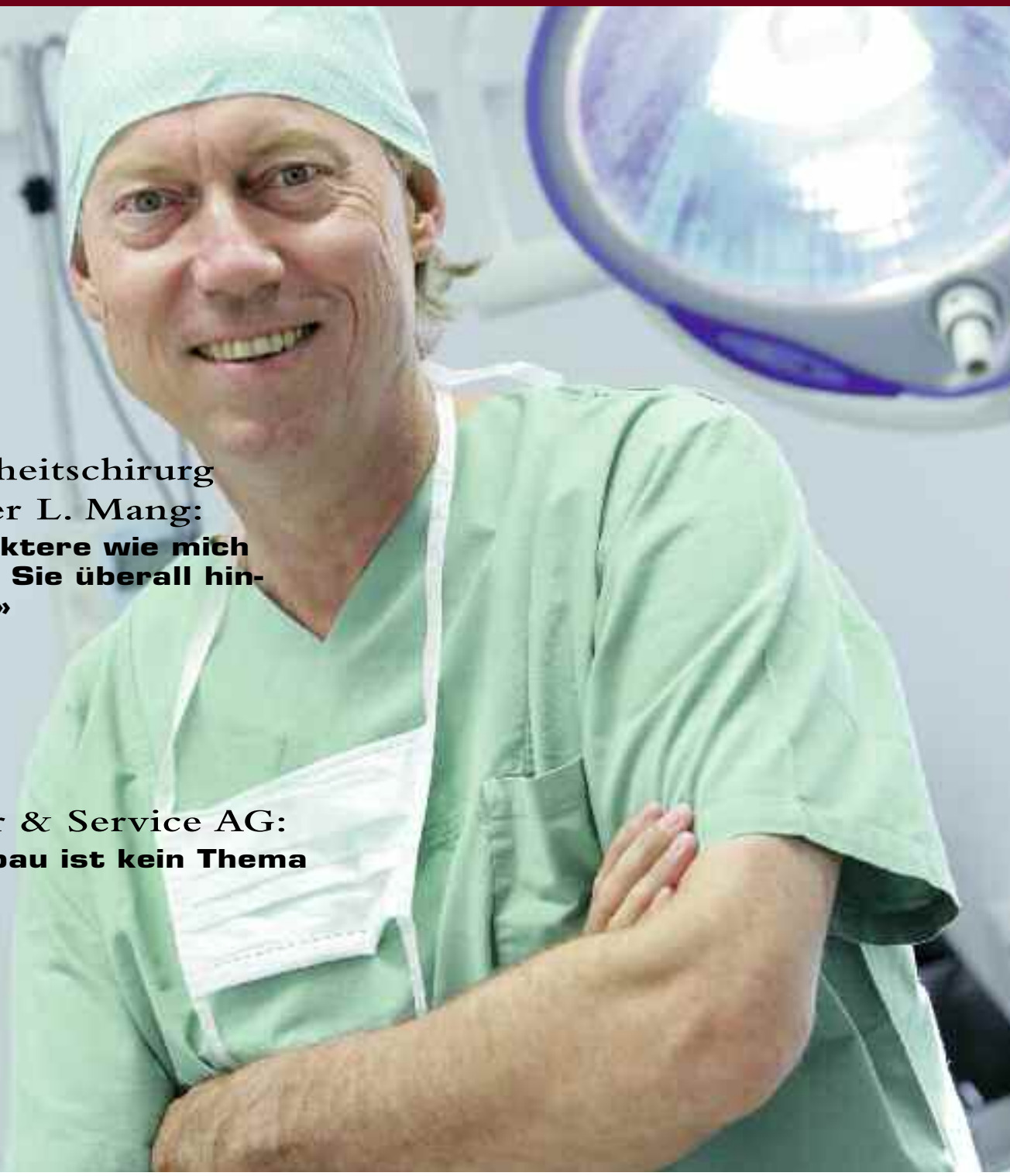




Schönheitschirurg
Werner L. Mang:
**«Charaktere wie mich
können Sie überall hin-
stellen»**
seite 12

TS Tor & Service AG:
Ein Abbau ist kein Thema
seite 24

Das Wissen der grauen Panther
Erfahrungen sind Gold wert. Das beweist der beachtliche
Leistungsausweis des Experten-Netzwerks «Adlatus».
seite 6



SITAGWAVE



Das Sitzerlebnis:
maximaler
Sitzkomfort –
ganz automatisch.

Lassen Sie sich
einfach in den
neuen SITAGWAVE
sinken, er
übernimmt
den Rest!

SITAG AG

Simon Frick-Strasse 3
CH-9466 Sennwald

T +41 (0) 81 758 18 18
F +41 (0) 81 758 18 00

info@sitag.ch
www.sitag.ch

SITAG
style at work



Weiterbildung 2009

Executive-Master-Studiengänge
Nachdiplom-Studium
Hochschul-Lehrgänge

- > Banking & Finance
- > Entrepreneurship & Management
- > Recht & Treuhandwesen
- > Wirtschaftsinformatik



**HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN**

www.hochschule.li

Das Ende des Jugendwahns



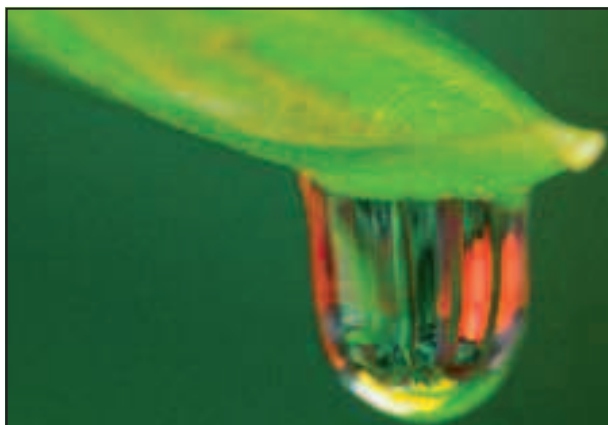
Je jünger, desto besser: Dieses Motto diente einige Jahre lang in diversen Branchen als eine Art Grundgesetz. Gerade im Finanzsektor wurde das hohe Tempo und eine gewisse Aggressivität, die junge Anlageberater oder Börsianer an den Tag legen, sehr geschätzt, und potenzielle Mitarbeiter über 50 wurden bereits in den Stellenanzeigen mit entsprechenden Formulierungen abgewimmelt. Dass es ältere Personen beim Verlust des Arbeitsplatzes schwerer haben, wieder eine Anstellung zu finden, ist zudem eine altbekannte Binsenwahrheit.

Es ist vielleicht eine der positiven Auswirkungen der Wirtschaftskrise, dass diese «Philosophie» nun allmählich hinterfragt wird. Viel zu lange wurde der Faktor Erfahrung zu wenig stark gewichtet. Zu glauben, man könne auf das Wissen und Können der älteren Generation verzichten und ausschliesslich auf Hochschulabgänger setzen, denen oft die Praxis fehlt, ist fatal. Nicht alles lässt sich aus Büchern und Vorlesungen lernen, gerade in der Unternehmensführung geht es oft darum, aus gemachten Erfahrungen zu lernen, ein Bauchgefühl zu entwickeln und auf ein Beziehungsnetz zurückgreifen zu können. Bei allem Respekt vor unseren Kaderschmieden: Das sind Qualitäten, die man nicht von heute auf morgen entwickelt.

Ein Beleg dafür, dass Führungskräfte über 50 wieder vermehrt geschätzt werden, ist der Erfolg von «Adlatus», der Organisation, die wir in dieser Ausgabe vorstellen. Das Geheimnis liegt eben nicht in der Entscheidung für junge oder für ältere Leute, sondern im gesunden Zusammenspiel zwischen erfahrenen älteren und «hungrigen» jungen Teammitgliedern. Es ist zu hoffen, dass den Unternehmen und Managern, die Jahrzehnte lang gute Arbeit geleistet haben, dank solchen Initiativen wieder der Respekt entgegen gebracht wird, den sie verdienen.

Das Thema «Alter» ist für einen prominenten Interviewgast ebenfalls sehr zentral. Der Schönheits-Chirurg Werner L. Mang, ursprünglich Deutscher und heute in der Ostschweiz verwurzelt, «verjüngt» seine Kundschaft mit dem Skalpell. Ein Business, das keine Krise kennt – ganz im Gegenteil. Das Gespräch mit dem Mann, zu dessen Freundeskreis die Schönen und die Reichen gehören, bietet einen tiefen Einblick in eine faszinierende Branche – und eine faszinierende Persönlichkeit.

Natal Schnetzer
Verleger



Aktiver Umweltschutz in der Praxis

Wir drucken ökologisch. Sie auch?



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

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

Leader lesen LEADER®

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmermagazin. www.leaderonline.ch



Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse. – Elitär, finden Sie? Da haben Sie völlig Recht.

www.leaderonline.ch



3 Mehrfamilienhäuser «Grüenau Park» mit 37 Eigentumswohnungen an der Grüenaustrasse in Bazenheid – 5 Minuten vor Wil

- › Hoher Wohnkomfort
- › Grosse Balkone/Grünanteile
- › Wunderschöne Aussicht
- › Zentrumsnahe, grüne Lage
- › Umweltfreundliche Erdwärme

3½-Zi-Eigentumswohnung
ab CHF 318'000.–

4½-Zi-Eigentumswohnung
ab CHF 398'000.–



Verkauf direkt durch die Bauherrschaft:

WIM AG Industriestrasse 26 T 071 292 39 00
9300 Wittenbach info@wim.ch/www.wim.ch



Die grauen Panther sind noch nicht müde 06
Auf die Erfahrung des Experten-Netzwerks Adlatus setzen

Gut verankert mit mobilen Festhallen 10
Beschafft sich einen Teil der Arbeit gleich selbst: Festhallen-Vermietung AG

«An Urlaub finde ich keinen Gefallen» 12
In einem Millionen-Markt tätig: Schönheitschirurg Werner L. Mang

Keine hektischen Massnahmen einleiten 20
Denkt langfristig: Arthur Gerber von der Kindlimann AG in Wil

«Die Wertschätzung für Qualität wächst wieder» 26
Jansen AG: Vom kleinen Stahlrohrproduzent zum internationalen Ausstatter

Zur KMU-Kultur zurückgefunden 38
Sitag AG setzt auf Nachholbedarf nach der Krise

«Lieber immer ein bisschen, als gar nichts» 42
Wie sich Rennfahrerin Christina Surer fit hält

Mit keinem Rappen fremdfinanziert 50
Vitales Unternehmen: Update Fitness AG

Anzeige

Der Klick zum Job.

Profitieren auch Sie von der stärksten Ostschweizer Stellenplattform.
Für mehr Effizienz und Erfolg im Bewerbungsprozess.



ostjob.ch nicejob.de westjob.at

Die führende Euregio-Stellenbörse

Die grauen Panther sind noch nicht müde

Lange, vielleicht zu lange, war die Wirtschaft einem regelrechten Jugendwahn ausgesetzt. Viel zu schnell wurden erfahrene Unternehmer und Führungskräfte dem alten Eisen zugeordnet. Dass ihre Erfahrung und ihr Wissen Gold wert sein können, beweist das Netzwerk Adlatus, bei dem über 55-jährige, finanziell unabhängige Experten ihr Können zur Verfügung stellen – mit einem beachtlichen Leistungsausweis.



Franz Gutmann gibt seine Erfahrung heute anderen Firmen weiter

Text: Stefan Millius

Bilder: Bodo Rüedi

Insgesamt 33 Jahre lang war Franz Gutmann, von Haus aus Maschineningenieur, bei demselben Betrieb beschäftigt. Er war an vorderster Front dabei, als es darum ging, den Kleinbetrieb im Bereich Kunststoff zu einem mittleren Unternehmen mit rund 400 Beschäftigten aufzubauen. Gutmann war für die Bereiche Technik, Produktion und Entwicklung zuständig und betreute als Key Account Manager den grössten Kunden der Firma. Später war er auch im Ausland tätig, baute in China und in den USA Zweigfirmen für seinen Arbeitgeber auf. Im Rahmen eines Management Buy-out bei der Nachfolgeplanung im Familienbetrieb erhielt der Rebsteiner die Chance, sich zu beteiligen, was er auch tat.

Mit 57 finanziell unabhängig

Zehn Jahre lang war Gutmann danach nicht nur als Führungskraft, sondern als Mitinhaber an Bord. Dann spürte er, dass es Zeit war für eine Veränderung. Gewisse Abläufe wiederholten sich, der

«Mit 57 Jahren war ich zu jung, um nur noch am Strand zu liegen.»

Spass ging etwas verloren. Franz Gutmann verkaufte seine Anteile an der Firma und war damit auf einen Schlag finanziell abgesichert für die Zukunft und unabhängig von einem Erwerbsjob. Eine schöne Situation, allerdings mit einem Haken: Er war erst 57 Jahre alt.

«Das ist doch eindeutig zu jung, um aufzuhören», erinnert sich Gutmann, inzwischen 65 Jahre alt, im Gespräch lachend. Einfach an den Strand liegen wollte der Ingenieur, der Zeit seines Lebens mit Leidenschaft gearbeitet hatte, nicht, dafür fühlte er sich noch zu gut im Schuss, dafür war er zu aktiv. Was Gutmann aber ebenfalls wusste: Er hatte kein Bedürfnis nach dem Alltagsstress eines Volljobs wie zu seinen besten Zeiten. «Im Grunde

stand ich vor einer beneidenswerten Situation», sagt Gutmann rückblickend, «ich durfte arbeiten, musste aber nicht, denn das Geld reichte zum Leben, und ich konnte mir meine Arbeit aussuchen, unabhängig vom Lohn.»

Auf Adlatus gestossen

Der 57-Jährige machte sich zunächst mit einer Einzelfirma für Beratungen selbständig. Einige Zeit später stiess er auf eine Organisation namens Adlatus, eine Vereinigung aus ehemaligen Unternehmern, Führungskräften und Fachleuten, die KMU und Jungunternehmer unterstützen, indem sie ihnen für ein moderates Honorar Beratung, Coaching und aktive Hilfe anbieten. Ihr Markenzeichen: Die Adlatus sind zwischen etwa 55 und 70 Jahre alt.

Gutmann fand den Ansatz spannend, nahm Kontakt auf, führte erste Gespräche – und gehörte bald zum Kreis der Adlatus. Seit vier Jahren leitet er zudem die Ostschweizer Gruppe der regional organisierten Vereinigung. Als solcher ist er eine Art «Filter» für Aufträge. Anfragen von Unternehmen auf der Suche nach Unterstützung kommen zu ihm, er schaut, wo der Schuh drückt, beurteilt die Situation und entscheidet dann, welcher Adlat zum Einsatz kommen soll.

Fachleute für fast jeden Bereich

Schweizweit ist das Kompetenz-Netzwerk gross. Gutmann dazu: «In der Schweiz sind wir rund 300 Adlatus aus den verschiedensten Wirtschaftsbereichen, da gibt es für praktisch jede Frage den richtigen Experten.» Aber auch nur schon unter den über ein Dutzend Ostschweizer Adlatus ist die Bandbreite beeindruckend. Ein ehemaliger Teilhaber einer Druckerei, ein Ex-Bankdirektor und ein Ex-Personaldirektor, frühere Fachleute aus Technik und Marketing, ein Gross-Garagist, die einstige Leiterin sozialer Dienste: Sie und mehr stehen bereit für einen Einsatz. Neben Erfahrung, Wissen und Können bringen sie genau wie Gutmann selbst eine entscheidende Voraussetzung mit: Sie sind finanziell unabhängig und nicht auf Aufträge angewiesen. «Deshalb gibt es bei uns keine Konkurrenzkämpfe, keine Intrigen, kein Karrieredenken – das haben wir alle hinter uns», sagt Franz Gutmann.

Das Adlatus-System ist denkbar einfach: Hat ein Adlat ein Mandat zugeteilt bekommen und wird er sich mit der Firma, die er unterstützen soll, einig, so ist er danach in Eigenregie tätig, quasi als Alleinunternehmer. Er führt die Arbeit aus und verrechnet sie auch. 15 Prozent seines Gehalts gehen an die Adlatus-Zentrale, die sich damit finanziert. Alles Weitere liegt in den Händen des Einzelnen.

Oft im Team unterwegs

Soweit die Theorie, die Praxis sieht allerdings oft anders aus. Schon bei der ersten Sondierung einer Anfrage erkennt Franz Gutmann nicht selten, dass das, was ein Unternehmen selbst als

sein Problem schildert, gar nicht der eigentliche Haken ist. Gutmann dazu: «Auf den ersten Blick sind vielleicht die Finanzen das Problem, aber beim näheren Hinsehen erkennt man, dass beispielsweise in der Organisation oder beim Marketing Fehler gemacht wurden, die sich auf die finanzielle Situation auswirken.» Für den Ostschweizer Adlatus-Regionalleiter ist das entscheidend, denn nur so kann er den richtigen Experten beiziehen – beziehungsweise mehrere. Denn nicht selten kommen mehrere Problemfelder zusammen, so dass gelegentlich ein kleines Team aus Adlatus gemeinsam am Fall arbeitet.

Dass das jeweils reibungslos klappt, liegt auch daran, dass sich die Adlatus untereinander gut verstehen und eine gemeinsame

«Dank unserer Unabhängigkeit gibt es bei uns kein Karrieredenken und keine Intrigen.»

Philosophie teilen. Das sei, so Franz Gutmann, bei der Beurteilung der Anwärter ein wichtiger Punkt. Man habe keine schwierige Aufnahmeprüfung oder dergleichen zu absolvieren, doch beobachtet das Auswahlgremium genau, ob ein Kandidat menschlich passt oder nicht.

Profitieren vom nationalen Netzwerk

Wo aber liegen die Grenzen dieser «grauen Panther» des Unternehmertums? Zum einen sicherlich in den Dimensionen eines Auftrags. Will ein grösserer Betrieb das gesamte Finanzwesen umkrempeln, ist eine klassische Unternehmensberatung mit ihren Ressourcen wohl der bessere Partner. Ansonsten kann Adlatus Ostschweiz in aller Regel eine Firma unterstützen, ohne Hilfe aus anderen Regionen anzufordern – doch ist das einmal nicht gegeben, können sich die Ostschweizer auf das nationale Netzwerk abstützen. Franz Gutmann erinnert sich an einem Fall, als ein kleines Pharmaunternehmen an der Produktion eines neuen Medikaments arbeitete und Adlatus um Hilfe bat. Eine hochspezifische Branche, «und die entsprechende Erfahrung haben wir in der Ostschweiz einfach zu wenig», gibt Gutmann zu. Kurzerhand griff er zum Telefon, fragte bei den Kollegen in Basel nach – und kurz darauf übernahm ein Basler Adlat ein halbjähriges Mandat bei dem Betrieb und leistete dort Aufbauarbeit.

Solche längeren Mandate sind neben kürzeren Einsätzen mit Beratung und Coaching durchaus üblich. Und es gibt laut Gutmann auch Auftraggeber, die den Adlatus-Service so schätzen, dass sie förmlich «hängen bleiben». Eine Gemeinde überbrückte einst die Vakanz bei der Führung eines Verwaltungsbereichs mit einem Adlatus. Kaum war dessen Auftragszeit abgelaufen, ergab sich eine Lücke in einem ganz anderen Bereich – und eine Woche später sass derselbe Mann für die Gemeinde auf einem ande-



abacus business software

< digital erp >

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



ABACUS

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

Über Adlatus

Der Verein Adlatus, gegründet 1982, ist ein gesamtschweizerisches Netzwerk erfahrener Führungskräfte und Fachspezialisten mit über 300 Mitgliedern. Die Arbeit bei Adlatus bietet vielen Angehörigen des oberen und obersten Kaders der Wirtschaft die Möglichkeit, ihre berufliche Laufbahn vielseitig, spannend und herausfordern abzuschliessen.

Adlatus ist regional organisiert. Bei Adlatus Ostschweiz werden die Kantone St. Gallen, beide Appenzell und Thurgau sowie Fürstentum Liechtenstein erfasst. Kontakt: Franz Gutmann, Telefon 071 777 61 09, E-Mail: gutmann@adlatus.ch. Weitere Informationen sowie Referenzen sind im Internet unter www.adlatus-ostschweiz.ch zu finden.



Franz Gutmann

ren Stuhl und füllte eine völlig andere Vakanz. Für Franz Gutmann ist das durchaus machbar, denn: «Unsere Leute müssen nicht zwingend auf ein Gebiet spezialisiert sein, gerade bei Vakanzen geht es oft einfach um die Frage, ob jemand eine Organisation führen kann und schnell den Durchblick hat.»

Umsatz mehrfach verdoppelt

Wäre Adlatus ein herkömmliches Unternehmen, so würde man wohl sagen: Es floriert. Obschon die Vereinigung nicht gross für sich wirbt – «wir drängen uns nicht auf, sondern sind einfach da, wenn uns jemand fragt», – steigt die Nachfrage laufend. In den letzten drei Jahren habe man den Umsatz jedes Jahr mindestens verdoppelt, und selbst im «Krisenjahr» 2009 wurde das Budget bereits im Mai übertroffen. «Zum einen hängt das sicher damit zusammen, dass wir gute Leute mit einem breiten Beziehungsnetz haben», ist Gutmann überzeugt. Zum anderen zeige sich darin vielleicht auch eine Gegenbewegung zum früher herrschenden Jugendwahn. «Mich freut es, wenn junge, gut ausgebildete Unternehmer der Ansicht sind, dass manchmal eben die Erfahrung von älteren Unternehmern wichtig sein könnte.»

Nicht alles, was an Gutmann und seine Kollegen – mit einer Ausnahme alle männlich – herangetragen wird, stösst bei ihnen auf Begeisterung, gelegentlich sehen sie sich auch gezwungen, bei einem Auftrag abzuwinken. «Wir hoffen jeweils, dass eine Firma möglichst früh zu uns kommt», so Gutmann, «denn wir haben wenig Lust, Totengräber zu spielen.» Wenn sämtliche Banken die Kredite bereits zurückfahren oder einfrieren, wenn die Situation ausweglos ist, dann können auch Adlatus mit ihrer Erfahrung nicht mehr viel bewirken.

Lebenserfahrung als Plus

Andererseits holen sie manchmal auch aus Situationen noch etwas heraus, die als völlig verfahren gelten. Ein Beispiel: Der älteste Ostschweizer Adlat, der stolze 74 Jahre zählt, ist mit einem Zusatzstudium in Theologie prädestiniert für Fälle, in denen das Problem nicht in der Organisation, sondern im zwischenmenschlichen Bereich liegt, wo also Mediation gefragt ist. Gerade bei

Nachfolgeregelungen mit familiären Spannungsfeldern seien die ruhige Art und die spürbare Lebenserfahrung dieses Mannes Gold wert. «Ein 65-Jähriger, der sein Unternehmen an einen Nachfolger übergibt, möchte oft nicht von einem 30-Jährigen beraten werden, selbst wenn dieser noch so gut ausgebildet ist», stellt Gutmann fest.

Nicht oft, aber gelegentlich kommt es zudem vor, dass aus einer Beratung eine langjährige Beziehung wächst. Franz Gutmann selbst hatte einst ein Mandat, bei dem er ein Hightech-Unternehmen beim Sprung in die USA unterstützte. Hilfe bot ihm dabei einer seiner Brüder, der dort wohnt. Man sei offenbar der Ansicht gewesen, er habe seinen Job gut gemacht, und bald darauf kam

«Ein 65-Jähriger will sich oft nicht von einem 30-Jährigen beraten lassen.»

die Frage, ob er in den Verwaltungsrat des Unternehmens eintrete. Auf diese Weise konnte Gutmann seine ursprüngliche Arbeit für die Firma auf andere Art fortsetzen.

Die Fragen bleiben dieselben

Bleibt die Frage: Ist ein 65- oder 70-Jähriger noch genügend nah am Geschehen, um die immer komplexer werdenden Probleme der heutigen Wirtschaft beurteilen und angehen zu können? Franz Gutmann begegnet dieser Frage nicht zum ersten Mal, und seine Antwort fällt klar aus. «Die Grundsätze der Wirtschaft sind heute dieselben wie vor einigen Jahrzehnten. Es geht darum, die richtigen Produkte zu haben, richtig zu kalkulieren und die Buchhaltung im Griff zu haben.» Was sich geändert habe, seien höchstens die Begriffe – aus universitärem Umfeld tauchen immer wieder neue Namen für das auf, was man im Kern schon lange kennt. Mit permanenter Weiterbildung achten die Adlatus deshalb darauf, auf dem neuesten Stand zu bleiben. Aber: «Die Fragen rund um die Organisation und Führung einer Unternehmung entsprechen im Wesentlichen noch dem, was wir aus unserer Zeit kennen.» ■

Gut verankert mit mobilen Festhallen

Zu den Kunden von Adlatus Ostschweiz gehört unter anderem das Frauenfelder Unternehmen Festhallen-Vermietung AG. Das einstige Zwei-Mann-Unternehmen beschäftigt heute in Spitzenzeiten bis zu 20 Fest- und 30 Teilzeitangestellte. Der ehemalige reine Vermieter veranstaltet heute auch Messen und beschafft sich einen Teil der Arbeit so gleich selbst.



Text: Stefan Millius

Bilder: zVg

Exakt 40 Jahre alt ist die Festhallen-Vermietung AG in Frauenfeld (FVF) in diesem Jahr. Das Konzept ist über die Jahrzehnte im Grunde dasselbe geblieben, wurde aber stetig erweitert. Damit Schritt gehalten hat das Wachstum der Firma. Heute sind bei dem einst zweiköpfigen Mikrounternehmen 20 Festangestellte beschäftigt, punktuell kommen bis zu 30 Teilzeitangestellte dazu. Mehr als 300 Mal pro Jahr werden Zelte der FVF auf- und abgebaut, und die Palette der Gelegenheiten reicht von Gewerbeschauen und Firmenjubiläen über Ärzekongresse und Turnfeste bis zu Aufrichte- und Familienfeiern. Um dieser Vielfalt gerecht zu werden, wurden durch die Zeit immer mehr verschiedene Zeltypen angeschafft; heute sind es über 20 Arten mit einer Gesamtfläche von etwa 30'000 Quadratmetern sowie dazu passendem Zubehör.

Angebot laufend ausgebaut

«Unser Angebot hat sich mit der Zeit mit den Bedürfnissen des Marktes mitentwickelt», stellt Sandro Keller, kaufmännischer Leiter der FVF fest. Waren es am Anfang in erster Linie Grosszelte, hat man später den Weg «hinab» zu den kleineren Zelten genommen, um das Sortiment zu erweitern und so der richtige Partner für jede Art von Veranstaltung zu sein. Als Anbieter von Festhallen sei man massgeblich am Ambiente des jeweiligen Anlasses beteiligt – es geht also um mehr als nur um ein Dach über dem Kopf. Auch im Dienstleistungsbereich sei das Angebot nach und nach angepasst und ausgebaut worden.

Ob privates Familienfest, regionale Messeveranstaltung oder gleich ein Open-air: Die Festhallen-Vermietung besorgt die Distribution direkt zum Endkunden und nicht via Wiederverkäufer oder Vermittler. Sandro Keller: «Das hat für uns den Vorteil, dass



*Sandro Keller, kaufmännischer
Leiter der FVF*

wir die Nutzer unserer Angebote direkt kennen und sie uns. So bleibt unser Sortiment immer an die Bedürfnisse der effektiven Kunden angepasst.»

Typen für jede Ambiance

Ein Zeltsortiment anschaffen, beim Kunden aufbauen und abbauen: Das, so könnte man meinen, ist alles, was ein Anbieter in diesem Geschäft tun muss. Laut Sandro Keller zeigen sich die Unterschiede aber im Detail – und darin, wie man auf besondere Herausforderungen reagiert. Das Problem bei mobilen Festhallen sei das Konsenswasser. Spätestens, wenn es von der Hallendecke herunter auf die Besucher zu tropfen beginnt, ist es vorbei mit der festlichen Stimmung. Als einer von wenigen Anbietern hat die FVF laut Urs Keller eine speziell entwickelte Blache im Standard-Angebot, die das zu verhindern weiss. Ein weiterer Marktvorteil sind die dunklen Dachabdeckungen, die es selbst bei Tageslicht erlauben, visuelle Technologien in der Festhalle einzusetzen. Kunden, die eine ganz besondere Ambiance wünschen, fühlen sich wiederum von der Rundbogenhalle angesprochen, die Keller als «einzigartig» bezeichnet.

Auch wenn im Bereich Festhallen in naher Zukunft keine grossen technischen Innovationen zu erwarten sind, welche die Branche auf den Kopf stellen, sind Anbieter gezwungen, stets mitzudenken. Gerade bei Publikumsmessen seien es Besucher und Aussteller gleichermaßen, die immer wieder etwas Neues erwarten und überrascht werden wollen. In diesem Bereich hat das Team der Festhallen-Vermietung AG viel Erfahrung, ist sie doch selbst Ausrichter der Thurgauer Frühlingsmesse sowie der Schaffhauser Herbstmesse. «Bei unseren Messen ist der Unterhaltungswert massgebend», stellt Sandro Keller fest, und diesem Anspruch müssen auch Festhallen und –zelte genügen.

