

**Stephan Weigelt:**

Die Ostschweiz soll mit «acrevis» eine neue starke Regionalbank erhalten

Seite 12

Robert Baldinger:

Die Bioforce AG ist auf Nach- haltigkeit ausgerichtet

Seite 32

Hintergrund

2011 ist das Wahljahr der neuen Kräfte. Die eigentliche Bewährungsprobe für die neuen Parteien wie BDP und Grünliberale folgt im Herbst. Die Frage ist, ob sie sich wirklich einen grossen Erfolg wünschen sollten.

ab Seite 6

DENK
DENK
ANSTOSS!

letzte Seite

BMW 1er

www.bmw.ch



Freude am Fahren



Das Schicksal beginnt im Detail



Alle vier Jahre wird in der Schweiz auf nationaler Ebene gewählt. Und alle vier Jahre ist die Rede von einer Schicksalswahl. Der künftige Kurs der Schweiz, so wird uns jedes Mal medial weisgemacht, werde an einem Wochenende im Herbst bestimmt. Und genau so vorhersehbar erfolgt kurz darauf die grosse Ernüchterung, wenn sich zeigt, dass grosse Würfe in unserem Land ausbleiben, ganz egal, ob die neue Legislatur mit kleinen Veränderungen oder mit einem so genannten politischen «Erdrutsch» in Angriff genommen wird.

Wahlen in der Schweiz führen systembedingt nicht dazu, dass das Land ein völlig neues Gesicht erhält. Das kann man positiv auslegen, denn gerade in unsicheren Zeiten ist Stabilität ein wichtiger Wert. Gleichzeitig ist zu befürchten, dass die Politverdrossenheit weiter zunimmt, wenn immer mehr Menschen den Eindruck erhalten, ihr Gang zur Urne bleibe folgenlos. Die Aufgabe der Medien ist es deshalb, keinen künstlichen «Hype» rund um eine angebliche Schicksalswahl zu entfachen, sondern aufzuzeigen, dass die Stimmabgabe auch dann nicht vergeblich ist, wenn keine Revolution daraus entspringt. Denn selbst kleine Veränderungen können sich später in einzelnen Sachfragen auswirken.

Ein Beispiel: Gut möglich, dass es im Ständerat nach den Wahlen unter dem Strich keine grossen Verschiebungen bei der Parteienstärke gibt. Doch in der kleinen Kammer hat jede Personalrochade automatisch grössere Auswirkungen. Entscheiden sich etwa die St.Galler Stimmbürger dafür, den SP-Kandidaten Paul Rechsteiner mit seinen ausgeprägt sozialistischen Ideen in den Ständerat zu schicken, wächst umgehend die Gefahr von Zufallsmehrheiten zugunsten wirtschaftsfeindlicher Vorschläge und unsinnig-unrealistischer Forderungen. Denn schon heute ist der Ständerat anfällig für Mitte-Links-Postulate. Mehr Ferien verbunden mit hohen Mindestlöhnen und immer neue Massnahmen gegen vermögende Steuerzahler: Das sind Pläne, die unseren Staat schwächen, die aber scheinbarweise Einzug halten könnten, wenn noch zwei oder drei weitere Vertreter dieser Ideologie dazu kommen.

Schicksalswahlen? Vielleicht nicht, was die grossen Linien der Politik angeht. Mit Blick auf das Detail aber entscheidet jede Wahl ein Stück weit über unser Schicksal. Deshalb sind wir aufgefordert, klug zu wählen.

Natal Schnetzer
Verleger

DER FRANKEN IST STARK. UNSER ANGEBOT AUCH.

Es gibt viele Gründe, sich für die Agilität und Dynamik eines BMW 1er zu entscheiden. In diesem Sommer liefern wir Ihnen fünf Gründe mehr:

- **200% BMW. 100% Sonderausstattung bezahlen, 200% erhalten**
- **Währungsausgleichsprämie**
- **Promotionsleasing**
- **Gratis-Service bis 100000 km oder 10 Jahre**
- **Währungsvorteile für alle BMW Modelle verfügbar**

Promotion neu gültig bis 30.09.2011. Fragen Sie bei **Christian Jakob** nach einer aktuellen Offerte.

DER BMW 1er. JETZT BIS ZU CHF 11670.- WÄHRUNGSVORTEIL.

Christian Jakob AG
Schuppisstrasse 9
9016 St. Gallen
Tel. 071 282 49 69

Christian Jakob AG
Unterdorfstrasse 85
9443 Widnau
Tel. 071 727 20 40

www.christianjakob.ch

BMW 116i Dynamic Edition (3-Türer) (abg. Modell mit Sond.-Ausst.), 4 Zyl./90 kW (122 PS), Katalogpreis CHF 27900.-. Berechnungsgrundlage Währungsvorteil: Währungsausgleichsprämie CHF 3000.-, 200% BMW CHF 7470.- (Details unter www.bmw.ch/200), 4-Zylinder-Prämie CHF 1200.-. Promotion neu gültig bis 30.09.2011. Alle Preise inkl. 8% MwSt.

«Bei der **Wahl** der **Krankentaggeld-Versicherung** achten wir auf den **Preis** sowie auf eine hohe **Servicequalität.**»

Nina Jordi
Stellvertretende Geschäftsführerin
RailAway AG

Atupri – auch im Bereich Firmenkunden eine führende Qualitäts-Krankenkasse für Firmentaggeld, Krankenpflege, Unfallergänzung und Mutterschaft

Atupri Krankenkasse
Firmenkunden
Zieglerstrasse 29
3000 Bern 65
Tel. 031 555 09 11
firmenkunden@atupri.ch

Krankenkasse
atupri

Die Mitte noch nicht abschreiben 6
2011 ist das Wahljahr der neuen Kräfte

Die Ausgangslage im Appenzellerland 10
Eine Auslegeordnung vor den Wahlen

«Es ist wie bei einem Neugeborenen» 12
Stephan Weigelt über die neue Ostschweizer Bank «acervis»

Die entscheidenden ersten Sekunden 15
Imageberatung für angehende Politiker

KMU in der Ostschweiz klagen über starken Franken 17
Der Aufschwung verliert an Fahrt

