dies der Fall.

Etwas Besseres als die Abwahl von Blocher hätte der SVP eigentlich gar nicht passieren können. Neumitglieder und weitere Wahlerfolge waren das Resultat. Haben die linken Parteien nachträglich gesehen eine falsche Strategie eingeschlagen?

Elias Mühlemann: Mit dieser Frage zählen Sie die CVP implizit zu den Linken. Das ist leider eine Tatsache. Dadurch verliert aber die CVP ihre bürgerliche Wählerschaft. Längerfristig wird es der CVP also mehr schaden als der SP.

Michael Bernasconi: Etwas Besseres, dass der SVP passieren konnte, wäre die Wiederwahl von Christoph Blocher gewesen. Mit der Abwahl von ihm hat die SVP einen leistungsstarken Bundesrat verloren. Die linken Parteien kriegen nachträglich gesehen nur die Quittung für das Ignorieren des Volkes. Jeder erntet, was er sät.

Andrea Claudio Caroni: Inwiefern sich die Abwahl von Bundesrat Blocher auf die Leute ausgewirkt hat, ist schwer zu sagen. Die SP war schon vorher schwach auf der Brust und die SVP auf dem Vormarsch. Ich kann mir aber einen gewissen Blocher-Effekt vorstellen.

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILDER: ZVG.

Bei den Wahlen setzte die SVP mit der Abwahl von Christoph Blocher das Hauptthema. Andere Parteien kritisieren diese Personifizierung in der Politik. Sollte es aber nicht gerade in der Politik auch um die Personen gehen?

Elias Mühlemann: Politik wird von Menschen gemacht. Es muss darum zwangsläufig auch um die Personen gehen, vor allem bei Wahlen. Jedoch sollte es bei Nationalratswahlen um jene



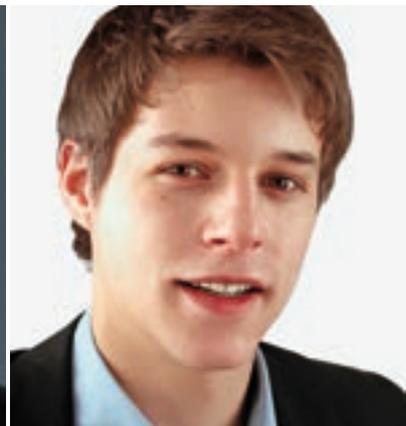
Elias Mühlemann



Michael Bernasconi



Andrea Claudio Caroni



Jeffrey Bleiker

Jeffrey Bleiker: Die linken Parteien (SP, Grüne, Kommunisten und CVP) haben nachträglich sicher einsehen müssen, dass Hinterlistigkeit und Intrigen von den Wählern, auch aus den Reihen der Blocher-Abwähler, nicht goutiert werden. Die SVP ist in die Opposition getrieben worden, und wird auch in Zukunft Wahlerfolge verbuchen können,

Was halten Sie vom SVP-Parteipräsidenten Toni Brunner?

Elias Mühlemann: Er hat eine gewisse «Puureschläui». Inhaltlich hat er noch wenig gezeigt, auch als Nationalrat. Die Arbeit als Parteipräsident hat er ja gerade erst aufgenommen.

Michael Bernasconi: Toni Brunner ist ein Politiker mit hervorragenden Eigenschaften. Er wird die Strukturen der SVP modernisieren, so dass sie auch dem stetig ansteigenden Mitgliederwachstum gewachsen sind. Er hat für sein junges Alter schon eine beträchtliche Erfahrung, die sich mit Sicherheit positiv auf die SVP und ihrer Rolle in der Opposition auswirken wird.

Andrea Claudio Caroni: Ein gewaltiges Beispiel eines kraftvollen Jungpolitikers. Das heisst aber nicht, dass ich all seine Ansichten teile.

Jeffrey Bleiker: Toni Brunner ist ein super Parteipräsident, er hat die SVP des Kantons St.Gallen innerhalb von 12 Jahren zur wichtigsten politischen Kraft im Kanton gemacht, trotz seines jungen Alters konnte er unzählige Erfolge verbuchen. Er wirkt intern integrierend und gegen Aussen polarisierend. Toni Brunner hat wie kein anderer Parteipräsident stets ein Gehör für die Bevölkerung. Ich bin überzeugt, dass er die SVP auch in Zukunft von Erfolg zu Erfolg führen wird.

Wie schätzen Sie Fulvio Pelli ein?

Elias Mühlemann: Ein sehr intelligenter und sachbezogener Politiker, der die Probleme in un-

serem Land wirklich lösen will. Leider wirkt er in den deutschsprachigen Medien wegen seinem sprachlichen Hintergrund etwas trocken.

Michael Bernasconi: Fulvio Pelli verfügt über viel Erfahrung in der Politik. Er könnte es erreichen, dass die FDP wieder auf einen Kurs findet, der ihr auch mehr gerecht wird. Für das müsste er aber Ziele konsequenter durchsetzen.

Andrea Claudio Caroni: Ein unglaublich glaubwürdiger Parteipräsident. Ich wünsche ihm viel Erfolg bei der Erneuerung der FDP.

Jeffrey Bleiker: Die FDP hat in den letzten zehn Jahren deutlich an Profil verloren. Nicht zuletzt durch die jährliche «Wachablösungen» beim FDP-Parteipräsidium. Anstelle die Partei zurück an Ihre freisinnigen Wurzeln zu führen, hat man sich in Polit-Experimenten versucht. Die Wahlergebnisse belegen dies.

Welches Zeugnis stellen Sie Christophe Darbellay aus?

Elias Mühlemann: Er hat die CVP definitiv auf einen Linkskurs gebracht.

Michael Bernasconi: Christoph Darbellay und die CVP werden mit ihren jetzigen Politikurs grosse Mühe haben ihre Wähler zu behalten. Was auch die Kantonratswahlen von St.Gallen und Schwyz aufzeigen.

Andrea Claudio Caroni: Ein gewiefter Taktiker – nicht zuletzt in eigener Sache. Ich hoffe für ihn, dass das nicht auf seine Partei zurückfällt.

Jeffrey Bleiker: Der CVP-Präsident Darbellay, der weder einen Leistungsausweis, von sich und der CVP vorlegen kann, versuchte sich letztendlich in den Wahljahren mit stetigen politischen Richtungswechseln. In der Hoffnung, dass die Wähler den 12. Dezember 2007 vergessen werden.

Welche Partei betreibt Ihrer Ansicht nach die unglaublichste Politik?

Elias Mühlemann: Die SVP, weil sie eine Wirtschaftspartei sein will und gleichzeitig in der Landwirtschaftspolitik jegliche Prinzipien einer wirtschaftsfreundlichen Partei in den Wind schlägt.

Die SP, weil sie willentlich ihre Augen vor grundlegenden Finanzprinzipien und demographischen Entwicklungen verschliesst.

Die CVP, weil sie sich mit den Bundesratswahlen bei den Linken eingekauft hat.

Die Grünen, weil sie das Rennen gegen die drohende Energieknappheit mit Sandalen gewinnen wollen.

Fazit: Wer die Wahl hat, hat die Qual.

Michael Bernasconi: SP

Andrea Claudio Caroni: Die PdA (Partei der Arbeit).

Jeffrey Bleiker: Die CVP betreibt die unglaublichste Politik, da im CVP-Programm keine Kontinuität herrscht, und das Programm fast jährlich in wichtigen Punkten ändert.

Können Sie kurz Stellung zu den folgenden Behauptungen beziehen:

Die SVP will den Staat zu Grunde sparen.

Elias Mühlemann: Ein starker Staat kann nur ein schlanker Staat sein. Die Schweiz hat noch genug Fettreserven (Schulden).

Michael Bernasconi: Ich bin mit dieser Behauptung nicht einverstanden. Die SVP will das Geld mit Köpfchen ausgeben und nicht das Geld aus dem Fenster werfen. Es ist eine Tatsache, dass der Staat noch immer viel zu viele unnötige Ausgaben hat.

Andrea Claudio Caroni: Soviel sparen kann nicht einmal die SVP – der Staat ist zäh. Ausserdem

spart die SVP ja nicht flächendeckend (Landwirtschaft).

Jeffrey Bleiker: Nein. Die SVP will den Staat effizient machen, indem man leistungsfähige Strukturen schafft ist dies auch möglich. Man muss an vielen neuralgischen Punkten eine Ausgabenbremse anlegen, ansonsten sind effiziente Steuersenkungen nicht möglich.

Sparen will die SVP überall, nur nicht in der Landwirtschaft.

Elias Mühlemann: Und dabei wäre in diesem Bereich noch so viel Potential...

Michael Bernasconi: Auch die Landwirtschaft hatte gewisse Aspekte, wo das Geld unvernünftig ausgegeben wurde. Aber in den letzten Jahren wurde stark in der Landwirtschaft gespart. Und gewisse Entschädigungen für den Erhalt der Landschaft sind ganz legitim.

Andrea Claudio Caroni: Ich staune, wie locker die SVP diesen unglaublichen Spagat aushält.

Jeffrey Bleiker: Man kann in der Landwirtschaft erst richtig sparen, wenn man die Strukturen anpasst, zum Beispiel in der Raumplanung. Solange die Vorschriften und Gesetzesflut nicht Inhalt geboten wird, sind Sparmassnahmen auch in der Landwirtschaft nicht möglich.

Die FDP hat ihr Profil verloren. Man weiss nicht mehr, für was die Freisinnigen eigentlich eintreten. Schuld daran ist nicht zuletzt ihr farbloser Präsident.

Elias Mühlemann: Die FDP hat zu lange darauf vertraut, dass man alleine durch sachbezogene Politik und gute Arbeit gewählt wird. Das ist leider nicht der Fall. Die FDP muss sich in Zukunft besser über die Medien verkaufen.

Michael Bernasconi: Die FDP hat nicht an Farbe verloren. Sie hat nur das Problem, dass sie ihre Ziele mit zu geringem Einsatz durchsetzt und zu wenig politisiert. So ist es natürlich auch schwieriger für den Stimmbürger geworden, die Ziele der FDP einzuordnen.

Andrea Claudio Caroni: Die FDP ist daran, sich auf knackige Kernthemen zu fokussieren. Das wird nicht zuletzt dank ihrem überaus fähigen Präsidenten gelingen

Jeffrey Bleiker: Das ist richtig, man verirrt sich in einer typischen Mittepartei-Diskussion, in welche politische Richtung man vorstossen möchte. Der Parteipräsident der FDP, der jahrelang den «Drive» nicht gefunden hat, eine eigene freisinnige Politik zu erhalten, und den Freisinn neu auslegen wollte, hat beim den Parlamentswahlen die Quittung erhalten.

Die CVP ist nach links gedriftet. Durch die ganze Verschwörung anlässlich der Bundesratswahlen wurde sie unglaubwürdig – nicht zuletzt auch für die Wirtschaft.

Elias Mühlemann: Richtig.

Michael Bernasconi: Hier stimme ich voll und ganz zu, weil: «Wer einmal lügt, dem glaubt man nicht, auch wenn er mal die Wahrheit spricht»

Andrea Claudio Caroni: Die CVP muss schauen, dass sie als wirtschaftsfreundliche, bürgerliche Partei politisiert. Dann sind auch vertiefte Partnerschaften mit der FDP möglich.

Jeffrey Bleiker: Die CVP, welche als «bürgerliche» Partei ein Partner für die Wirtschaft sein sollte, hat durch den Linksrutsch, in wichtigen Sachvorlagen und den Bundesratswahlen enorm an Glaubwürdigkeit eingebüsst. Wichtig wäre,

wenn die Wirtschaft auf die Politik vertrauen kann und umgekehrt, dies ist momentan nicht möglich, da die CVP unglaubwürdig geworden ist. Die FDP braucht dringend eine neue Führung. Aus diesem Grund ist die SVP die verlässlichste Partei für die Wirtschaft.

Die SP weiss nicht, woher das Geld kommt. Sie spielt Robin Hood, vergisst dabei aber, dass die Einnahmequellen irgendwann versiegen.

Elias Mühlemann: Zu Robin Hoods Zeiten nahmen die Regierenden den armen Bauern ihre Erträge weg. Heute funktioniert das System gerade umgekehrt. Wenn die SP nun wirklich Robin Hood spielen will, sollte sie sich wie Robin Hood früher für jene einsetzen, denen das hart erarbeitete Geld aus den Taschen gezogen wird.

Michael Bernasconi: Robin Hood ist eine verfehlte Bezeichnung für die SP. Robin Hood hat nur den Bedürftigen Geld geben und nicht denen, welche keine Hilfe brauchten. Aber sonst kann ich dieser Aussage zustimmen.

Andrea Claudio Caroni: Die Einnahmequellen als solche versiegen hoffentlich nicht. Aber die Mittel sind dennoch beschränkt, und Anreize zählen. Das blendet die SP schlicht aus. Robin Hood ist eine ebenso schöne Legende wie das Märchen vom Umverteilungs-Schlaraffenland.

Jeffrey Bleiker: Die SP hat schon seit zehn Jahren eine Politik einer Sozial-Romantik vertreten. Die SP sähe sich gerne als politischen Robin Hood, ist sie jedoch nicht. In einer Zeit, wo die Wirtschaft möglichst frei und effizient sein sollte, passt eine Politik der Umverteilung à la SP nicht. Die SP sollte sich bewusst werden, nur eine effiziente und freie Wirtschaft kann Arbeitsplätze und Lehrstellen generieren.

Anzeige



Aktiver Umweltschutz im Offsetdruck

exklusiv bei Druckerei Lutz AG

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



FSC

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

SQS-COC-100123
© 1996 Forest Stewardship Council A.C.

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



DRUCKEREI

Vermummungsverbot und Wegweisung befürwortet



Die Polizei soll Störer wegweisen. Mit einem Nachtrag zum Polizeigesetz soll die Sicherheit im öffentlichen Raum verbessert werden. Als neue Instrumente vorgesehen sind einerseits ein Vermummungsverbot, andererseits die Möglichkeit, Personen bei Gefährdung oder Störung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung sowie bei Erregung öffentlichen Ärgernisses von einem Ort vorübergehend wegzuweisen und fernzuhalten.

Die vorberatende Kommission des Kantonsrates stimmt diesen Neuerungen grossmehrheitlich zu. Unter dem Präsidium von Karl Güntzel (SVP, St.Gallen) liess sich die vorberatende Kommission von Stadtrat Nino Cozzio und Hauptmann Ralph Hurni über die Erfahrungen der Stadt St.Gallen orientieren, welche diese Instrumente seit rund zwei Jahren kennt.

Vermummungsverbot

Mit dem Vermummungsverbot soll ein klares Zeichen gesetzt werden gegen gewaltbereite Chaoten, die Versammlungen, Demonstrationen, Sport- und andere Veranstaltungen missbrauchen, um unter dem Schutz der Vermummung unerkannt Straftaten zu begehen. Die Erfahrungen zeigen, dass die Gefahr von Ausschreitungen beträchtlich erhöht wird, wenn sich vermummte Personen unter die Teilnehmenden mischen. Die Kommission erachtet ein Vermummungsverbot deshalb als notwendig, auch wenn dessen Durchsetzung schwierig ist.

Sie liess sich dabei überzeugen, dass der Einsatzleitung der Polizei ein Handlungsspielraum belassen werden muss. Diese muss auf-

grund der aktuellen Beurteilung der Gefahrenlage vor Ort entscheiden, ob das Verbot durchgesetzt werden soll oder ob sich dadurch die Gefährdung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung noch vergrössern würde.

Wegweisung und Fernhaltung

Die Möglichkeiten der Wegweisung und Fernhaltung sollen auf Personen ausgedehnt werden, die alleine oder als Teil einer Gruppe die öffentliche Sicherheit und Ordnung gefährden oder stören, indem sie ein öffentlich zugängliches Gebiet in Beschlag nehmen oder beispielsweise unter Einfluss von Alkohol oder Drogen Passierende bedrohen, behindern oder anpöbeln.

Der öffentliche Raum soll nicht denjenigen überlassen werden, welche die Regeln des gesellschaftlichen Zusammenlebens und des respektvollen Umgangs miteinander missachten. Die Polizei soll solche Störer wegweisen, Ansammlungen auflösen und die bestimmungsgemässe Nutzung des öffentlichen Raumes sicherstellen können. Die vorberatende Kommission begrüsst diese Massnahmen und beantragt dem Kantonsrat, die Möglichkeit der Fernhaltung auf einen Monat auszudehnen.



Kann denn Dummheit Sünde sein?

Es gibt verschiedene Ideologien. Es gibt unterschiedliche Meinungen. Aber wer objektiv betrachtet Unsinn erzählt, der kann sich nicht hinter seiner Auffassung verstecken. Einer St.Galler Jungsozialistin gebührt bereits früh im Jahr der Preis «Unmaskierte Dummheit 2008».

