

**Karin Keller-Sutter:**

# Die grosse Hoffnung des Freisinns

Seite 10

**HSG Talents Conference 2011**

High Potentials treffen  
Wirtschaftsvertreter

ab Seite 15

# Inventure Ostschweiz 2011

«Open Innovation» als kontroverses Tagungsthema  
an der diesjährigen Veranstaltung inventure anlässlich  
der RhEMA. ab Seite 56

DENK  
ANSTOSS!



letzte Seite



agenturamflughafen.com

# Starke Ideen fürs Büro.

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



Neu: automatisch  
verschiebbar

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

  
**Compactus & bruynzeel**

# Das Potenzial noch nicht ausgereizt



**W**ir haben früh gemerkt: Am Rheintal kommt man nicht vorbei, wenn man sich der Ostschweizer Wirtschaft als Thema beschrieben hat. Die Region hat von der Natur und von der Geschichte einige Geschenke beschert bekommen, die heute viel wert sind: Viel Raum für eine platzintensive Industrie, direkt angrenzend an einen Nachbarstaat mit seinen Ressourcen vor allem auch im personellen Bereich, landschaftlich reizvoll, verkehrstechnisch für viele Bedürfnisse ideal gelegen, aber dennoch mit erschwinglichem Grund und Boden. Eine gute Mischung, die unter anderem dazu geführt hat, dass die Wirtschaftsregion auch Unternehmen von internationaler Bedeutung anziehen konnte und diese sich dort ausgesprochen wohlfühlen. Gleichzeitig ist der Standort auch fruchtbarer Boden für innovative Start-ups.

In gewissen Bereichen ist das Rheintal heute also bereits einsame Spitze. In anderen spielt die Region ihre Trümpfe allerdings erst in Ansätzen aus. Das ist vor allem deshalb bedauerlich, weil sich das Potenzial mit verhältnismässig geringem Aufwand besser nutzen liesse. Konkret spreche ich davon, dass sich rund um die zahllosen Vorteile des Rheintals noch keine eigentliche Marke entwickelt hat.

Natürlich kennt man das Rheintal. Natürlich gibt es auch zahlreiche Produkte, die mit dem Label «Rheintal» am Markt sind und von diesem in gewissem Mass profitieren. Vergleicht man das Rheintal allerdings mit dem nahen Appenzell, so stellt man fest: Da wäre mehr möglich. Rund um die Marke «Appenzell» hat seit einigen Jahren eine gegenseitige Befruchtung eingesetzt, die schweizweit ihresgleichen sucht: Zum einen geniessen Produkte oder Dienstleistungen mit dem Label Appenzell eine hohe Beachtung und viel Grundvertrauen. Zum anderen sind die meisten dieser Produkte von hoher Qualität, sodass sie ihrerseits wieder das Label stärken. Das ist kein Zufall, sondern das Ergebnis harter Arbeit an der Marke und von allen Trägern der Marke. Und natürlich hat sich das nicht von heute auf morgen so entwickelt.

Wo könnte das Rheintal in einigen Jahren stehen, wenn hier dasselbe gelingt? Wenn «Rheintal» nicht nur Synonym für Werkplatz und Industrie wäre, sondern als Alleinstellungsmerkmal diene? Der erste Schritt dazu wäre der konsequente Einsatz des Labels. Innovationen aus dem Rheintal müssten auf einen Blick mit der Region verknüpft sein – am besten bereits im Namen. Parallel dazu muss aber auch sichergestellt werden, dass das Label nur dort verwendet wird, wo wirklich Rheintal drin steckt. Das ist eine Daueraufgabe mit einiger Mühsal. Und auch wenn man sie aktiv angeht, dauert es seine Zeit, bis der «Appenzell-Effekt» eintritt, keine Frage. Der erste Schritt in diese Richtung ist das kompromisslose Bekenntnis zur eigenen Region und das Vertrauen in ihre Wirkung. Im Fall des Rheintals, das Schweizer Werte wie Qualität, Zuverlässigkeit und Einsatzfreude perfekt spiegelt, lohnt sich der Aufwand.

Natal Schnetzer  
Verleger

# Mehr drin für KMU.

---

Lassen Sie sich im KMU<sup>+</sup> Center in einem Swisscom Shop in Ihrer Nähe kostenlos beraten oder erfahren Sie mehr über unsere Service-Angebote für KMU unter [www.swisscom.ch/kmu-service](http://www.swisscom.ch/kmu-service)



**swisscom**



# Millionen mit 780 Anlagen

Zu Besuch bei der Zünd Systemtechnik AG 24



**Die kritische Grösse überschritten** 6

Die Stürm SFS AG wird Nummer 3 im Schweizer Stahlhandel

**«Die FDP ist kein Auslaufmodell»** 10

Karin Keller-Sutter über ihre Kandidatur für den Ständerat

**«Anständig Geld verdienen»** 16

Christoph Blocher zu Gast am Opening Panel der HSG Talents Conference

**«Die SBB wird als Arbeitgeberin unterschätzt»** 22

Interview mit Tien Lam, Fachspezialistin Personalmarketing

**Der Auftritt als Visitenkarte** 23

Für KPMG sind Rekrutierungsveranstaltungen enorm wichtig

**Finanzielle Flexibilität weiter verbessert** 32

Looser Holding mit weiterem Gewinnwachstum

**«Wir waren uns niemals zu schön für einen Auftrag»** 34

Im Gespräch mit Architekt Christoph Göldi

**«Im Fokus steht nicht primär die Rendite»** 40

Erwin Rudolf von der Volksbank AG über kurzfristige Denkweisen

**Mit neuer Direktion ins 2011** 44

Einstein St.Gallen mit gutem Geschäftsjahr 2010

**Zurück zur Kulturfrage** 46

Wo Kaffee nicht gleich Kaffee ist: Turm Handels AG, St.Gallen



**Taiwan trifft Rheintal** 49

Botschafter zu Besuch in der Ostschweiz

**Unternehmerisch zu neuen Erfolgen** 52

Am 31. März fand der 6. Unternehmertag Liechtenstein, Rheintal, Vorarlberg in Vaduz statt

**Pflicht für jeden Unternehmer** 58

Kurt Wettstein über die diesjährige RhEMA und «inventure Ostschweiz»



*Der bisherige Stürm-Hauptsitz und zukünftige Hauptsitz der Stürm SFS AG in Goldach.*

## Neue Nummer 3 im Schweizer Stahl- und Metallhandel

**Durch den Zusammenschluss zweier starker Ostschweizer Stahl- und Metallhandelsunternehmen entsteht die Stürm SFS AG mit Hauptsitz in Goldach. Mit 290 Mitarbeitenden und über 200 Mio. Franken Umsatz wird das Unternehmen gesamtschweizerisch Bedeutung haben.**

**P**er 1. Juli 2011 schliessen sich die Stürm AG, mit Standorten in Goldach, Härkingen, Uzwil und Krakovany (Slowakei), und die Division Stahl & Metalle von SFS Locher, mit Niederlassungen in Altstätten, Arnegg, Buchs ZH und Klaus (Ös-

terreich), zur Stürm SFS AG zusammen. Die Division Bau verbleibt bei der SFS Locher AG und erbringt weiterhin unter gleichem Namen ihre Leistungen für die Kunden aus dem Bauhauptgewerbe. In der gleichberechtigten Partnerschaft agieren die beiden bis anhin schon er-

folgreichen Unternehmen aus einer Position der Stärke heraus und wollen ihren Erfolg langfristig sichern. «In unseren Hauptmärkten Schweiz, Westösterreich, Süddeutschland und Slowakei werden wir zu einem der leistungsfähigsten Anbieter von bearbeiteten Stählen, Metallen

## Die Fakten auf einen Blick

### Sachverhalt

Die Stürm AG und die Division Stahl & Metalle von SFS Locher schliessen sich als erfolgreiche Unternehmen in einer gleichberechtigten 50:50-Partnerschaft zur Stürm SFS AG zusammen.

### Partner

1. Stürm AG, mit Standorten in Goldach, Härkingen, Uzwil und Krakovany (Slowakei)
2. Division Stahl & Metalle von SFS Locher, mit Standorten in Altstätten, Arnegg, Buchs ZH und Klaus (Österreich)

### Zusammenschluss wirksam per

1. Juli 2011

### Verwaltungsrat

Heinrich Spoerry, SFS, Präsident  
Rolf Frei, SFS, Mitglied  
Christof Stürm, Stürm, Mitglied  
Max Rutz, Stürm, Delegierter

### Operative Führung

Roman Rogger, CEO  
Max Rutz, exekutiver Delegierter des Verwaltungsrates

### Hauptsitz

Stürm SFS AG, Langgrütistrasse 20,  
9403 Goldach, Schweiz

### Kennzahlen Stürm SFS AG

Mitarbeitende: 290  
Stahl- und Metallabsatz 2010: 120'000 t  
Umsatz 2010, in CHF: 206 Mio.

### Angebot

- › Sehr breites Sortiment im Bereich Stahl/ Metall
- › Weitreichendes Bearbeitungsangebot mit Anwendungsberatung
- › Führend im Bereich Logistiklösungen respektive Systempartnerschaften

### Kundengruppen und Hauptmärkte

- › Stahl und Metallbau
- › Industrie und Gewerbe
- › Systempartner (Logistikkunden)
- › Schweiz, Westösterreich, Süddeutschland und Slowakei

### Vorteile des Zusammenschlusses

- › Sich ideal ergänzende Infrastrukturen, Kundengruppen und Angebote
- › Beide Partner stellen Kundennutzen in den Mittelpunkt

- › Ähnliche Unternehmenskultur
- › Leistungsfähigster Anbieter von Gesamtlösungen für Stahl und Metalle
- › Sehr breites Sortiment und weitreichendes Bearbeitungsangebot mit Anwendungsberatung
- › Führender Anbieter im Bereich Logistiklösungen respektive Systempartnerschaften
- › Gehört neu zu den Top 3 im Schweizer Stahl- und Metallmarkt
- › Jährlich über 120'000 Tonnen Stahl- und Metallabsatz, damit auch im Beschaffungsmarkt bedeutend
- › Gut gewappnet für die erwartete Stagnation und Konsolidierung im Stahl- und Metallmarkt

### Personal

Es ist kein Stellenabbau geplant

### SFS Locher AG, Division Bau

- › SFS Locher AG Division Bau bleibt weiterhin unter dem bisherigen Namen am Markt tätig
- › Kundschaft Bauhauptgewerbe
- › Führung wird weiterhin durch Anton Drexel wahrgenommen

und alternativen Werkstoffen sowie von ganzheitlichen Lösungen für Stahl- und Metallverbraucher», erklärt Max Rutz, designierter Delegierter des Verwaltungsrates der Stürm SFS AG.

### Synergien nutzen – Werte pflegen

Mit einem sehr breiten Sortiment, einem weitreichenden Bearbeitungsangebot inklusive Anwendungsberatung sowie mit dem weiteren Ausbau der führenden Marktposition im Bereich Logistiklösungen respektive Systempartnerschaften will sich die Stürm SFS AG klar profilieren. «Diesem Entscheid gingen gründliche Analysen voraus», betont Roman Rogger, designierter CEO der Stürm SFS AG.

«Dabei haben wir festgestellt, dass die nun zusammenwachsenden Unternehmen sich sowohl von der modernen Infrastruktur als auch von der Kundenstruktur her gegenseitig optimal ergänzen. Ausserdem pflegen wir wichtige gemeinsame Werte wie Kundenorientierung und Qualitätsbewusstsein.» So verfügt Stürm über eine ausgezeichnete Marktstellung bei Industrie- und Gewerbekunden, während SFS Locher sich erfolgreich im Bereich Stahl- und Metallbaukunden positioniert. Die Gleichwertigkeit der Partner widerspiegelt sich auch in der Zusammensetzung des zukünftigen Verwaltungsrates, seitens SFS: Heinrich Spoerry, Präsident; Rolf Frei, Mitglied; seitens Stürm: Christof Stürm, Mitglied; Max Rutz, Delegierter.

### Aus der Position der Stärke agieren

In der Schweiz und im direkt angrenzenden Europa wird der Absatz von Stahl und Metall in den kommenden Jahren voraussichtlich stagnieren. Dank der durch den Zusammenschluss erreichten Stärke wird die Stürm SFS AG noch besser für künftige Marktveränderungen gewappnet sein. Mit ihrem ausgebauten Gesamtleistungsangebot wird sie ihre Kunden bestens bedienen. Das neue Unternehmen wird mit jährlich über 120'000 Tonnen Stahl- und Metallabsatz auch im Beschaffungsmarkt ein wichtiger Partner sein.

# «Die kritische Grösse überschritten»

**Kurzinterview mit Max Rutz, designierter Delegierter des Verwaltungsrates der Stürm SFS AG.**



Max Rutz

**Max Rutz, beim neuen Namen steht «Stürm» vor «SFS». Gab es diesbezüglich rege Diskussionen?**

Dieser Punkt wurde natürlich diskutiert. Da beide Namen eine sehr gute und starke Position haben, wollten wir sie auch auf das neue Unternehmen übertragen und damit die Kontinuität gegenüber unseren Kunden und Mitarbeitenden dokumentieren. Mit SFS an erster Stelle wäre höchstwahrscheinlich der Eindruck entstanden, dass die neue Firma ein Teil der SFS-Gruppe

sei, was nicht der Fall ist. SFS verwendet diese Struktur der Namensgebung für Ihre Gruppengesellschaften (z. B. SFS intec). Aus diesem Grund waren sich die Parteien sehr schnell einig, dass Stürm SFS AG der richtige Name ist. Das neue Logo wird noch erarbeitet.

**Die Krise ist vorbei. Ist nun wieder die Grösse entscheidend, um Erfolg zu haben?**

Ich bin nicht sicher, ob wir die Krise wirklich schon überstanden haben. Aber mit oder ohne Krise, Grösse ist insofern entscheidend, als dass wir zusammen die kritische Grösse überschreiten. Wir sind sicher kein Stahlriese wie geschrieben wurde, aber mit unserer breiten und starken Leistungs- und Servicepalette sind wir ein leistungsfähiger und attraktiver Partner für unsere Kunden und Lieferanten und ein ernstzunehmender Marktteilnehmer.

**Wie soll sich das Unternehmen in den nächsten fünf Jahren entwickeln?**

In den nächsten Monaten steht die erfolgreiche Zusammenführung der beiden

Unternehmen in die Stürm SFS AG im Vordergrund. Unser Geschäft hat hohe Mengengerüste und darum sind wir sehr IT-abhängig. Ohne funktionierende EDV stehen unser Verkauf und unsere Produktion innert kürzester Zeit. Wir wollen also so schnell wie möglich ein gemeinsames ERP-System. Erst von diesem Moment an werden wir die Synergien voll nutzen können. Dieser Punkt ist eine weitere wichtige Synergie unseres Zusammenschlusses. Das ERP von Stürm hätte in den nächsten zwei bis drei Jahren abgelöst werden müssen. Jetzt können wir auf die moderne ERP-Lösung von SFS Locher wechseln. SFS services wird zu unserem IT-Dienstleister. Nach Abschluss der Integrationsphase im Jahr 2012 werden wir unsere Kräfte voll auf den weiteren Ausbau von Stürm SFS AG konzentrieren und weiter wachsen.

**Sollen weitere Länder erschlossen werden?**

Für die fernere Zukunft ist das nicht ausgeschlossen.

**Könnten allenfalls auch weitere Unternehmen integriert bzw. aufgekauft werden?**

Das ist im Moment nicht vorgesehen, aber sage niemals nie.

Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit Roman Rogger und seinen Mitarbeitenden. Wir packen die bevorstehenden Herausforderungen gemeinsam an und führen sie Lösungen zu, die unsere Kunden, Lieferanten und Mitarbeitenden weiter bringen.



Standort Klaus, Österreich.



Standort Arlegg, Kanton St.Gallen, Schweiz.



Der Stürm-Standort in Krakovany (Slowakei) wird in Zukunft von der Stürm SFS AG weitergeführt.

## «Kein Stellenabbau wegen Zusammenschluss»

**Kurzinterview mit Roman Rogger, designierter CEO der Stürm SFS AG.**

**Roman Rogger, wie wichtig ist die Unternehmensgrösse in Ihrer Branche?**

Die Grösse hat eine hohe Bedeutung. Erstens: Durch die Konsolidierung der Stahlwerke ist es wichtig, eine gewisse Nachfragemacht zu haben. Diese erreichen wir nur, wenn für die Werke auch attraktive Tonnagen vorliegen. Und zweitens: Als grösseres Unternehmen sind wir auch in der Lage, unseren Kunden ein breiteres Sortiment mit entsprechenden Dienstleistungen anzubieten.

**Was waren die grössten Hürden, bis der Zusammenschluss besiegelt werden konnte?**

Es gab sehr wenige Hürden auf diesem Weg, da beide Parteien überzeugt sind, dass dies eine gute Lösung ist. Beide Parteien haben immer die Lösung im Fokus gehabt. Die grösste Hürde insgesamt war sicherlich die emotionale. Beide Unternehmen Stürm wie SFS sind sich gewohnt,

unabhängig zu wirken. Ich bin sehr beeindruckt, wie beide Parteien ihre emotionale Haltung zugunsten von Stürm SFS geändert haben und bereit waren, auf Mehrheiten zu verzichten.

**Welche Aspekte waren Ihnen besonders wichtig?**

Das klare Bekenntnis, dass Stürm SFS auf Nachhaltigkeit basiert und langfristig ausgelegt ist. Ein ganz wichtiger Aspekt sind auch die Mitarbeitenden: Wir haben sehr gute und motivierte Mitarbeitende, die sich tagtäglich mit viel Engagement für unsere Kunden einsetzen. Wir wollen allen Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, sich im neuen Unternehmen weiter zu entwickeln. Durch diesen Zusammenschluss soll es keinen Stellenabbau geben. Wichtig war auch die gemeinsame strategische Ausrichtung: Klare Positionierung auf Mehrwert und Kundennutzen.



Roman Rogger

**Gibt es in naher Zukunft grössere Hindernisse, die das Unternehmen zu bewältigen hat?**

Die grössten Hindernisse können wir uns nur selber stellen. Das Zusammenführen der beiden Kulturen und das Entwickeln der eigenen Stürm-SFS-Kultur; das heisst für mich, sehr sorgfältig den Integrationsprozess zu planen und rasch umzusetzen.

**Wie würden Sie Ihren Führungsstil bezeichnen?**

Meine Mitarbeitenden bezeichnen mich als zielorientiert, konsequent und fair. Ich bezeichne mich als Unternehmer mit Herz und Verstand.



*Karin Keller-Sutter:  
«Es wäre kein Abschied,  
sondern ein Seitenwechsel.»*

# «Wieso soll ich Spielchen mit den Wählern spielen?»

Sie ist seit elf Jahren Regierungsrätin des Kantons St.Gallen und wäre vergangenes Jahr beinahe Bundesrätin geworden. Nun hat Karin Keller-Sutter den Ständerat im Visier. Im Herbst will die 47-Jährige als Nachfolgerin von Erika Forster gewählt werden. Im Gespräch erklärt die FDP-Politikerin, ob ihre Partei ein Auslaufmodell sei und für welche Anliegen sie sich in Bern starkmachen würde.

**Interview:** Marcel Baumgartner **Bilder:** Bodo Rüedi

**Karin Keller-Sutter, schon vor einigen Jahren haben Sie gesagt, dass eine Ständeratskandidatur für Sie durchaus ein Thema wäre. Bis es dann soweit war, haben Sie mit der Bundesratskandidatur noch einen kleinen «Abstecher» gemacht.**

Ja, ungewollt.

**Man hat Sie wohl kaum dazu gezwungen ...**

Das nicht. Aber in gewisser Weise ist diese Kandidatur dazwischen gekommen. Die Frage eine Ständeratskandidatur wurde in der FDP schon seit geraumer Zeit diskutiert. Und auch ich persönlich habe mich – wie Sie ja bereits erwähnt haben – schon länger damit befasst. Doch dann trat Hans-Rudolf Merz zurück. Auch Sicht der Ostschweiz wäre es sicherlich vorteilhafter gewesen, er hätte diesen Schritt erst auf Ende 2011 vollzogen. Die Konstellation war für die FDP schwierig.

**Wieso?**

Ein Jahr vor den Gesamterneuerungswahlen fragten sich alle, ob die FDP überhaupt noch ein Anrecht auf zwei Sitze habe. Es folgten schliesslich die Angriffe vonseiten der SVP und der Grünen. Das alles wäre nach den nationalen Wahlen anders gewesen. Die Kräfteverhältnisse wären dann klar gewesen.

**Und trotzdem sind Sie angetreten.**

Das war auch richtig so. Ich spürte diesbezüglich eine grosse Erwartungshaltung. Es stellte sich schliesslich die Frage nach einer Ostschweizer Vertretung, nach einer Frau

und nach einer gewissen Erneuerung der Partei. Auch mehrere Ostschweizer Ständeräte versicherten mir, dass der Schaden bei einer Nichtwahl geringer sei als beim Verzicht auf eine Kandidatur. Letzteres hätten wohl viele nicht verstanden. Man hätte sich gefragt, wieso die Ostschweiz in einer solchen Situation nicht mit einer geeigneten Kandidatur ins Rennen steigt.

**Die FDP konnte sich den zweiten Sitz sichern. Sie scheiterten. Man sagt, dass einige Parlamentarier auch gegen Sie gestimmt hätten, damit die Freisinnigen nicht mit einem «Aushängeschild» im Bundesrat ins Wahljahr 2011 starten können. Eigentlich ein Kompliment?**

Man kann es drehen und wenden, wie man will: Die Bundesratswahlen sind vorbei. Ich konzentriere mich nun auf das, was vor mir liegt.

**In einem Interview mit dem «Tagblatt» haben Sie gesagt, dass man in der Regel nur einmal im Leben für den Bundesrat kandidiere. So ganz ernst haben Sie das aber wohl nicht gemeint, oder?**

Doch, ich meine das vollkommen ernst. Es ist interessant, wie viele Leute mich noch heute darauf ansprechen und meinen, dass es dann beim nächsten Mal funktionieren werde (lacht). Ich habe aber tatsächlich das Gefühl, dass man für solch ein Amt nur einmal kandidiert. Die Konstellation war für mich 2010 vorhanden, ich wurde nicht gewählt, und damit ist das Thema nun erledigt.

**Immerhin waren Sie durch die Bundesratswahlen schweizweit präsent. Ihr**

**Wahlkampf für den Ständerat hat im Grunde genommen schon vergangenes Jahr begonnen.**

Das ist sicherlich ein Vorteil. Ich muss keine Inserate mehr schalten, um den Wählerinnen und Wählern zu erklären, wer ich bin.

**Bei einer Absage Ihrerseits hätte die FDP ein fast unlösbares Problem gehabt. Gab es Druck vonseiten der Partei?**

Nein. Es ist eine Win-win-Situation. Kaum eine Partei kann mit Blick auf eine Majorzwahl auf eine grosse Auswahl an Kandidaten zurückgreifen. Das liegt in der Natur einer solchen Personenwahl. Sie benötigen Personal, das mehrheitsfähig ist. Und für mich wäre es eine schöne neue Herausforderung. Ich bin nicht amtsmüde, bin sehr gerne Regierungsrätin. Allerdings blicke

**«Das zeigt, dass die FDP kein Auslaufmodell ist»**

ich nächstes Jahr schon auf drei Amtsdauern, sprich zwölf Jahre, zurück. Das war für mich immer eine Zeitspanne, nach der ich mir sowieso überlegen wollte, allenfalls einen neuen Weg einzuschlagen.

**Das heisst, bei einer allfälligen Nichtwahl in den Ständerat würden Sie auch nicht mehr für den Regierungsrat kandidieren?**

Das will ich heute noch vollkommen offen lassen. Ich hoffe nun natürlich, dass ich in den Ständerat gewählt werde. Es wäre der ideale Zeitpunkt. Ich bin jetzt 47, verfüge

aber schon über eine langjährige Erfahrung, die ich gerne einbringen möchte. Der Ständerat wäre eine optimale Möglichkeit. Ich kenne die Interessen des Kantons, ich weiss, wie wichtig das Zusammenspiel der einzelnen Regionen ist. Und darum geht es – gerade im Ständerat – immer wieder: um den Föderalismus.

**Der Nationalrat ist für Sie kein Thema mehr?**

Würde der Sitz im Ständerat nicht frei werden, würde ich nicht für Bern kandidieren. Die Kultur im Ständerat ist eine völlig andere. Die Debatten und die Art, die eigenen Interessen zu vertreten, verlaufen anders als im Nationalrat. Ich sehe grosse Ähnlichkeiten zu meiner Tätigkeit im Regierungsratskollegium. Von dieser Warte aus bin ich es gewohnt, dass man keine reine Parteipolitik betreibt, sondern nach Lösungen und Mehrheiten suchen muss. Mit einer Extremposition haben Sie hier keine Chance.

**Trotzdem gibt es Personen, die der Meinung waren, Ihr Name gehöre auch auf die Nationalratsliste, Sie seien das der Partei schuldig.**

Ich habe mir eine Doppelkandidatur wirklich gründlich überlegt, kam aber rasch zur Einsicht, dass dies für mich nicht in-

frage kommt, dass ich nicht dahinter stehen könnte. Alt Nationalrat Peter Weigelt schrieb kürzlich in einer Kolumne, dass Kandidaten – egal für welches Amt – nicht nur verfügbar, sondern auch geeignet sein sollten. Beide Faktoren müssen stimmen. Im Bezug auf die Eignung setze ich in meinem

**«Die Wählerschaft entscheidet nach Themen und Emotionen»**

Falle beim Nationalrat allerdings ein grosses Fragezeichen. Das ist ein Punkt. Ein weiterer ist die Glaubwürdigkeit: Ich bin immer gradlinig und offen gewesen, habe immer das getan, was ich vor dem Volk und vor mir vertreten konnte. Nun will ich vor das Volk stehen und klar sagen können, was ich will, nämlich in den Ständerat. Wieso also sollte ich entsprechende Spielchen mit den Wählern spielen?

**Man rechnet bei Ihnen schon beinahe mit einem reibungslosen Durchlauf. Ist das gefährlich?**

Ja, das ist gefährlich. Ich bin mir durchaus bewusst, dass es einen harten Wahlkampf mit schwierigen Auseinandersetzungen ge-

ben wird. Die Gefahr besteht in der Mobilisierung der Wähler. Wenn man das Gefühl hat, eine Kandidatin werde sowieso gewählt, kann eine gewisse Zurückhaltung eintreten. Und das darf nicht geschehen. Ich brauche eine breite Unterstützung, und ich brauche jede einzelne Stimme.

**Alleine schon für die Ostschweizer Abfuhr bei den Bundesratswahlen werden Sie einige Stimmen erhalten.**

Ich hoffe doch, dass ich die Stimmen vor allem wegen meiner bisherigen Tätigkeit als Regierungsrätin erhalte. Die Bevölkerung des Kantons St.Gallen kennt mich. Sie weiss, wie ich arbeite. Und ich hoffe, sie möchte, dass ich diese Arbeit nun für sie in Bern verrichte. Es wäre ja kein Abschied, sondern ein Seitenwechsel. Der Ständerat ist die Visitenkarte des Kantons. Und dort möchte ich eine bürgerlich-liberale Grundhaltung einbringen. Ich weiss ja aus zahlreichen Dossiers, was die Bürgerinnen und Bürger beschäftigt.

**Wie viel Zeit würden Sie für die Tätigkeit als Ständerätin aufwenden?**

Erika Forster sprach von einem Pensum zwischen 60 und 70 Prozent. Mit der übri- gen Zeit wäre ich natürlich gerne z. B. in der Wirtschaft tätig. Ich habe heute eine

Anzeige

«Wir generieren einen Rückenwind der unseren Kunden spürbare Vorteile bringt!»  
Ralph Nater, Geschäftsführer

*Ihr Rückenwind!*<sup>®</sup>

**IVECO** **NATER** **BOX** **RENTIR**  
NUTZFAHRZEUGE NUTZFAHRZEUGE AG FAHRZEUGMIETE DIE RENTIER

Staad • Müllheim • [www.nater.ch](http://www.nater.ch) Gossau • [www.boxag.ch](http://www.boxag.ch) Gossau • [www.rentir.ch](http://www.rentir.ch)

Verkauf und Service von IVECO und Fiat Professional Nutzfahrzeugen in der Ostschweiz

[www.ihrrueckenwind.ch](http://www.ihrrueckenwind.ch)

Führungsaufgabe und möchte mich nicht gänzlich aus allem verabschieden. Aber ich bin nicht mit irgendwelchen Vorbereitungen und Abklärungen diesbezüglich beschäftigt. Irgendetwas ergäbe sich sicher.

**Sie gelten als junge, dynamische Siegerfrau. Die FDP ist derzeit eher auf dem absteigenden Ast. Wie passen diese beiden Bilder zusammen? Eigentlich sind Sie doch in der falschen Partei.**

Nein. Die Partei wählt man nicht nach ihren Wählerprozenten, sondern nach der eigenen Überzeugung, der eigenen Grund-

## «Ich finde die Bezeichnung ›Kampf der Titanen‹ eigenartig»

haltung. Und für mich gibt es nichts anderes als eine liberale Politik. Sie ist es, die unser Land stark gemacht hat. Sie schaffte eine freiheitliche Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung, die jeder einzelnen Privatperson und jedem einzelnen Unternehmen möglichst viel Verantwortung zukommen lässt.

**Und kommt wohl langsam aus der Mode?**

Das sicherlich nicht. Im bürgerlichen Lager gibt es inzwischen zahlreiche Player. Wir haben die FDP, die CVP und neu die BDP. Rechts davon dann noch die SVP, die es früher so nicht gegeben hat, vor allem nicht im Kanton St.Gallen. Weiter sind da die Grünliberalen, die nach meiner Meinung keine bürgerliche Partei sind, aber irgendwie das Privileg haben, als eine solche wahrgenommen zu werden. Es ist doch wie in der Wirtschaft: Wenn mehrere Anbieter mit einem ähnlichen Produkt auf den Markt kommen, teilt sich die Kundschaft auf.

**Man könnte auch einfach sagen, dass der FDP die Wähler abspringen.**

Die Parteien müssen heute mit anderen gesellschaftspolitischen Entwicklungen klar kommen als noch vor zwanzig Jahren. Die Wählerschaft ist viel weniger an eine einzige Partei gebunden, sie entscheidet nach Themen und nach Emotionen. Die ursprüngli-



Karin Keller-Sutter

che Bindung – beispielsweise die konfessionelle an die CVP – stirbt langsam aus.

**Und damit auch die FDP?**

Sehen Sie sich doch einmal die Jungfreisinnigen im Kanton St.Gallen an. Für mich die beste Partei unseres Kantons. Sie sind liberal, sie sind frech, und sie haben zahlreiche junge Mitglieder, die sich engagieren. Und das mit Erfolg. Das zeigt doch, dass die FDP kein Auslaufmodell ist.

**Für welche konkreten Anliegen würden Sie sich im Ständerat einsetzen?**

Zum einen natürlich für alle Fragen, die für den Wirtschaftsstandort St. Gallen entscheidend sind, so z. B. die optimale Verkehrsanbindung, die Infrastruktur, eine sichere Energieversorgung, aber auch eine schlanke Gesetzgebung, die unsere Betriebe nicht behindert. Auch Sicherheitsfragen würde ich weiter verfolgen. Als Mitglied einer kantonalen Regierung kenne ich ein breites Themenspektrum und weiss, was es braucht, damit eine Lösung praxistauglich ist. Ich stehe

also für zwei Dinge: die Interessenvertretung St.Gallens und eine klar bürgerliche Politik.