Profitieren von Grossanlässen

Der historisch gewachsene Standort Frauenfeld ist für die FVF ein Glücksfall, auch wenn die Firma mit der eigenen Transport- und Montagecrew in der ganzen Schweiz tätig ist. Sandro Keller dazu: «Frauenfeld hat es in den letzten Jahren immer wieder geschafft, Anlässe von nationaler Bedeutung hier auszutragen. Dabei denke ich an das Schwing- und Älperlerfest nächstes Jahr, das Open-Air Frauenfeld, das eidgenössische Turnfest und vieles mehr.» Bei diesen Anlässen werden viele Festhallen gebraucht – ein Idealfall für das örtlich ansässige Unternehmen.

Über die herrschende Wirtschaftsflaute klagen kann die Vermietungsfirma nicht, auch wenn sie die Situation durchaus auch zu spüren bekommt. Viele Firmen- und Familienfeste werden angesichts der angespannten Lage in kleineren Massstäben oder gar nicht mehr durchgeführt. Andererseits werden Grossveranstaltungen lange im voraus geplant, so dass im Bereich der Zeltvermietung im Moment kein Rückschlag zu verzeichnen ist. Und im Bereich der Messeorganisation sei die Wirtschaftslage ohnehin weniger spürbar. «Erstens sind die Aussteller lokale Gewerbetreibende, die den persönlichen Kundenkontakt pflegen wollen», erklärt Sandro Keller, «und zweitens ist die Kauflust bei den Besuchern immer noch gut, da es hauptsächlich um eher kleinere bis mittlere Beträge geht.» ■



Zum Unternehmen

Die Festhallen-Vermietung AG mit ihren heute 20 Mitarbeitern ist ein klassisches KMU. Zur Firma gehören neben 10'000 Quadratmetern Lagerfläche, davon über 5000 Quadratmeter überdacht, eine gut ausgebaute Infrastruktur und eigene Transport- und diverse Flurfahrzeuge. Das Unternehmen basiert auf zwei Geschäftsfeldern. Zum einen die Vermietung von Festzelten und –hallen sowie dem entsprechenden Mobiliar wie Bühnen, Bänke und Tosche. Zum anderen die Messeorganisation: Die Festhallen-Vermietung AG organisiert jeweils Ende März in Frauenfeld die Thurgauer Frühlingsmesse sowie in der letzten Oktoberwoche die Schaffhauser Herbstmesse.

Weitere Informationen im Internet unter www.festhallen.ch.



*«Na, dann wurde es ja höchste Zeit,
dass ich hierher gekommen bin.»*

Werner L. Mang

«Bis zum Frühstück eine Nase, dann fängt mein Tag richtig an»

Eigentlich ist es nicht schlecht, wenn man einen Schönheitschirurgen persönlich kennt. Werner L. Mang ist alles andere als ein gewöhnlicher Arzt: Sympathisch, ironisch und ungewöhnlich offen spricht er mit dem LEADER über seine Charakterzüge, den neu erworbenen Helikopter und Promis auf dem OP-Tisch.

Interview: Marcel Baumgartner

Bilder: Bodo Rüedi

Werner L. Mang, muss ich Angst haben, dass Sie mir gleich vorschlagen, was ich an meinem Äusseren verbessern könnte?

Nein, überhaupt nicht. Ich bin kein Arzt, der in der Strassenbahn sitzt und die Menschen nach ihrem Äusseren analysiert. Schönheitschirurgie beinhaltet ja nicht nur Beauty, sondern auch Wellness und Wohlbefinden. Ich werde also sicherlich niemandem meine Dienste aufdrängen. Ich bin auch nicht der Prototyp eines eitlen Menschen, sondern eher ein Workaholic, der das Gebiet faszinierend findet, in dem er tätig ist.

Also sind Sie mehr Unternehmer denn Arzt?

Ich habe beide Gene in mir – jene des Unternehmers und jene des Arztes. Wohl auch bedingt durch meine Sternzeichen: Die Jungfrau passt zur Tätigkeit im OP und der Aszendent Löwe zum Unternehmertum. Eine meiner Haupteigenschaften ist Fleiss. Fleiss, Sportlichkeit und Ehrlichkeit waren die Eckpfeiler der strengen Erziehung durch meinen Vater. Mein Studium habe ich mir mit Taxifahrten finanziert und mir bereits damals mein erstes kleines Appartement gekauft. Sie sehen: Ich denke schon seit jungen Jahren klar wirtschaftlich.

Und haben so ein Vermögen gemacht.

Ich habe es zu einem mir damals unvorstellbaren Reichtum gebracht, ja. Aber obwohl ich als der wirtschaftlich erfolgreichste Arzt Europas gelte, sind für mich zehn Franken immer noch viel Geld. Man muss in seinem Leben auf dem Boden bleiben.

Die Mang Medical One Klinik-Gruppe betreibt in Deutschland zehn Kliniken. Sie sind aber auch in Rorschacherberg und Appenzell tätig, besitzen den Schweizer Pass. Wieso hat es Sie hierher verschlagen?

Mein Vater sagte mir immer: «Wenn Du einmal erfolgreich bist, dann gehe auf die Schweizer Seite des Bodensees.» Und er hatte Recht: Ich konnte hier meinen Traum verwirklichen. Wir sind mit der Gruppe weiterhin auf Expansionskurs, eröffnen Kliniken in Moskau und Palma de Mallorca, trotzdem wird dieser Standort hier immer meine Regenerationszone sein. Ich habe in Rorschacherberg die schönste Liegenschaft mit dem schönsten OP, wo

ich auf meinen geliebten Bodensee schauen kann, aus dem ich Kraft schöpfe und der mir Kreativität verleiht. Wenn ich mit Frust an diesen Ort fahre, fällt der sofort von mir ab. Ich habe mich selten an einem Platz so wohl gefühlt wie hier, im Paradies am Bodensee. Kässpätzle sind mir eben lieber als Champagner.

Wie kreativ ist Ihr Beruf? Die Kunden dürften in der Regel mit klaren Vorstellungen zu Ihnen kommen.

Die ästhetische Chirurgie, insbesondere die Gesichtschirurgie, ist im höchsten Masse kreativ. Ich muss ja entscheiden, welche Nase zu einem Gesicht passt. Wenn ich alle Wünsche, die mir Patienten mittels Fotoaufnahmen von Prominenten zeigen, erfüllte, kämen teilweise groteske Formen heraus. Solche Dinge mache ich nicht. Ich bin für die natürliche Schönheitschirurgie. Ich mache keine Puppennasen, ausgespritzte Lippen oder Megabrüste.

War aber nicht gerade das lange Zeit gefragt?

Der Trend der Schönheitschirurgie geht ganz klar in Richtung Mang'sche Schule, also zur Natürlichkeit und zum Wohlbefinden. Aus Amerika kommen immer mehr Hollywoodstars zu uns, die wieder normal aussehen wollen. Sie wollen sich wieder wohl in ihrer Haut fühlen, und das geht nun einmal nicht mit einer glatt gezogenen Haut und Augen, die kaum mehr Ausdruck haben. Ich bin auch kein Freund von zu viel Botox. Das ist für mich Unnatürlichkeit, und ich liebe Mimik. Der Mensch darf ruhig ein paar Falten haben. Das alles ist die Zukunft der Schönheitschirurgie, die wir an unseren Kliniken predigen.

«Mein Leben ist im Prinzip in 80 Prozent Arbeit, 10 Prozent Familie und 10 Prozent Sport unterteilt.»

Und Sie sehen ja, dass wir damit sehr erfolgreich sind. Ich will einen 60-Jährigen nicht verändern, sondern so herstellen, dass er wieder wie Ende 40 aussieht. Es geht um eine Verjüngung, nicht um eine Änderung des Typs. Zu meinen zwei Jugendsünden zähle ich eine Frau, die ich zu Pamela Anderson, und einen Mann, den ich zu Brad Pitt umoperiert habe. Wir haben das damals zusam-



men mit Psychologen gemacht; die Patienten waren sehr stabil und anschliessend erfolgreich in ihrem Beruf. Trotzdem: Ich würde das heute nicht mehr machen.

Im Vorzimmer sieht man zahlreiche Bilder mit Zeitungsartikeln über Sie. Das Unternehmen «Mang» und dessen Methoden fokussiert sich klar auf Ihre Person.

Nicht zuletzt ist die Marke deshalb so erfolgreich. Ich beschäftige mich seit über 30 Jahren mit der ästhetischen Chirurgie, habe zahlreiche Prominente operiert und dadurch kennen mich mittlerweile 50 Prozent der deutschen Bevölkerung. Aber auch das führe ich zurück auf meine Faszination an diesem Beruf. Und diese lebe ich in allen Facetten aus. Ich habe nicht nur Patientenratgeber sondern auch Lehrbücher geschrieben, nach denen welt-

weit gearbeitet wird. Denn ich stehe zum Begriff «Schönheitschirurgie», auch wenn dieser manchmal in einem negativen Licht gesehen wird. Aber die ästhetische Chirurgie gehört zum Zeitgeist wie das Internet. Wir müssen uns mit diesem Thema auseinandersetzen. Viele Patienten würden eher auf ein neues Auto oder den Urlaub verzichten, als auf eine Operation. Von der Rezession ist daher in unserer Branche nichts zu spüren – im Gegenteil.

«Ich habe bemerkt, dass ich an Urlaub keinen Gefallen finde.»

Sie werden mitunter aber auch heftig kritisiert.

Gerade in unserer Branche herrscht unter den Ärzten sehr viel Neid und Missgunst. Erfolgreiche Menschen werden daher oft zu unrecht attackiert. Neid muss man verdienen, Mitleid bekommt man von selbst. Dabei haben wir gerade in Deutschland und Österreich sowie in der Schweiz im Bezug auf die ästhetische Chirurgie – oder allgemein im Gesundheitswesen – die beste Versorgung weltweit. Vergleichen Sie das einmal mit England, Amerika oder Frankreich. Das Gejammer sollte daher endlich aufhören. Weil ich nie mit eingestimmt habe, wurde ich so erfolgreich.

Weil Sie nie gejamert haben?

Genau. Natürlich gehört harte Arbeit dazu. Ich arbeite täglich 12 bis 14 Stunden, manchmal sieben Tage die Woche. Urlaub mache ich keinen. Aber vor allem bin ich ein Mensch, der positiv denkt, Niederlagen einstecken kann und äusserst vital ist. Ich mache täglich eine Stunde Sport, habe eine Traumfrau und eine wunderbare Familie. Das gibt Kraft.

Sie hätten es also auch in einer anderen Branche zu etwas bringen können?

Solche Charaktere wie mich können Sie überall hinstellen. Einfach deshalb, weil ich mich von der Obrigkeit nicht verbiegen lasse. Hätte ich Automechaniker gelernt, würde ich heute vielleicht zehn Autohäuser betreiben. Ich bin sehr undiplomatisch und habe mir dadurch auch schon Ärger eingehandelt, aber das ist auch ein Grund für den Erfolg: Korrekt, geradlinig, ehrlich, fleissig, sportlich und kein Duckmäuser.

In der Schweiz sind Schönheitsoperationen nach wie vor kein öffentliches Gesprächsthema.

Sie haben Recht: Es ist immer noch ein Tabuthema. Aber die Anzahl Operationen spricht eine andere Sprache. 2009 werden in Deutschland über eine Million Operationen durchgeführt, in der Schweiz dürfte man gegen 100'000 erreichen, Tendenz klar steigend. Man legt heute sehr viel Wert auf Äusserlichkeiten. Das zeigt der gesamte Run auf Beauty- und Wellnessangebote. Die Menschen wollen sich bewegen, schön sein, gesund bleiben und

alt werden. Deswegen hat die Schönheitschirurgie einen so hohen Stellenwert wie etwa die Hüftgelenk-, Kniegelenk- oder Augenchirurgie. Diese gesamte Anti-Aging-Medizin hatten wir vor 30 Jahren noch nicht, sie wird aber immer wichtiger. Genau in diesen Bereich will ich auch die Schönheitschirurgie hineinbringen.

Zu Ihrer Klientel gehören folglich vor allem Menschen über 50?

Nein. Ein wichtiges, zweites Segment ist die psychologische Medizin ab 18 Jahren, wo wir Jugendliche behandeln, die beispielsweise an einer langen Nase oder einem zu grossen Busen leiden. Das sind die zwei grossen wirtschaftlichen Pfeiler der Branche – Anti-Aging und psychologische Medizin –, und sie bilden einen Milliardenmarkt. In der Schweiz ist es zwar derzeit erst ein kleines Segment, aber es wird in den nächsten Jahren sicherlich ein Wachstum im zweistelligen Bereich erzielen.

«Die meisten Moderatoren über 50, die keine Tränensäcke haben, waren schon bei uns.»

Auch weil bewiesen ist, dass schöne Menschen erfolgreicher sind?

Ja. Untersuchungen belegen, dass es Männer und Frauen, die schlank sind, keine Tränensäcke aufweisen und Haare auf dem Kopf haben, gerade in höheren Etagen leichter haben als kleine, dicke, ungepflegte Menschen. Wenn man also über eine soziale Kompetenz verfügt und zudem noch gut aussieht, kommt man schneller voran. Die meisten Moderatoren über 50, die keine Tränensäcke haben, waren wohl schon bei uns... Wir haben unter unseren Patienten aber nicht nur Schauspieler und Vermögende, sondern auch viele Manager ab 50, die sich die Schlupflider machen lassen. Denn die Natur kann man nicht immer besiegen.

Muss man sie denn besiegen?

Mein neuestes Buch widmet sich diesem Thema sehr kritisch. Es trägt den Titel «Verlogene Schönheit». Meine Analyse darin lautet «Vernünftige Schönheitschirurgie ja, Schönheitswahn nein». Denn ich sehe durchaus, dass es in der Branche Auswüchse gibt. Nochmals: Wir verändern hier keine Typen. Es geht uns um ein besseres Wohlbefinden.

«Solche Charaktere wie mich können Sie überall hinstellen.»

Wenn man also auf einer Party erkennt, wer alles eine Mang-Nase «trägt», haben Sie Ihren Job schlecht gemacht?

(lacht) Ein Kolumnist der Zeitschrift «Focus» hat einmal geschrieben, dass ein beliebtes Geschenk eine Tasche von Gucci und eine Nase von Mang sei. Das hat mich natürlich geehrt. Eine

Nase von Mang steht für Natürlichkeit. Bisher wurde ich auf einer Party noch nie beschimpft, alle waren zufrieden. Und so lange das so bleibt, fühle ich mich ganz wohl.

Welche Prominenten lagen schon auf Ihrem OP-Tisch?

Sie werden verstehen, dass ich Ihnen hier nun keine Namen nennen kann. Sonst würde ich Ärger bekommen. Prominente werden bei uns daher auch unter falschem Namen aufgeführt.

Ist die Nervosität grösser, wenn Sie das Messer bei einem Promi ansetzen?

Wenn man fast 30'000 Operationen gemacht hat, ist der Ablauf Routine. Und ich habe fast jede Woche einen Prominenten, der etwas von mir will. Stress kommt da keiner auf, insbesondere auch, weil ich mich beim Operieren entspannen kann. Vielleicht ist beim einen oder anderen Patienten der Puls marginal höher – aber unwissentlich. Ich habe einen Sportlerpuls von 58.

Sie entspannen sich beim Operieren?

Natürlich. Das bereitet mir Freude. Ich sage immer: Bis zum Frühstück eine Nase, dann fängt der Tag richtig an. Weil ich dann in einer Stunde bereits etwas geleistet habe. Sitze ich drei Stunden in meinem Büro und diktiere einen Text, frage ich mich, was ich überhaupt gemacht habe.

Wie kritisch betrachten Sie sich eigentlich selbst?

Jedes Mal, wenn ich einen Fernsehauftritt von mir habe, denke ich, dass ich mir meine Tränensäcke vielleicht doch einmal machen lassen sollte. Ansonsten bemängelt meine Frau sogar, dass ich zu wenig Wert auf mein Äusseres lege: Ich würde mir zu wenig neue Kleidung kaufen und immer nur in weissen Hosen herumlaufen.

Wieso tun Sie sich diese 14 Stunden Arbeitstage eigentlich noch an? Sie könnten sich zurücklehnen, das Leben geniessen und das verdiente Geld ausgeben.

Um Gottes Willen, nein! Wenn mir einer sagt, dass ich bald in Rente gehen kann, bekomme ich ein flaes Gefühl in der Magengegend. Mein Leben ist im Prinzip in 80 Prozent Arbeit, 10 Prozent Familie und 10 Prozent Sport unterteilt. Und so lange ich noch gesund und fit bin, werde ich das weiterhin so handhaben. Ich habe immer noch zahlreiche Projekte im Kopf, die ich umsetzen möchte.

Freizeit wäre für Sie demnach eine Qual?

Ich habe einfach bemerkt, dass ich an Urlaub keinen Gefallen finde. Ich kann auch nicht acht Stunden auf dem Golfplatz verbringen. An Hobbys fehlt es mir indes nicht: Ich golfe, jage, fahre Autorennen und Wasserski, fische und spiele Tennis. Nur habe ich das Paradies hier vor Ort. Wieso sollte ich also zwei, drei Wochen



wegfahren? Geistig muss jeder Tag wie Urlaub sein. Nur so bleibt man vital. Wenn ich Frust im Job habe, komme ich nicht weiter.

«Ärgert man die Leistungsträger permanent, ziehen sie davon.»

Aber mit Verlaub, ganz normal ist es auch nicht, niemals Ferien zu machen?

Ich bin auch kein normaler Arzt. Die Kombination meiner verschiedenen Segmente macht mein Leben so spannend. Jede Woche Vollpower. Beispiel: Kürzlich war am Freitag und Samstag der Kongress der Internationalen Gesellschaft für Ästhetische Chirurgie, welche ich präsidiere. Kurzfristig wurde ich für Donnerstagabend zu einer Talkshow im ZDF eingeladen. Also bin ich am Donnerstag mit dem Privatflugzeug von Friedrichshafen nach Berlin geflogen und war um 20 Uhr im Studio. Am nächsten Morgen ging es um 6 Uhr zurück, um 9 Uhr habe ich den Kongress eröffnet. Ein normaler Arzt macht das nicht. Ich bin ein vom Beruf faszinierter Mensch, der auch den wirtschaftlichen Erfolg sucht und genießt.

Sie suchen nicht nur den Erfolg, sondern auch das Rampenlicht. Folglich sind Sie dauernd auf Achse?

Klar. Ende Juni war ich zur Sendung «Wetten, dass...?» auf Mallorca eingeladen. Am Sonntagnachmittag ging es dann weiter nach München zu einem Abendessen mit Liza Minnelli. Die Rückreise nach Lindau trat ich erst so gegen 1 Uhr an. Allerdings stand ich einige Stunden später auch wieder im OP. Mein Leben ist nicht

wie das eines normalen Menschen. Wäre es das, wäre ich nicht so bekannt geworden. Aber ich versuche immer, aus allem 120 Prozent herauszuholen. Das ist manchmal für meine Mitarbeiter schwierig, weil ich natürlich auch gewisse Ansprüche an sie habe.

Ich werde jetzt nicht fragen, ob Liza Minnelli schon auf Ihrem Tisch lag. Aber auf jeden Fall entstanden über all die Jahre einige Freundschaften mit Prominenten?

Ja, und ich bin auch etwas stolz auf das internationale Netzwerk, das ich mir aufgebaut habe. Und das nicht nur mit Personen, die ich schon behandelt habe. Es führt zu höchst interessanten Gesprächen und Einladungen an alle möglichen Anlässe: Vom Tennisturnier in Wimbledon über ein Formel-1-Rennen in Monaco bis hin zur Oscarverleihung in Los Angeles. Man trifft Schauspieler, Sänger, Politiker und alle möglichen interessanten Leute. Es kommt auch oft vor, dass ich als Chirurg hinzugezogen werde, wenn einer dieser Prominenten beispielsweise einen Unfall hatte.

«Alles, was ich mir erträumt habe, habe ich mir auch gekauft.»

Besteht die Gefahr, dass Sie übermüdet im OP stehen?

Nein, nein. Ich bin wie ein Zehnkämpfer, höchst diszipliniert und absolut konzentriert. Ich komme mit sechs Stunden Schlaf aus. Wenn ich abends später ins Bett komme, gehe ich am nächsten Tag auch später in die Klinik. Aber ich muss meine Maschine immer auf Trab halten. Wenn sie nicht auf Touren ist, fühle ich mich unwohl. Dann kriege ich Herzbeschwerden.

Wer das aushalten muss, ist Ihre Frau. Sie lag bisher nur einmal auf Ihrem OP-Tisch: Als Sie ihr den Blinddarm entfernt haben.

Genau. So haben wir uns kennengelernt. Nächstes Jahr sind wir bereits 25 Jahre verheiratet. Auch hier bin ich also ein Exot: Wer reich und bekannt ist und nicht zu schlecht aussieht, ist in meinem Alter schon mindestens dreimal geschieden und hat eine 18-Jährige an seiner Seite. Meine glückliche Ehe ist aber ein wesentlicher Teil meines Erfolgs.

«Wenn ich auf RTL unter den reichsten Deutschen aufgeführt werde, erzeugt das natürlich Neid.»

Ausserdem haben Sie zwei Kinder. Wird eines davon die Marke «Mang» weiterführen?

Dereinst wird wohl meine Tochter Gloria das Management übernehmen. Das war immer mein Wunsch. Schliesslich möchte man, dass etwas vom Erreichten übrig bleibt.

Wo stehen Sie eigentlich politisch?

Ich bin Verfechter einer sozialen Leistungsdemokratie. Ich hasse alles, was links oder rechts ist. Man muss die Leistungsträger belohnen, um dann die sozial Schwächeren unterstützen zu können. Ärgert man die Leistungsträger permanent, ziehen sie davon. Wir haben das in Schweden gesehen, wo die Wende erst wieder eintrat, als man den Steuersatz senkte. Kurz gesagt: Je mehr man den Mittelstand pflegt, umso besser geht es jenen, die nicht so sehr an der Sonne stehen.

Ich bin beispielsweise Vorsitzender der Professor-Mang-Stiftung, einer Stiftung, die in Not geratene Kinder operativ versorgt. In diese Stiftung fliessen unter anderem jene Honorare, die ich für meine Fernsehauftritte oder für meine Bücher erhalte.

«Ich gelte als der wirtschaftlich erfolgreichste Arzt Europas.»

Auf der anderen Seite sind Sie auch ein Mensch, der sich gerne das eine oder andere gönnt.

Sie sprechen meine Ferrarisammlung an. Autos sind eine grosse Leidenschaft von mir. Und ich stehe durchaus zu diesen Dingen, die ich mir als Kind erträumt habe. Alles, was ich ersehnt habe, habe ich mir auch gekauft. Zuletzt einen Hubschrauber, für den ich im letzten Jahr den Pilotenschein gemacht habe. Eine harte Nummer – der normale Flugschein ist dagegen einfach. Mit Ende 50 musste ich mich da nochmals durch einen 63 Zentimeter hohen Turm von Theoriebüchern schlagen. Aber ich glaube,

die Schweizer sind «not amused», wenn einer seine Spielzeuge zeigt. Ist doch so, oder?

Wir sind wohl etwas zurückhaltend in diesen Dingen.

Ich habe die Schweizer in dieser Hinsicht noch nicht so ausgelotet. Ich kann nicht einschätzen, ob hier das gleiche Neidgefühl aufkommt wie in Deutschland. Wenn ich aber mit einem Rolls Royce mit Appenzeller Nummernschildern herumfahre, dann gefällt das den Leuten. Aber das ist halt auch ein historisches Fahrzeug. Ich bin ja kein Neureicher, sondern ein bodenständiger Mann mit einer intakten Familie, der seine Angestellten ordentlich bezahlt und auch einen gewissen Prozentsatz in soziale Projekte investiert. Aber wenn ich auf RTL unter den reichsten Deutschen aufgeführt werde, erzeugt das natürlich Neid. Umso mehr, da ich als extrovertierter Mensch meinen Erfolg zeige und mit Schauspielern befreundet bin. Ich glaube aber, die Schweizer interessiert es viel weniger als die Deutschen, ob einer nun einen Hubschrauber hat oder nicht. Ihr müsst nicht immer hinter jeden Vorhang blicken, was euch sympathisch macht.

Wir pflegen unsere Promis auch nicht so wie die Deutschen. Eigentlich haben wir gar keine Promis.

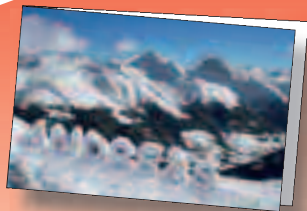
Na, dann wurde es ja höchste Zeit, dass ich hierher gekommen bin (lacht).

Zur Person

Aufgewachsen ist Werner L. Mang in Lindau, als Sohn des Forstdirektors Karl Mang. Streng und leistungsorientiert erzogen, erfolge nach dem Besuch der Grundschule und der neunjährigen, lehrreichen Zeit am Bodenseegymnasium in Lindau 1968 das Abitur. Schon früh galt Mangs Interesse der plastischen Chirurgie. Bereits als Schüler modellierte er Gesichter und Formen, fiel durch kreative Arbeit und künstlerische Fähigkeiten auf. Diese Kombination zwischen medizinisch-chirurgischem Interesse und künstlerischen Fähigkeiten war wohl der Schlüssel zum Erfolg.

1990 gründete Mang eine kleine Privatklinik für plastische Chirurgie mit operativer Tätigkeit am Kreiskrankenhaus Lindau. 2003 folgte die Eröffnung der Bodenseeklinik in Lindau, 2008 jene der Mang-Klinik in Rorschacherberg. In der Schweiz ist der Professor aber bereits seit 1994 tätig, seit 1997 auch als Leiter der Abteilung für ästhetische Chirurgie am Spital Appenzell. Mang ist zudem Honorarprofessor der Staatlichen Universität St. Petersburg, Ehrenpräsident der Deutschen Gesellschaft für Ästhetische Chirurgie und Präsident der Internationalen Gesellschaft für Ästhetische Medizin. Er ist verheiratet und Vater von zwei Kindern.

Nachhaltige Kundenkontakte mit bildpersonalisierten Kalendern und Weihnachtskarten



AWZ St.Gallen | Bildstrasse 2a | Postfach 144 | 9015 St.Gallen

Telefon 071 313 55 30 | Fax 071 313 55 40 | www.awz-sg.ch | info@awz-sg.ch

Gutschein für ein Angebot der ASA-Service AG:

Ich verfüge über:

- ☐ Einfamilienhaus
- ☐ Mehrfamilienhaus
- ☐ Gewerbe- / Industriebetrieb

Ich bin:

- ☐ Geschäftsführer
- ☐ Liegenschaftsverwalter
- ☐ Hauswart
- ☐ Mieter / Pächter

Ich wünsche:

- ☐ Check-up der Liegenschaftseinrichtung
- ☐ Informationen über WC-Käbel-Kabine
- ☐ Preisliste über Containereinigungsservice

Absender:

Titel:

Name und Vorname:

Strasse, Nr.:

PLZ / Ort:

Telefon:

E-Mail:

ASA-Service AG
Industriestrasse 15
Postfach
CH-9015 St.Gallen



ASA-Service AG

Ablauf- und Rohrreinigung Container Reinigung Mobiltoiletten-Service



Einer kam durch

24 Stunden Service
0848 310 200

führend durch Leistung und Qualität!

www.asa-service.ch

Quickmail AG greift Post an

Wenige Wochen nach der Senkung des Briefmonopols in der Schweiz auf 50 Gramm hat der St.Galler Marketing-Dienstleister MS Mail Service AG die Initiative ergriffen und die Quickmail AG gegründet, die künftig die Beförderung adressierter Mailings, Kataloge und Kundenzeitschriften anbietet.

Der Briefmarkt in der Schweiz wird vom Unternehmensbereich PostMail der Schweizerischen Post dominiert. 2008 beförderte die Schweizerische Post gemäss Geschäftsbericht 2.68 Mrd. adressierte Briefe. Nach Angaben der Postregulationsbehörde ist das ein Marktanteil von 99.9 Prozent.

Per 1. April 2006 erfolgte mit der Beschränkung des Briefmonopols auf Briefe bis 100g Gewicht der erste Liberalisierungsschritt, zum 1. Juli 2009 wurde die Grenze auf 50g abgesenkt. Damit sind laut Postregulationsbehörde 25 Prozent der Sendungen ausserhalb des Monopols und können durch private Anbieter zugestellt werden.

Falls private Anbieter adressierte Briefe über 50g regelmässig und gewerbmässig für Dritte befördern und damit einen MWST-pflichtigen Umsatz von mindestens 100'000 Franken erzielen, benötigen sie eine Konzession. Bisher haben in der Schweiz sieben Firmen eine Konzession zur Beförderung von Briefen erhalten, ohne jedoch dezidierte Angebote für die Beförderung von Briefen zu machen.

Abdeckung von 85 Prozent im Visier

In einer Pressekonferenz im neuen Einstein Congress in St.Gallen erläuterte Quickmail-Geschäftsführer Christof Lenhard das Konzept des neuen Briefzustellers. Demnach versteht sich Quickmail nicht als Konkurrent zu traditionellen Post- und Vertragsunternehmen, sondern als Ergänzung und attraktive Option für Versandhändler, Detailhandelsketten, Spendenorganisationen und andere Unternehmen, die den schriftlichen Dialog mit ihren Kunden pflegen.