Die Euro-Schwäche aus Sicht eines thurgauischen KMU 18
Ein Kommentar von Ferruccio Vanin, Finanzchef bei der RWD Schlatter AG

«Wir leben gut von den Montage-Sünden» 26
Zu Besuch bei der TS Tor & Service AG

Auf Nachhaltigkeit ausgerichtet 32
Bioforce hat mit dem Kauf der niederländischen Biohorma Schlagzeilen gemacht

Denkplatz für Konferenzen 44
Das Lilienberg Unternehmerforum gilt als Ort der Begegnung

Vom Wert des Querdenkers 52
Vorschau auf den Schweizer KMU-Tag

«Nicht nur Stürmer schiessen Tore»

Im Gespräch mit FDP-Kandidatin Sabine Bianchi. 8



Die nominierten Teams 55
Wer sich Hoffnungen auf den diesjährigen WTT-YoungLeaderAward machen darf

Zünd Systemtechnik AG gewinnt KMUPrimus 60
Impressionen von der Verleihung

Wechsel beim LEADER 65
Auf Marcel Baumgartner folgt Richard Ammann

Anzeige



altherr nessler

Altherr Nutzfahrzeuge AG, Untersteig, 9650 Nesslau
Tel. 071 994 12 52, info@altherr.ch, www.altherr.ch



Vertrauen Sie denen, die jederzeit für Sie da sind



altherr schaan

Altherr AG, im Rösle 7, FL-9494 Schaan
Tel. 00423 237 50 50, info@altherrag.li, www.altherrag.li

Die Mitte noch nicht abschreiben

2011 ist das Wahljahr der neuen Kräfte. Auch wenn die jüngsten Gewächse in der Politlandschaft zum Teil bereits 2007 am Start waren: Die eigentliche Bewährungsprobe für die neuen Parteien wie BDP und Grünliberale folgt erst in diesem Herbst. Die Frage ist, ob sie sich wirklich einen grossen Erfolg wünschen sollten. Denn einem Sieg an der Urne dürfte schon bald die Entzauberung folgen. Und vieles spricht dafür, dass die kommende Legislatur zu einer Wiedergeburt der alten Kräfte führt.

Text: Stefan Millius

Was macht neugegründete Parteien so attraktiv? Warum wurden den Grünliberalen kurz nach ihrer Entstehung die Türen eingerannt, und warum ist die SVP-Abspaltung BDP selbst für bisher überzeugte Parteilose ein willkommenener neuer Hafen? Es gibt verschiedene Gründe. Zum einen, und das liegt in der Natur der Sache, kann sich kaum jemand zu 100 Prozent mit einer bestimmten Partei identifizieren. Jeder Parteibeitritt ist deshalb mit Kompromissen verbunden. Wer bisher parteilos war, dem war offenbar der Kompromiss für einen Beitritt bisher zu gross. Eine neue Partei weist für eine bestimmte Personengruppe vielleicht eine grössere ideologische Schnittstelle auf als die bisher bestehenden. Diese Leute können es sich infolgedessen plötzlich vorstellen, einer Partei zugehörig zu werden.

Hafen für Frustrierte

So brutal es klingen mag: Ein wahrer Magnet sind neue Parteien aber auch für politisch Interessierte, die es in einer anderen Partei bisher zu nichts gebracht haben. Neuparteien brauchen in kurzer Zeit viel Personal, um funktionsfähig zu werden. Einer aus dem Fussvolk der SVP beispielsweise kann auf einen Schlag Präsident einer BDP-Sektion werden, denn in der Startphase wird jeder und jede benötigt. Das ist zugleich die Schwäche der neuen Parteien: Sie rekrutieren sich nicht nur, aber zu einem schönen Teil aus Frustrierten, denen der Weg nach oben anderswo verwehrt blieb. Und das vielleicht auch aus eigenem Verschulden.

Bei einer Partei wie den Grünliberalen kommt dazu, dass die Verbindung aus zwei



Auf dem Foto eine Einheit: Der aktuelle Bundesrat.

Bild: admin.ch

Grundhaltungen – ökologisches Bewusstsein und Liberalismus – vielen attraktiv erscheint, die sich nicht für eine davon entscheiden mögen. Die Frage, ob die Verschmelzung dieser zwei Schwerpunkte überhaupt möglich und sinnvoll ist, muss

jeder für sich selbst beantworten. Sicher ist, dass die dahinter liegende Unverbindlichkeit eine Anziehung darstellt. Wer «nur» liberal ist, muss sich oft gegenüber naturverbundenen Kreisen rechtfertigen; wer «nur» grün ist, dem wird Wirtschaftsfeindlichkeit

vorgeworfen. Grünliberal wird so zum willkommenen Etikett, das sich in der Realpolitik allerdings erst bewähren muss.

Attraktivität des Herausforderers

Dass den beiden neuen Parteien nicht nur an dieser Stelle, sondern generell in der Berichterstattung zu den Wahlen 2011 viel Platz eingeräumt wird, hat eine Logik: Bei den arrivierten Parteien sind die Positionen bekannt, ebenso ihre prominenten Vertreter. Sie verteidigen ihre Pfründe, während die neuen Kräfte die Herausforderer und Spielverderber darstellen – mit ungewissem Ausgang. Das bringt medial ausschaltbare Spannung in den Wahlherbst. Ob es die Qualität der Politik in der Schweiz erhöht, ist eine andere Frage. Und vielleicht ist es sogar nur das Schlussgeplänkel einer seit Jahren andauernden Entwicklung, die sich schon bald wieder ins Gegenteil verkehrt.

Denn der Niedergang der politischen Mitte, der Siegeszug der Pole, die Neuparteien als Würze: Das alles passt im Grunde nicht zur Schweiz. Es ist sogar der Gegenentwurf zum Erfolgsrezept unseres Landes. Die Schweiz basiert auf dem permanenten Ausgleich. Die Pole sorgen für Korrekturen dort, wo die Mitte zum lauwarmen Kompromiss tendiert; die Pole spüren instinktsicher das Volksempfinden auf, wo die Mitte ihr entsprechendes Sensorium bereits verloren hat. Doch am Ende dieses Prozesses müssen wieder Lösungen stehen. Und so unattraktiv das im Moment klingen mag: Die Lösung liegt nicht im Ausschlag des Pendels, sondern in dem Moment, in dem das Pendel in der Mitte zum Stehen kommt.