**Würden sie in gewissen Bereichen eine andere Linie einschlagen als die amtierende FDP-Ständeratin Erika Forster?**

Erika Forster und mich verbindet eine bürgerlich-liberale Politik. Wir stehen z. B. beide für starke KMU oder haben uns gegen die Gewalt an Frauen engagiert. Als langjährige Exekutivpolitikerin habe ich jedoch einen anderen Erfahrungshintergrund und damit auch andere Neigungen. Schwerpunkte meiner Politik liegen z. B. auch in der Armee- oder in der Europafrage.

**Erwartet uns in den nächsten Monaten tatsächlich ein «Kampf der Titanen», wie es gewisse Medien betiteln?**

Ich finde diese Bezeichnung etwas eigenartig. Es geht sicher um eine interessante Ausmarchung, auf die ich mich freue. Das Volk hat die Wahl. Ich hoffe, dass es mir die Chance gibt, den Stand St.Gallen in Bern vertreten zu dürfen. ■

# nachfolgepool

## Brückenbauer zwischen den Generationen

Die familienexterne Unternehmensnachfolge ist unsere Kompetenz. Über 50 abgeschlossene Transaktionen sind unser Leistungsausweis. Ihr Nachfolger steht schon bereit. Fragen Sie uns!



Ihr Ansprechpartner in der Ostschweiz:

Nachfolgepool, 9403 Goldach  
Christian Vetsch, Tel. 071 841 86 03  
Mail: [cv@nachfolgepool.ch](mailto:cv@nachfolgepool.ch)

[www.nachfolgepool.ch](http://www.nachfolgepool.ch)



Sanierung Hauptgebäude Griesser AG, Aadorf

Architekt: Olbrecht + Lanter AG, Frauenfeld Foto: Dominique Marc Wehrli

Partner für anspruchsvolle  
Projekte in Stahl und Glas



**Tuchschnid**

Tuchschnid AG  
CH-8501 Frauenfeld  
Telefon +41 52 728 81 11  
[www.tuchschnid.ch](http://www.tuchschnid.ch)



## SIE SIND UNSER VIP. HAND DRAUF. JEDERZEIT UND ÜBERALL.

### Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Dienstleistungen mit höchster Qualität
- Voice- & Data-Lösungen nach Mass – Ihr Bedürfnis ist unsere Leidenschaft
- Individuelle Beratung und Realisation – VIP-Betreuung für KMU
- Starke Lösungen für Einkaufsgemeinschaften

### Interessiert?

Persönliche Beratung unter  
+41 58 523 03 03. Wir freuen  
uns auf Ihren Anruf.

**Telecom Liechtenstein (Schweiz) AG**  
Zürcherstrasse 66  
CH-8800 Thalwil



# Brücke zwischen Studenten und Unternehmen

Die HSG Talents Conference, die dieses Jahr vom 1. bis 26. März stattgefunden hat, ist die offizielle Recruiting-Veranstaltung der Universität St.Gallen (HSG). Ein Team, bestehend aus sechs Studenten der Bachelorstufe, organisiert mit ehrenamtlichem Engagement diesen Event als studentische Initiative.

Die professionelle Projektbetreuung wird vom Career Services Center (CSC-HSG) gewährleistet. Über die Conference ist ein gegenseitiges Kennenlernen möglich, das die Studenten bei ihrer Karriereplanung unterstützt. Gleichzeitig gibt sie den Unternehmen die Möglichkeit – im Rahmen des Events – neue talentierte Studentinnen und Studenten zu rekrutieren.

Die HSG Talents Conference baut eine Brücke zwischen Studenten und Unternehmen. Sie besteht aus verschiedenen Modulen: Unternehmenspräsentationen, Workshops, Interviews, Company Dinners und einer Messe mit Executive Lounge. Eröffnet wird die HSG Talents Conference jeweils mit einer Podiumsdiskussion. Der Event soll kontinuierlich weiterentwickelt und die Qualität nachhaltig gesichert werden.

Eine Unternehmenspräsentation an der HSG stellt für eine Firma eine einzigartige Möglichkeit dar, sich zahlreichen Studenten vorzustellen. Diese einmalige Gelegenheit will die HSG Talents Conference bieten. Durch die Präsentationen können die Firmen den eigenen Bekanntheitsgrad erhöhen und sich als attraktiver Arbeitgeber profilieren. Eine Unternehmenspräsentation dauert üblicherweise rund 45 Minuten und wird mit einem anschliessenden Apéro abgerundet. Der Apéro soll Studenten und Unternehmensvertreter dazu einladen, sich in einem informellen Rahmen kennenzulernen.

Mithilfe der Interview-Days sollen während der Conference geknüpfte Kontakte weiter vertieft werden und geeignete Kandidatinnen und Kandidaten für offene Stellen in Unternehmen gefunden werden. Im Vorfeld haben die Studenten die



Möglichkeit, ihre Lebenslaufdaten auf der Plattform HSG Talents online einzugeben und sich bei den Arbeitgebern für ein Interview zu bewerben. Die Unternehmen haben ihrerseits Zugriff auf die Daten der registrierten Studenten und können Anfragen für Gespräche akzeptieren, aber auch Studenten direkt für ein Interview einladen.

Den Unternehmen steht es frei, die Dauer und Anzahl der Interviews festzulegen, die an verschiedenen Orten in entsprechend eingerichteten Räumen in St.Gallen durchgeführt werden.

[www.hsgtalents.ch](http://www.hsgtalents.ch)

Seit 1984 organisiert die Universität St.Gallen (HSG) alljährlich eine Recruiting-Veranstaltung – nun unter dem Namen HSG Talents Conference. Dieses Event gilt als eine der besten und grössten Recruiting-Veranstaltungen der Deutschschweiz für Studentinnen und Studenten im Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaftsbereich. Die HSG gibt Unternehmen die Chance, über 1'000 Absolventen und etwa 6500 Studenten kennenzulernen und ihre Potenziale abzuschätzen. Über 110 Unternehmen nehmen an diesem Event teil und rekrutieren jedes Jahr sehr gut ausgebildete Persönlichkeiten.

# «Werdet reich!»

Auch im Jahr 2011 wurde die HSG Talents Conference wieder mit einem hochkarätig besetzten Opening Panel eröffnet. Zum Thema «Anständig Geld verdienen» diskutierten Christoph Blocher, Peter Gomez, Antoinette Hunziker, Urs Peter Koller und Ralf Wittenberg mit dem stellvertretenden Chefredaktor der Handelszeitung, Pascal Ihle.

**Text:** Marcel Baumgartner **Bilder:** Bodo Rüedi.

Es war der Tag, an dem Karl-Theodor zu Guttenberg zurücktrat. Der frühere deutsche Wirtschafts- und Verteidigungsminister zog – ganz anständig – die Konsequenzen nach seinem «unanständigen Delikt». Auf ihn und seine Art, die moralischen Grundsätze etwas gar frei zu interpretieren, wurde am Opening Panel vom 1. März mehrmals Bezug genommen. Unter anderem etwa von alt Bundesrat Christoph Blocher und dem ehemaligen Rektor der HSG und heutigen VR-Präsidenten der SIX Group, Peter Gomez – beides Träger eines ehrenvollen und verdienten Dokortitels, wie versichert wurde. Sie waren – das wurde rasch ersichtlich – im mit mehreren Hundert Studentinnen und Studenten vollbesetzten Hörsaal der Universität St.Gallen die eigentlichen Hauptakteure auf der Bühne. Dabei durfte man beim Thema «Anständig Geld verdienen» doch auch gespannt sein, was die anderen beiden Herren – einer verdient sein Geld mit Diamanten, der anderem mit Zigaretten – zu sagen haben.

Moderator Pascal Ihle machte in seiner kurzen Einführung klar, dass der Titel der Veranstaltung den Umkehrschluss zulasse, dass man auch unanständig Geld verdienen könne. Dies entweder auf eine unanständige Art und Weise, oder dann aber in einer Grössenordnung, die als unanständig betrachtet werden könnte. Beiden Betrachtungsweisen liegen jedoch ethnische Kriterien zugrunde, über es sich gut streiten lässt.

## Problematische Rückzahlung

Alt Bundesrat Christoph Blocher hat sein erstes Geld mit dem Verkauf von Kaninchen verdient. Erstmals ein regelmässiges Einkommen verbuchte der heute 70-Jährige während seiner landwirtschaftlichen Lehre.



*Christoph Blocher, alt Bundesrat, SVP-Strategie und Unternehmer*

Er erhielt damals 70 Franken monatlich plus Kost und Logis. «Den grössten Lohn hatte ich als Bundesrat», erklärte Blocher und erntete für die lakonische Ergänzung «unanständig viel war das» schon nach einer knappen Minute Sprechzeit die ersten Lacher. Einer der Podiumsteilnehmer wird später beim Apéro bemerken, dass diese «kumpelhafte, humorvolle Art» eigentlich nichts anderes sei, als ein perfekter Stimmenfang zugunsten der SVP ... Ob er damit recht hat oder nicht, bleibe dahingestellt.

Blocher aber kam an. Breitbeinig sass er auf dem Stuhl, die Hände stets auf die Lehne abgestützt, so als würde er gleich aufstehen und gehen. Aber man merkte ihm in jeder Minute an, dass er es liebt, vor einem grossen Publikum zu sprechen. Gearbeitet habe er immer, selbst während des Studiums. «Anfangs gab es noch keine Stipen-

dien. Das kannten wir nicht. Erst während der letzten Semester bekam ich eine solche finanzielle Unterstützung», erinnert sich der SVP-Strategie. «Aber», ergänzte er, «ich habe alles zurückbezahlt. Das war für den Kanton Zürich ein unglaubliches Problem, weil ich anscheinend der Erste war, der das machen wollte.»

## Von 90 Millionen auf 4,5 Milliarden

Blocher aber wollte nicht als einer in die Geschichte eingehen, der Geld vom Staat bekommen hat. Er wollte als Schaffer, als Erschaffer wahrgenommen werden. «Geld war für mich immer Mittel zum Zweck», sagte er. Natürlich könne man damit die Familie ernähren. Natürlich könne man sich damit das eine oder andere leisten. Wichtig sei aber, Geld nicht zu horten, son-

dern zu investieren, um Mehrwerte zu schaffen. Nichts anderes hat Blocher sein Leben lang getan. Und ist damit reich geworden. «Ja, es stimmt. Ich bin reich. Es gibt schliesslich nichts Traurigeres als arme Unternehmen. Es ist wichtig, dass Unternehmer reich sind. Denn ihr Vermögen ist ihre Firma», zeigte sich Blocher überzeugt. Personen, die ausschliesslich dem Geld nachrennen, sind für den ehemaligen Bundesrat «komische Leute».

Und wenn man ihn fragt, wie man anständig Geld verdient, folgt sogleich die Gegenfrage, wie man denn unanständig Geld verdienen könne, von Gaunereien einmal abgesehen. «Wenn Sie viel Geld für eine Leistung bekommen, dann ist das doch nicht schlimm. Man kann sich höchstens fragen, ob derjenige dumm ist, der das bezahlt», formulierte es Christoph Blocher. Wieso er



Ralf Wittenberg, General Manager British American Tobacco Schweiz und Zentraleuropa

selbst reich geworden ist, ist eine einfache Geschichte: Blocher kaufte eine Firma, die praktisch pleite war. Eine Firma, die sonst niemand wollte, sonst hätte er sie laut eigenen Aussagen auch gar nicht bezahlen können. Und auch so habe die Bank gut 95 Prozent des Kaufpreises beisteuern müssen. Ein Risiko, das sich gelohnt hat. Damals war die Börsenkapitalisierung der Firma rund 90 Millionen. Heute sind es laut Blocher rund 4,5 Milliarden. «Und nun soll mir einer sagen, ob das anständig ist oder nicht», warf er in die Runde. «Unanständig wäre es gewesen, wenn ich nichts verdient hätte, wenn ich alles – und damit auch die Arbeitsplätze – verloren hätte.» Daher rufe er die Unternehmer auf: «Werdet reich!»

### Diamantenfieber

Einer, der Blochers Ratschlag befolgt hat, ist Urs Peter Koller. Seinen Kindheitstraum, Geld mit Schmuck zu verdienen, erfüllte er sich erst vor wenigen Jahren. Gemeinsam mit seinen Partnern hatte Koller während 25 Jahren die Generalunternehmung HRS Real Estate aufgebaut, von der er sich Ende 2008 verabschiedete und seine Aktienmehrheit an die Firmenpartner verkaufte.

«Ich bin nicht Kunde bei Wegelin & Co., weil ich nichts von langfristigen Beziehungen halte.»

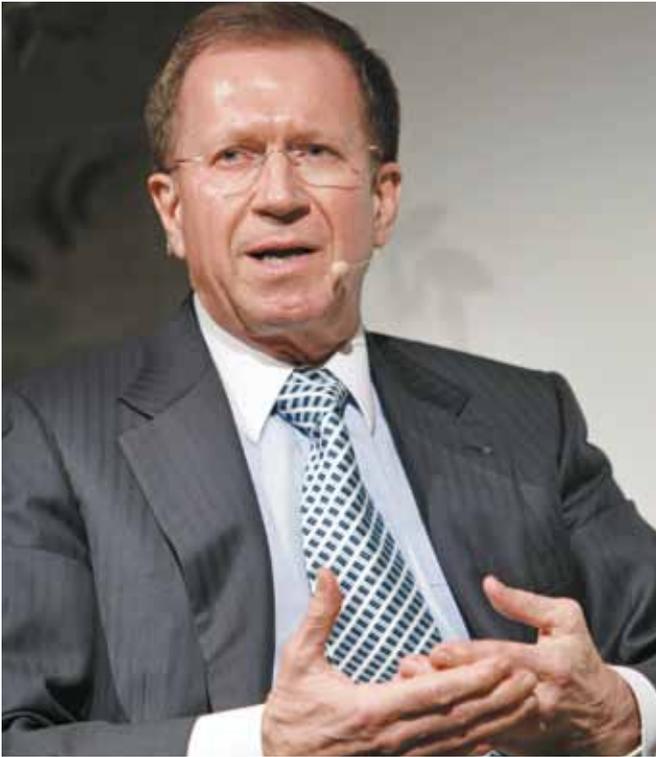
Casanova



WEGELIN & Co.

PRIVATBANKIERS SEIT 1741

► Für alle, die einen treuen Partner suchen: [www.wegelin.ch](http://www.wegelin.ch)



*Urs Peter Koller, Gründer, Geschäftsführer und VR-Präsident der Zipangu Swiss Gems AG, der einzigen Diamantenmanufaktur in der Schweiz*



*Antoinette Hunziker, Gründungspartnerin und CEO der Forma Futura Invest AG und VR-Vizepräsidentin der BKW FMB Energie AG*

Allerdings nicht, um sich fortan ausschliesslich dem eigenen Vermögen zu widmen, sondern um Neues zu schaffen: Der Ostschweizer gründete ein eigenes Start-up-Unternehmen: die Zipangu Swiss Gems AG, die einzige Diamantenmanufaktur in der Schweiz mit einem Vertriebsbüro in Gossau SG.

Für Koller ist es ganz klar die Leidenschaft, die vor dem Erfolg und damit dem Vermögen kommt. «Nur wer mit Leidenschaft nach neuen Wegen, neuen kreativen Ideen sucht, wird weiter wachsen und Erfolg haben», ist er überzeugt. Er selber lebe relativ bescheiden, investiere praktisch alles Geld ins Unternehmen. «Und je mehr man hat, desto mehr kann man bewegen. Es ist wie früher beim Monopolyspiel. Nur machen wir es nun eins zu eins.» Von Pascal Ihle auf den Umstand angesprochen, dass man früher die Steine aus Sierra Leone bezog («Die meisten von uns kennen in diesem Kontext den Film ‚Blood Diamond‘ mit Brad Pitt»), entgegnete Koller, dass man sich vorgängig intensiv mit den Rahmenbedingungen auseinandergesetzt habe. «Wir haben uns vor Ort ein Bild davon gemacht, wie die Gegebenheiten sind und ob alles mit rechten Dingen zu und her geht», so Koller, dessen Firma zudem im Besitz des Kimberley-Zertifikats ist.

Dessen Hintergrund: Am 4. Mai 2000 trafen sich im südafrikanischen Kimberley

Vertreter der UN, afrikanischer Regierungen, von «Verbraucherländern», der DTC (Diamond Trading Company) und der Diamantbranche mit dem Ziel, ein Kontrollsystem zur Unterbindung des Handels mit «Konfliktdiamanten» einzurichten. Beim Export aus afrikanischen Ländern wird «sauberen» Rohdiamanten ein Ursprungszeugnis ausgestellt. Dieses Zeugnis wurde mittlerweile durch das Kimberley-Zertifikat abgelöst, wonach alle Rohdiamanten ein solches Begleitschreiben erhalten. «Wir legen absolut Wert, auf einen gerechten Abbau», versicherte Koller. «In der Gründungsphase hatte ich einen Partner, den man als absolut gierig bezeichnen kann», führte er als Beispiel auf. «Und diese Gier hat letztlich nur dazu geführt, dass wir Geld verloren haben.»

#### **«Geld ist wie Wasser»**

Gier ist auch in der Branche, in der Antoinette Hunziker tätig ist ein weitverbreiteter Antrieb. Hunziker ist Gründungspartnerin und CEO der Forma Futura Invest AG und VR-Vizepräsidentin der BKW FMB Energie AG. Früher war sie Chefin der Schweizer Börse und Mitglied der Konzernleitung der Bank Julius Bär AG. Sie habe sehr gerne Geld, sagte sich dereinst in einem Interview. Es ist seit 25 Jahren das Thema, das sie antreibt. Aber: Hunziker befasst sich seit Jahren stark mit einer werteorientierten Un-

ternehmensführung. Wenn die Finanzfachfrau von Werten spricht, denkt sich nicht in erster Linie an Rendite. «Mehr Sinn!» fordert die Chefin der Investmentfirma.

Für sie ist die Nachhaltigkeit von Anlageprojekten zentrales Kriterium. Und dieser Ansatz wird gesucht, denn die Geschäfte laufen gut. «Es gibt immer mehr Menschen, die verantwortungsbewusst mit ihrem Geld umgehen wollen, die in Unternehmen und Industrien investieren möchten, die etwas produzieren, das auch die Lebensqualität auf dieser Welt steigert», erklärt Hunziker. Werte können also durchaus mit dem Geld verdienen kombiniert werden. «Geld ist für mich wie eine Ressource. Geld ist wie Wasser. Wichtig ist, dass es fliesst.» Die Forma Futura Invest AG investiert in Unternehmen, die nach 180 klaren Kriterien ermittelt werden. Dabei werden nicht Negativkriterien, sondern Positivkriterien berücksichtigt. Etwa ob ein Unternehmen seine Mitarbeiter fair entlohnt, ob es in Forschung und Entwicklung investiert. Und, ob das, was es produziert, für unsere Lebensqualität notwendig ist und die Gesundheit nicht schädigt.

#### **Verdient der Staat unanständig viel?**

Bei einigen der von Antoinette Hunziker genannten Positivkriterien könnte British American Tobacco sicherlich punkten.



Peter Gomez, Professor und ehemaliger Rektor der HSG, VR-Präsident der SIX Group



Pascal Ihle, stv. Chefredaktor der Handelszeitung

Bei einigen wichtigen Faktoren würde das Unternehmen aber klar durchfallen. Deswegen bewusst ist sich auch Ralf Wittenberg, General Manager für die Märkte Schweiz und Zentraleuropa. «Wir arbeiten mit einem Produkt, das gesundheitsschädlich ist», stellte er gleich zu Beginn klar. «Trotzdem stellt es für viele Menschen ein Genussmittel dar.»

Nun könne man sich fragen, wie man mit solch einem Artikel umgehen wolle. Man könne es verbieten, was in der Vergangenheit einige Male ohne Erfolg versucht wurde. Man könne die Herstellung und den Vertrieb dem Staat überlassen, wie es in China der Fall sei. «Oder man übergibt diese grosse Verantwortung einer risikobehafteten Kategorie einem Unternehmen, auf das man sich verlassen kann», so Wittenberg. «Der Einzige, der letztlich wirklich reich wird, ist der Staat. Wir liefern in der Schweiz jedes Jahr einen Steuerbetrag in der Höhe einer Milliarde ab. Der Staat reguliert uns und hat gleich auch noch den grössten Teil der Wertschöpfungskette», formulierte es Wittenberg. Oder anders ausgedrückt: Wenn einer mit Zigaretten unanständig viel verdienen würde, wäre es in erster Linie der Staat.

Auf die Frage, was seine Eltern sagten, als er in die Tabakindustrie wechselte, meinte Ralf Wittenbach: «Ich denke, sie haben das als Verbesserung betrachtet. Denn ich war

früher in der Werbung ...» Es sei aber tatsächlich so, dass er in einem Glashaus sitze. Kaum eine Branche werde derart genau beobachtet wie die seine. Das beginne bei den Anstellungsbedingungen der Mitarbeiter, gehe über die Forschung bis hin zum Marketing. Hierbei halte man sich an klare Standards. «Wir wenden uns nur an Raucher, die erwachsen sind und die Risiken kennen. Diese aber wollen wir von unseren Marken überzeugen», so Wittenbach. Seine Zielgruppe beträgt in der Schweiz nach wie vor 20 Prozent und könnte in Zukunft sogar noch steigen. «Selbst die Weltgesundheitsorganisation geht davon aus, dass wir 2050 deutlich mehr Raucherinnen und Raucher haben, als es heute der Fall ist.»

### Die einfache Definition

Für den fünften Panelteilnehmer war es gewissermassen ein Heimspiel. Peter Gomez war von 1999 bis 2005 Rektor der HSG, bevor er im Mai 2006 das VR-Präsidium der SIX Group übernahm. Verdutzt nahm er von einem Studenten zur Kenntnis, dass bereits am Informationstag der Uni – also noch vor dem Antritt des Studiums – über künftige (hohe) Verdienstmöglichkeiten berichtet werde. Gomez empfindet das als falschen Anreiz: «Es studieren heute viele Personen, die meinen, sie müssten eines Tages enorme Summen verdienen. Das ist an sich weder schlecht noch unanständig. Aber

wenn es zur obersten Zielsetzung wird, ist es gefährlich», unterstrich der Ökonom und zitierte Hans Huber (SFS-Gruppe), welcher dereinst sagte, dass man auch den Mut haben müsse, eine Stelle anzutreten, ohne genau zu wissen, wie hoch der Lohn sei. Denn: Wenn man eine Sache wirklich gut beherrsche, werde man damit mit grosser Wahrscheinlichkeit auch ziemlich viel Geld verdienen können. Das riet Gomez auch den anwesenden Studentinnen und Studenten.

Auf die Frage, was denn nun als unanständig betrachtet werden könnte, wusste aber auch Gomez keine klare Antwort. «Wenn man hierzu Spielregel festlegen würde, müsste man so etwas wie einen moralischen Massstab anwenden können. Nur: Wer legt fest, was tatsächlich unanständig ist und was ein blosses Kavaliersdelikt?»

Letztlich war es Christoph Blocher, der eine ganz einfache Definition von anständig und unanständig abliefern konnte. «Ich bin der Meinung, dass das nicht so kompliziert ist. Nach meiner Erfahrung wird sich das, was unethisch und unmoralisch ist, auf die Dauer niemals durchsetzen.» ■

# Schnupper-Messe für Studenten

**Die Messe auf dem Olma-Gelände ist das Herzstück der HSG Talents Conference. Rund 90 Unternehmen präsentieren sich während eines Nachmittags. Darunter auch die Firma Oliver Wyman.**

**D**iese Firmenvorstellungen an der Messe sind die optimale Basis für eine Interaktion zwischen Studenten und Unternehmensvertretern. In angenehmer Atmosphäre mit Verpflegungsmöglichkeiten bietet sich die Gelegenheit, sich gegenseitig auszutauschen, erste Kontakte zu knüpfen und Gespräche zu lancieren.

Eines der Unternehmen – und zugleich auch einer der vier Sponsoren des Events –, das hier den Austausch mit Studentinnen und Studenten sucht, ist Oliver Wyman. Die Firma ist in der internationalen Managementberatung tätig, verbindet ausgeprägte Branchenspezialisierung mit hoher Methodenkompetenz bei Strategieentwicklung, Prozessdesign, Risikomanagement, Organisationsberatung und Führungskräfteentwicklung und ist – ganz entscheidend für die Studenten – eigentlich laufend auf der Suche nach Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für alle möglichen Positionen.

An der Messe der HSG Talents Conference ist Marlene Nies für den Stand von Oliver Wyman verantwortlich. Für sie bilden solche Veranstaltungen eine typische Win-win-Situation. «Uns nützen sie zu Rekrutierungs- und Werbezwecken, und die Studenten kommen in einen ersten Kontakt zu möglichen Arbeitgebern und können wichtige Beziehungen aufbauen.» Beziehungen, die in der Arbeitswelt oftmals entscheidend sind.

Marlene Nies hat die Erfahrung gemacht, dass die Messe für die meisten Studenten zur Vorselektion dient. «Die jungen Leute haben wohl eine Vorstellung, in welche Richtung es gehen könnte, holen sich hier aber noch Detailinformationen bei den einzelnen Unternehmen ab.»

Ein wichtiger Bestandteil der HSG Talents Conference sind auch die Workshops. Während rund zweier Wochen haben die Studenten die Möglichkeit, Ein-

blicke in die Arbeitsweisen und Abläufe einzelner Unternehmen zu erhalten. Unternehmensvertreter können die Studentinnen und Studenten während dieser Zeit besser kennenlernen und ihre Potenziale abschätzen. An der Messe wie auch in den Workshops ist es für die Interessierten aber ratsam, nicht allzu forsch aufzutreten. Fragen wie «Was genau können Sie

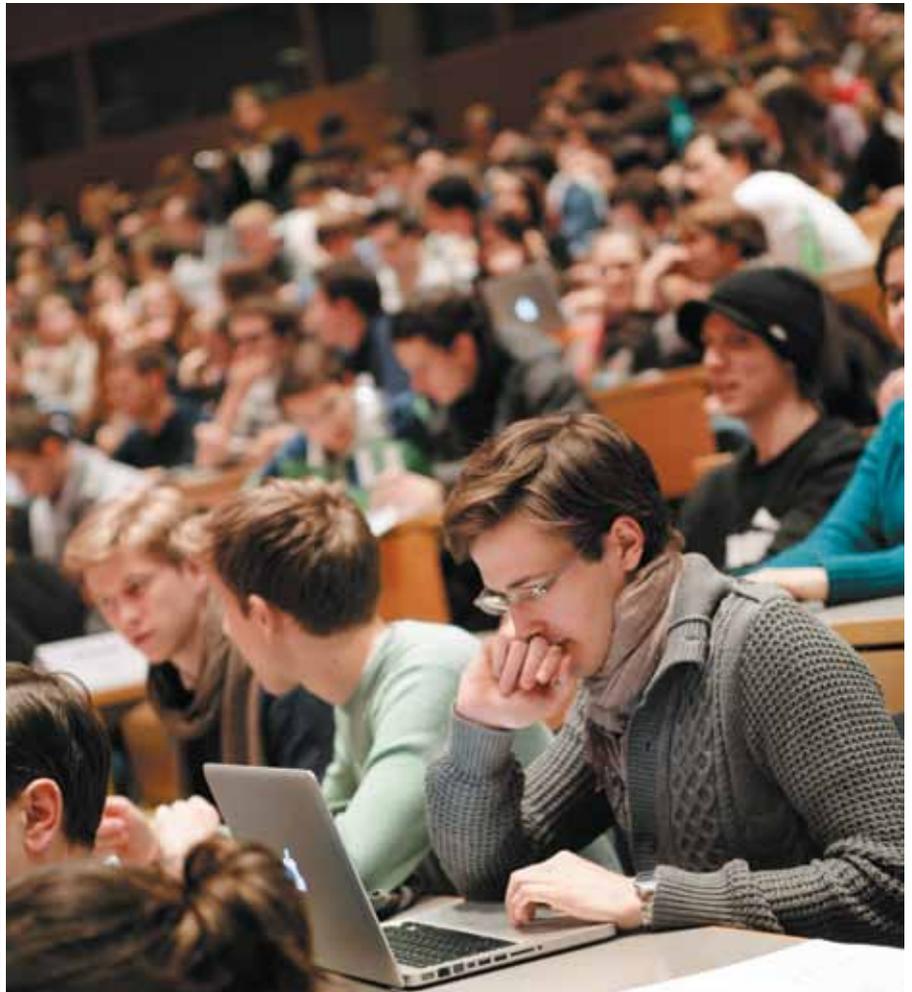
mir bieten», sind eher fehl am Platz. Klar darf man als Student Ansprüche an den künftigen Arbeitgeber haben. Es ist jedoch besser, sich im Vorfeld über diese Aspekte zu informieren. Denn wer einen guten Eindruck hinterlässt, dessen Namen prägt man sich ein.

---

[www.oliverwyman.com](http://www.oliverwyman.com)



Marlene Nies



# «Die SBB wird als Arbeitgeberin massiv unterschätzt»

An Bekanntheit fehlt es den SBB sicherlich nicht. Wieso man dennoch an der Messe der HSG Talents Conference präsent ist, erklärt Tien Lam, Fachspezialistin Personalmarketing im Interview.

## Tien Lam, welches Ziel verfolgen die SBB mit dem Messeauftritt?

Die SBB will Studierenden und Absolventen aufzeigen, welche Einstiegsmöglichkeiten (Direkteinstieg, Praktika, Traineeprogramm) sie bei uns haben. Wir nutzen die Chance aber auch, um die Vielseitigkeit der SBB aufzuzeigen. Wir haben über 150 verschiedene Berufe bei uns, sind das grösste Transportunternehmen und eine der grössten Immobilieneigentümerinnen der Schweiz, betreiben ein Telekommunikations- und Energienetz und vieles mehr. Ganz viele dieser Aufgabengebiete sind vielen Studierenden nicht bewusst, und die wollen wir bekannter machen.



Tien Lam

## Bei der Suche nach ihrem künftigen Arbeitgeber dürften die Studenten nicht gerade als erstes an die SBB denken, oder liege ich da falsch?

Sie liegen absolut richtig. Ich habe das Gefühl, dass die SBB als Arbeitgeberin massiv unterschätzt wird. Es gibt kaum ein spannenderes und vielseitigeres Unternehmen in der Schweiz. Denken Sie an die volkswirtschaftliche Bedeutung der SBB, an unsere Planungshorizonte und an die Faszination und Emotionalität des Zugfahrens.

## Bestehen Vorurteile gegenüber den SBB?

Das ist unterschiedlich, zum Teil herrschen noch Klischees vor und die SBB wird vielleicht als verstaubter Bundesbetrieb gesehen. Ich kann Ihnen versichern, dass das genaue Gegenteil der Fall ist. Wir befinden uns in einem grossen Wandel und suchen Mitarbeitende, die mit Veränderung umgehen können und ihn mitgestalten wollen. Die SBB wird nach betriebswirtschaftlichen Managementmethoden zielorientiert geführt.