TEXT: STEFAN MILLIUS

Eigentlich sagt sie ja nur, was viele ihrer Parteifreunde denken. Insofern gebührt ihr auch ein Preis für unverhohlene Ehrlichkeit. Doch wenn die Jungsozialistin und St.Galler Stadtparlamentarierin Bettina Surber das Wort ergreift, fällt es schwer, diese Ehrlichkeit zu lobpreisen; zunächst muss man verdauen, was sie gesagt hat.

Konkret war es das:

«Der Staat ist der Umverteilungsapparat. Er muss das Geld dort holen, wo es reichlich vorhanden ist, und dorthin transferieren, wo es fehlt. Die Einkommensschere ist in den vergangenen Jahren weiter aufgegangen. Das kann man nicht oft genug wiederholen.»

Tatsächlich: Das kann man wirklich nicht oft genug wiederholen. Es ist so absurd, so daneben und vor allen Dingen so kreuzfalsch, dass man es sehr oft wiederholen muss, um zu verinnerlichen, dass es sich hier nicht etwa um hervorragenden Sarkasmus, sondern um eine ernsthafte Meinung handelt.

Bettina Surber, die hier aus einem Interview im St.Galler Tagblatt zitiert wurde, ist 26 Jahre alt. Sie schliesst derzeit ihr Jus-Studium ab. Was, nebenbei bemerkt, ein seltsames Licht auf das Jus-Studium in diesem Land wirft. Denn offensichtlich werden einem im Rahmen dieser akademischen Ausbildung nicht einmal die brachialsten Zusammenhänge der Wirtschaft beigebracht.

Die Jungsozialistin will also das Geld dort holen, wo es reichlich vorhanden ist (Firmen? Reiche Private?) und will es denen geben, die es nicht haben. Dabei spielt es offenbar keine Rolle, wie man zu Geld gekommen ist beziehungsweise warum man keines hat. Wer will sich schon mit solchen Details abgeben? Nehmt es den Reichen, gebt es den Armen – Robin Hood kehrt zurück.

Bereits verstorbene Ökonomen drehen sich bei solchen Forderungen im Grab, noch le-

bende Ökonomen wünschen sich vermutlich, tot zu sein. Die Fragen, die sich aufgrund der abenteuerlichen Umverteilungsthese stellen, sind offensichtlich, wenn auch anscheinend nicht für erfolgreich abschliessende Jus-Studentinnen. Wir werfen einige dieser Fragen auf, ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Wer versucht künftig noch, Wachstum und damit Geld zu generieren, wenn er es in Bettina Surbers gigantischem Umverteilungs-Apparillo ohnehin gleich wieder abgeben muss? Wer bemüht sich um einen Job, um ein regelmässiges Einkommen, wenn die Umverteilung dafür sorgt, dass das Geld ohnehin zu ihm kommt? Wie finanziert sich der Staat künftig, wenn niemand mehr Interesse hat, Wachstum zu schaffen, weil man ihm a) seine Errungenschaften wegnimmt beziehungsweise b) ihm sein Leben ohne Arbeit finanziert wird? Ist unser System, das darauf setzt, dass Risikobereitschaft unter Umständen mit Reichtum belohnt wird, tatsächlich schlechter als die Systeme, die auf Umverteilung setzen? Schwer zu sagen übrigens, denn die meisten dieser anderen Systeme gibt es längst nicht mehr. Sie sind zusammengebrochen, aber erst, nachdem die von der Umverteilung beglückten Menschen in der Verelendung versanken.

Interessant ist, dass die Stadtparlamentarierin bei ihren Verlautbarungen immer wieder Themen wie Lehrstellenmangel und Jugendarbeitslosigkeit anspricht. Die Umverteilung, die sie so vehement fordert, führt zur Verschärfung von beidem. Lehrstellen und Arbeitsplätze für Junge entstehen dann, wenn es der Wirtschaft gut geht, wenn Unternehmen investieren und ausbauen können. Indem man ihnen die Mittel entzieht und diese «umverteilt», schafft man keinen einzigen Job. «Lohnrückerei durch gewisse Arbeitgeber», beklagt Jungpolitikerin Surber ebenfalls. Lohnrückerei ist tatsächlich nichts Schönes, die Frage ist nur, wann sie wirklich stattfindet. Völlig

unrealistische Löhne, wie sie der Jungsozialistin und ihren Genossinnen und Genossen vorschweben, sorgen auf direktem Weg dafür, dass Schweizer Unternehmen nicht mehr wettbewerbsfähig sind, was zu Arbeitslosigkeit führt. Damit wächst die Zahl derer, die mit dem hervorragenden Mittel der Umverteilung genährt werden. Leider nur gibt es dann nichts mehr, das sich umverteilen liesse.

Eine Grundsatzfrage in diesem Zusammenhang: Warum eigentlich müssen wir uns dauernd von genau denjenigen Leuten den Mangel an Lehr- und anderen Stellen vorwerfen lassen, die zeitlebens keinen einzigen Arbeitsplatz geschaffen haben? Tagtäglich schufteten tausende von KMU-Inhabern in der Schweiz im Schweisse ihres Angesichts und unter zahlreichen Risiken mit ihrem persönlichen Vermögen dafür, dass es Lehrstellen für junge Menschen gibt – und eine sozialistische Jungpolitikerin, die selbst keinerlei unternehmerische Risiken eingeht, erklärt ihnen, was sie gefälligst zu tun haben.

Dabei würde es schon reichen, wenn sich die Dame informieren statt lamentieren würde. Sie fordert «mehr steuerliche Entlastungen für einkommensschwache Familien». Weiss sie, dass ein Viertel der «Steuerzahler» heute schon de facto keine Steuern zahlt – und der Rest für diesen Viertel aufkommen muss? Entlasten kann man nur dort, wo überhaupt eine Belastung stattfindet. Eine weitere Idee aus der Juso-Küche: Ein Berufsbildungsfonds, mit dem mehr Lehrstellen geschaffen werden können. Das ist sozialdemokratisches Denken in Reinkultur: Gibt es ein Problem, so schaffen wir einen Fonds. Dass dieser auch irgendwoher geäufnet werden muss, ist Nebensache – nehmen wirs doch einfach von denen, die reichlich haben.

Es ist schön, wenn sich junge Leute Gedanken machen. Noch schöner wäre es, wenn sie denken würden.

Zwischen Informationsfluss und Kommunikationsstau – Kommunikation als Kern- aufgabe der Personalführung

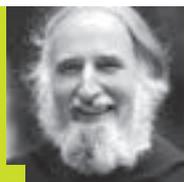
4. Ostschweizer Personaltag

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



Haupt-Sponsoren



der Stellenmarkt des Tagblatts



Medien-Sponsoren



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

ostschweizer
personaltag





«Etwas elitär
will man ja dann
doch noch sein»

Vom 29. Mai bis 1. Juni findet in St.Gallen der 13. CSIO Schweiz statt. Wie entscheidend das Preisgeld für das Anlocken der Weltelite ist, wieso Barcelona für einmal klar nach St.Gallen folgt und ob die Pferde im Umgang einfacher sind als die Reiter erklärt OK-Präsident Peter Stössel im LEADER-Interview.



INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER
BILDER: BODO RÜEDI

Herr Stössel, spielen Sie eigentlich auch Golf?

Peter Stössel: Ja, das tue ich tatsächlich. Ich bin allerdings kein fanatischer Spieler. Ich spiele auch nicht mehr in der Schweiz, sondern ausschliesslich in Spanien wo ich meine Pferde habe. Der Grund ist einfach: Golf ist ein sehr zeitaufwändiger Sport. Während der Arbeit finde ich hierfür praktisch keinen Freiraum.

Wenn Sie die Wahl haben, bevorzugen Sie also eher das Reiten?

Aktiv reite ich schon lange nicht mehr. Und ich bin inzwischen auch nicht mehr unglücklich, wenn ich einen Tag nicht auf dem Pferd sitze. Heute bin ich mehr Züchter denn Reiter.

Golf ist wie Reiten ein Sport mit elitärem Charakter. Worauf kann man das zurückführen?

Beide Sportarten sind sehr aufwändig, nicht nur in zeitlicher, sondern vor allem auch finanzieller Hinsicht. Das war früher noch extremer als es heute ist. Von daher kommt sicherlich der elitäre Anstich, den Sie angetönt haben. Aber es findet ähnlich wie beim Tennis eine Demokratisierung statt. Nehmen wir den Golfplatz in Waldkirch als Beispiel: Es ist ja dort bereits recht erschwinglich, Mitglied zu werden und Golf zu spielen.

Tennis ist massentauglicher. Hat es auch damit zu tun, dass sich die breite Bevölkerung lieber damit beschäftigt?

Natürlich. Und das Angebot ist wesentlich grösser. Ich kann mich noch an die Zeiten erinnern, als es beim Tennisclub Rotmonten noch Wartelisten gab. Das ist heute so viel ich weiss nicht mehr so. Auch bei den Golfclubs gibt es teilweise noch solche Listen. Einige machen das ganz bewusst. Dort geht es dann in erster Linie auch nicht ums Geld, sondern darum, ob jemand in die Gesellschaft passt oder eben nicht. Diese Clubs möchten das Elitäre gezielt beibehalten.

Der CSIO will das nicht? Er zielt auf die Masse?

Das gehört zu unserer Zielsetzung. Wir möchten einen Anlass organisieren, an dem die ganze Familie teilnehmen kann, ohne gleich das gesamte Monatsbudget ausgeben zu müssen. Daher haben wir sehr günstige Tageskarten und Kinder bis 16 Jahre erhalten gratis Einlass.

«Wir gehören nicht zufällig zu den besten Turnieren der Welt.»

Das Tennis lebt von seinen Helden. Welche Helden erleben wir am CSIO?

Das wird so sein wie jedes Jahr. Am CSIO nimmt die gesamte Weltelite teil. Und für uns als Organisatoren ist es ganz entscheidend, dass zu dieser Weltelite auch zahlreiche Schweizer gehören. Sie erinnern sich an die Diskussion rund um die Formel 1-Übertragungen vom Schweizer Fernsehen? Da ging es im Wesentlichen darum, dass solche ohne Schweizer Beteiligung keinen Sinn

machen würden. Bei uns wäre das genauso. Der Sportchef vom Schweizer Fernsehen sagte mir klar: Wieso sollten wir den CSIO übertragen, wenn nur ein paar ausländische Reiter über die Hindernisse springen? Die Qualität unserer Schweizer Reiter ist also sehr wichtig. Sie hat Einfluss auf viele Aspekte, natürlich auch auf die Sponsoren.

Bei der Formel 1 wird ständig darüber diskutiert, was denn nun wichtiger sei, der Fahrer oder das Auto. Wie sieht diese beim Reitsport aus: Reiter oder Pferd?

Es ist sonnenklar, dass ein sehr guter Reiter sich mit einem mittelmässigen Pferd niemals an der Spitze halten kann. Aber es ist ebenso klar: Keiner kann es ohne den anderen machen. Der Reiter muss sein Pferd auch an den Spitzensport heranführen können.

Wie weit kann man ein Pferd aufbauen? Und wie weit hat eine gewisse Einstellung des Pferdes Einfluss darauf?

Die Einstellung ist sicher wichtig. Man kann nicht jedes Pferd zum Springpferd entwickeln. Eine gewisse Veranlagung muss beim Pferd vorhanden sein. Die Kunst ist, diese schon in einem frühen Stadium zu erkennen. Hat ein Pferd erst einmal die ersten internationalen Prüfungen absolviert, redet man schnell von Preisen in Millionenhöhe. Und das ist nicht jedermanns Sache. Verständlicherweise.

Am CSIO erleben Sie Reiter und Ross... Darf man in diesem Zusammenhang überhaupt von einem Ross sprechen?

Ja, das kann man.

Wer ist denn vom Umgang her einfacher?

Einfacher sind ganz klar die Pferde. Sie lassen sich dorthin führen, wo sie hin sollen. Es gibt nur sehr wenige Pferde, die schwierig sind. Die meisten sind es sich gewohnt, praktisch jedes Wochenende an einer Veranstaltung teilzunehmen. Die Reiter sind im Allgemeinen sehr angenehme Leute. Ab und zu trifft man sicherlich eine gewisse Arroganz an. Das ist im Spitzensport aber wohl überall so.

Und was von beidem übt auf die Zuschauer die grössere Faszination aus?

Auch hier sind es wohl eher die Pferde.

Den Ton gibt jedoch nach wie vor das Wetter an.

Das ist so. Auch meine unangenehmste Erinnerung hängt damit zusammen. Bei den Europameisterschaften 1995 regnete es den ganzen Tag und wir hatten extreme Mühe mit dem Bo-

den. Folglich reiste die ganze deutsche Mannschaft ab, ohne an der EM teilzunehmen. Das hatte natürlich schwere Konsequenzen, nicht zuletzt wegen der Sponsoren.

Welchen Einfluss hat das Wetter auf die Zuschauerzahl?

Wenn das Wetter stimmt, können wir mit bis zu 45000 Besucherinnen und Besuchern rechnen. Regnet es, sind es gut und gerne 10000 weniger.

«Damals stellten wir ein paar Zelte in verschiedenen Farben auf und es sah aus wie ein kleiner Jahrmarkt.»

Sie studieren also bereits Wochen im Voraus die Wetterdaten?

Natürlich.

Der CSIO gehört zu den wichtigsten Sportveranstaltungen von St.Gallen. Wie geeignet ist es als Durchführungs-ort?

Wir gehören nicht zufällig zu den besten Turnieren der Welt. Der Super League gehören nur acht Turniere an, welche sich jährlich qualifizieren müssen und bewertet werden. In dieser Bewertung waren wir noch nie schlechter als auf dem dritten Platz. Damit ist ihre Frage schon teilweise beantwortet. Ein entscheidender Faktor ist sicher unser äusserst grosszügiges Naturstadion. Vergleichen Sie es mit der Luzerner Almend. Das ist eine flache Wiese. Basta. Wir können mit einem ganz speziellen Charakter glänzen. Und seit wir vor Jahren die Bodenqualität erheblich verbessert haben, stellt uns auch der Regen vor keine Probleme mehr.

Die Bedingungen des Stadions sind das eine. Hinzu kommt aber auch die Umgebung.

Ich meine, dass die zweifellos ebenfalls stimmt. Die Umgebung könnte kaum vielseitiger sein. Sie haben hier den See, die Berge und eine Stadt, die alles zu bieten hat. Ausserdem sind sie in 45 Minuten ja auch in Zürich. Wenn ich an Turniere in Rom oder Barcelona denke, benötige ich diese Zeit auch, um nur schon durch die Stadt zu fahren.

St.Gallen darf sich also ohne weiteres mit Rom und Barcelona vergleichen?

Ja, eindeutig. Wir gehören wie sie in die Super League. Und Barcelona ist vom Turnier her lan-

ge nicht so grosszügig aufgezo-gen wie bei uns. Wenn es hoch kommt dürfte man dort auf 6000 bis 8000 Zuschauer kommen. Wenn in St.Gallen der CSIO stattfindet, wird praktisch die ganze Stadt mit Plakaten, Flaggen und Pferdestatuen auf Pferdesport getrimmt. In Barcelona spüren sie durch die Grösse der Stadt kaum etwas von der Veranstaltung.

Wie sieht es mit der Wirtschaftlichkeit aus? Wie entscheidend sind die Sponsoren?

Rein vom Budget her sind wir zu 60 bis 70 Prozent auf Sponsoren angewiesen. Und das heisst nicht in erster Linie «nur», dass wir finanziell unterstützt werden. Es geht auch darum, dass Firmen unseren Hospitality-Bereich nutzen und ihre Kunden und Mitarbeiter einladen. Gerade der Pferdesport eignet sich hervorragend für solche Plattformen. Und das sage ich nicht nur, weil ich Organisator vom CSIO bin. Sie können bei uns den Sport verfolgen und trotzdem eine Unterhaltung führen. Bei einem Tennisturnier müssen Sie ruhig sein.

Gerade in diesen Bereich wurde in den vergangenen Jahren auch investiert.

Die Infrastruktur wurde früher sicherlich nicht in diesem Ausmass gepflegt. Damals stellten wir ein paar Zelte in verschiedenen Farben auf und es sah aus wie ein kleiner Jahrmarkt. Heute steckt ein klares Konzept dahinter. Wir achten darauf, dass wir für alle möglichen Segmente ein entsprechendes Angebot haben. Bei uns bekommen Sie also nicht nur Cüpli und ein grosses Menu. Sie können sich auch an einem Stand mit einer Wurst und einem Bier verpflegen. Jeder aus St.Gallen und Umgebung soll den CSIO geniessen können.

«Ab und zu trifft man sicherlich eine gewisse Arroganz an.»

Aus Genf reist demnach kaum jemand an?