Protest ist kein Dauerzustand

Wer derzeit von einem Wiedererwachen der Mitte spricht, wird begrifflicherweise wenig Verständnis ernten. Beim genaueren Hinsehen scheint die Lage für die staatstragenden Parteien wie FDP und CVP allerdings langfristig weniger dramatisch als stets kolportiert. Denn jede Niederlage, die sie kassieren, bedeutet einen Zugewinn anderer Parteien, die damit stärker in die Verantwortung geraten und zuerst beweisen müssen, dass sie dieser gerecht werden. Protestwähler sind dies nicht aus Prinzip und im Dauerzustand, sondern temporär,

um einer Unzufriedenheit Ausdruck zu verleihen. Zeigt sich, dass der Protest nicht zu konstruktiven Resultaten führt, kehren auch Protestwähler irgendwann zu ihren alten Werten zurück.

Und das ist der Knackpunkt für die neuen Parteien: Die Profillosigkeit, die den traditionellen Parteien oft vorgeworfen wird, trifft auf Grünliberale und BDP noch viel mehr zu. Sie sind nicht historisch gewachsen, sondern Kunstgebilde, die noch gar kein Profil aufbauen konnten. So schwer FDP, CVP und auch die SP in den letzten Jahren gebeutelt wurden – sie haben doch Wurzeln, die auch dann noch tragen, wenn die Äste abgesägt werden. Bei den Grünliberalen andererseits ist offen, wie sich beispielsweise ein Wahlausgang unter den Erwartungen auswirken würde. Eine so junge Partei hat noch nicht die Substanz aufgebaut, die in solchen Fällen trägt. So stark beispielsweise eine FDP auch verloren hat, so fällt doch auf, dass sie dennoch keine Abstriche in der Professionalität ihres Apparates gemacht hat.

Drei überlebende Blöcke

Vieles spricht dafür, dass die Zukunft von drei politischen Blöcken bestritten wird: Da ist zum einen die viel zitierte Mitte aus FDP und CVP. Die beiden Parteien haben zwar wenig Lust, in denselben Topf geworfen zu werden, doch verbindet sie bei allen Differenzen in einzelnen Fragen doch ein in weiten Teilen identisches Verständnis von Staat, Gesellschaft und Wirtschaft. Die SVP als zweiter Block vermag zuverlässig und langfristig die Wählerkreise abzuschöpfen, denen die Forderungen der bürgerlichen Mitte zu wenig weit gehen. Als dritter Block kann Links-Grün aus SP und Grünen von dem Fundus an Wählern leben, der weitgehend unabhängig von Stimmungen dieses Weltbild teilt.

Müsste man heute Wetten abschliessen darauf, welche Parteien aus der nächsten Legislatur gestärkt hervorgehen, so täte man gut daran, neben den Links- und Rechts-Polen – die erfolgreich bleiben werden – auch auf die viel gescholtene Mitte zu setzen. Sie haben langfristig die besseren Karten als die neuen Mitspieler. Denn deren Entzauberung wird unweigerlich folgen. Und dann profitieren die Kräfte, die geduldig über Jahrzehnte eine Basis gebaut haben. ■



Mehr Wirtschaftskompetenz gefragt

Die gute Verfassung unseres Landes hat bei den jüngsten Turbulenzen an den Finanzmärkten dazu geführt, dass eine Flucht in unser Land stattfindet – in Form von riesigen Kapitalströmen. Der Franken wird so stark nachgefragt wie Gold. Unsere Exportunternehmen verlieren bei einer derart raschen Aufwertung ihre Konkurrenzfähigkeit gegenüber ausländischen Mitbewerbern. Mit der massiven Überbewertung des Frankens ist es kaum mehr möglich, zu gewinnbringenden Preisen zu exportieren. Diese Entwicklung kann eine fatale Wirkung auf unseren Werkplatz und unseren Dienstleistungssektor haben. Es wird zu einem Arbeitsplatzabbau kommen, denn die Unternehmen sind gezwungen, ihre Kostenbasis zu reduzieren. Auslagerungen von Produktionskapazitäten ins Ausland sind ein mögliches Mittel.

Es gibt in der Wirtschaftspolitik keine einfachen Rezepte für rasche Lösungen. Auch die Nationalbank kann keine Wunder bewirken. Was ist also in dieser schwierigen Zeit zu tun, wenn das eigentliche Problem unser Erfolg ist? Es ist notwendig, dass die politischen Entscheidungsträger wieder über mehr wirtschaftliche Kompetenz verfügen. Nicht Schaumschlägereien sind gefordert, sondern Knochenarbeit. Das Ziel muss sein, unsere wirtschaftlichen Rahmenbedingungen noch attraktiver zu machen, um unsere Unternehmen zu entlasten. Die eidgenössischen Wahlen im Oktober bilden dazu die Gelegenheit!

Marc Mächler

Kantonsrat, Kantonalparteipräsident FDP

«Bei einem Fussballmatch schiessen auch nicht immer nur die Stürmer ein Goal»

Der Wahlkampf hat längst begonnen. Mit schwerem Gegenwind zu kämpfen hat insbesondere die FDP. Eine der zwölf St.Galler Nationalratskandidaten ist Sabine Bianchi. Sie glaubt nach wie vor an die Daseinsberechtigung des Freisinns.

Sabine Bianchi, glaubt man den Prognosen, befindet sich die FDP im freien Sinkflug. Haben Sie Ihre Kandidatur für den Nationalrat schon bereut?

Nein, denn es war mir schon von Anfang an klar, dass diese Wahlen kein «Sonntags-spaziergang» sein werden und dass jede Stimme zählt. Aber apropos Sinkflug: Die FDP hat beim letzten Wahlbarometer gegenüber der vorhergehenden Umfrage Prozentpunkte gewonnen. Und bis zum 23. Oktober ist auch noch ein Weilchen hin.

Über den Freisinn wird derzeit viel geschrieben, aber kaum Positives. Was schätzen Sie persönlich an der Partei?