## Was bieten die SBB den Studenten?

Die SBB bietet den Studierenden mehrere Möglichkeiten, um in unser Unternehmen einzusteigen. Sei es als Direkteinsteiger, in einem Praktikum oder als Trainee. In allen Fällen dürfen die Studierenden spannende und vielseitige Arbeitsinhalte, ein angenehmes Betriebsklima, fortschrittliche Anstellungsbedingungen und Kolleginnen und Kollegen erwarten, die bereit sind, für unsere fast eine Million Kundinnen und Kunden täglich gemeinsam eine Meisterleistung zu erbringen.

## Welches sind häufige Fragen von Seiten der Studenten?

Die meisten Studierenden interessieren sich für konkrete Einstiegsmöglichkeiten und mögliche Arbeitsinhalte. Einige, die vielleicht schon etwas SBB-affiner sind, interessieren sich für laufende Projekte.

## Nach welchen Persönlichkeiten suchen die SBB?

Wir erwarten von Absolventinnen und Absolventen, dass sie selbstständig arbeiten

können und bereit sind, Verantwortung zu übernehmen. Für ein grosses und komplexes Unternehmen wie die SBB sind ausserdem gute Netzwerkfähigkeiten und eine Portion Hartnäckigkeit von Vorteil. Ausserdem brauchen wir Mitarbeitende, die mit Wandel umgehen können und die bereit sind, anzupacken.

## Haben Sie persönlich den Einstieg auch über einen solchen Rekrutierungsereignis gefunden?

Während des Studiums besuchte ich zwei Rekrutierungsereignisse. Da ich während dieser Zeit nicht auf Stellensuche war, ging es mir eher darum, mich über die verschiedenen Firmen, darunter auch die SBB, und deren Einstiegsmöglichkeiten zu informieren. Es ging weniger darum, einen Job zu finden. Als ich dann konkret eine Stelle suchte, fand ich über eine Stellenplattform die Ausschreibung der SBB und bewarb mich über den normalen Bewerbungsprozess.

[www.sbb.ch/jobs](http://www.sbb.ch/jobs)

# Der Auftritt ist die Visitenkarte

**Für KPMG sind Veranstaltungen wie die HSG Talents Conference enorm wichtig für den Rekrutierungsprozess. Gesamthaft stellt das Unternehmen über 40 Prozent seiner Mitarbeiter über solche Events ein.**

**N**ur offen und ehrlich kommt man weiter. Alexander Senn, Head HR Marketing & Recruiting von KPMG, ist der festen Überzeugung, dass man den Studentinnen und Studenten keine Verkaufsshow bieten sollte. Die potenziellen künftigen Mitarbeiter wollen die Realität sehen. Um ihnen diese aufzuzeigen und zu erklären, bietet sich alljährlich die ein-tägige Messe im Rahmen der HSG Talents Conference an. An dieser ist KPMG traditionellerweise mit einem grossen Stand vertreten.

Stellt sich die Frage: Wer will sich hier wem möglichst gut verkaufen? Die Studenten dem Unternehmen oder umgekehrt? Für Senn ist klar: «Es ist für beide Parteien eine geeignete Plattform, sich näher kennenzulernen.» KPMG nutzt den Auftritt dazu, sich den Studenten als Arbeitgeber vorzustellen und die einzelnen Berufsfelder zu präsentieren. So, dass Interessierte ein umfassendes Bild dieses Unternehmens erhalten. Das hat natürlich auch zum Ziel, dass sich letztlich nur Studenten bewerben, die sich auch wirklich mit der Arbeit und der Firma identifizieren und sich bei KPMG einen Karriereeinsteig vorstellen können.

Auch wenn KPMG gesamthaft rund 40 Prozent ihrer neuen Mitarbeiter nachweislich über solche Rekrutierungsereignisse einstellt, sind die Anforderungen an die Studenten doch hoch. Mitunter kann schon der erste Eindruck entscheidend sein. Alexander Senn rät daher, sich schon vorher über jene Unternehmen zu informieren, die für einen Berufseinsteiger infrage kommen könnten. «Wir spüren sehr schnell, ob jemand die richtigen Fragen stellt und ob er motiviert ist. Hebt sich eine Person damit positiv hervor, kann sie sich schon einen riesigen Vorteil verschaffen.» Zwar werde keine «Negativliste» geführt, aber bei Bewerbungen wisse man anschliessend durch-



Alexander Senn

aus, ob besagte Person schon einmal an einem Messestand anzutreffen war. «Die Studenten müssen sich im Klaren darüber sein, dass ihr Auftreten zugleich eine Visitenkarte ist, die sie hinterlassen», unterstreicht Senn. «Und für uns als Beratungsunternehmen ist die Persönlichkeit, die Erscheinung enorm wichtig. Faktoren, die wir nicht aus einem Lebenslauf herauslesen können.»

Um mit den Studenten auf Augenhöhe diskutieren zu können, setzt KPMG an den Ständen denn auch vorwiegend auf junge Berater. Senn: «Das Durchschnittsalter in Beratungsunternehmen ist mit 35 Jahren eher tief. An den Messen setzen wir jedoch noch jüngere Mitarbeiter ein. Sie

wissen am besten, welche Fragen die Studenten beschäftigen und welche Hürden in den ersten Jahren zu meistern sind.» Der Lohn ist dabei in den wenigsten Fällen ein Thema. Wohl auch deshalb, weil die Zahlen grundsätzlich bekannt sind. Dennoch rät Senn, sich nicht auf das Einkommen zu fixieren. «Studenten können sich durchaus ein Ziel für die nächsten fünf bis zehn Jahre setzen und dann darauf hinarbeiten. Aber beim Einstieg in die Berufswelt sollten die nackten Zahlen zweirangig sein, vielmehr sollte das Aufgabengebiet und die Freude am Beruf im Vordergrund stehen.»

[www.kpmg.ch/careers](http://www.kpmg.ch/careers)



*Mike, Karl und Oliver Zünd*



# Generationenwechsel bei der Zünd Systemtechnik AG

# Bringen Sie Ihr Depot in Form. Wir zeigen Ihnen wie.



## Die Plattform für erfolgreiche Geldanlagen

### Vermögensverwaltung

- Private Banking
- Freizügigkeitsgelder
- Pensionskassen
- Trading
- Fund Management

### Börseninformationen

- Börsenbrief
- Newsletter
- PDF-Dateien zum Download
- Checklisten

### Gratisanalysen

- Wertschriftendepot
- Vorsorge und Steuern
- Immobilien
- Pensionskassen

**theinvestor.ch**<sup>®</sup>  
HOUSE OF FINANCE

theinvestor.ch (Schweiz) AG | House of Finance | Rütistrasse 20 | CH-9050 Appenzell  
Tel +41 (0)71 353 35 65 | Fax +41 (0)71 353 35 19 | welcome@theinvestor.ch

4 Wochen gratis | Kompetente Infos zu Geld und Börse

**Wurde die eingeklebte Probe-Abo-Bestellkarte  
bereits entfernt?**

**Rufen Sie uns an und wir senden Ihnen gerne  
eine persönliche Karte zu.**

|               |               |               |
|---------------|---------------|---------------|
| 2010: + 7,4%  | 2002: - 8,7%  | 1995: + 21,2% |
| 2009: + 34,1% | 2000: + 8,4%  | 1993: + 34,4% |
| 2007: + 13,4% | 1999: + 7,1%  | 1992: + 21,2% |
| 2006: + 16,0% | 1998: + 23,1% | 1991: + 15,6% |
| 2005: + 22,8% | 1997: + 38,8% | 1990: + 11,3% |
| 2004: + 10,8% | 1996: + 35,1% | 1989: + 34,8% |

**theinvestor.ch**<sup>®</sup>  
HOUSE OF FINANCE

# 75 Millionen mit 780 Anlagen

Vor über 25 Jahren hat die Zünd Systemtechnik AG das digitale Schneiden neu definiert. Mit über 16'000 installierten Systemen weltweit sind die mit Awards ausgezeichneten Schneidlösungen von Zünd für ihre Leistung, Modularität und Produktivität bekannt. Das Unternehmen mit Sitz in Altstätten SG hat zahlreiche Vertriebs- und Servicepartner weltweit und ist mit jeweils einem Tochterunternehmen in den USA und Asien stationiert. Per 1. Januar 2011 hat Firmengründer Karl Zünd die Leitung des Unternehmens seinen Söhnen Mike und Oliver übertragen.

**Text:** Marcel Baumgartner **Bilder:** Bodo Rüedi, zVg.

**A**ls Mike Zünd im Frühling 2009 eine Messe in Peking besuchte, staunte er nicht schlecht: Am Stand eines chinesischen Ausstellers entdeckte er ein Werkzeugmodul, das mit jenen, die seine Firma seit Jahren herstellt, praktisch identisch war. Zünd dokumentierte das Produkt kurzerhand mit seiner Kamera. Das blieb nicht unbemerkt: Umgehend war der chinesische Händler zur Stelle und forderte ihn auf, das zu unterlassen. Mike Zünd entgegnete ihm, dass er es sich ganz gewiss nicht verbieten lasse, ein Foto seiner «eigenen Maschine» zu erstellen, zückte eine Visitenkarte und fragte den verdutzten Aussteller, ob ihm dieser Firmennamen ein Begriff sei. Er war ihm sehr wohl ein Begriff. Denn: Wer gut kopieren will, sollte das Original in- und auswendig kennen.

«Letztlich haben wir dann aber gemütlich zusammen einen Kaffee getrunken», erinnert sich Mike Zünd. Sich darüber zu ärgern, lohne sich nicht. Und eigentlich könne auch nicht viel dagegen unternommen werden. Der Aufwand stünde in keinem Verhältnis zum Ertrag. «Die Chinesen kopieren uns. Damit haben wir uns wohl oder übel abgefunden. Wir sind inzwischen froh, wenn diese Hersteller in ihrem eigenen Markt bleiben und nicht nach Europa vorstossen», so Zünd.

Dass es so weit kommt, daran glaubt der Unternehmer allerdings nicht. Zu gross seien die Hürden, in diesen Gefilden eine entsprechende Organisation aufzubauen. «Sie müssen beispielsweise die Sprache beherrschen, die Kultur kennen und einen entsprechenden Servicesupport bieten. Und



hier haben die Chinesen zum Glück schon noch etwas Mühe.» Zünd nennt als Beispiel einen Mitbewerber, der eben dies gewollt habe. Mit günstigen Maschinen habe er versucht, in den europäischen Markt einzudringen, konnte aber weder Verlässlichkeit noch Qualität bieten. Von einem umfassenden Dienstleistungspaket ganz zu schweigen. «Und so werden auch billige Produkte irgendwann zu einem teuren Investment», weiss Zünd. Im Unternehmen in Altstätten habe man seit jeher eine andere Strategie verfolgt: jene der Langfristigkeit. Maschinen aus dem Rheintaler Betrieb funktionieren in der Regel weit mehr als zehn Jahre.

## 1989 erster eigener Plotter

Seit mehr als 25 Jahren steht der Name Zünd für Schweizer Qualität, Nachhaltigkeit und technisch wegweisende Systemlösungen mit hohem Kundennutzen. Hohe Geschwindigkeit und Beschleunigung, intelligente Werkzeugsteuerung sowie automatisiertes Materialhandling machen die Cutter zu höchst leistungsfähigen Produktionsanlagen.

Den Grundstein legte Karl Zünd 1984 mit der Gründung einer Einzelfirma in Altstätten. Er verkaufte unter anderem Flachbettplotter von der Wild Plotter AG in Heerbrugg in einzelne europäische Länder. Schon Jahre später entwickelte er zusammen mit Ingenieuren weitere Werkzeugköpfe und Peripheriegeräte für die bestehenden Produkte, bis schliesslich 1989 der erste eigene Zünd-Plotter die Produktionsstätte verliess.

## Modulare Bauweise

Der Schlüssel des Erfolgs des Unternehmens liegt in der modularen Bauweise der Maschinen. Sie können mit verschiedensten Schneidköpfen ausgerüstet werden, was den Einsatz in unterschiedlichsten Branchen und Märkten ermöglicht. Ebenso verringern sich die Herstellungskosten der einzelnen Geräte, da das «Grundgerüst» gewissermassen standardisiert ist und somit in kurzer Zeit hohe Stückzahlen produziert werden können. «Damit erreichen wir Flexibilität im Markt, was zu einem nachhaltigen Erfolg führt», beschreibt es Firmengründer Karl Zünd.

Das modulare System macht die Zünd-Cutter und -Werkzeuge multifunktional. Über die Jahre ist das weltweit grösste und vielseitigste Cutter-Angebot entstanden: zum Schneiden, Zeichnen, Fräsen, Rillen, Perforieren, Stanzen, Gravieren, Lasern usw. Bestehende Maschinen lassen sich dank ihrer modularen Bauweise jederzeit kostengünstig um- und nachrüsten. So wachsen die qualitativ hochwertigen Anlagen mit den Bedürfnissen der Anwender und werden noch langlebiger.



Seit 25 Jahren steht der Name Zünd für Schweizer Qualität.

### 780 Anlagen im Jahr

Mittlerweile sind von der Zünd Systemtechnik AG Installationen in über 100 Ländern im Einsatz; ein weltweites Vertriebsnetz mit rund 50 Wiederverkäufern sorgt für eine umfassend Marktabdeckung. Um eben diese vor Ort unterstützen zu können, wurde 1998 in Hongkong Zünd Asia Ltd. gegründet. 2004 folgte in Franklin/Milwaukee

die Zünd America Inc. An diesen beiden Standorten sind sieben bzw. 17 Personen beschäftigt; in der Schweiz sind es derzeit rund 130. Sie alle sorgten in der Vergangenheit für ein kontinuierliches Wachstum. So wurden vergangenes Jahr 780 Anlagen verkauft, was einem Umsatz von 75 Millionen Franken entspricht. Rund 96 Prozent davon werden im Ausland generiert.

### Einbussen von zehn Prozent

Aber wer sich entfalten will, braucht Wurzeln und Freiraum. Aus diesem Grund hat das Unternehmen den Firmensitz in Altstätten um ein weiteres Gebäude erweitert. Der Entscheid hierfür fiel im Jahre 2008. «Obwohl sich die Krise abzeichnete, entschieden wir uns zu diesem Schritt», erinnert sich Mike Zünd. Der Mut wurde belohnt: Nach einem durchzogenen 2009 folgte 2010 der Aufschwung. Eine Entwicklung, die ohne die neue Infrastruktur nur schwer zu bewältigen gewesen wäre.

Und nach oben ist noch Luft – in zweierlei Hinsicht. Einerseits könnte das neue Gebäude gewissermassen modular – passend zur Produktpalette – erweitert werden. Andererseits sieht Zünd ein noch unausgeschöpftes Marktpotenzial für das Unternehmen. Das Leben schwer machen dem Rheintaler Betrieb jedoch die Euro- und Dollar-Kurse. «Durch sie haben wir an Konkurrenzfähigkeit eingebüsst», gesteht Zünd und spricht von Einbussen in der Höhe von rund zehn Prozent.

### Puma, Ferrari, Diesel ...

Folglich müsse man sich vermehrt im Premiumsegment bewegen und Kunden davon überzeugen, dass sich Qualität längerfristig eben doch auszahle. Hier profitiert das Rheintaler Unternehmen von einer aktuellen Entwicklung: Die Maschinen werden mittlerweile vermehrt auch in der industriellen Produktion eingesetzt. Und sobald es sich bei der Anwendung um Massenproduktion handelt, stehen Faktoren wie Performance, Geschwindigkeit, Verlässlichkeit und Service vor dem finanziellen Investment. Mike Zünd: «All diese Themen sprechen deutlich für die Zünd Systemtechnik AG.» Eine Referenzliste, auf der Firmennamen wie «Puma», «Ferrari», «Diesel», «Daimler», «Louis Vuitton» oder «Gucci» stehen, bedarf eigentlich keiner Erklärungen mehr.

Zünd hat in der Branche immer wieder Meilensteine gesetzt. Mit der neuen Cuttergeneration, dem G3, stellten die Ingenieure ihre Innovationskraft einmal mehr unter Beweis. Nur wer den Anspruch hat, das Gute permanent zu verbessern, wird dem Slogan «Mit System zum Erfolg» gerecht. Und letztlich werden auch nur die Besten kopiert. ■

# Ein Bauprojekt mit Vorbildcharakter

Seit Oktober 2009 hat die Schweiz ihr erstes Minergie-P-Industriegebäude. Beim Erweiterungsbau der Zünd Systemtechnik AG in Altstätten entschieden sich die Verantwortlichen von Anfang an für ein nachhaltiges Konzept.



**D**as Resultat lässt sich sehen: Der Industriebau braucht fünfmal weniger Energie als ein konventioneller Neubau. Das sind 80 Tonnen weniger CO<sub>2</sub>-Ausstoss pro Jahr, entsprechend 30 000 Litern Heizöl. Und auch wirtschaftlich lohnt sich der Entscheid für Minergie-P: Die Investitionsmehrkosten lagen bei der Zünd Systemtechnik AG zwischen 3% und 4%. Bei dem langfristig ausgelegten Industriebau macht die Einsparung diesen Betrag mehr als wett.

## Warm eingepackt

Die gute Gebäudehülle ist ein wichtiger Aspekt im Minergie-P-Konzept. Diesen setzten die Planer konsequent um: Hinter der Streckgitter-Fassade im Alu-Look sorgen ausgeschäumte Sandwich-Paneele (20 cm PUR) für besten Wärmeschutz. Die teilweise geschosshohen Verglasungen er-

reichen U-Werte unter 0,8 W/m<sup>2</sup>K, und sowohl über den Gebäudeboden wie auch durch das Flachdach (24 cm) geht nur wenig Wärme verloren. Diese Massnahmen zeigen Wirkung: Die Minergie-P-Anforderung an die Gebäudehülle wird um fast 20% unterschritten.

## Erneuerbar heizen

Ein weiterer Grund für den tiefen Heizwärmebedarf ist die Lufterneuerungsanlage. In Kombination mit der sehr dichten Gebäudehülle sorgt sie nämlich nicht nur für frische Raumluft: Sie ermöglicht auch die für Minergie-P so wichtige Wärmerückgewinnung. Bevor die Abluft nach aussen geführt wird, entzieht ihr das Lüftungsgerät die Wärme und speist sie zurück ins Gebäude. Den Heizwärmebedarf deckt im Winter eine Wärmepumpe mit Erdwärmesonden – zu mehr als zwei Dritteln mit er-

neuerbarer Umweltwärme.

## Hoher Komfort, auch an heissen Tagen

Auch im Sommer profitieren die Mitarbeiter der Zünd Systemtechnik AG von Behaglichkeit in den Produktionshallen: Die Komfortlüftung sorgt für gute Luft, und dank dem einfachen, durchdachten Gebäudetechnikkonzept sind die Raumtemperaturen selbst an heissen Tagen angenehm. Ein aussen installierter, windfester und gesteuerter Sonnenschutz sorgt dafür, dass die Solarstrahlung das Innenklima nicht belastet. Und dank der sechs 210 m tiefen Erdwärmesonden kann das ganze Jahr über energieeffizient gekühlt werden – mit positivem Nebeneffekt: Die Wärme, welche die Wärmepumpe dem Erdreich im Winter entzieht, wird im Sommer wieder eingebracht (Regeneration des Erdreichs). ■

# BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG.

*Und Süd-Deutschland.*

*Und die Ost-Schweiz.*

*Und Nord-Italien.*

*BTV Vier Länder Bank.*



# Die Bank für Tirol und Vorarlberg mit neuem Markenauftritt – BTV VIER LÄNDER BANK

Die BTV tritt seit März 2011 als BTV VIER LÄNDER BANK auf. Die Vorstände Peter Gaugg, Mag. Matthias Moncher und Mag. Dietmar Strigl erklären im Interview die Hintergründe des neuen Markenauftritts.

Gaugg: Für uns ist die Einführung der BTV VIER LÄNDER BANK ein historischer Schritt. Wir haben uns im Laufe des letzten Jahrzehnts von der Bank für Tirol und Vorarlberg zu einem über die Grenzen hinaus agierenden Bankhaus in vier Ländern entwickelt. Diesem Umstand tragen wir nun in unserem Markenauftritt Rechnung.

## Was bedeutet das für die Bank für Tirol und Vorarlberg?

Gaugg: Das Besondere an der BTV VIER LÄNDER BANK ist, dass wir die notwendige Größe haben, um unsere Kunden in vier Ländern bestens bedienen zu können und dabei aber so regional sind, um kurze Wege und schnelle Entscheidungen zu bieten.

## Warum Süd-Deutschland, die Ost-Schweiz und Nord-Italien?

Gaugg: Dass wir ausgerechnet in diesen vier Ländern tätig sind, ist eigentlich ganz logisch. Deutschland, die Schweiz und Italien sind die mit Abstand wichtigsten Ex-



Von links: Mag. Dietmar Strigl, Mag. Matthias Moncher und Peter Gaugg mit dem neuen BTV VIER LÄNDER BANK Logo.

port- und Importmärkte für unsere Mittelstands-Unternehmen.

Außerdem ist die Region kulturell sehr homogen. Diese Märkte sind mit ihrer mittelständisch geprägten Wirtschaft ähnlich strukturiert wie unsere Kernmärkte. Die Erfolge der letzten Jahre haben bewiesen, dass der Bedarf an unserer Denke und an unseren Dienstleistungen in den Expansionsmärkten vorhanden ist.

## Was bringt das den Kunden konkret?

Gaugg: Das wichtigste für die Kunden sind vernetzte Produkte aus einer Hand. Neben länderübergreifenden Finanzierungen verfügen wir mit BTV Cash über eine integrierte, überregionale Zahlungsverkehrslösung. Darüber hinaus bieten wir überregionale Netzwerke im Bereich steuerlicher und rechtlicher Rahmenbedingungen, Förderungen, Zusammenarbeit mit Handelskammern sowie Unterstützung bei Themen wie Betriebsansiedlung oder beim Export. Moncher: Deutsche, Schweizer und italienische Kunden schätzen insbesondere die Dienstleistungsqualität einer österreichischen Bank. Die Unabhängigkeit der BTV führt zu Lösungen, bei denen ausschließlich

die Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt stehen. Unsere Privatkunden profitieren von maßgeschneiderten und komfortablen Lösungen für die Veranlagung.

Gaugg: Es ist unser ausschließliches Ziel, Mehrwerte für unsere Kunden in vier Ländern zu schaffen

## Ist die BTV VIER LÄNDER BANK mehr als nur ein Logo?

Strigl: Mit der BTV VIER LÄNDER BANK geben wir insbesondere auch ein Bekenntnis gegenüber unseren Kunden und Mitarbeitern ab, dass unser Engagement in diesen Ländern nachhaltig ist. Getreu unserem Motto «Investieren statt spekulieren» haben wir in unseren Expansionsmärkten eine tragfähige Basis geschaffen, die uns eine weitere gesunde Entwicklung ermöglicht.

## Zahlen und Fakten:

Bereits seit über einem Jahrzehnt ist die BTV im Ausland aktiv. Nach dem anfänglich mobilen Vertrieb in grenznahen Regionen wurde 2004 die Niederlassung in Staad am Bodensee mit einer Vollbanklizenz für die Schweiz eröffnet.

Es folgten Memmingen und Augsburg im Jahr 2006. Heute ist die BTV mit fünf Filialen in Deutschland und mit drei Beratungsbüros in Norditalien präsent. Darüber hinaus gibt es seit 1989 einen Standort in Wien.

Die BTV beschäftigt in den Expansionsmärkten aktuell über 100 Mitarbeiter.

## KONTAKT

BTV Staad am Bodensee  
Hauptstrasse 19, 9422 Staad  
Tel.: 071 858 10 10  
E-Mail: [btv.staad@btv3banken.ch](mailto:btv.staad@btv3banken.ch)  
[www.btv.at/ch](http://www.btv.at/ch)

# Looser Holding mit weiterem Umsatz- und Gewinnwachstum

Die Looser Holding hat im vergangenen Jahr erfolgreich gearbeitet: Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die Gruppe einen Nettoumsatz von 480.7 Mio. Franken (Vorjahr: 468.4) und ein operatives Ergebnis (EBITDA) von 61.7 Mio. Franken.

Die Looser Holding hat im vergangenen Jahr erfolgreich gearbeitet: Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die Gruppe einen Nettoumsatz von 480.7 Mio. Franken (Vorjahr: 468.4) und ein operatives Ergebnis (EBITDA) von 61.7 Mio. Franken.

Im vergangenen Geschäftsjahr erzielte die Looser Holding AG mit Sitz in Arbon ein Umsatzwachstum von 12.3 Mio. Franken und erreichte einen Nettoumsatz von 480.7 Mio. Franken. Zum Vorjahr ist dies eine Steigerung um 2.6 Prozent, währungs- und akquisitionsbereinigt ist die Gruppe um 7.6 Prozent gewachsen. Die gegenüber Vorjahr deutlich schwächeren Währungen Euro und US-Dollar haben den Umsatz mit rund 26 Mio. Franken belastet. Im Vergleich zu den im Januar veröffentlichten ungeprüften Umsatzzahlen der Looser Holding resultierte beim Nettoumsatz aufgrund einer Anpassung bei den Erlösmin- derungen eine Abweichung von 0.8 Mio. Franken. Deutlich verbessert hat sich die Looser Gruppe beim operativen Ergebnis. Die Gruppe erzielte einen EBITDA von 61.7 Mio. Franken (plus 3.9 Prozent). Dies entspricht einer Marge von 12.8 Prozent (Vorjahr: 12.7 Prozent). Gemessen am EBIT, der 44.2 Mio. Franken (Vorjahr: 41.7 Mio. Franken) beträgt, steigerte sich die Looser Gruppe bei der Marge von 8.9 Prozent im Vorjahr auf 9.2 Prozent.

## Finanzielle Flexibilität weiter verbessert

Trotz der im Juli 2010 in Form einer Nennwertrückzahlung erfolgten Ausschüttung ist die Nettoverschuldung aufgrund des soliden Free Cashflows gegenüber Vorjahr im zweistelligen Bereich gesunken, um 18.2 Mio. Franken auf 114.9 Mio. Franken (Vorjahr: 133.1 Mio. Franken). Das Eigen-



Rudolf Huber, Präsident des Verwaltungsrates

kapital verminderte sich von 215.7 Mio. Franken auf 190.9 Mio. Franken, was vor allem auf Umrechnungseffekte der schwächeren Währungen Euro und US-Dollar zurückzuführen ist, die sich mit insgesamt 43.3 Mio. Franken negativ ausgewirkt haben. Trotz des höheren Konzerngewinns verminderte sich die Eigenkapitalquote von 40.5 Prozent im Vorjahr auf weiterhin solide 38.1 Prozent. Beim Konzerngewinn steigerte sich die Gruppe um signifikante 12.1 Prozent und erzielte 24 Mio. Franken (Vorjahr 21.4 Mio. Franken).

## Ausschüttung Geschäftsjahr 2010

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung eine verrechnungssteuerfreie Ausschüttung von 1.60 Franken je dividendenberechtigte Namenaktie aus den Reserven aus Kapitaleinlagen vorzunehmen. Damit werden rund 25 Prozent des Konzerngewinns an die Aktionärinnen und Aktionäre der Looser Holding AG ausgeschüttet. Im Vorjahr betrug die Ausschüttung pro Namenaktie 1.30 Franken (Nennwertreduktion).



Tim Talaat, CEO Looser Gruppe und Vorsitzender der Konzernleitung

## Kommentar zu den einzelnen Geschäftsbereichen

Trotz der anhaltend schwierigen Währungs- verhältnisse und gestiegenen Rohstoffpreisen blieben die vier Geschäftsbereiche der Looser Holding 2010 auf Wachstumskurs. In Lokalwährung haben sich alle Bereiche sowohl bei den Umsätzen als auch bei den operativen Ergebnissen weiter gesteigert.

## Beschichtungen weiter gewachsen

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte das Segment Beschichtungen ein Umsatzplus von 5 Prozent (währungsbereinigt plus 7.9 Prozent) und erreichte 206.5 Mio. Franken. Gesamthaf wurde mit den fünf Geschäftsfeldern ein EBITDA von 21.7 Mio. Franken (Vorjahr: 20 Mio. Franken) erwirtschaftet. Positive Wachstumsimpulse kamen vor allem aus den Geschäftsfeldern Antihafslacke (Umsatzplus von über 20 Prozent), Holzlacke (Umsatzplus in der Höhe von 10 Prozent) und Verpackungslacke (Wachstum über 5 Prozent). Das Geschäftsfeld Industrielacke entwickelte sich aufgrund von Projektverzögerungen im Anlagen- und Maschinen-



## Die Politik schweigt ...

In den letzten Wochen war in der nationalen Presse vermehrt Kritik am abtretenden Patron der AFG Arbonia-Forster-Holding AG, Edgar Oehler, zu lesen. Vor einigen Jahren wurde dieselbe Person von teilweise denselben Medien über alles gelobt, und es wurden nur Superlative für ihn und sein Engagement benutzt. Und heute? Wo bleiben z. B. die dankenden Voten von 2003 für die Sicherung von Arbeitsplätzen und die Weiterführung der AFG in unserer Region? Oder 2004, als sich mit der AFG eine «Schweizer Lösung» für die Firmen EgoKiefer und Piatti Küchen, beide aus dem Nachlass der Erb-Gruppe, ergeben hat? Mögen Sie sich noch erinnern, als im Jahr 2006 der Verkauf der Schweizerischen Bodensee-Schiffahrt an deutsche Eigentümer in Aussicht gestellt wurde? Mitunter dank des Einsatzes von Oehler sind die nötigen Mittel für eine echte Schweizer Lösung organisiert worden. Auch das Jahr 2007 sollten wir nicht ausblenden – mit dem Bau des AFG-Headquarters in Arbon hat sich die damalige Führungscrew klar und deutlich für den Wirtschaftsstandort Ostschweiz entschieden. Und unser Ostschweizer Traditionsfußballklub, der FC St. Gallen, hat immer wieder dank der Grosszügigkeit Oehlers oder seiner durch ihn dominierten AFG einen Obolus erhalten. Aus meiner Sicht gab es in den letzten Jahren keinen vergleichbaren Wirtschaftspromotor, der sich dermassen für unsere Region engagierte. Dies sollten wir bei der ganzen aktuellen Kritik nicht vergessen, schliesslich haben wir mit Saurer, Feldmühle, Häberlein oder Viscosuisse genügend Unternehmungen, die teilweise oder ganz aus der Ostschweiz verschwunden sind. Wie sich die Ära Oehler auch immer entwickelt, aus Sicht der Ostschweizer Politik dürfen wir sagen: Danke, Edgar Oehler!

Michael Götte

Fraktionspräsident SVP Kanton St. Gallen  
Gemeindepräsident Tübach

bau rückläufig. Das Bautenschutz-Geschäft, das nicht mehr zu den Kernkompetenzen der Looser Gruppe gehört, wurde am 7. Februar 2011 an die Mäder Farben AG in Bremgarten (Schweiz) verkauft. Der Vollzug des Kaufvertrags ist für den 1. April 2011 geplant.