Wenn, dann sind es die typischen Pferdesport-Begeisterten. Der durchschnittliche Zuschauer wird den Weg aber kaum in Kauf nehmen. Unser Hauptpublikum kommt aus der näheren Umgebung.

Es gibt beim Pferdesport auch keine eigene Fankultur, oder?

Das kann man sicherlich so sagen. Natürlich hat aber ein Lokalmatador wie Markus Fuchs eine eigene Fangruppe. Es ist aber nicht dasselbe Ausmass wie bei einem Fussballclub.



abacus business software

< digital erp >

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



ABACUS Research AG, Betriebswirtschaftliche Software
9301 Wittenbach-St. Gallen, Tel. 071 292 25 25, www.abacus.ch



Es ist sicher ein Teil vom Charakter des Anlasses. Etwas elitär will man ja dann doch noch sein. Jedoch nicht in dem Sinn, dass man nur ein gewisses Segment der Bevölkerung ansprechen will. Aber wir wollen etwas bieten, dass man sonst nur selten sehen beziehungsweise erleben kann.

Auf was freuen Sie sich selber am meisten?

Für mich steht ganz klar der Sport im Zentrum. Dass wir die gesamte Weltelite am Start haben, ist ganz klar unser grösstes Ziel. Das haben wir erreicht. Nun hoffen wir noch auf gutes Wetter. Klar könnten wir die Veranstaltung heute auch bei Regen ohne Probleme durchführen, aber jeder Anlass verliert an Charisma, wenn man nur noch Regenschirme sieht.

«Wir haben nicht aus reiner Freude das Preisgeld nochmals erhöht.»

Wie stark ist die Nervosität während der Veranstaltung?

Ich mache das mittlerweile 20 Jahren. Da ist die Nervosität praktisch verschwunden. Wir haben eine sehr gute Equipe. Ich weiss, dass ich mich auf meine Leute verlassen kann.

Sie sind seit 20 Jahren dabei. Wie lange bleiben Sie noch?

Ich könnte das ohne Weiteres – sofern ich gesund bleibe – noch ein paar Jahre machen. Aber es ist sicherlich die Zeit gekommen, mir Gedanken über meine Nachfolge zu machen. Die gibt es sicher, ist aber nicht so einfach zu finden. Ein Angestellter beispielsweise könnte das nur schwer machen, da ich mir nicht vorstellen kann, dass er 30 Prozent seiner Arbeitszeit für diese ehrenamtliche Tätigkeit einsetzen könnte. Es wäre also von Vorteil, wenn es ein Unternehmer wäre, der auch eine gewisse Infrastruktur wie beispielsweise Fuhrpark und Sekretariat zur Verfügung hätte. Müsste man das alles einkaufen, wäre es noch schwerer, schwarze Zahlen zu schreiben. Und nicht unwichtig ist sicherlich ein gutes Beziehungsnetz. Denn nur über dieses gewinnt man die nötigen Sponsoren.

Man wird diese Funktion also nicht im Stellenanzeiger vorfinden.

Wohl kaum.

Wünschten Sie sich eine noch grössere Publizität?

Grundsätzlich natürlich schon. Jede Steigerung des Bekanntheitsgrades ist erwünscht. Man darf sich hierbei aber keine zu grossen Illusionen machen. Wir betreiben hier keinen Breitensport.

Wie entscheidend ist das Preisgeld, um die Elite anzulocken?

Das spielt sicherlich eine grosse Rolle. Wir haben nicht aus reiner Freude das Preisgeld nochmals erhöht. Wenn wir nur die Hälfte zahlen würden, würden wir aus der Super League herausfallen. Und eigentlich ist es auch verständlich, dass die Reiter an jenen Turnieren teilnehmen, bei denen auch das Preisgeld attraktiv ist. Schliesslich ist es ihr Beruf.

Dieses Jahr beträgt der Preis für den Sieger etwas mehr als 700'000 Franken.

Genau. Davon erhält der Reiter jedoch in der Regel nur einen Teil. Die meisten haben keine eigenen Pferde, sondern reiten für einen Spon-

sor. Je nach Vertrag fliesst ein Teil des Preisgeldes an diesen. Aber sie haben sicherlich die Möglichkeit, richtig Geld zu machen, wenn Sie zur Spitze gehören. Böse gesagt, sind es aber immer ungefähr die gleichen 20 Reiter, die an einem Turnier abräumen. In anderen Sportarten ist das nicht anders. Ein Roger Federer verdient auch nur deshalb so viel, weil er die Nummer 1 ist. Wie viele Tennisspieler starten an Turnieren und kehren ausschliesslich mit dem Racket nach Hause zurück?

Trifft man Sie eigentlich noch an kleineren Turnieren an?

Ab und zu. Früher war das sicherlich häufiger der Fall. Heute besuche ich auch nicht mehr alle Turniere der Super League. Ich weiss mittlerweile wie das abläuft. Einzig in Barcelona bin ich noch jedes Jahr, weil ich in Spanien ja praktisch heimisch bin.

Am CSIO sind neben Pferden und Reitern auch mehrere «Missen» anwesend. Wie wichtig ist der Glamour?



Von Pferden und Missen

Auch der 13. CSIO Schweiz vom 29. Mai bis 1. Juni in St. Gallen kündigt sich wiederum als Weltklasse-Seturnier an. Erneut werden Olympiasieger, Welt- und Europameister im Gründenmoos zu bestaunen sein.

Die Gesamtpreisumme des CSIO Schweiz 2008 wurde im Olympiajahr erstmals auf über 700'000 Franken angehoben. Vor allem der Longines Grand Prix am Sonntag erfuhr eine markante pekuniäre Aufwertung. Insgesamt werden 200'000 Franken ausgeschüttet, was einer Steigerung um 40'000 Franken entspricht. Der GP-Sieger erhält neu 50'000 (Vorjahr: 40'000), der Zweitplatzierte 40'000 (30'000).

2007 feierte die Schweiz durch Markus Fuchs/Nirmette und Christina Liebherr/No Mercy einen Doppelsieg.

Fünf Missen und ein Mister

Die Modenschau am Sonntag der Luzerner Designerin Lisbeth Egli wird von fünf Missen und einem Dressmen vorgeführt. Sowohl die aktuelle «Miss Schweiz», die St. Gallerin Amanda Ammann, als auch ihre Vorgängerin, die Tessinerin Christa Rigozzi, werden neueste Mode präsentieren. Und auch Jennifer Ann Gerber (Miss Schweiz 2001), die Ostschweizerin Anita Buri (1999) und Karina Berger (1988) werden über den Laufsteg gehen. Dressmen Mario Kaufmann ist als einziger männlicher Vertreter «Hahn im Korb».

Über 200 CSIO Mitglieder

Der CSIO Schweiz wird immer breiter abgestützt. Neben Patronatssponsor Longines und den Hauptsponsoren Generali und Samung werden die St. Galler Pferdesporttage auch vom CSIO-Club getragen. Innert einem Jahr konnte die Mitgliederzahl verdoppelt werden. Mitte April zählte man 205 Mitglieder, die 1000 Franken jährlich entrichten, aber zahlreiche Gegenleistungen wie Neujahrsempfang, Tribünenkarten und Mittagessen am CSIO für zwei Personen, Teilnahme an der Medienkonferenz, erhalten.



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:



Prämien Schockitis

Eine Krankheit, die's bei uns nicht gibt.



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

ÖKK

«Bei mir muss man immer mit Allem rechnen»



Seit Ostersonntag hat Markus Fuchs Probleme mit seinem Rücken. Bei Stallarbeiten machte er einige unglückliche Drehbewegung, was einen erneuten Beckenschiefstand verursachte. Aufgrund der hierdurch aufgetretenen Beschwerden, musste Fuchs seither alle Turniere absagen. Der LEADER sprach Mitte Mai mit Markus Fuchs, als er noch nicht sagen konnte, ob er am CSIO St.Gallen teilnehmen wird oder nicht.

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ZVG.

Herr Fuchs, wie geht es Ihnen derzeit?

Markus Fuchs: Leider noch nicht allzu gut. Obwohl ich beschwerdefrei laufen und zum Beispiel auch schwimmen kann, verursacht das Reiten noch zu viele Schmerzen.

Welche Auswirkungen hat der Ausfall auf Ihre Form?

Ich denke auf meine eigentliche Form keine allzu grossen Auswirkungen. In unserem Sport bringen ja die Pferde die Leistung. Vielmehr fängt nervt mich die Zwangspause langsam.

Darf man darauf hoffen, dass Sie am CSIO in St.Gallen am Start sind?

Sie dürfen gerne...! Ich selber hoffe es ja auch sehr, kann meine Teilnahme im Moment aber beim besten Willen noch nicht bestätigen.

Sollten Sie teilnehmen können, was kann man von Ihnen erwarten, welche Ziele haben Sie im Visier?

Jene die mich kennen, wissen, dass man bei mir immer mit Allem rechnen muss. Auf alle Fälle würde ich mich auf die erfolgreiche

Verteidigung des Grand-Prix Longines und das traditionelle Generali Jagdspringen konzentrieren.

Hat der CSIO St.Gallen für Sie als Lokalmatador eine spezielle Bedeutung?

Aber sicher. Der CSIO St.Gallen ist nicht nur eines der besten Turniere der Welt, er besticht auch immer durch ein Klassefeld und eine tadellose Organisation. Zudem findet er vor meiner Haustüre statt und erlaubt mir, für einmal zu einer grossen Veranstaltung nicht im Hotel übernachten zu müssen.

Anzeige

SATTELFEST IN KOPIERSYSTEMEN: DIE SCHLAUEN FÜCHSE

COFOX Office
kompetent in Bürotechnik

St.Gallen Telefon 071 274 00 80
Uhwiesen Telefon 052 625 44 66
Malans Telefon 081 307 30 30
Zernez Telefon 081 850 23 00

www.cofox.ch



«Die Kommunikation nach innen wird unterschätzt»

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 2008, in Gossau stattfindet, stellt diese Thematik ins Zentrum und will praxisnahe Wege aufzeigen, wie damit umgegangen werden kann. Im Gespräch mit Roger Tinner von der freicom beziehungsmanagement und kommunikation ag, welche für die Organisation des Anlasses verantwortlich ist.



Roger Tinner

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILDER: ZVG.

Herr Tinner, müssen die Unternehmer hinsichtlich einer besseren Kommunikation sensibilisiert werden?

Roger Tinner: Ja, unbedingt. In der Hektik des Tagesgeschäfts geht den Führungskräften und Unternehmerinnen und Unternehmern oft das Gefühl für die richtige Dosis der Kommunikation verloren. Sie finden kaum mehr Zeit, sich mit Kunden und Mitarbeitenden auszutauschen. Dass dieser Austausch aber sehr wichtig ist und welche Wege es aus der «Kommunikationsfalle» – immer schneller, immer mehr, immer oberflächlicher – gibt, davon handelt der diesjährige Ostschweizer Personaltag.

Welches sind die grössten Fehler, die in der internen Kommunikation häufig auftreten? Was sind Ihre persönlichen Erfahrungen?

Als Kommunikationsberater lerne ich sehr oft Unternehmen kennen, die viel ins Marketing und die Kommunikation nach aussen investieren. Die Kommunikation nach innen

wird unterschätzt und oft fast ganz vergessen. Das ist der Hauptfehler. Interne Kommunikation muss nämlich Priorität haben. Mitarbeitende müssen im Voraus wissen, was nach aussen kommuniziert wird. Die personellen und finanziellen Ressourcen des Kommunikationsbudgets sollten gleichgewichtig in die interne und externe Kommunikation investiert werden. Einen grossen Fehler machen auch jene Führungskräfte, die persönliche Kommunikation durch E-Mail-Kommunikation ersetzen, um vermeintlich Zeit zu sparen oder Problemen auszuweichen: Das kann nicht gut gehen.

Nach welchen Kriterien hat man die Referenten des Personaltags ausgewählt?

Die Referentinnen und Referenten müssen etwas zum gewählten Thema zu sagen haben, und insgesamt muss der Referentemix für die Personalverantwortlichen und Unternehmer interessant sein. Dazu gehört auch, dass sie ihre Aussagen gut präsentieren können, rhetorisch also überzeugen. Diesmal treten vor allem

Kommunikationsexperten auf, die verschiedene Aspekte des Hauptthemas «Zwischen Informationsfluss und Kommunikationsstau – Kommunikation als Kernaufgabe der Personalführung» aufnehmen. Aber auch ein CEO, Roger Kollbrunner von der Aebi Gruppe, und ein Querdenker, Pater Anselm Grün, sind dabei: Beide tragen übrigens in ihren Unternehmen auch Personalverantwortung.

Die Gefahr besteht: Man erhält an einer solchen Tagung zahlreiche, wertvolle Inputs. Im Arbeitsalltag geraten sie dann aber wieder in Vergessenheit. Wie will der Personaltag einen nachhaltigen Effekt erzielen?

Diese «Gefahr» besteht bei jeder Tagung, jeder Weiterbildung, ja jeder Kommunikation: Ich bekomme in jedem Gespräch Inputs. Was ich daraus mache, ist meine eigene Aufgabe. Für die Nachhaltigkeit bin ich also als Teilnehmender selbst verantwortlich. Ich kenne aber mehrere Fälle, wo Teilnehmende Themen in ihren Unternehmen nachher aufnehmen und konkrete Massnahmen überlegen und treffen. Hin und wieder sogar mit Unterstützung von Referenten, die sie an der Tagung kennen lernen. Nachhaltig ist der Personaltag aber auch als Plattform und Treffpunkt der Ostschweizer Personal-«Szene»: Hier trifft man sich jedes Jahr wieder.

Dieses Jahr findet die vierte Veranstaltung statt. Hat man am Konzept etwas verändert?

Das Grundkonzept ist unverändert, weil es sich bewährt hat. Schon in den vergangenen Jahren haben wir aber inhaltlich immer wieder kleine Anpassungen vorgenommen und den Anlass weiter entwickelt. Das «Setting» stimmt, jetzt müssen die Inhalte und die Referenten wie in den Vorjahren überzeugen – das Thema jedenfalls findet grosses Interesse.

Programm

10.30 Uhr

Eintreffen der Teilnehmenden, Kaffee und Gipfeli

11.00 Uhr

Begrüssung durch Patronatgeber
Ivo Streule, FEP Freie Erfa-Gruppe Personal, Ostschweiz

11.10 Uhr

Shark Leadership – was Personalverantwortliche von Haien lernen können
Sonja A. Buholzer, Autorin

12.00 Uhr

Stehlunch

13.30 Uhr

Interne Kommunikation im Spannungsfeld von Vertraulichkeit und Offenheit
Klaus J. Stöhlker, Kommunikationsberater

14.10 Uhr

Klarheit, Ordnung, Stille – Was Führungskräfte vom Leben im Kloster lernen können
Pater Anselm Grün

14.45 Uhr

Pause

15.15 Uhr

Interne Kommunikation zur Unterstützung des Change-Prozesses
Roger Kollbrunner, CEO Aebi Gruppe

15.50 Uhr

Personalarbeit zwischen Massenmail und Einzelgespräch - Wege aus der Kommunikationsfalle
Peter Hogenkamp, CEO von Zeix AG und Blogwerk AG, «Usability-Guru»

16.35 Uhr

Networking-Apéro, offeriert vom Schweizer HRM-Journal
HR Today

Moderation: Mascha Santschi, Bern

Anzeige

Fehl am Platz?



Nicht mit uns!

Denn wir vermitteln Arbeitsverhältnisse, die zu Ihnen passen. Egal, ob Sie Arbeit suchen oder Arbeit anbieten: Wir sind Tag (Telefon/ Fax) und Nacht (Internet) für Sie da.

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 Diepoldsau
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






Der feine Unterschied
zwischen
Suchen und Finden



Redingstrasse 6
CH-9000 St. Gallen
Phone +41 71 228 33 66
Fax +41 71 228 33 76

Falkenstrasse 12
CH-8008 Zürich
Phone +41 44 256 75 75
Fax +41 44 256 75 70

info@nellen.ch

www.nellen.ch

A Glasford International Partner www.glasford.com

Personalentscheide sind Erfolgsentscheide.

Wir unterstützen Sie dabei.



Roger Nellen Manfred Saurer Curt Baumgartner Daniel Gretter Christian Ernst Thomas Limburg Daniela Herrmann Thomas Ritter

Positionen richtig besetzen ist eine hohe Kunst. Wir verstehen diese Kunst. Und mehr. Wir sind Ihr Partner, wenn es um die Rekrutierung von Führungskräften und Fachspezialisten geht. Marktnähe, Seriosität, Diskretion sind dabei entscheidende Eckpfeiler. Noch entscheidender ist aber der direkte, persönliche Kontakt – zu Ihnen und zu Ihrem potenziellen Kandidaten. So erkennen wir, wer zusammengehört. Und bringen Sie zusammen.