Den liberalen Geist. Freiheit ist mir extrem wichtig, dafür bin ich auch gerne bereit, Verantwortung zu übernehmen. Ich bin vom Charakter her eine Optimistin und sehe eher Chancen und Lösungen, als dass ich angstgetrieben und problemorientiert durch die Welt gehe. Deshalb schätze ich die FDP – Eigenverantwortung und Lösungen stehen im Zentrum der politischen Arbeit.

Demnach hat die FDP zwischen SVP und CVP noch eine Zukunft?

Auf jeden Fall. Ich glaube, dass die Schweizerinnen und Schweizer die vorherrschende Polemik in der Politik langsam satt haben. Wir leben in einem Paradies, es geht uns gut – aber wir dürfen uns nicht zurücklehnen und diese Lebensqualität als selbstverständlich hinnehmen. Wir müssen hart dafür arbeiten – und genau das ist die Aufgabe der Politik. Ich glaube, dass den Schweizern ihre Lebensqualität, aber auch ihre Freiheit wichtig ist und sie bereit sind, für diese Verantwortung zu übernehmen. Man kann nicht alles staatlich regulieren

und für jede Herausforderung ein neues Gesetz schaffen. Ich bin der Meinung, dass der Staat optimale Rahmenbedingungen schaffen muss, damit wir unser Glück, unser Leben selber in die Hand nehmen können. Und dafür setzt sich die FDP ein.

Es heisst, der FDP fehle es an starken Persönlichkeiten. Sehen Sie das anders?

Wenn man «starke Persönlichkeiten» mit denjenigen Menschen gleichsetzt, die möglichst laut, provokativ und ohne Rücksicht auf Verluste ihre Meinung in die Welt posaunen, dann ja. Anders sieht es aus, wenn man die zahlreichen FDP-Mandate auf kommunaler, kantonaler und nationaler Ebene betrachtet. Dann wird schnell klar, dass die FDP die Partei für die ganze Bevölkerung ist und sich sehr stark engagiert. Und das geht nur mit starken Persönlichkeiten.

Für welche Anliegen machen Sie sich stark?

Liberal ist für mich kein Schlagwort, sondern eine Grundhaltung. Das möchte ich in allen Themen leben – von der Bildung über die Gesundheit bis zur Kultur. Als Mitinhaberin einer Firma werde ich mich natürlich auch für den Wirtschaftsstandort Schweiz stark machen. Nur wenn es – gerade auch den kleineren und mittleren – Unternehmen gut geht, haben wir die Mittel,

Sabine Bianchi

wohnt und arbeitet in St.Gallen. Bei der Kommunikationsagentur YJOO Communications führt sie den Standort St.Gallen und betreut nationale und regionale Mandate. Die 38-jährige Ostschweizerin ist verheiratet und in ihrer Freizeit liest, tanzt, wandert und golft sie gerne. www.sabine-bianchi.ch

um unser Land weiter vorwärts zu bringen. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf – übrigens egal ob für Männer oder Frauen – ist mir ebenfalls ein Anliegen. Ich sehe absolut nicht ein, wieso man dafür bestraft wird, wenn man arbeiten möchte – Leistung soll sich lohnen. Grundsätzlich möchte ich in der Politik das leben, was mir auch privat und als Unternehmerin wichtig ist: Transparenz und Ehrlichkeit, Freiheit und Eigenverantwortung, Respekt und Toleranz.

Die FDP hat derzeit im Kanton St.Gallen einen einzigen Nationalratssitz. Wie realistisch schätzen Sie die Chancen ein, einen zweiten Sitz zu holen?

Es wird ein harter Kampf. Aber wenn man nicht an den Erfolg glaubt, kann man gleich aufhören zu kämpfen. Klar ist, dass jede Stimme zählt – das haben die letzten Wahlen gezeigt.

Und wie hoch sind Ihre Chancen auf diesen Sitz?

Als Quereinsteigerin ist das für mich sehr schwierig einzuschätzen. Sagen wir mal so: Bei einem Fussballmatch schiessen auch nicht immer nur die Stürmer ein Goal.

Der bisherige Nationalrat Walter Müller kann auf Stimmen der Landwirte zählen. Wo sehen Sie für sich noch Potenzial?

Da ich eine absolute Quereinsteigerin bin, vertrete ich nicht irgendwelche Interessen, sondern bin offen für neue Ansätze und kann andere Blickwinkel in festgefahrene Themen bringen. Ich glaube, ganz viele Wähler möchten eine echte Auswahl und nicht einfach ein Mehr desselben. Ich sehe Potenzial bei allen St.Gallerinnen und St.Gallern, die wie ich auf den gesunden Menschenverstand setzen – und nicht auf Parteieigenzänk. ■

Sabine Bianchi:

«Die Schweizerinnen und Schweizer haben die Polemik in der Politik satt.»



Bürgerliche Bastion im Appenzellerland

Nur gerade vier Sitze haben Appenzell Innerrhoden und Ausserrhoden in der Bundesversammlung zugute, je ein Stände- und ein Nationalratsmandat. Vieles spricht dafür, dass das Quartett aus dem Appenzellerland auch in der nächsten Legislatur rein bürgerlich zusammengesetzt sein wird. Spannend wird es zumindest in Ausserrhoden dennoch.

Text: Stefan Millius

Der Innerrhoder Ständeherr wird an der Landsgemeinde bestimmt, da es sich im Grunde um eine kantonale Wahl handelt, auch wenn der Gewählte danach nach Bern «entsandt» wird. Ständerat Ivo Bischofberger (CVP) wurde also bereits Anfang Mai klar bestätigt. Der Versuch eines Störmanövers durch die Innerrhoder SVP scheiterte deutlich. Die Partei schlug

den amtierenden Landammann Daniel Fässler (CVP) gegen dessen Willen als Gegenkandidat vor.

Wäre der Versuch erfolgreich gewesen, hätte die SVP zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen: Zum einen wäre der von ihr nicht geschätzte Bischofberger aus dem Amt gekegelt worden, und gleichzeitig hätte Fässler nicht mehr als Nationalratskandidat zur Verfügung gestanden; seine Ambitionen

wären zu diesem Zeitpunkt noch nicht öffentlich, aber allgemein bekannt. Das Manöver scheiterte grandios, das Volk goutierte den Abwahlversuch nicht, und die SVP ist seither auch intern nachhaltig beschädigt; mehrere Mandatsträger verliessen die Partei.