### Industriedienstleistungen mit starkem Umsatzwachstum

Mit einem Nettoumsatz von 59.8 Mio. Franken steigerte sich die Condicta Gruppe markant um 11.1 Prozent, akquisitions- und währungsbereinigt um 7.5 Prozent. Das deutliche Wachstum war unter anderem dank der stabilen Nachfrage in den Sparten Bau, Industrie und Gewerbe sowie der stärkeren Positionierung im Eventgeschäft möglich. Das operative Ergebnis (EBITDA) beläuft sich auf 14.9 Mio. Franken und liegt damit leicht über Vorjahr. Die EBITDA-Marge reduzierte sich im Geschäftsjahr 2010 auf 25 Prozent. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die anteilmässig höhere Handelstätigkeit mit Kranen und Raumsystemen zurückzuführen. Diese Geschäftstätigkeit wirft gegenüber dem Mietgeschäft generell geringere Bruttomargen ab. Dazu kamen ausserordentliche Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Umzug der Tochtergesellschaft in der Romandie und die Einführung eines neuen ERP-Systems (Enterprise Resource Planning). Die Integration der im Juni 2009 akquirierten MobilToil AG wurde im Juli 2010 abgeschlossen.

### Temperierung wieder im Aufwind

Dank der konstant guten Nachfrage aus allen Abnehmermärkten entwickelte sich die Single Gruppe über das gesamte Jahr stabil nach oben. Der Nettoumsatz wuchs um 21.6 Prozent, währungsbereinigt um 32.5 Prozent, auf 34.9 Mio. Franken (Vorjahr: 28.7 Mio. Franken). Überproportionales Umsatzwachstum erreichte die Gruppe mit den Anwendungen im Halbleitergeschäft, was mitunter auf die breite Abstützung im Stammgeschäft mit Originalgeräteherstellern (OEMs) und mit Direktkunden zurückzuführen ist sowie auf die Zunahme beim Exportgeschäft mit EU-Ländern (Niederlande, Belgien, Polen, Frankreich, Slowenien) und den Märkten China und USA. Single schliesst das Geschäftsjahr mit einem operativen Ergebnis von 3.8 Mio. Franken ab, was gegenüber dem EBITDA-

Resultat im Vorjahr von 1.8 Mio. Franken mehr als eine Verdoppelung ist.

### Türen mit umsatzstärkstem Jahr

Die Prüm-Garant Gruppe konnte ihre Position als Nr. 2 im deutschen Innentürenmarkt weiter stärken. Beim Nettoumsatz erreichte die Gruppe rund 184 Mio. Franken. Währungsbereinigt entspricht dies gegenüber Vorjahr einer Steigerung um 5.1 Prozent. Mit diesem Wachstum wurde 2010 zum bisher umsatzstärksten Jahr in der Geschichte der Prüm-Garant Gruppe. Aufgrund der höheren Produktivität und der verbesserten Lieferquote konnte das Unternehmen seine EBITDA-Marge mit plus 0.2 Prozent leicht steigern, auf 14.2 Prozent (Vorjahr: 14 Prozent). Der EBITDA beläuft sich auf 26.2 Mio. Franken (Vorjahr: 26.7 Mio. Franken). Der deutsche Innentürenmarkt wuchs 2010 um 2 Prozent, nachdem in den Jahren 2007 bis 2009 eine rückläufige Entwicklung zu beobachten war. Die Prüm-Garant Gruppe als Vollsortimenter profitierte sichtlich von der Aufwärtsentwicklung und hat wie bereits im Vorjahr mit der erfolgreichen Zwei-Marken-Strategie weitere Marktanteile dazugewonnen.

### Ausblick

Die Looser Holding will 2011 bei Umsatz und Gewinn weiter wachsen. Verwaltungsrat und Konzernleitung gehen von einer positiven konjunkturellen Entwicklung bei weiter steigenden Rohstoffpreisen und einer weiterhin unsicheren Währungsentwicklung bei Euro und US-Dollar aus. Sofern bei den Rohstoffpreisen und den Währungen keine unerwarteten negativen Entwicklungen auftreten, rechnet das Management mit einer Fortsetzung der Wachstumsdynamik in den vier Geschäftsbereichen. In den Segmenten Beschichtungen und Temperierung soll mit neuen Anwendungen und innovativen Produkten, aber auch durch geographische Erweiterung zusätzliches Wachstum erzielt werden. Im Geschäftsbereich Türen sind die Aussichten auf erneutes Wachstum dank guter Marktprognosen ebenfalls intakt. In Bezug auf die Schweizer Baukonjunktur rechnet die Gruppe im Geschäftsbereich Industriedienstleistungen mit einer stabilen Nachfrage-Entwicklung, während bei den Event Services von einem grösseren Wachstumspotenzial ausgegangen wird. ■

# «Das muss man sich erarbeiten»

In nur 15 Jahren hat sich die göldi+eggenberger ag mit Sitz in Altstätten im Rheintal einen Namen geschaffen. Das Architekturbüro ist schwergewichtig im Industrie-, Gewerbe- und Wohnbau tätig. Im Interview geht Christoph Göldi, Gründer und geschäftsführender Partner, den Ursachen des Erfolgs auf den Grund.

**Text:** Marcel Baumgartner **Bild:** Bodo Rüedi

**A**rchitekten gibt es in der Ostschweiz unzählige. Gerade in den 1980er und 1990er Jahre schossen neue Büros wie Pilze aus dem Boden. Wer eine Hochbauzeichnerlehre absolvierte, durfte sich bereits Architekt nennen und versuchen, sich ein Stück vom Immobilienkuchen abzuschneiden. Doch wer sich nicht mit den Krümmen begnügen wollte, musste anders sein, brillieren und überzeugen. Diesen erfolgreichen Weg beschritt die 1996 in Altstätten entstandene göldi+eggenberger ag. Die beiden Firmengründer Daniel Eggenberger und Christoph Göldi lernten sich während des Architekturstudiums kennen und entdeckten sowohl gemeinsame Werte im Bezug auf eine zeitgemässe und anspruchsvolle Architektur als auch das Potenzial zweier sich ergänzender Köpfe. Die Mischung stimmte. Aus dem Zwei-Mann-Betrieb hat sich inzwischen ein Architekturbüro mit 13 Mitarbeitern und überregionaler Ausstrahlung entwickelt. 2010 wurde mit Jürg Tobler zudem ein langjähriger Mitarbeiter zum dritten gleichwertigen Partner des Unternehmens ernannt.

**Christoph Göldi, Ihr Unternehmen ist mit 15 Jahren noch relativ jung, beschäftigt aber dennoch bereits 13 Mitarbeiter. War eine solche Entwicklung geplant?**

Absolut nicht. Es hat sich im Laufe der Jahre so ergeben. Daniel Eggenberger hat seine Wurzeln eher im Wohnungsbau, während ich vorwiegend im Industriebereich tätig war. Diese beiden Erfahrungen und Sichtweisen konnten wir in unsere gemeinsame Firma einbringen, was sich als äusserst gewinnbringend herausstellte. In den vergangenen Jahren sind wir mit der Anzahl und den Dimensionen unsere Aufträge auch

personell gewachsen. Allerdings setzen wir uns immer eine klare Grenze: Wir möchten niemals eine Grösse aufweisen, bei der wir nicht mehr als direkte Ansprechpartner für unsere Kunden zur Verfügung stehen könnten. Wir möchten auch künftig unseren eigenen Kopf «hinhalten» und uns nicht hinter jemandem verstecken. Der persönliche Kontakt zum Kunden ist uns sehr wichtig.

**Mit Jürg Tobler sind es nun drei gleichberechtigte Partner. Wie funktioniert das Zusammenspiel von drei kreativen Köpfen?**

Jürg Tobler arbeitet bereits seit fünf Jahren in unserem Unternehmen und passt fachlich, aber auch altersmässig und zwischenmenschlich sehr gut in unser Füh-

**«Wir waren uns niemals zu schön für einen Auftrag»**

rungsteam. Jeder von uns hat seine Qualitäten in einem ganz bestimmten Bereich. Jürg Tobler ist schwergewichtig in der Bauführung sowie der Kosten- und Terminabwicklung tätig, Daniel Eggenberger ist unser kreatives und planerisches Gehirn, und ich habe gewissermassen den Lead in der Projektphase, bis ein Objekt zur Auslieferung gelangt.

**Ist diese Aufgaben- und Kompetenzteilung gewissermassen die Grundlage für den Erfolg?**

Sie trägt sicherlich dazu bei. Meiner Ansicht nach sind zwei Faktoren dafür verantwortlich. Erstens: Daniel Eggenberger ist vom Wohnungsbau her ganz klar unser Ästhet. Dieser Bereich ist ein ganz anderer

als die Industrie- und Gewerbebauten. Bei letzteren geht es in erster Linie darum, eine Funktion zu erfüllen, kostengünstig und innerhalb kurzer Zeit zu bauen. Das bildet eine gute Symbiose. Den klassischen Architekten lastet der Ruf an, Kosten und Termine nicht im Griff zu haben. Mit unserem Gefüge und der Kombination verschiedener Kompetenzen steuern wir dem ganz klar entgegen. Aus diesem Grund haben wir uns ebenfalls schon sehr früh zertifizieren lassen. Mit einem Qualitätsmanagementsystem gemäss EN ISO 9001 zu arbeiten verlangt, dass unsere Arbeitsprozesse bestimmt, kontrollierbar und nachvollziehbar erfolgen. Das hat eine gewisse Administration zur Folge, aber auch den Vorteil, dass Arbeiten im gewissen Sinn systematisch ablaufen und man Überlegungen anstellt, bevor man zur Tat schreitet.

**Und der zweite Grund?**

Wir waren uns niemals zu schön für einen Auftrag, haben gleichzeitig jedoch auch nie unsere Ideale «verkauft». Ob nun ein kleiner Anbau oder ein grosses Industriegebäude: Wir widmen uns allen Projekten mit vollem Einsatz. Wichtig ist, dass unsere Kunden unseren Anspruch an die Qualität teilen und eine schnörkellose Architektur suchen. Darauf möchten wir weiterhin aufbauen. Dass wir das in der Vergangenheit nicht so schlecht gemacht haben, zeigt der Umstand, dass rund 50 Prozent unserer Aufträge von Wiederholungskunden stammen.

**Das Schwergewicht liegt also klar bei der Industrie?**

Wir haben von Beginn an alles gemacht. Wir sind kein reiner Industriebauer. Natürlich durften wir einige repräsentative Bau-



Architekt Christoph Göldi:  
«Den klassischen Architekten lastet der Ruf an,  
Kosten und Termine  
nicht im Griff zu haben.»

# Ein starkes Fundament für KMU's



100%  
KMU  
erprobt

## 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 11** zu attraktiven Konditionen bestellen.

Auftrag  
Rechnungswesen  
Lohn

ab CHF 890.-

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



**AURIGA**  
INFORMATIK

Auriga Informatik GmbH | CH-8307 Effretikon  
Tel. +41 52 355 22 66 | www.auriga.ch

ten erstellen, die uns einen gewissen Stempel aufgedruckt haben. Spannend ist jedoch, dass wir auch sehr viele denkmalgeschützte Projekte abwickeln dürfen. Wir haben mit der Zeit immer mehr im Sanierungsbereich Fuss fassen können. Es ist doch meistens so: Ein Auftrag führt zum nächsten. Und uns hilft das zu einer breiteren Abstützung. Ei-

## «Architektur ist immer eine Gemeinschaftsarbeit»

nerseits die eher technischen Bauten, andererseits das sinnliche Bauen, der Umgang mit dem Altbau und dem Denkmalschutz, wo es enorm wichtig ist, den Ausdruck eines Gebäudes zu erkennen und diese Überlegungen schliesslich optimal umzusetzen und ins beste Licht zu rücken. Eine ganze andere Welt. Eine Welt, die langsamer tickt.

### Und die dem Architekten wahrscheinlich lieber ist?

Nicht unbedingt. Das Arbeiten auf allen Plattformen ist spannend. Und überall haben Sie es mit Menschen zu tun, was mir

persönlich sowieso am besten gefällt. Die meistens kurz angesetzten Bautermine von Industrie- und Gewerbebauten haben ihren speziellen Reiz. Organisierte und optimierte Arbeitsabläufe sind sehr spannend und anspruchsvoll. Sie geben unserer Arbeitsdienstleistung zusätzlich die gewünschte Herausforderung.

### Spürten Sie in den Jahren 2008 und 2009 eine Zurückhaltung bei der Industrie hinsichtlich der Investitionen in die Infrastruktur?

2008 war der Crash. Da wurde umgehend der Hahn zugezogen und alles gestoppt. Das spürten wir enorm. 2009 sind wir denn auch tatsächlich in eine etwas unsichere Lage geraten. Durch unser breites Tätigkeitsfeld konnten wir das allerdings rasch auffangen. Gerade Sanierungen waren ja regelrecht im Trend. Für solche war das Geld vorhanden und wurden Investitionen getätigt.

### Wann hat es bei der Industrie wieder angezogen?

Ende 2009 spürten wir diesbezüglich den Aufschwung. Und 2010 lief es dann gewaltig, zumindest bezogen auf unser kleines

### Aus dem Leitbild

Unsere Arbeit trägt dazu bei, den Lebensraum des Menschen zu formen und zu gestalten, um dessen Bedürfnisse und Wünsche zu er-messen und durch bauliche Massnahmen zu befriedigen unter Berücksichtigung und Erhaltung seiner Umwelt.

Unser Aufgabenbereich umfasst den Entwurf, die Leitung der weiteren Planung und die Ausführung eines Bauvorhabens als Ganzes. Wir verstehen uns als geeignete Ansprechpartner, um die Aufgabe eines Bauvorhabens in ihrem Gesamtzusammenhang erfassen und lösen zu können. Als Vertrauenspersonen vom Auftraggeber handeln wir verantwortungsbewusst gegenüber Umwelt und Öffentlichkeit.

Unsere Dienstleistung erstreckt sich über

öffentliche und private Baubereiche und beinhaltet die Projektierung, Planung und Bauleitung von Neu- und Umbauten und Sanierungen. Weitere Dienstleistungen sind Bauberatungen und Baunebenleistungen für Expertisen, Zustandsaufnahmen, Massaufnahmen von Bauten und Gelände sowie allgemeine Bauberatungen. Unser Leitbild verlangt, fachlich kompetent und verantwortungsbewusst einen Beitrag zum Nutzen der Gesellschaft und Umwelt zu leisten. Unsere Leitsätze: Zufriedene Kunden sind unsere beste Werbung. Nur motivierte Mitarbeiter/-innen dienen dem Kunden. Wir tragen gesellschaftliche Verantwortung.

www.geag.ch

Büro, Industrie und Gewerbe waren wieder bereit zu investieren. Und meistens sollten diese Projekte dann auch von heute auf morgen realisiert werden.

**Eigentlich haben Sie es vollkommen richtig gemacht. Als Architekturbüro im Rheintal sollte man sich der Industrie anhängen.**

Sie sagen das so einfach (lacht). Das muss man sich erarbeiten. Gerade bei der Industrie und im Gewerbe geht es um viel Geld. Es ist nicht alleine der Bau, der kostet. Es entstehen auch Kosten, wenn die Abläufe nicht stimmen oder Termine nicht eingehalten werden können. Aber wie erwähnt, wir möchten uns nicht nur über die gross-

en Objekte definieren. Vor geraumer Zeit meinte ein privater Kunde beim Erstgespräch zu mir, dass wir wohl das falsche Büro für einen Garagenbau wären. Da wurde mir schlagartig bewusst, dass man in der Öffentlichkeit die gesamte Bandbreite des Schaffens und nicht nur die Rosinen präsentieren muss. Wir machen nicht alles, aber all das, bei dem wir das Gefühl haben, dahinter stehen zu können.

**Sie sagen es: Als Architekt möchte man natürlich hinter seinen Bauten stehen können. Aber ist das überhaupt immer möglich? Letztlich ist doch der Kunde König.**

Ganz grundsätzlich ist Architektur immer

eine Gemeinschaftsarbeit. Teamwork ist entscheidend. In der Regel kennen unsere Kunden auch unsere Philosophie. Sie wissen, dass Qualität für uns an erster Stelle kommt. Und bildlich gesprochen zeugt man ja gemeinsam ein Kind, nämlich ein Gebäude. Bis ein solches in der vollen Grösse dasteht, muss es wachsen, gehegt und gepflegt werden. Und am Schluss ist das Ergebnis nur so gut wie die Zusammenarbeit aller Parteien. Läuft diese optimal, erhält der Kunde auch, was er sich vorgestellt hat. Gespräche sind die Basis zum Erkennen aller Kundenbedürfnisse. Das ist mitunter Knochenarbeit, bildet aber das beste Fundament für eine gehaltvolle Umsetzung unserer Dienstleistung. ■

Anzeige



**hirslanden**  
Klinik Am Rosenberg

## Beweglichkeit bedeutet Lebensqualität. Wir geben sie Ihnen zurück.

In der Hirslanden Klinik Am Rosenberg setzen wir auf kompromisslose Qualität und Sicherheit. Als eine von 14 Kliniken der Privatklinikgruppe Hirslanden bieten wir unseren Patientinnen und Patienten erstklassige medizinische Leistungen und modernste Infrastruktur. Seit über 25 Jahren arbeiten wir zudem mit hochqualifizierten Fachspezialisten der Orthopädie am Rosenberg, mit Praxen in St. Gallen, Wil, Widnau und Abtwil, zusammen. So profitieren Sie jederzeit von einer kompetenten und persönlichen Betreuung auf höchstem medizinischen Niveau.

**Weil Qualität zählt.** Hirslanden Klinik Am Rosenberg, Heiden.

Hirslanden Klinik Am Rosenberg, Hasenbühlstrasse 11, CH-9410 Heiden, T +41 71 898 52 52, [www.hirslanden.ch](http://www.hirslanden.ch)

# Der digitale Personalverantwortliche Veränderungen für den Menschen und die Arbeitswelt

7. Ostschweizer Personaltag

Donnerstag, 16. Juni 2011, von 12.00 bis 17.00 Uhr  
Fürstenlandsaal, Gossau SG



Karin Friedli



Michael Meli



Ralph Hutter



Robert Heinzer



Meret Boxler

Patronat



Haupt-Sponsor



Medien-Sponsor

LEADER

Details und Online-Anmeldung  
[www.personaltag.ch](http://www.personaltag.ch)

Laufende Informationen  
[twitter.com/personaltag](https://twitter.com/personaltag)

ostschweizer  
**personaltag**



# ABACUS-Finanzsoftware im weltweiten Einsatz

Das Eidgenössische Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) unterhält rund 150 Auslandsvertretungen rund um den Globus. Seit letztem Jahr nutzen 790 Anwender die Online-Version der ABACUS-Finanzsoftware der Ostschweizer Entwicklungsfirma übers Web.

**W**eltweit erledigen seit 2003 alle Schweizer Botschaften, Konsulate und Honorarkonsulate ihre Buchhaltungen mit der ABACUS-Software. Da das Neue Rechnungsmodell (NRM) beim Bund ab dem 1. Januar 2007 monatliche Abschlüsse der Verwaltung vorschreibt und das diplomatische Personal bis dahin der Zentrale quartalsweise seine Buchungen schickte, war eine Neuausrichtung des Software-Einsatzes und ein damit verbundener Umbau angesagt. Im Fokus der Abklärungen stand die Idee, die Datenhaltung vom Ausland in die Zentrale zu verlegen. Die Applikationen sollten neu auf Servern in Bern installiert und alle Daten zentral gehalten werden. Um das alles effizient zu erledigen, war eine Online-Lösung gefragt: Die Auslandniederlassungen sollten via Web auf die ABACUS-Software zugreifen. Dieser lange Zeit futuristisch scheinende Lösungsansatz wurde realisierbar, als in Form der ABACUS-Version 2007 erstmals eine Finanzbuchhaltung als Web-taugliche Software entwickelt wurde. Umgesetzt wurde das visionäre Nutzungskonzept durch den langjährigen ABACUS-Implementierungspartner Asept Business Software AG.

Die Vorteile fürs EDA lagen auf der Hand: Jede Auslandsbuchung steht sofort in der Zentrale zur Verfügung. Zudem führt die Elimination von 150 Auslandsinstallationen zu einer erheblichen Reduktion des Aufwands im Systemunterhalt und zur Möglichkeit der Entlastung des Auslands von administrativen Aufgaben durch Spezialisten in der Zentrale.

Die Lösung berücksichtigt, dass die für die Buchführung verantwortlichen Personen im Ausland keine Rechnungswessenspezialisten sind. Der Online-Zugriff auf das



## ABACUS ERP-Software

Die Schweizer Standard-ERP-Software besteht aus vollständig integrierten Modulen für die Auftragsabwicklung, Produktionsplanung, Leistungs-/Projektanrechnung, das Service-/Vertragsmanagement und Finanzanwendungen mit integrierter Kostenrechnung sowie Modulen für die Lohnbuchhaltung/HR. Zudem bietet sie Zusatzfunktionen wie elektronische Archivierung, Informationsmanagement, E-Banking und E-Business. Die ABACUS-Software findet unter anderem in folgenden Branchen Anwendung: Industrie- und Fertigungsunternehmen, Anlagen-, Apparate-, Spezialmaschinebau; Medizintechnik; kunststoffverarbeitende Industrie; Lebensmittelverarbeiter; Handelsunternehmen; Serviceunternehmen; Dienstleister, öffentlichen Verwaltungen.

Zentralsystem erfolgt über zwei Arten: Einerseits gestattet die Lösung mit der Ultra-Light-Client-(ULC)-Technologie von ABACUS den Zugang via Intranet für die über 790 Anwender im Ausland und die Auswertungsbewerber in der Zentrale. Andererseits arbeitet die Zentrale in Bern nach wie vor konventionell über eine Cli-

ent-Server-Verbindung mit der Software. Da die Server aus Sicherheitsgründen über zwei Rechenzentren redundant verteilt sind, sind eine hohe Ausfallsicherheit und Verfügbarkeit garantiert. Ferner herrscht ein «7 x 24h»-Betrieb.

Nach dem erfolgreichen Pilotbetrieb im April und Mai 2009 mit fünf Auslandsvertretungen wurde der definitive Roll-In freigegeben. Dieser beinhaltete die Migration von 140 Auslandsmandanten. Die Anwender konnten bereits zwei Tage nach dem dezentralen Arbeitsstopp auf der neuen Version und den zentralisierten Daten weiterarbeiten. Zur Instruktion reichte ein einfaches Manual mit den wichtigsten Änderungen.

Das Projekt konnte nach dreijähriger Laufzeit unter Einhaltung der Meilensteine, der budgetierten Kosten und der definierten Funktionalitäten erfolgreich abgeschlossen werden. Dank der visionären Entwicklungsarbeit von ABACUS Research in Hinblick auf eine internettaugliche ERP-Standardsoftware liess sich eine Lösung realisieren, die heute ihresgleichen suchen dürfte. «Alle Ziele des Projekts wurden erreicht», stellt Projektleiter Jörg Portmann fest.

[www.abacus.ch](http://www.abacus.ch)

# «Wo das kurzfristige Denken hinführt, haben wir ja gesehen»

Die Volksbank AG mit Sitz in St.Margrethen und einer Niederlassung in Basel bietet dem Privatkunden alle Möglichkeiten eines soliden Private Bankings mit hohem Anspruch. Im Gespräch mit Erwin Rudolf, Vorsitzender der Geschäftsleitung.

**Interview:** Marcel Baumgartner **Bild:** Bodo Rüedi

**Erwin Rudolf, die Volksbank wurde im Rahmen des Elite Reports «Elite der Vermögensverwalter im deutschsprachigen Raum» erneut ausgezeichnet. Welches waren die wesentlichen Faktoren, die zu dieser Ehrung führten?**

Ein ganz entscheidender Punkt ist, dass die Volksbank ihrer werterhaltenden Core-Satellite-Beratungsphilosophie konsequent treu geblieben ist. Diese Philosophie stellt den Werterhalt ins Zentrum von massgeschneiderten und unabhängigen Lösungen. Das heisst, im Fokus steht nicht primär die Rendite, sondern der Werterhalt. Das bringt eine beständige und solide Vermögensentwicklung bei hoher Kapitalsicherheit. Auch in schwierigeren Jahren.

**Sie haben von der Core-Satellite-Beratungsphilosophie gesprochen. Können Sie diese näher erklären?**

In einer ersten Phase wird immer ein sogenannter Kern (Core) definiert. Dieser Kern hat bei uns die Bezeichnung und das Ziel des Werterhalts. Um diesen Kern werden dann verschiedene solide Anlagebausteine gebaut, die sowohl mittel- bis langfristige Trends als auch kurzfristige Gelegenheiten nutzen. Diese bilden dann die so genannten «Satelliten». Mit dieser Philosophie unterstützen wir die nachhaltigen Vermögensentwicklungen unserer Kunden.

**Sind heute auf einer Bank andere Werte gefragt als noch vor fünf Jahren?**

Ich denke schon, dass ein gewisses Umdenken stattfinden wird. Aber meines Erachtens vielmehr durch den Druck der Kunden und des Umfeldes als durch die Banken selber. Diese Kunden werden sich neu ori-

entieren. Für mich ist entscheidend, welche Werte eine Bank auf höchster Ebene verfolgt. Steht die Rendite an oberster Stelle, werden viele auch in Zukunft die Kunden wieder aus den Augen verlieren. Dann geht es unwillkürlich wieder nur um das eigene Portemonnaie. Und nicht um nachhaltig beständige Lösungen. Ich bin aber sicher, dass sich längerfristig eine solide Kundenorientierung immer durchsetzen wird.

**Welche Werte sind für Ihre Philosophie entscheidend?**

Die Volksbank steht für Beständigkeit, Solidität, Unabhängigkeit und Qualität. Diesen vier Hauptwerten fühlen wir uns verpflichtet.

**«Im Fokus steht nicht primär die Rendite, sondern der Werterhalt»**

ent; alle Leistungsprozesse richten sich danach. Sei es im Private Banking, im Bereich Family Office oder auch bei auserwählten Leistungen im Universal Banking.

**Grundsätzlich kann man aber sagen, dass die Regionalbanken sich mithilfe der Krise besser positionieren konnten, oder?**

Regionalbanken haben in der Regel schon immer eher auf Beständigkeit gesetzt. Nachhaltiges, regionales Wirtschaften steht im Vordergrund. In einem von Unsicherheiten geprägten Umfeld sind vielen Kunden diese Werte wieder bewusster und wichtiger geworden. Beständigkeit wird geschätzt. Daher haben Regionalbanken –

wie wir auch – während der Krise mit ihrer Ausrichtung sicherlich weiter an Attraktivität gewonnen.

**Gibt es den typischen Volksbank-Kunden?**

Ja. Der typische Volksbank-Kunde möchte sich mit den geliebten Bankwerten vollumfänglich identifizieren können und fordert gleichzeitig, jederzeit exzellent beraten und betreut zu werden. Er setzt auf nachhaltige Qualität, gleichzeitig auch auf eine hohe Sympathie beziehungsweise Identifikation. Er setzt auf transparente, solide und langfristig ausgerichtete Partnerschaften.

**Hat sich die Risikobereitschaft von Bankkunden verändert?**

Bei unseren Kunden können wir das so nicht feststellen. Unser vom Elite Report ausgezeichnete Beratungs- und Betreuungsprozess klärt bereits im Vorfeld intensiv die Risikobereitschaft ab, vor allem auch die Risikofähigkeit aufgrund der individuellen Situation. Stimmen die Ziele nicht überein, machen wir den Kunden darauf aufmerksam und empfehlen ihm, eher «konservativ» zu handeln. Bei neuen Kundenanfragen stellen wir fest, dass diese künftig wieder vorsichtiger sein wollen. Vermehrt haben wir auch Anfragen zu unseren evaluierten Anlagelösungen mit 95%- bis 100%-igem Kapitalschutz. Da hat sicherlich ein gewisses Umdenken stattgefunden.

**Und wie sieht es heute mit der volkswirtschaftlichen Verantwortung der Banken aus?**

Banken üben in vielerlei Hinsicht eine grosse volkswirtschaftliche Verantwortung



*Erwin Rudolf (links) mit Hans-Ulrich Nigg,  
Geschäftsleitung der Volksbank AG:*

*«Die Banken müssen sich dieser  
Verantwortung bewusst sein»*



**Der neue Audi A6 in Aluminium-Hybrid-Bauweise** ist um 80 Kilogramm leichter als das Vorgängermodell. Die Leichtbautechnologie aus Aluminium und Stahl minimiert in Kombination mit innovativer Technik den Verbrauch, sorgt für höhere Agilität und maximale Effizienz. Vorausschauende Systeme, wie der Spurhalteassistent active lane assist oder das neue Head-up Display, versichern zusätzlich das Fahrvergnügen.

Erleben Sie die neue Leichtigkeit des Audi A6 – jetzt bei uns!

**Überlegen leicht gebaut**



**City-Garage AG**

Zürcher Strasse 162, 9001 St. Gallen

Tel. 071 274 80 74, Fax 071 274 80 56, [www.city-garage.ch](http://www.city-garage.ch)

Vorsprung durch Technik



aus. Sei es für ihre Kunden, ihre Mitarbeiter, ihre Eigentümer, aber auch für ihre Lieferanten. Die Banken müssen sich dieser Verantwortung bewusst sein. Sie sollten auf Beständigkeit und Solidität setzen und nicht kurzfristige Gewinnziele verfolgen. Wo das kurzfristige Denken hinführt, haben wir ja gesehen.

#### Könnte sich eine Krise, wie wir sie eben erlebt haben, wiederholen?

Krisen wie die vorangegangene treten immer wieder auf – das hat die Vergangenheit gezeigt. Aus diesem Grund ist es wichtig, massgeschneiderte Lösungen für die Kunden anzubieten. Es gibt Kunden, die Wertschwankungen tragen können. Für andere Kunden besitzt der Erhalt ihres Vermögens höchste Priorität. Es gilt, mit einer exzellenten Beratung auf die jeweiligen Bedürfnisse einzugehen, um die Kunden optimal zu beraten.

#### Mussten in dieser Zeit gerade auch mit Unternehmern besonders intensive Gespräche geführt werden?

Für uns sind nachhaltige Partnerschaften wichtig. Wir bieten unseren Kunden solide Lösungen, die unabhängig von der aktuellen Lage bestehen. Das Core-Satellite-Konzept ist auf die Situation des jeweiligen

### «Krisen wie die vorangegangene treten immer wieder auf»

Kunden abgestimmt, im Zentrum steht die langfristige Ausrichtung. Daher haben kurzfristige Marktschwankungen und Trends nur bedingt Einfluss. Aber natürlich besteht während Krisen ein erhöhter Informationsbedarf, den wir mit kompetenter Auskunft befriedigen möchten. Da-

für stehen uns auch Experten von unseren Research-Partnern unterstützend zur Seite. Diese befinden sich tagtäglich am Puls des Marktes.

#### Sie haben bewusst keine eigenen Produkte im Private Banking, die Sie Ihren Kunden anbieten. Wieso?

Sie sprechen einen ganz entscheidenden Punkt an. In einem wirklich seriösen Beratungs- und Betreuungsprozess braucht es unserer Meinung nach die volle Unabhängigkeit. Deshalb verzichten wir bewusst auf eigene Produkte. Diese offene Produktarchitektur nennen wir «Best of Breed». Es bedeutet, dass der Kunde wirklich nur das Beste vom Markt erhalten soll. Die ausgewählten Produkte sollen einerseits den Kundenbedürfnissen entsprechen und andererseits zu unserer Philosophie – «Im Zentrum steht immer der Werterhalt» – passen.