Die richtige Wahl. Für Ihren nachhaltigen Erfolg.

- Steuern und Recht
- Banken und Finanzen
- Technik und Produktion
- Informatik
- Revision und Treuhand
- Verkauf und Marketing
- Verwaltung und Administration
- Personalmanagement

MIT WISSEN WEITERKOMMEN WEITERBILDEN



WEITERBILDEN

Berufs- und Weiterbildungszentrum bzb
9470 Buchs SG

Tel. 081 755 52 00

weiterbilden@bzbuchs.ch
www.bzbuchs.ch

Höhere Fachschule
Führungsfachleute Leadership
Führungsfachleute Management
HR-Fachleute
Logistikfachleute
Direktionsassistent/-in

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.

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 work-shop 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 Unternehmermagazin LEADER den Anlass. Unterstützung in Form von Sachleistungen erfolgt durch Thurella und die avidia (audiovisuelle medien & events).

Anzeige



... einfach
praktisch
für KMU

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

Gratis-Fibu & Infos: www.buspro.ch

BusPro
Für Ihre Businessprozesse



Mitarbeiter-Elite verlangt mehr Kommunikation

Die Welt lebt in einer Fünf-Klassen-Gesellschaft von Arbeitnehmern. Bisher mussten sich damit vor allem die global tätigen Schweizer Konzerne auseinandersetzen, die im Ausland ein Vielfaches der Mitarbeiter in der Schweiz beschäftigen. Jetzt greift dieser Trend auch auf Europa und die Schweiz über, weshalb gerade die kleinen und mittleren Unternehmen die Art des Umgangs mit Mitarbeitern neu erlernen müssen.

TEXT: KLAUS J. STÖHLKER*

BILDER: ARCHIV/ZVG.

Wer qualifizierte Mitarbeiter, oft mit Fachhochschul- und Hochschulabschluss, gewinnen und halten möchte, muss jetzt und in Zukunft die interne Kommunikation ernst nehmen. Im Gegensatz dazu sinken die kommunikativen Anforderungen, sofern davon Mitarbeiter betroffen sind, wie sie immer zahlreicher werden, die alleine am Einkommen interessiert sind. Damit setzen sich in Europa und der Schweiz neue Trends durch, wie sie bisher vorwiegend in Asien und in den USA beobachtet wurden: Die Aufwertung der qualifizierten Arbeit einerseits, der verschärfte Wettbewerb um den besten beruflichen Nachwuchs, und die Kommunikation mit dem Prekariat, jenem Bestandteil der Weltbevölkerung, der von Nestlé-Ehrenpräsident Helmut Maucher einmal die «Biomasse» genannt wurde.

Eine wachsende Zahl Schweizer Unternehmer und Manager sieht sich mit dem fünfstufigen Aufbau seiner Arbeitnehmerschaft konfrontiert, will er auf Dauer erfolgreich im Markt bestehen bleiben:

Stufe 1: Die Tagelöhner

Sie werden früh am morgen angestellt, auf kurze Dauer beschäftigt und entweder am gleichen Tag oder wöchentlich bezahlt. Es handelt sich um eine Puffermannschaft, die nur dann in den Einsatz kommt, wenn die immer kleinere Kernmannschaft den Arbeitsanfall nicht mehr zu bewältigen vermag. In Landwirtschaft, Bauindustrie, den Grossmärkten und im Detailhandel, immer mehr aber auch in angesehenen grösseren Konzernen, stossen diese modernen Wanderarbeiter auf Nachfrage.

Stufe 2: Das Prekariat

Jeder fünfte deutsche Arbeitnehmer verdient weniger als Euro 9,61 (im Westen) und Euro 6,81 (im Osten). Diese Niedriglohnverdiener sind die Stützen der Billigproduktion vieler Anbieter (Aldi, Lidl) und daher kaum in der Lage, ihren Lebensunterhalt zu begleichen. Deutschland liegt damit mit Grossbritannien gleich auf. Nur in den USA gibt es noch mehr Niedrigverdiener, weshalb auch 27 Millionen Menschen in den USA als arm gelten und staatliche Unterstützung erhalten, dies bei einer Grauzone von weiteren 30%, die sich nicht melden. Dieses Prekariat vermehrt sich auch in der Schweiz, so können in der Stadt Zürich 22.000 Menschen ihre Krankenkassengebühren nicht mehr bezahlen.

Stufe 3: Der Normalarbeitnehmer

Er gehört dem unteren Mittelstand an, oft auch dem Mittelstand, und verdient zwischen

45 000 bis 90 000 Franken p.a. Er ist der Prototyp des gut ausgebildeten, fleissigen Schweizers. Weil er finanziell und auch durch ausländische Einwanderer immer mehr unter Druck kommt, rückt er politisch nach rechts. Das gilt auch für Jugendliche, deren Berufseinstieg erschwert ist.

Stufe 4: Die Kader

Sie verkörpern das Selbstbewusstsein der modernen Schweiz und sind eigentliche Träger des Fortschritts. Wer ein fleissiges und motiviertes Kader in seiner Firma weiss, wird dieses pflegen und gut mit ihm kommunizieren. Zu diesem Kader gehören auch Spezialisten mit besonderen Fähigkeiten, die für den Gang der Firma schwer zu ersetzen sind.

Stufe 5: Spitzenmanager und Unternehmer

Diese etwas ein Prozent der Schweizer Bevölkerung ausmachende Führungselite ist hoch motiviert, sei es aufgrund von Leistung, zugesprochener Verantwortung oder auch nur familiärer Tradition. Es wird meist vergessen, dass auch dieser entscheidende Teil des Schweizer Volks der Information bedarf, wenn auch auf einer ganz anderen Ebene.

Sonderstufe 6: Spitzenbeamte in Bund, Kantonen und Gemeinden

Bei den staatlichen Kadern und Spitzenbeamten handelt es sich um eine privilegierte Gruppe von Mitarbeitern, die sich aufgrund der Schwäche der politischen Elite eine Vorzugsposition erarbeitet haben. Jüngstes Beispiel dafür sind die Salärpassungen im Kanton Zürich, die weit über allem liegen, was einem

Normalarbeitnehmer zugestanden wird. In die gleiche Richtung geht der Wunsch der SBB-Spitze, man möge weitere drei Milliarden Franken in die SBB-Pensionskasse zu deren Sanierung aus Steuergeldern einschliessen.

Die Kommunikation auf den Stufen 1-2 ist praktisch nichtexistent, zumal auch die Kader, welche sich mit diesen Mitarbeitern beschäftigen, selbst davon nichts wissen wollen. Die Kommunikation mit den Angehörigen der Stufe 3 ist seit Jahren rückläufig. Gute Vorgesetzte sind in der Lage, dies situativ auszugleichen, sollte es zu Spannungen kommen. Dies verlangt eine sehr gute Schulung dieser Führungskräfte. Auf der Stufe 4 (Kader) ist die eigentliche Kommunikationsleistung zu erbringen, um die Zukunft der Firma zu sichern. Heute steigt dieser Aufwand wieder, war aber mindestens zehn Jahre stagnierend. Die Stufe 5 ist der Absender von Kommunikation nach innen, bedarf aber selbst eines «guten Rucksacks», um diese Aufgabe zu meistern. Zwei Drittel aller Spitzenführerkräfte und Unternehmer messen dem eigenen Kommunikationsstraining eine zu geringe Bedeutung bei.



**Klaus J. Stöhlker ist Unternehmensberater für Öffentlichkeitsarbeit in Zollikon/ZH*

Wie wird richtig kommuniziert?

Von aussen nach innen
über die Medien
Auftritte und Vorträge

Leadmedium ist das TV
Alle sehen fern
(Unternehmer, Kader, Prekariat)
Bild und Ton überzeugen
Voraussetzung: Training

Die Printmedien haben folgende Bedeutung:
Globale Konzerne:
angelsächsische Medien
CH-Konzerne: NZZ, Tagesanzeiger, Bilanz
KMU: Regionalpresse, Fachmedien

Die interne Kommunikation
geht vor allem über die
Führungskräfte
unterstützt von Intranet und
Magazinen

Welche Botschaften sind wichtig?
Wachstum und Ertragslage
Strukturelle Veränderungen
Innovationsfähigkeit
Gesellschaftl. Einbindung
Karriere/Aufstieg

Anzeige

Neuer Lohnausweis



Schweizer Lunch-Check
8027 Zürich
Tel. 044 202 02 08
Fax 044 202 78 89
www.lunch-check.ch

Lunch-Checks sind kein Lohnbestandteil.

Bis CHF 180.– pro Monat (CHF 2'160.– pro Jahr) müssen Verpflegungsbeiträge mit Lunch-Checks nicht als Lohn ausgewiesen werden. Sie sind deshalb auch von Sozialabgaben (AHV/IV/EO/ALV/NBU) befreit. Erfahren Sie mehr unter www.lunch-check.ch (Arbeitgeber-Infos).

Für Unternehmer, die ihre Mitarbeiter nicht hängen lassen.



Prävention dank
Gesundheitsmanagement.



Intervention dank
Absenzenmanagement.



Integration dank
Case Management.

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

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



CSS
Versicherung

Absenzenmanagement – Gesundheit als Chefsache?



Kurt Mettler

Laut Bundesamt für Statistik fehlt ein Arbeitnehmer pro Jahr durchschnittlich 9 Tage infolge Arbeitsunfähigkeit. Die damit verbundenen – direkten und indirekten – Kosten werden oft unterschätzt. Ein Ausfalltag kostet durchschnittlich zwischen 600 und 800 Franken, wobei je nach Branche auch Abweichungen möglich sind. Insgesamt werden die Kosten für Absenzen infolge Krankheit oder Unfall auf jährlich rund 14 Milliarden Franken geschätzt.

Es ist unbestritten, dass der Gesundheitszustand des Personals von der Betriebskultur im allgemeinen und durch das Führungsverhalten insbesondere nachhaltig beeinflusst werden kann. Dies zeigt sich darin, dass bei mehr als einem Drittel der Arbeitsunfähigkeiten die Situation am Arbeitsplatz oder das Arbeitsumfeld eine wesentliche Mitursache für die angeschlagene Gesundheitssituation der Angestellten sind.

Absenzenmanagement als Unternehmensziel

Eine positive Kultur im Umgang mit Absenzen entsteht nicht per Knopfdruck. Grundvoraussetzung sind der Wille und die Identifikation der Unternehmensführung, sich mit dem Thema Absenzenmanagement zu befassen. Transparenz gegenüber den Mitarbeitenden, verbunden mit einer offenen Kommunikation, schafft Vertrauen. Eine nachhaltige Wirkung setzt aber auch voraus, dass im Rahmen der Absenzgespräche vorgebrachte Anliegen der Betroffenen tatsächlich ernst genommen werden.

Wichtig ist es, den Absenzprozess betriebsintern klar zu definieren. Jeder Mitarbeitende muss wissen, wann und wem er eine allfällige Arbeitsunfähigkeit zu melden hat. Ebenso muss sich jeder Vorgesetzte darüber im Klaren sein, in welcher Form er den Kontakt mit der arbeitsunfähigen Person aufrecht zu halten hat. Dies führt bei allen Beteiligten zu einer entsprechenden Sensibilisierung. Zum Absenzprozess gehört zudem eine systematische Erfassung und Auswertung der Absenzen. Wer seine Absenzen nicht kennt, kann sie auch nicht beeinflussen.

Kurzabsenzen – ein heikles Thema

Ein verbreiteter Problempunkt in vielen Unternehmen sind gehäufte Kurzabsenzen einzelner Mitarbeitenden oder in bestimmten Abteilungen. Insbesondere Absenzen von ein bis drei Tagen geben oft Anlass zu Spekulationen über deren medizinische Ausgewieseneheit und führen oft auch zu Misstrauen im Unternehmen. Welche Kriterien sind dafür massgebend, ob jemand, der am Morgen mit Kopfschmerzen aufwacht oder sich allgemein

unwohl fühlt, zur Arbeit geht oder nicht? Oft liegt weniger eine nennenswerte Beeinträchtigung der Arbeitsfähigkeit vor, sondern motivationsbedingte Faktoren spielen eine wesentliche Rolle.

Umso wichtiger ist es, solche Fälle nicht einfach auf sich beruhen zu lassen. Hier sind die Führungskräfte zum Handeln gefordert, was in der Theorie oft einfacher gesagt als in der Praxis getan ist. Das Gespräch zu suchen und Ursachen zu ergründen ist für viele Führungspersonen eine unangenehme – und auch nicht ganz einfache – Aufgabe. Vorgegebene Betriebsstrukturen in organisatorischer und personeller Hinsicht, die von den Mitarbeitenden gerne beklagt werden, können vom direkten Vorgesetzten meist nicht entscheidend beeinflusst werden. Daraus resultiert eine gewisse Rat- und Hilflosigkeit. Nicht zuletzt deshalb gehen Unternehmen vermehrt dazu über, im Bereich des Absenzenmanagements externen Support beizuziehen. Einer der führenden Anbieter ist die SIZ Care AG, die mit ihren 27 Mitarbeitenden gesamtschweizerisch 80 Firmen mit insgesamt rund 25'000 Angestellten betreut. Näheres erfahren Sie unter www.sizcare.ch.

Zum Autor:

Kurt Mettler, Rechtsanwalt, ist Geschäftsführer der SIZ Care AG. Er verfügt über langjährige Erfahrung im Versicherungsbereich und ist spezialisiert in Fragen des Sozialversicherungs- und Arbeitsrechts. (kurt.mettler@sizcare.ch)

Aus city job ag + PL Personal Leasing wird **trenkwalder** Personal AG Schweiz

Gemeinsam erfolgreich arbeiten!

Es freut uns Ihnen mitteilen zu dürfen, dass mit dem erfolgreichen Zusammenschluss der PL Personal Leasing AG, der city job ag und der Firma **trenkwalder** International Ihnen jetzt ein noch grösseres Dienstleistungsangebot gesamtschweizerisch unter dem Namen «**trenkwalder** Personal AG Schweiz» angeboten werden kann.

Die regionale Verankerung der bisherigen Unternehmen und die vergrösserte Kundenstruktur wird in Zukunft ein grosser Vorteil für Sie sein. Dies bedeutet zusätzlich gewonnene Rekrutierungskanäle, die erhebliche Effizienzsteigerung in sämtlichen Prozessen, und neue fachliche Ausbildungsprogramme für unser hochmotiviertes Personal. Sämtliche MitarbeiterInnen wurden in die «**trenkwalder** Personal AG Schweiz» übernommen, sodass Ihre heutigen Ansprechpartner auch morgen für Sie da sind.

Wir werden Sie zukünftig noch besser unterstützen können und in der Lage sein, schneller und aktiver Arbeitgeber und qualifizierte Mitarbeiter zusammenzuführen. Ganz nach dem Motto «Wir machen es nicht anderes, aber motivierter!» Der Mensch steht im Zentrum unseres Unternehmens und ist der Schlüssel unseres Erfolges!

Wir freuen uns auf eine weiterhin erfolgreiche Zusammenarbeit und stehen Ihnen für Fragen gerne zur Verfügung.

Freundlichen Grüssen die Geschäftsleitung
trenkwalder Personal AG Schweiz.