Echte Auswahl

Nun kann Landammann Fässler wie geplant als Nationalrat kandidieren. Sein Ge-

genkandidat ist Martin Pfister, Präsident der links-grünen Gruppierung «Gruppe für Innerrhoden» (GFI). Pfisters Kandidatur ist nur konsequent: In den vergangenen Wahlgängen kritisierte die GFI stets die Kandidaten, trat selbst aber nicht an. Nun sorgt die Partei mit Pfisters Versuch für eine Auswahl. Ob die SVP nach ihrem Landsgemeinde-Debakel antritt, ist offen. Es wäre unabhängig davon ohnehin ein Wunder, wenn der neue Innerrhoder Nationalrat nicht Daniel Fässler heissen würde. Für die politische Kultur ist es allerdings nicht hoch genug einzuschätzen, dass sich den Wählerinnen und Wählern eine echte Auswahl präsentiert, auch wenn die Karten im konservativ dominierten Innerrhoden wohl nicht gleich verteilt sind.

Im Falle seiner Wahl würde Fässler die Nachfolge von Arthur Loepfe antreten, der ebenfalls einst als Landammann der Innerrhoder Regierung vorstand. Loepfe war in seiner Amtszeit ein kompromissloser Wirtschaftsvertreter, der in den meisten Rankings weit rechts von seinen CVP-Kollegen aufscheint. Fässler gilt als konzilianter und diplomatischer, dürfte aber in den meisten Sachfragen kaum diametral anders positioniert sein als Loepfe. Ein politischer Wechsel steht dem Kleinkanton also kaum bevor.

Vier Kandidaten für einen Sitz

Weniger klar einzuschätzen ist die Situation in Ausserrhoden. Hier tritt Nationalrätin Marianne Kleiner (FDP) von der Politbühne ab. Sie hatte zunächst als erste Frau Landammann für Schlagzeilen gesorgt und war später im Nationalrat sehr schnell zu einer wichtigen Figur geworden. Damit ist sie auch schwer zu ersetzen. Die Ausserrhoder Freisinnigen sorgten für eine kleine Überraschung, als sie den erst 31-jährigen Juristen Andrea Caroni für die Nachfolge von Kleiner nominierten. Der frühere Mitarbeiter von Bundesrat Hans-Rudolf Merz gilt als sehr ehrgeizig und ambitioniert, und er verfügt sicherlich über politisches Talent. Ob er aber auch im Volk verankert ist, wird sich weisen. Sein Engagement hat ihn bisher eher an Kommissionstische als an Stammti-

sche geführt, und gerade im Appenzellerland ist die Nähe zur Basis eine wichtige Voraussetzung für eine politische Karriere.

Das muss Caroni vor allem beherzigen, wenn er seinem Gegenspieler aus der SVP Paroli bieten will. Diese schickt mit Regierungsrat und Finanzdirektor Köbi Frei ein politisches Schwergewicht ins Rennen. Die SVP verlor ihren einstigen Nationalratsitz, als Ausserrhoden nach der letzten Volkszählung das zweite Mandat gestrichen wurde. Mit Frei, der weit über die Parteigrenzen respektiert wird, könnte es der SVP gelingen, den Sitz zurückzuerobieren.

Drei Parteien dabei

Damit ist das Kandidatenfeld allerdings noch nicht erschöpft: Die CVP schickt ihren Präsidenten Max Nadig ins Rennen. Im letzten Moment einen Rückzieher von der angekündigten Kandidatur gemacht hat hingegen die SP. Doch ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass der Sitz an die FDP oder die SVP geht. Leicht im Vorteil dürfte aufgrund seines grossen Bekanntheitsgrades Köbi Frei liegen. Er hatte in den letzten Jahren als Finanzdirektor oft Gelegenheit, sich positiv in Szene zu setzen und sich zu profilieren, und er hat diese Chancen genutzt. Viele Wähler verstehen die Stimme für Nationalratskandidaten zudem als eine Art Belohnung für vergangene politische Leistungen, und diesbezüglich hat Frei natürlich eine ganz andere Bilanz vorzuweisen als der viel jüngere Caroni. Für diesen wiederum spricht die nicht mehr so tiefe, aber nach wie vor vorhandene traditionelle Vormachtstellung des Freisinns in Ausserrhoden.

Diese Vormachtstellung verteidigen kann die FDP mit Sicherheit in der kleinen Kammer. Ständerat Hans Altherr wird den Wahltag gelassen nehmen können. Er ist unumstritten und wird 2012 planmässig das Ständeratspräsidium übernehmen. Das dürfte der Höhepunkt seiner politischen Karriere in der wohl letzten Amtslegislatur sein. Alle Zeichen stehen also für eine rein bürgerliche Berner Vertretung des Appenzellerlandes auch in der nächsten Legislatur. ■



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

«Es ist wie bei der Namensgebung eines Neugeborenen»

Ende 2010 haben die Bank CA St.Gallen und die swissregiobank darüber orientiert, dass die Verwaltungsräte der beiden grössten unabhängigen Ostschweizer Regionalbanken eine Zukunft unter einem Dach anstreben. Die neue, vom Bodensee bis an den Zürichsee tätige Bank will nun unter der Marke «acervis» auftreten. Im Gespräch mit Stephan Weigelt, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Bank CA St.Gallen und designierter CEO der acervis Bank AG.

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

Stephan Weigelt, stimmen die Aktionäre beider Banken am 23. September der Fusion zu, erhält die Ostschweiz eine neue starke Regionalbank. Sagen Sie damit der Konkurrenz den Kampf an?

Von einer Kampfansage spreche ich nicht gerne. Aber sicher wird acervis ein noch ernster zu nehmender Marktteilnehmer als die beiden bestehenden Regionalbanken. Vereint sind wir auf jeden Fall stärker und kompetitiver.

Hatte die Finanzkrise direkt oder indirekt einen Einfluss auf den Entscheid zum Zusammenschluss?