Neu am Leistungspaket von Quickmail ist ein «Track & Trace» für Mailings. Damit bietet Quickmail als erstes Unternehmen in Europa die Möglichkeit der Nachverfolgung von Massensendungen – von der Einlieferung bis zur Zustellung. Informationen über nicht zustellbare Sendungen werden elektronisch am Tag nach dem Zustellversuch an den Absender übermittelt. Die Konzentration der Zustellung auf zwei Wochentage (Donnerstag und Freitag) erleichtert den Absendern die Planung ihrer Werbemassnahmen.

Starten wird Quickmail im Briefsegment über 50 Gramm im Oktober 2009 in den Kantonen St.Gallen, Appenzell (AI/AR) und in Teilen des Kantons Thurgau. Das Zustellgebiet soll kontinuierlich ausgebaut werden, so dass im Jahr 2012 bis 85 Prozent aller Haushalte abgedeckt sind.



«Nicht einfach nur billiger»

Am Sitz der Quickmail AG in St.Gallen wird ein Sortierzentrum eröffnet. Von hier aus sollen die Depots und Zusteller schweizweit mit vorsortierten Sendungen beliefert werden. Innerhalb von drei Jahren plant Quickmail die Schaffung von 300 Arbeitsplätzen, davon allein 120 am Standort St.Gallen. Im Jahr 2012 sollen schweizweit etwa 90 Millionen Sendungen befördert werden. «Wir treten nicht zu einem Boxkampf an, sondern wir wollen diese neue Optionen nutzen – für unsere Kunden, für den Versandhandel und für die Direktmarketing-Branche», erklärt Peter Stössel, Präsident des Verwaltungsrates der MS Mail Service AG und der Quickmail AG. «Wir haben auch nicht die Absicht, einfach billiger zu sein. Das allein ist nicht unser Konzept. Aber wir wollen die Vorteile eines KMUs nutzen durch Innovation, Zuverlässigkeit und Flexibilität.» Darüber hinaus ist für Stössel die Quickmail auch ein Bekenntnis zum Wirtschaftsstandort Schweiz. Zum Kanton und zur Stadt St.Gallen. ■



*«Man muss mit dem Personal offen
kommunizieren»*

Arthur Gerber

Mitten in der Krise – und doch den Blick nach vorn

Die Wirtschaftskrise ist keine reine Medieninszenierung – sie ist real existierend. Und es gibt Unternehmen, die das handfest zu spüren bekommen. Die Kindlimann AG in Wil ist ein Beispiel dafür, wie offene Kommunikation und frühzeitig eingeleitete Massnahmen helfen, die Situation zu bewältigen. Und sie ist Beleg dafür, dass es sich auszahlt, langfristig zu denken statt hektisch Massnahmen einzuleiten.

Text: Stefan Millius

Bild: Bodo Rüedi

3 8'000 Quadratmeter, verteilt auf mehrere Hallen, gelegen im Südquartier der Stadt Wil nahe der Grenze zum Thurgau. 10'000 Tonnen Stahl werden hier gelagert, etwa ein Drittel mehr, als im gesamten Eiffelturm stecken. Die Kindlimann AG, «Spezialist rund ums Rohr», wie sie ihr Geschäft selbst nennt, ist ein traditionsreiches Unternehmen und ein wichtiger Arbeitgeber. Im Zentrum stehen Komplettlösungen: Die Firma bietet von der Beschaffung und dem Materialmanagement über diverse Rohrbearbeitungen bis zur Just-in-Time-Lieferung ein Gesamtpaket. Als Spezialität gilt die Anarbeitung von Rohren für höchst individuelle Anforderungen, vor allem im Serienbereich.

Personal als «Konjunkturforscher»

Über 160 Menschen aus 14 Nationen arbeiten hier. Seit Anfang Jahr tun sie das teilweise in Kurzarbeit. Doch von Panik oder Pessimismus ist nichts zu spüren. «Man muss mit dem Personal offen kommunizieren», sagt Arthur Gerber, der Vorsitzende der Geschäftsleitung, der seit 1981 im Unternehmen ist. Die Kurzarbeit wurde frühzeitig in Zusammenarbeit mit dem Amt für Arbeit in die Wege geleitet. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren sich zudem schon früh bewusst, dass Massnahmen wohl unausweichlich sein würden. «Besser als jede Konjunkturforschungsstelle» sei ihr Gespür für die wirtschaftliche Situation, sagt Arthur Gerber. «Wenn es weniger zu verarbeiten gibt, weiss das Personal natürlich um die Auftragslage.»

Auch Gerber selbst ist weit davon entfernt, schwarz zu malen. Die Krise mag in dieser Art einzigartig sein, beispiellos ist sie nicht. Der Vorsitzende der Geschäftsleitung verweist auf die Phase vor etwa fünf Jahren, als es ebenfalls harzte. «Es geht nie nur in eine Richtung, jede Durststrecke ist irgendwann überwunden», ist Gerber überzeugt.

Zulieferer für Automobilindustrie

Auch wenn derzeit natürlich die schlechten Nachrichten überwiegen. Die Kindlimann AG, seit 20 Jahren Teil des international tätigen Benteler-Konzerns, ist mit Blick auf die viel zitierte Krise

ein typisches Beispiel. Das Unternehmen existiert seit Jahrzehnten, ist gut aufgestellt und in seinem Bereich führend – doch den Geschehnissen der Weltwirtschaft kann sie sich dennoch nicht entziehen. Die Kunden der Firma kommen unter anderem auch aus der Automobilindustrie, die derzeit arg gebeutelt wird. Bis zu 25 Millionen Stück Rohre bearbeitet Kindlimann pro Jahr, um sie den Autozulieferern als fertigen Bestandteil zum Einbau zu liefern. Dass dieses Geschäft seit Monaten und voraussichtlich auch in nächster Zeit stark abnimmt, ist klar. Auch das zweite Kundensegment, die Maschinenindustrie, leidet, der Auftragsrückgang ist laut Gerber auch hier erheblich spürbar.

Nun profitiert der Rohr-Spezialist aber davon, so breit aufgestellt zu sein – sowohl was die Produkte wie auch die Kundensegmente angeht. Zufriedenstellend läuft derzeit noch das Segment Anlage- und Leitungsbau, zum Beispiel für die chemische und die Nahrungsmittelindustrie. Ebenfalls nicht schlecht präsentiert sich die Auftragslage in der Bauindustrie. Arthur Gerber relativiert das allerdings: «Auch hier müssen wir damit rechnen, dass viele der Bauprojekte, die heute noch in Planung sind, in nächster Zeit gestoppt werden.»

Keine Abstriche bei Qualität

Dennoch bleibt die Kurzarbeit die einzige einschneidende Massnahme – abgesehen von Kostenoptimierungen, die im Grunde eine Daueraufgabe darstellen. Von personellen Einschnitten sieht man bei Kindlimann bewusst ab. Das Unternehmen, das seit vielen Jahren als Grundsatz seine Lehrlinge nach Abschluss der Ausbildung weiterbeschäftigt, will sich selbst treu bleiben. Bei der Qualität der Produkte und der Dienstleistungen werde man auf keinen Fall Abstriche machen, sagt Arthur Gerber, und dort einzusparen, wo es um den direkten Kontakt zum Kunden gehe, komme ebenfalls nicht in Frage.

Ein Beispiel für letzteres ist der eigene Fuhrpark aus 18 Lastwagen, den die Kindlimann AG betreibt. Viele vergleichbare Unternehmen lassen ihre Ware von externen Partnern transportieren, und möglicherweise ist das bei einer reinen Kosten-/Nutzenrechnung in einigen Fällen auch tatsächlich die günstigere

Zum Unternehmen

Die Kindlimann AG gehört mit den beiden Standorten in Wil (SG) und Bussigny (VD) zu den führenden Handelshäusern im Stahl- und Edelstahlrohrbereich in der Schweiz. Sie ist ein Unternehmen der Benteler Distribution und in dieser Funktion für die Bearbeitung des Schweizer Marktes verantwortlich. Die Benteler Distribution International GmbH ist einer der führenden Lagerhalter und Bearbeiter von Stahl- und Edelstahlrohren für vielfältige Anwendungsbereiche. Weitere Informationen im Internet unter www.kindlimann.ch.

Variante. Doch für Arthur Gerber stehen andere Faktoren im Vordergrund. «Unsere Chauffeure repräsentieren die Firma, sie sind ein Bindeglied zum Kunden, auf das wir keinesfalls verzichten wollen – und ich bin überzeugt, dass das auf lange Sicht sinnvoll ist.»

Auch Konzern ist Familienunternehmen

Langfristigkeit, Nachhaltigkeit: Diesen Geist kann die Kindlimann AG auch als Teil einer internationalen Firmengruppe leben – denn auch der Benteler-Konzern ist ein Familienunternehmen, und das bereits in der fünften Generation und mit über 20'000 Mitarbeitern. «Wir spüren bei der Familie Benteler, dass sie bereit ist, unternehmerische Risiken zu tragen, aber genau wie wir nicht kurzfristig denkt», sagt Arthur Gerber. Es werde kein «hire and fire» gepflegt. Und weil man nicht börsenkotiert ist, gibt es keine Notwendigkeit, zur Pflege des Börsenkurses kosmetische Korrekturen durchzuführen, die der langfristigen Strategie vielleicht hinderlich wären.

Wie klar das Unternehmen an die Zukunft glaubt, wird mit einem Blick auf die Investitionen deutlich. Der Standort in Wil kommt allmählich an seine Grenzen, ein weiterer Ausbau des Produktesortiments ist hier nur noch sehr schwer möglich. Und

weil die Wiler Stadtplaner das Südquartier im Rahmen der Stadtentwicklung als Wohngebiet aufwerten wollen, ist es heute sehr ungewiss, wie weit die Industrie hier auf lange Sicht noch eine Zukunft hat. «Dafür müssen wir gewappnet sein», sagt Arthur Gerber. Die Kindlimann AG hat deshalb im thurgauischen Tobel Land erworben. Für die Überbauung der insgesamt 44'000 Quadratmeter liegen bereits Ideenskizzen vor. In vier bis fünf Etappen soll der Neubau realisiert werden, die erste Etappe ist voraussichtlich im Lauf von 2011 bezugsbereit. Wie schnell die weiteren Schritte folgen, ist laut Gerber auch von der konjunkturellen Situation abhängig.

Profitieren von Vertrauensbasis

Klar ist aber: Der Rohr-Spezialist schaut nach vorn und rüstet sich für die nächsten Jahrzehnte. Mit der Kurzarbeit will man die schwierigste Zeit überbrücken und profitiert dabei vom Aufbau der letzten Jahre und Jahrzehnte. Das Personal bekenne sich zum Unternehmen, sei stolz, hier zu arbeiten und zeige das gerade in schwierigen Zeiten auf vorbildliche Weise, indem sich jeder Einzelne frage, wie er dem Unternehmen mit seinem Einsatz helfen kann. Arthur Gerber: «Dieses Vertrauensverhältnis ist über viele Jahre gewachsen. Es hilft in guten und in schlechten Zeiten.» ■

Anzeige

**der Zukunft verpflichtet –
der Tradition verbunden**

40-Jahr-Jubiläum

Dieses Jahr feiert die Altherr Nutzfahrzeuge AG ihr 40-jähriges Bestehen!
Für Ihr Vertrauen in meine Firma, meine Mitarbeiter, meine Produkte und meine Person möchte ich Ihnen meinen Dank aussprechen.
Sie haben uns die letzten 40 Jahre getragen, den Auf- und Ausbau meiner Firma ermöglicht und sichern damit 50 Personen im Toggenburg einen attraktiven Arbeitsplatz und 12 Lehrlingen eine interessante und zukunftsorientierte Ausbildung.
Ich grüsse Sie herzlich
Ihr
Erwin Altherr
Altherr Nutzfahrzeuge AG, Untersteig, CH-9650 Nesslau
Telefon +41 (0)71 994 12 52, www.altherr.ch

altherr nesslau

Jubiläumsausstellung 12. September 2009

40-Jahr-Jubiläum

Dieses Jahr feiert die Altherr Nutzfahrzeuge AG ihr 40-jähriges Bestehen!
Für Ihr Vertrauen in meine Firma, meine Mitarbeiter, meine Produkte und meine Person möchte ich Ihnen meinen Dank aussprechen.
Sie haben uns die letzten 40 Jahre getragen, den Auf- und Ausbau meiner Firma ermöglicht und sichern damit 50 Personen im Toggenburg einen attraktiven Arbeitsplatz und 12 Lehrlingen eine interessante und zukunftsorientierte Ausbildung.
Ich grüsse Sie herzlich
Ihr
Erwin Altherr
Altherr Nutzfahrzeuge AG, Untersteig, CH-9650 Nesslau
Telefon +41 (0)71 994 12 52, www.altherr.ch

PROVIDA



Sie buchen Ihre Ferien ja auch nicht beim Bäcker.

Und für Online-Buchhaltung gibt's ABACUS by PROVIDA.

Wann nutzen Sie diese vorteilhafte Dienstleistung?

- Mehr Sicherheit – weil Ihre Daten beim Treuhänder sicher sind.
- Mehr Support – weil die Unterstützung bedürfnisgerecht ist.
- Mehr Flexibilität – weil das Handling schnell und einfach ist.
- Mehr Freiraum – weil Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen konzentrieren können.

Wir verfügen über breite Erfahrung als Anbieter von «ASP – Software als Dienstleistung» und bieten Finanzbuchhaltung des Softwareherstellers ABACUS online zur Nutzung an.

Provida schafft Freiräume. Durch Kompetenzen und Synergien – von der Unternehmensberatung zur Steuerberatung, von Management Services zur Wirtschaftsprüfung.

Provida

Romanshorn · St.Gallen · Zürich · Frauenfeld · Kreuzlingen · Rorschach · Zug
Telefon 0848 800 844 · info@provida.ch · www.provida.ch

«Damit Sie keinen Ärger haben.»

Toni Kempf

Wachstum aus eigener Kraft heraus

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten profitieren die Unternehmen, die auch in guten Phasen auf Unabhängigkeit und Wachstum aus eigener Kraft gesetzt haben. Zu diesen gehört die TS Tor & Service AG in Muolen. Abbau ist hier kein Thema, im Gegenteil. Augenschein bei einer Firma, die auf Kontinuität statt Knalleffekte setzt – und die den Standort Ostschweiz für zukunftsweisend hält.

Text: Stefan Millius

Bild: Bodo Rüedi

Im Eingangsbereich herrscht die gut organisierte Betriebsamkeit der Disposition, ein Stock höher übernimmt die Ruhe der Administration. Der zweite Stock im Gebäude der TS Tor & Service AG im beschaulichen Muolen war bis vor kurzem eine Wohnung, nun bietet er Platz für zusätzliche Büroräume. Bis zu diesem Zeitpunkt habe man eher beengt gearbeitet, erklärt Toni Kempf, Geschäftsführer und einer der drei Inhaber des Unternehmens, nun geniesse man den neuen Freiraum. Die Firma, die Beratung, Handel, Montage und Service rund um Industrie- und Brandschutztore sowie Andocksysteme anbietet, hatte ein angenehmes Problem: Die Geschäfte laufen, Ausbau und nicht etwa Abbau ist angesagt.

Damit Kunden keinen Ärger haben

Seit 1995 existiert die Firma, und rund 14 Jahre später zeigt sich, dass die damals beschlossene Geschäftsstrategie aufgeht. TS Tor & Service produziert selbst keine Tore, sondern kauft diese ein – und zwar bei langjährigen flexiblen Lieferanten, welche optimale Lösungen für die Kundenbedürfnisse in hoher Qualität herstellen können. «Der Kunde kann davon ausgehen, dass wir für ihn und seine Bedürfnisse die besten Torlösungen anbieten, montieren, reparieren und für die Betriebssicherheit der Torsysteme die nötige Wartung professionell ausführen werden.», sagt Toni Kempf. Der Firmenslogan «Damit Sie keinen Ärger haben» soll sich so erfüllen.

Auch das zweite Standbein zielt auf dieses Versprechen. Das Muoler Unternehmen verkauft nicht einfach Tore und überlässt die Käuferschaft ihrem Schicksal, sondern übernimmt Wartung und Reparatur seiner Produkte. Während es im privaten Umfeld höchstens lästig ist, wenn sich ein Garagentor einmal nicht mehr öffnen oder schliessen lässt, kann dasselbe Problem bei Industrie und Gewerbe schnell ins Geld gehen. Toni Kempf schildert den Alltag bei typischen Kundenbetrieben, wo Stapler oder Lieferwagen die Halle in hoher Kadenz befahren und verlassen – ist dieser Weg einmal versperrt, herrscht Stillstand. Entsprechend sind die Unternehmen auf eine funktionierende Wartung sowie im Notfall auf schnelle Behebung beziehungsweise Reparatur angewiesen, und das 24 Stunden an 365 Tagen im Jahr und dies für alle Tormarken.

Starker Bereich Service und Wartung

Von den 10,5 Millionen Franken Umsatz, welche die TS Tor & Service AG im letzten Jahr erwirtschaftet hat, entfiel bereits ein Drittel auf den Bereich Wartung, Service und Reparatur – Tendenz steigend. Der starke Fokus auf den Dienstleistungsbereich macht sich somit bezahlt. Kempf dazu: «Wenn man jährlich rund 900 Tore verkauft und davon ein gewisser Prozentsatz von uns im Rahmen von Serviceverträgen weiter betreut wird, so summiert sich das natürlich.»

«Wir investieren auch in diesen Zeiten kräftig, alleine in diesem Jahr schon 200'000 Franken.»

Mit diesem Effekt ist auch das Wachstum des Unternehmens zu erklären, das heute 43 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählt. Ein kontinuierliches, gesundes Wachstum sei das immer gewesen, betont der Geschäftsführer. In stetigen kleinen Schritten entwickelte man sich von einem auf zwölf Serviceleute und von zwei auf acht Monteure – als Reaktion auf die laufende Zunahme an Aufträgen. Und auch die Bereiche Verkauf und Innendienst mussten entsprechend angepasst werden.

Wachstum aus eigener Kraft

Bei allem Wachstum achteten die drei Inhaber stets darauf, unabhängig zu bleiben. Der Ausbau wird aus eigenen Kräften finanziert. «200'000 Franken alleine in diesem Jahr» habe man bereits wieder investiert, erklärt Toni Kempf. Sinkt der Umsatz, wie das zu erwarten ist, wenn die Baubranche mit etwas Verspätung auf die Wirtschaftskrise reagiert, so ist in Muolen kein radikaler Einschnitt zu erwarten, da keine Ressourcen auf Vorrat aufgebaut wurden. «Sicher kann es sein, dass auch wir einmal die Kosten optimieren müssen», räumt Kempf ein, doch dank der Unabhängigkeit des Unternehmens könne man auch eine temporäre Flaute überdauern.

Die Referenzliste des Tor-Anbieters zeigt, dass auch grosse Namen auf das Know-how der TS Tor & Service AG setzen. Ob ABB oder AMAG, das Schweizer Fernsehen, die Migros oder das

Zürcher Opernhaus: Hier und an unzähligen weiteren Orten tun die Tore aus Muolen ihren Dienst. Nicht zuletzt wohl, weil hier das gesamte Portfolio an Produkten angeboten wird, also Sektionaltore, Faltore, Schiebetore, Brandschutztore, Schnelllauf-tore und Rolltore ebenso wie Andocksysteme und Speziallösungen.

«Wir sind immer auf kontinuierliche, gesunde Weise gewachsen.»

Alle diese Produkte kommen aber kaum «ab Stange», sie alle werden auf die oft hochspezifischen Anforderungen der Kundschaft angepasst. Diese Individualisierung dürfte in Zukunft noch zunehmen. So ist Toni Kempf beispielsweise überzeugt, dass das Thema Minergie auch im Industriebereich an Bedeutung gewinnen wird. Hochisolierte Industrietore, die dennoch so leicht wie möglich bleiben müssen: Das könnte eine der Herausforderungen der nahen Zukunft sein. Ein weiteres Bedürfnis der Kunden sind Torsysteme, die mit möglichst wenig Wartung im Einsatz stehen.

Guter Standort für Zukunft

Bedient wird von Muolen aus die ganze Deutschschweiz. Ausschlaggebend sei eine verkehrstechnisch günstige Lage, denn jeden Tag verlassen mehr als ein Dutzend 3,5-Töner das Firmengelände. Wäre ein Umzug in Diskussion, so würde es das TS-Team wohl Richtung Autobahn ziehen. Doch nachdem der räumliche Ausbau nun möglich wurde, ist das kein Thema mehr. Die Ostschweiz als Standort sei ohnehin gesetzt. Denn langfristig gedacht, davon ist Toni Kempf überzeugt, wird sich diese Region ganz von alleine als perfekter Standort herausstellen: «Europa wächst immer mehr zusammen, das Preisniveau der Schweiz wird sich früher oder später an das der EU angleichen.» Sobald das der Fall ist, werden Produkte und Leistungen der TS Tor & Service AG für die Märkte Vorarlberg, Süddeutschland und Bayern, diese wirtschaftlich starken Regionen, ganz von alleine interessant. Und der Weg für ein weiteres gesundes Wachstum damit offen. ■

Die TS Tor & Service AG, plant, verkauft und montiert Industrietore, Andocksysteme und Brandschutztore und verfügt über eine eigene Service-Equipe. Zu den Kunden gehören grosse Namen wie ABB, die AFG Arena, Coop, Schweizer Fernsehen, SBB, Swisscom oder die Universität Zürich, um nur einen kleinen Ausschnitt zu nennen.

Weitere Informationen im Internet unter www.tstor.ch.



«Man braucht keinen Dokortitel.»

Christoph Jansen

«Die Wertschätzung für Qualität wächst wieder»

Vom kleinen Stahlrohrproduzent zum internationalen Ausstatter für den Baubereich und die Industrie: Diesen Weg legte die Jansen AG in über 80 Jahren zurück. Eine breite Diversifizierung und eine gewisse Zurückhaltung in den Boomjahren bildeten Grundlage für ein gesundes Wachstum. Zu Besuch bei einem Unternehmen, dessen Produkte europaweit als Synonym für Schweizer Qualität gelten.

Text: Stefan Millius

Bilder: Bodo Rüedi

Es ist in gewisser Weise eine für die Region typische Erfolgsgeschichte: Als Josef Jansen 1923 einen Kleinbetrieb in Oberriet übernahm, drehte sich bei ihm alles um Rohre. 85 Jahre später schildert Christoph Jansen die Geschäftsfelder des Unternehmens, das er seit fünf Jahren als Mitglied der Geschäftsleitung führt. Noch immer stellt die Jansen AG Rohre her – unter anderem. Doch das einstige Kleinunternehmen beschäftigt heute rund 750 Angestellte, setzt mehrere Hundert Millionen Franken im Jahr um und bedient aus dem beschaulichen Rheintal die ganze Welt mit ihren Produkten und Systemen.

«Option immer offen gelassen»

Dass das Unternehmen nach wie vor zu 100 Prozent in Familienbesitz ist, würde den einstigen Begründer mit Sicherheit freuen. Für ihn persönlich sei es aber nie eine Selbstverständlichkeit gewesen, in die Firma einzusteigen, sagt Christoph Jansen aus heutiger Perspektive. «Ich habe mir diese Option immer offen gelassen und nie verbaut; es hätte aber auch anders kommen können.»

Jansen ist in Oberriet aufgewachsen, hat die HSG absolviert und dort auch doktoriert. Was, wie er lachend gesteht, für die Führung eines Unternehmens nicht zwingend nötig sei, doch habe er Spass an der Dissertation zu einem spannenden Thema gehabt. Danach war er unter anderem in einem Internet-Beratungsunternehmen aktiv, bevor er sich doch dem Familienbetrieb zuwandte. «Natürlich hat mich die Jansen AG immer interessiert», sagt Christoph Jansen, und als sich zeigte, dass das Interesse durchaus gegenseitig ist, trat er in die Geschäftsleitung und einige Zeit später auch in den Verwaltungsrat ein – als dritte Generation des einstigen Kleinbetriebs.

Überschaubare Grösse

Was Christoph Jansen vorfand, hat für ihn die Richtigkeit der Entscheidung bestätigt. Jansen ist international ausgerichtet, gehört in der Region zu den wichtigsten Arbeitgebern – «aber wir haben nach wie vor eine überschaubare Grösse, und die Entscheidungswege sind kurz.»

Qualitäten, die sich derzeit besonders stark auszahlen – genau so wie die Tatsache, dass das Industrieunternehmen breit aufgestellt ist. Die Jansen AG ist mit ihren Stahlrohren ein Zulieferer für die Automobilindustrie; das geht nicht spurlos an der Firma vorbei. Doch reicht der Kundenkreis weit über den schwer gebeutelten Automotive-Bereich hinaus. Das Fertigungsverfahren für Stahlrohre, das die Grundlage für das Wachstum der Firma in den ersten Jahrzehnten bildete, wurde laufend weiterentwickelt. Jansen-Stahlrohre finden heute in unterschiedlichsten Formen und Wandstärken ihren Einsatz: im Maschinenbau, in der Möbelfertigung und zahlreichen weiteren Industrieanwendungen. Darüber hinaus wurde Jansen zum Systemproduzenten und fertigt heute Bausysteme für Fenster, Türen und Fassaden. Einen weiteren Schritt bildete der Kunststoffbereich: Rund um Haustechnik, Versorgung und Entsorgung stellt die Jansen AG heute im grossen Stil Kunststoffrohre her.

Breit aufgestellt

Deshalb, resümiert Christoph Jansen, sei die herrschende Krise hier in Oberriet zwar ein Thema, aber keines, das Panik auslöst. «Wir haben schon immer gewusst, dass es gut ist, breit aufgestellt zu sein – in dieser Zeit zeigt sich das einfach besonders deutlich», sagt er. Auf- und Abschwung stellen sich in den verschiedenen Produktionsbereichen unterschiedlich schnell ein. Als Automobilzulieferer leidet Jansen derzeit wie viele andere auch, der Bauwirtschaft geht es im Moment aber noch recht gut. Jansen: «Und sollte es dort zum prognostizierten Einbruch kommen, hat sich der Autobereich vielleicht bereits wieder etwas aufgefangen und beginnt, uns wieder zu tragen.»

«Ein gutes Verhältnis zu Europa ist für uns absolut zentral.»

Ob Krise oder nicht: Für den Erfolg muss auch ein Traditionsunternehmen wie die Jansen AG hart arbeiten. Immer bedeutender werde das Engineering, stellt Christoph Jansen fest. Das Heil sieht er nicht darin, Produkte ab Stange zu liefern, sondern



im Versuch, wo immer möglich spezifische Lösungen zu entwickeln – nicht nur für den Kunden, sondern im Idealfall sogar mit diesem zusammen. Die Anforderungen an die Produkte bezüglich Festigkeit, Sicherheit und Verarbeitung werden stets höher, dasselbe gilt für die technische Beratung, die ebenfalls ausgebaut wurde. «Die Wertschätzung für gute Produkte wächst wieder», unterstreicht Christoph Jansen. In diesem Segment wolle sich das Unternehmen positionieren und auf Nachhaltigkeit setzen – «wir definieren uns nicht einfach nur über den Preis.»

Hohe Flexibilität, hohes Tempo

Einfacher dürfte es in den vergangenen Jahren nicht geworden sein, die Kunden zufriedenzustellen. In der Automobilindustrie beispielsweise wird heute fast ausschliesslich «just in time» gearbeitet. Die Dynamik ist hoch, die Lagerbestände sind möglichst niedrig mit der Tendenz hin zu null. Das müssen Zulieferer wie die Jansen AG berücksichtigen und die hohen Erwartungen jederzeit erfüllen können. Flexibilität und ein hohes Tempo werden vorausgesetzt. Jansen: «In diese Richtung dürfte die Reise auch weiter gehen.»

«Heute sind wir froh, dass wir in den Boomjahren nicht übermässig gewachsen sind.»

Zwei Drittel des Geschäfts macht die Jansen AG mit dem Ausland; das Schwergewicht liegt in Europa, Deutschland ist vor der Schweiz der wichtigste Markt. Wer so stark am Export hängt, dessen Schicksal ist unweigerlich mit der Politik verbunden. «Wir müssen unseren Mitarbeitern und auch der Bevölkerung immer wieder vor Augen führen, wie wichtig die Zusammenarbeit mit dem Ausland für uns ist», ist Christoph Jansen überzeugt. Und er fährt fort: «Wenn wir zwei Drittel unserer Arbeitszeit für europäi-

sche Kunden einsetzen, dann ist es vielleicht keine so gute Idee, wenn wir immer wieder durchblicken lassen, dass wir mit Europa nichts zu tun haben möchten.» Deshalb sei das auch das einzige politische Thema, bei dem sich die Jansen AG auch schon mal öffentlich engagiert und verlauten lässt. Das Verhältnis zu Europa beschäftige ihn stark, sagt Jansen, aber nicht, weil es seine Familie betreffe, sondern weil letztlich die Arbeitsplätze daran hängen.