Anzeige

|  |  |
|--|--|
|  | <p><b>PROVIDA</b></p> <p>■ ■ ■ ■</p>   |
|  |  |
|  | <p><b>Wir richten den Fokus auf Ihren Erfolg.</b></p> <p>Wir fokussieren unsere Stärken rund um Ihre Unternehmung. So identifizieren wir Optimierungspotenzial, setzen klare Ziele und entwickeln differenzierte Lösungen. Mit Ihnen. Mit unseren internationalen Beziehungen. Mit 50 Jahren Erfahrung. Gewinnen Sie mit uns Zeit, Geld, Kompetenz und Know-how. Wir sind global vernetzt und regional verankert. Offen und flexibel – für Sie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Unternehmensberatung</li> <li>■ Steuerberatung</li> <li>■ Wirtschaftsprüfung</li> <li>■ Management Services</li> </ul> <p><b>Provida</b><br/> Romanshorn · St.Gallen · Zürich · Frauenfeld · Kreuzlingen · Rorschach · Zug<br/> Telefon 0848 800 844 · info@provida.ch · www.provida.ch</p> |



## Einstein St.Gallen mit gutem Geschäftsjahr 2010

Mit der Eröffnung des Einstein Congress im September 2009 schlug das Einstein St.Gallen ein neues Kapitel in seiner Hotelgeschichte auf. Bereits im ersten Betriebsjahr hat sich die Investition positiv auf den Geschäftsgang ausgewirkt.

**M**it der Kombination aus traditionsreichem Hotel, neuem Kongresszentrum und neuem Spa ist das Einstein St.Gallen seit September 2009 schweizweit zu einem attraktiven Anziehungspunkt für Business- und Privatgäste geworden. Dies hat sich bereits im ersten Geschäftsjahr nach der Eröffnung des Einstein Congress positiv bemerkbar gemacht: Es konnten Umsatzsteigerungen im zweistelligen Bereich erwirtschaftet werden. Mit der Auslastung des Einstein Congress im ersten Jahr ist der neue General Manager Christoph Schlosser zufrieden: «Steigerungen sind jedoch noch möglich, daran arbeitet die neue Marketing- und Salesabteilung auf Hochtouren.» Für Marketing- & Salesbelange hat er sich deshalb Reto Konrad ins Team geholt, der zuvor

für Interlaken Congress & Events verantwortlich war.

### Abgeschlossene und geplante Umbautätigkeiten

Auch das laufende Geschäftsjahr verlief nicht ohne Bautätigkeiten: Im Januar 2011 wurden die letzten Zimmer renoviert. Damit sind heute sämtliche 115 Zimmer teil- oder gesamt saniert und bieten angenehmen Wohnkomfort für anspruchsvolle Gäste. Weitere Umbauten sind geplant und werden bald in Angriff genommen. Es ist der Geschäftsleitung wichtig, weiterhin mit einem wettbewerbsfähigen Hotel- und Gastronomieangebot auf dem Markt präsent zu sein. So wird die geplante Teilsanierung des Panorama-Restaurants dafür genutzt, das kulinarische Konzept neu zu definieren. Als neuen Küchenchef für das

Panorama Restaurant konnte Chris Trewer gewonnen werden, der vom Guide Gault Millau 2001 als Entdeckung des Jahres gefeiert wurde und die letzten Jahre im Restaurant Grödeli in Kreuzlingen tätig war. Chris Trewer wird ab August für das neu gestaltete Panorama-Restaurant verantwortlich sein.

### Mit neuer Direktion ins Geschäftsjahr 2011 gestartet

Seit Januar 2011 ist Christoph Schlosser als General Manager verantwortlich für die Geschicke des Einstein St.Gallen. Zuvor leitete er als Vorsitzender der Geschäftsleitung während zehn Jahren das Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa. Er fühlte sich wohl in St. Gallen und wolle seine Pläne für das Einstein möglichst rasch umsetzen. ■

- › **Brunner wird GL-Mitglied der TKB:** Der Bankrat der Thurgauer Kantonalbank hat Rolf Brunner in die fünfköpfige Geschäftsleitung gewählt. Das langjährige Direktionsmitglied übernahm Anfang April den neu geschaffenen Bereich «Produkte & Services».
- › **Ricardo hat Konkurrenz aus St.Gallen:** Das Jungunternehmen Suxedoo AG mit Sitz in St.Gallen rangiert mit ihrer Online Plattform [www.suxedoo.com](http://www.suxedoo.com) unter den TOP 50 der meistbesuchten Webseiten der Schweiz.
- › **Gefragte Partnerschaften mit ALL CONSULTING:** Das St.Galler IT-Unternehmen ALL CONSULTING wurde von Microsoft und Hewlett-Packard erneut als Partner zertifiziert.
- › **Wiler Maler im Jahrbuch der Werbung:** Eine Inseratekampagne der T. Ruggiero & Söhne GmbH wurde ins Deutsche Jahrbuch der Werbung aufgenommen. Eine 26-köpfige Fachjury kürte die Kampagne als eine der besten aus gut 650 Einreichungen.
- › **PET-Recycling Tragtaschen: Zeitgeist getroffen:** Bereits seit zwei Jahren entwickelt und vertreibt das st.gallische Verpackungsunternehmen Petroplast Vinora AG trendige Tragtaschen aus recycelten PET Flaschen. Damals ein Nischenprodukt und Alternative zu Woven-Taschen, sind sie heute Verkaufsfrenner.
- › **Agentur am Flughafen im Finale:** 85 Kampagnen haben es auf die Shortlist des Deutschen Dialogmarketing Preises 2011 geschafft. Zu den Finalisten gehört auch die Agentur am Flughafen aus Altenrhein, mit dem selbstauflösenden Textmailing für den Schweizerischen Textilverband.

## Die offene Schweiz

Zurückgezogen, eingeeigelt, verschlossen? Wer den Internationalisten zuhört, könnte meinen, wir Schweizer seien die schlimmsten Hinterwäldler überhaupt. Doch solcherlei Behauptungen haben weder Hand noch Fuss. *von Roland Rino Büchel*

**W**o sonst ist die Wirtschaft international so verflochten? Wo sonst ist fast jeder vierte Bewohner ein Ausländer? Wo sonst werden Einwanderer in derart grosser Zahl eingebürgert? Wo sonst haben talentierte und fleissige Immigranten fast unbegrenzte Möglichkeiten, in der Gesellschaft innert kürzester Zeit aufzusteigen? Wo sonst können Zuwanderer, kaum einmal im Land, von einem derart dichten sozialen Netz profitieren?

Und doch hält sich hartnäckig die seltsame Idee, dass die Eidgenossenschaft eine verschlossene Gemeinschaft sei. Der Grund ist eine einseitig europäische Perspektive: Unser Land hat sich nicht formell in die künstliche Konstruktion EU integriert.

### Erfolgsformel Eigenständigkeit

Ist das ein Unglück? Nein. Eigenständigkeit ist die Erfolgsformel für selbstbewusste mittelgrosse Staaten wie Norwegen, Australien, Südkorea, Taiwan. Machen wir uns nichts vor: Auch die Erfolgreichen haben ihre Probleme. Zum Beispiel mit der Überalterung der Gesellschaft. Trotzdem gelingt es diesen Ländern, ihre Budgets im Lot zu halten.

Gerade bei den Finanzen macht der Moloch EU die unsinnigsten Fehler. Grenzlose Umverteilung lautet offenbar seine Devise. Mit unfassbaren Staatsdefiziten als Folge. Selbstverantwortung ist nicht das europäische Modell. Die Gleichmacherei kennt keine Grenzen: Wer für sich selber schaut, macht sich faktisch zum Idioten.

Der Euro hat eine unmögliche Ausgangslage. Denn er ist eine Währung ohne Staat; die Mitglieder sind Staaten ohne Währung. Die Krise mit den gigantischen Umschuldungsübungen ist eine Folge dieser Heimatlosigkeit. Wer früher vor den heutigen Problemen warnte, galt als Pessimist, gar als



Ewiggestriger. Noch heute schielen etliche Träumer wehmütig Richtung Brüssel. Hufenweise Apparatchiks tun es mit Gier und aus Eigeninteresse.

### Föderalismus als Trumpf

Was haben wir im Gegensatz zum Gros der EU-Staaten zu bieten? Erstens eine solide eigene Währung. Zweitens den Föderalismus mit einem funktionierenden Steuerwettbewerb. Drittens gut gebildete, motivierte Einwohner, die keine überflüssigen Titel spazieren führen. Sondern in der Schule ausgebildet und zu Hause erzogen wurden, um der Gesellschaft von Nutzen zu sein. Viertens – und last but not least – Volksabstimmungen, die abgehobene Politiker auf den Boden zurückholen.

Ich bin erstaunt, wie locker Funktionäre und Politiker diese Vorteile aufs Spiel setzen. Nur um persönlich gut dazustehen und in europhilen Kreisen nicht als «Hillbilly», «Provinciano» oder «Hinterwäldler» zu gelten. ■

Der 45-jährige Rheintaler Roland Rino Büchel ist SVP-Nationalrat und Mitglied der Aussenpolitischen Kommission.

# «Wir müssen zur Kulturfrage zurück»

Kaffee wird in der Regel getrunken, ohne sich Gedanken über dessen Herkunft und Herstellung zu machen. Wieso wir mit diesem Getränk einen anderen Umgang pflegen als beispielsweise mit Wein, erklärt Roger Bähler, Geschäftsführer der Turm Handels AG, St.Gallen, im Interview.

**Interview:** Marcel Baumgartner **Bild:** Bodo Rüedi

**Roger Bähler, schlechter Wein ist genauso schrecklich wie schlechter Kaffee.**

**Wieso wird beim Kaffee dennoch oftmals ein Auge zugeedrückt?**

Die grundsätzlichen Kompromisse werden schon bei der unterschiedlichen Zubereitungsmethodik getroffen, sodass das Endresultat massiv divergieren kann. Somit hat der Konsument schon eine abweichende Wahrnehmung, als er sie von zu Hause aus gewohnt ist. Kaffee und Maschine benötigen eine harmonisch-leidenschaftliche Bindung.

**Erkennen wir Normalbürger nicht, welche immense Arbeit hinter einem guten Kaffee steckt?**

Kaffee ist das zweitgrösste Welthandelsgut überhaupt, direkt nach Rohöl folgt im Rohstoffranking der Kaffee. Verstehen wir wirklich etwas davon? Wenn wir die Wertschöpfungskette des Kaffees vom Anbau bis hier nach Europa zur Veredelung verstanden, so würden wir bei der Zubereitung des Kaffees nicht so viele Fehler machen. Es darf einfach nicht sein, dass bei den letzten 20 bis 25 Sekunden der Zubereitung alles falsch gemacht werden kann. Kaffee wird nach den unterschiedlichsten Prinzipien eingekauft und zubereitet. Der bequemere Gelegenheitstrinker kauft sich ein Kaffeesystem mit standardisierter Qualität, ohne dabei etwas falsch machen zu wollen. Der Ablauf und die Extraktion erfolgen meist ohne Probleme, und auch die Tassenqualität schmeckt immer gleich. Doch der leidenschaftliche Kaffeekenner setzt sich mit dem Produkt sowie dessen Zubereitung auseinander.

**Was zeichnet für Sie persönlich einen guten Kaffee aus?**

Ich bin ein Fan von Tradition und Leidenschaft. Somit sehe ich gerne, wie der Kaffee mit viel Liebe und Hingabe zubereitet wird. Dieser Offenbarung kann ich einfach nicht widerstehen. Warum lieben die meisten Menschen den Kaffee in Italien? Dort wird mit viel Leidenschaft und Stolz ein Produkt gefertigt, das ansteckend wirkt. Wir müssen zurück zur Kulturfrage und diesem edlen Erbgut endlich mehr Beachtung schenken.

**Dass Ihr Unternehmen gute Produkte herstellt, wurde durch mehrere Auszeichnungen bestätigt. Worauf muss man bei solchen Wettbewerben besonders achten?**

Um im internationalen Markt bestehen zu können, muss eine Unternehmung Überdurchschnittliches bieten. Wir verfügen über eine der bestausgebildeten Crews in der Kaffeebranche. Nur wer die «Goldene Bohne» im Herzen trägt, wird in dieser Branche Erfolg haben. Das zeigen diverse Auszeichnungen und Zertifikate. Diese Auszeichnungen sind lediglich eine Bestätigung für das, was wir täglich tun. Einen Wettbewerb zu gewinnen, ist für uns ein Siegel für hartes Training. Wir wollen nichts dem Zufall überlassen.

**Kann man Kaffee tatsächlich noch in einer gewissen Weise neu erfinden?**

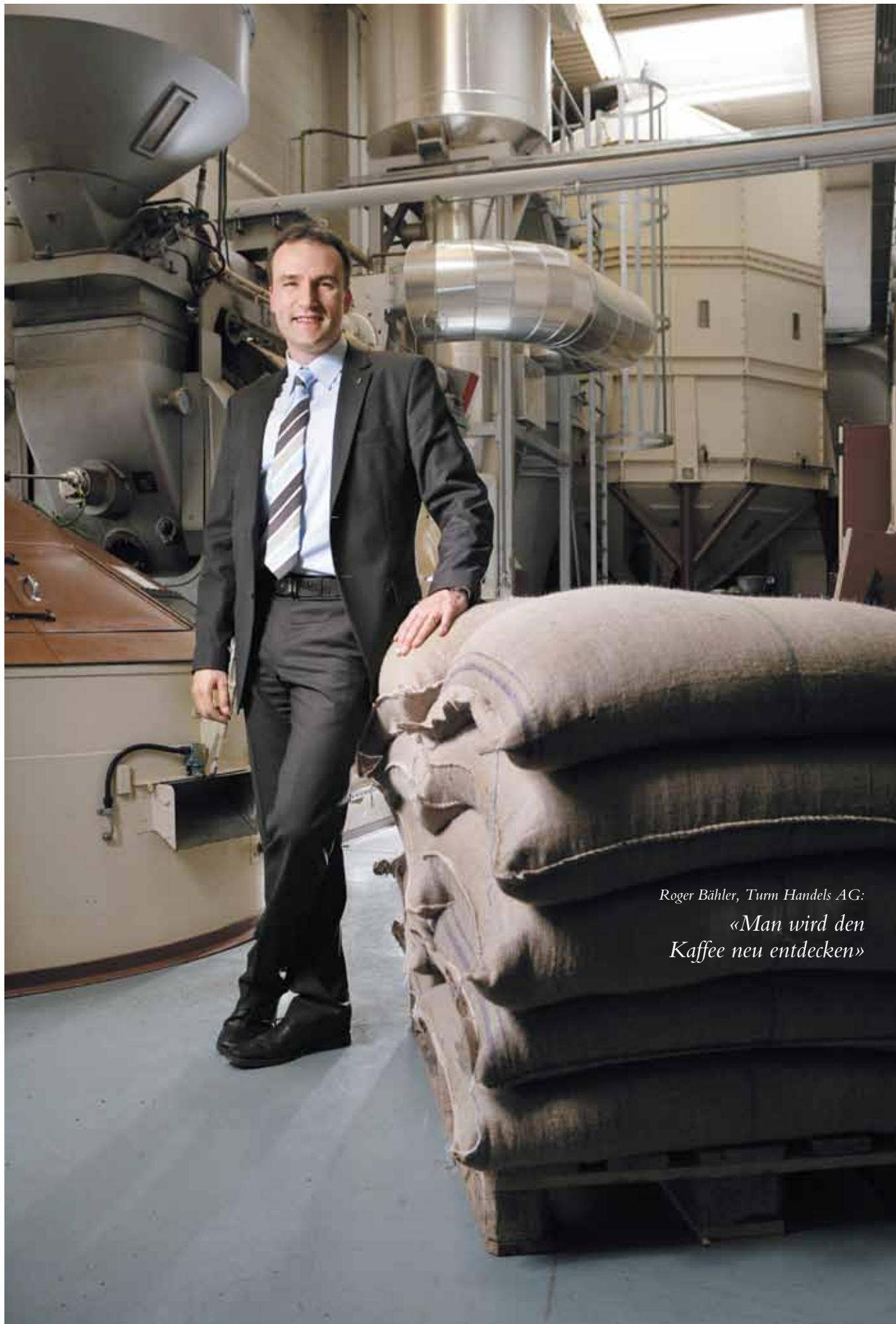
Erfinden würde ich nicht sagen. Eher, dass man den Kaffee neu entdecken wird. Ob in Speisen oder Trendgetränken – Kaffee ist überall sehr beliebt, auch bei jungen Menschen.

**Was zeichnet Ihr Unternehmen im Besonderen aus?**

Unsere Worte setzen wir in echte Taten um. Wir sind fassbar und haben für alle Anfragen offene Türen. Wir arbeiten äusserst konzeptionell und qualitätsbewusst. Für perfekte Qualität machen wir einfach keine Kompromisse. In unserem Schulungszentrum werden Kunden und Kaffee freaks durch zertifizierte Fachexperten trainiert. Wir verfügen über ein top ausgebildetes Team, und unsere Produkte werden täglich frisch hergestellt. Zudem verwenden wir nur die besten Rohkaffeesorten dieser Erde, die im traditionellen Trommelmöster während circa 22 Minuten veredelt werden. Unser Angebot besteht aus den weltbesten Raritäten dieser Erde.

**Welche Entwicklungen streben Sie in der nahen Zukunft an?**

Turm Kaffee wird die Schweiz an der kommenden Weltmeisterschaft im Juni 2011 in Bogotá, Kolumbien, vertreten. Dabei möchten wir als erste Schweizer Unternehmung das Finale der zwölf weltbesten «Baristi» erreichen. Dabei gilt es, den besten Espresso, den besten Cappuccino und den besten Signature Drink anzupeilen. Diese Titel haben wir bereits in diesem Jahr als Schweizer Baristameister 2011 mit einer noch nie in der Schweiz erreichten Maximalnote erreicht. Weiteres Ziel ist, eine intensivere Zusammenarbeit mit der Gastronomie anzustreben. Wir wollen zusammen mit trendbewussten Gastronomen ein überdurchschnittliches, qualitätsbewusstes Kaffeeangebot anbieten. Kaffee gilt als Getränk No.1, diesbezüglich wartet noch viel Arbeit auf uns.



*Roger Bähler, Turm Handels AG:*

*«Man wird den  
Kaffee neu entdecken»*



## Mediale Abstumpfung

Als die Erde in Japan bebte, verfolgten wir die Nachrichten im Minutentakt. Im Zentrum stand der Super-Gau, obwohl durch das Beben und den Tsunami Tausende von Menschen ihr Leben liessen. Mitleid für die Toten, die Verschollenen und die Vermissten gab es wenig. Die Sensation war Fukushima. Bis auch dieses Thema vor lauter Expertenmeinungen abgegriffen war. Dann kam Libyen. Dann nach Wochen wieder die Elfenbeinküste, wo seit Monaten zwei Präsidenten gegeneinander kämpften. Ein Hin und Her von Schauplätzen und Ereignissen. Verbunden mit täglich neuen Einschätzungen von enorm kurzer Halbwertszeit. Wie immer bei solchen megamedialen Events sinkt das Interesse der Zuschauer nach einer Weile. Sie werden abgestumpft und wenden sich neuen Themen zu. Löste der Angriff auf die USA im Jahre 2001 verstärkte Sicherheitsmassnahmen gegen Terroristen aus, so wird der Atomunfall sicher das Risikobewusstsein schärfen. Sonst bleibt wohl wenig. Verhaltensweisen, die Teil unserer interdependenten, fragilen und global informierten und vernetzten Welt sind. Wir wissen alles, wir sehen alles, wir hören alles, aber wir können nicht alles einordnen und schon gar nicht alles verstehen. Die Konzentration auf das Wesentliche geht verloren. Das müssen wir wohl noch lernen.

*Dr. Sven Bradke  
Wirtschafts- und Kommunikationsberater  
Geschäftsführer der Mediapolis AG in  
St. Gallen*

**Sie sind seit über zehn Jahren auch in Deutschland vertreten. Was ist es, was die Deutschen an Ihrem Produkt besonders schätzen? Wir Schweizer sind ja nicht gerade für unseren Kaffee bekannt.**

Die Deutschen wissen, was gut ist, und wir machen es ... Ein ganz einfaches Prinzip. Das Erstaunliche an dieser Geschichte ist, dass wir des Öfteren im Ausland erfahren müssen, dass wir Schweizer einfach die besten Produkte haben. Wir sind uns unserer Qualität in der Schweiz gar nicht mehr bewusst. Schweizer Produkte sind im Ausland gern gesehen. Wir benötigen in Deutschland kaum Überzeugungskraft, über unsere Qualität zu sprechen – wer das Geld für qualitätsbewusste Produkte aus der Schweiz hat, der schlägt zu.

**Gibt es gewisse «Sitten» im Umgang mit Kaffee? Was halten Sie beispielsweise von koffeinfreiem Kaffee oder von Zucker als Zusatzstoff?**

Es gibt viele Sitten mit dem Umgang, wie ich den Kaffee konsumiere, das ist auch gut so. Kaffee soll die innere Zufriedenheit beleben, so soll jeder seinen Kaffee konsumieren, wie er ihn am liebsten genießt, mit oder ohne Zusatzstoffe. Übrigens gibt es keinen koffeinfreien Kaffee, es gibt nur entkoffeinierten Kaffee.

**Die Bohne gilt als Kern. Woher beziehen Sie Ihre Produkte?**

Unsere Produkte werden sehr sorgfältig ausgesucht. Meist gehen die Bemusterungen über Monate hinweg, bis wir den auserwählten Kaffee gefunden haben. Die meisten Rohstoffe beziehen wir aus Süd- und Zentralamerika. Einen weiteren Teil beziehen wir aus Indien und Indonesien, welche beide sehr fruchtige Kaffees ausweisen.

**Sind Sie auch auf der Suche nach neuen Ländern, nach neuen Geschmacksrichtungen?**

Diesbezüglich sind wir immer offen, Neues auszuprobieren. So haben wir bei uns diverse ausgezeichnete «Estate Coffees» im Angebot. In diesem Jahr sind wir mit dem besten Schweizer Espresso 2011 ausge-

zeichnet worden. Dieser Estate Coffee aus Kenia gilt als einer der besten Kaffees dieser Welt.

**Zum Schluss: Wie viele Tassen pro Tag konsumieren Sie persönlich?**

Nebst den Verköstigungen sind es schon um die 15 bis 20 Espresso pro Tag. Wenn das Ambiente stimmt, so darf es auch etwas mehr sein. ■

### 250 Jahre Turm Kaffee

Die Häuserreihe an der St. Galler Kugelgasse, zwischen Turm- und Zeughausgasse, wurde seit jeher «hinterm Turm» genannt. Johannes Schlatter betrieb dort ab 1761 ein erfolgreiches «Spezereigeschäft», aus dem sich im Laufe der Jahrhunderte «Turm Kaffee» entwickeln konnte, eine moderne Kaffeerösterei der Turm Handels AG. Der Charakter des damals betriebenen Kolonial- und Farbwarengeschäfts mag sich im Lauf der Zeit gewandelt haben, geblieben ist sein Vorsatz, der Kundschaft nur allerbeste Qualität anzubieten. Im heutigen modernen Betrieb an der Martinsbruggstrasse in St. Gallen rösten ausgewiesene Fachkräfte einen hocharomatischen Kaffee aus edlen Bohnen, der nicht nur in der Schweiz Gastrobetriebe, den Detailhandel und Grossverbraucher zufriedenstellt, sondern auch in Süddeutschland grossen Anklang findet. Fünf Niederlassungen in Stuttgart, Konstanz, Frankfurt am Main, Südbayern und Stockach gewährleisten nördlich des Rheins einen raschen Vertrieb und perfekten Kaffeegenuss.

Die Forderung nach hoch stehendem Genuss erfüllt auch unser Bogen Kaffee in Schaffhausen, wo seit 1849 eine eigene Rösterei besteht. Die einzige Rösterei im Kanton Schaffhausen unterhält ein eigenes Spezialitätengeschäft, das sich zum Kaffeemekka der Region entwickelt hat. Turm Kaffee in St. Gallen und Bogen Kaffee in Schaffhausen: ein harmonisches Team, das Tradition und Moderne perfekt vereint und einen sorgfältig zusammengestellten Röstmix anbietet, der die Kundschaft immer wieder aufs Neue begeistert.  
[www.turmkafee.ch](http://www.turmkafee.ch)

# Taiwan trifft Rheintal

**Hoher Besuch in der Ostschweiz. Auf Einladung von Nationalrat Roland Rino Büchel und Tourismusdirektor Boris Tschirky besuchte Taiwans Botschafter Fadah Hsieh Anfang April zusammen mit einer Delegation der taiwanesischen Vertretung St.Gallen und das Rheintal.**

**S**chon heute unterhalten die Schweiz und Taiwan intensive geschäftliche Beziehungen. Allein im letzten Jahr exportierte die Schweiz Waren im Wert von 1.5 Milliarden Franken in den aufstrebenden asiatischen Staat mit seinen 23 Millionen Einwohnern. Das ist eine Steigerung von 29% gegenüber dem Vorjahr. Botschafter Hsieh sagte denn auch im Textilmuseum St.Gallen: «Der Zweck unseres Besuches ist es, den St.Galler Tourismus bei den Taiwanern zu fördern und die gute Partnerschaft von der Ostschweizer und der taiwanesischen Wirtschaft zu unterstützen.»

## Rasante Entwicklung

Beachtlich sind die Zahlen aus der Ostschweiz, insbesondere aus dem «High Tech Valley» Rheintal. Roland Rino Büchel präsentierte die Fakten: «Die Exporte nach Taiwan nahmen im Jahr 2009 um 19% und im 2010 nochmals um 73% zu. Insgesamt erzielen die Unternehmen zwischen Rütli und dem Bodensee einen jährlichen Exportüberschuss von 26'000 Franken pro Kopf. Diese Zahl ist weltrekordverdächtig.» Wie das Rheintal hat Taiwan in Sachen Wettbewerbsfähigkeit einiges zu bieten: Der asiatische Staat belegt in den offiziellen Rankings weltweit die Plätze 4, 8 oder 13, je nach Studie, wie Hsieh ausführte. Die Wirtschaft in seinem Land wuchs im letzten Jahr um nicht weniger als 10.8 Prozent.

## Taiwans Touristen entdecken die Schweiz

Auch der Tourismus entwickelt sich hervorragend. Im letzten Jahr gab es 55'000 Übernachtungen von taiwanesischen Touristen in der Schweiz. Seit Januar 2011 benötigen Besucher aus Taiwan kein Visum mehr für die Einreise in unser Land. Botschafter Hsieh: «Grossbritannien schuf die Visapflicht vor zwei Jahren ab. Seither hat



*Taiwans Botschafter Fadah Hsieh mit Tourismusdirektor Boris Tschirky*

sich die Zahl der taiwanesischen Besucher dort weit mehr als verdoppelt.»

Nach einem Rundgang durch das Textilmuseum mit der Sonderausstellung «St.Gall – die Spitzengeschichte» und einem Mittagessen im Kulturzentrum Lokremise besuchte die taiwanesischen Delegation das Rheintal. Die Gäste waren vom Diepoldsauer Stickereimaschinenfabrikanten Lässer AG ebenso beeindruckt wie von Microlife, einem weltweit führenden Unternehmen für medizinische Diagnosegeräte.

## Besuch bei Rheintaler Firmen

Die Diepoldsauer Lässer AG ist ein hochinnovativer KMU-Betrieb mit rund 220 Mitarbeitern. Das Unternehmen ist der weltweit führende Hersteller von Schiffl-

stickmaschinen. Dank bahnbrechender Technologien und grosser Investitionen hat sich der Rheintaler Betrieb seine Spitzenposition gesichert.

Lässer erzielt einen beträchtlichen Teil seines Umsatzes mit Taiwan und pflegt seit 24 Jahren intensive Beziehungen zu Kunden im aufstrebenden asiatischen Staat. Botschafter Hsieh konnte es kaum glauben, als er einen der beiden Firmeninhaber, Toni Lässer, im «Übergwändli» in der Werkstatt antraf. Seine Achtung wurde noch grösser als er erfuhr, dass das ganz normal und jeden Tag der Fall ist.

Microlife ist eine der weltweit führenden Firmen für die Entwicklung und die Herstellung von medizinischen Diagnosegeräten. Der Betrieb wurde vor 30 Jahren vom



Direktorin des taiwanesischen Trade Office, Jessie Lih-Jiun Chao, Botschafter Fadah Hsieh, Nationalrat Roland Rino Büchel, Tourismusdirektor Boris Tschirky im Café St.Gall des Textilmuseums.



Zu Besuch bei der Lässer AG. Harald Höscheler, Sales Manager Taiwan, Toni Lässer, Botschafter Fadah Hsieh.

innovativen Unternehmer Kin-Yuan Lin in Taiwan gegründet und zählt heute gegen 4'000 Mitarbeiter. Microlife ist mit einem Anteil von 35% weltweit die Nummer 1 bei digitalen Fieberthermometern und die Nummer 2 bei Blutdruckgeräten, die zu Hause eingesetzt werden.

Microlife setzt auf das Logo «Swiss Design». Die Firma stellt jeden Monat zwei Millionen Fieberthermometer und 400'000 Blutdruckmessgeräte her. Der Hauptsitz für Europa, den Mittleren Osten und Afrika befindet sich seit 15 Jahren im Rheintal. «Von hier aus betreuen wir Kunden in drei Dutzend verschiedenen Sprachen und generieren einen Drittel des Konzernumsatzes», führten CEO Victor Aquino und Vice President Eckehard Fend aus.

### Bleibender Eindruck

Zum Abschluss seines Besuchs sagte der Botschafter in Widnau: «Ich bin überzeugt, Taiwan und die Schweiz bilden eine gute Verbindung, a Smart Tie, wie man auf Englisch sagt. Beide Länder sind relativ klein, aber weltoffen. Demokratie und Freiheit werden gross geschrieben. Der Sinn für Innovation, eine gut ausgebildete Bevölkerung und die Zuverlässigkeit der Menschen zeichnen uns beide aus.»

Anzeige

# Leader lesen LEADER®

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmermagazin. [www.leaderonline.ch](http://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](http://www.leaderonline.ch)



*Brigitte Häberli*

**Brigitte Häberli**  
CVP-Nationalrätin, Bichelsee

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?

*Als Sekundarschülerin habe ich mit dem Velo Zeitungen ausgegeben.*

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

*Zuerst wollte ich Lehrerin werden. Mein Vater fand eine KV-Hebe bemo; das maget er!*

Welchen Ostschweizer Unternehmer bewundern Sie?

*Pol/ Traxler aus Bichelsee, der innovativ und zukunftsorientiert seine Strickwarenfabrik liest.*

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

*Nein - ich schaue vorwärts.*

Was bedeutet Ihnen Erfolg?

*Erfolg ist das Motivieren und Inspiren, um neue Ziele zu definieren.*

Welchen Luxus gönnen Sie sich ab und zu?

*Ein verlängertes Wochenende in den Bergen.*

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

*Ich stelle die Person zur Rede und teile meinen Ärger und meine Enttäuschung mit.*

Welche Lektüre kann Sie vom Schlafen abhalten?

*Ein spannendes Krimi; Jagdweise von Roger Graf.*

# Unternehmertag Liechtenstein begeistert vor ausverkauftem Haus

Der Schweizer Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann, Swiss-CEO Harry Hohmeister sowie Wirtschaftsexperte Klaus W. Wellershoff waren die prominenten Referenten des 6. Unternehmertags Liechtenstein, Rheintal, Voralberg unter dem Motto «Highflyers – Unternehmerisch zu neuen Erfolgen».