Nein, obwohl die Geschehnisse an den Finanzmärkten während der letzten Jahre die Herausforderungen schon noch anspruchsvoller geprägt haben. Die Bank CA St.Gallen wie auch die swissregiobank sind kerngesund. Weder die Substanz noch die aktuelle Ertragskraft zwingen unmittelbar zu einschneidenden Veränderungen. Dennoch oder gerade deswegen sind die Verwaltungsräte beider Banken zur Überzeugung gelangt, dass es sinnvoll ist, heute die Weichen so zu stellen, dass wir auch morgen noch auf dem richtigen Weg sind. Wichtige Zielsetzungen unserer bisherigen Geschäftspolitik behalten dabei ihre Gültigkeit. So wollen wir unverändert näher bei unseren Kunden als andere Marktteilnehmer sein. Wir wollen unmittelbare, direkte Beziehungen in unserem Marktgebiet pflegen, den Verbindungen zwischen Kunden und Entscheidungsträgern grosse Bedeutung beimessen, eine hervorragende

Dienstleistungsqualität gewährleisten und stets rascher als andere Entscheide fallen.

Wird die «Grösse» immer entscheidender, um sich als Bank erfolgreich behaupten zu können?

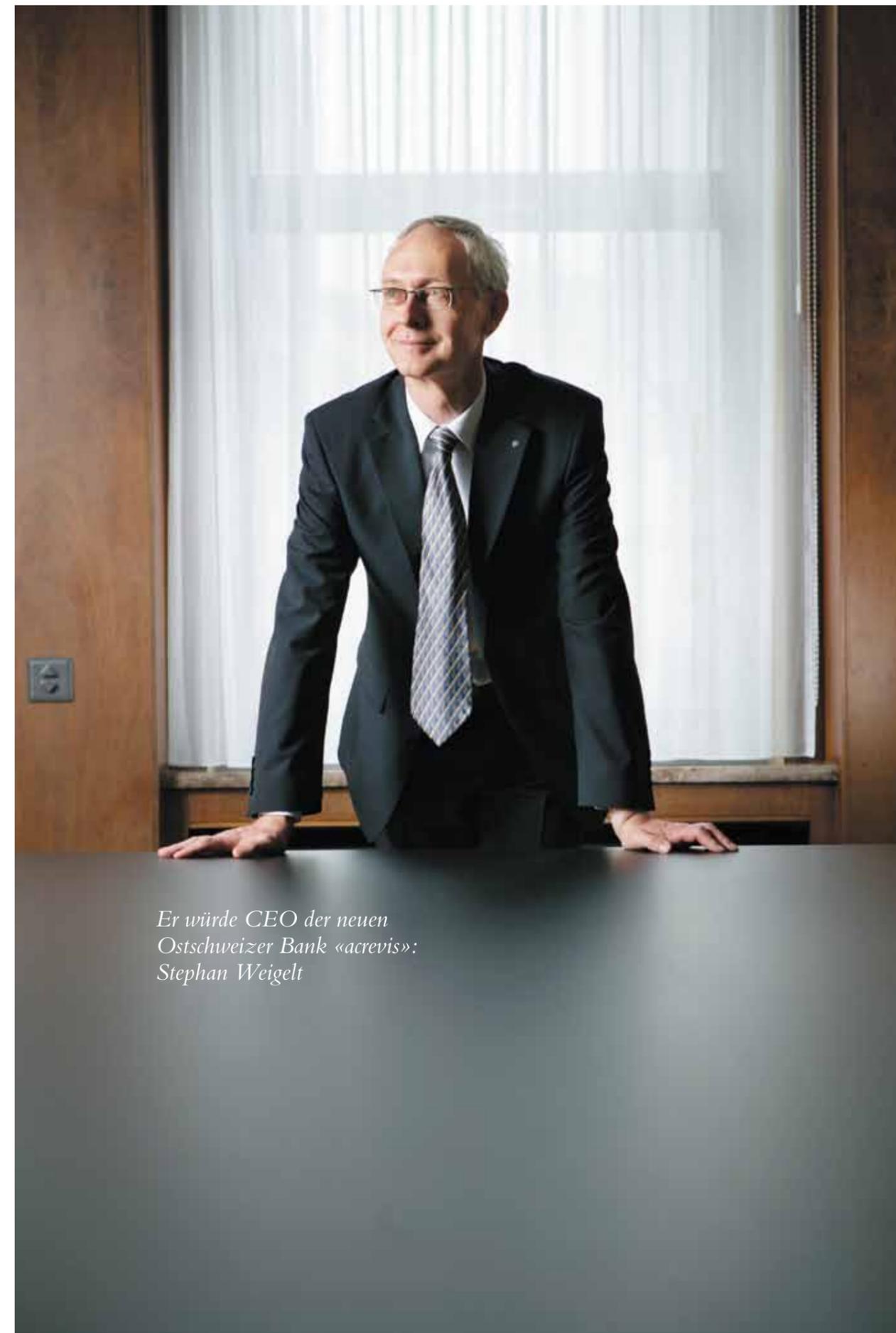
Die Grösse allein ist nicht entscheidend, aber das «grösser werden» ist mitentscheidend. Die optimale Betriebsgrösse – sofern es eine solche überhaupt gibt – wird weiter steigen. Auch wenn klein und überschaubar in der globalisierten Welt sympathischer wirkt; um die steigenden Kosten bei tieferen Margen zu decken, braucht es Wachstum. Aber es ist natürlich eine Frage der Verhältnismässigkeit. Im Marktvergleich ist auch acervis noch eine sehr überschaubare und überhaupt keine grosse Bank. Wir sind überzeugt, dass wir die Erwartungen von Privat- und Geschäftskunden sowie von institutionellen Anlegern noch besser erfüllen können, wenn wir mit vereinten Kräften agieren. Es sind denn auch nicht primär Kostensparmassnahmen – sogenannte Synergieeffekte –, die als Motiv über dem geplanten Zusammenschluss stehen. Vielmehr wollen wir mit den vorhandenen Kräften und mit zusätzlichen Kapazitäten den Markt noch effizienter und noch kompetenter und somit noch erfolgreicher bearbeiten.