Handelshemmnisse befürchtet

Ganz konkret gemerkt habe das die Jansen AG nach dem EWR-Nein Anfang der 1990er Jahre. Während die politische Schweiz hitzig über die möglichen Auswirkungen diskutierte, stand die Führung des Oberrieter Unternehmens in der Pflicht, die europäischen Kunden bei der Stange zu halten. Viele von ihnen hätten damals die Frage gestellt, ob die Jansen AG in der wirtschaftlich isolierten Schweiz denn auch in einigen Jahren noch ein verlässlicher Partner sein werde, sagt Jansen. Das Unternehmen selbst wiederum fürchtete sich vor Erschwernissen im Exportgeschäft, vor Handelshemmnissen, die das Geschäft mit Europa tangieren könnten. Jansen: «Deshalb haben wir damals im deutschen Bundesland Thüringen ein zusätzliches Produktionswerk aufgebaut und uns damit auch als europäisches Unternehmen positioniert.» Grosse Investitionen in den Aufbau des modernsten Stahlröhrenwerks Europas haben so in Thüringen rund 110 Arbeitsplätze entstehen lassen.

Die Europapolitik einmal ausgeblendet, ist der Standort Schweiz für die Jansen AG gesetzt – und damit auch das Rheintal. Die Grenznähe sei ein klarer Vorteil, so Christoph Jansen, ebenso der nahe Autobahnanschluss. Dieser wird vor allem für den Transport von Fertigprodukten genutzt. Die 90'000 Tonnen Rohmaterial pro Jahr rollen vor allem auf den Schienen an, ein Bahnanschluss führt direkt ins Gelände der Jansen AG. Dieser Transport-

weg sei teurer als der auf der Strasse, sagt Jansen, aber es mache aus ökologischer Sicht klar Sinn, die Bahn zu nutzen.

Bedeutende Standort-Attraktivität

Das Rheintal als Industriestandort ist für die Jansen AG ohnehin interessant: Zu verschiedenen, gerade auch kleineren Betrieben bestehen enge Beziehungen, beispielsweise als Zulieferant. Christoph Jansen betont, das Unternehmen sei sehr daran interessiert, dass die Region floriert und als Arbeitsplatz attraktiv sei, und das aus einem ganz bestimmten Grund: «Wenn wir spezialisierte Mitarbeiter suchen, ist es ein Vorteil, wenn potenzielle Bewerber im Rheintal über uns hinaus mögliche Optionen sehen.» Ein Fachmann aus einer anderen Region sei dann eher bereit zum Umzug.

«Wir wussten immer, dass es gut ist, breit aufgestellt zu sein.»

Und solche Spezialisten sucht die Jansen AG immer wieder. Das Unternehmen ist ein stabiler Arbeitgeber. Auch in schlechten Zeiten sei man zu Investitionen bereit gewesen, sagt Christoph Jansen, das gelte gerade auch in der jetzigen Phase, entgegen der allgemeinen Wirtschaftslage. Gleichzeitig habe man in den guten Zeiten der Vergangenheit dafür nicht überboret. «Wir wurden

manchmal belächelt, weil wir in den Boomjahren nicht stärker ausgebaut haben, aber heute erweist sich das als richtig», stellt Jansen nüchtern fest.

Doch zurück zum Anfang. Man brauche keinen Dokortitel, um ein Unternehmen zu führen, hatte Christoph Jansen eingangs erklärt. Bleibt die Frage: Was ist es denn, was man braucht? Jansen überlegt kurz und erwidert schliesslich, natürlich gehöre es dazu, dass man betriebswirtschaftliche Zusammenhänge verstehe und dass man Freude daran habe, mit Menschen zusammenzuarbeiten. Aber ganz zentral sei auch ein anderer Wert, ergänzt Jansen zum Schluss: «Gesunder Menschenverstand.» ■

Über das Unternehmen

Die Jansen AG, 1923 gegründet, ist ein unabhängiges Privatunternehmen. Es ist tätig in Entwicklung, Herstellung, Beratung und Vertrieb von geschweissten Präzisionsstahlrohren, Stahlsystemen für den Fassaden-, Fenster- und Türenbau sowie Kunststoffprodukten für den Baubereich und die Industrie. 2008 wurde mit rund 750 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Umsatz von über 320 Millionen Franken erwirtschaftet.

Anzeige



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





Unternehmerischer Wert von Grenzverletzungen

forward2business, Deutschlands innovativste Denkfabrik für die Geschäftsmodelle der Zukunft, wird erstmals in der Schweiz seinen Zukunftskongress abhalten, und zwar am 7. und 8. September auf Schloss Wartensee bei St. Gallen.

Manager, Kreative und Wissenschaftler aus der Schweiz, Österreich, Liechtenstein und Süddeutschland testen dort an beiden Tagen den unternehmerischen Wert von Grenzverletzungen. Dabei diskutieren sie die erfolgreichsten Innovationsstrategien des Rule Breaking und Grenzüberschreitung für die Eroberung neuer Märkte, neuer Geschäftsmodelle, Branchen- und Technologieüberschreitungen. Zudem entwickeln die Innovationschefs, Manager und Wissenschaftler Lebenswelten der Menschen für das Jahr 2020, den Markenwelten der Unternehmen und den Medienwelten.

Bestehende Marketingstrategien wollen die Teilnehmer dabei rigoros hinterfragen. Da Kommunikation in allen Medien individualisiert und personifiziert wird, gibt es kaum noch die traditionellen Zielgruppen nach Kaufkraft, Alter und Lebensraum, sondern nur noch Interesse oder mögliches Interesse für Produkte und Dienstleistungen. Erfolgreiche Rule Breaker werden genau auf diese Fragen eingehen.

«Die Wirtschaft hat in den vergangenen Jahren viel Kraft verwendet, Innovationsabteilungen einzurichten und sich Innovationsprozesse zu geben. Die Deutschen sind inzwischen Weltmeister im Effizienz-, Qualitäts- und Innovationsmanagement. Doch das ist nicht genug. Wir haben damit keinen einzigen neuen Markt erobert. Effizienz führt zwar zu Kostenersparnis, aber auch zu Gleichmacherei», erläuterte Sven Gábor Jánoszy, Zukunftstrainer und Leiter von forward2business. «Wir brauchen die zweite Art von Innovation. Jene zerstörerische, Bestehendes hinterfragende Innovation, die herkömmliche Geschäftsmodelle überwindet. Dafür müssen wir lernen, wie erfolgreiche Rule Breaker zu denken und zu handeln.»

Regelbruch zur Regel machen

Gleich der erste Tag widmet sich dem Hauptthema des Kongresses, der Innovation durch Störung. Dabei erläutern praxisgestählte Regelbrecher, wie sie Innovationen erzeugen und mit ungewöhnlichen Methoden Wirklichkeit werden lassen, quasi den Regelbruch zur Regel machen. Zu den Referenten gehören:

Prof. Dr. Klaus Evard, Chairman und Präsident, TEC International Germany. Er gründete als Rulebreaker Deutschlands erste private Hochschule (European Business School) und 10 weitere Bildungsinnovationen.

Frank M. Rinderknecht von Rinspeed. Er erfindet als Rulebreaker Autos die tauchen, übers Wasser fliegen und schrumpfen können.

Steffen Rühl, der Erfinder von yasni. Er macht als Rulebreaker das heiße Eisen der «Digitalen Identität» zum Geschäftsmodell.

Dr. Gerhard Knies von der Desertec Foundation. Er entwickelt als Rulebreaker radikale aber zielführende und umsetzbare Konzepte zur Rettung des Weltklimas.

Prof. Dr. Michael Zerr, Präsident der Merkur International FH Karlsruhe. Er war bei Yello der Vater des «gelben Stroms» und erfindet nun die Institution «Hochschule» neu.

Medienwelten 2020: Die Jahre der Digital Natives beginnen

Weiteres, das gesamte Wirtschafts- und Arbeitsleben betreffende Thema sind die Digital Natives, jenen nach 1984 Geborenen, die



«Wir wollen eine einzigartige Atmosphäre schaffen.»

Sven Gábor Jánosky,

Zukunftstrainer und Leiter des forward2business-ThinkTanks

mit Handy und Internet sozialisiert wurden und die schon ab dem kommenden Jahr bei der Besetzung der Arbeitsplätze die Baby Boomer überflügeln und die Medienwelten prägen werden. Zu den hochkarätigen Referenten in diesem Bereich gehören unter anderem:

Carlo Bewersdorf von der Deutschen Telekom. Er arbeitet am vielleicht wichtigsten Kundendialogtrend der Zukunft: Intelligentes Touchpointmanagement!.

Dr. Sven Hischke, ebenfalls von der Deutschen Telekom. Er arbeitet die Innovationsstrategie des Branchenriesen und prägt dadurch die Regeln der zukünftigen Märkte.

Sven Markschräger von Mast-Jägermeister. Er entwirft jene Strategien, um im Informationsgewitter einer immer digitaler werdenden Welt nicht unterzugehen.

Thomas Strerath von der Werbeagentur Ogilvy one worldwide GmbH. Er berät als neuer Ogilvy Chef große Marken einer sich rasant verändernden Werbewelt.

Dr. Thomas Garms vom Axel Springer Verlag. Er erschliesst mit seinen Strategien neue Märkte für klassische Medienhäuser in der Medienwelt der Zukunft.

Daniel Fiedler von 3sat. Er entwickelt die Zukunftskonzepte für Qualitätsmedien für die künftige Medienwelt nach Internetlogik.

Peter Wienand von Telefónica O2 Germany. Er prägt mit seinen Innovationen unsere Kommunikationswelten der Zukunft.

Hubertus von Lobenstein, Geschäftsführer der Agenturholding TBWA in Deutschland. Er prägt als Vordenker und Trendsetter die Regeln für das Marketing der Zukunft.

Dr. Dirk Kleine von ProSiebenSat.1. Er prägt die digitalen TV Strategien der europäischen Medienunternehmen zu Video-on-demand.

Robert Amlung vom ZDF. Er entwickelt die digitalen Zukunftsstrategien eines der wichtigsten deutschsprachigen Fernsehsender und Stefan Jenzowsky von moreTV Broadcasting. Er baut einen Videorekorder, der weiss, was ich sehen will.

Limitierte Teilnehmeranzahl, einmalige Atmosphäre

Die Anzahl der Kongress-Teilnehmer ist streng limitiert. «Wir wollen eine einzigartige Atmosphäre schaffen», sagt Zukunftstrainer und Leiter des forward2business-ThinkTanks Sven Gábor Jánosky. «Jeder lernt jeden kennen. Das ist das Einmalige am Kongress.» Ausserdem sind allen Rednern langatmige Powerpoint-Präsentationen strikt verboten. Mit der innovativen Konferenzmethode «World Cafe» werden alle Teilnehmer an der Diskussion und Entwicklung des Zukunftsszenarios «Lebenswelten 2020» beteiligt, das nach dem Zukunftskongress den Teilnehmern und der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt wird. LEADER ist Medienpartner des Anlasses. ■



Zu forward2business

Zum hochklassigen Business-ThinkTank gehören die Innovationschefs der grössten zentraleuropäischen Unternehmen, Vice Presidents für Innovation und Marketing Technologieforscher und VC-Investoren grosser Technologieunternehmen wie Volkswagen, Shell, BASF, Kodak, Siemens, SAP, Nokia, Microsoft, IBM, Phillips, Intel, Sennheiser, Audi, Deutsche Telekom, Vodafone, Swisscom, Deutsche Bahn, Tchibo, BMW, Deutsche Post und viele andere mehr. Diese treffen auf Chefredakteure und Direktoren von ARD, ZDF, ORF, Deutsche Welle, ProSiebenSAT1, RTL, Tele 5, N24, Bertelsmann, Axel Springer Verlag, Burda, Spiegel, Focus, FAZ, MTV sowie die Chef Business Developer grosser Lifestylemarken wie adidas, New Yorker, Nintendo, Swarovski sowie und viele andere. Traditionell wird beim Zukunftskongress auch das Zukunftsszenario «Lebenswelten 2020» weitergeschrieben.

Details zum Kongress unter www.forward2business.ch

Der Tüftler mit der Sonne als Partner

Er betreibt eine Ein-Mann-Firma und sitzt im beschaulichen Walzenhausen in Appenzell Ausserrhoden. Seine Produkte aber gehen in die ganze Welt. Und in Zeiten, in denen alles nach ökologischem Wirtschaften und Nachhaltigkeit ruft, kommen seine solarbetriebenen Produkte wie Spielzeug gerade richtig: Peter Wüthrich und die solartoy GmbH.



Text: Stefan Millius **Bild:** Archiv

Vorgezeichnet war Peter Wüthrichs Weg zum Schöpfer von Solarspielzeug nicht gerade. Nach einer Lehre als Chemielaborant in Basel absolvierte er Wanderjahre durch verschiedene Berufe und machte sich danach als Architekturmodellbauer selbständig – für die nächsten zehn Jahre. Aus dieser Tätigkeit ging im Jahr 2000 die solartoy GmbH hervor. «Solarspielzeug und andere kluge Dinge für Dritte oder für den Eigenvertrieb»: So beschreibt Peter Wüthrich, was er seither produziert.

«Das kann man besser machen»

Auslöser für die neue Karriere war im Grunde ein Zufall, wie sich der Wahl-Ausserrhoder erinnert. Als Architekturmodellbauer sollte er bei einem Auftrag unter anderem auch mitgeliefertes Solarsspielzeug zusammenbauen – und sei dabei fast verzweifelt. «Ich war von der Gestaltung und erst recht von der Funktion schockiert», so Wüthrich, «und für mich war klar: Das kann man auch besser machen.»

Nach kurzer Zeit in seiner neuen Tätigkeit hatte der Tüftler ein erstes ansprechendes Fahrzeug konstruiert. Besonders wirtschaftlich war dieses noch nicht. Alles sei neu gewesen für ihn, «von Antrieben und Solarenergie hatte ich nur sehr wenig Ahnung und vor allem auch davon, woher ich die Teile kostengünstig für eine Serienproduktion beziehen könnte.» Heute kann Peter Wüthrich auf ein gefestigtes Netzwerk von Lieferanten aus der ganzen Welt verweisen. «Die Einzelteile werden grösstenteils in der Schweiz in spezialisierten Betrieben hergestellt, Solarmodule und Motoren beziehe ich direkt aus Fernost.»

Das gewisse Etwas

Genau so international ist die Kundschaft von solartoy. Ein Netz von Distributoren sorgt für die Verteilung vor Ort. Die Solarspiel-

zeuge sind eine Kombination aus traditionellen Holzspielzeug, innovativer Technik und einzigartigem Design. Angesprochen davon fühlt sich laut Wüthrich «eine Käuferschaft mit dem Auge für das gewisse Etwas.» Daher werden seine Produkte in erster Linie in Shops mit höherwertigem und qualitativ auserwähltem Sortiment angeboten. Zudem setzen sie viele Firmen als Kundengeschenk ein.

Dass die Ein-Mann-Firma eine bedeutende Kundschaft beliefert, beweist das Beispiel des Medikamentenherstellers Mepha Pharma. Für diesen konnte Peter Wüthrich auch eines seiner spannendsten Projekte realisieren: Einen Solarzug. «Da war mein ganzer Erfindergeist gefordert», so Wüthrich. Der Zug sollte solarbetrieben sein, möglichst wartungsfrei funktionieren und als «eye catcher» in Apothekenschaufenstern dienen. Da diese allerdings unterschiedliche Tiefen aufweisen, konnte der Solarzug nicht einfach im Kreis fahren, sondern musste eine Rampe nach oben und unten meistern.

Peter Wüthrich meisterte die Herausforderung. Ein Solarmodul speist in seiner Erfindung die Messingschienen mit Strom. Um vom Sonnenlicht unabhängig zu sein, wird das Solarmodul von einer Halogenlampe beleuchtet; diese wiederum ist mit einem Sensor am Schaufenster verbunden. Wüthrich: «Der Betrachter konnte nun von ausserhalb des Schaufensters via Sensor die Lampe steuern. Ging das Licht aus, blieb der Zug augenblicklich stehen und fuhr ebenso schnell wieder weiter, sobald die Lampe wieder leuchtete.» Die Erfindung aus Walzenhausen dürfte auf diese Weise so manchen Shopper unterhalten haben.

Qualität vor dem Comeback

Die unvermeidliche Frage: Wie wirkt sich die Wirtschaftskrise auf ein Kleinunternehmen in einem so speziellen Segment mit internationaler Kundschaft aus? Er merke, dass viele interessierte Kunden derzeit sehr abwartend seien und sich verstärkt Gedanken über mögliche Käufe machen, so Wüthrich, der darin aber auch positive Aspekte sieht. «Ich denke, dass man sich künftig wieder vermehrt auf Qualität und Innovation zurückbesinnt, auch wenn das vorgängig etwas höhere Kosten verursacht.

Deshalb hält solartoy GmbH auch in diesen Zeiten, in denen vielerorts sinkende Budgets zur Suche nach Billigware führen, am Grundsatz fest, innovative, qualitativ hochstehende Produkte anzubieten. Und das sogar verstärkt. Mit der ebenfalls in Walzenhausen ansässigen Firma «fantastic machines», die Maschinen als Werbeträger – zum Beispiel an Messen – konstruiert – pflegt Peter Wüthrich seit wenigen Monaten eine enge Zusammenarbeit. «Wir haben bereits neue Produkte entworfen, die das grosse Innovationspotenzial beider Formen beinhalten und den erhofften Synergieeffekt voll und ganz bestätigen», zieht Wüthrich eine erste Bilanz. Gut möglich also, dass im Appenzeller Vorderland etwas völlig Neues heranwächst. ■



Gastreferent
Konrad Hummler

5. Jungunternehmerforum mit Workshops

Bereits zum fünften Mal findet am Donnerstag, 29. Oktober, das Jungunternehmerforum statt. Dieses Jahr im Bildungszentrum Arbon. Als Gastreferent konnte Konrad Hummler, Privatbankier und Präsident der Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell verpflichtet werden. Die Teilnehmenden können aus sechs verschiedenen Workshops aussuchen.

Das Organisationskomitee hat die fünfte Austragung zum Anlass genommen, die Veranstaltung zu erweitern. Das Jungunternehmerforum beginnt bereits um 17.30 Uhr und dauert bis zirka 22 Uhr. In sechs verschiedenen Workshops können Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer sich in ein Thema vertiefen, dem Referenten Fragen stellen und sich aktiv einbringen. Pro Teilnehmer können zwei Workshops besucht werden, zum Abschluss der Info- und Vernetzungsveranstaltung bietet sich zum ersten Mal die Gelegenheit bei einem Speed-Networking seine Unternehmung vorzustellen.

Jetzt anmelden

Die Teilnahme steht allen Interessierten offen, die sich mit dem Gedanken beschäftigen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, an der Planung einer eigenen Firma sind oder in den letzten fünf Jahren den Schritt in die Selbstständigkeit gemacht haben. Die Veranstaltung wird von zahlreichen Firmen und Verbänden finanziell unterstützt, Hauptsponsoren sind das Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Thurgau, die Regionalplanungsgruppe Oberthurgau, die Helvetia Versicherung, die Web- und Consultingfirma chrisign gmbh, Weinfelden sowie die Thurgauer Kantonalbank. Der Thurgauer Gewerbeverband und Industrie- und Handelskammer unterstützen die Veranstaltung ebenfalls. Dank dem Sponsoring des Bildungszentrums Wirtschaft Weinfelden können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Schluss der Veranstaltung insgesamt fünf Bildungsgutscheine gewinnen.

Die Teilnahme kostet pro Person 40 Franken, im Preis enthalten sind zwei Workshops sowie Verpflegung und Getränke. Eine verbindliche Anmeldung ist bis 18. September unter www.jungunternehmerforum.ch erforderlich. Die Teilnehmerzahl ist aus Platzgründen auf 130 Personen beschränkt, pro Workshop können maximal 24 Personen teilnehmen. Weitere Informationen sind auf der Homepage www.jungunternehmerforum.ch zu finden.

Die sechs Workshops im Überblick

Workshop 1: **Bonitätsprüfung** mit Guido Scherpenhuyzen(2), Creditreform Egeli, St.Gallen.

Schlecht zahlende Kunden sind eine Gefahr für jedes Unternehmen. Wie prüft ein Start-Up-Unternehmen die Bonität seiner Kunden? Welche Massnahmen sind gegen drohenden Zahlungsausfall zu treffen?

Workshop 2: **Businessplan** mit Beat Bollinger(3), Thurgauer Kantonalbank, Weinfelden.

Anhand eines Praxisbeispiels wird das Erstellen eines Businessplanes aufgezeigt. Welche Anforderungen muss ein Businessplan für das Erhalten eines Bankkredites erfüllen?

Workshop 3: **Verkaufstraining** mit Kurt Klaus(4), klaus – beratung und training, St.Gallen.

Sie erfahren, wie Sie ein Verkaufsgespräch erfolgreich gestalten und was es dabei ganz speziell zu beachten gilt. Wie bringe ich meine Produkte und Dienstleistungen an den Kunden? Wie trete ich überzeugend auf?

Workshop 4: **Werbung und Marketing** mit Stefan Ströbele, Ströbele Kommunikation,

Romanshorn. Werbung und Marketing sind auch für Jungunternehmer unverzichtbar. Doch was ist zwingend? Was «nice to have»? Was ist der Schlüsselfaktor für ein Marketing mit schmalem Budget?

Workshop 5: **Selbstmanagement** mit Vera Krähenmann(5), klaus – beratung und training, St.Gallen.

Brennen ohne auszubrennen – eine grosse Herausforderung gerade für Jungunternehmer. Wie bleibe ich dank gezieltem Umgang mit meinen Ressourcen leistungsfähig, wirksam und gesund?

Workshop 6: **Rechtsformen und Sozialversicherungen** mit Dean Kradolfer(6), Forrer Lenherr Bögli Rechtsanwälte, Weinfelden und Erich Marte(7), Allianz Suisse, Frauenfeld.

Welche Rechtsform wähle ich für meine Firma? Wann haftet ein/e Jungunternehmer/in mit dem Privatvermögen? Zudem werden wichtige Fakten zur Absicherung der Ehepartner, zur Vorsorge und zu den Sozialversicherungen aufgezeigt. ■



«Der kommunizierte Respekt vor den Studierenden war echt.»

Peter Müller

Effizienter Wissenstransfer

Am 28. September zeichnen die Wissenstransferstelle der FHS St.Gallen und ihre Partner zum vierten Mal Praxisprojekte der FHS-Studierenden aus. Peter Müller, Leiter Wissenstransferstelle WTT-FHS, erklärt, welche Veränderungen an der Preisverleihung vorgenommen wurden und ob die Krise Auswirkungen auf die Projekte hatte.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Bodo Rüedi

Peter Müller, letztes Jahr wurde der «WTT-Event» erstmals unter dem Namen «WTT-YoungLeaderAward» durchgeführt. Waren Sie zufrieden mit der Veranstaltung?

Der WTT-YoungLeaderAward 2008 war ein Megaerfolg. Fast 400 interessierte Leute in der Tonhalle und am Award-Bufferet diskutierend unter sich: eine anregende Mischung aus Wirtschaftsvertretern, Politikern, Lehrkräften, Forschern und natürlich Studierenden mit ihren Angehörigen. Wir konnten innerhalb eines Jahres eine Verdoppelung der Teilnehmerzahl erzielen; auch das Ambiente über den ganzen Anlass war top. Daher war ich sehr zufrieden mit dieser Durchführung, wenngleich vieles noch besser gemacht werden kann.

Was war für Sie persönlich das Highlight?

Es gab einige Highlights. Aber das Wichtigste für mich waren die

erst erwartungsgespannten und dann strahlenden, stolzen Augen der nominierten Studierendenteams am WTT-YoungLeaderAward. Erwähnen möchte ich auch die rührenden Schlussworte von S.D. Prinz Philipp von und zu Liechtenstein an die Adresse der Teams. Der kommunizierte Respekt vor den Studierendenleistungen war echt. Das zeigt auch, dass er diesen Frühling freiwillig ein Praxisprojektteam begleitete. Und schliesslich: Das Ambiente in der Tonhalle mit den eingebrachten Licht-, Ton- und Bildeffekten war gewaltig.

Mit welchen Neuerungen können die Gäste dieses Jahr rechnen?

Es wird uns ein regierungsrätlicher «Segen» durch den St.Galler Regierungspräsidenten Josef Keller überbracht. Anschliessend wird der Abt des Klosters Einsiedeln, Martin Werlen, das Publi-

kum mit der These «von der Ethik im Management, die eigentlich niemand will» herausfordern. Der Anlass wird überdies kürzer gehalten sein und deshalb noch rassistischer ablaufen. Die feierliche Übergabe der WTT-YoungLeaderAwards an die besten Studierendenteams und die anschliessenden Podiumsdiskussionen bleiben das Herz des Anlasses. Heuer wird übrigens erstmals ein «LEADER Special» über die Durchführung des WTT-YoungLeaderAward 2009 erscheinen. Ein Exemplar dieser Spezialausgabe wird allen nominierten Studierenden und Gästen am WTT-YoungLeaderAward im Nachgang übergeben.

Gibt es auch innerhalb der Jury Umstellungen?

Ja. Die Jury ist einerseits von sieben auf neun Mitglieder gewachsen. Es freut die WTT-FHS, dass mit der PwC neben der LGT ein zusätzlicher Sponsoringpartner dazugekommen ist. Der St.Galler Geschäftsstellenleiter Bruno Räss sitzt deshalb neu in der Jury.

«Ich meinte gespürt zu haben, dass den Studierenden in diesem Jahr ob der wirtschaftlichen Situation sehr klar war, dass sie sich noch mehr 'ins Zeug legen' müssen.»

Zudem ist Prof. Dr. Sibylle Minder Hochreutener als neue Fachbereichsleiterin Wirtschaft der FHS St.Gallen dazugekommen. Andererseits sitzt neu Thomas Harring für Leica Geosystems in der Jury, der im Frühling zum Chef der Division Precision Tools aufstieg. Martin Geiser juriert neu für das Amt für Wirtschaft des Kantons Appenzell Ausserrhoden.

Der Award wird in den beiden Kategorien «Marktforschung» und «Managementkonzeption» vergeben. Wie viele Projekte gilt es dieses Jahr zu bewerten?

Diese beiden Kategorien sind die eigentlichen Front-Runner im Praxisprojekt-Programm; mit teils weit mehr als 600 Stunden Arbeitseinsatz der Studierendenteams, teils international und interkulturell ausgerichtet wie Marktforschung in USA und Managementkonzeption in China. Aus 64 solchen Praxisprojekten hat die Jury schliesslich je die drei besten Teams für den WTT-YoungLeaderAward in Marktforschung und in Managementkonzeption nominiert. Insgesamt realisierten die FHS-Betriebsökonomie-Studierenden dieses Jahr 238 Praxisprojekte, die Einzelarbeiten eingeschlossen.

Spürten Sie bei der Akquisition der Projekte die aktuelle Wirtschaftskrise?

Letzten Oktober spürten wir die Krise Knall auf Fall in der Finanzbranche. Die beiden Grossbanken zogen sich sofort aus allen diskutierten Projekten zurück – ganz im Gegensatz zur St.Galler Kantonalbank, die just zu dieser Zeit ins Spiel kam und gleich mit mehreren Praxisprojekten einstieg. In den übrigen Branchen war die Krise damals im Schweizer Markt für uns noch nicht spürbar. Aber in den internationalen Märkten war bereits Flaute. Speziell in China wurden viele andiskutierte Projekte aus wirtschaftlichen Gründen nicht weiter verfolgt. Wie die Lage dieses Jahr aussieht, wird sich für uns in den nächsten Monaten weisen.

Hatte die Krise Auswirkungen auf die Art der Praxisprojekte?

Die diesjährigen Aufträge waren grundsätzlich eher von wachstumsorientierter Thematik. Jene Aufträge, die wir derzeit und in den nächsten Monaten für nächstes Jahr abschliessen, zielen mehr darauf ab, die qualitative und effiziente unternehmerische Leistungsfähigkeit und Solidität zu stärken. Dies mit Optimierung und Weiterentwicklung von Strukturen, Organisationen, Prozessen und Märkten. Teils auch mit Aufgaben, die schon länger vor sich hergeschoben wurden.

Unternehmer essen derzeit hartes Brot. Schlägt sich die Stimmung auch auf die Studierenden nieder?

Ja, ich meine gespürt zu haben, dass ihnen in diesem Jahr ob der wirtschaftlichen Situation sehr klar war, dass sie sich noch mehr «ins Zeug legen» müssen. Einerseits um den Unternehmen effektiv zu helfen, andererseits auch, um sich selber am Markt unter schwierigeren Bedingungen zu beweisen.

In welcher Form soll sich der WTT-YoungLeaderAward in den nächsten Jahren etablieren?