**D**as Motto des sechsten Unternehmertags am 31. März 2011 lautete «Highflyers – Unternehmerisch zu neuen Erfolgen». Die Tagung war mit rund 600 Entscheidungsträgern und Wirtschaftsinteressierten ausverkauft und fand auf dem Spoerry Areal der Universität Liechtenstein statt.

## Spannende Referate

Die Begrüssungsrede des Unternehmertags hielt Liechtensteins Regierungschef-

Stellvertreter und Wirtschaftsminister Martin Meyer. Zu den Hauptreferenten des Unternehmertags 2011 zählte Johann N. Schneider-Ammann, der am 1. November 2010 sein Amt als Schweizer Bundesrat antrat und für das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement (EVD) verantwortlich ist. Johann N. Schneider-Ammann sprach am Unternehmertag zum Thema «Politik und Wirtschaft zu neuen Erfolgen».

Zu den weiteren Referenten zählte Klaus W. Wellershoff, CEO der international tätigen Unternehmensberatung

Wellershoff & Partners Ltd. in Zürich. Wellershoff gab am Unternehmertag den Gästen eine Einschätzung über die Perspektiven der Weltwirtschaft und des Euros.

Harry Hohmeister, seit dem 1. Juli 2009 CEO der Fluggesellschaft Swiss, sprach über die Aussichten der Schweizer Fluggesellschaft und der Flugbranche im Generellen. Im Cockpit-Gespräch mit Moderatorin Katharina Deuber, Redaktorin der Sendung «CASH TV» im Schweizer Fernsehen, gaben zudem die Schweizer Jungunternehmer Karl Müller jr. und Claudio



Minder vom Unternehmen Joya Schuhe Einblicke in ihre besondere Highflyer-Geschichte.

### «Entrepreneur Of The Year Liechtenstein» lanciert

Am 6. Unternehmertag wurde durch Heinrich Christen, Ernst & Young AG, die Kampagne «Entrepreneur Of The Year Liechtenstein 2011» präsentiert – und gleichzeitig auch lanciert. Bis zum 20. Mai 2011 werden mittels diesem international verknüpften Wettbewerb wiederum die besten Unternehmerinnen und Unternehmer Liechtensteins gesucht.

Neben spannenden Referaten zählte ein Networking-Apéro zum Programm des 6. Unternehmertags. Träger dieser bekannten Wirtschaftsplattform für Unternehmertum sind die Regierung des Fürstentums Liechtenstein und die Universität Liechtenstein. Hauptsponsoren sind die Zurich Versicherung und die Ernst & Young AG, zahlreiche

Kooperationspartner sind ebenfalls mit an Bord. Veranstalter des Unternehmertags ist die Vaduzer Eventagentur Skunk AG.

### «Der Treffpunkt für Unternehmer»

Urs Baldegger vom Institut für Entrepreneurship der Universität Liechtenstein spricht von einem sehr guten Fazit 2011 – sowohl was Besucher, Stimmung als auch den Nutzen für Gäste und Partner betreffe. «Der Unternehmertag differenziert sich durch seinen klaren Fokus auf die Bedürfnisse von Unternehmern und Entscheidungsträgern. Das ist unsere Stärke und die kam auch dieses Jahr zum Tragen. Vor allem möchten wir an der Tagung selbst echte unternehmerische Impulse und best practice vermitteln.»

Markus Goop von der Eventagentur Skunk AG zieht ebenfalls eine sehr zufriedene Bilanz. «Der Unternehmertag hat sich inzwischen als die Plattform für Unter-

nehmerinnen und Unternehmer aus dem Rheintal etabliert, darauf sind wir natürlich stolz.» Und warum wurde dieses Jahr das Tagungsthema «Highflyer – Unternehmerisch zu neuen Erfolgen» gewählt? «Wir glauben einfach, dass es wichtig ist, am Unternehmertag Flagge für das Unternehmertum zu zeigen. Unternehmertum hat ja auch immer etwas mit Mut und mit dem festen Glauben zu tun, aus eigener Kraft Dinge positiv beeinflussen und immer wieder zu neuem unternehmerischen Erfolg führen zu können. Die diesjährigen Referenten boten mit ihren ungewöhnlichen Erfolgsgeschichten sicher gute Beispiele dazu.»

Die Erfolgsgeschichte Unternehmertag hat übrigens natürlich eine Fortsetzung. Der nächste Unternehmertag soll laut den Organisatoren im Frühjahr 2012 stattfinden und sich wiederum einem für regionale Unternehmen bedeutenden Thema widmen. ■



## 3. Bodensee Finanzforum: Top-Themen für den Mittelstand

Am 5. Mai 2011 informieren Experten und Unternehmer aus drei Ländern im Festspielhaus Bregenz über Finanzierungsmöglichkeiten – mit dabei VAUDE-Gründer Albrecht von Dewitz sowie NZZ-Kommentator Beat Kappeler.

Welche Finanzierung passt zur jeweiligen Unternehmenssituation, welche Erfahrungen haben andere mit Banken und Investoren gemacht und worauf ist bei der Internationalisierung zu achten? Antworten auf unternehmerische Fragen wie diese liefert das 3. Bodensee Finanzforum. Neben einem praxisnahen Überblick über wichtige Instrumente der Unternehmensfinanzierung werden aktuelle Fragestellungen aufgegriffen. Dabei wird die Rolle von Bankkrediten ebenso thematisiert wie der Zugang zu Fördertöpfen oder die Auswirkungen erhöhter Eigenmittelanforderungen im Zuge von Basel III.



Im vergangenen Jahr fand das Bodensee Finanzforum auf dem Unternehmerforum Lilienberg in Ermatingen statt.



Berichtet beim Finanzierungskongress über die Erfahrungen seines Unternehmens im Zukunftsmarkt Asien: Albrecht von Dewitz. (Quelle: VAUDE)

### Programm

Auszug der Vortragenden:

- › Dr. Beat Kappeler, Journalist und volkswirtschaftlicher Kommentator NZZ am Sonntag
- › Albrecht von Dewitz, Firmengründer und langjähriger Geschäftsführer VAUDE
- › Peter Wüst, Verwaltungsrat Investnet AG
- › Prof. Dr. Marcel Tyrell, Buchanan Institut für Unternehmer- und Finanzwissenschaften an der Zeppelin-University
- › Peter Pohl, Geschäftsführer GATC Biotech AG
- › Peter Frischknecht, Geschäftsführer tebo Technologiezentrum/Mitglied der Geschäftsleitung der Ostschweizer Förderplattform STARTFELD
- › Doris Moraschi, Geschäftsführerin Volz & Bernreuther Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs GmbH

### Informationen

Das 3. Bodensee Finanzforum findet am 5. Mai im Festspielhaus Bregenz statt. Infos und Anmeldung [www.biolago.org](http://www.biolago.org)

### Weltwirtschaftliche Zusammenhänge und Exkurs Internationalisierung

Beat Kappeler, volkswirtschaftlicher Kommentator der Neuen Züricher Zeitung (NZZ), stellt die Unternehmensfinanzierung zudem in einen makroökonomischen Zusammenhang: «Im Vergleich zu den USA oder den südeuropäischen EU-Staaten verlaufen öffentliche Finanzen, Exportentwicklung und Binnenkonjunktur in der DACH-Region erfreulich. Gefahren beinhalten die Spannungen in der EU, der starke Franken oder die Rohstoffkosten sowie die Rückkehr zu normalen Zinsen».

Worauf beim Gang ins Ausland zu achten ist, weiss hingegen Doris Moraschi von der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft Volz & Bernreuther: «Oft durchlaufen Unternehmen verschiedene Phasen der Internationalisierung, starten risikoarm mit unabhängigen Vertriebspartnern, bevor sie eine Vertriebsgesellschaft gründen und eine eigene Produktionsstätte errichten. In jeder Phase müssen unterschiedliche Aspekte beachtet werden», so Moraschi. Über seine Erfahrungen als Pi-

onier im Zukunftsmarkt Asien berichtet Albrecht von Dewitz, Gründer und langjähriger Geschäftsführer des Familienunternehmens VAUDE, das 1991 als eines der ersten deutschen Unternehmen eine Fabrik in China errichtet hat.

### Aufklärung und Networking

Der Kongress zielt insbesondere auf den Austausch im Mittelstand rund um den Bodensee zum Thema Finanzierung. «Viele Projekte können durch verschiedene Finanzierungsquellen unterstützt werden. Diese sind den Entscheidungsträgern oft nicht ausreichend bekannt. Hier wollen wir branchenübergreifend aufklären», so Peter Pohl, CEO der GATC Biotech und Vorstand des Bodensee-Netzwerkes BioLAGO, das den Kongress gemeinsam mit BIOPRO Baden-Württemberg ausrichtet. «Mit der Veranstaltung wird den Unternehmen vor Ort die Gelegenheit geboten, mehrere internationale Finanzierungsexperten an einem Tag direkt in der Region zu treffen, was sonst nur in Metropolregionen möglich ist», sagt Edgar Sidamgrotzki, Chef des Amtes für Wirtschaft und Arbeit Kanton Thurgau.

# 3. Bodensee Finanzforum



Themen für den Mittelstand

Wachstumsfinanzierung

Beteiligungen

Internationalisierung

Förderprogramme

5. Mai 2011 Festspielhaus Bregenz

Mit freundlicher Unterstützung unserer Partner:

**VOLZ & BERNREUTHER GMBH**  
Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft





# Open Innovation – am 5. Mai 2011 an «inventure»

Der Begriff Open Innovation beschreibt die Öffnung des Innovationsprozesses in Unternehmen. Ziel von Open Innovation ist die aktive strategische Nutzung der Aussenwelt – zum Beispiel des Internets, womit sich das firmeneigene Innovationspotenzial vergrössert. Dieses hochaktuelle Thema ist das Motto an der 4. Veranstaltung inventure anlässlich der RhEMA Rheintalmesse vom 5. Mai 2011.

**M**it dem Tagungsmotto Open Innovation haben die Veranstalter ein in Wirtschaftskreisen sehr aktuelles, aber auch kontroverses Thema aufgegriffen. So zeigen zum Beispiel Studien wesentliche Ansätze, um Anwender und Konsumenten in die Neuproduktentwicklung mit einzubeziehen. Dabei gilt der Ge-

danke: Weg von der zurückgezogenen Entwicklungsarbeit im Büro oder Labor, hin zur Teilnahme von (zukünftigen) Kunden und Konsumenten oder Experten ausserhalb der eigenen Firmenstruktur.

### Verschiedene Anwendungsgebiete von Open Innovation

Neben der herstellenden Industrie wird

Open Innovation vor allem auch in der Finanzbranche angewendet, wobei Unternehmen eigene und Produkte von anderen Firmen – auch von Konkurrenten – anbieten. Durch das Angebot solcher Partnerschaftskonzepte erreichen Anbieter von Finanzprodukten eine unabhängigere Beratung und zielen auf eine bessere Kundenakzeptanz.



Christian Hirsig  
Atizo AG



Mag. Daniela Kapelari-Langebner  
Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH



Tim Kröger  
Segelsport-Profi



Heidi Mastroberardino-Metzler  
Metzler & Co. AG



Prof. Dr. Oliver Gassmann  
Universität St. Gallen

### Gwerbler-Tag ausgebucht

Der 17. Rheintaler Gwerbler-Tag, anlässlich der RhEMA Rheintalmesse, war innert 10 Tagen restlos ausgebucht. Die 600 Eintritte sind somit innert Rekordzeit verkauft worden. Die Messeleitung kann keine weiteren Anmeldungen mehr entgegennehmen und empfiehlt auf die Wirtschaftstagung «inventure», die am Donnerstag, 5. Mai, durchgeführt wird, auszuweichen. Vor zwei Jahren wurde das Tagungskonzept vom Gwerbler-Tag angepasst. Eine starke Zunahme an Teilnehmenden war die erfreuliche Folge.

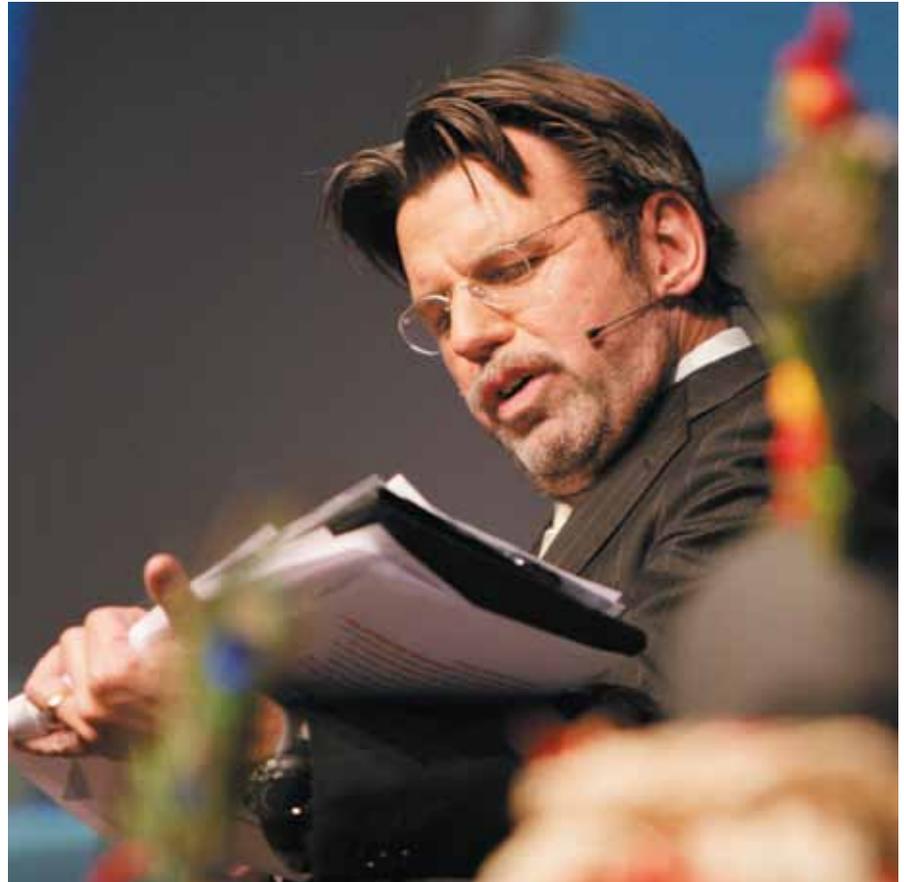


## Open Innovation Mitschuld an der Finanzkrise?

Neben diesen positiven Aspekten gibt es aber auch negative Auswirkungen von Open Innovation. Zu offene Geschäftsmodelle können zu komplexen und unkontrollierten Systemen führen. So sollen offene, miteinander verbundene Geschäftsmodelle von Finanzinstituten wesentlich zur globalen Verbreitung der Finanzkrise beigetragen haben. Wurden die Risiken solcher Modelle unterschätzt? Haben solche Vorgehensweisen die Finanzkrise tatsächlich mitausgelöst?

So oder so: Die Wege, wie Unternehmen zu Innovationen kommen und was sie sicher macht, dass eine Idee im Markt auch zum Erfolg wird, ist vielfältig und spannend. An inventure werden erfolgreiche Geschichten erlebbar gemacht.

Die Veranstaltung wird wiederum vom bekannten Fernsehmoderator Stephan Klapproth moderiert. Als Referenten treten dieses Jahr auf: Prof. Dr. Oliver Gassmann, Universität St.Gallen (Referat: Open Innovation als Wettbewerbsfaktor); Heidi Mastroberardino, Metzler Hemden Balgach (Referat: Innovation – Tradition: 100 Jahre Firmengeschichte einer Rheintaler Textil-Unternehmung), Mag. Daniela Kappelari, Rudolf Ölz Meisterbäckerei (Referat: Innovationsmanagement bei Österreichs grösstem Bäckereibetrieb), Christian Hirsig, Atizo AG Bern (Referat: Innovationskraft



Stephan Klapproth, Moderator der Tagung

mit Web-Community steigern) und Tim Kröger, professioneller Segler (Referat: Wie funktionieren erfolgreiche Teams). Inventure beginnt um 12.00 Uhr mit dem Stehlunch und klingt ab 17.30 Uhr mit dem

Apéro Riche gemütlich aus.

Anmeldungen sind erwünscht unter [www.inventure.ch](http://www.inventure.ch) oder unter der Telefonnummer 071 755 40 00 bei der Messeleitung. ■

Anzeige



Golf Gonten AG · 9108 Gonten · T 071 795 40 60 · [www.golfplatz.ch](http://www.golfplatz.ch)

## Spielend erholen...



Die traumhafte 18-Loch-Anlage des Golfplatzes Gonten in idyllischer Moorlandschaft mit Ausblick in den Alpstein bietet auch für Einsteiger idealste Bedingungen. Egal, ob Sie Club-Mitglied sind oder nicht, ob Sie regelmässig oder selten spielen, ob Sie Anfänger oder Profi sind: Auf dem Golfplatz Gonten interessiert einzig Ihre Faszination für diesen wunderbaren Sport – **Schwingen Sie sich frei vom Alltag!**

- › Golf-Einsteigerpaket mit Möglichkeit zur Platzreife! Ab Fr. 780.– pro Person
- › attraktive Greenfees
- › Gäste sind auch am Wochenende herzlich willkommen





# Pflicht für jeden Unternehmer

Mit viel Herzblut setzt sich Kurt Wettstein, Präsident des Verwaltungsrates der Genossenschaft RhEMA Rheintalmesse seit vier Jahren für die RhEMA ein. Darüber hinaus ist er auch Tagungsleiter von «inventure Ostschweiz». Sein Engagement führte dazu, dass er sich im Lauf der letzten Monate zweimal beruflich verändern musste. Im Gespräch erklärt er, welches seine Ziele mit der RhEMA und seiner erneuten beruflichen Neuorientierung sind und welche Highlights dieses Jahr bei «inventure» anstehen.

## **Kurt Wettstein, welches Fazit ziehen Sie nach drei Durchführungen der Veranstaltung «inventure»?**

Wir dürfen feststellen, dass inventure nach nur drei Durchführungen ihren Platz in der Ostschweizer Tagungslandschaft eingenommen hat. Qualitativ sehr gute Referate, die hervorragende Moderation durch Stephan Klapproth und das einmalige RhEMA-Ambiente in den Networking-Phasen zusammen mit dem sehr breiten Netzwerk der Veranstaltung haben dazu geführt, viele neue Tagungsbesucher auf die Altstätten Almennd zu locken. Wir haben für inventure einer dreijährigen Investitionsphase gerechnet. Nun muss sich die Tagung auch wirtschaftlich selber tragen.

## **Wurden auf dieses Jahr Veränderungen vorgenommen?**

Mit dem Tagungsthema «Open innovation» greifen wir wiederum ein aktuelles Thema auf. Dieses beleuchten wir aus verschiedenen Blickwinkeln. Grundsätzlich bleiben wir bei der gleichen Struktur, legen aber Wert darauf, dass die Referate kurz, knackig, informativ und unterhaltsam sind. Einen weiteren Schritt werden wir im Tagungsambiente machen.

## **Welches sind die Highlights 2011?**

Ich freue mich auf alle Referate. Die Referenten und die Inhalte wurden sorgfältig ausgesucht. Und wir haben wieder alles daran gesetzt, eine interessante Dramaturgie in den Veranstaltungsablauf zu bringen. Gemeinsam freue ich mich deshalb auf den Mix, der von wissenschaftlichen Betrachtungsweisen über traditionelle, 100-jährige Unternehmensefahrung bis hin zu neuen, internetbasierten Firmen reicht. Die emotionalen Erlebnisse werden dabei ebenfalls nicht zu kurz kommen.

## **Wann sprechen Sie persönlich von einer gelungenen Veranstaltung?**

Da habe ich eine differenzierte Betrachtung. Wenn die Veranstaltung wirtschaftlich positiv abschliessen kann, darf sicher von einer gelungenen Tagung gesprochen werden. Daneben ist für mich aber die Zufriedenheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Messlatte. Sind sie begeistert und damit ihre Erwartungen erfüllt oder übertroffen, ist die Veranstaltung gelungen. Nur wenn dies zutrifft, hat für mich eine solche Veranstaltung längerfristig ihre Berechtigung.

## **Wie gehen Sie bei der Suche nach geeigneten und spannenden Referenten vor?**

Ich versuche, möglichst nah an der Aktualität und vor allem beim Thema Innovation zu bleiben. Referenten, die zum Thema einen interessanten Beitrag leisten können, sind gefragt. Das schränkt das Spektrum schon stark ein. An inventure brauchen wir Referenten, die im Moment aktiv «im Geschäft» sind. Aktuelle CEOs – egal, ob sie grosse, mittlere oder kleinere Unternehmen repräsentieren – sind da immer gut. Ich besuche persönlich verschiedenen Veranstaltungen und verpflichte dann oft Referenten, die es geschafft haben, mich dort mit einem Referat zu begeistern. So weiss ich dann, was in etwa auf unsere Besucher zukommt.

## **Wer hat in der Vergangenheit am meisten überzeugt?**

Bis jetzt hat Yves Rossy letztes Jahr am meisten Begeisterung ausgelöst. Aber auch Dr. Jürgen Dold, CEO Leica Geosystems, hat die Teilnehmerinnen und Teilnehmer extrem beeindruckt. Oder bei der ersten Ausgabe von inventure der junge Marbacher Daniel Graf, der mit seiner Inter-

netidee Kyte sein Glück in San Francisco gefunden hat. Über alle Veranstaltungen gesehen macht mir Stephan Klapproth mit seiner unverwechselbaren Moderation Freude.

## **Und wen wüssten Sie sich dereinst als Gast?**

Steve Jobs oder Bill Gates? (lacht). Obwohl: Steve Jobs haben wir ernsthaft versucht zu erreichen. Aber bereits das wäre schon ein Erfolg gewesen. Leider ist er dann ja erkrankt. Aber ernsthaft: Es geht mir um Inhalte, nicht um schillernde Figuren. Wenn beides verbunden werden kann, packen wir natürlich die Chance.

## **Werden am Event auch aktuelle Themen miteinbezogen, sei es nun Japan oder als Schweizer Thema die anstehenden Wahlen im Oktober?**

Inventure kümmert sich um die Themen Innovation und Finanzierung von Innovation. Die von Ihnen angesprochenen Themen überlassen wir eher anderen Veranstaltungen. Wenn ein Referent dazu Ausführungen macht, ist das aber sicher o.k. und gut.

Es kann aber durchaus sein, dass wir Japan oder vielmehr das Thema Innovationen im Energiebereich 2012 als Thema aufgreifen. Im Moment sind diese Themen natürlich unbestritten interessant. Unter dem Eindruck der ganz aktuellen Ereignisse geht aber gerne der Blick für nachhaltige Entwicklungen unter.

## **Welchen Nutzen können die Gäste aus «inventure» ziehen?**

Eigentlich müsste der Besuch dieser Veranstaltung für jeden Unternehmer Pflicht sein. Denn mit dem Thema Innovation setzt sich zwingend jede Firma auseinander. Und Innovation gedeiht durch Ge-



Kurt Wettstein

sprache unter Gleichgesinnten, in der Diskussion von Beispielen und durch Inputs aus der aktuellen Wissenschaft und von Trends. All dies bietet inventure kompetent und sehr komprimiert. Dass dies bei uns so stattfindet, bestätigen die Feedbacks der Teilnehmer der bisherigen Veranstaltungen.

#### **Wie geeignet ist das Umfeld, insbesondere die RhEMA?**

Für neue Ideen bin ich dann empfänglich, wenn ich mich losgelöst vom Alltag in einer anderen Umgebung damit auseinandersetzen kann. Das hat mit dem Umfeld und dem Ambiente zu tun. Die RhEMA bietet eine professionelle Tagungsinfrastruktur, ein emotionales Ambiente und viele Anreize, länger als nur für die Tagung auf dem Tagungs- und Messegelände zu verweilen und sich auszutauschen. Die RhEMA hat bald 20 Jahre Erfahrung in der Organisation von solchen Veranstaltungen. Das Umfeld beurteilen wir deshalb als optimal.

Dazu kommt, dass wir ein ausserordentliches Netzwerk mit dem Zugang zu Partnern aus der Wirtschaft, der Politik und vor allem auch der Wissenschaft vor Ort haben. Bei dieser Gelegenheit möchte ich auch einmal die optimale Unterstützung durch unsere Sponsoren verdanken und dabei die Jansen AG und die SAK, aber auch PriceWaterhouseCoopers erwähnen. Sie unterstützen inventure als Hauptsponsoren von Beginn an namhaft in einer echten Partnerschaft.

#### **Gibt es eine Vision? Oder anders gefragt: Wo steht «inventure» in zehn Jahren?**

Ich möchte inventure zu einer echten Plattform ausbauen, auf der Unternehmen, aber auch Start-ups sich präsentieren können und wo ein guter Zugang zu aktuellem Wissen, aber auch zur Finanzierung von Innovationen stattfindet. Das kann aber nicht «nur» über eine Tagung geschehen. Mein Wunsch ist eine Thematisierung, die über das ganze Jahr hindurch stattfindet. Ich will einen Beitrag dazu leisten, die vielen wichtigen und interessanten Unterstützungsangebote betreffend Innovation zu bündeln und den Überblick darüber wie auch den Zugang dazu zu erleichtern. Mein Wunsch kurzfristig ist, dass die Veranstaltung weiterhin ein wesentliches Teilnehmerwachstum erlebt. Dadurch wäre die Multiplikation der Botschaften und der Initiativen noch grösser und öffentlich spürbarer.

#### **Entstand die Veranstaltung aus einem ganz konkreten Bedürfnis heraus oder gibt es allenfalls ähnliche «Vorbilder» im Ausland?**

Inventure entstand aus dem Bedürfnis vieler Unternehmer, die sich eine solche Plattform wünschten. Wir haben das Konzept nicht kopiert. Insofern sind unsere Überlegungen ja auch eine Innovation. Zudem: Unsere Region ist wirtschaftlich sehr stark und birgt eine Vielzahl hervorragender und erfolgreicher Unternehmen. Darüber sollte noch viel mehr gesprochen werden. Des-

halb integrieren wir immer ein bis zwei Innovationsgeschichten aus unserer Region.

#### **Vor gut vier Jahren haben Sie Ihr Amt bei der RhEMA angetreten. Welche Ziele verfolgten Sie bei Ihrem Amtsantritt?**

Ich kannte die RhEMA als Aussteller und als Besucher. Es faszinierte mich, wie auf einer grünen Wiese jedes Jahr eine ganze Zeltstadt entstand. Ich fühlte mich emotional stark angesprochen von der Idee des jährlichen Treffpunktes – für das regionale Gewerbe und für die Rheintaler Bevölkerung. Als Generalagent einer Versicherungsgesellschaft lebte ich von den Prämienzahlungen genau dieses Gewerbes und der Menschen, die hier leben. Mein Ansporn war, im Rahmen eines nebenberuflichen Engagements etwas zurück zu geben. Als Präsident des Verwaltungsrates schien damals auch der abzuschätzende Aufwand vertretbar.

#### **Und dann?**

Na ja, wie es im Leben so ist, entwickeln sich die Dinge manchmal anders, als man zu Beginn denkt. Ich habe versucht, Ideen einzubringen, Eingefahrenes zu hinterfragen und Zukunftsorientierung einzuleiten. Das hat nicht nur einfache Situationen hervorgerufen – aber letztlich wichtige Veränderungen bewirkt. Das brachte für mich eine stetig wachsende zeitliche Belastung mit sich.

#### **Wie hat sich dies mit Ihrem beruflichen Tätigkeit als Generalagent bei einer Versicherungsgesellschaft vertragen?**

Das wurde natürlich immer schwieriger. Aber wenn ich A sage, sage ich eben auch B. Obwohl meine Arbeitgeber das so nie ausgesprochen hätten, war es doch zunehmend für mich spürbar, dass das Einverständnis für diese Doppelbelastung nicht wirklich vorlag. Es ist so: Wer mit mir

## Unsere Kompetenz auf einen Blick

### Höhere Fachschule

- Dipl. Techniker/in HF
- Fachrichtungen:
  - Betriebstechnik
  - Elektrotechnik
  - Informatik
  - Maschinenteknik
  - Mediatechnik (Multimediaproduzent/in)
- Dipl. Rechtsassistent/in HF
- Dipl. Wirtschaftsinformatiker/in HF

### Nachdiplomstudien NDS HF

- Betriebswirtschaft
- Energiemanagement

EFA = Eidg. Berufsprüfung mit Fachausweis  
 \* Eidg. höhere Fachprüfung mit Diplom (ED)

### Höhere Fachausbildungen

- Publikationsmanager/in mit eidg. Diplom (ED)\*
- Eidg. dipl. Elektroinstallateur/in\*
- Elektro-Projektleiter/in EFA
- Elektro-Sicherheitsberater/in EFA
- Elektromonteur Vorarbeiter/in VSEI
- Eidg. dipl. Industriemeister/in im Maschinen- und Apparatebau\*
- Instandhaltungsfachmann/fachfrau EFA
- Prozessfachmann/fachfrau EFA
- Werkmeister/in
- Rechtsagent/in (Vorbereitung auf kant. Patent)
- Qualitätsfachmann/fachfrau
- Qualitätsmanager/in
- Sachbearbeiter/in Planung (Schreiner VSSM)
- Unternehmerschulung SIU
- Berater/in EFA (Zusatzqualifikation Bildungsbereich oder Personalentwicklung)

### Ausbildungen für Auszubildende

- Ausbilder/in EFA
- Berufsbildner/in
- Seminare für Berufsbildner/innen (Lehrmeister) und Ausbildungsverantwortliche
- HF-Dozent/in

### Führungsseminare

**Fachkurse in den Bereichen**  
 Grundlagen, Automation, Berufspädagogik, Elektrotechnik, Holztechnik

### Technische Fachkurse für Firmen

**Firmeninterne Weiterbildung nach individuellem Bedarf**

### Interessiert?

Gerne senden wir Ihnen die detaillierte Kursbeschreibung zu.



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

Informationsabende: [www.zbw.ch](http://www.zbw.ch)



Das neue  
BMW 6er Cabrio

[www.bmw.ch](http://www.bmw.ch)



Freude am Fahren

## BEWEGT SCHON IM STILLSTAND.

Das neue BMW 6er Cabrio definiert die Grenzen der Freude neu. Es ist der Inbegriff der Vollendung: klare Formen, fließende Bewegungen und kompromisslose Dynamik. So ist das neue BMW 6er Cabrio schon heute wegweisend für die Zukunft. Ein Werk der Perfektion, das man bewundern kann – aber entdecken muss. Erleben Sie dieses Kunstwerk reinster Ästhetik in unserem Showroom. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

### DAS NEUE BMW 6er CABRIO.

#### BMW EfficientDynamics

640i Cabrio 7,9 l/100 km 235 kW (320 PS)

#### Christian Jakob AG

Schuppisstrasse 9  
 9016 St. Gallen  
 Tel. 071 282 49 69

[www.christianjakob.ch](http://www.christianjakob.ch)

#### Christian Jakob AG

Unterdorfstrasse 85  
 9443 Widnau  
 Tel. 071 727 20 40



zusammenarbeitet, der muss die RhEMA nicht nur kennen, sondern mögen. Schlussendlich bin ich davon überzeugt, dass mein Wirken bei der RhEMA auch seinen Niederschlag im Versicherungsgeschäft gefunden hätte. Ich kann aber auch verstehen, dass Arbeitgeber erwarten, dass die ganze Energie zugunsten ihres Geschäftes eingesetzt wird. Nach meiner Wahrnehmung stimmte die Entwicklung im Versicherungsgeschäft und bei der RhEMA.