Zwei Banken zu vereinen dürfte sowohl administrativ als auch rechtlich keine einfache Angelegenheit sein. Wie aber steht es mit der Integration der verschiedenen Firmenkulturen?

Das ist in der Tat eine grosse, wichtige, interessante und – so hoffe ich – schöne Aufgabe. Auch diesbezüglich gilt: Wir haben zwei erfolgreiche, regionale Unternehmen – typische KMU eben. Die Kulturen sind sicher unterschiedlich. Aber aufgrund der bereits gemachten Erfahrungen dürfen wir davon ausgehen, dass sich daraus eine neue, erfolgreiche Kultur entwickeln lässt. Beide Banken können ausgesprochen positive Elemente einbringen, und ebenfalls beide sind sicher dankbar, wenn man sich von gewissen Dingen lösen kann. Wichtig ist dabei die gegenseitige Wertschätzung unter den Mitarbeitenden und die Überzeugung, dass für jeden leistungsfähigen Mitarbeitenden auch in der neuen Bank eine wichtige und passende Aufgabe wartet.

Welches sind die Kernpunkte Ihrer strategischen Ausrichtung?

Übergeordnet sind es vier Botschaften dazu: Erstens wollen wir uns als führende Regionalbank zwischen Bodensee und Zürichsee positionieren. Dies erreichen wir mittels einer systematischen Abdeckung unseres Marktgebiets und segmentspezifischer Angebote. Zweitens liegen unsere Kernkompetenzen in der Finanzierung privater Immobilien, in der Anlageberatung, in der Vermögensverwaltung sowie im kommerziellen Geschäft mit KMU, Gewerbe und Selbstständigerwerbenden. Drittens: Wir wachsen organisch durch den Ausbau der bestehenden Kundenbeziehungen, durch die Gewinnung von Neukunden in unserem gesamten Marktgebiet sowie



*Er würde CEO der neuen Ostschweizer Bank «acervis»:
Stephan Weigelt*

durch die Eröffnung von Niederlassungen und Geschäftsstellen.

Und der vierte Ansatz?

Gegenüber unseren Mitbewerbern differenzieren wir uns durch ein umfassendes Angebotsportfolio vor Ort und die weit-

Zur geplanten Fusion

Aus der Bank CA St.Gallen AG und der swissregiobank AG soll neu die acrevis Bank AG werden. Die gemeinsame Vision der beiden Ostschweizer Banken zielt vor allem auf die Erweiterung des Marktgebiets, die Steigerung der Leistungsfähigkeit, die Erhöhung des Kundennutzens, die Festigung der Kundennähe, die Sicherung von Wachstumschancen sowie die Realisierung von Synergien ab. Damit wollen die Verantwortlichen den Unternehmenswert gezielt weiter ausbauen und damit die wirtschaftliche Zukunft in Selbstständigkeit langfristig sichern. Unter der Marke «acrevis» wollen die Bank CA St.Gallen und die swissregiobank künftig ihre bewährten Werte wie Kundennähe, Flexibilität und Kompetenz im Markt profilieren. «acrevis» leitet sich vom lateinischen «accredere» (= Glauben schenken), «credere» (= anvertrauen) und «vis» (= Stärke/Kraft) ab. Damit steht die neue Marke für zentrale Werte, die beide Banken bisher geprägt und auch in Zukunft prägen sollen.

Bereits im Fusionsvertrag ist festgehalten, wer die neue Bank auf strategischer und operativer Stufe führen soll. So wird der neue Verwaltungsrat von Markus Isenrich – dem heutigen Verwaltungsratspräsidenten der swissregiobank – präsiert, während Nikolaus Staerke als bisheriger Präsident des Verwaltungsrates der Bank CA St.Gallen die Funktion des Vizepräsidenten übernimmt. Insgesamt werden den ausserordentlichen Generalversammlungen vom 23. September 2011 elf Verwaltungsräte vorgeschlagen. Die Führung der Geschäftsleitung, die neu aus sieben Mitgliedern besteht, wird von Stephan Weigelt, heute Vorsitzender der Geschäftsleitung der Bank CA St.Gallen, übernommen. Seine Stellvertretung liegt bei Urs Kuhn, dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung der swissregiobank.

reichenden Entscheidungskompetenzen in den regionalen Niederlassungen. Ich bin überzeugt, dass wir mit unserem neuen acrevis-Führungsteam eine starke Mannschaft zusammenstellen konnten, die von Beginn weg auf hohem Niveau und mit hoher Flexibilität die acrevis Bank im gesamten Marktgebiet verankern wird.

Wäre eine Erweiterung über das erwähnte Marktgebiet – zwischen Bodensee und Zürichsee – denkbar?

Ja. Es wird dann die Aufgabe der neuen Geschäftsleitung und des Verwaltungsrates sein, darüber zu beraten und zu entscheiden. Es ist noch etwas zu früh, um darüber konkrete Aussagen zu machen.

Zwei bestehende Gebilde sollen vereint werden. Wird es zu Entlassungen kommen?

Wir planen im Rahmen der Integrationsphase keine Entlassungen, sondern wollen mit dem ganzen acrevis-Team vorwärtsschreiten. Mittelfristig rechnen wir durch die Wachstumsstrategie eher mit einem weiteren Ausbau. Dieses Commitment ist mehr als nur eine Garantie bestehender Arbeitsplätze. Es ist vielmehr auch Anerkennung und Auszeichnung für die Angestellten der Bank CA St.Gallen und der swissregiobank, denen ich an dieser Stelle bestens für die grosse Unterstützung danken möchte, die wir in den vergangenen Monaten erfahren haben. Denn die Aufbereitung einer Fusion, parallel zum Tagesgeschäft, war und ist für alle Beteiligten eine sehr hohe Zusatzbelastung.

Die neue Bank soll nicht an der Börse kotiert werden. Was sind die Gründe dafür?