Erster Punkt unserer Zielsetzung ist, mit dem WTT-YoungLeaderAward immer wieder herausragende Karrieren unserer Studierenden zugunsten unserer Volkswirtschaft und Gesellschaft einzuleiten – eben Young Leaders zu küren, die ihren Weg in der Zukunft fortsetzen. Zweiter Zielsetzungspunkt ist, sich als führende Plattform im Raum Ostschweiz zu etablieren, an der sich jährlich Wirtschaft, Politik, Forschung, Lehre und Studierendenschaft treffen und austauschen. Und die damit Wissenstransfer der wohl effizientesten Art generiert. ■

Zusammensetzung der Jury

Die Jury zur Evaluation der Nominierten und der Gewinner des WTT-YoungLeaderAwards 2009 setzt sich wie folgt zusammen:

- Edgar Oehler, Präsident des Verwaltungsrates und der Konzernleitung von AFG Arbonia-Forster-Holding AG (Preisstiftung)
- Thomas Harring, Dipl. Kfm. techn., Head of the Measuring Tools Division, Leica Geosystems AG (Preisstiftung)
- Martin Geiser, Betriebsökonom FH, Projektleiter, Amt für Wirtschaft, Kanton Appenzell Ausserrhoden (Preisstiftung)
- Monika Beck, lic.rer.pol., Leiterin Innovations- und Kooperationsförderung, Amt für Wirtschaft Kanton St.Gallen (Preisstiftung)
- Rolf Brunner, Executive Master of Business Administration FSI, Head Department Wealth Management, LGT Bank in Liechtenstein AG (Sponsoringpartner)
- Bruno Räss, lic.oec.HSG, Partner, Geschäftsstellenleiter PwC St.Gallen, PricewaterhouseCoopers (Sponsoringpartner)
- Sebastian Wörwag, Rektor FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften
- Sibylle Minder Hochreutener, Leiterin Fachbereich Wirtschaft, FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften
- Peter Müller, Leiter Wissenstransferstelle, FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften



Eine Jury hat für den WTT-YoungLeaderAward in den Kategorien «Marktforschung» und «Managementkonzeption» je drei Teams und ihre Projekte nominiert. Die Gewinner werden an der Verleihung vom 28. September ausgezeichnet. Bilder der Nominierten sind auf leaderonline.ch zu finden. Weitere Infos unter www.fhsg.ch/wtt.

Marktforschung

Marketingkommunikationsanalyse der Landi Schweiz und des LV-St.Gallen

FHS Projektteam: Sabrina Schmid, Sandra Dünnerberger, Simone Leemann, Marina Mettler (Foto auf dieser Seite)
Kundschaft: LV-St.Gallen (Landi), St.Gallen

International Market Research for Handheld Laser Distance Meters

FHS Projektteam: Christoph Hofer, Franziska Seiler, Marco Zoller / Babson Projektteam: Mario Rodriguez-Graniel, Caitlin Churchill, Rebecca Pelletier
Kundschaft: Leica Geosystems AG, Heerbrugg

Markteintrittsanalyse für die SFS Unimarket AG

FHS Projektteam: Daniel Scherrer, Elias Huber, Isabelle Kast, Susanne Weissert
Kundschaft: SFS Unimarket AG, Heerbrugg

Managementkonzeption

Marktanalyse für die LGT Bank in Liechtenstein AG

FHS Projektteam: Bruno Buchmann, Tobias Dörig, Diego Heller, Jan Scheiwiller
Kundschaft: LGT Bank in Liechtenstein AG, FL-Vaduz

Business and Distribution Concept for Hearing Systems in the Chinese Retail Market

FHS Projektteam: Patrick Glauser, Matthias Frei, Manuel Gresser / Tongji Projektteam: YUE Lang, WU Shenghui, YE Tingting
Kundschaft: Phonak (Shanghai) Co.Ltd., CN-Shanghai

Erarbeitung eines Dialog-Marketing-Konzeptes mit Erfolgsnachweis

FHS Projektteam: Renato Lunardi, Nina Fischer, Lukas Graf, Thomas Lang
Kundschaft: RWD Schlatter AG, Roggwil



Staat oder Privat?

Eine grundsätzliche Frage

Normalerweise gibt es in dieser Kolumne keine Abstimmungsempfehlungen. Weil im September Grundsätzliches auf dem Spiel steht, mache ich hier und heute eine Ausnahme. Es geht um einen Kerngedanken: Staat oder Privat? Das ist DIE entscheidende Frage in der Politik.

Text: Roland Büchel

Staatliche Lehrlingsverwaltung oder professionelle Lehrlingsausbildung durch das Gewerbe? Linke Apparatschiks wollen den Ostschweizer Unternehmern das Wirtschaften beibringen und sich massiv in die Ausbildung von Stiften einmischen. Doch diese funktioniert in unserer Region geradezu exemplarisch gut. Wirtschaftskrise hin oder her.

Viele Studenten = viele Arbeitslose

Die welschen Kantone sowie das Tessin haben zu viele Maturanden. Und es fehlt ihnen an Ausbildungsbetrieben. Darum liegt die Jugendarbeitslosigkeit weit über dem Schnitt. Nur nebenbei: Die Genfer, Neuenburger, Jurassier und die Walliser haben bereits einen «Berufsbildungsfonds». Die Tessiner auch. Ich bin überzeugt, dass sie alle ohne die bürokratischen Eingriffe besser fahren würden.

Geradezu paradox: Die «Stiften-Fonds-Verlanger» schreien auch nach mehr Akademikern: «Die Schweiz braucht mehr Gymnasiasten, nicht Lehrlinge.» Die Forderung steht. Unbeachtet davon, dass – im Verhältnis – weit mehr Uni-Absolventen arbeitslos werden als ehemalige Lehrlinge.

Zudem haben immer mehr von denen, die sich «intellektuell» nennen, keinen blassen Schimmer vom Berufsbildungssystem und dessen Beitrag zur Produktivität und zum Wohlstand der Schweiz.

Die «Stifti» bietet alle Möglichkeiten

Heute können die Talentierte nach der Berufslehre eine Höhere Fachschule HF oder höhere Berufsprüfungen absolvieren, welche die neusten technischen Anforderungen der Branche vermitteln. Diese Leute haben schlicht die höchste Arbeitsmarktfähigkeit von allen.

Eine «Stifti», die solide Grundlage für die höhere Ausbildung, vermittelt das notwendige praktische Fachwissen. Es ist vielen Bildungsfunktionären ein Dorn im Auge, dass die Berufslehre bis heute recht gut von ihnen ferngehalten werden konnte. Das ist kein Problem, sondern ein Glücksfall für die Ostschweiz.

Die Generation P

Bevor sie auch noch die Stifte unter ihre ideologischen Fittiche nehmen wollten, haben die weltfremden Ideologen den Markt

mit Massen von Geisteswissenschaftlern überschwemmt. Die Fakultäten liefern eine «Generation P».

P steht dabei nicht für Privatwirtschaft, Pioniergeist und Profil. Sondern für Praktika, Pausen und Präbeleien. Möglichst fremdfinanziert. Die teuer ausgebildete «Elite» wagt nach dem Studienabschluss hier einen Versuch, richtet sich dort mit einer Zwischenlösung ein. Die Folge? Sie kann während Jahren nicht in den ordentlichen Arbeitsmarkt integriert werden.

Werfen wir einen Blick in die EU: Die Hochschulzulassungsquote beträgt in Deutschland 40 Prozent. In Frankreich liegt sie bei mehr als der Hälfte. Und Italien macht fast jeden Fiat zum Ferrari: gut drei Viertel der Jungen haben dort die Matura im Sack. Finnland hält mit sagenhaften 95 Prozent die Spitze. Mit welchem Resultat? Nirgendwo in Europa sind so viele Junge ohne Jobs wie in Italien und Finnland.

Nein zu verstaatlichten Schweizer Stiften

Würde ein Fördertopf für die Lehrlingsausbildung in den «überschulten» Ländern Sinn machen? Ich weiss es nicht. Was jedoch klar ist: In der Ostschweiz liegt eine solche Forderung jenseits jeglicher Vernunft. Darin sind sich IHK, Gewerbeverband und alle halbwegs bürgerlichen Politiker einig. Für unsere Jungen und unsere Lehrbetriebe braucht es am 27. September eine klare Absage an den verfehlten Fonds der Sozialisten. ■

Der Rheintaler Roland Rino Büchel schreibt regelmässig für den LEADER. Er ist seit fünf Jahren Kantonsrat für die SVP und gilt als unerschrocken und konsequent. Der Sportmanager ist erster Ersatz für den Nationalrat. Im Jahr 1984 schloss er seine kaufmännische Lehre mit der Bestnote ab und hat sich seither stetig nebenberuflich weitergebildet. Zurzeit belegt er das Zertifikatsprogramm Weiterbildung für Politik an der Executive School of Management HSG, bei Professor Dr. Franz Jäger und Professor Dr. Peter Gomez. (www.rolandbuechel.ch)



«Wir haben in diesen Jahren viele Federn gelassen.»

Toni Lee

Zur KMU-Kultur zurückgefunden

Die Sitag AG im rheintalischen Sennwald ist ein kerngesundes Unternehmen. Doch jahrelang konnte sich die Herstellerin von Büroeinrichtungen als Teil eines internationalen Konzerns nicht richtig entfalten. Nun soll wieder der gesunde KMU-Geist herrschen – mit dem Knowhow eines erfahrenen Managements und einem Investor, der an das Potenzial des Unternehmens glaubt.

Text: Stefan Millius

Bilder: Bodo Rüedi

Nach Verhandlungen über rund ein Jahr hinweg war es im Mai dieses Jahres soweit: Die Büroeinrichtungs-Herstellerin Sitag AG in Sennwald kam unter ein neues Dach. Die bisherige Besitzerin, die niederländische Samas-Gruppe, verkaufte den Betrieb an die international tätige Investorengruppe Nimbus NV. Gleichzeitig übernahm das Management der Sitag AG eine Minderheitsbeteiligung am Unternehmen. In der Mitteilung zum Verkauf wurde betont, auf den Produktionsstandort Sennwald sowie die Mitarbeitenden, Produkte und Wiederverkäufer habe der Deal keine Auswirkungen

«Viele Federn gelassen»

Soviel zu den Fakten. Wenige Wochen später in den Räumen der Sitag in Sennwald. CEO Toni Lee ist sichtlich entspannt, lässt im Gespräch den Verkauf Revue passieren und blickt voraus. Schnell wird klar: Der Firmenchef, seit fünf Jahren im Amt, ist über die jüngsten Entwicklungen erfreut und erleichtert. Bei der früheren Besitzerin, der Samas-Gruppe, war die Sitag nie wirklich zuhause gewesen. Ursprünglich hätte das erfolgreiche Rheintaler Unternehmen von der Zugehörigkeit zu einer grossen Gruppe profitieren sollen – doch das war nicht der Fall. «Wir haben in diesen Jahren viele Federn gelassen», stellt Toni Lee nüchtern fest. Die Sitag war ein rentabler Betrieb in einer Gruppe, die insgesamt hohe Verluste fährt; das führte zu Kapitalabfluss. Die erwarteten Synergien stellten sich zudem nicht ein – beziehungsweise waren kontraproduktiv. Toni Lee nennt ein Beispiel: «Wir mussten aus Kostengründen das konzernweite IT-System einführen, doch dieses war für unseren Betrieb viel zu gross und zu komplex – die Folgen waren höhere Kosten.»

«Nach der Krise wird im Bereich Büromöbel grosser Nachholbedarf entstehen.»

Auch die Mitarbeiterschaft konnte sich mit den Besitzverhältnissen der letzten Jahre nie richtig anfreunden. Der Geist des eigenständigen KMU, für das man sich ins Zeug legt, weil man stolz ist auf die Firma, drohte verloren zu gehen, die Konzernstruktur

lähmte die Eigeninitiative. Deshalb war es immer das erklärte Ziel von Toni Lee und der weiteren Unternehmensführung, zurück zu dieser KMU-Struktur zu finden.

Rentable Tochter veräussert

Ironischerweise waren es gerade die Probleme der Samas-Gruppe, die das schliesslich ermöglichten. Der Konzern lieferte in den letzten Jahren schlechte Resultate, der Druck, Geld durch den Verkauf einer Tochterfirma zu machen, wuchs. Und mit der Sitag führte die Samas eine sehr rentable Unternehmung in ihren Reihen, für die es viele Interessenten gab. Mit rund acht Investoren und Mitbewerbern führte Toni Lee Gespräche und nahm sie genauer unter die Lupe. Doch erst mit der Investorengruppe Nimbus NV tauchte ein potenzieller Käufer auf, der für die Sitag eine perfekte Lösung bot.

«Das Management hat sich beteiligt, weil wir an die Strategie glauben.»

Denn Toni Lee und seinen Kollegen im Management lag es am Herzen, die Firma nicht einfach blind zu veräussern, sondern einen echten Partner an Bord zu haben. Nimbus, 1999 als Beteiligungsgesellschaft gegründet, hält Mehrheitsbeteiligungen an 20 mittelständischen Produktionsunternehmen in ganz Europa – und passte ins Käuferprofil. Der Investor mit Sitz in den Niederlanden und Deutschland kann über seine Beteiligungen auf über 3000 Mitarbeitende und 1,2 Milliarden Franken Umsatzvolumen verweisen, war aber bisher im Bereich Büroeinrichtung nicht tätig.

Vom Konzept überzeugt

Toni Lee fasst die Ausgangslage vor der Besiegelung des Verkaufs so zusammen: «Uns, also dem Management, fehlte das Geld, um die Sitag ganz zu kaufen, der Investor Nimbus wiederum war an der Sitag interessiert, ihm fehlt aber das Knowhow in dieser Branche.» Nun ist ein Geldgeber an Bord, der bereit ist zu investieren, das Sitag-Management wiederum signalisiert durch eine Minderheitsbeteiligung ein klares Bekenntnis zum Unternehmen und bürgt dafür, auch die nächsten Jahre am weiteren Aufbau beteiligt



zu sein – eine perfekte Partnerschaft. «Wenn wir vom Konzept der Investoren nicht überzeugt wären, würden wir uns mit Sicherheit nicht am Unternehmen beteiligen», betont CEO Toni Lee.

«Die erhofften Synergien im Konzern haben sich nicht eingestellt.»

Nun ist der Weg von der Konzernstruktur zurück zur eigenständigen KMU-Struktur frei. Was nicht etwa einen Rückzug auf die Schweiz bedeutet, wie Lee betont: Die Exportmärkte sollen weiter bearbeitet werden. Hauptmarkt ist und bleibe die Schweiz, Deutschland und die Beneluxstaaten sollen künftig mit Fertigprodukten im Export beliefert werden, dazu kommen Kunden in «exotischen» Destinationen wie Dubai oder Abu Dhabi, die mit grösseren Stückzahlen direkt bedient werden. Alle weiteren Märkte werden per Lizenzgeschäft versorgt, wie es die Sitag schon seit vielen Jahren praktiziert.

Entflechtung als nächster Schritt

Die Zukunftsaussichten sind laut dem CEO sehr gut. Nicht zuletzt, weil der Besitzerwechsel keine grossen Erschütterungen mit sich bringt. «Wir haben als Teil der Samas-Gruppe immer eine

gewisse Eigenständigkeit gewahrt und sie gegenüber dem Konzern verteidigt», erinnert sich Toni Lee. In den nächsten rund zwölf Monaten gehe es darum, sich vollständig aus dem Konzern zu entflechten – «eine Riesenübung, alleine mit der Umstellung der gesamten IT» –, ausserdem sei die Optimierung einzelner Produktionsprozesse nötig, gewisse Maschinen müssen ersetzt und Abläufe rationalisiert werden.

Damit aber, so ist Lee überzeugt, sei die Sitag sehr gut aufgestellt für die Zukunft. In den vergangenen Jahren habe die Firma stets Gewinne ausgewiesen, obwohl im letzten Halbjahr das Exportgeschäft um 50 Prozent, das Geschäft im Heimmarkt Schweiz um 25 Prozent zurückging gegenüber dem Höchststand vor zwei Jahren. «Selbst wenn die Umsätze in dieser schwierigen Zeit weiter sinken sollten, müssen wir keine roten Zahlen schreiben», sagt Toni Lee, «indem wir die Strukturen anpassen und die Kosten weiter optimieren.»

China keine Patentlösung

Wobei Optimierung nicht etwa gleichzusetzen ist mit der Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland. Die Komponenten für die Bürostühle kommen zwar aus den verschiedensten Ländern, gefertigt werden die Endprodukte aber in der Schweiz. Und dass eine möglichst kostengünstige Herstellung im Ausland nicht immer das Gelbe vom Ei ist, steht für Toni Lee fest, seit er gewisse Komponenten in China bezieht. Der Ruf vieler Schweizer Unternehmen, doch einfach nach China zu gehen, sei inzwischen vielerorts verstummt. «Wir werden das Geschäft mit China sicherlich nicht weiter ausbauen», so Lee. Das riesige Reich im Osten sei vielleicht die richtige Lösung für Unternehmen, die riesige Mengen produzieren, die Sitag AG sei aber im Grunde zu klein, um die Vorteile zu nutzen. Rechne man die langen Transportwege und Lieferzeiten, die grossen Volumina an Lager und die Notwendigkeit einer laufenden Überwachung mit eigenen Leuten vor Ort mit ein, so sei eine Komponente, die in China 30 Prozent günstiger hergestellt werden, plötzlich gar nicht mehr billiger.

Wichtiger als die Suche nach noch günstigeren Lieferanten ist dem Sitag-Management, die Rückkehr zu alten Werten auch bei den rund 135 Angestellten zu verankern. Lee: «Wir möchten un-

Anzeige



TEST THE BEST.

Jetzt kostenlos für 14 Tage testen!

Drucken, kopieren, scannen und faxen in hervorragender Druck- und Farbqualität bis A3 mit dem Alleskönner TOSHIBA e-STUDIO 2330c.

Wir kommen, installieren und **schenken** Ihnen on top das **Testpackage*** im Wert von Fr. 1590.– (exkl. MwSt.). Sie werden ihn nicht mehr zurückgeben wollen, obwohl wir ihn für umsonst wieder mitnehmen.

TOSHIBA e-STUDIO 2330c full color im persönlichen Test – jetzt bestellen unter www.toshibatec.ch. Spezialaktion gültig bis 30.9.2009.

* Lieferung, Netzwerkeinbindung, 2500 Blatt Color-Copy-Papier, 2000 Color-Klicks, 2000 Schwarz-Weiss-Klicks, Rücknahme

Print ▶ Mail ▶ Scan ▶ Fax ▶ Copy

www.toshibatec.ch

Toshiba TEC Switzerland AG, Max Högger-Strasse 2, 8048 Zürich

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

sere Leute konsequent zum unternehmerischen Denken hinführen.» Jeder solle seine Arbeit verrichten, als sei er selbst Unternehmer. Das sei kein einfacher Prozess, räumt der CEO ein, doch Eigenverantwortung führe zu besseren Leistungen und grösserer Zufriedenheit. Mit dem Besitzerwechsel sei die Ausgangslage dafür wieder gegeben, «denn nun arbeiten alle wieder in erster Linie für die Sitag und nicht für einen fernen Konzern.»

Hoffen auf Nachholbedarf

Der Einstieg des Investors hatte keine Auswirkungen auf die Zahl der Arbeitsplätze, und erklärtes Ziel des Management ist es, diese zu halten. Garantien könne in diesen unübersichtlichen Zeiten aber kein seriöses Unternehmen geben, stellt Toni Lee fest. «Wir wissen schlicht nicht, wie sich der Markt in den nächsten Monaten entwickelt.» Kommt dazu: Die Branche der Büroeinrichtungshersteller ist in besonderer Weise von der Entwicklung der Konjunktur abhängig, wie Lee erklärt. In einer Rezession fallen die Bestellungen sehr schnell auf ein tiefes Niveau, denn Investitionen in die Büroeinrichtung werden vertagt. Geht es dann mit der Wirtschaft wieder aufwärts, schlägt sich das in den Auftragsbüchern aber nicht sofort nieder, denn Unternehmen investieren dann zunächst in die notwendigsten Dinge für die Produktion wie neue Maschinen. Das sei verständlich, sagt Toni Lee, und es beunruhigt ihn heute längst nicht mehr, denn: «Wenn die Hochkonjunktur anhält, dann kommt bei unseren Kunden der Nachholbedarf früher oder später auf jeden Fall und ist dann umso grösser.»

Viele Veränderungen hinter den Kulissen, nur wenige, die nach aussen sichtbar sind: Das die Situation nach dem Besitzerwechsel. Der Produktionsstandort Sennwald ist heute wohl eher gestärkt als geschwächt. «Von der Perspektive Schweiz aus liegen wir im Rheintal am Rand», so Toni Lee, «aber was den Export angeht, ist die Lage gut.» Auch bei den Lohnkosten schneide der Standort gut ab. Gesamthaft seien die Kosten in der Schweiz im Vergleich mit Deutschland und den Benelux-Staaten nicht höher, da die Zahl der Arbeitsstunden hier höher liegt und die kräfteraubenden Auseinandersetzungen mit Betriebsräten entfallen. ■

Zum Unternehmen

Die Sitag AG in Sennwald wurde 1965 gegründet und steht seit her für Lifestyle, innovative Produkte und Lösungen sowie ungewöhnliches Design rund um moderne Büromöbel und -stühle. 1994 verkaufte Sitag-Gründer Emil Eberle das Unternehmen zu 52 Prozent an die Samas-Gruppe, den europäischen Marktführer für Büroeinrichtungen. 1997 wurde die Sitag AG dann vollumfänglich zu einer eigenständigen Tochter der Samas Deutschland AG & Co. KG beziehungsweise der Samas-Gruppe. Diese hat sich vor kurzem im Rahmen einer strategischen Neuausrichtung entschieden, sich auf die Märkte Deutschland, Benelux und Osteuropa zu konzentrieren. Neuer Hauptaktionär der Sitag ist nun die internationale Investorengruppe Nimbus NV; eine Minderheitsbeteiligung liegt beim Sitag-Management unter der Leitung von CEO Toni Lee.

„Echt beeindruckend, wie flexibel sich diese Software auf unsere Bedürfnisse abstimmen lässt.“

Thomas Meyer
Geschäftsführer
zimtstern



Auftrag
Fibu
Lohn

ab CHF 890.-

Erhältlich als:
Standard-, Gold-,
Platin- sowie als MS-
SQL-Server-Version.

SelectLine®
Kaufmännische Software

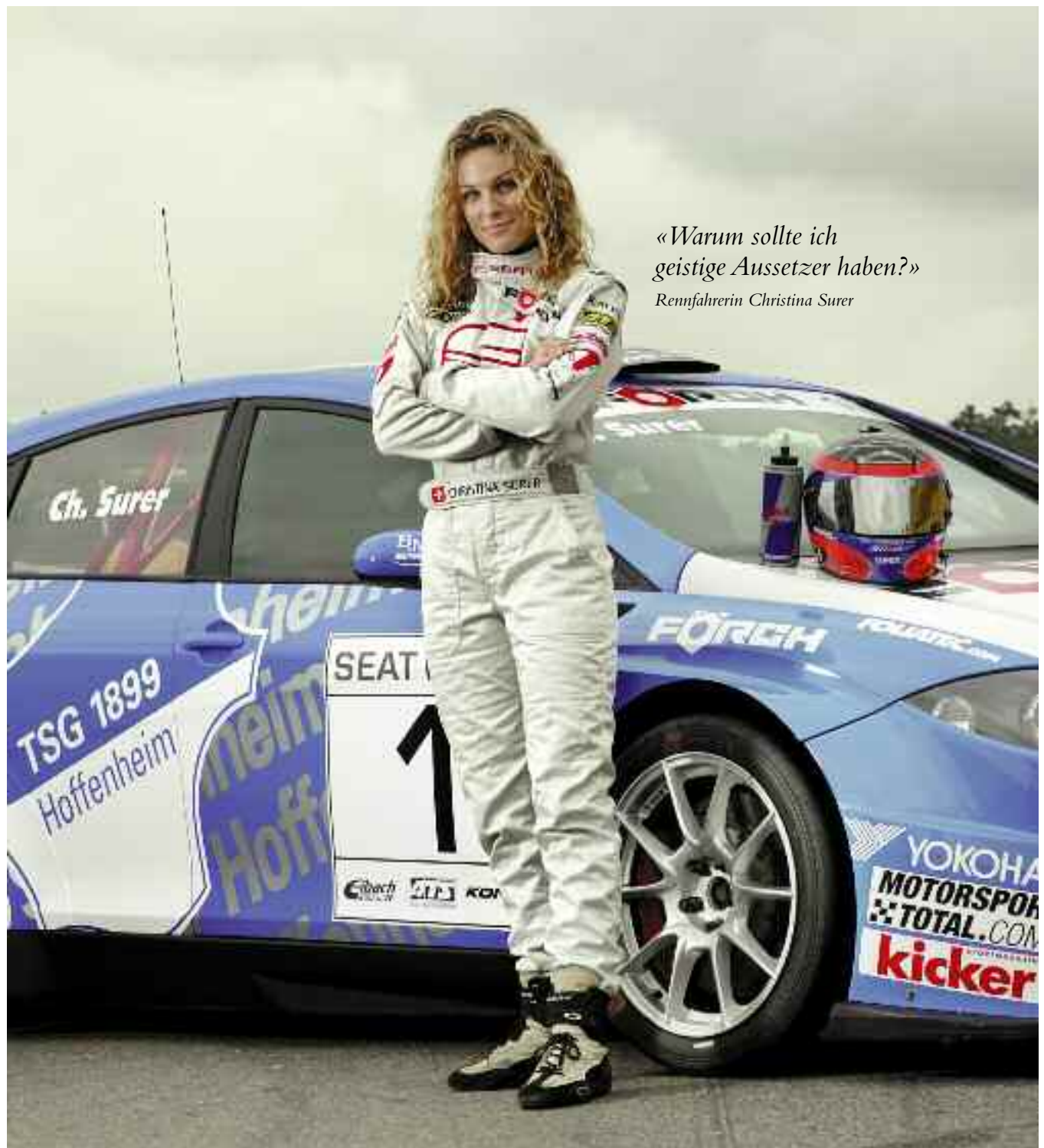
SelectLine ist eine modular aufgebaute betriebswirtschaftliche Softwarelösung, deren Leistung und Funktionsumfang sich perfekt auf die Bedürfnisse von **Klein- und Mittelunternehmen** anpassen lässt. Jetzt können Sie **die neue Version 10** zu attraktiven Konditionen bestellen.

WINAGE®
AURIGA
INFORMATIK

Winage GmbH | Achslenstr. 15 | CH-9016 St. Gallen
Tel. +41 71 280 35 67 | www.winage.ch

«Habe ich zu lange nichts getan, büsse ich nachher dafür»

In ihren Aufgabengebieten sind körperliche Fitness, mentale Stärke und gutes Aussehen gefragt. Für den Erfolg war eine hohe Portion Eigendisziplin entscheidend. Im Gespräch verrät Christina Surer, mit welchen Mitteln sie sich fit hält und ob es auch Momente gibt, in denen Laster das Körperbewusstsein verdrängen.



«Warum sollte ich geistige Aussetzer haben?»

Rennfahrerin Christina Surer

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Thommy Unrer

Christina Surer, Sie sind als Rennfahrerin, Model und Moderatorin tätig. Wie halten Sie sich für diese dreifache Belastung fit?

Mit Joggen, Schwimmen, Radfahren und mit dem Personalcoach von EA Sports Activ auf der Wii. Das ist eine gute Abwechslung.

Wie konsequent sind Sie?

Mal mehr, mal weniger. Es gibt auch bei mir Phasen, in denen ich weniger Lust auf Sport habe. Doch danach hole ich alles mit einem doppelten Pensum wieder auf. Vor einem Rennen im Seat Leon Supercopa trainiere ich natürlich intensiver.

Gibt es dennoch Momente, in denen Sie einem Laster fröhnen, wo die körperliche Fitness in den Hintergrund tritt?

Ja, natürlich. Ich liebe es, zu essen und auch einmal ein paar Tage nichts zu machen. Die Balance muss aber unter dem Strich stimmen. Habe ich zu lange nichts getan, büsse ich nachher dafür. Zwischendurch mache ich auch einmal ein paar Wochen intensiv Training, wo es nur um Sport, gesundes Essen und den Körper geht. Das tut auch Kopf und Seele gut.

Die grösste körperliche Belastung dürfte die Tätigkeit als Rennfahrerin hervorrufen. Welche Art von Fitness ist als Model oder Moderatorin gefragt?

Als Model? Da muss man einfach dünn sein. Als Moderatorin muss ich mich gut fühlen und schlank sein. Doch als Rennfahrerin kommen noch Kraft und Kondition dazu. Besonders die hohen Temperaturen im Seat Leon Supercopa erfordern eine gute Kondition. Nacken- und Armmuskulatur müssen ebenfalls speziell trainiert werden. Was immer gut tut, ist Joggen. Gerade in Stressphasen ist das ein guter Ausgleich.

Haben Sie eine Stärke, die Sie in allen drei Gebieten ausspielen können?

Ja, mein Wille. Solange ich etwas gerne mache, kann ich eine enorme Energie aufbauen, die mich dahin führt, wo ich gerne hin möchte. Mit Ruhe, Ausdauer und Disziplin.

Für eine Rennfahrerin oder einen Rennfahrer kann ein kurzer geistiger Aussetzer fatale Folgen haben. Wie gehen Sie mit diesem Druck um?

Warum sollte ich geistige Aussetzer haben?