**Wer in einem solchen nachvollziehbaren Spagat steckt, der gibt in der Regel das eher ehrenamtliche Engagement auf und nicht die Stelle, bei der er seinen Lebensunterhalt verdient. Weshalb setzen Sie auf die Karte RhEMA?**

Mit dieser Frage bin ich oft konfrontiert – vor allem in den letzten Monaten. Einerseits gehe ich nicht gerne den Weg des geringsten Widerstandes und andererseits will ich etwas, das ich angefangen habe, auch zu Ende bringen. Die RhEMA ist ein einmaliges, faszinierendes Unternehmen mit einer Vielzahl ganz spannender Herausforderungen. Wenn es uns gelingt, unseren Businessplan umzusetzen und wenn die Region sowie einige Investoren mitmachen, wird die RhEMA in wenigen Jahren ein auch wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen werden – zur Freude

des ganzen Alpenrheintales. Dazu muss ich nun aber nochmals an der Schraube meiner beruflichen Zukunft schrauben.

**Was heisst das genau?**

Ich drehe den Spieß in meiner Erwerbstätigkeit um. Der Verwaltungsrat der RhEMA hat entschieden, mich in einem wesentlichen Teilpensum als Geschäftsführer anzustellen. Dadurch wird mein Engagement für die RhEMA verbindlicher. Daneben werde ich mich als unabhängiger Versicherungsmakler selbständig machen. Das gibt mir entsprechend der saisonalen Belastung optimal die Möglichkeit, meine Kunden qualitativ sehr gut und ihren Bedürfnissen entsprechend zu betreuen. Letztlich war ich mein ganzes bisheriges Leben Versicherer und setze mein Wissen nun vollständig in den Dienst der Kunden – eben im Auftrag der Kunden und nicht mehr zugunsten einer Versicherungsgesellschaft. Ich hoffe, dass viele Unternehmen, aber auch ausgewählte Privatkunden die Mehrwerte meiner Tätigkeit erkennen und mitmachen werden.

**Wie sehen Ihre Ziele für die nächsten Jahre aus?**

Bei der RhEMA steht die Korrektur des schlechten Ergebnisses aus dem letzten Geschäftsjahr im Vordergrund. Wir setzen alles

daran, mit einer erfolgreichen RhEMA 2011 und der «Herbstmäss» dies zu erreichen. Dann wird es enorm wichtig sein, dass wir unsere Bauvorhaben umsetzen können. Davon wird die ganze Region, vor allem aber die Standortgemeinde, nachhaltig profitieren. Damit für mich die Rechnung aber aufgeht, brauche ich einige Versicherungskunden. Diese werden eindeutig klare Win-Win-Situationen erleben.

**Was bedeutet dies für die RhEMA konkret?**

Die RhEMA bekäme ein anderes Gesicht und eine noch professionellere Wahrnehmung. Die Infrastruktur würde für unsere Aussteller massiv besser. Die festen Messehallen müssten nur noch gezielt durch Zeltbauten ergänzt werden. Dadurch würde sich die jährliche Bausumme massiv reduzieren. Diese frei werdenden Mittel würden in die Verzinsung und die Amortisation fliessen können. Die Standortattraktivität könnte dann durch ein erweitertes Angebot über das ganze Jahr verteilt gesteigert werden.

**Sie führen also die Doppelbelastung weiter?**

Na ja, die RhEMA beschäftigt schon das ganze Jahr hindurch. Die Belastung schwankt aber saisonal stark. Über alles gesehen braucht die RhEMA eine Vorbereitungszeit von eineinhalb Jahren. Wir arbeiten also jetzt bereits an der RhEMA 2012. Durch die saisonalen Schwankungen ergeben sich genügend Freiräume, das Versicherungsgeschäft aufzubauen. Da ich beide Belastungen seit einiger Zeit bewältige, weiss ich gut, wovon ich spreche. ■



Die 4. Ausführung von inventure findet am Donnerstag, 5. Mai 2011, von 12 bis 17.30 Uhr in der Eventhalle der RhEMA Rheintalmesse auf dem Allmendplatz in Altstätten statt. Referenten sind: Oliver Gassmann, Heidi Mastroberardino, Daniela Kapelari, Christian Hirsig und Tim Kröger. Weitere Infos unter: [www.inventure.ch](http://www.inventure.ch)

# we develop entrepreneurs

[www.uni.li/entrepreneurship](http://www.uni.li/entrepreneurship)

# Mit externen Endanwendern zum Innovationserfolg

**Unternehmen, die sich externes Wissen aneignen, sind überdurchschnittlich innovativ. Die Lead-User-Methode bietet ein konkretes Vorgehensmodell für die Praxis.**

**Text:** Dr. Barbara Fuchs, Universität Liechtenstein

**U**nternehmen, die regelmäßig auf externes Wissen zugreifen, sind überdurchschnittlich innovativ und etablieren sich langfristig als Marktführer. Eine Form der Kooperation mit externen Wissensträgern ist die Zusammenarbeit mit fortgeschrittenen Endanwendern. Diese sogenannten Lead User zeichnen sich durch drei Eigenschaften aus: Sie haben Bedürfnisse, die eine breite Masse erst zu einem späteren Zeitpunkt entwickelt (Trendführerschaft); sie profitieren ausserordentlich von einer neuen Lösung (Leidensdruck) und sind selbst innovativ (Innovationstätigkeit).

Aus Wissensperspektive verfügen Lead User über hoch spezialisiertes Fachwissen, das sie sich in ihrem Anwendungsbereich über eigene Entwicklungstätigkeiten angeeignet haben. Hinzu kommt, dass Lead User dazu neigen, sich mit Fachpersonen, Bekannten und anderen sozialen Kontakten über ihre Ideen und Lösungsansätze auszutauschen. Sie holen Rückmeldungen über Design und Funktionalität ein und testen ihre Eigenentwicklungen im Markt. Dadurch verstehen sie nicht nur ihre eigenen Bedürfnisse, sondern können Aussagen treffen, in welchem Kontext, von wem und wie ein neues Produkt genutzt werden wird. Die Kooperation mit solchen Endanwendern bietet Unternehmen deshalb eine attraktive Möglichkeit, sich externes Wissen von hoher Relevanz und strategischem Potenzial für ihre Zukunftsmärkte anzueignen.

Damit Unternehmen Lead User für ein konkretes Suchfeld identifizieren und mit ihnen systematisch zusammenarbeiten können, wurde eine vier Phasen umfassende Methode entwickelt: In einem ers-



*Dr. Barbara Fuchs*

ten Schritt wird ein interdisziplinäres Projektteam zusammengestellt. In der zweiten Phase werden Markt- und Technologiestudien durchgeführt. Ziel ist es, drei bis vier Trends, die die weitere Entwicklung des relevanten Marktes dominieren werden, zu erkennen. Diese Trends bilden den Ausgangspunkt um in der dritten Phase potenzielle Lead User zu profilieren und zu identifizieren. In der vierten Phase werden Workshops und Interviews mit den Lead Usern durchgeführt, um mit Hilfe ihres Wissens neue Lösungen zu erarbeiten. In der unternehmerischen Praxis hat sich gezeigt, dass sich die Kooperation mit externen Lead Usern positiv auf die Entwicklungszeit, die Entwicklungskosten und die kommerzielle Attraktivität von neuen Marktleistungen auswirkt. Weiters kann diese Form der Kooperation die Radikalität einer neuen Lösung merklich erhöhen.

Für Informationen zur Lead-User-Methode und ihrer Umsetzung wenden Sie

sich an Dr. Barbara Fuchs, Institut für Entrepreneurship, Email: [barbara.fuchs@uni.li](mailto:barbara.fuchs@uni.li); Tel.: +423 265 1279. ■

## Zur Autorin

Nach ihrer Promotion an der Wirtschaftsuniversität Wien (1992), war Barbara Fuchs rund zwölf Jahre in der strategischen Produkt- und Geschäftsentwicklung, u.a. bei Swisscom und Microsoft, tätig. Seit 2005 ist sie Hochschuldozentin für Entrepreneurship und Innovation an der Universität Liechtenstein und lehrt an der Wirtschaftsuniversität Wien. In ihren Aufgabenbereich fallen neben der Lehre in Volkswirtschaft die Leitung des MAS Studiengangs Wirtschaftsingenieur sowie die Durchführung von Forschungs- und Wissenstransferprojekten im Bereich der kooperativen Innovation.

# AllStar AS1®

Die bärenstarke EgoKiefer Kunststoff- und Kunststoff/Aluminium-Fensterlinie.



EgoKiefer AG  
Fenster und Türen  
CH-9450 Altstätten  
Telefon +41 71 757 36 28

Und an 13 eigenen Standorten sowie bei über 350 Wiederverkaufspartnern in der ganzen Schweiz: [www.egokiefer.ch](http://www.egokiefer.ch)

## Klimaschutz inbegriffen.

AS1® – So heisst der AllStar der Fensterbranche. Ob im Neubau oder für die Modernisierung, die EgoKiefer AllStar-Fensterlinie AS1® erfüllt all Ihre Wünsche. Mit AS1® reduzieren Sie den Energieverbrauch über das Fenster um bis zu 75%. Rechnen Sie nach unter [www.energy-and-more.ch](http://www.energy-and-more.ch).

Besuchen Sie uns vom 30. April bis 8. Mai 2011 an der RhEMA 2011 in Altstätten (Halle 3, Stand 3.19).

Ein Unternehmen der  
 AFG  
Arbonia-Forster-Holding AG

**MINERGIE®**  
LEADING PARTNER

Light Art by Gerry Hofstetter®

Vorsprung durch Ideen.

**EgoKiefer**  
Fenster und Türen

# Faszinierender Anblick, grandioser Ausblick: Das neue BMW 6er Cabrio

Es ist wieder Cabrio-Zeit. Mit dem neuen BMW 6er Cabrio macht der Wind im Haar noch mehr Freude. Inspiriert durch das Element Wasser verschmelzen die klaren Formen, die fließenden Linien und die kompromisslose Dynamik zu einem perfekten Ganzen. Die ausgewogenen Proportionen sowie die fein ausgearbeiteten Details verzücken bereits im Stand. Während der Fahrt erst entdeckt man aber die Agilität, Kraft und Wenigkeit und ein Gefühl von Freiheit. Vor wenigen Tagen erlebte das BMW 6er Cabrio Premiere in den Räumlichkeiten von Christian Jakob in St.Gallen und Widnau. Darüber hinaus wurden das neue BMW 1er Cabrio und das neue BMW 1er Coupé präsentiert sowie die gesamte Modellpalette.

**A**temberaubend, unwiderstehlich, makellos – Bewertungen wie diese kennzeichnen die Geschichte der Cabrios von BMW. Jetzt wird die jahrzehntelange Tradition fortgesetzt. Das neue BMW 6er Cabrio erfüllt die Wünsche anspruchsvoller Automobil-Ästhetiker mit ausgeprägtem Sinn für sportlich ambitionierte Fahrfreude, wegweisenden Luxus und einen glanzvollen Auftritt. Im Kreis besonders exklusiver Cabrios des Premium-Segments beeindruckt der 2+2-Sitzer mit den effizientesten Motoren, der fortschrittlichsten Fahrwerkstechnik und den innovativsten Ausstattungsmerkmalen für Komfort, Infotainment und Sicherheit.

Die lange Motorhaube, der zurückversetzte Fahrgastraum, der lange Radstand und die flache Brüstungslinie bestimmen die typischen Proportionen eines Cabrios von BMW. Beim neuen BMW 6er Cabrio werden sie mit einem klassischen Textilverdeck in charakteristischer Finnen-Optik kombiniert. Kraftvoll modellierte Flächen und die vorwärts strebende Dynamik der Linienführung symbolisieren souveräne Fahreigenschaften. Das luxuriöse Ambiente im Innenraum zeigt die markentypisch fahrerorientierte Cockpitgestaltung und vermittelt exklusive Geborgenheit für Beifahrer und Fondpassagiere. Die hochwertige Funktionalität des Interieurs wird insbesondere durch das neu gestaltete freistehende Control Display des serienmässigen Bediensystems iDrive unterstrichen.

Für das neue BMW 6er Cabrio stehen zur Markteinführung zwei Antriebseinheiten zur Wahl: Das Achtzylinder-Triebwerk



des BMW 650i Cabrio leistet 300 kW/407 PS. Für das BMW 640i Cabrio wurde eine exklusive Variante des Reihensechszylinders mit BMW TwinPower Turbo, Direkteinspritzung und VALVETRONIC entwickelt, die 235 kW/320 PS mobilisiert. Beide Motoren werden serienmässig mit einer Achtgang-Sport-Automatik kombiniert. Zu den serienmässigen BMW EfficientDynamics Massnahmen gehört auch die Auto Start Stop Funktion im BMW 640i Cabrio.

Gemeinsam mit den modernen Motoren sorgt die im Wettbewerbsumfeld einzigartige Fahrwerkstechnik für noch mehr Dynamik und einen gegenüber dem Vorgängermodell ebenfalls spürbar gesteigerten Fahrkomfort. Das neue BMW 6er Cabrio ist serienmässig mit der Fahrdynamik-Control zur individuellen Fahrzeugabstimmung ausgestattet. Optional ist das System Adaptive Drive mit elektronisch geregelten Dämpfern und Wankstabilisierung verfügbar. Einzigartig im

Segment ist neben der serienmässigen elektromechanischen Servolenkung auch die optionale Integral-Aktivlenkung.

Seinen progressiven Charakter unterstreicht das neue BMW 6er Cabrio auch mit zahlreichen im Wettbewerbsumfeld einzigartigen Angeboten von BMW ConnectedDrive. Zu den optional erhältlichen Fahrerassistenzsystemen gehören die Rückfahrkamera, Surround View, BMW Night Vision mit Personenerkennung und der BMW Parkassistent. Als einziges Fahrzeug im Wettbewerbsumfeld kann das BMW 6er Cabrio mit einem Head-Up-Display ausgestattet werden. Die erstmals präsentierte neue Generation des Systems ermöglicht durch ein erweitertes Farbspektrum eine noch detailreichere und brillantere Darstellung.

#### Preise:

BMW 640i Cabrio CHF 122'100.–

BMW 650i Cabrio CHF 141'500.–



# VERPACKUNGEN

Aus Karton und Wellpappe.

Anfertigungen nach Mass.  
Montiert oder flach.

Preisgünstig auch in kleinen  
und mittleren Auflagen.



**Aeberhard AG**  
Kartonagenfabrik  
9424 Rheineck  
Tel. 071 886 40 00



Technologiezentrum  
an der Empa in St.Gallen

## Geschäftsräume für Sie!



Sie konzentrieren sich auf das  
Wesentliche – Ihr Business.  
Wir sorgen für die Infrastruktur!

- Fairer Mietpreis
- Raumgrösse ab 30 m<sup>2</sup>
- Internet inklusive
- A3-Laserdrucker inklusive
- Telefonservice inklusive
- Reinigung inklusive
- Benützung Sitzungszimmer inklusive
- Benützung Cafeteria inklusive

## Einziehen und starten!

tebo Technologiezentrum

Zürcher Strasse 204f • CH-9014 St.Gallen  
Telefon 058 765 71 85 • www.tebo.ch



## Weiterbildungs-Master für Führungskräfte Studienorte: Chur, Rapperswil und Zürich

- Executive MBA
- MAS in Business Administration
- MAS in Energiewirtschaft
- DAS in Business Administration

**Infoabend Chur**  
HTW Chur  
Comercialstr. 22,  
18.30–20.00 Uhr

- Dienstag, 10. Mai
- Dienstag, 07. Juni

**Infoabend Rapperswil**  
HSR Hochschule für  
Technik Rapperswil,  
Oberseestr. 10,  
19.00–20.00 Uhr

- Montag, 09. Mai
- Montag, 06. Juni

**Infoabend Zürich**  
KLZ Zürich,  
Limmatstr. 21,  
18.30–20.30 Uhr

- Donnerstag, 12. Mai
- Donnerstag, 09. Juni

### Anmeldung für Infoabende:

HTW Chur  
Hochschule für Technik und Wirtschaft  
Pulvermühlestrasse 57, CH-7004 Chur  
www.htwchur.ch/management-weiterbildung,  
management-weiterbildung@htwchur.ch,  
Telefon +41 (0)81 286 24 32

**STUDIERN FÜRS LEBEN**

[www.htwchur.ch](http://www.htwchur.ch)

FHO Fachhochschule Ostschweiz



[www.energiemaster.ch](http://www.energiemaster.ch)

o a o  
evaluated 08

# STARTFELD – Zentrale Anlaufstelle für Ihre Gründung

Die Förderplattform STARTFELD bietet ein umfangreiches Angebot an Dienstleistungen für Jungunternehmer. Mit kompetenter Beratung, professionellem Coaching, Möglichkeiten zur Finanzierung und geeigneten Räumlichkeiten ist STARTFELD die erste Adresse für alle, die mit ihrer Geschäftsidee in der Ostschweiz durchstarten wollen.

STARTFELD ist mehr als eine Beratungsstelle für Start-ups. STARTFELD ist ein Kompetenzzentrum für Jungunternehmen. Im Fokus dieser überregionalen Initiative steht die gezielte Unterstützung von Unternehmensgründern in der Ostschweiz – von der Geschäftsidee bis zum erfolgreichen Markteintritt.

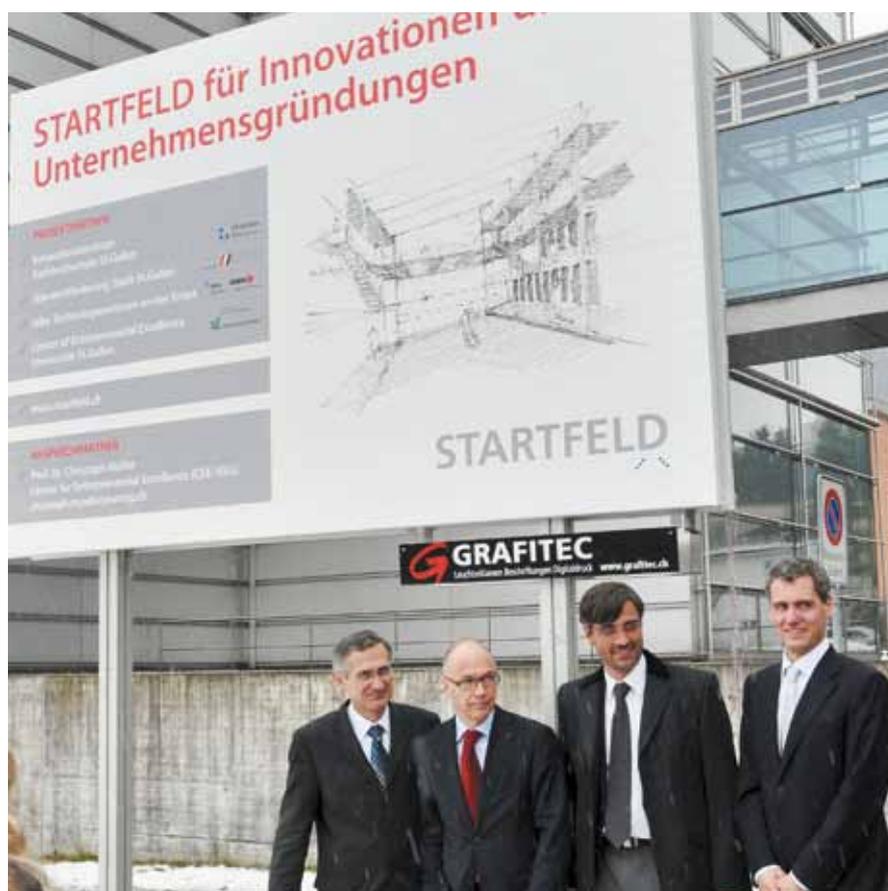
Wo bekomme ich als Gründer ein qualifiziertes Feedback zu meiner Geschäftsidee? Wer vermittelt mir die entscheidenden Kontakte? Wer verschafft mir einen umfassenden Überblick über die zahlreichen För-

## Das Kompetenznetzwerk für Ostschweizer Jungunternehmen

dermöglichkeiten? Welches Angebot ist für meine Bedürfnisse und meine Situation das richtige? STARTFELD gibt hier Antworten und übernimmt diese Funktion als erste Anlaufstelle für Unternehmensgründer in der Ostschweiz. STARTFELD arbeitet eng mit bestehenden Institutionen und Beratungen zusammen und nimmt dadurch eine wichtige Funktion als Drehscheibe im komplexen Markt der Start-up-Beratungen wahr.

### STARTFELD unterstützt den Wirtschaftsstandort Ostschweiz

Die Empa in St.Gallen, die FHS St.Gallen, die Stadt St.Gallen und die Universität St.Gallen haben den Verein STARTFELD ins Leben gerufen und zusammen mit der St.Galler Kantonalbank die Stiftung STARTFELD gegründet. Diese Partner verfolgen als Kompetenznetzwerk ein gemeinsames Ziel: Jungunternehmer aus der Region zu unterstützen und ihnen zum Durchbruch zu verhelfen. STARTFELD verstärkt damit die Positionierung der Ost-



schweiz als starkes Zentrum von Unternehmensegeist und Innovationen.

Das Dienstleistungsangebot von STARTFELD steht auf drei Pfeilern:

- 1) Im ersten Pfeiler dreht sich alles um Beratung und Coaching – Basis bei allen Herausforderungen der Unternehmensgründung.
- 2) Ein zweiter Pfeiler befasst sich mit der Finanzierung in der Startphase. Hier stehen die Vermittlung geeigneter Finanzierungspartner im Vordergrund sowie die Bereitstellung von Frühfinanzierungsgeldern aus der eigenen STARTFELD-Stiftung.

- 3) Im dritten Pfeiler geht es um Geschäftsräume. STARTFELD hilft aktiv bei der Suche nach Räumlichkeiten, die auf Ihre Bedürfnisse als Start-up zugeschnitten sind. So ist zum Beispiel eine eigene STARTFELD-Immobilie mit moderner Infrastruktur in St.Gallen geplant. Mit geeigneten Partnern sollen auch in anderen Regionen passende Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt werden.

Neben diesen drei Pfeilern werden regelmässig Veranstaltungen unter dem Namen STARTFELD live! organisiert, wo Sie Erfolgsgeschichten anderer Unternehmer live erleben und Ihr Netzwerk ausbauen können. [www.startfeld.ch](http://www.startfeld.ch)

# HARTE SCHALE. WEICHER KERN.

Jedem Kern seine individuelle Schale.



**HOLZ-VERPACKUNGEN.**  
**WELLPAPPE-VERPACKUNGEN.**  
**SYSTEM-VERPACKUNGEN.**

Verpackungs-Konzepte.  
Verpackungs-Entwicklung.  
Verpackungs-Logistik.



**B. Heer AG**  
**Heer & Tailleur AG**  
Piccardstrasse 19  
CH-9015 St. Gallen  
Telefon +41 71 313 94 94  
Fax +41 71 313 94 95  
[www.heer-verpackungen.ch](http://www.heer-verpackungen.ch)



**HEER VERPACKUNGEN**

# Entwicklung bedeutet Fortschritt – ein Credo, das wir täglich leben

Wir sind Ihr Partner, wenn es um die Entwicklung von individuellen Verpackungslösungen aus Holz, Wellpappe und Schaumstoff geht. Zusammen mit Ihnen erstellen wir genau die Lösung, die perfekt auf Ihre Bedürfnisse und Ihre Produkte abgestimmt ist. Basis dafür bilden modernstes Know-how und ausgeklügelte CAD-Konstruktionen – für Verpackungen, die auch morgen noch überzeugen.



## Umfassende Leistungen

- › Wellpappeverpackungen
- › Grossbehältersysteme
- › Systemverpackungen (vor allem für die Geräteindustrie wie die Medizintechnik usw.)
- › Verpacken von Industriegütern für alle Transportarten und Destinationen
- › Containerstau
- › Korrosionsschutz
- › Transportüberwachung mit Datenloggern
- › Lagerung verpackter Güter
- › Kanbanbehälter/Mehrwegbehälter

## Entwicklung

Erfahrung und Fachwissen sind das eine, innovative Lösungen das andere. Wir bieten beides. Die Entwicklung von überzeugenden Verpackungslösungen für die verschiedensten Produkte gehört zu unseren interessantesten und herausforderndsten Kernaufgaben. Hochqualifizierte Mitarbeiter setzen ihre Ideen entsprechend der geforderten Funktion der Verpackungen mit Hilfe von CAD-Programmen, modernen Plottern und in enger Zusammenarbeit mit den Kunden in optimale Lösungen um.

Materialeinsatz, Verpackungskonstruktion, Abpackvorgänge, logistikgerechte und verkaufsfördernde Gestaltung und letztlich auch die Entsorgung – all diese Themen

stellen wir auf den Prüfstand, um Verbesserungsmöglichkeiten auszuloten.

## Optimierte Produktion für Ihren Vorteil

Heer steht für Tradition und Innovation – auch bei der Produktion. Wir verfügen an allen unseren Standorten über grosse, zweckmässig eingerichtete Produktionshallen und modernste Produktionsanlagen. So sind wir maximal flexibel und können Ihnen rasche Lieferzeiten bieten.

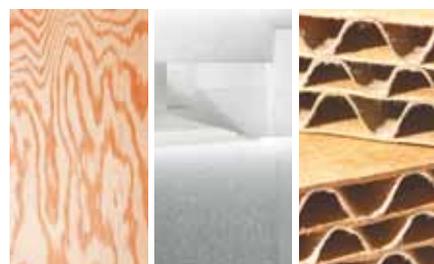
Viele unserer Kunden benötigen kurze Lieferzeiten und haben nur eine begrenzte Lagerkapazität. Unsere Flexibilität und Logistik ermöglichen uns, unsere Kunden «just in time» zu beliefern.

## Heer Verpackungen

Die Gruppe Heer Verpackungen umfasst die B. Heer AG sowie die Heer & Tailleur AG. Die Gruppe hat ihren Hauptsitz in St. Gallen und betreibt Filialen in Matzingen, Buchs SG und Losone. Kernkompetenz umfasst Wellpappeverpackungen, Holzverpackungen und die Verpackungslogistik. Das Unternehmen mit rund 100 Beschäftigten wird heute in zweiter Generation von Dr. Balthasar Heer geleitet.



HEER VERPACKUNGEN



## Verpackung ist Schutz. Innovative Verpackungslösungen von Heer sind mehr

Holz, Wellpappe und Schaumstoffe – das sind die Grundmaterialien, die wir verwenden. So können wir Ihnen jederzeit garantieren, dass Sie von uns die beste Verpackungslösung für Ihre Packgüter erhalten.

B. Heer AG  
 Heer & Tailleur AG  
 Piccardstrasse 19  
 9015 St. Gallen  
 Tel. 071 313 94 94  
 Fax 071 313 94 95  
[www.heer-verpackungen.ch](http://www.heer-verpackungen.ch)  
[info@heer-verpackungen.ch](mailto:info@heer-verpackungen.ch)



Zukunft sichern!  
Innovation.  
Ideen. Technologien. Lösungen.



**GREMLI realize** gmbh

Positionierung und Fokussierung  
Produkt-/Marktstrategie  
Produktrealisierung  
Projektmanagement

www.greml-realize.ch - kontakt@greml-realize.ch - 071 310 14 46

## Scheidweg-Garage AG

Gontenstrasse 1  
9050 Appenzell  
scheidweg-garage.ch



Service



Service



Nutzfahrzeug  
Service



- Verkauf, Vermietung und Leasing von Neuwagen und Occasionen
- Self-Service-Waschanlage
- Tankstellen-Shop
- 24-Stunden-Pannendienst
- Spengler- und Werkstattarbeiten



**E betzli meh - fö e rondom guets Gefühl**

# Der Amateur.

# Der Profi.



$$1 + 1 = \frac{\ln e^{\sqrt{625}} \cdot \left( \sqrt[3]{6^3} \cdot \sin(\lg 10^{\sqrt[3]{27}} \cdot \frac{5!}{12}) \right)^0 + 4! + \frac{\ln e^0}{\pi^{27}} + \cos 360^\circ}{\int_1^4 \frac{1 dx}{2\sqrt{x}} + 3 \sin 30^\circ - 4 (\sin 30^\circ)^3} =$$

## Der Profi Personalmanagement

Altstätten . St.Gallen . Schaan . [www.derprofi.ch](http://www.derprofi.ch) . [profi@derprofi.ch](mailto:profi@derprofi.ch)

Breite 29  
CH-9450 Altstätten  
Tel. +41 71 757 80 60  
Fax +41 71 757 80 66  
[www.derprofi.ch](http://www.derprofi.ch)  
[profi@derprofi.ch](mailto:profi@derprofi.ch)

Rosenbergstrasse 32  
CH-9000 St.Gallen  
Tel. +41 71 228 80 60  
Fax +41 71 228 80 66  
[www.derprofi.ch](http://www.derprofi.ch)  
[profi@derprofi.ch](mailto:profi@derprofi.ch)

Obergass 23  
FL-9494 Schaan  
Tel. +423 239 80 60  
Fax +423 239 80 66  
[www.derprofi.li](http://www.derprofi.li)  
[profi@derprofi.li](mailto:profi@derprofi.li)



foxcom.ch

# Zufriedene Kunden dank perfektem Service

Perfekte Logistik zeichnet sich heutzutage nicht nur durch den zuverlässigen Transport der Güter aus, sondern auch durch einfache Datenübermittlung. Die Schweizerische Post bietet ein vielfältiges Angebot verschiedener E-Services an. Geschäftskunden der Schweizerischen Post können ihre Sendungen online verfolgen, sogar Bilddaten der Pakete stehen zur Verfügung. Für den Datenaustausch besonders interessant sind die Webservices.

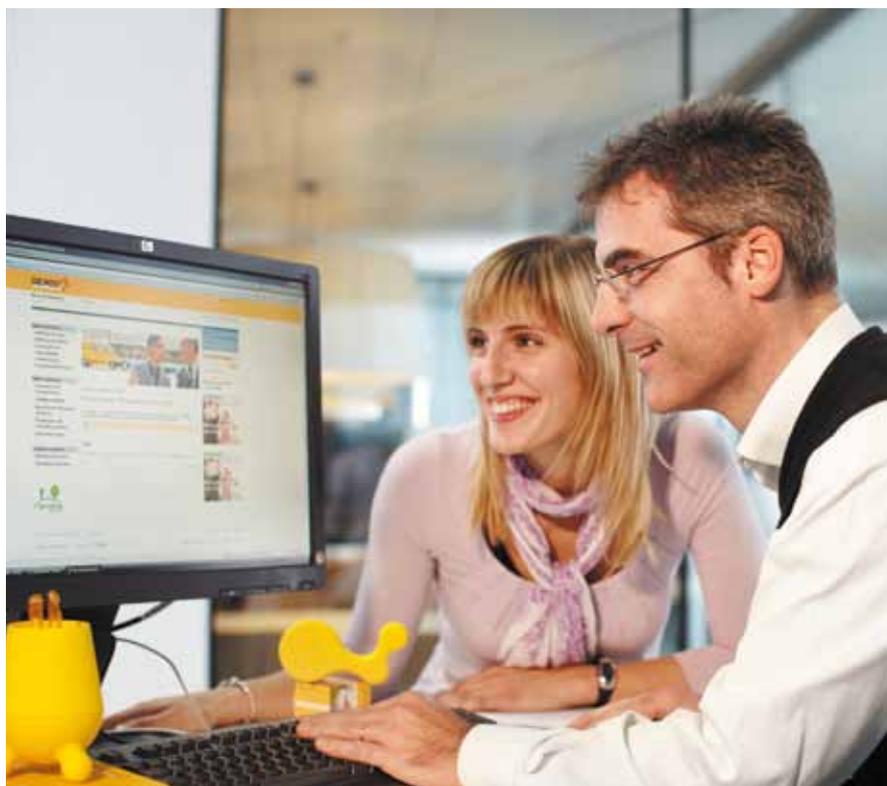
Die Post verfügt über eine enorme Datenmenge zu den ihr anvertrauten Sendungen und stellt diese den Geschäftskunden gratis zur Verfügung. Raphael Bolliger, Produktmanager, erklärt nicht ohne Stolz: «Wir erbringen unsere Leistungen in einer dermassen guten Qualität, dass wir nichts verstecken oder vertuschen müssen. Es gibt für uns keinen Grund, diese Daten unseren Kunden nicht zur Verfügung zu stellen.»