Mario Gemetti
GL Bern/Biel

Silvan Duschletta
Vertrieb St.Gallen

Mario Campobasso
GL Zürich

Gianluca Matranga
Key Account CH

Beat Duschletta
CEO und VR

Giuseppe Memoli
GL St.Gallen

Daniele Di Giorgio
GL Basel

Alex Kokanovic
CFO und GL

Joël Rouiller
GL Genf



= **trenkwalder**

10x in der Schweiz - immer in Ihrer Nähe

KONZERNZENTRALE SCHWEIZ

Trenkwalder Services AG Schweiz
Konzernleitung Schweiz
Lerchentalstrasse 27, CH-9016 St.Gallen
Tel.: +41 (0)71 242 40 31
Fax: +41 (0)71 242 40 38
chkonzernleitung@trenkwalder.com

LANDESZENTRALE SCHWEIZ

Trenkwalder Services AG Schweiz
Landeszentrale Schweiz
Lerchentalstrasse 27, CH-9016 St.Gallen
Tel.: +41 (0)71 242 40 30
Fax: +41 (0)71 242 40 39
infoswitzerland@trenkwalder.com

FESTSTELLEN / KADERSTELLEN

Trenkwalder Personal AG
Feststellen/Kaderstellen
Multergasse 43, CH-9001 St.Gallen
Tel.: +41 (0)58 726 27 98
Fax: +41 (0)58 726 27 99
chfeststellen@trenkwalder.com

FILIALEN PERSONALBERATUNG

Trenkwalder Personal AG
Personalberatung
Trogener-Strasse 9, CH-9450 Altstätten
Tel.: +41 (0)71 757 37 37
Fax: +41 (0)71 737 37 38
chaltstaetten@trenkwalder.com

Trenkwalder Personal AG Basel
Personalberatung
Viaduktstr. 65, CH-4011 Basel
Tel.: +41 (0)61 226 30 00
Fax: +41 (0)61 226 30 01
chbasel@trenkwalder.com

Trenkwalder Personal AG Bern/Biel
Personalberatung
Waisenhausplatz 21, CH-3011 Bern
Tel.: +41 (0)31 318 50 50
Fax: +41 (0)31 318 50 51
chbern@trenkwalder.com

Trenkwalder Personal AG Bern/Biel
Personalberatung
Zentralstrasse 63, CH-2500 Biel
Tel.: +41 (0)32 560 10 00
Fax: +41 (0)32 560 10 01
chbiel@trenkwalder.com

Trenkwalder Personal AG Genf
Personalberatung
Place Isaac Mercier 1, CH-1201 Genf
Tel.: +41 (0)22 741 53 00
Fax: +41 (0)22 741 53 10
chgeneve@trenkwalder.com

Trenkwalder Personal AG
Personalberatung
Lerchentalstrasse 29, CH-9016 St.Gallen
Tel.: +41 (0)58 726 26 26
Fax: +41 (0)58 726 26 27
chstgallen@trenkwalder.com

Trenkwalder Personal AG
Personalberatung
Bahnhofstr. 5, CH-8570 Weinfelden
Tel.: +41 (0)71 414 71 71
Fax: +41 (0)71 414 71 77
chweinfelden@trenkwalder.com

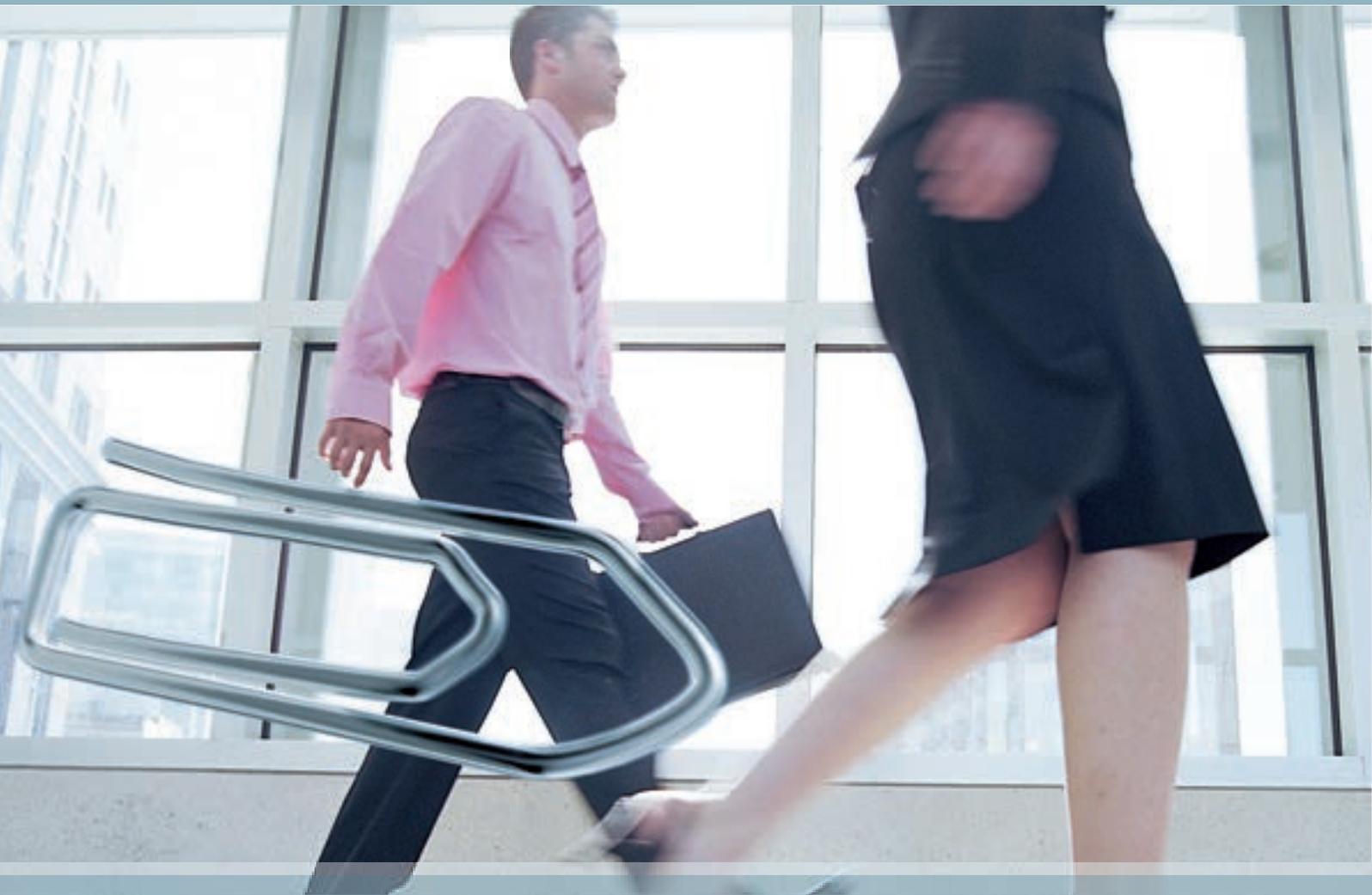
Trenkwalder Personal AG
Personalberatung
Stadthausstr. 12, CH-8400 Winterthur
Tel.: +41 (0)52 209 08 08
Fax: +41 (0)52 209 08 09
chwinterthur@trenkwalder.com

Trenkwalder Personal AG
Personalberatung
Franklinstr. 27, CH-8050 Zürich
Tel.: +41 (0)44 298 11 11
Fax: +41 (0)44 298 11 12
chzuerich@trenkwalder.com



*Keiner zu klein um ein Trenkwalder Fussballstar zu sein!
Wir sind jederzeit bereit!*





Dipl. Betriebswirtschafter/in HF für Aufsteiger/innen.

Sind Sie bereit für einen Karrieresprung? Der neue berufs begleitende Studiengang dipl. Betriebswirtschafter/in HF dauert drei Jahre und richtet sich an Personen mit einer kaufmännischen Grundausbildung und ehrgeizigen Zielen. Keine Berufsmatura erforderlich.

Auskunft und Beratung: Telefon 071 626 86 10, www.wbzw.ch.

Abwesende Mitarbeitende – Fehlende Kommunikation?

Aus den Augen aus dem Sinn. Leider gilt dies häufig auch für abwesende Mitarbeitende. Über Absenzen wird nicht gerne gesprochen – und mit abwesenden Mitarbeitenden leider auch nicht. Es kann viele Gründe geben, weshalb das Unternehmen nicht mit einem arbeitsunfähigen Mitarbeitenden Kontakt aufnimmt. Teilweise sind ungeklärte Zuständigkeiten die Ursache dafür. Oder es sind Hemmungen vorhanden, eine erkrankte Person zu «belästigen». Aber wie würden Sie das finden, wenn Sie erkrankt sind, daheim bleiben müssen und keiner aus Ihrer Firma ruft an? Sicher ist es in erster Linie auch eine Frage der Höflichkeit und der Wertschätzung, wenn man sich auch für einen Mitarbeitenden interessiert, dem es nicht gut geht.



Lassen Sie Ihre Mitarbeitenden nicht hängen

Um die Hemmung zu überwinden, die viele Vorgesetzte und Personalverantwortliche spüren, wenn sie einen Kontakt zu einem arbeitsunfähigen Mitarbeitenden herstellen sollen, empfiehlt sich in erster Linie eine kritische Prüfung der eigenen Haltung gegenüber der Absenz: Rufen Sie den Mitarbeitenden nur an, um ihn zu kontrollieren ob es sich tatsächlich um eine gerechtfertigte Absenz handelt, wird der Mitarbeitende nicht nur erfreut auf Ihren Anruf reagieren. Sind Sie aber ehrlich interessiert daran zu erfahren, wie es ihm geht und was los ist, freut er sich über Ihren Anruf. Und er erzählt Ihnen, weshalb er von der Arbeit fern bleibt, welches seine Einschränkungen sind und wie seine gesamte Situation aussieht. Nur so können Massnahmen eingeleitet werden, um eine Absenz zu verkürzen oder diese durch eine adäquate Planung der Ressourcen zu kompensieren. Aber auch aus motivationalen Überlegungen ist es wichtig, mit arbeitsunfähigen Angestellten in Kontakt zu bleiben.

Absenzen – auch ein Thema bei Anwesenheit

Nicht nur eine aktuelle Absenz soll Anlass dazu geben, über Absenzen zu sprechen. Nutzen Sie dazu zum Beispiel auch das Beurteilungsgespräch. Hierfür ist es allerdings absolut notwendig, dass die Absenzen im Betrieb zuverlässig erfasst werden. Nur so ist es möglich, in diesen Gesprächen fundierte Aussagen über das Absenzenverhalten der Mitar-

beitenden zu machen. Wird das Thema «Absenzen» zum Thema der Mitarbeitergespräche, ergibt sich auch die Möglichkeit, dem einen oder anderen dafür zu gratulieren, dass er während des vergangenen Jahres kein einziges Mal gefehlt hat – ein Lob, das sonst kaum ausgesprochen wird.

Interessiert Sie das Thema Kommunikation im Zusammenhang mit Absenzen? Dann empfehlen wir Ihnen den Vortrag «Abwesende Mitarbeitende – Fehlende Kommunikation?» am Personaltag Ostschweiz. Oder kontaktieren Sie uns. Gerne beraten wie Sie oder schulen Ihre Führungskräfte zur Thematik Absenzenmanagement.



Sarah Blanchard

CSS Versicherung

Unternehmensgeschäft
Tribtschenstrasse 21, Postfach 2568
6002 Luzern

Sarah Blanchard
Telefon 058 277 12 61, sarah.blanchard@css.ch

www.css.ch/unternehmen/absenzenmanagement



CSS
Versicherung



Jede Menge Irrtümer

Jörg T. Sorg und Antonia Anderland über Missverständnisse in Sachen Change Management

Oft Gehörtes wird durch Wiederholung nicht wahrer. Das gilt nicht zuletzt für jene Vorurteile, die in der Wirtschaft über das Thema Change Management kursieren. Sieben Change-Irrtümer scheinen besonders unausrottbar.

Irrtum Nummer 1: «Wenn der Karren im Dreck steckt, dann braucht es Change Management»

Solange alles glatt läuft und zudem das Tagesgeschäft drängt, sehen viele Firmeninhaber und CEOs nicht ein, warum sie sich mit Change beschäftigen sollen. Erst in der Krise wird das Thema aktuell. Dann ist die Hoffnung gewaltig, mit dem Wundermittel Change Management den Karren aus dem Dreck ziehen zu können. Wir aber sagen: Genau dann ist Change Management eben nicht das Mittel der Wahl. Gefragt ist dann wohl eher

Krisenmanagement. Wenn der Horizont in ruhigeren Zeiten weiter ist und keine Krise die nötigen Ressourcen und die Kreativität auffrisst, die es für kluges Veränderungsmanagement braucht – genau dann ist der Zeitpunkt für Change Management. Change Management sollte sich nämlich damit beschäftigen, einen Vorsprung zu erarbeiten. Das heisst: Eine Vision der Einzigartigkeit des eigenen Unternehmens zu entwickeln und Pläne zur Umsetzung dieser Vision zu erarbeiten, konsequent und am richtigen Ort zu investieren und Mitarbeiter zu haben, die über genügend Motivation verfügen.



Jörg T. Sorg, J.T.Sorg&Partner in Diessenhofen, ist seit 1985 Unternehmensberater im Bereich Unternehmensentwicklung, Marketing und Vertrieb.
Kontakt: www.sorg-joerg.ch



Antonia Anderland, M.A., ist Kommunikationstrainerin, Coach und Mediatorin.
Kontakt: www.anderland.org

Irrtum Nummer 2: «Lösungen bringt der Berater – dafür wird er bezahlt»

Was es braucht: Einen freundlichen, pflegeleichten Berater, der die Knochenarbeit der Veränderung auf sich nimmt und gleich noch eine Lösung hat. Doch Trugschluss: Probleme muss man im Detail kennen und verstehen. Diese Mühsal auf einen Berater abzuwälzen, kann schlimme Folgen haben: Des Öfteren stellt sich heraus, dass man sich hinterher auf die Suche nach dem passenden Problem zur eingekauften Lösung machen muss oder dass der Berater das falsche Problem gelöst hat. Be-

rater sollten keine Lösungen anbieten und dann die Probleme dazu suchen. Sie sollen helfen, Probleme zu erkennen und dann zu lösen.

Irrtum Nummer 3: «Ein emotionsgeladenes Leitbild bringt den Laden in Schwung»

Fast jedes Unternehmen hat seine Leitsätze. Und in vielen Chefetagen herrscht die Erwartung, dass allein das Verfassen eines Leitbilds die Alltagspraxis ändert. Das ist selten der Fall. Denn die Leitsätze des einen Unternehmens passen meist ebenso gut zu irgendeinem anderen Unternehmen. Viele Mitarbeiter würden es nicht mal merken, wenn man ihr Leitbild austauscht. Wie sollten sie auch, wenn das Leitbild nicht Ausdruck einer eigenen Identität und eigener Standpunkte ist, wenn es keine klaren Ziele und Aufgaben des Unternehmens enthält? Und vor allem: Wenn sich die Mitarbeiter nicht selbst damit auseinandergesetzt haben? Genau das ist das Problem: Leitbilder werden zu selten unter Einbeziehung der Basis entwickelt. Es mangelt an Kommunikation, womit wir schon beim nächsten Irrglauben in Sachen Change Management wären.

Irrtum Nummer 4: «Information ist ausreichend vorhanden – wozu diskutieren?»

Oft halten Chefs blosse Durchsagen an die Belegschaft für ausreichend und wundern sich, wenn die Mitarbeiter beim Change nicht mitziehen. Aber wenn kein wirklicher Dialog angeboten wird, vergeben Führungskräfte eine wichtige Gelegenheit, die Solidarität und Compliance ihrer Mitarbeiter zu erwerben. Diese müssen den Wandel mittragen – zumal sie den Löwenanteil der Umsetzung dafür zu leisten haben. Erfolgreiches Change Management ist primär eine Frage der Intensität und Qualität der Auseinandersetzung mit der eigenen Situation als Unternehmen. Nur wenn diese Auseinandersetzung alle im Unternehmen einschliesst, wird auch allen der Unterschied zwischen dem eigenen Unternehmen und seinen stärksten Wettbewerbern bewusst. Und nur dann wird auch der Kunde den Unterschied spüren.

Irrtum Nummer 5: «Identifizierte Mitarbeiter ersetzen die Planung»

Identifikation verhindert nicht Chaos. Ohne Plan ist die Wahrscheinlichkeit dafür erhöht. Wir leben in einer Zeit, wo es wichtiger denn je ist, Zeit, Mittel und Energien dort zu konzentrieren, wo es sich lohnt und zielführend ist. Change Management versinkt ansonsten im Chaos. Es muss bewegt und verändert werden. Dafür braucht es nicht nur eine klare Orientierung, sondern auch einen Plan. Wenn identifizierte Mitarbeiter festlegen, wie sie welchen Weg

gehen wollen, ist das die Folge einer bewussten, fokussierten und in der Regel kreativen Vorgehensweise. Change Management und die damit verbundene Veränderung kann nicht dem Zufall überlassen werden. Nicht der Weg bestimmt das Ziel. Zumindest nicht im Change Management. Es ist das Ziel, das den Weg bestimmt. Und somit auch den Plan.

Irrtum Nummer 6: «Ein klarer Fokus – und der Change-Prozess läuft konfliktfrei»

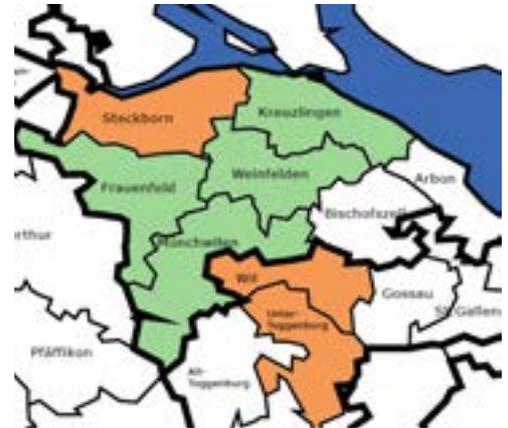
Der Change ist beschlossen, die Marschrichtung ist klar, und in der Führungsetage herrscht Enthusiasmus: «Das packen wir an!». Auf Durststrecken und Konflikte während des Change-Prozesses jedoch macht sich kaum einer gefasst. Dabei sind diese eine natürliche Folge von ernsthaft begonnenem Wandel, denn jede gravierende Veränderung schafft existenzielle Unsicherheit. Am schmerzhaftesten erleben das die Angestellten. Umso wichtiger ist es, Mitarbeiter durch die Phase des Wandels aktiv zu begleiten, statt sie den Change passiv erleben – und manchmal schockartig erleben – zu lassen.