Wie wichtig ist Ihnen gutes Aussehen?

Ich bin nicht besonders eitel. Aber es ist natürlich schon wichtig, dass auch das Äussere stimmt.

Werden auch in Zukunft alle Felder eine wesentliche Rolle in Ihrem Leben spielen oder konzentrieren Sie sich dereinst auf einen speziellen Aufgabenbereich?

Ich konzentriere mich immer auf das, was gerade zu tun ist. Es kann allerdings sein – wie es sich auch in meiner Vergangenheit gezeigt hat –, dass etwas in den Vordergrund rückt. Ich plane aber nicht. So etwas ergibt sich.

Könnten Sie sich in einem reinen Bürojob überhaupt entfalten?

Ich habe drei Jahre in einer Arztpraxis in Basel gearbeitet. Dies war für mich auch ein Traumjob: Ich konnte im Labor und beim Röntgen arbeiten, konnte Blutentnahmen machen, Spritzen geben, Verbandswechsel machen, bei OPs assistieren, hatte mit Menschen zu tun und musste das Sekretariat und die Administration bewältigen. Dies war sehr abwechslungsreich und hat mir Spass gemacht. Nur im Büro arbeiten könnte ich aber tatsächlich nicht.

Sie haben es angesprochen: Kürzlich erschien in Zusammenarbeit mit Electronic Arts Schweiz und Ihnen ein Fitness-Game für Nintendo Wii. Sind solche Spiele tatsächlich geeignet, um den Körper auf Vordermann zu bringen?

Ich empfinde es als grosse Bereicherung für meinen Fitnessplan und sehe es als Abwechslung. Es gibt aber auch Zeiten, in denen ich ein paar Tage nur mit dem «Personaltrainer» trainiere. Glauben Sie mir, nach den ersten Trainings hatte ich wirklich Muskelkater. Man kann sämtliche Muskelgruppen trainieren, auch die die man beispielsweise beim Joggen nicht trainiert. Wenn jemand Kinder hat und nicht ins Fitnessstudio kann, ist das die ideale Lösung, übrigens auch für «Couch-Potatos» und solche, die keine Zeit haben.

Trotzdem ist Ihnen ein Waldlauf nach wie vor lieber?

Die Abwechslung macht es doch. Bei schlechtem Wetter oder wenn ich wenig Zeit habe, bleibe ich lieber zu Hause und trainiere mit der Wii und meinem Personaltrainer. Vor einem Rennen gehe ich lieber laufen. Ich gehe dann geistig die Rennstrecke ab und bereite mich so auf mein Rennen vor.

Können Sie uns abschliessend noch drei Tipps für den Weg zur raschen körperlichen Fitness geben?

Lieber immer ein bisschen, als gar nichts. Die Frage ist, was ich erreichen möchte. Probieren Sie es mit dem erwähnten Personaltrainer, da ist auch ein 30-Tage-Trainingsplan mit Tipps für jeden drin, dazu zwei bis drei Mal die Woche Joggen und gesunde Ernährung, wie beispielsweise Trennkost und viel Wasser. ■

Wertvoller denn je: Gesunde Mitarbeitende für ein erfolgreiches Unternehmen



Wussten Sie,

Dass 44% der Schweizer Erwerbsbevölkerung unter starken nervlichen Anspannungen bei der Arbeit leiden?

Dass 30% des Unternehmenserfolgs durch Arbeitsbedingungen und Mitarbeitermanagement erklärbar sind?

Dass Sie jeden in Gesundheitsförderung investierten Franken um ein Vielfaches zurück erhalten?

Dass Sie mit der Umsetzung Betrieblichen Gesundheitsmanagements nicht nur die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit Ihres Betriebes, sondern auch das Arbeitsklima und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden erhöhen?

Die vivit gesundheits ag, ein Tochterunternehmen der CSS Versicherung, berät Unternehmen mit dem Ziel, die Gesundheit der Mitarbeitenden und des Unternehmens zu erhalten und zu verbessern. Sie ist der führende Partner für umfassendes Gesundheitsmanagement rund um die Bereiche Medizin, Ernährung, Fitness und Life Balance.

Die moderne Arbeitswelt verlangt dem Menschen vieles ab und erfordert zunehmend mehr Flexibilität. Rasch ändernde Ziele und Vorgaben setzen die Mitarbeitenden immer mehr unter Druck. Oft ist es nicht einfach, einen Ausgleich zu finden. Die Folge davon sind gestresste oder sogar kranke Mitarbeitende, deren Leistungsfähigkeit abnimmt.

vivit
Für Ihre Gesundheit



Dieser Teufelskreis muss nicht sein. Ein Unternehmen kann viel für die Gesundheit seiner Mitarbeitenden tun. In Zeiten globaler und moderner Unternehmen haben Unternehmen längst erkannt, dass sie für die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden mitverantwortlich sind und dass sie, die Umsetzung eines strukturierten und nachhaltigen Betrieblichen Gesundheitsmanagements, nicht nur die Leistungsfähigkeit und Motivation ihrer Mitarbeitenden erhöhen, sondern gleichzeitig Kosten einsparen.

Die vivit gesundheits ag entlastet Unternehmen in der Umsetzung des Betrieblichen Gesundheitsmanagements und konzipiert Massnahmen, die wirken.

Der vivit gesundheits ag liegt viel daran, dass Unternehmen und Mitarbeitende von Gesundheit und Wohlbefinden profitieren können.

So betrachtet die vivit gesundheits ag erfolgreiche Gesundheitsmanagement als umfassendes Konzept mit den Phasen Sensibilisierung, Standortbestimmung, Zieldefinition, Umsetzung und Evaluation.

Wir bringen Ihrem Unternehmen das Thema Gesundheit näher. Sie werden sehen, Gesundheit ist auch für Ihr Unternehmen machbar! Wir beraten Sie gerne:

vivit gesundheits ag – Tribsenstrasse 7 – 6005 Luzern – 041 226 18 80 – info@vivit.ch – www.vivit.ch

CSS Versicherung, Marktgebiet Ostschweiz, Bahnhofstrasse 9, 9001 St. Gallen, 058 277 40 81, info.unternehmen@css.ch

Das Unternehmen und seine Mitarbeiter schützen

In der Schweiz ist es für ein Unternehmen nicht in jedem Fall obligatorisch, für seine Mitarbeiter eine Krankentaggeldversicherung abzuschliessen. Das Gesetz regelt das Minimum. Im Ernstfall kann diese Minimalregelung sowohl für den Arbeitnehmer als auch für das Unternehmen fatal werden.

Text und Bild: ÖKK

Erleidet ein Arbeitnehmer einen Unfall und fällt für einige Zeit aus, ist er nach schweizerischem Gesetz versicherungstechnisch besser gestellt, als wenn er krankheitshalber arbeitsunfähig wird. Der Grund dafür ist folgender: Die Unfallversicherung ist für alle Unternehmen obligatorisch und schliesst die Behandlungskosten mit ein. So ist ein Schutz vor kurz- und langfristigem Lohnausfall mit Taggeldern und Renten garantiert.

Fällt ein Arbeitnehmer aus, weil er krank ist, sieht es unter Umständen anders aus. Dann kommt es ganz darauf an, ob die Firma, für welche er arbeitet, für ihre Mitarbeiter eine Krankentaggeldversicherung abgeschlossen hat. Diese ist in der Schweiz bis heute nicht obligatorisch. Im Gesetz ist dieser Sachverhalt nur minimal geregelt. Gemäss OR muss ein Arbeitsverhältnis mehr als drei Monate dauern, damit eine Lohnfortzahlungspflicht besteht. Im ersten Dienstjahr besteht ein Lohnanspruch von drei Wochen, danach eine angemessen längere Frist. Ist ein Mitarbeiter länger oder sogar auf Dauer arbeitsunfähig, kann es so zu grossen Lohnausfällen kommen. Denn sowohl IV als auch BVG setzen frühestens nach einem Jahr ein. Eine solche Lücke kann für die betroffenen Mitarbeiter sehr schmerzhaft sein.

Risiko minimieren

Aber auch für das Unternehmen kann es eine finanzielle Belastung werden, wenn es die Löhne für ausfallende Arbeitskräfte weiterbezahlen muss. Da ein Unternehmen im Voraus nie wissen kann, wie viele Mitarbeitende krank sein werden, kann es auch nicht abschätzen, in welchem Umfang es Lohnfortzahlungen leisten muss. Hat es dagegen eine freiwillige Krankentaggeldversicherung abgeschlossen, bezahlt es zwar die Prämien, Ausgaben für Lohnfortzahlungen gibt es nicht. Die Versicherung wirkt sich so auf beide Seiten positiv aus: Der Arbeitnehmer muss keine Lohnneinbussen verkraften und der Arbeitgeber ist gegen das Risiko versichert, den Lohn während vieler Monate trotz ausbleibender Arbeitsleistung zahlen zu müssen.

Versicherungsdeckung der Unternehmensentwicklung anpassen

Meist werden Versicherungen zu einem bestimmten Zeitpunkt abgeschlossen, dann aber lange nicht mehr überprüft. Es ist wichtig, dass ein Unternehmen die Versicherungsdeckung der Ge-



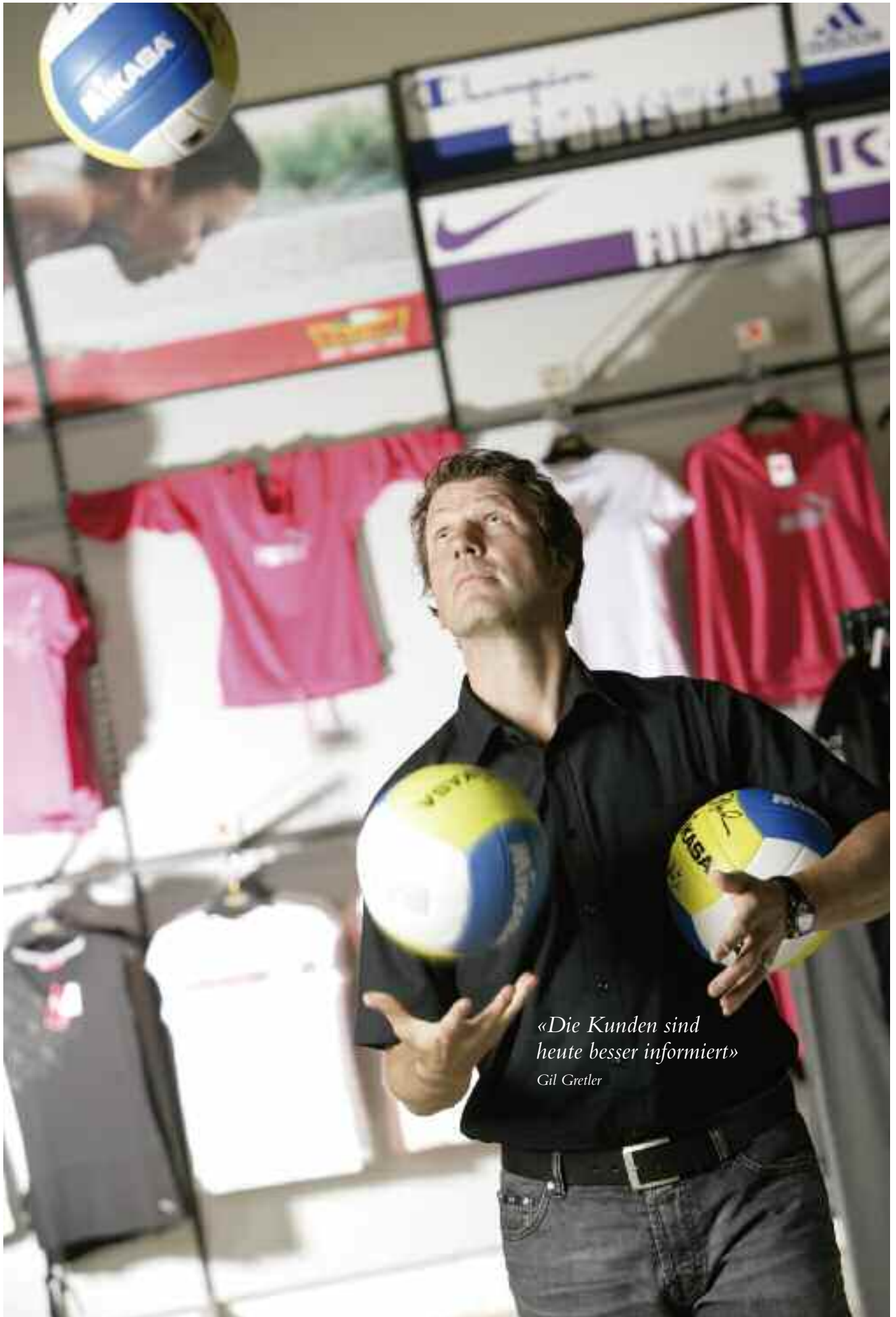
schaftsentwicklung anpasst. Bei einer positiven Entwicklung werden oft mehr Leute eingestellt und folglich höhere Löhne bezahlt. Zum Beispiel ist in der Unfallversicherung nach UVG ein Lohn bis zu 126'000 Franken pro Jahr versichert. Das reicht den meisten Unternehmen in der Anfangszeit. Nach ein paar Jahren sieht die Situation meist anders aus. Dann ist es wichtig, die Versicherungen mit dem Kundenberater zu überprüfen.

Wiedereingliederung

Zieht sich der Heilungsprozess eines Arbeitnehmers in die Länge, ist nicht jeder Arbeitgeber in der Lage ihn richtig zu begleiten. Der Wiedereinstieg in die Arbeitswelt ist dann umso schwieriger. Für diese Fälle gibt es das Case Management. Der Case Manager unterstützt den Arbeitgeber und begleitet den Betroffenen auf seinem Weg zurück an den Arbeitsplatz mit gezielten Massnahmen.

Diese Dienstleistung ist in den Prämien für die Krankentaggeldversicherung inbegriffen. Ein Nutzen entsteht für alle Seiten: für den Arbeitnehmer, weil er im Heilungs- und Integrationsprozess aktiv unterstützt wird, für das Unternehmen, weil die Krankheitsabsenzen kürzer sind.

Weitere Infos unter www.oekk.ch



*«Die Kunden sind
heute besser informiert»*

Gil Gretler

Fachmarkt mit Liebe zum Detail

Das breite Sortiment und die tiefen Preise eines Fachmarkts, die kompetente persönliche Betreuung eines Detaillisten: Diesen Spagat macht die Sportmarktkette Athleticum Tag für Tag, seit zwölf Jahren unter anderem in St.Gallen. Hier finden nicht nur Fitness-Freunde und Hobby-Fussballer ihre Ausrüstung, auch Golfer und Angler werden fündig. Das Konzept bewährt sich, der Erfolg bleibt nicht aus.

Text: Stefan Millius

Bild: Bodo Rüedi

Einst diente die Halle in St.Gallen hart an der Grenze zu Abtwil einem grossen Softgetränk-Hersteller als Lager. 1997 ist hier in unmittelbarer Nähe zu Möbelgeschäften, einem Cash&Carry und weiteren Anbietern ein Mekka für Sportfreunde entstanden: Die St.Galler Filiale der «Athleticum Sportmarkets AG». Bereits damals mit von der Partie: Gil Gretler, beim Startschuss in St.Gallen stellvertretender Filialleiter. Später zog es den gebürtigen Zürcher nach Winterthur, wo er die dortige Filiale sechs Jahre lang leitete, seit rund einem halben Jahr ist er nun als Filialleiter wieder in St.Gallen. Auch privat ist Gretler zum Ostschweizer avanciert – er ist in Heiden zuhause.

Shopping-Quartier gewachsen

Seit seiner ersten Zeit in St.Gallen hat sich einiges getan, vor allem rund um die Athleticum-Filiale. In direkter Nachbarschaft ist ein Ableger des Möbelhauses Fly entstanden, das wie Athleticum selbst zur Maus-Frères-Gruppe gehört, zusammen mit Manor und Jumbo. Der Baufachmarkt OBI findet sich ebenfalls in nächster Nähe. Ein regelrechtes Shopping-Quartier ist hier gewachsen, und das auf befruchtende und nicht auf konkurrenzierende Weise. Jedes neue Element ist ein Frequenzbringer auch für die weiteren Anbieter.

Doch zurück zum Athleticum. Dass Gil Gretler, einst gelernter Koch, dem Sportmarkt schon so lange die Treue hält, führt er auf dessen spannendes Konzept zurück – und natürlich auf die Tatsache, dass er selbst Sportler ist. Das Sortiment umfasst zehntausende von Artikeln, und das aus den verschiedensten Bereichen. «Vom Fussball über das Bike bis hin zur Ausstattung fürs Fischen», umschreibt Gretler die Spannweite. Punkto Betreuung der Kunden bewege sich Athleticum im grossen Feld zwischen einem Detaillisten und einem Fachmarkt. «Wer Informationen benötigt, wird betreut, wer selbst ein wenig herumschauen will, kann das ebenfalls tun», beschreibt es Gretler.

Er stellt fest, dass die Kunden heute sehr viel besser über die Produkte und neue Trends informiert sind als noch vor einigen Jahren – dem Internet sei dank. Viele Kunden wissen deshalb genau, was sie wollen und benötigen kaum Beratung, erhalten sie aber, wenn sie doch nötig wird. Gretler: «Dass Athleticum inzwi-

schen auf 25 Filialen in der ganzen Schweiz angewachsen ist, zeigt, dass dieses Konzept ankommt.»

Tiefpreise und Eigenmarken

Wo sich Athleticum klar eher am Fachmarkt als am kleinen Detaillisten orientiert, ist der Preis. Dieser sei nicht allein entscheidend, stellt Gretler klar, aber er müsse natürlich marktgerecht sein. Mit der angebotenen Tiefpreisgarantie stellt Athleticum sicher, dass auch dieses Kriterium erfüllt wird. Auch die diversen Eigenmarken im Textilbereich, die qualitativ vergleichbar sind mit Markenartikeln, aber günstiger sind, dienen dem Zweck, hier die Nase vorn zu haben.

Darüber hinaus mache aber Kompetenz, die Qualität des Services und die persönliche Beziehung zur Kundschaft den Unterschied. «Unsere Kunden wissen, dass wir sie auch gerne nach dem Kauf noch betreuen», sagt der Filialleiter. Auch viele Käufer sehr teurer Velos und Skier beispielsweise setzen auf den Service durch Athleticum-Personal, was zeigt, dass die grosse Kette dieses Feld keineswegs den kleinen Spezialisten überlassen will.

Auch in der Nische tätig

Dasselbe gilt für kleine Nischen im Angebot. Die «Renner» sind ganz klar grosse Bereiche wie Fussball, Bike und Outdoor, stark in Bezug auf die Umsätze ist auch der gesamte Bereich an Textilien in den verschiedenen Sportarten. Demgegenüber einen kleinen Anteil an Gesamtergebnis haben Nischen wie Angeln und Golf. Dennoch hält Athleticum verhältnismässig viele Produkte rund um diese Sportarten bereit, wenn das Sortiment auch nicht vergleichbar ist mit dem ausgesprochener Spezialisten. Dank enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten schafft es Athleticum laut Gil Gretler, in diesen Nischenbereichen das anzubieten, was der Kunde wünscht, selbst wenn das Sortiment gezwungenermassen eingeschränkt ist. Die Überlegung dahinter ist einfach: Der Kunde, der hier Golf-Utensilien einkauft, schlägt vielleicht auch bei Fussballschuhen für den Sohn oder Fitness-Kleidung für sich selbst zu, der Sportangler kauft seinen Faserpelz hier und stösst zufällig auf ein Ski-Schnäppchen für den Winter.

«Den» Kunden, so Gretler, gibt es allerdings ohnehin nicht. In Zürich aufgewachsen, kann der Filialleiter gut Vergleiche ziehen.

Der Ostschweizer Kunde sei weniger empfänglich für «Hypes» und kurzlebige Trends, bilanziert er, die Zuverlässigkeit der Produkte stehe für ihn im Zentrum.

Trends schwer zu prognostizieren

Apropos Trends: Diese voraus zu ahnen, ist in jeder Branche ein Teil des Erfolgs. Eine ständige Herausforderung für die Einkaufsabteilung sei es, sagt Gretler, zu spüren, welche Produkte, die beispielsweise in Amerika für Furore sorgen, den Sprung über den grossen Teich schaffen und auch Herrn und Frau Schweizer ansprechen. «Die Scooter kamen urplötzlich auch bei uns auf und halten sich bis heute», nennt er ein Beispiel. Oder der Wintersport als wichtiger Geschäftszweig: Hier wurden «normale» Skier einige Zeit lang von Snowboards regelrecht verdrängt, nun feiert der gute alte Ski seit einigen Jahren ein Comeback, weil neue Modelle für mehr Fahrspass sorgen.

Vom Ausland inspirieren lassen können sich Sportmärkte hierzulande auch von der attraktiven Aufmachung des Sortiments. Gil Gretler spricht von Themenwelten, in denen die Produkte noch besser zur Geltung kommen. Im Athleticum St.Gallen, der im kommenden Jahr eine bauliche Auffrischung erhalten soll, dürfte man sich in diesem Zug ebenfalls einiges einfallen lassen.

Doch im Vordergrund stehen die Kompetenz und die Erfahrung rund um die Welt der Sportausstattung; sie ist es, die für den Kunden zählt. Es gebe nach wie vor falsche Klischees über Grossanbieter, wie es Athleticum einer ist, was die Betreuung angeht. «Unser Personal besteht aus Cracks, die entweder selbst aktiv Sport treiben oder ihren Beruf von Grund auf gelernt haben und bestens Bescheid wissen», erklärt Gretler. Dasselbe gelte für den Service, der umfassend über alle Sportarten hinweg angeboten werde. ■

Anzeige



Arbeit und Recht

In einer für den juristischen Laien verständlichen und konkreten Sprache werden die Rechte und Pflichten im Arbeitsalltag dargestellt. Dabei zeigt das Buch Lösungen zu den sich täglich stellenden praktischen Problemen auf. Es wird ergänzt durch Briefbeispiele und andere Mustervorlagen. In der 10. Auflage ist der gesamte Text überarbeitet und aktualisiert worden, z. B. zum Bundesgesetz über die Familienzulagen, das am 1. Januar 2009 in Kraft trat.

Hans Ueli Schürer
Arbeit und Recht

10. Auflage 2009, 324 Seiten, brosch., CHF 48.–
ISBN 978-3-286-50380-9

www.verlagskv.ch

VERLAG SKV

Leader lesen LEADER®

LEADER.
Das Ostschweizer
Unternehmermagazin.

Daniel Fässler,
Innerrhoder Landammann



Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse. – Elitär, finden Sie? Da haben Sie völlig Recht.

www.leaderonline.ch

Die Autorin:

Carola Risi Kirchhofer, Rechtsanwältin, ist Leiterin im Absenzen- und Case Management der Firma SIZ Care AG. Sie verfügt über langjährige Erfahrung im Versicherungsbereich und ist spezialisiert in Fragen der Sozialversicherung und im Arbeitsrecht.

Die SIZ Care AG ist eine der führenden Gesellschaften in der Schweiz bezüglich Betreuung und Wiedereingliederung krankheits- oder unfallabwesender Mitarbeitenden. Die SIZ Care AG betreut mit ihren 27 Mitarbeitern gesamtschweizerisch 80 Firmen mit insgesamt rund 25'000 Angestellten.

www.sizcare.ch



Carola Risi Kirchhofer

Beim professionellen Absenzenmanagement gibt es nur Gewinner

War vor zwanzig Jahren das Bewusstsein über die Befindlichkeit des Mitarbeiters und dem damit verbundenen Wert des Humankapitals im Unternehmen meist noch kein Thema, befassen sich Arbeitgeber in den letzten Jahren zunehmend mit der Frage nach der Optimierung ihres Absenzwesens. Fehlende Arbeitsleistung, Ausfall von Leistungsträgern und Erhöhung von Versicherungsprämien stellen nämlich ein erhebliches betriebswirtschaftliches Risiko dar, was viele Betriebe inzwischen veranlasst hat, mit Hilfe eines professionellen Absenzenmanagement – wie dasjenige der SIZ Care AG – ihre Absenzdaten in den Griff zu bekommen.

Vorteile für Arbeitnehmer und Arbeitgeber

Der Nutzen des Absenzenmanagements zeigt sich aus der Sicht aller Beteiligten. Der Arbeitsunfähige erfährt durch den Absenzenmanager Hilfe bei der Koordination und Vernetzung mit den involvierten Stellen, aber auch bei Unklarheiten in Bezug auf sozialversicherungsrechtliche, medizinische und arbeitsrechtliche Fragen. Dabei garantiert das Betreuungsmodell der SIZ Care AG dem Arbeitgeber, dass jeder erkrankte Mitarbeiter ab dem vertraglich vereinbarten Interventionsrhythmus (z.B. ab 10. Kalendertag) telefonisch und persönlich kontaktiert und betreut wird. Die Vorgesetzten und Führungskräfte des Unternehmens werden entlastet, ohne aber ihrer Verantwortung gänzlich enthoben zu werden. Durch das Aufrechterhalten des persönlichen Kontakts zum gewohnten Arbeitsumfeld kann zum gegebenen Zeitpunkt der Wiedereinstieg des Arbeitnehmers bestmöglich geplant werden. Die Rückmeldungen des Absenzenmanagers an den Arbeitgeber ermöglichen diesem, seine Personaldispositionen besser, schneller und adäquater vornehmen sowie die durch Absenzen verursachten Kosten in Schach zu halten.

Vorteile für die Versicherungen

Der Absenzenmanager ist aber auch Dreh- und Angelpunkt zum Taggeldversicherer (rasche Berichterstattung) sowie zur IV-Stelle (rechtzeitige IV-Anmeldung), wobei das Absenzenmanagement der SIZ Care AG ein klassisches Früherkennungsinstrument ist. Der Fokus ist auf die ersten sechs Wochen einer Arbeitsunfähigkeit gerichtet. Bereits zu diesem Zeitpunkt werden die ersten Schritte und Massnahmen zur Reintegration an den Arbeitsplatz in Koordination mit dem Arzt, dem Arbeitgeber und den Sozial- und Krankentaggeldversicherern eingeleitet.

Insbesondere die betreuungs- und kostenintensiven Langzeitfälle bereiten den Versicherungen (vorab der IV und den Pensionskassen) Kopfzerbrechen. Die Lösung bringt auch hier der Einsatz eines professionellen Absenzenmanagements, wobei sämtliche Abwesenheiten im frühestmöglichen Stadium (meist Wochen oder gar Monate bevor die Versicherungen Kenntnis von der Arbeitsunfähigkeit des Betroffenen haben) effizient bearbeitet werden. Nur schon die Verhinderung eines einzigen IV-Falles kann positive Auswirkungen auf die Pensionskassen-Belastung haben. Diese Erkenntnisse führen dazu, dass bereits einige Personalvorsorgeeinrichtungen das Absenzenmanagement als ideale Ergänzung ihren Kunden empfehlen (oder sich gar daran beteiligen) und den entscheidenden Vorteil zu nutzen wissen.

Win-win-Situation

Mittel- bis langfristig kann durch die Betreuung aus einer Hand folglich ein nachhaltiger Erfolg erzielt werden, wobei die Arbeitsunfähigkeitsquote, die Versicherungsprämien, die Ausfall- und Invaliditätskosten durch den Einsatz eines wirksamen Absenzenmanagements gesenkt werden können. ■

*«Wir arbeiteten Tag und Nacht,
um unseren Traum zu realisieren»*

Andrej Ammann, Update Fitness AG



Die Skeptiker sind längst verstummt

Gut möglich, dass ohne die Hilfe der Grossmutter von Michael und Andrej Ammann die Gesundheitskosten noch weiter in die Höhe geschossen wären. Sie war es, die gewissermassen den Grundstein zur Update Fitness AG legte. Heute, zwölf Jahre später, trainieren über 8'000 Ostschweizer in ihren sieben Fitness-Studios. Das Konzept des Familienunternehmens funktioniert ähnlich wie ein effizienter Muskelaufbau.

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: Bodo Rüedi

Wittenbach, Mitten in der Sommerferienzeit. Das Thermometer zeigt an der Sonne fast 30 Grad an. Trotzdem haben einige Unentwegte den inneren Schweinhund überwunden und trainieren fleissig im Update-Fitnesscenter. Hier drinnen ist es kühler, die hohen Räume sorgen für ein angenehmes Klima. Keine stickige Luft, keine zu eng aneinander gereihten Geräte. Im hinteren Teil deuten Absperrbänder und Schutzmatten einen Unbau an. «Neben dem Bau von neuen Anlagen sind wir stetig damit beschäftigt, unsere bestehende Infrastruktur zu erneuern und auszubauen. Hier in Wittenbach etwa haben wir die WC- und Duschanlagen erneuert», sagt Andrej Ammann.