## Sendungen verfolgen

Viele Firmen sind froh um diese Daten und nutzen die Sendungsverfolgung rege. Nebst Informationen zur Aufgabe, Sortierung und Zustellung bietet die Post auch Fotos der Pakete. Auch über die Grösse und das Gewicht des Paketes geben die vorhandenen Daten genauestens Auskunft. Bei Sendungen, die gegen Unterschrift ausgeliefert werden, ist zusätzlich das digitale Bild der Unterschrift des Empfängers vorhanden. Die Daten zu Paketsendungen werden im Halbstundentakt aktualisiert.

## Zufriedene Kunden dank kompetentem Kundendienst

Durch die Dienstleistung «Sendungen verfolgen» können Kundendienstmitarbeitende entsprechende Anfragen schnell und kompetent beantworten. Viele Anrufer sind froh um die Auskunft, wer das Paket entgegengenommen hat oder dass der erste Zustellversuch nicht klappte und das Paket auf der Poststelle abgeholt werden kann. Da die Daten fast ein Jahr lang zur Verfügung stehen, können die Kundendienstmitarbeitenden auch dann helfen, wenn sich die Kunden erst Monate nach dem Versand bei ihnen melden.



Mit «Sendungen verfolgen» jederzeit wissen, wo das Paket ist.

## Webservice «Sendungen verfolgen»

Geschäftskunden, die ihren Endkunden den Status der bestellten Ware lückenlos aufzeigen wollen, können mit dem Webservice «Sendungen verfolgen» die Daten der Post in ihre Systeme integrieren. Der Datenaustausch zwischen dem Kundensystem und der Datenbank der Post erfolgt elektronisch, und die Daten können flexibel weiterverwendet werden. So ist es möglich, auf der Webseite die verschiedenen Stati der Sendungen lückenlos aufzuzeigen. Kundinnen und Kunden können so ihre Sendungen virtuell begleiten und wissen, wann sie das Paket in Empfang nehmen können. ■

## My Post Business

«Sendungen verfolgen» ist nur eine von vielen Funktionen auf My Post Business, der Geschäftskundenplattform der Schweizerischen Post. My Post Business können Geschäftskunden mit einer eigenen Debitoren- oder Frankierlizenznummer benutzen. Der Kunde loggt sich mit einem persönlichen Passwort ein und kann die Daten der von ihm aufgegebenen Sendungen abrufen. Durch das persönliche Login stellt die Post sicher, dass Kunden keine fremden Daten sichten können.

[www.post.ch/mypostbusiness-info](http://www.post.ch/mypostbusiness-info)

# 7 Fragen an Bärbel Züllig



## Wie das Haus zur «Verkörperung der Bewohner» wird

Als Laie kann man sich kaum vorstellen, wie Räume und Gebäude mit kreativen Ideen in bestes Licht getaucht werden können. Mit ihrem Wissen holt Bärbel Züllig – diplomierte Architektin, Farbdesignerin und Feng Shui Beraterin – das Optimum aus jedem Gebäude heraus. Sie ist mit ihrer Firma «leben + RAUM» in der Ostschweiz und in Zürich tätig.

**Bärbel Züllig, wer baut, hat eigentlich schon genügend Entscheidungen zu treffen. Wieso sollte er sich zusätzlich noch mit Feng Shui beschäftigen?**

Mit meinem Geschäft biete ich eine Beratung an. Durch mein über all die Jahre erworbenes Wissen kann ich diese ganz persönlich auf die Bauherren abstimmen; dies bei Fragen zu Architektur, Farbdesign, Inneneinrichtung und Möblierung sowie Lichtdesign. Zudem gehe ich auch auf Feng Shui ein. Die Kunden erhalten also ein abgerundetes Paket, das genau auf ihre Bedürfnisse und Fragen abgestimmt ist. Feng Shui ist somit nicht ein «zusätzliches Thema», mit dem sich die Bauherren beschäftigen müssen, sondern es ist ein «Teil des Ganzen».

**Welchen Ansatz verfolgen Sie diesbezüglich?**

Wir sind «Teil eines Ganzen». Die Aussagen zur Wissenschaft und Lehre «Feng Shui» sind über Jahrhunderte im chinesischen Lebensraum, jedoch auch in Bali, Thailand und anderen östlichen Ländern weiter gegeben und vervollständigt worden. Inzwischen ist eine «Lebensphilosophie» entstanden, die Anfang des 20. Jahrhunderts durch Übersetzungen – von in diesem östlichen Sprach- und Kulturraum lebenden Europäern – hier bei uns

bekannt wurde. Durch den Tourismus und die Öffnung von China seit den 1990er Jahren hat Feng Shui einen breiten Bekanntheitsgrad erlangt.

Ich persönlich sehe die Lehre «Feng Shui» als ganzheitliche Lebensphilosophie, die jedoch nicht einfach so auf uns Europäer und unseren Kulturraum übernommen werden kann. Wir sollten die Erkenntnisse von Hildegard von Bingen, aber auch von den Griechen (Aristoteles) sowie von anderen Wissenschaftlern und Politikern aus unserer europäischen Geschichte mit einfließen lassen.

Unsere Firmenphilosophie erlaubt es mir, meine Kunden sehr individuell und respektvoll zu beraten. Dies als Europäerin, die intuitiv auf den Menschen und seine Bedürfnisse – hier: der Wunsch nach einem schönen Zuhause – eingehen kann.

**Zu welchem Zeitpunkt sollte man bei einem Neubau eine solche Beratung in Anspruch nehmen? Was wäre der ideale Fall?**

Im Idealfall beginne ich mit der Beratung beim Entstehen des Wunsches nach einem eigenen Heim. Dann kann ich die Kunden bereits beim Grundstückkauf beraten, indem ich geomantische Abklärungen durchführe. Basierend auf diesen Erkenntnissen gebe ich Empfehlungen ab, wie das

zukünftige Haus auf dem Grundstück stehen sollte. Mit diesen Bauherren wird anschliessend in Diskussionen, im Gespräch ein Grundriss-Konzept entwickelt, das genau ihren Wünschen entspricht, sie selbst auf ihrem Lebensweg stärkt und auch kleine Alltagswünsche von ihnen aufnimmt. Das Einfamilienhaus oder die Eigentumswohnung wird zur «Verkörperung der Bewohner und Bewohnerinnen». Dies kann durch die Wahl von Materialien, Licht, Formen oder auch durch ein Farbkonzept sowie durch die Umsetzung von Anregungen aus dem Feng Shui geschehen.

**Und wenn ich die gesamte Planung schon abgeschlossen habe, besteht dann die Gefahr, dass Sie alles umkrempeln?**

Eine Beratung kann immer nur eine Empfehlung einer Fachperson an die Kunden sein. Diese entscheiden, in wie weit sie finanziell, aber auch zeitlich diese Ideen umsetzen können.

Ist schon vor Beginn der Beratung der eigentliche «break even point» in der Planungsphase überschritten, sollten nur noch Entscheidungen getroffen werden, die sich auf das Innenleben des Gebäudes auswirken oder finanziell vertretbar sind. Dies kann in einem gemeinsamen Gespräch mit Bauführung, Bauherren und mir be-

sprochen werden. Entscheidend wird immer die Meinung der Bauherren sein. Was ist für sie wichtig im Alltag? Welche grundlegenden Dinge gilt es zur Stärkung ihrer Persönlichkeit, ihres Unternehmens und ihrer Familie zu beachten?

Es gilt der Grundsatz der einfachen, angemessenen und schlichten Lösungssuche im Sinne der Machbarkeit.

**Ist bei den heutigen Vorschriften – Grenzabstände, Gebäudehöhen, Farbkonzepte – überhaupt ein optimaler Einsatz einer solchen Beratung möglich?**

Ja, natürlich. Indem man schon sehr frühzeitig mit einer ganzheitlichen Beratung zur Planung eines neuen Familienheimes beginnt, sich in seinen Wünschen mit Fachpersonen seines Vertrauens abstimmt, sie rechtzeitig hinzuzieht. Genau dank diesen Auseinandersetzungen, dem Erfahren von Fachmeinungen und den notwendigen Diskussionen findet man heraus, was man selbst möchte. Meist gibt es auch Lösungsvarianten, die man im Vorfeld gar nicht gesehen hat.

**Stossen Sie mitunter auf Vorurteile?**

Ja, wenn Menschen mich nur auf «Feng Shui» reduzieren wollen. Mein breit gefächertes Wissen, meine Erfahrungen und mein persönliches Leben haben mich zu der Beraterin werden lassen, die ich jetzt bin.

Bei mir stehen nicht meine Vorlieben für bestimmte Materialien und Farben im Mittelpunkt einer Beratung. Mir ist es wichtig, dass ich mit meinen Empfehlungen die Bewohner und Bewohnerinnen in ihren ganz persönlichen Stärken stärke und sie in ihrem Wunsch unterstütze, sich ein ganz individuelles und persönliches Umfeld zu schaffen.

**Welche sind für Sie persönlich in Wohnräumen die grössten Todsünden?**

Es gibt keine Todsünden. Wir Menschen sind sehr individuell und werden unsere «Verkörperung», also unseren Wohnraum, immer den Lebensverhältnissen anpassen. Unser Leben ist ständig in Bewegung. So zeigt ein Wohnraum, der sich über die Jahre hinweg verändert, dass dieser Mensch in Bewegung ist, dass sich auch etwas in seinem Leben wandelt. Damit ist der Wohnraum an sich das Spiegelbild der Bewohner und kann demzufolge nie «falsch» sein.

Für mich persönlich sollten zu starke Farb- und Materialkontraste vermieden werden, weil diese sehr viel Unruhe in den Wohnraum, aber auch in das ohnehin schon bewegte Leben bringen.

[www.leben-raum.ch](http://www.leben-raum.ch)

# 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](http://www.leaderonline.ch)



**LEADER.**  
Das Ostschweizer  
Unternehmermagazin.

# Ob mit oder ohne Senf

Wo St.Gallen draufsteht, soll ab sofort ausschliesslich St.Gallen drinstecken. Zumindest bei der Bratwurst. Auch wenn dabei der Begriff «St.Gallen» geografisch doch eher weit gefasst wird: Die echte St.Galler Bratwurst darf in Zukunft nur noch aus der Ostschweiz kommen. Recht so. von *Stephan Ziegler*

**D**ie Zutaten – Kalb- und Schweinefleisch, Milch, Salz, Pfeffer sowie Gewürze nach Gusto des Metzgermeisters wie Kardamom, Koriander, Ingwer, Muskat, Zwiebel, Lauch, Sellerie oder Zitrone – dürfen nur in den Kantonen St.Gallen, Thurgau oder den beiden Appenzell zur «St.Galler Bratwurst» verarbeitet werden. Und zwar nach einem strengen Pflichtenheft, das genau umschreibt, was alles drin sein darf, wie sie hergestellt wird und wie sie auszusehen hat. Das verwendete Fleisch darf ausschliesslich aus der Schweiz oder dem Fürstentum Liechtenstein stammen.

Mitte April durften die Ostschweizer Bratwurstproduzenten, zumindest die bei der «Sortenorganisation St.Galler Bratwurst» registrierten, an der OFFA ihre diesbezüglichen Zertifikate entgegennehmen. Es sind deren 35 Metzger, die ihre Würste nun als «St.Galler Bratwurst» verkaufen dürfen. Ab sofort ist diese ein Produkt mit geschützter geografischer Angabe.

Für diese Zertifizierung ihrer Wurst haben sich die Ostschweizer Metzger jahre-

lang starkgemacht. Nun haben sie einen bedeutenden Schritt in Sachen Branding vollzogen – den positiven Effekt, den eine gut geführte Marke haben kann, kennt man nicht nur vom «Appenzeller».

Tatsächlich ist die St.Galler Bratwurst seit Jahrzehnten, wenn nicht Jahrhunderten, auch ohne Label in der ganzen Schweiz und über unsere Grenzen hinaus ein Begriff. Nirgendwo sonst werden so feine Bratwürste hergestellt. Kein Wunder, wird dieses Qualitätsprodukt auch schnell mit St.Gallen in Verbindung gebracht – es gehört schliesslich zu St.Gallen wie das Kloster oder die Olma.

A propos Olma: An ihr werden traditionell viele Bratwürste gegessen, und zwar die etwas schwereren und grösseren «Olma-Bratwürste» – auch diese Bezeichnung ist ab sofort geschützt. Und wenn auch einige St.Galler behaupten, man dürfe eine hiesige Bratwurst nicht mit Senf essen, so bleibt dieser «Frevel» – der übrigens auch dem Schreibenden schmeckt – weiterhin erlaubt. Hauptsache, der Senf kommt an eine echte St.Galler Bratwurst. ■

## Prüfen Sie jeden Kunden auf seine Zahlungsfähigkeit

Jeden! «Das ist viel zu teuer.» Falsch! Richtig ist, dass Sie jeden Kunden risikoadäquat prüfen sollten. Will heissen, die Bonitätsprüfung eines Kunden, der für 150 Franken bestellt, darf nicht viel mehr als 1 Franken kosten; die Überwachung von

Kunden, die ständig offene Posten über zigtausend Franken haben, auch mehr. Faustregel: Bonitätsprüfungen sollten nie mehr kosten als die möglichen Verluste. Sehen Sie doch mal nach, wie viel Ihre Firma in den letzten Jahren ausgebucht



hat. Das ist in etwa Ihr Budget für präventive Bonitätsprüfungen.

Was denken Sie? mail to: [guido.scherpenhuyzen@st.gallen.creditreform.ch](mailto:guido.scherpenhuyzen@st.gallen.creditreform.ch)



## LEADER 5/2011

Magazin LEADER  
MetroComm AG  
Zürcherstrasse 170  
Postfach 349  
9014 St.Gallen  
Telefon 071 272 80 50  
Fax 071 272 80 51  
[leader@metrocomm.ch](mailto:leader@metrocomm.ch)  
[www.leaderonline.ch](http://www.leaderonline.ch)

|   |  |
|---|--|
| <b>Verleger:</b>                            | Natal Schnetzer  |
| <b>Redaktion:</b>                           | Marcel Baumgartner (Leitung)<br><a href="mailto:mbaumgartner@metrocomm.ch">mbaumgartner@metrocomm.ch</a><br>Dr. Stephan Ziegler<br>Daniela Winkler   |
| <b>Autoren in dieser Ausgabe:</b>           | Roland Rino Büchel, Sven Bradke,<br>Michael Götte  |
| <b>Fotografie:</b>                          | Bodo Rüedi   |
| <b>Herausgeberin, Redaktion und Verlag:</b> | MetroComm AG<br>Zürcherstrasse 170<br>9014 St. Gallen<br>Tel. 071 272 80 50<br>Fax 071 272 80 51<br><a href="http://www.leaderonline.ch">www.leaderonline.ch</a><br><a href="http://www.metrocomm.ch">www.metrocomm.ch</a><br><a href="mailto:leader@metrocomm.ch">leader@metrocomm.ch</a> |
| <b>Geschäftsleitung:</b>                    | Natal Schnetzer<br><a href="mailto:nschnetzer@metrocomm.ch">nschnetzer@metrocomm.ch</a>  |
| <b>Verlags- und Anzeigenleitung:</b>        | Martin Schwizer<br><a href="mailto:mschwizer@leaderonline.ch">mschwizer@leaderonline.ch</a>  |
| <b>Marketingservice/ Aboverwaltung:</b>     | Irene Hauser<br><a href="mailto:sekretariat@metrocomm.ch">sekretariat@metrocomm.ch</a>   |
| <b>Abopreis:</b>                            | Fr. 60.– für 18 Ausgaben   |
| <b>Erscheinung:</b>                         | Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben   |
| <b>Gestaltung/Satz:</b>                     | Marisa Gut<br><a href="mailto:mgut@metrocomm.ch">mgut@metrocomm.ch</a>   |
| <b>Produktion:</b>                          | Sonderegger Druck AG, Weinfelden   |

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

ISSN 1660-2757

metro  
comm



# Open Innovation

Innovation braucht Plattformen. Sie gedeiht in einer Wissensgesellschaft, sie lebt von lebendigem Austausch, baut auf persönliche Kontakte und wächst in Netzwerken – regional, national oder international. Die Schweiz als Nation der Regionen braucht regionale Innovationsnetzwerke. inventure bietet ein Netzwerk für Start-ups, Spin-offs und etablierte Unternehmen in der Ostschweiz.

inventure stärkt das Selbstbewusstsein in der Ostschweiz. Über Erfolgsbeispiele wird Innovationsfähigkeit erlebbar gemacht. Als überregionale Plattform mit entsprechender Ausstrahlung, mit aktuellen Themen und Top-Referenten setzt inventure Akzente: inventure bringt technologische wie auch wirtschaftliche Innovation, Leistungsträger und Kapital zusammen, vernetzt Wirtschaft, Wissenschaft und Medien.

## Referenten



Professor Dr. Oliver Gassmann  
Universität St.Gallen



Christian Hirsig  
Atizo AG



Tim Kröger  
Professioneller Segler



Mag. Daniela Kapelari-Langebner  
Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH



Heidi Mastroberardino-Metzler  
Metzler & Co. AG

## Moderation



Stephan Klapproth

**4. inventure**  
**Donnerstag, 5. Mai 2011**  
**12.00 – 17.30 Uhr**  
**RhEMA Rheintalmesse, Allmendplatz,**  
**9450 Altstätten**

**Programm und Anmeldung unter**  
**[www.inventure.ch](http://www.inventure.ch)**

**Ticket:** CHF 275  
**Partner-Ticket:** CHF 200

Inbegriffen sind:

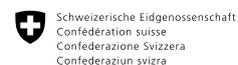
- Parkplatz
- Messeeintritt an die RhEMA ([www.rhema.ch](http://www.rhema.ch))
- Steh-Lunch
- Pausenerfrischung
- Apéro Riche

## Wissenspartner

EMPA in St.Gallen  
FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
Henri B. Meier Unternehmerschule der Universität St.Gallen  
HSR Hochschule für Technik Rapperswil  
HTW Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur  
NTB Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs  
Universität Liechtenstein

**Netzwerkpartner**  
AGV Arbeitgeber-Verband des Rheintals  
Innovationszentrum St.Gallen IZSG-FHS  
Jungunternehmerförderung St.Galler Rheintal  
Swiss Marketing Club Rheintal (SMC Rheintal)  
tebo Technologie Zentrum an der EMPA in St.Gallen

## Patronatsgeber:



Kommission für Technologie und Innovation KTI



## Haupt-Sponsoren:



ST.GALLISCH-APPENZELISCHE  
KRAFTWERKE AG



## Co-Sponsoren:



## Dienstleistungspartner:



## Medienpartner:





Gastronomie  
Feinstein-Platten

Wohnung  
Teppichkollektion  
Dream

Laden  
Feinstein-Platten

Praxis  
Diamant  
Designfloor

Wohnung  
Alpenkollektion®

Gewerbe  
Alpenkollektion®

Gewerbe  
Alpenkollektion®

Laden  
Feinstein-Platten

Büro  
Belvedere®  
Sisal

 **Belcolor**  
FLOORING

**Ihr Spezialist für  
unkonventionelle  
Bodenbeläge.**

Besuchen Sie unsere  
Showrooms in St. Gallen,  
Zürich, Chur oder Lausanne.  
Alle Informationen unter  
[www.belcolor.ch](http://www.belcolor.ch)





# Pflicht für jeden Unternehmer

Am 5. Mai findet die vierte Ausführung von «inventure» statt. Im Interview erklärt Tagungsleiter Kurt Wettstein, welche Highlights dieses Jahr anstehen und welche Neuerungen auf die Besucherinnen und Besucher warten.

**Kurt Wettstein, welches Fazit ziehen Sie nach drei Durchführungen der Veranstaltung «inventure»?**

Wir dürfen feststellen, dass inventure nach nur drei Durchführungen ihren Platz in der Ostschweizer Tagungslandschaft eingenommen hat. Qualitativ sehr gute Referate, die hervorragende Moderation durch Stephan Klapproth und das einmalige RhEMA-Ambiente in den Networking-Phasen zusammen mit dem sehr breiten Netzwerk der Veranstaltung haben dazu geführt, viele neue Tagungsbesucher auf die Altstätter Allmend zu locken. Wir haben für inventure eine dreijährige Investitionsphase gerechnet. Nun muss sich die Tagung auch wirtschaftlich selber tragen.

**Wurden auf dieses Jahr Veränderungen vorgenommen?**

Mit dem Tagungsthema «Open innovation» greifen wir wiederum ein aktuelles Thema auf. Dieses beleuchten wir aus verschiedenen Blickwinkeln. Grundsätzlich bleiben wir bei der gleichen Struktur, legen aber Wert darauf, dass die Referate kurz, kna-

ckig, informativ und unterhaltsam sind. Einen weiteren Schritt werden wir im Tagungsambiente machen.

**Welches sind die Highlights 2011?**

Ich freue mich auf alle Referate. Die Referenten und die Inhalte wurden sorgfältig ausgesucht. Und wir haben wieder alles daran gesetzt, eine interessante Dramaturgie in den Veranstaltungsablauf zu bringen. Gesamtheitlich freue ich mich deshalb auf den Mix, der von wissenschaftlichen Betrachtungsweisen über traditionelle, 100-jährige Unternehmenserfahrung bis hin zu neuen internetbasierten Firmen reicht. Die emotionalen Erlebnisse werden dabei ebenfalls nicht zu kurz kommen.

**Wann sprechen Sie persönlich von einer gelungenen Veranstaltung?**

Da habe ich eine differenzierte Betrachtung. Wenn die Veranstaltung wirtschaftlich positiv abschliessen kann, darf sicher von einer gelungenen Tagung gesprochen werden. Daneben ist für mich aber die Zufriedenheit der Teilnehmerinnen und Teilneh-

mer die Messlatte. Sind sie begeistert und damit ihre Erwartungen erfüllt oder übertroffen, ist die Veranstaltung gelungen. Nur wenn dies zutrifft, hat für mich eine solche Veranstaltung längerfristig ihre Berechtigung.

**Wie gehen Sie bei der Suche nach geeigneten und spannenden Referenten vor?**

Ich versuche, möglichst nah an der Aktualität und vor allem beim Thema Innovation zu bleiben. Referenten, die zum Thema einen interessanten Beitrag leisten können, sind gefragt. Das schränkt das Spektrum schon stark ein. An inventure brauchen wir Referenten, die im Moment aktiv «im Geschäft» sind. Aktuelle CEOs – egal ob sie grosse, mittlere oder kleinere Unternehmen repräsentieren – sind da immer gut. Ich besuche persönlich verschiedenen Veranstaltungen und verpflichte dann oft Referenten, die es geschafft haben, mich dort mit einem Referat zu begeistern. So weiss ich dann, was in etwa auf unsere Besucher zukommt.

**Wer hat in der Vergangenheit am meisten überzeugt?**

Bis jetzt hat Yves Rossy letztes Jahr am meisten Begeisterung ausgelöst. Aber auch Dr. Jürgen Dold, CEO Leica Geosystems hat die Teilnehmerinnen und Teilnehmer extrem beeindruckt. Oder bei der ersten Ausgabe von inventure der junge Marbacher Daniel Graf, der mit seiner Inter-



Die 4. Ausführung von inventure findet am Donnerstag, 5. Mai 2011 von 12 bis 17.30 Uhr in der Eventhalle der RhEMA Rheintalmesse auf dem Allmendplatz in Altstätten statt. Referenten sind: Oliver Gassmann, Heidi Mastroberardino, Daniela Kapelari, Christian Hirsig und Tim Kröger. Weitere Infos unter: [www.inventure.ch](http://www.inventure.ch)



Kurt Wettstein

netidee Kyte sein Glück in San Francisco gefunden hat. Über alle Veranstaltungen gesehen macht mir Stephan Klapproth mit seiner unverwechselbaren Moderation Freude.

**Und wen wüshten Sie sich dereinst als Gast?**

Steve Jobs oder Bill Gates? (lacht). Obwohl: Steve Jobs haben wir ernsthaft versucht zu erreichen. Aber bereits das wäre schon ein Erfolg gewesen. Leider ist er dann ja auch erkrankt. Aber ernsthaft: Es geht mir um Inhalte, nicht um schillernde Figuren. Wenn beides verbunden werden kann, packen wir natürlich die Chance.

**Werden am Event auch aktuelle Themen miteinbezogen, sei es nun Japan oder als Schweizer Thema die anstehenden Wahlen im Oktober?**

Inventure kümmert sich um die Themen Innovation und Finanzierung von Innovation. Die von Ihnen angesprochenen Themen überlassen wir eher anderen Veranstaltungen. Wenn ein Referent dazu Ausführungen macht, ist das aber sicher o.k. und gut.

Es kann aber durchaus sein, dass wir Japan oder vielmehr das Thema Innovationen im Energiebereich 2012 als Thema aufgreifen. Im Moment sind diese Themen natürlich unbestritten interessant. Vor dem Eindruck der ganz aktuellen Ereignisse geht aber gerne der Blick für nachhaltige Entwicklungen unter.

**Welchen Nutzen können die Gäste aus «inventure» ziehen?**

Eigentlich müsste der Besuch dieser Veranstaltung für jeden Unternehmer Pflicht sein. Denn mit dem Thema Innovation setzt sich zwingend jede Firma auseinander. Und Innovation gedeiht durch Gespräche unter Gleichgesinnten, in der Diskussion von Beispielen und durch Inputs aus der aktuellen Wissenschaft und von Trends. All dies bietet inventure kompetent und sehr komprimiert. Dass dies bei uns so stattfindet bestätigen die Feedbacks der Teilnehmer der bisherigen Veranstaltungen.

**Wie geeignet ist das Umfeld, insbesondere die Rhema?**

Für neue Ideen bin ich dann empfänglich, wenn ich mich losgelöst vom Alltag in einer anderen Umgebung damit auseinandersetzen kann. Das hat mit dem Umfeld und dem Ambiente zu tun. Die RhEMA bietet eine professionelle Tagungsinfrastruktur, ein emotionales Ambiente und viele Anreize, länger als nur für die Tagung auf dem Tagungs- und Messegelände zu verweilen und sich auszutauschen. Die RhEMA hat bald 20 Jahre Erfahrung in der Organisation von solchen Veranstaltungen. Das Umfeld beurteilen wir deshalb als optimal.

Dazu kommt, dass wir ein ausserordentliches Netzwerk mit dem Zugang zu Partnern aus der Wirtschaft, der Politik und vor allem auch der Wissenschaft vor Ort haben. Bei dieser Gelegenheit möchte ich auch einmal die optimale Unterstützung durch

unsere Sponsoren verdanken und dabei die Jansen AG und die SAK aber auch Price-Waterhouse-Coopers erwähnen. Sie unterstützen inventure als Hauptsponsoren von Beginn an namhaft in einer echten Partnerschaft.

**Gibt es eine Vision? Oder anders gefragt: Wo steht «inventure» in zehn Jahren? Was wäre Ihr Wunsch?**

Ich möchte inventure zu einer echten Plattform ausbauen, auf der Unternehmen aber auch Start-ups sich präsentieren können und wo ein guter Zugang zu aktuellem Wissen aber auch zur Finanzierung von Innovationen stattfindet. Das kann aber nicht «nur» über eine Tagung geschehen. Mein Wunsch ist eine Thematisierung, die über das ganze Jahr hindurch stattfindet. Ich will einen Beitrag dazu leisten, die vielen wichtigen und interessanten Unterstützungsangebote betreffend Innovation zu bündeln und den Überblick wie auch den Zugang dazu zu erleichtern. Mein Wunsch kurzfristig ist, dass die Veranstaltung weiterhin ein wesentliches Teilnehmerwachstum erlebt. Dadurch wäre die Multiplikation der Botschaften und der Initiativen noch grösser und öffentlich spürbarer.

**Entstand die Veranstaltung aus einem ganz konkreten Bedürfnis heraus oder gibt es allenfalls ähnliche «Vorbilder» im Ausland?**

Inventure entstand aus dem Bedürfnis vieler Unternehmer, die sich eine solche Plattform wünschen. Wir haben das Konzept nicht kopiert. Insofern sind unsere Überlegungen ja auch eine Innovation. Zudem: Unsere Region ist wirtschaftlich sehr stark und verbirgt eine Vielzahl hervorragender und erfolgreicher Unternehmen. Darüber sollte noch viel mehr gesprochen werden. Deshalb integrieren wir immer ein bis zwei Innovationsgeschichten aus unserer Region. ■

# Rücktritt als VR-Präsident

**I**ch habe dem Verwaltungsrat mitgeteilt, dass ich als Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats der AFG Arbonia-Forster-Holding AG per 30. April 2011 zurücktreten und damit meine entsprechenden Funktionen bei der AFG abgeben werde. Wie bereits

früher angekündigt, werde ich auch die Funktion des CEO zum Datum der diesjährigen GV niederlegen. Als mit Abstand grösster Aktionär der AFG werde ich hingegen meinen Sitz im VR bis mindestens zum Ablauf meiner Amtszeit an der GV 2012 behalten.

Die Trennung von meinem Lebenswerk fällt mir nicht leicht. Ich bin mit der AFG seit über 25 Jahren eng verbunden. Von 1985 - 1990 leitete ich als Generaldirektor das Unternehmen und brachte es 1988 an die Börse. Im September 2003 übernahm ich von der Erbgemeinschaft des Grün-



*Dr. Edgar Oehler*

ders Jakob Züllig die Aktienmehrheit und baute das Unternehmen Schritt für Schritt zu einem der führenden Bauzulieferer Europas aus.

Alle meine Funktionen habe ich in all diesen Jahren immer mit höchstem Enga-

gement ausgefüllt. Nach der erfolgreichen Bewältigung einer durch die Finanz- und Wirtschaftskrise bedingten schwierigen Periode verfügt die AFG heute wieder über vielversprechende Perspektiven. Ich übergebe die Führung der AFG meinen Nachfolgern deshalb mit der Erwartung, dass sie zu den geschaffenen Werten und den fast 6000 Mitarbeitenden Sorge tragen und das Unternehmen erfolgreich weiter entwickeln. Persönlich werde ich alles daran setzen und mich dafür verwenden, dass meine während über 25 Jahren weltweit gewonnenen Erfahrungen, Kontakte und Netzwerke nutz- und gewinnbringend übertragen und weiter angewendet werden können.

*Dr. Edgar Oehler, Präsident  
und Delegierter des Verwaltungsrats,  
AFG Arbonia-Forster-Holding AG*