Irrtum Nummer 7: «Der Trainer bringt die fehlende Motivation»

Leider erliegt in punkto Change Management so manche Firma auch dem Irrtum, dass es nur ein paar Motivationsspritzen in Form von Kick-offs oder teurer Motivationsseminare bedarf, um eine lahrende Belegschaft auf Kurs zu bringen. Hier jedoch gilt wie beim Thema Leitbild: Erst die gelebte Praxis schafft den Wandel. Motivation ist ein Thema, das die eigene Person betrifft. Nur die Mitarbeiter selbst können entscheiden, ob sie Motivation aufbauen wollen oder nicht. Was sie dafür brauchen, sind stimmige Rahmenbedingungen und vor allem klare Ziele, für die es sich lohnt, Kräfte freizusetzen. Dies muss vom Unternehmen kommen. Das Unternehmen muss zusehen, dass die Rahmenbedingungen nicht demotivieren. Ein Berater kann dabei unterstützen, indem er sich auf die Suche nach den Ursachen fehlender Motivation macht, statt Frustrum mit Motivationssprüchen zuzudecken. Natürlich ist das kurzfristig unangenehm. Wie es überhaupt zunächst mehr Mühe macht, eben nicht den sieben Irrtümern des Change Management zu verfallen. Langfristig aber winkt als Belohnung: ein zukunftsfähiges Unternehmen mit einzigartigem Profil.

Ihr **neuer** Masstab für kostengünstige Streuwerbung

www.prisma-ms.ch



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

prisma ▲
medienservice

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

just in time - von ▲ bis Z

Kompetent in ganzheitlicher HR-Beratung

WILHELM-DMS-GRUPPE

Gesamtlösungen im Personalmanagement

Die WILHELM-DMS-GRUPPE bietet durch ihre einmalige Konstellation mit acht spezialisierten Firmen ein umfassendes Beratungspaket für das gesamte Personalmanagement – aus einer Hand.

Mehr als fünfzig Beraterinnen und Berater verfügen über Kernkompetenzen in der **Personalrekrutierung**

auf allen hierarchischen Ebenen, im **Consulting** (Assessment, Development, Outplacement, HR-Systeme und -Strategien) sowie im **Executive Search**.

«Zeit für Sie». Unter diesen Leitsatz stellen wir unsere Tätigkeit. Es ist unsere Denkhaltung. Darunter verstehen wir unser Engagement für Kunden und Kandidaten.

Zeit für Sie

Kontakt:

Werner Wilhelm
AG für Kaderselektion
St. Leonhardstrasse 20
9001 St. Gallen
Tel. 071 227 90 00

wilhelmsg@wilhelm.ch

Zürich · St. Gallen · Basel · Vaduz · Lugano · Genf · Lausanne

Die Leistungsschule

Unsere Kompetenz auf einen Blick

Höhere Fachschule

- Dipl. Techniker/in HF, Fachrichtungen:
 - Betriebstechnik
 - Elektrotechnik
 - Informatik
 - Maschinentchnik
 - Mediatechnik (Multimediatechnikproduzent/in)
- Dipl. Rechtstreuhänder/in HF

Nachdiplomstudien NDS HF

- Automation
- Betriebswirtschaft
- Informatik
- Technische Informatik

Höhere Fachausbildungen

- Höhere Fachprüfung Industriemeister/in im Maschinen- und Apparatebau
- Werkmeister/in ZbW
- Ergänzungssseminar Industriemeister/in für ehemalige Werkmeister-Absolventen
- Prozessfachmann/fachfrau EF
- Höhere Fachprüfung Druckindustrie und Verpackung
- Technische Kauffrau/Technischer Kaufmann EF
- Instandhaltungsfachmann/fachfrau EF
- Eidg. dipl. Elektro-Installateur/in
- Elektro-Projektler/in EF
- Elektro-Sicherheitsberater/in EF
- Qualitätsfachmann/fachfrau ZbW
- Qualitätsmanager/in ZbW
- Rechtsagent/in (Vorbereitung auf kant. Patent)
- Unternehmensschulung SIU

Ausbildungen für Auszubildende

- Ausbilder/in EF
- Berufsbildner/in
- Seminare für Berufsbildner/innen (Lehrmeister) und Ausbildungsverantwortliche

Führungsseminare

- Grundlagen
- Automation
- Elektrotechnik
- Qualität

Technische Fachkurse für Firmen

- Firmeninterne Weiterbildung nach individuellem Bedarf

Interessiert?

Gerne senden wir Ihnen die detaillierte Kursbeschreibung zu.



Zentrum für berufliche Weiterbildung
Gaiserwaldstrasse 6
9015 St. Gallen
Tel. 071 313 40 40
Fax 071 313 40 00
info@zbw.ch

EF = Eidg. Berufsprüfung mit Fachausweis

hfwpremium – Qualitätslabel für die Höhere Fachschule für Wirtschaft in Weinfelden



Höhere Wirtschaftsausbildungen fehlen im Kanton Thurgau – die HFW schliesst eine Lücke

Thurgauer, welche eine höhere Wirtschaftsausbildung ins Auge fassten, mussten sich bis anhin ausserkantonale orientieren. Mit der HFW schliesst das BZWW eine Lücke. Im Gegensatz zur Fachhochschule steht die Höhere Fachschule auch Nichtmaturanden offen. Nach Abschluss der Ausbildung ist der Zugang zu Nachdiplomstudien an Fachhochschulen in vielen Fällen gewährleistet. Nachdem der neue Rahmenlehrplan für die HFW im März verabschiedet wurde, startet die Ausbildung zum dipl. Betriebswirtschafter, bzw. zur dipl. Betriebswirtschafterin HF in Weinfelden definitiv im Herbst 2008.

Anspruchsvolle 3-jährige, berufsbegleitende Ausbildung für Generalisten

BPO, CRM, HRM – Abkürzungen, die Führungskräfte in der Wirtschaft kennen. Wer aufsteigen will, muss sich Führungskompetenzen erwerben. BPO, CRM und HRM sind moderne betriebswirtschaftliche Management-Konzepte, die an der neuen HFW unterrichtet werden.

So wird zum Beispiel beim BPO – Business Process Outsourcing – untersucht, ob Teile der betrieblichen Leistungserstellung oder ganze Prozesse ausgelagert werden können. Die Globalisierung der Wirtschaft eröffnet in der betrieblichen

Im Oktober 2008 startet die Höhere Fachschule für Wirtschaft in Weinfelden. Zusammen mit den führenden Anbietern an HFW-Lehrgängen – Bern, Baden und Aarau – beteiligt sich die HFW am Bildungszentrum Wirtschaft Weinfelden an einer Qualitätsallianz. Unter dem Label hfwpremium verpflichten sich die Mitglieder, strenge Rahmenbedingungen zu erfüllen, um höchsten Qualitätsansprüchen genügen zu können.

Arbeitsteilung neue Möglichkeiten. BPO ist mit Chancen und Risiken verbunden, die in jedem Fall ermittelt und bewertet werden müssen.

CRM – Customer Relationship Management – stellt den Kunden in den Mittelpunkt der Betrachtung. CRM ist eine Unternehmungsstrategie, mit der langfristige und profitable Kundenbeziehungen aufgebaut werden.

Beim HRM – Human Resource Management – geht es um das Betriebspersonal. Welche Personalpolitik soll die Unternehmung aufbauen? Das Personal und das innerbetriebliche Personalmanagement werden zu immer wichtigeren Teilen der Unternehmungsentwicklung.

HFW – höchste Ausbildungsstufe in der höheren Berufsbildung

Betriebliche Leistungsprozesse, Kundenbeziehungen und Personalführung – drei wichtige Beispiele für Lernbereiche in der neuen HFW. In einem dreijährigen Ausbildungsgang können vernetzte betriebswirtschaftliche Handlungskompetenzen erworben werden. Die Ausbildung beinhaltet ausserdem Themen wie Volkswirtschaftslehre, Mathematik/Statistik, Recht, Deutsch und Englisch.

Die Höhere Fachschule steht an der Spitze der Ausbildungsstufen in der höheren Berufsbildung.

Berufsbegleitend und ohne Maturität möglich

Im Vergleich zu einem Studium an einer Fachhochschule kann die Ausbildung berufsbegleitend absolviert werden. Ein Beschäftigungsgrad von 80% ist absolut realistisch. Auch wenn es einige vormachen: 100% werden nicht empfohlen. Eine Berufsmaturität ist keine Voraussetzung für das Studium an der HFW. Das

Studium dauert 6 Semester und umfasst ca. 3'000 Lernstunden (schulische Unterrichtszeit und Hausarbeiten), je nach Vorbildung und Lerntempo. Eine Unterrichtswoche umfasst in der Regel 12 Lektionen.

Die HFW baut auf dem Stoff der kaufmännischen Berufsschule, Typ E oder M auf. Zugelassen zur HFW werden Interessenten, die einen Fähigkeitsausweis in kaufmännischer Richtung oder einen Mittelschulabschluss und eine zweijährige berufliche Praxis im kaufmännischen Bereich vorweisen können. Berufsleute ohne kaufmännischen Lehrabschluss müssen sich in Vorbereitungskursen für das Studium rüsten.

Zusammenarbeit mit den erfolgreichsten Anbietern

Von der Qualitätsallianz hfwpremium kann die HFW in Weinfelden besonders profitieren. Die Wirtschafts- und Kaderschule KV Bern, die Handelsschule KV Aarau und die Wirtschaftsschule KV Baden-Zuzach verfügen über langjährige Erfahrung mit höheren Fachschulen und können sehr gute Prüfungserfolge vorweisen. Die Zusammenarbeit umfasst die Entwicklung der Studiengänge, die Sicherstellung und Weiterentwicklung der Qualität und des Qualifikationsverfahrens. Die Partnerschulen legen gemeinsam Prüfungsstandards fest und koordinieren die Prüfungsdaten.

Individuelle Beratung

Interessenten können sich durch den Studienleiter, Dr. Marcel Bühler (marcel.buehler@bbz.ch) individuell beraten lassen oder über das Sekretariat Weiterbildung BZWW (weiterbildung@bbz.ch) weitere Informationen anfordern. Der Studienführer kann unter www.wbzw.ch heruntergeladen werden.

«Ein Pool an praxisorientierten, kompetenten Fachleuten für die Ostschweiz»

Der Schweizer Wirtschaft mangelt es an Ingenieuren – und vor allem an Ingenieurinnen. Die HSR Hochschule für Technik Rapperswil zeigt, mit welchen Mitteln sie den Ingenieursberuf für Jugendliche wieder attraktiver machen will.

JEAN-MARC PIVETEAU*

Die HSR Hochschule für Technik Rapperswil bildet seit 35 Jahren Ingenieurinnen und Ingenieure in Elektrotechnik, Informatik, Maschinentechnik, Bauingenieurwesen, Landschaftsarchitektur und Raumplanung aus. Zu den Bachelor-Studiengängen kommen ab Herbst 2008 auch zwei Masterstudiengänge, der International Master of Landscape Architecture IMLA und der Master of Science in Engineering MSE. In praxisorientierten Weiterbildungsangeboten vermittelt die HSR aktuelles Wissen an Berufsleute.

Absolventinnen und Absolventen sind gefragt

Das macht die HSR für Unternehmen der Region zu einer wichtigen Zubringerin von gut qualifizierten Fachleuten. Die HSR nimmt diese Rolle ernst. Um die Studierenden optimal auf ihren Beruf vorzubereiten, legen wir grossen Wert auf den Praxisbezug unserer Studiengänge. In zahlreichen Projekt- und Semesterarbeiten sowie der abschliessenden Bachelor-Arbeit beschäftigen sich die Studierenden mit konkreten Aufträgen aus der Wirtschaft und der öffentlichen Hand. Auf Masterstufe ist der Anteil der praxisorientierten Ausbildung noch grösser. Zudem pflegt die HSR internationale Kontakte zu anderen Hochschulen, die wir für den Studierenden-austausch nutzen. Heute sind Betriebe zunehmend international tätig und es ist deshalb wichtig, dass die Studierenden auf ein internationales Arbeitsumfeld vorbereitet sind. Das macht sie zu gefragten Fachleuten.

Es wechseln aber auch immer wieder Mitarbeitende der 17 Forschungsinstitute nach einem erfolgreich abgeschlossenen Forschungsprojekt zu einem Auftraggeber. Für die Wirtschaft und die öffentliche Hand ist die HSR ein Pool an praxis-



orientierten, kompetenten Fachleuten. Für die Absolventinnen und Absolventen sowie unsere Mitarbeitenden erfüllen wir eine Sprungbrettfunktion. Daraus entsteht eine Win-Win-Situation, auf die wir stolz sind.

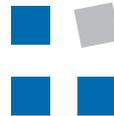
Wirtschaft verlangt mehr Ingenieurinnen und Ingenieure

Der Mangel an Ingenieurinnen und Ingenieuren in der Schweiz bringt unsere Studierenden in eine sehr komfortable Lage: Sie müssen sich nur auf Stellen bewerben, die ihnen vollkommen zusagen und können häufig aus mehreren Angeboten wählen. So angenehm diese Situation für die Studierenden ist, so schädlich ist sie für die Wirtschaft.

Weshalb aber fehlt der Nachwuchs in den Ingenieursberufen? Ein Grund ist die derzeit erfreulich gute konjunkturelle Lage. Die Wirtschaft wächst

und verlangt wieder mehr Ingenieurinnen und Ingenieure als vor einigen Jahren. Ein weiterer Grund ist, dass sich heute weniger Studierende für ein technisches Studium entscheiden.

Fehlt dem Nachwuchs das Interesse an technischen Fragen? Oder ist er zu träge, wie einige meinen, sich mit den präzisen Wissenschaften abzumühen? Letzteres kann ich nicht bestätigen. Ich stelle aber fest, dass Ingenieursberufe heute weniger Prestige und Attraktivität ausstrahlen, als sie dies noch in den 60er- und 70er-Jahren taten, als die Menschheit soeben den Mond erobert hatte. Der Ingenieurboom, der durch den Aufschwung in den Nachkriegsjahren entstand, hält schon lange nicht mehr an. Heute begeistern sich junge Leute wieder vermehrt für Geistes- und Sozialwissenschaften, oder sie entscheiden sich für betriebswirtschaftliche Richtungen.



HSR
HOCHSCHULE FÜR TECHNIK
RAPPERSWIL

**Jean-Marc Pivetau ist Prorektor der HSR Hochschule für Technik Rapperswil und in dieser Funktion verantwortlich für den Ausbildungsbereich und die berufliche Weiterbildung
jean-marc.pivetau@hsr.ch, T 055 222 44 22, www.hsr.ch*

Früh Interesse wecken

Das Interesse an Technik und Naturwissenschaften sollte bei Jugendlichen – und insbesondere Mädchen – möglichst früh geweckt werden, am besten bereits in der Primarstufe. Denn besonders Frauen sind in technischen Berufen nach wie vor stark untervertreten und bergen grosses Potenzial.

Bei Jugendlichen stellen sich die Weichen für den eigenen Berufs- und Bildungsweg, wenn sie sich zwischen Berufslehre und Gymnasium entscheiden. Es ist deshalb wichtig, dass Jugendliche die Möglichkeiten kennen, die ihnen der Berufsweg heute bietet. Durch die Schaffung von Fachhochschulen und die Einführung der Masterstudiengänge ist er auch für leistungsstarke Jugendliche eine attraktive Alternative zur universitären Laufbahn. Eine Elektronikerin oder ein Elektroniker kann heute an einer Fachhochschule Elektrotechnik studieren und anschliessend eine Masterausbildung absolvieren: bestes Rüstzeug für eine anspruchsvolle Führungsposition in einem technischen Umfeld. Voraussetzung ist, dass genügend Lehrstellen in technischen Berufen zur Verfügung stehen. An dieser Stelle scheint es mir wichtig, die Bedeutung des dualen Bildungsweges für die Schweizer Wirtschaft zu betonen. Er entzieht der Wirtschaft das Potenzial junger Leute nicht ganz, weil Lernende trotz Berufsschule viel Zeit im Betrieb verbringen. Die Unternehmen profitieren vom aktuellen Wissen, das Lernende aus der Berufsschule mitbringen. Vor allem aber findet bei Lernenden bereits in einem jugendlichen Alter die Sozialisierung in der Berufswelt statt: Sie wissen schnell, wie es in der Arbeitswelt läuft. Diese Erfahrungen sind auch nach einem Fachhochschulstudium und der damit verbundenen Absenz vom Beruf spürbar und verkürzen die Einarbeitungszeit. Deshalb ziehen heute viele Unternehmen Fachhochschulabgänger vor.