Der 36-Jährige kann in seinem Lebenslauf schon heute auf mehrere Karrieren verweisen. Er war Spitzensportler, Fünfkampf-Nationalcoach – und seit zwölf Jahren führt er gemeinsam mit seinem Bruder Michael die Update Fitnesscenter AG. Und dabei haben ursprünglich nur wenige Aussenstehende an den Erfolg geglaubt. «Als wir Ende der 1990er Jahre diese Räume hier umgebaut haben, waren viele erstaunt oder haben gelacht. Wer richtet schon in Wittenbach ein Fitnesscenter ein?», blickt der Sportler zurück. Die beiden Brüder liessen sich nicht beirren. Mit einem Darlehen von der Grossmutter tätigten Andrej Ammann und sein Bruder, ein gelernter Sportlehrer, die wichtigsten Investitionen und legten wo immer möglich selber Hand an. «Wir arbeiteten fast Tag und Nacht, um unseren Traum zu realisieren.»

Der Startschuss erfolgte schliesslich im Jahre 1997. Was man hatte, war Erfahrung im sportlichen Bereich, ansprechende Räumlichkeiten und günstige Preise. Auf was man hoffte, waren der einst 450 Mitglieder. So viel benötigten die Jungunternehmer, um finanziell über die Runden zu kommen. Der Erfolg stellte

sich schneller ein als erhofft: Schon nach einem Monat war die magische Marke geknackt, und eine Putzfrau konnte verpflichtet werden. Nach einem Jahr zählte das Update bereits über 800 Mitglieder, war eigenfinanziert, und die Grossmutter erhielt ihr Darlehen zurück. Doch das war erst der Anfang.

Die Monotonie bekämpfen

Während ein älterer Herr auf einer Bank Gewichte stemmt, strampelt ein Teenager auf einem Indoorcycle mehrere Kilometer ab. Das Bild von Fitnesscentern, die nur von muskelbepackten Männern und Frauen belagert werden, ist längst revidiert. Das Gesundheitsbewusstsein lockt schon seit Jahren die unterschiedlichsten Personen an diese Stätten: Vom übergewichtigen Kind bis zum Promi, von Jung bis Alt, und vom Sportler bis zum absoluten Nichtsportler. Über die Jahre vertrauen auch immer mehr Leistungssportler dem Update. So bauen beispielsweise der FC St.Gallen, der FC Wil oder TSV Otmar St.Gallen auf die Infrastruktur und Dienstleistungen der Gebrüder Ammann. «Wir sind uns seit der Gründung bewusst, dass unser wichtigstes Marketingmittel die Mund-zu-Mund-Werbung ist», erklärt Andrej Ammann.

Auch läuft man nicht jedem neuen Trend hinterher: Schätzt das Team eine neue Methode als wirkungs- und sinnvoll ein, so wendet man sie an. Aber hierfür müsse man den Markt genau kennen, beobachten, sich an Messen mit Neuigkeiten auseinandersetzen und nicht der Versuchung erliegen, ein neues Gerät nach seiner Rendite zu bewerten. «Wie in anderen Branchen ist nicht alles, was angeboten wird, auch seriös. Wenn Ihnen jemand verspricht, dass mit fünf Minuten Nichtstun die grösseren Erfolge erzielt werden können als mit 60 Minuten körperlicher Aktivität, ist dies schlicht unlauter», bringt es der Unternehmer auf den



Punkt. Es gelte noch immer das Gesetz: Ohne Fleiss kein Preis. Der Schlüssel zum vitalen Erfolg sei die Regelmässigkeit. «Es ist uns ein Anliegen, die Zeit, die unsere Kunden bereit sind zu investieren, optimal zu nutzen.» Ebenso wichtig sei es, das Angebot vielseitig zu gestalten. Weder für den Menschen noch für dessen Muskeln dürfe es monoton werden. «Der Muskel ist von Grund auf faul. Er baut sich nur weiter auf, wenn Sie ihn laufend neuen Reizen aussetzen.»

Das Nutzen von Synergien als Kostenoptimierer

Neues hat nach der Gründung im Jahre 1997 auch Michael und Andrej Ammann weiterhin gereizt. Während den folgenden Jahren wurde die Marktabdeckung kontinuierlich verbessert: Bereits 1998 wurde eine Filiale in Uzwil eröffnet, später folgten Mönchwil, Amriswil, zwei Standorte in der Stadt St.Gallen, und in Teufen eine Partneranlage mit Appenzellerland Sport. «Nicht das Bedürfnis, stetig grösser zu werden, sondern die Erkenntnis, dass

ein konsequentes Nutzen von Synergien uns Marktvorteile beschert, hat uns zur Expansion motiviert. Nur so ist es möglich, dass auch nach zwölf Jahren eine Mitgliedschaft immer noch nur 690 Franken im Jahr kostet», sagt Ammann.

«Wir sind mit keinem Rappen fremdfinanziert»

Das Update zählt bereits über 8'000 Mitglieder und beschäftigt rund 180 Mitarbeiter. Keine Angst vor einem zu grossen Wachstum? «Nein», sagt Ammann bestimmt, «wir sind mit keinem Rappen fremdfinanziert. Gerade in der jetzigen Zeit wird es zum Glücksfall, dass in der Vergangenheit nur das realisiert wurde, was auch direkt bezahlt werden konnte. Diese Tugend macht uns heute stärker, handlungsfähiger und sehr flexibel.» Von Beginn an habe man die Fixkosten immer im Griff gehabt, sei sich niemals zu schön gewesen, selbst aktiv tätig zu sein. «Wir machen noch

immer sehr viel selber, beobachten Entwicklungen sehr genau und halten den Ball flach», umschreibt der ehemalige Spitzensportler.

Kritiker Lügen gestraft

Die Familie als Schlüssel des Erfolgs? Nicht nur: Wer längerfristig bestehen will, muss durch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugen. Eine klare, nachvollziehbare und transparente Preispolitik wird von den Kunden geschätzt. So lauern im Angebot keine versteckten Zusatzkosten, wie Ammann betont. Auch werden keine zusätzlichen Mitglieder durch kurzfristige Rabattaktionen angelockt. «Dadurch würden wir jene Kunden benachteiligen, die schon seit zehn Jahren bei uns trainieren. Wir wollen Kontinuität und keine Achterbahnfahrten bieten.» Der Preis rief gerade in den Anfangsjahren die Konkurrenz auf den Plan. Kritik wurde laut, dass mit solchen Angeboten keine Qualität gewährleitet werden könne.

Ein Vorwurf, den Michael und Andrej Ammann mit Leistung beantworteten – mit einer ISO-Zertifizierung. «2001 liessen wir uns als erster Fitness-Anbieter in Europa mit der ISO-9001/2000-Qualitäts-Norm zertifizieren. Wir haben unser Qualitätssystem stetig optimiert. Neben internen Audits und einem gelebten Verbesserungsprozess sind auch Qualitäts-Scouts im Einsatz. Sie bewerten aus Kundensicht Hilfsbereitschaft und Freundlichkeit der Trainer, den Zustand der Infrastruktur und die Sauberkeit», erklärt Ammann.

Wie im Sport gilt auch in der Unternehmenswelt: Von nichts kommt nichts. Und dass rund um die Update Fitness AG noch einiges entstehen wird, steht ausser Frage. Wie die Fitness-Branche ist auch das Update den Kinderschuhen entwachsen. Es ist ein erfolgreiches Ostschweizer Unternehmen entstanden – äusserst vital und hungrig darauf, noch besser zu werden. ■

Das Update-Trainingsprinzip

Die richtige Anwendung der Update-Trainingsprinzipien steigert die Effizienz des Trainings. Sie basieren auf den Veröffentlichungen des deutschen Trainingswissenschaftlers Prof. Dr. Jürgen Weineck:

Prinzip der Kontinuität

Nur regelmässig und langfristig durchgeführte Trainingseinheiten bringen den Erfolg. Nicht die Leistung über drei Wochen ist entscheidend, sondern die Anzahl Einheiten über einen längeren Zeitraum bestimmen die Nachhaltigkeit des Trainings. So können ein bis zwei Trainingseinheiten pro Woche über ein Jahr das gewünschte Ergebnis bringen.

Prinzip der überschwelligen Belastung

Nur ein überschwelliger Reiz (über 30% der maximalen Leistungsfähigkeit) führt zu einem Trainingseffekt. Den richtig gewählten Widerstand oder die richtig gewählte Last löst die gewünschte Superkompensation aus.

Prinzip der progressiven Belastung

Durch die Leistungsverbesserung, erzielt durch regelmässiges Training, muss der Widerstand oder die Last kontinuierlich gesteigert werden. Dies ermöglicht eine konstante Leistungssteigerung.

Prinzip der Variation

Da nach dem Prinzip der progressiven Belastung grundsätzlich der Trainingswiderstand in regelmässigen Abständen erhöht werden sollte, dies aber nicht beliebig lang möglich ist, verlangt der Körper eine Variation in der Trainingsgestaltung.

Prinzip der unterschiedlichen Belastungsdauer

Eine unterschiedliche Belastungsdauer der Muskulatur führt zu unterschiedlichen Ergebnissen. Es muss dem Umstand Rechnung getragen werden, dass es schnelle und langsame Muskelfasern gibt und dass eine Wiederholung nicht die gleiche Wirkung erzielt wie 25 Wiederholungen.

Prinzip der Individualität

So unterschiedlich die Menschen sind, so unterschiedlich kann die Wirkung des Trainings sein. Ein erfolgreiches Trainingsprogramm des Trainierenden A führt beim Trainierenden B nicht automatisch zum gleichen Ergebnis.

Prinzip der Selbstreflexion

Das Training wird durch die verschiedensten technischen Hilfsmittel unterstützt. Das beste und sensibelste «Gerät» für die Kontrolle der Intensität ist aber noch immer der eigene Körper.

Prinzip der ausreichenden Energie

Ohne ausreichend Energie kann keine Leistung erbracht werden. Das ausreichende Zuführen von Flüssigkeit und genügend zur Verfügung stehenden Kohlenhydraten sind für ein wirksames Training unabdingbar.

Leader lesen LEADER®

Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse. – Elitär, finden Sie? Da haben Sie völlig Recht.

www.leaderonline.ch

Bachelor-Ingenieure bereit für den nächsten Schritt

Jedes Jahr verlassen rund 70 ausgebildete Ingenieure die Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs NTB. Während drei Jahren Vollzeit- bzw. vier Jahren berufsbegleitendem Studium haben sich die Studierenden der Systemtechnik^{NTB} ein fundiertes, anwendungsorientiertes Wissen erarbeitet.

Mitte September ist es soweit: Die Absolventen dürfen ihr ersehntes Diplom in Empfang nehmen. Eine der Voraussetzungen für das Diplom ist das Einreichen der Bachelorarbeit. Diese ist ein grösseres Projekt, in welchem die zukünftigen Ingenieure das Gelernte umsetzen. Sie lösen darin konkrete Aufgabenstellungen aus der Praxis – meist im Auftrag eines Industriepartners – auf kreative und innovative Weise. Diese Projekte können am 11. September in St. Gallen und am 18./19. September in Buchs besichtigt werden.

Systemtechnik

Systemtechnik^{NTB} ist eine ganzheitliche Ausbildung, welche generalistisch angelegt und trotzdem spezialisierend ist. Möglich ist dies durch den interdisziplinären Ansatz mit einem modularen Aufbau und den individuell wählbaren Profilen und Anwendungsschwerpunkten. Die Systemtechnik hat ihren Ursprung im Systems Engineering. Die Praxis stellt an den Ingenieur zwei verschiedene Ansprüche: Zum einen braucht es den Generalisten, der seinen Blick aufs Ganze richtet. Er befasst sich vom Entwurf bis zur Realisierung mit dem ganzen System. Auf der anderen Seite braucht es den Spezialisten, der mit spezifischen, vertieften Fachkenntnissen innovative und kostengünstige Produkte, Baugruppen oder Steuerungen entwickelt und herstellt. Das Systemtechnik^{NTB}-Studium trägt diesen beiden Ansprüchen der Praxis Rechnung. Systemtechnik^{NTB}-Ingenieure erfüllen damit die Anforderungen an die Ingenieure von morgen. Die NTB bietet 6 fachliche Vertiefungen an, welche optimal auf diese Anforderungen vorbereiten:

1. Profil Mechanik und Produktion

Das Profil Mechanik und Produktion spricht Studierende an, deren Hauptinteresse in der Entwicklung und Realisierung von mechatronischen Produkten liegt. Hier werden Generalisten mit Spezialwissen im modernen Maschinenbau ausgebildet.

2. Profil Elektronik und Regelungstechnik

Für Studierende, die Gefallen an den Gebieten Elektronik, Automatisierungs-, Elektro- oder Kommunikationstechnik sowie Mess-, Steuer- und Regelungstechnik haben und fasziniert davon sind, wie elektronische Geräte unseren Alltag beeinflussen.

3. Profil Innovationsmanagement und Produktentwicklung

Die Projektmanager der Zukunft sind verantwortlich für industrielle Entwicklungsprojekte, anspruchsvolle Führungs- und Organisationsaufgaben.

4. Profil Informations- und Kommunikationssysteme

Computer und Handys sind die Informationsmittel der Gegenwart und werden in Zukunft eine noch wichtigere Rolle spielen. Das Studium zeigt warum und wie.

5. Profil Technologie und Prozesse (exklusiv in Buchs)

Physikalische Hintergründe von technischen Systemen und Bauteilen spielen in der Mikro- und Nanotechnologie eine besonders wichtige Rolle. Das Profil der kleinsten Teile bietet grosse Möglichkeiten.

6. Profil Ingenieurinformatik

Ob Medizintechnik, Kraftfahrzeuge, Kühlschränke, Mobiltelefone oder Unterhaltungselektronik – ohne eingebettete Computersysteme (Embedded Systems) läuft fast gar nichts.

Dank ihrem breiten Fachwissen und ihrem lösungsorientierten Denken übernehmen Systemtechnik-Ingenieure die verschiedensten Aufgaben in den unterschiedlichsten Funktionen und Branchen. Nach dem Bachelorabschluss können die Ingenieure einen Mastertitel in einem der 6 Masterstudiengänge an der NTB erwerben. ■

Besichtigung Bachelor-Arbeiten:

Interessenten sind herzlich eingeladen, die Bachelor-Arbeiten zu besichtigen.

NTB Campus Waldau St. Gallen: Fr 11. Sept. 09 von 16.00-20.00 Uhr

NTB Campus Buchs: Fr 18. Sept. 09 von 15.30-20.00 Uhr

Sa 19. Sept. 09 von 08.00-09.30 Uhr

Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs NTB

Weitere Infos: www.ntb.ch

NTB Campus Buchs

Werdenbergstrasse 4

CH-9471 Buchs

Tel. +41 (0)81 755 33 11

Mitglied der Fachhochschule Ostschweiz FHO

NTB Campus Waldau St. Gallen

Schönauweg 4, Postfach

CH-9013 St. Gallen

Tel. +41 (0)81 755 32 00



Das Team der PremierPartner AG im Showroom an der Scheidwegstrasse 18b, 9000 St. Gallen

v.l.n.r.: Dominic Meyer, Bruno Gerig, Beat Lüthy, Stefan Bieli, Monika Fürer, Jürg Keller, Jeannine von Allmen, Martin Anliker, Roman Schulthess, Damiano Labriola (es fehlen Tamara Hitz und Christian Kradolfer)

10 Jahre PremierPartner AG – Eine Erfolgsstory!

Im Gespräch mit der Geschäftsleitung der PremierPartner AG, St. Gallen

PremierPartner AG kann 2009 ihr 10-Jahre-Jubiläum feiern. Trübt die Krise den «runden Geburtstag»?

Wir haben im Jahre 1999 die Marketing- und Verkaufsaktivitäten von Xerox in der Ostschweiz und im Fürstentum Liechtenstein übernommen und können heute auf 10 erfolgreiche Jahre zurückblicken. Jedes der 10 Jahre war jeweils das beste Jahr in Umsatz und Gewinn. Wir danken unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitern, dass sie dies ermöglicht und uns dabei unterstützt haben. Die Krise kann uns den runden Geburtstag nicht vermiesen. Wir haben in allen Segmenten unsere Marktanteile stark ausgebaut und viele neue Kunden dazu gewonnen. Aufgrund der grossen Kundenbasis sind wir für die Zukunft gut vorbereitet. Im Verkaufsaussendienst haben wir uns personell verstärkt und sind mit unseren Aktivitäten insgesamt auf Plan. Eine Verschlechterung der Zahlungsmoral stellen hingegen auch wir fest.

Wie hat sich das Unternehmen in diesem Jahrzehnt entwickelt?

Am 1. April 1999 haben wir PremierPartner AG in St. Gallen gegründet. Mit dem laufenden Ausbau der bedürfnis- und kundenorientierten Beratung konnte eine ausgezeichnete Marktstellung

aufgebaut werden. In sämtlichen Geschäftsbereichen haben wir die Marktanteile deutlich ausgebaut. Mittlerweile vertrauen über 3'000 Kunden aus sämtlichen Branchen mit mehr als 5'000 installierten Einheiten auf die Dienstleistungen von PremierPartner AG.

Wir haben bereits frühzeitig den Ansatz des Verkaufs von Lösungen verfolgt, welcher bedingt, den richtigen Ansprechpartner ins Boot zu nehmen – die IT-Manager, denen wir in der Regel ein Problem abnehmen, werden beim Verkauf angesprochen. Neben der Funktionalität und Bedienerfreundlichkeit stellt die Kostentransparenz beim Drucken, Kopieren, Scannen und Faxen die zentrale Anforderung der IT-Manager, ja der gesamten Unternehmung, dar. PremierPartner AG hat dafür die entsprechenden Lösungen von Xerox zur Hand.

Wie haben die Kunden PremierPartner AG in den ersten 10 Jahren erlebt?

Stellvertretend für unsere Kunden der verschiedenen Branchen einige Stimmen, die aussagen, wie sich PremierPartner AG im Markt bewegt:

Niklaus Frei, Leiter DokuCenter, Leica Geosystems AG, Heerbrugg

Zuverlässig – kompetent – professionell – lösungsorientiert und vieles mehr hat einen Namen: PremierPartner! Wir gratulieren ganz herzlich und danken für die stets angenehme Zusammenarbeit.

Markus Bättig, Geschäftsführer Heer Druck AG, Sulgen TG

PremierPartner mit Xerox ist seit Jahren unser Partner im Bereich Digitaldruck. Als Hersteller von hochwertigen Kommunikationsmitteln zählen wir auf starke und kompetente Zusammenarbeit, auf Maschinen mit hohem Output und auf gleich bleibend hoher Qualität. Bei PremierPartner stehen Service und Dienstleistungen an oberster Stelle. Lösungsorientiert, pragmatisch und verlässlich.

Walter Fuchs, Leiter Copy-Center Bühler AG, Uzwil

Langjährige Zusammenarbeit aufgrund höchster Zufriedenheit. Dank der effizienten Zusammenarbeit mit PremierPartner AG können wir unsere Ideen schnell und professionell verwirklichen. – Für uns eine rundum gute Lösung! Für das 10-jährige Bestehen der Firma PremierPartner AG gratulieren wir Ihnen ganz herzlich und wünschen auch weiterhin viel Erfolg in Ihrem Unternehmen.

Pius Hermann, Leiter FM Services, Raiffeisen Schweiz

Die Entscheidung zur Zusammenarbeit hat sich gelohnt! Die Firma PremierPartner AG unterstützt Raiffeisen Schweiz seit vielen Jahren in Fragen rund um das Thema Drucken. Im Jahre 2000 hat sich Raiffeisen Schweiz entschlossen, für die ganze Raiffeisen Gruppe ein nationales Druck- und Verpackungscenter zu realisieren. Dabei stand man vor dem Entscheid, mit welchen Partnern dieses Grossvorhaben durchgeführt werden sollte. Die Firma PremierPartner mit ihren Xerox-Produkten und der fachkundigen Beratung von Beat Lüthy hatte uns überzeugt. So haben wir uns entschlossen, für den Produktionsteil Printing mit PremierPartner zusammen zu arbeiten. Raiffeisen Schweiz ist nach wie vor davon überzeugt, damit einen optimalen Entscheid getroffen zu haben. Dank der grossen Bereitschaft des ganzen Premier Partner-Teams ist es uns gelungen, eine für Raiffeisen Schweiz optimale Lösung zu realisieren. Dafür möchten wir der Firma PremierPartner AG mit ihrem Team herzlich danken. Wir freuen uns auch in Zukunft auf eine gute Zusammenarbeit. Wir gratulieren der Firma PremierPartner AG zum 10-jährigen Firmenjubiläum und wünschen auch in Zukunft eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit.

Christophe Touton, CEO Xerox Schweiz AG

Xerox gratuliert PPAG zum 10 jährigen Firmenjubiläum: Wir sind Stolz auf unsere Partnerschaft mit PremierPartner AG, welche seit der Gründung besteht und jederzeit erfolgreich verlaufen ist! An dieser Stelle möchten wir, die Geschäftsleitung von Xerox Schweiz uns ganz herzlich bei PPAG bedanken, für die jahrelange Treue und intensive Zusammenarbeit. Unsere gegenseitige Beziehung ist stetig gewachsen und der Erfolg von PPAG hat Xerox Schweiz bestätigt, im Entscheid in der Ostschweiz auf PPAG zu setzen! Wir sind sicher, dass diese Erfolgstory auch in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden kann und wir zählen an dieser Stelle auf die treuen und kompetenten Mitarbeiter sowie die seit Jahren sehr engagierte Geschäftsleitung von PPAG.

Die bislang gesetzten Ziele haben Sie erreicht: Anzahl Mitarbeiter verdoppelt, Umsatz um das achtfache gesteigert. Ausruhen werden Sie sich nun wohl kaum. Welche Hürden gilt es in den nächsten zehn Jahren zu bewältigen?

Ausruhen nein. Und wir haben die Weichen frühzeitig gestellt!

Dank der guten Zusammenarbeit mit unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitern in den vergangenen Jahren haben wir wirklich eine erwähnenswerte Erfolgstory erarbeitet. Mit 12 MitarbeiterInnen steigerten wir den Umsatz erheblich. In den vergangenen 5 Jahren erzielten wir jährlich einen Umsatz von über 20 Mio. Schweizer Franken. PremierPartner AG hat sich in der Ostschweiz und im Fürstentum Liechtenstein zum führenden Unternehmen als Ansprechpartner für alle Belange rund um das Dokument entwickelt und ist der bedeutendste Absatzpartner von Xerox Schweiz. Wir haben frühzeitig eine erfolgreiche Weiterführung eingeleitet.

Am 31. März 2009 haben wir, die Inhaber der PremierPartner AG, den Verkauf unserer Aktienmehrheit an Jürg Keller bekannt gegeben. Initialisiert wurde der Verkauf aufgrund einer frühzeitig eingeleiteten Nachfolgelösung der bisherigen Aktionäre Bruno Gerig und Beat Lüthy.

Jürg Keller ist langjähriger Inhaber und Geschäftsleiter der Copyrex AG, ein unabhängiges Fachhandelsunternehmen und vorwiegend im Mittelland aktiv. Die beiden Firmen werden unter dem Dach der Rexion Holding AG mit Sitz in Wollerau durch Jürg Keller geführt. Die bisherigen Eigentümer der PremierPartner AG sind weiterhin als Teilhaber mit dem Unternehmen verbunden und aktiv tätig.

Herr Keller, ein profunder Kenner unserer Branche wird PremierPartner AG weiter entwickeln und die Aktivitäten im Lösungsverkauf ausbauen. Es gilt weiterhin, die von Xerox entwickelten Lösungen in unseren Märkten zu implementieren. Die branchenspezifische Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter steht daher im Zentrum.



v.l.n.r.: Die Geschäftsleitung: Jürg Keller, Beat Lüthy, Bruno Gerig

Sie vertreiben Document-Management-Lösungen sowie Dienstleistungen rund um das Document. Die Branche dürfte sich seit der Gründung des Unternehmens entscheidend verändert haben. Wie kann man gegenüber der grossen Konkurrenz bestehen? Wie bleibt PremierPartner AG am Ball?

Unsere Branche hat und wird sich stetig verändern. Document-Management bietet Zukunftschancen – nicht nur für die Lösungsanbieter – auch für unsere Kunden. Wir sehen im effektiven und richtigen Umgang mit Dokumenten eine grosse Zukunftschance für viele Unternehmen.

Zum Beispiel mit Fleetmanagement, eine Lösung mit der Jürg Keller bereits Erfahrungen gesammelt hat und mit PremierPartner AG weiter ausbauen wird.

Mit dem Konzept «Fleetmanagement» verfolgen wir das Ziel für die Unternehmen professionelle Dienstleistungen im Outputmanagement zu erbringen. Dabei werden sämtliche Services für den optimalen Betrieb der Printing-Umgebung aus einer Hand zur Verfügung gestellt. Mit geeigneten Massnahmen sind Einsparungen im zweistelligen Prozentbereich erzielt worden.

Massnahmen für die Reduktion der TCO (Total cost of ownership)

- Konsolidierung und Standardisierung des Geräteparks
- Automatisierung der Verbrauchsmaterialprozesse
- Erhöhung der Kostentransparenz
- Aufbau eines proaktiven Serviceprozesses
- Steuerung des Druckverhaltens und dessen Folgekosten

Seit Jahren wird vom «papierlosen Büro» gesprochen. Eine Illusion?

Es gibt sehr viel Literatur zu diesem Thema. Die Hersteller von Archivierungslösungen arbeiten immens am Ansatz, die Papierflut zu reduzieren. Für die meisten Menschen ist ein Dokument ein beschriebenes Blatt Papier, das liegt wohl daran, dass Papier noch immer die menschenfreundlichste und auch flexibelste Form ist, um Informationen weiterzugeben, um Informationen zu verarbeiten. Und das wird noch einige Zeit so bleiben.

Viele Softwareanbieter sprechen vom «papierlosen Büro». Trotzdem ist die weltweite Papierproduktion in den letzten Jahren dramatisch angestiegen. Der Grund dafür ist, dass trotz elektronischer Archivierung ein Grossteil der Dokumente nach wie vor auf Papier gedruckt und abgelegt wird.

Xerox leistet einen grossen Beitrag für das papierlosere Büro und hat unter anderem das Forschungsprojekt «Erasable Paper» lanciert. Das so genannte Löschpapier soll den Papierverbrauch senken, indem Papier immer wieder verwendet werden kann. Dies ist wichtig, da üblicherweise etwa 40 Prozent der Ausdrucke nach einmaligem Lesen weggeworfen werden.

Welche neuen Produkte kommen von Xerox auf den Markt?

Kunden wünschen sich Geräte, die Umweltverträglichkeit, Ko-

stenreduktion und hohe Qualität bei Farbdrucken vereinen. Wir möchten dazu zwei neue Multifunktionssysteme erwähnen:

Die Weltneuheit – Xerox ColorQube

Ab 1. September 2009 werden wir in St. Gallen eine Weltneuheit präsentieren. Das erste Hochleistungs-Multifunktionssystem auf Solid Ink-Basis (Festtinte). Die Geräte der ColorQube 9200 Serie vereinen Drucker, Scanner und Kopierer und senken die Kosten für Farbseiten im Vergleich zu herkömmlichen Laserdruckern um bis zu 62 Prozent. Sie bieten eine hohe Druckqualität und sind extrem einfach zu bedienen.

Neues Preissystem

Mit ColorQube bietet Xerox den Kunden ein neues Farbpreissystem an, mit dem sie die Ausgaben für Farbseiten erheblich senken können. Es kommen unterschiedliche Preise je nach Farbdeckung, für geringe, mittlere oder hohe Farbflächendeckung zur Anwendung.

Ökologische Vorteile

Der Materialabfall gegenüber vergleichbaren herkömmlichen Farblaserdruckern sinkt um 90 Prozent.

Im Laufe des Lebenszyklus eines ColorQube Systems wird 9 Prozent weniger Energie verbraucht und 10 Prozent weniger Treibhausgase produziert.

Eine energiesparende Variante der bewährten Solid-Ink-Farbe, die bei tieferen Temperaturen verarbeitet werden kann und somit hilft, den Energieverbrauch zu senken.

Xerox WorkCentre 74er Serie

Die neue WorkCentre 74er Serie von Xerox umfasst die leistungstärksten und innovativsten Multifunktionssysteme des Unternehmens für den Bereich DIN A3 und das Farbsegment des Office-Marktes. Die Modelle der WorkCentre 74er Serie sind insbesondere für geschäftliche Anwender in kleinen und mittelständischen Betrieben sowie in grossen Unternehmen konzipiert worden. Zu der neuen Produktfamilie gehören drei Modelle: Das WorkCentre 7425, das WorkCentre 7428 und das WorkCentre 7435.

Derzeit stehen viele Unternehmen unter gewaltigem Kostendruck. Aus diesem Grund hat Xerox die WorkCentre 74Serie auf den Markt gebracht. Die neuen kompakten Systeme sind entwickelt worden, um unter anderem solche Kosten einzusparen, die zum Beispiel durch zu hohen Energieverbrauch, lange Stillstandszeiten und negative Umweltauswirkungen entstehen.

Effizient und umweltschonend

Alle Modelle dieser Produktfamilie sind mit dem Energy Star und dem blauen Engel zertifiziert. Sie laufen extrem leise und zeichnen sich durch einen besonders energiesparenden Betrieb

aus. Im Ruhezustand beträgt die Leistungsaufnahme weniger als zwei Watt. So ist der Energieverbrauch der WorkCentre 74er Serie im Ruhezustand bis zu 90 Prozent und im Betrieb bis zu 44 Prozent geringer als der vieler anderer Geräte am Markt. Darüber hinaus gehören die Systeme zu den ersten von Xerox hergestellten Geräten, die aus Biomasse stammende Kunststoffmaterialien enthalten. Im Vergleich zu herkömmlichen Kunststoffen emittieren derartige Materialien während des Herstellungsprozesses 16 Prozent weniger CO₂.