HSR fördert Nachwuchs

Was aber kann eine Fachhochschule wie die HSR tun? Die HSR setzt an verschiedenen Punkten an: Dieses Jahr führen wir in einem Pilotprojekt den Erlebnistag «HSR4Teens» durch. Rund 240 Oberstufenschülerinnen und -schüler kommen an die HSR. Auf spielerische Weise, in Workshops und in Teamarbeit, lernen sie verschiedene Bereiche kennen, in denen die HSR lehrt. Angesprochen werden bewusst Schülerinnen und Schüler im 8. Schuljahr, die vor dem Berufswahlentscheid stehen. Und natürlich beteiligen wir uns an Initiativen wie dem Jahr der Informatik, um wieder mehr junge Menschen für die Informatik zu begeistern.

Im Rahmen der Gleichstellungsarbeit wurden verschiedenste Projekte realisiert, um junge Frauen an Technik heranzuführen. Im Sommer findet jeweils die Girls' Week statt, eine Informatik-Schnupperwoche für Sekundarschülerinnen. Diesen Frühling ist das Projekt «Perspektive Ingenieurin» angelaufen. Maturandinnen, die vor dem Eintritt in die HSR ein Praktikum machen müssen, können sich durch die HSR begleiten lassen.

Auch in Zukunft wird sich die HSR dafür engagieren, möglichst viele junge Menschen für Technik und Naturwissenschaften zu begeistern und durch eine fundierte Ausbildung für spannende und vielseitige Ingenieursberufe vorzubereiten.

Aus- und Weiterbildung an der HSR Hochschule für Technik Rapperswil:

Bachelor-Studiengänge

- Elektrotechnik
- Informatik
- Maschinenteknik
- Bauingenieurwesen
- Landschaftsarchitektur
- Raumplanung

Master-Studiengänge

- International Master of Landscape Architecture IMLA
- Master of Science in Engineering MSE

Weiterbildung

- MAS Human Computer Interaction Design
- MAS Mikroelektronik FHO
- MAS Software Engineering FHO
- CAS E-Business Technologien
- CAS Enterprise Applikationen mit .NET
- CAS Automatisierungstechnik
- CAS Erlebnismangement, Natur- und Kulturlandschaft
- CAS Gartendenkmalpflege
- CAS GIS in der Planung
- CAS Projektmanagement für Planerinnen und Planer
- CAS Agglomerationsplanung



Krisen sind Chancen

TEXT: ROGER KOLLBRUNNER*
BILDER: ARCHIV/ZVG.

Als erster Schritt in einem Turnaround steht die Analyse der Situation an. Aus meiner Erfahrung verweist das Management oft auf externe Faktoren die ausserhalb ihres Einflussbereiches liegen: «Die Konkurrenz drückt die Preise nach unten» oder «Unsere Kunden sind momentan nicht kauffreudig».

Die Mitarbeiter unterhalb der Management Stufe verweisen normalerweise auf interne Gründe für die Krise: «Unsere Abläufe sind zu kompliziert» oder «das Betriebsklima ist schlecht». Es gilt dabei Symptome und Ursachen klar auseinander zu halten. Dass die Kunden nicht kaufen, ist das ein Symptom oder eine Ursache? Die Kommunikation mit den Mitarbeitern spielt hier eine zentrale Rolle. Durch fragen, verifizieren und hinterfragen entsteht allmählich ein genaues Bild der Symptome und Ursachen.

Reaktionen sind emotionaler Natur

Es ist die Aufgabe des Geschäftsführers die Analyse dann dem erweiterten Kreis der Mitarbeiter vorzustellen. Hier muss eine erste Kommunikations-Hürde gemeistert werden. Oft sind die Reaktionen auf die Vorstellung des bunten Strausses von Ursachen zweigeteilt. Erstens: «Diese Ursachen sind uns schon lange bekannt, aber wir können das nicht ändern» und Zweitens: «das sind keine Ursachen, welche für unsere missliche Lage verantwortlich sind». Als Gegenreaktion werden vom oberen Management oft Zahlenreihen, Diagramme und Analysen ins Feld geführt

Eine Unternehmenskrise kann mehrere Ausprägungen haben: Eine dramatische Verschlechterung der Ertragslage, eine markante Verschlechterung der Unternehmenskultur oder zum Beispiel der Abgang mehrerer Schlüsselpersonen in kurzer Zeit. Jede Krise hat unterschiedliche Ursachen und bedarf unterschiedlicher Rezepte zur Lösung. Als Unternehmer investiere ich seit Jahren in krisengeschüttelte Firmen und erwirke den Turnaround durch intensive operative Arbeit mit dem Management vor Ort. Die Kommunikation spielt dabei eine zentrale Rolle.

um die Reaktion der Mitarbeiter zu entkräften. Der Erfolg bleibt oft aus. Der Grund liegt darin, dass die Reaktion der Mitarbeiter (siehe oben) emotionaler Natur sind, und damit nicht mit rationalen Argumenten (sprich Zahlenreihen, Diagramme) entkräftet werden können. Der oberste Unternehmensleiter muss die Mitarbeiter auf der emotionalen Ebene abholen und somit eine gemeinsame Position bezüglich der Ursachen der Krise erarbeiten. Eine solche gemeinsame Position kann nur durch intensive Kommunikation erreicht werden – befehlen kann man das nicht.

Der Schlüssel liegt in der Betrachtungsweise

Auch in der Umsetzungsphase spielt die Kommunikation eine entscheidende Rolle. Meistens sind die Massnahmen rasch definiert und es herrscht Einigkeit was es zu tun gibt: «Unsere Kosten sind zu hoch» oder «Unsere Produktqualität muss verbessert werden». Es gilt die Umsetzung der Massnahmen rasch und parallel zum Tagesgeschäft zu erreichen. Dieser Mehraufwand und die Unsicherheit, welche im Betrieb durch die Veränderungen entsteht muss den Mitarbeitern positiv verkauft werden. Aber wie sollen negative Tatsachen wie Entlassungen oder Budgetkürzungen positiv verkauft werden? Der Schlüssel liegt in der Betrachtungsweise der negativen Tatsa-

chen. Jede Massnahme, die als Team jetzt beschlossen wird, führt zu einer stabileren und profitableren Zukunft. Damit werden die Arbeitsplätze gesichert und es kann wieder langfristig in die Zukunft investiert werden. Es ist ein Kommunikationsprofi gefragt mit dem Talent, die Krise als Chance darzustellen. Eine hohe Glaubwürdigkeit, Begeisterungsfähigkeit und persönliches Engagement sind Voraussetzungen um diesen Kommunikations-Job erfolgreich auszuführen.



**Roger Kollbrunner ist Dipl. Masch. Ing ETH, MBA Insead. Der 39-Jährige übernimmt das operative Management in Krisensituationen in Industriefirmen in USA, Niederlande, Schweiz und China. Aktuell ist er CEO und Mitinhaber der Aebi Gruppe (www.aebi.com), Teil der Aebi-Schmidt Gruppe (CHF 500 Mio. Umsatz)*

Modernes HR-Management – Dipl. Coach SCA

Im Oktober 2008 startet an der Akademie St. Gallen bereits zum dritten Mal der Lehrgang dipl. Coach SCA. Der Lehrgang führt – nach Anerkennung durch den Bund – zu einem eidgenössischen Fachausweis.

DR.OEC.HSG THIERRY KURTZEMANN
SCHULLEITER / PROREKTOR

Der Begriff «Coaching» begegnet einem im Alltag häufig. Frühere Trainer, Ausbilder oder Unternehmensberater nennen sich heute oftmals Coach. Der Begriff ist weder geschützt noch gibt es bisher in der Schweiz eine offiziell anerkannte Ausbildung für «Coaching».

Neuer Lehrgang

Als erstes Weiterbildungsinstitut in der Ostschweiz bietet die Akademie St. Gallen die neu konzipierte Ausbildung zum dipl. Coach SCA an. Der berufsbegleitende Lehrgang dauert 2 1/2 Jahre und schliesst mit einem Diplom des schweizerischen Berufsverbands ab.

Ausbildungsziel

Der Lehrgang befähigt zur fachgerechten Durchführung von Einzel- und Teamcoachings. Die Fähigkeit, andere Leute zu beraten und mit ihnen wirkungsvoll zu kommunizieren, wird heute auch von Führungspersonen erwartet. Der Lehrgang richtet sich somit nicht nur an freiberuflich tätige Personen, sondern auch an Kaderleute von Unternehmungen.

Aufbau und Inhalt

Coaching ist ein von einer Fachperson (Coach) begleiteter Entwicklungs- und Veränderungsprozess eines Menschen in den Bereichen seiner Selbstführungs-, Führungs- und Sozialkompetenz.

In einer ersten Phase lernen die Teilnehmer/innen den Coaching Prozess kennen, indem sie selber ein Coaching erfahren.

In der zweiten Phase stehen die «handwerklichen» Grundlagen anhand der systemischen Beratungsmethoden im Vordergrund.

Die dritte Phase beinhaltet die Arbeit an eigenen Fallbeispielen und die Selbstreflexion der Coachingtätigkeit.

Alle Lehrkräfte – sogenannte Lehrcoaches – verfügen über langjährige Erfahrung und sind Mitglieder der Schweizerischen Coaching Association (SCA).

Abschluss

Mit dem erfolgreichen Abschluss erwerben die Teilnehmer/innen den schweizerischen Verbandstitel «dipl. Coach SCA». Die Ausbildung führt zudem zur eidgenössischen Berufsprüfung auf Stufe Fachausweis. Die Anerkennung zur eidgenössischen Berufsprüfung ist beim Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) eingeleitet und wird im Jahre 2009 abgeschlossen sein.

Interessiert?

Über den Lehrgang finden an der Akademie St. Gallen laufend Informationsanlässe statt. Die

Daten sind der Homepage der Akademie zu entnehmen.

Im Bereich HR-Management bietet die Akademie St. Gallen neben dem Lehrgang dipl. Coach SCA auch von edupool.ch, KV Schweiz und dem Verband der Sozialversicherungsfachleute zertifizierte Sachbearbeiterlehrgänge für Personalwesen und Sozialversicherungen an. Ein Nachdiplomstudium auf Stufe Höhere Fachschule (HF) für Personalleiter/innen richtet sich an Kaderleute, welche sich neben ihrer operativen Tätigkeit im HR-Bereich auch Kenntnisse in strategischem Personalmanagement aneignen wollen.

Für weitere Informationen oder ein persönliches Beratungsgespräch kontaktieren Sie:

071 274 36 30. E-mail: info@akademie.ch

www.akademie.ch

Die Ausbildungsphasen

Ausbildungsphase 1 Coaching selbst erfahren	Ausbildungsphase 2 Coach werden	Ausbildungsphase 3 Coachingtätigkeit reflektieren
Dauer 9 Monate	Dauer 9 Monate	Dauer 12 Monate
9 Sitzungen mit dem Lehrcoach	9 Sitzungen mit dem Lehrcoach	9 Sitzungen mit dem Lehrcoach
Selbststudium und Arbeit am Aktionsplan, ca. 5 Std. pro Woche	Selbststudium und Arbeit am Coaching-Konzept, ca. 6 Std. pro Woche	Betreuung von eigenen Klienten/ Mitarbeitern
Abschlussarbeit und Erfahrungsbericht	3-tägiger Kurs «Fragetechnik für Coachs»	Ergänzendes Literaturstudium, Diplomarbeit und Diplomprüfung
Reflektieren und Entwickeln der eigenen Persönlichkeit		



Erste Wahl für Ihre Vernetzung

«Wir wollten eine einfache Verzahnung des Intranets und Internets mit den Printmedien. Mit jobs.ch war und ist dies kein Problem. Ein für die elektronischen Medien erstelltes Inserat kann ohne Mehraufwand in den Printmedien geschaltet werden. Nicht zuletzt wollten wir auch vom guten Namen der Plattform profitieren.»

Marianne Thürlemann, Helvetia Versicherungen, Personalsachbearbeiterin

Für viele Talente ist jobs.ch die erste Wahl. Für solche, die sie suchen auch. Nutzen Sie 1 Million Visits pro Monat.

Gesunde Unternehmen dank gesunder Mitarbeiter

Der zunehmende Leistungsdruck am Arbeitsplatz macht vielen Mitarbeitenden zu schaffen. Sie werden krank und bleiben immer häufiger der Arbeit fern. Der daraus resultierende Produktivitätsverlust gefährdet die Wettbewerbsfähigkeit der betroffenen Unternehmen. Ein professionelles Care Management hilft, diese Probleme in den Griff zu kriegen – zum Vorteil des Unternehmens und zum Wohle seiner Mitarbeitenden.

Es gibt kaum eine Branche, in der sich der Wettbewerbsdruck auf die Unternehmen in den letzten Jahren nicht erhöht hat. Jene Firmen, denen es nicht gelingt, ihre Produkte oder Dienstleistungen laufend zu verbessern und gleichzeitig ihre Produktivität zu steigern, werden früher oder später aus dem Markt gedrängt. Weil jedes Unternehmen immer nur so gut ist wie seine Mitarbeitenden, steigt mit dem Wettbewerbsdruck auf

die Unternehmen auch der Leistungsdruck auf die Mitarbeitenden. Doch diesem zunehmenden Druck sind immer mehr Mitarbeitende nicht mehr gewachsen. Sie werden krank und erscheinen mehr oder weniger lang nicht zur Arbeit.

Inzwischen ist in der Schweiz ein Mitarbeiter im Durchschnitt mehr als 6 Tage pro Jahr aus gesundheitlichen Gründen abwesend. Bei 200 Arbeitstagen pro Jahr entspricht das einer Absenkrate von 3 Prozent. Werden die indirekten Kosten mitberücksichtigt, addieren sich die gesundheitlich bedingten Absenkrkosten bis zu 9 Prozent der Lohnsumme. Die indirekten Kosten ergeben sich daraus, dass für einen Ersatz gesorgt werden muss, soll die Arbeit nicht liegen bleiben. Müssen Arbeitskollegen die zusätzliche Arbeit in Überstunden erledigen, besteht zudem die Gefahr von Qualitätseinbussen, was letztlich zu unzufriedenen Kunden führt. Bei einem Unternehmen mit 100 Mitarbeitenden und einem durchschnittlichen Monatslohn von 5'000 Franken ergeben sich so jährliche Absenkrkosten von über 5 Millionen Franken.

Eine derart grosse Beeinträchtigung der Produktivität können sich die Unternehmen aber gerade in Zeiten des verschärften Wettbewerbs immer weniger leisten. Es muss ihnen gelingen, die Leistungsfähigkeit und -bereitschaft ihrer Mitarbeitenden aufrechtzuerhalten und zu fördern. Zu diesem Zweck sind sie auf die Expertise von Gesundheitsspezialisten angewiesen.

Umfassendes Care Management

In den vergangenen Jahren haben denn auch immer mehr Krankenversicherungen ihr An-

gebot für Unternehmenskunden um ein Absenkr Management erweitert. Es hilft, sowohl Kurz- als auch Langzeitabsenzen zu erfassen und ihre Ursachen zu erkennen, um daraus entsprechende Massnahmen abzuleiten. So können die direkten und indirekten Absenkrkosten gesenkt werden.

Das Absenkr Management ist idealerweise Teil eines umfassenden Care Managements. Zu ihm zählen auch Case Management und Prävention. Letzterer Teilbereich beinhaltet ein ganzes Bündel von Massnahmen, welche die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz fördern. Ziel ist dabei nicht nur, dass sie gesund bleiben, sondern dass sie ihre Arbeit auch mit Freude und Engagement ausüben. Wird ein Mitarbeiter trotzdem krank und bleibt für längere Zeit arbeitsunfähig oder weist häufige Kurzabsenzen auf, dann wird er von einem Case Manager persönlich betreut. Das Case Management hat zum Ziel, die betroffenen Personen möglichst rasch in den Arbeitsprozess zurückzuführen. Zu diesem Zweck sucht der Case Manager mit allen involvierten Parteien das Gespräch und entwickelt vor dem Hintergrund einer umfassenden Situationsanalyse eine für alle Beteiligten optimale Lösung.

Für weitere Informationen und Unterlagen:

ÖKK

Bahnhofstrasse 9, 7302 Landquart
T 058 456 10 10, F 058 456 10 11
info@oekk.ch, www.oekk.ch



Weit mehr als «nur» ein Stadion



Die AFG ARENA ist ein «Jackpot» für den Standort Ostschweiz

Zehn Jahre nach den ersten Ideen wird in St.Gallen-Winkeln das neue Fussballstadion unter dem Namen AFG ARENA eröffnet. Bereits voll in Betrieb sind die angegliederten Einkaufszentren Shopping Arena und Ikea. Alles deutet auf einen vollen Erfolg hin.

TEXT: STEFAN MILLIUS
BILDER: NICOLAS SENN

Zugegeben: Der Weg war lang – wie so oft, wenn Gutes entstehen soll. Gegen Ende des letzten Jahrtausends begannen einige mutige Zeitgenossen, die Vision eines neuen Fussballstadions als lockere Idee kreisen zu lassen. Nicht ohne Grund. Denn allgemein war bekannt, dass der FC St.Gallen nicht mehr für ewig im Espenmoos um Tore und Punkte kämpfen konnte. Das Stadion wies zwar einen heimeligen Charme auf, war aber hoffnungslos veraltet. Eine Modernisierung der bestehenden Infrastruktur schien unmöglich, zumal eine Vergrösserung der Dimensionen ohnehin ausgeschlossen war: Das Espenmoos liegt mitten zwischen bestehenden Bauten und kann sich nicht «ausdehnen».

Mantelnutzung

Auch wenn die Notwendigkeit also gegeben war, reagierten viele misstrauisch auf die Idee ei-

nes neuen Stadions – ganz einfach, weil es ihnen nicht realistisch erschien, dass sich ein solches Projekt finanzieren lassen würde. Und tatsächlich wäre es wohl ein Ding der Unmöglichkeit gewesen, ein reines Fussballstadion zu realisieren. Die Lösung hiess etwas technisch «Mantelnutzung» und bedeutete nichts anderes, dass parallel zum Stadion weitere Flächen entstehen sollten, die vermietet werden konnten. Ein Konzept, das auch schon andernorts zum Erfolg geführt hatte und aus heutiger Optik der einzig mögliche Ansatz für ein Projekt dieser Grössenordnung ist. Es sei denn natürlich, man hängt der Illusion nach, die öffentliche Hand könne es mit links aus Steuergeldern finanzieren.

Über den politischen Prozess zwischen erster Idee und Spatenstich wurde viel geschrieben. Im Rückblick und im direkten Vergleich mit anderen solchen Projekten in der Schweiz ist aber festzuhalten, dass der Weg nicht so steinig war, wie er durchaus hätte sein können. Natürlich gab es Opposition und juristische Schar-

mützel, aber die Macher der AFG ARENA wiesen ein grosses Plus auf: Sie wussten die Bevölkerung stets hinter sich.

Wichtig für Region

Nun, in der Phase der Eröffnungsfeierlichkeiten und der ersten Aktivitäten im Stadion, lässt sich bereits abschätzen, dass die AFG ARENA viele Funktionen übernehmen wird. Sie ist einerseits visuelles, unübersehbares Eingangstor zu St.Gallen, sie hat durch die Mantelnutzung für den Einzug neuer Anbieter und Marken gesorgt – die Region hat nun endlich einen Ikea -, was dafür sorgt, dass die Konsumenten ihr Geld vermehrt hier lassen, und sie hat Arbeitsplätze geschaffen. Von der Ausstrahlung dank breiter, nationaler Berichterstattung über das Grossprojekt ganz zu schweigen. Es wird der Tag kommen, an dem die AFG ARENA ganz selbstverständlich zur Region gehört; es sollte nicht vergessen werden, dass es so selbstverständlich nun auch wieder nicht ist. Denn nötig war der Durchhaltewille vieler Persönlichkeiten.



Die Dimensionen im Überblick

50'000 m ²	Grundstück
915'000 m ³	Bauvolumen
500'000 m ³	Aushub
162'000 m ²	Schalungen
83'000 m ³	Beton
11000 Tonnen	Stahl

über 1000 unermüdlige Hände
Baukosten ca. 340 Mio. Franken

Kapazität AFG Arena

Maximal 15530 Sitz- und 4770 Stehplätze für Super-League-Spiele:

3815 Plätze im Sektor A (Haupttribüne Nord)
4512 Plätze im Sektor B (Osttribüne)
6122 Plätze im Sektor C (Südtribüne)
5851 Plätze im Sektor D (Westtribüne)

Maximal 18117 Sitzplätze für internationale Spiele

Freizeit und Konsum

23500 m ²	Einkaufszentrum mit Coop als Hauptmieter (Investor Jelvoli)
13500 m ²	Einrichtungshaus IKEA
2000 m ²	Restauration
4900 m ²	Freizeitcenter
200 m ²	Büros/Verwaltung

Parkplätze

Maximal 1100 Kundenparkplätze in der Tiefgarage sowie
angrenzend 200 zusätzliche Parkplätze für den Samstag
150 separate Parkplätze für Zweiräder
3000 zusätzliche Parkplätze (vorwiegend zur Benützung
bei Fussballanlässen) im Industriegebiet Winkeln/Gossau

Anzeige

Bei Taxi Herold
weiss jeder mit wem er
fährt... 2222 777






Die Kraft der Idee

Ende April fand zum ersten Mal die Innovationstagung inventure.ostschweiz statt. Der Anlass stand unter dem Titel «Die Kraft der Idee – wie viel Kreativitäts- und Innovationspotenzial besitzt die Schweizer Wirtschaft?» Hochkarätige Referenten wie Thomas A. Gutzwiller, Hans Hess, Daniel Graf und Henri B. Meier beleuchteten das Thema Innovation von verschiedenen Seiten.

Mit rund 400 Teilnehmenden ging heute die Innovationstagung inventure.ostschweiz erfolgreich über die Bühne. Der von der RhEMA Rheintalmesse und der Full-Service PR-Agentur Trimedia Communications Schweiz AG durchgeführte Anlass wurde von der Frontfrau Monika Schärer moderiert. Unterstützt wurden die Organisatoren von starken Netzwerk- und Wissenspartnern – darunter grosse Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, nationale Medienpartner und der Bund.

inventure.ostschweiz stärkt das Selbstbewusstsein

Die Idee, Ostschweizer Innovationskraft zu koordinieren und zu fördern entstand während einem Brainstorming zwischen Professor Thomas A. Gutzwiller, Direktor der Executive School of Management, Technology and Law, Henri B. Meier, Investor und BioVentures-Förderer und Martin Zahner, Kommunikationsfachmann und CEO von Trimedia Communications Schweiz AG. inventure.ostschweiz hat zum Ziel, das Wissen erfahrener Unternehmer mit jungen Leuten und neuen Ideen zusammen zu bringen. Dies soll aber nicht nur an einem einzigen Tag geschehen – es soll eine Partnerschaft auf Dauer entstehen. inventure.ostschweiz, die überregionale Plattform, versucht technologische und wirtschaftliche Innovationen, Leistungsträger und

Kapital zusammenzubringen, vernetzt Wirtschaft, Wissenschaft und Medien.

Die (Ost)schweiz kann es

Den Einstieg in den von Monika Schärer geführten Tag machte Kathrin Hilber, Regierungspräsidentin des Kantons St.Gallen. Sie bezeichnete Innovation als Herzensangelegenheit und versicherte den Teilnehmenden, dass der Kanton St.Gallen auch in Zukunft vielfältige Anstrengungen unternimmt, die richtigen Impulse zu setzen um künftige Innovationen und Kooperationen zu unterstützen.

Die Referenten gingen in ihren Vorträgen die Innovationsfähigkeit von unterschiedlichen Seiten an. Thomas A. Gutzwiller, Direktor der Executive School of Management, Technology and Law,



zeigte den Teilnehmenden verschiedene Strategien für den Markterfolg auf, um Innovationen zu realisieren. Hans Hess sprach intensiv über die Innovationsfähigkeit dank Vernetzung. Um innovativ zu sein, brauche es Neugierde und die Interaktionen zwischen Menschen, das Wissen, das richtige Timing, die Qualifikationen und ein geeignetes Klima. Grundsätzlich gelte für ihn aber: Innovation wird vom Menschen gemacht.

Praxisbeispiel eines Rheintalers

Daniel Graf, Mitbegründer, Präsident und CEO des Internetdienstes Kyte, stellte an [inventure.ostschweiz](http://inventure.ostschweiz.ch) seine eigene innovative Geschäftsidee vor. Kyte, die bereits mehrfach preisgekrönte Plattform bietet ihren Benutzern ein völlig neues Kommunikationserlebnis. Laut Daniel Graf bringt Kyte die drei aktuellen Mega-

trends des Internets zusammen: Benutzerorientierte Inhalte, das soziale Netzwerk und die Übertragung mit dem Handy. Dank Kyte wurde auch [inventure.ostschweiz](http://inventure.ostschweiz.ch) live auf www.inventure.ch übertragen.

Innovation = Ideen + Unternehmer + Risikokapital

Am Beispiel von Biotech als Wachstumsmotor des 21. Jahrhunderts versuchte Henri B. Meier, Verwaltungsratspräsident der HBM BioVentures, ehemaliger Divisionsleiter der Weltbank und langjähriger Roche-Finanzchef aufzuzeigen, dass es für erfolgreiche Innovationen die Faktoren «Ideen», «Unternehmer» und «Risikokapital» braucht. Laut Henri B. Meier fehle es bei den meisten potenziellen Innovationen weder an Ersparnissen noch an Ideen sondern mehr an der

professionellen Vermittlung: Das Reservoir an Ideen müsse mit dem Reservoir an Kapital verknüpft werden.

inventure.ostschweiz auch 2009

Für die nächste Durchführung von [inventure.ostschweiz](http://inventure.ostschweiz.ch) soll ein Beirat ins Leben gerufen werden, der die Ausgestaltung des Anlasses vorantreiben wird. Wichtige Träger der Standortförderung, der regionalen Politik, der Wissenschaft und der Wirtschaft werden dort Einsitz nehmen. Regelmässig stattfindende Events für den Wissensaustausch sollen in Zukunft kontinuierlich mit Workshops, die verschiedene Aspekte der Innovationsförderung beleuchten, sowie mit Kontaktveranstaltungen für Jungunternehmer und Kapitalgeber ergänzt werden.

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.)
 Dr. Stephan Ziegler

Bildredaktion: Stefan Millius
 (Leitung)
 Bodo Rüedi
 Mareycke Frehner

Redaktionsanschrift: MetroComm AG
 Zürcherstrasse 170
 9014 St. Gallen
 Tel. 071 272 80 50
 Fax 071 272 80 51
 mbaumgartner@metrocomm.ch
 smillius@metrocomm.ch

Herausgeberin und Verlag: MetroComm AG
 Zürcherstrasse 170
 9014 St. Gallen
 Tel. 071 272 80 50
 Fax 071 272 80 51
 www.leaderonline.ch
 www.metrocomm.ch
 info@leaderonline.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 Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung.

ISSN 1660-2757

metr
 comm

Woher der Wind auch weht

Die schweizerischen Polizeikorps sollten um 3000 auf 19'000 Personen aufgestockt werden. Diese Forderung stellt – nein, nicht die SVP, sondern, man stau-
ne: die CVP. Gleichzeitig kritisiert sie ausgerechnet alt Bundesrat Christoph Blocher, er habe das Thema «verschlafen». Eine Retourkutsche für das Anprangern der unrühmlichen Rolle, welche die CVP beim Widmer-Schlumpf-Putsch gespielt hat, war abzusehen – dass sie die SVP nun gerade bei einem ihrer Kernthemen **angreift, belustigt aber doch.**

VON STEPHAN ZIEGLER

Bürgerinnen und Bürger hätten nicht vorab Angst vor terroristischen Angriffen, sondern in ihrem täglichen Leben Opfer einer Straftat zu werden, fand die CVP-Nationalrätin Ida Glanzmann nicht eben überraschend heraus. Mit mehr Polizeipräsenz würden sich die Menschen sicherer fühlen, wenn sie durch die Strassen gingen, folgerte sie scharfsinnig. Christoph Blocher habe als Justizminister das Thema Innere Sicherheit verschlafen, meint Glanzmann. Er habe nicht erkannt, dass rigorose Sparübungen in der Sicherheit sträflich seien. Der Verdacht liege nahe, dass die SVP in Fragen der Sicherheit lieber von Problemen spreche als Probleme löse. Hört, hört, mag sich da der geneigte Leser denken – ausgerechnet die CVP, die bislang eher für eine Kuschelpolitik gegenüber Straftätern, vor allem solchen aus dem Ausland, bekannt war, versucht nun, auf den fahrenden Zug «Innere Sicherheit» aufzuspringen – und gleichzeitig der SVP eins auszuwischen. Als ob Christoph Blocher bei der Sicherheit und nicht beim Bundesbeamtenapparat gespart hätte... Klar: Die CVP hat ein schlechtes Gewissen ob der peinlichen Rolle, die sie beim Bundesratsputsch spielte. Die Paktiererei mit der Ratslinken ist vielen Wählern sauer aufgestossen und

hat zu dramatischen Stimmverlusten geführt. Ob aber der Versuch, sich gleichzeitig in ein gemachtes Nest zu setzen – die SVP ist seit längerem die einzige Partei, die sich konsequent für mehr Sicherheit im Alltag einsetzt – und dabei ihrem politischen Gegner eins auszuwischen, von Erfolg gekrönt sein wird, ist mehr als fraglich. Ob es die Wähler der CVP abnehmen, dass sie sich plötzlich beispielsweise für die Reduktion der Jugendgewalt, die Verhinderung von Gewaltdarstellungen im Internet und auf den Handys sowie deren Ursachenforschung interessiert, darf angezweifelt werden. Konsequenter als bequemes Trittbrettfahren wäre eine klare Positionierung innerhalb des politischen Spektrums der Schweiz. Der jetzige «Fahne in den Wind hängen»-Kurs verunsichert sogar eingefleischte Stammwähler und verhindert, dass sich Neuwähler auch nur im geringsten für die ehemals respektable bürgerliche Kraft interessieren. Zu gönnen wäre es der CVP, dass sie wieder auf einen klar bürgerlichen Weg zurückfände, ein sauberes Profil gewänne und greifbar politisierte. Der Erfolg von Martin Gehrer bei den St.Galler Regierungsratswahlen hat gezeigt, dass die CVP noch über Exponenten verfügt, die Vertrauen im Volk geniessen.

Anzeige

Heerbrugg 071 727 19 40 Rorschach 071 841 81 11 St. Gallen 071 227 38 88 Weinfelden 071 620 04 44 Wil 071 912 48 48 Winterthur 052 203 01 23 D-Dingolfing +49 (0)8731/39 584-0	
--	--

«Sie suchen – wir finden!»

www.work-shop.jobs





Eine sichere Vorsorgelösung.

Ein Unternehmer trägt grosse Verantwortung. Auch für die sichere Vorsorge der Mitarbeitenden. Eine wichtige Frage lautet: Will ich mich selbst organisieren und einen Teil der Risiken tragen? Oder besinne ich mich nicht besser auf mein Kerngeschäft und delegiere die Vorsorge an einen vertrauenswürdigen Partner mit grosser Erfahrung?

Wer so denkt, ist bei Swiss Life gut aufgehoben. Die Marktführerin in der beruflichen Vorsorge kann auf 150 Jahre Erfahrung zurück blicken. 31000 Betriebe setzen in der zweiten Säule auf Swiss Life. Diese bietet mit der Vollversicherung eine sichere Vorsorgelösung für kleine und mittlere Unternehmen an. Sichere Vorsorge heisst: Egal wie alt die Mitarbeitenden

werden, wie sich die Kapitalmärkte entwickeln – Swiss Life übernimmt die versprochenen Leistungen. Heute, morgen, übermorgen. Für die Mitarbeitenden besteht 100%ige Sicherheit, weil eine Unterdeckung des Versicherten unmöglich ist. Das schätzen verantwortungsbewusste Unternehmer. Sie wissen: Noch nie mussten bei Swiss Life Arbeitgeber oder Arbeit-

nehmer an einem Sanierungsprogramm teilnehmen.

Die Versicherten profitieren darüber hinaus vom anerkannt guten Service und von Leistungen, die weit über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgehen.

Wer sich als Unternehmer für die Vollversicherung entscheidet, setzt auf eine sichere, transparente und kalkulierbare Lösung. Unsere Berater zeigen gerne Ihre individuelle Situation auf und besprechen mit Ihnen, wie Sie die optimale Vorsorgelösung erreichen.

Unsere Berater unterstützen Sie gerne und zeigen anhand Ihrer individuellen Situation, welche Vorsorgelösung am Besten zu Ihrer Unternehmung passt. Sie erreichen uns unter der Telefonnummer 0848 841 000 oder auch per E-Mail unter marketing.schweiz@swisslife.ch. Oder besuchen Sie unsere Homepage www.swisslife.ch/unternehmen, um einen Berater in Ihrer Nähe zu finden. Wir freuen uns auf Sie!



SwissLife
Bereit für die Zukunft.

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

www.alpha.ch

ALPHA.CH
DER ONLINE-KADERMARKT