Produktivitätssteigerung

Die hohe Produktivität der Xerox WorkCentre 74er Serie lässt sich an folgenden Innovationen beispielhaft verdeutlichen: Zu den Leistungsmerkmalen gehören ein hochproduktiver Duplex-Druck. Zweiseitiges Drucken geschieht in derselben Geschwindigkeit wie der Druck von einseitigen Dokumenten – das spart Zeit und Papier. Die «Print-Around»-Funktion verhindert Staus, weil sie angehaltene Aufträge in der Warteschlange einfach überspringt und andere anstehende Aufträge druckt. Eine kontinuierliche Überwachung aller kritischen Systemkomponenten gewährleistet die Verwendung von «Smart Kits», wodurch Stillstandzeiten vermieden werden können.

Integration innovativer Tools

Die Modelle der WorkCentre 74er Familie drucken mit einer Geschwindigkeit von bis zu 35 Seiten pro Minute in Farbe sowie Schwarzweiss. Die neuartige HiQ LED-Technologie sorgt für eine hohe Bildqualität und weichere Linien in Bildern und Texten. Zusätzlich unterstützt werden die Geräte durch den optionalen EFI Fiery Network-Server, der bedienungsfreundliche Steuerungsfunktionen für das Farbmanagement, leistungsfähige Produktionsmerkmale und hervorragende Workflow-Tools für professionelle Anwendungen im Office-Umfeld bereitstellt.

Für eine verantwortungsvolle und kostenbewusste Verwendung von Farbe im Büro bietet die WorkCentre 74er Serie eine Reihe von integrierten Tools wie beispielsweise Auditron und Xerox Standard Accounting. Darüber hinaus unterstützen die Systeme die Extensible User Interface Plattform (EIP) von Xerox. EIP ermöglicht Softwarehäusern und -entwicklern kundenspezifische Anwendungen zu erzeugen. So werden individuelle Anpassungen an den Workflow im Unternehmen möglich.

PremierPartner Openhouse

Wir zeigen Ihnen nebst weiteren Neuigkeiten die beiden erwähnten Multifunktionssysteme anlässlich unseres Openhouse im September in St. Gallen. Das Openhouse findet am 1. und 2. September 2009 in der AFG ARENA statt. Ihre Anmeldung nehmen wir gerne unter www.premierpartner.ch/openhouse entgegen. ■

Leader lesen LEADER®

Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse.

www.leaderonline.ch



LEADER.
Das Ostschweizer
Unternehmermagazin.



Handschriftlich ...

Monika Knill

Thurgauer Regierungsrätin

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?

Mit meinem „Chüngel“. In meiner Verwandtschaft konnte ich zweimal im Jahr einige gewinnbringend verkaufen. Weiter gab es jeweils im Herbst Zehntag nach dem „öpfle“ und „Rungge“ putzen.

Hatten Sie als Kind einen anderen Berufswunsch? Wenn ja, welchen?

Mit Sicherheit träumte ich als Kind noch nicht davon, eines Tages Regierungsrätin zu sein. Mein erstes Beruf als Medizinische Praktikassistentin entsprach meinem Berufsziel, etwas im Bereich Medizin und Soziales zu machen.

Welchen Ostschweizer Unternehmer bewundern Sie?

Es gibt viele bewundernswürdige Aushängenbilder wie z. B. Peter Spuler. Meine Anerkennung gehört aber allen Personen, welche mit einer Unternehmung im harten Wettbewerb stehen. Ob ein Mikro-KMU oder ein Grossbetrieb.

Gibt es eine Sache, die Sie in den nächsten Jahren unbedingt noch nachholen möchten?

Etwas grosses kommt mir nicht in den Sinn. Kleinigkeiten gibt es natürlich immer. Ich habe nicht das Gefühl, etwas verpasst zu haben.

Was bedeutet Ihnen Erfolg?

Erfolg haben ist wichtig, auch für mich. Aber ich relativiere den Begriff jeweils für die einzelne Sache, indem es auch ganz kleine, tägliche Erfolge sind, die vielleicht nur ich so wahrnehme.

Welchen Luxus gönnen Sie sich ab und zu?

Eigentlich nur Kleinigkeiten, die für andere Personen den Status „Luxus“ vielleicht nicht erreichen wie z. B. ein Essen im Restaurant mit der Familie, ins Thermalbad, etc.

Wie reagieren Sie, wenn Sie bemerken, dass man Sie belogen hat?

Ich lasse meine Enttäuschung spüren... und werde „putzernackt“. Aber das kommt zum Glück nur sehr selten vor.

Welche Lektüre kann Sie vom Schlafen abhalten?

Meine Schlafzeit hat sich seit dem letzten Frühjahr noch weiter reduziert. Meist falle ich so müde ins Bett, dass mich auch kein Buch mehr vom schlafen abhält. Ich lese gerne „Geschichten aus dem Leben“, Biographien von interessanten Menschen.

Unterschrift:

M. Knill



International School St.Gallen gestartet

Am 18. August 2009 hatte die International School St.Gallen ihren ersten Schultag. Die Students (Lernpartnerinnen und Lernpartner) im integrierten Kindergarten und der Primarschule (Basisstufe) sind zwischen drei und zehn Jahre alt und erfahren im Lernhaus «Villa Kunterbunt» am Höhenweg 1 in St.Gallen, wie spannend Lernen ist und wie viel Freude damit verbunden sein kann.

Die ISSG zu besuchen heisst, (Bildungs-)Grenzen zu überschreiten, die Welt zu erfahren. Die ISSG ist offen für Kinder und Jugendliche aus der Region und der ganzen Welt. Sie bietet eine Vielzahl von Vorteilen: Die offene, einladend gestaltete Lernumgebung der Villa, eine familiäre Atmosphäre mit Tagesschulstruktur, natürliches Aufwachen mit der Weltsprache Englisch, was zum Erwerb einer zweiten Muttersprache führt, projektorientiertes und themenübergreifendes Lernen, Internationalität im Denken und letztendlich Anschlussfähigkeit dank anerkannten Programmen.

Eintritt jederzeit möglich

Das Beherrschen der englischen Sprache ist keine Voraussetzung für den Eintritt – die Kinder tauchen dank der gestalteten Umgebung automatisch und rasch in die zukunftsorientierte Lern- und Spielwelt ein. Die Erfahrung zeigt, dass die Kinder schnell und mit wachsender Begeisterung lernen, eine forschende Neugierde behalten oder neu aufbauen. Überaus positives Feedback erhält man von Eltern, die erleben, wie neben dem spielerischen Erwerb einer wichtigen Fremdsprache Eigenverantwortung sowie Lernwillen und -motivation ihrer Sprösslinge gedeihen.

Der Eintritt in die ISSG ist einfach und jederzeit möglich. Die Abschlüsse sind national und international anerkannt – die

Möglichkeit, beispielsweise durch Ortswechsel wieder in das öffentliche Schulsystem zu wechseln, besteht jederzeit. Übertritte begleitet man vorbereitend unter Berücksichtigung der Lernziele der übernehmenden Schule. Für die ISSG steht die individuelle Förderung der Kinder im Mittelpunkt der pädagogischen Arbeit. Man achtet auf persönliche Betreuung. Der gestaltete Rahmen ermöglicht es den Kindern und Jugendlichen, zu bestimmten Zeiten eigene Themengebiete zu erforschen, ohne andere Fächer des Lehrplanes zu vernachlässigen.

Ein Schulplatz an der ISSG als Chance – get ready for a global living

Die Möglichkeiten, die ein Schulplatz in der ISSG einem Kind bietet, sind im Kontext der aktuellen Bildungsdiskussion nicht nur für Eltern, sondern auch für Unternehmen prüfenswert, attraktiv und zukunftsorientiert. Hintergrund ist der verständliche Wunsch, den Kindern der Mitarbeiter eine möglichst gute Ausbildung zukommen zu lassen.

«Schnuppern sie doch einfach etwas ISSG-Luft. Sei es für ihr Kind bei einem Schnuppertag oder bei persönlichen Besuchsterminen für Sie als Eltern oder als Unternehmen. Wir sind gerne für sie da», bietet Schulleiter Stefan Preisig an. ■

«ISSG ist ganz klar eine Standortförderung»

Am 18. August nahm die International School St.Gallen (ISSG) offiziell ihren Betrieb auf. Im Gespräch mit Schulleiter Stefan Preisig.

Stefan Preisig, vor Monaten wurde als Ziel eine Schülerzahl von 28 zum Start definiert. Hat man das erreicht?

Nein. Wir sind mit zehn Schülerinnen und Schülern – oder wie wir sagen: Lernpartnern – gestartet. Angedacht waren 28. Die Wirtschaftskrise hat uns einen Strich durch die Rechnung gemacht. Rein vom Lerneffekt her gesehen, ist ein knappes Dutzend durchaus die ideale Bedingung. Auch die soziale Komponente wird mit dieser Zahl erfüllt. Mit nur fünf Schülern hätten wir in diesem Bereich ein Defizit gehabt.

Also sind Sie dennoch zufrieden?

Absolut. In Kreuzlingen sind wir vor fünf Jahren mit fünf Schülern gestartet. Und ich weiss noch, wie hart es war, diese Anzahl auf zehn oder zwölf zu steigern. Erst bei 18 Schülern hat es dann so richtig angezogen. Und heute sind wir bei rund 70. Wir müssen den Unterschied zwischen lokalen und ausländischen Kindern machen. Ausländische Eltern müssen wir nicht vom Konzept überzeugen, die kennen das in der Regel bereits. Sie kommen auf uns zu, wenn sie Bedarf haben. Eltern, die bereits hier verankert sind, wollen das System unserer Schule aber zuerst einmal kennenlernen. Ihnen dürfen wir zeigen, wo die Vorteile einer fremdsprachigen Tagesschule, in der ihre Kinder in einer Lernfamilie individuell betreut werden, liegen. Das machen wir sehr gerne, und so wächst auch kontinuierlich die Zahl der ISSG-Community.

Als Astrophysiker sind Sie es gewohnt, in die Sterne zu schauen. Wann wird die ISSG 70 Schülerinnen und Schüler aufweisen können?

Ich bin Astrophysiker, kein Astrologe! Ich rechne erfahrungsgemäss damit, dass wir eine ähnliche Entwicklung wie in Kreuzlingen haben werden, allenfalls sogar noch etwas rascher. In vier Jahren dürften wir 60 bis 70 Kinder betreuen. Vorausgesetzt

natürlich, die wirtschaftliche Entwicklung macht uns keinen weiteren Strich durch die Rechnung.

Rechnung ist ein gutes Stichwort. Wie füllen Sie nun das Defizit in der Kasse?

Hierfür haben wir das Stiftungskapital, das geschaffen wurde, um das Defizit während der ersten fünf Jahre zu decken. Es dient uns als Anschubfinanzierung. Die ISSG ist ganz klar eine Standortförderung und damit ein Wirtschaftsfaktor. Es ist deshalb auch gut, dass wir starke und kompetente Partner haben, die uns unterstützen.

Gewisse Seiten kritisieren die Unterstützung einer Privatschule durch den Kanton St.Gallen mit einer Million Franken.

Nun, in gewissen Medienberichten schimmert auch die persönliche Meinung der Journalisten durch (lacht). Nein, im Ernst: Die Frage, wieso die öffentliche Hand eine Privatschule unterstützen soll, ist eine bildungspolitische Frage, und da kann man unterschiedlicher Meinung sein. Aber hier muss man klar sagen, dass es sich bei der International School um eine wirtschaftspolitische und standortpolitische Frage und somit um Wirtschaftsförderung handelt. Für zahlreiche Arbeitnehmer ist dieses Angebot ein entscheidender Faktor bei der Stellensuche. Und wir haben es in Kreuzlingen erlebt: Ein Teil des Geldes, das der Kanton investiert hat, kommt durch höhere Steuereinnahmen wieder in die Kassen.

«Wir fördern nicht anderes als die Interessen der Kinder»

Es haben sich Arbeitnehmer wegen der ISKK in Kreuzlingen oder der Umgebung niedergelassen, wohnen dort und zahlen ihre Abgaben an den Fiskus. Ich gehe davon aus, dass auch die Stadt

St.Gallen oder die Region in ein paar Jahren von ähnlichen Effekten berichten kann.

Von der Wirtschaft wurden Sie demnach mit offenen Armen empfangen?

Die ISSG wurde gemeinsam initiiert von der Wirtschaftsförderung St.Gallen (WiFö SG), der Wirtschaft Region St.Gallen (WISG) sowie der SBW – Haus des Lernens. Das zeigt schon einmal, dass wir auf eine breite Unterstützung zählen dürfen. Überhaupt kann ich sagen, dass uns weder Wirtschaft noch Politik Steine in den Weg gelegt hat – im Gegenteil. Bei einzelnen Firmen müssen wir vielleicht noch Aufklärungsarbeit betreiben. Wir müssen ihnen aufzeigen, dass wir ein zukunftsgerichtetes Angebot erstellen. Gut möglich, dass ein Unternehmen derzeit kein Bedarf an ausländischen Arbeitskräften hat. Das kann sich rasch ändern. Und wenn sich dann auf eine Kaderstelle ausschliesslich ein ausländischer Spezialist meldet, wird die International School ein entscheidender Faktor sein, um ihn zu gewinnen.

Wie elitär ist Ihre Schule?

Unsere Schule ist keineswegs elitär. Sie finden bei uns keine Schüler, die von morgens bis abends an Tischen sitzen und «büffeln». Das ist nicht unsere Kultur. Unser Unterricht ist altersgerecht und basiert auf Lernerkenntnissen, nicht auf Elternherkünften. Wir nutzen die Neugierde der Kinder. Und der forschende, fächerübergreifende Unterricht ist hierfür genau das richtige System. Sie lernen selbstständig und verknüpfen einzelne Bereiche. Hier unterscheiden wir uns ganz klar vom klassischen Fächerdenken der staatlichen Schulen und orientieren uns stärker am System der Universitäten.

Und die Kinder und Eltern schätzen das?

Sehr sogar. Wir fördern ja nichts anders als die Interessen der Kinder. Ein vierjähriges Kind möchte nichts lieber als lesen lernen. Wieso also soll man damit warten, bis es älter ist? Auch lernt man Fremdsprachen niemals einfacher als in jungen Jahren. An der International School St.Gallen beginnen wir daher bereits ab der ersten Klasse mit Französisch.

Elitär ist also nur der Preis?

Natürlich richtet sich das Angebot an Personen, die sich das leisten können. Mit elitär hat das aber nichts zu tun, sondern mit der gegebenen Finanzierung, die langfristig ganz über die Eltern kommen muss. Zu beachten ist auch, dass es sich hier um Vollkosten handelt. Da sind wir durchaus kompetitiv zu den öffentlichen Schulen. Im internationalen wie auch nationalen Vergleich von International Schools sind wir ebenfalls überhaupt nicht elitär.

Wie viel kostet mich der Unterricht jährlich?

Pro Jahr sind es 21'000 Franken.

Kann ich einen Teil davon von den Steuern abziehen?

Das können Sie. In St.Gallen sogar rund dreimal mehr als im Kanton Thurgau, wo der Abzug jährlich auf 4000 Franken limitiert ist. ■

«PwC St. Gallen wünscht der ISSG einen erfolgreichen Start und freut sich auf die gute Zusammenarbeit für einen attraktiven Wirtschaftsstandort St. Gallen»

Bruno Räss, Leiter der Geschäftsstelle PwC St. Gallen

«Die LGT Bank engagiert sich für starke Projekte und für einen starken Nachwuchs in einer für die Schweiz gemeinhin bedeutenden Wirtschaftsregion. Wir bedanken uns für die gute Zusammenarbeit.»

Peter Frauchiger, LGT Bank (Schweiz) AG, Leiter Marketing Market Schweiz

«Wir wünschen der International School St. Gallen viel Erfolg und freuen uns, sie ganz im Sinn unseres Slogans ‚gemeinsam wachsen‘ auf diesem Erfolgsweg begleiten zu können.»

Franco Renzo Lardelli, Leiter Geschäftskunden und Charles Lehmann, Leiter Privat- und Geschäftskunden St. Gallen

«Die International School St. Gallen ist ein wichtiger Standortfaktor für die Ostschweiz und macht die Region attraktiver.»

Franz Würth, Mediensprecher der Raiffeisen Bankengruppe

«Dank unserem Engagement beim Aufbau der International School St. Gallen können wir den Kindern unserer Mitarbeiter eine gute Ausbildung in einem internationalen Kontext ermöglichen»

Thomas König, CEO der Sydbank (Schweiz) AG

«Eine internationale Schule in unmittelbarer Nachbarschaft ist für unsere international tätigen Mitarbeiter ein grosser Vorteil und macht uns als Arbeitgeber natürlich noch attraktiver.»

Christof Oswald, Head of Corporate Human Resources Managment der Bühler AG

«Wir unterstützen die ISSG, da die Region St. Gallen als eines der bedeutenden Bildungszentren unseres Landes eine solche internationale Schule verdient hat.»

Ralf Hermann, Partner der ZETRA International AG

«Die Förderung von Aus- und Weiterbildung für unterschiedliche Zielgruppen ist eine unserer Kernaufgaben im Hinblick auf die erfolgreiche Bewältigung der tiefgreifenden Veränderungen in Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft.»

Rainer Kirchhofer, Geschäftsführer UBS Stiftung für Soziales und Ausbildung

Kontakt und Infos

International School St. Gallen

Höhenweg 1

9000 St. Gallen

Tel. 071 220 84 11

E-Mail: info@issg.ch sowie Projektleitung s.doerig@sbw.edu

Nächster Informationsabend: 8. September 2009, 19 Uhr

Breite Abstützung

Die International School St. Gallen befindet sich an exklusiver Lage hoch oben am Rosenberg in direkter Nachbarschaft zur Universität St. Gallen (HSG). Die ISSG wurde gemeinsam initiiert von der Wirtschaftsförderung St. Gallen (WiFö SG), der Wirtschaft Region St. Gallen (WISG) sowie der SBW – Haus des Lernens. Die umliegenden Gemeinden und viele private Firmen der Region unterstützen die Schule und machten ihre Eröffnung möglich. Die SBW – Haus des Lernens betreibt als erfahrener Partner die ISSG.

ISSG AG

Die ISSG AG ist für die operative und strategische Leitung der Schule zuständig. Die Verwaltungsräte der ISSG decken die rechtliche, regionalpolitische, unternehmerische und pädagogische Seite ab. Die Verwaltungsräte sind von den beiden Hauptaktionären der SBW – Haus des Lernens sowie der Stiftung ISSG mandatiert.

Verwaltungsrat:

Reto Ammann (Präsident), Rolf Brunner (Vizepräsident)
Stefan Gander, Roland Hugentobler
Dr. Michael Hüppi, Dr. Toni Rusch

Stiftung ISSG International School St. Gallen

Die Trägerorganisation ist gemeinnützig organisiert. Gesellschafter sind Unternehmen, die mit Ihrer Spende den Start der ISSG ermöglichen. Die «Stiftung ISSG International School St. Gallen» unterstützt die Schule in verschiedenen Bereichen und entscheidet über die Vergabe von Stipendien.

Stiftungsrat:

Dr. Michael Hüppi (Präsident), Rolf Brunner
Peter Frattton, Max R. Hungerbühler, Nicolo Paganini

Partner

Gold



Silber



Bronze



Bronze



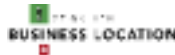
Gönner I



Presenting Partner



Partner öffentlich Rechtliche Körperschaften



Gönner II

Stefan Wilhelm, Wilhelm Kaderselektion AG, Vaduz | Reto Graf, IBG B. Graf AG Engineering, St. Gallen | Dr. Ralf Hermann, ZETRA International AG, Zürich | Reto Rusterholz, W. Gablers Söhne AG, St. Gallen | Stephan Herzig, Elektro Herzig GmbH, St. Gallen | Piergiorgio Giuliani, Schmid Giuliani Rechtsanwälte, Teufen | Thuri Hofmann, Malerei Hofmann AG, St. Gallen | Roger Eberhard, Schriftwerk AG, St. Gallen

Looser Holding AG – ein diversifiziertes Industrieunternehmen

Die Looser Holding AG in der heutigen Form wurde 2004 gegründet und befindet sich gegenwärtig noch mehrheitlich im Besitz der Schweizer Unternehmerfamilien Looser und Stocker-Looser, dem Management sowie nahestehenden Personen.

Die Unternehmensgruppe mit den Geschäftsreichen Beschichtungen (FLH Group), Industriedienstleistungen (Conducta-Gruppe), Temperierung (Single) sowie Türen (Prüm-Garant-Gruppe) beschäftigt weltweit rund 1600 Mitarbeitende, welche in 22 operativen Gesellschaften in Europa, Asien und den USA für die Gruppe tätig sind. Im Jahr 2008 wurde ein konsolidierter Nettoumsatz von CHF 497.4 Mio. erwirtschaftet.

In der Zeit vom 18. September 2006 bis 30. September 2008 waren die Namenaktien der Looser Holding AG an der BX Berne Exchange kotiert. Mitte Juni 2008 wechselte die Looser Holding AG den Börsenplatz. Die Aktien werden seit 17. Juni 2008 mit dem Tickersymbol LOHN am Hauptsegment der SIX Swiss Exchange gehandelt.



Der Geschäftsbereich Beschichtungen ist unter dem Dach der FLH Holding AG (FLH Group) zusammengefasst und vereint spezialisierte Unternehmen in Europa, Asien und den USA. Die Kern-

kompetenz der Unternehmen ist die Beschichtung von Holz, Metall, Kunststoff, Stein und Glas für industrielle und gewerbliche Anwendungen. Ein umfassendes Produktportefeuille deckt die Geschäftsfelder Holzbeschichtungen, Verpackungsbeschichtungen, Industriebeschichtungen, Antihafbeschichtungen sowie Baubeschichtungen ab.



Der Geschäftsbereich Industriedienstleistungen besteht aus der Conducta Gruppe mit Hauptsitz in Winterthur. Die Conducta Gruppe gehört in der Schweiz zu den führenden Anbietern von mo-

bilen Raumsystemen, Baumaschinen (insbesondere Schnellmontagekrane) und seit der kürzlich getätigten Akquisition der Mobil Toilett AG schwergewichtig auch mobile Sanitäreinrichtungen. Die angebotenen Produkte und Dienstleistungen sind auf Abnehmer aus dem Gewerbe, der Industrie und Verwaltung, dem Bauhaupt- und Baunebengewerbe sowie dem Eventgeschäft ausgerichtet.



Der Geschäftsbereich Temperierung besteht aus der Single Temperiertechnik GmbH und ihrer Tochtergesellschaft in den USA, welche leistungsfähige Temperiertechnik für verschiedene Anwen-

dungsbereiche insbesondere in der Kunststoff- sowie Halbleiterindustrie produziert und zu den führenden Unternehmen in ihrer Branche zählt.



Der Geschäftsbereich Türen beinhaltet die Prüm-Garant Gruppe, welche als führender Hersteller von Innentüren und Zargen mit zwei Produktionsstätten in Deutschland die Nr. 2 im Innen-

türenmarkt in Deutschland darstellt.

«Wir schaffen mehr Wert» ist unser Credo. An unserer Strategie, mit einer diversifizierten Industrieholding mehr Wert zu schaffen hat sich trotz schwierigeren Rahmenbedingungen sowie der eingetrübten Konjunkturlage nichts geändert, meint Tim Talaat, der CEO der Looser Holding.

Die Looser Gruppe konzentriert sich auf attraktive Nischenmärkte mit guten Wachstumsmöglichkeiten und hat sich den kontinuierlichen Ausbau von national gut positionierten, mittelständischen Unternehmen in den bestehenden Geschäftsbereichen zu internationalen Nischenplayern zum Ziel gesetzt.

www.looserholding.ch

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)
 mbaumgartner@metrocomm.ch
 Stefan Millius (Stv.)
 smillius@metrocomm.ch
 Dr. Stephan Ziegler

Bildredaktion: Bodo Rüedi (Leitung)
 Mareycke Frehner

Herausgeberin, Redaktion 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: Bea Lang
 blang@metrocomm.ch
 Aspasia Frantzis
 afrantzis@metrocomm.ch

Produktion: Weber AG, 8406 Winterthur

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

Irrtumsjustiz

In Muotatthal ersticht ein junger Mann seine Stiefmutter und seinen Stiefbruder kaltblütig. Er wird schuldig gesprochen. Seine «Strafe»: neun Monate Gefängnis – bedingt. Mit solchen Urteilen macht sich die Judikative mitschuldig an der steigenden (Jugend-) Gewalt.

Text: Stephan Ziegler

In den USA oder in Japan etwa kann gegen einen Menschen, der jemanden umgebracht hat, die Todesstrafe verhängt werden. In der Schweiz wird ein Mensch, der zwei Leben vorsätzlich genommen hat, mit neun Monaten Gefängnis auf Bewährung belohnt. Sein Glück: Der junge Mann war zur Tatzeit erst 16, sodass er vom grosszügigen Jugendstrafrecht profitieren durfte. Er war offenbar alt genug, zwei Menschen zu ermorden, aber nicht alt genug, dafür auch zu büssen.

Das Jugendstrafrecht ist noch weicher als das für Erwachsene: Es ist kein Vergeltungs-, sondern ein pädagogisch orientiertes Strafrecht – «alles verstehen heisst alles verzeihen».

Diese erschreckend naive Optik scheint aus einer Zeit zu stammen, in der nicht täglich von Gewaltexzessen wohlstandsverwahrloster Jugendlicher zu hören war. Wo leben die Menschen, die so etwas zu verantworten haben? Für die betroffenen Jugendlichen bedeutet das Anfassen mit doppelt gefütterten Samthandschuhen nichts anderes als eine Einladung zu tun, wonach ihnen gerade ist – Konsequenzen haben sie keine zu befürchten.

Doch auch erwachsene Kriminelle dürfen sich freuen: Seit 2007 werden etwa Freiheits-

strafen unter sechs Monaten nicht mehr vollzogen, sondern als Geldstrafen ausgesprochen. Neu können Straftäter auch zu bedingter gemeinnütziger Arbeit verurteilt werden. Leichtere Delikte werden mit ebensolchen Geldstrafen geahndet. «Bedingte Geldstrafen» und «Bedingte gemeinnützige Arbeit» – wie abschreckend (und ein Schlag ins Gesicht jedes Opfers).

Der Fall Muotatthal steht symptomatisch für ein krankes Justizsystem, das in den Händen von Juristen, Richtern und Strafrechtlern zu einem Wohlfühlssystem für Kriminelle geformt wurde, von dem ein Täter alles, ein Opfer nichts zu erwarten hat. Als Antwort auf das Versagen von Legislative und Judikative bietet sich ein simples Massnahmenpaket an: 1. Härtere Sanktionen – weniger Geld-, mehr unbedingte Haftstrafen. 2. Abschaffung des Jugendstrafrechts – wer verletzt oder tötet, soll büssen. 3. Ausschaffung von kriminellen Ausländern oder kürzlich Eingebürgerten. 4. Wiedereinführung von Geschworenengerichten. Damit näherte sich das Recht wieder ein Stück der Gerechtigkeit an, das System gewänne an abschreckender Wirkung, auch Jugendliche könnten bestraft werden, und ausser Rand und Band geratene Richter würden vom Volk im Zaum gehalten.

Anzeige



Bei Herold Taxi weiss jeder,
 mit wem er fährt . . .

Wir sind ein Verlag. Und ein Veranstalter.



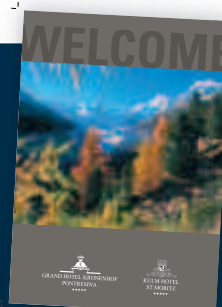
Wenn wir etwa für das
Hallenstadion Zürich arbeiten, dann
sind wir „Event-Manager“.

Weil wir mit Kopf und Herz immer bei unseren Kunden sind. Das werden Sie spüren, sobald wir auch Ihr Magazin in Angriff nehmen. Die **MetroComm AG**, die Herausgeberin des Unternehmermagazins LEADER, bietet verlegerische, marketingtechnische, redaktionelle, gestalterische und produktionsspezifische Dienstleistungen für Printprodukte, insbesondere für die Realisation von Kunden- und Spezialmagazinen – als Gesamtpaket oder in Modulen. Fragen Sie uns, wir freuen uns auf Sie.

Kreativ, engagiert, professionell. Und mit der Erfahrung von über tausend produzierten Magazinen.

**metr
comm**

Zürcher Strasse 170, CH-9014 St.Gallen
Tel. 071 272 80 50 , Fax 071 272 80 51
info@metrocomm.ch , www.metrocomm.ch



MetroComm AG. Kreieren. Gestalten. Produzieren.



agenturamflughaften.com

Starke Ideen fürs Büro.

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



Neu: automatisch
verschiebbar

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


Compactus & bruynzeel