Der Entscheid, die neue Bank nicht an der Börse zu kotieren, gründet einerseits auf den positiven Erfahrungen der swissregiobank AG mit dem ausserbörslichen Handel. Andererseits haben die Erfahrungen mit dem Handel der Bank CA-Aktien an der Börse gezeigt, dass die relativ geringen Handelsvolumen einer regional tätigen Bank die erheblichen finanziellen und administrativen Aufwände sowie die mit den unzähligen Vorschriften verbundenen Risiken nicht rechtfertigen. Dies umso mehr, als für die Aktionäre der Handel mit Titeln der

neuen Bank jederzeit umfassend und transparent gewährleistet bleibt.

Welches waren die ersten Reaktionen vonseiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach Bekanntgabe des neuen Namens?

Die Stimmung ist insgesamt gut bis sehr gut. Natürlich gibt es viele Fragen. Und nicht alle können schon beantwortet werden. Es ist sehr bemerkenswert, wie motiviert die vielen im Projekt Engagierten Zusatzleistungen erbringen, wie man sich bemüht, gemeinsame, konstruktive Lösungen zu finden. Selbstverständlich gibt es auch Phasen, die weniger und nicht alle befriedigen. Aber diese lassen sich überwinden. An den Namen müssen sich alle etwas gewöhnen. Es ist ja so wie bei der Namensgebung eines Neugeborenen: Oft schreckt man etwas zurück oder ist erstaunt, aber schon nach einigen Monaten ist ein neuer Name selbstverständlich. Wir haben mit «acrevis» eine wichtige Botschaft: Durch Vertrauen gestärkt. Und damit können sich sicher sowohl die Mitarbeitenden als auch die Aktionäre und Kunden identifizieren.

Noch ist die Fusion nicht unter Dach und Fach. Was wäre im Fall einer Ablehnung durch die Aktionäre? Gibt es einen Plan B?

Natürlich sind wir auf alle Eventualitäten vorbereitet. Wir haben in den vergangenen Monaten aber mit verschiedenen Massnahmen versucht, unsere Aktionärinnen und Aktionäre für diesen Schritt zu motivieren. Wir haben versucht – und tun es nach wie vor –, Verständnis für und Vertrauen in das vorgeschlagene, zeitgerechte Handeln zu schaffen. Noch wichtiger für eine positive Willensbildung der Aktionärinnen und Aktionäre ist jedoch die klare Zusicherung, dass die traditionellen Grundwerte der Bank CA St.Gallen wie der swissregiobank auch die acrevis prägen werden. Oder anders gesagt, die Organisation und das Erscheinungsbild werden sich ändern, die Werte aber bleiben bestehen. Denn es werden dieselben Zielsetzungen, die bereits bisher prägenden Grundwerte und vor allem dieselben Menschen sein, welche die acrevis ausmachen und mit Leben erfüllen. ■

Die entscheidenden ersten Sekunden

Eine Vielzahl von Politikerinnen und Politikern disqualifiziert sich nicht erst mit dem, was sie sagt. Schon der erste Eindruck, den Menschen uns vermitteln, kann negativ wirken. Imageberaterin Silvana Kundert aus Abtwil erklärt im Kurzinterview, worauf man achten sollte, um bei Wählerinnen und Wählern zu punkten.

Interview: Marcel Baumgartner Bild: zVg.

Silvana Kundert, wenn sich Politiker mehr auf das konzentrieren, was sie sagen, anstelle auf das, was sie tragen oder welche Haltung sie einnehmen, ist das doch im Grunde genommen positiv.

Unbedingt! Es sollte im Grunde genommen ja jeder öffentlichen Person um die Inhalte gehen. Nur darf nicht vergessen werden, dass wir uns beim Gegenüber immer zuerst visuell orientieren und erst in weiteren Momenten überhaupt zuhören können. Auftritt und Kleidung sind immer ein Spiegelbild der inneren Haltung einer Person und senden somit, gewollt oder ungewollt, jederzeit auch Signale.

Trauen wir einer Person mehr zu, die sich ansprechend kleidet?

Eine Person, die anlassgerecht und persönlich gekleidet ist, lenkt automatisch schneller zum Inhalt. Ihr wird auf jeden Fall rascher und besser zugehört – und es kann unmittelbar Vertrauen aufgebaut werden. Werden wir jedoch schon beim Kennenlernen durch unpassende, überdrehte oder ungepflegte Kleidung abgelenkt, wird es mit dem Zuhören und der Glaubwürdigkeit schwierig.

Worauf achten wir als Erstes? Was definiert den «ersten Eindruck»?

Der visuelle Eindruck findet, je nach Situation, in den ersten rund drei Sekunden bis drei Minuten statt. Körpersprache, Kleidung und Wirkung werden in dieser kurzen Zeit registriert und bewertet. Das Erscheinungsbild trägt somit wesentlich dazu bei, die Meinungsbildung schon beim ersten Eindruck zu beeinflussen.

Eine Vielzahl von Kandidatinnen und Kan-



Silvana Kundert

didaten möchten im Herbst in den National- oder Ständerat gewählt werden. Welche Tipps können sowohl Männer als auch Frauen einfach befolgen?

Anlassgerecht, gepflegt, gut sitzend und persönlich. Kleidung sollte so gut sein, dass sie nicht wichtig ist, sprich nicht ablenkt – denn dann ist die Person wichtig.

Wir sind immer noch bei den Politikern: Haben es Männer einfacher als Frauen,

Zur Person

Seit 1996 berät, unterstützt und schult Silvana Kundert aus Abtwil als Imageberaterin Einzelpersonen und Unternehmen in den Bereichen Auftreten, Kleidung, Wirkung und Umgangsformen. Weitere Infos unter www.silvanakundert.ch.

sich dem Anlass entsprechend zu kleiden?

Persönlich finde ich, dass Frauen zwar ein viel grösseres Angebot an verschiedensten Geschäften zur Verfügung steht; diese bieten jedoch vor allem Mode an, die alle möglichen freizeithlichen oder festlichen Anlässe abdeckt. Was gefragt wäre, ist jedoch stilvolle Kleidung, die auch in die Geschäftswelt passt. Herren dagegen finden beim Herenausstatter immer eine ganze Bandbreite stilvoller und eleganter Kleidung, welche – gut sortiert – zu den verschiedensten Anlässen kombiniert werden kann. Mode ist sehr vergänglich – stilvoll gekleidet zu sein, ist jedoch immer modern.

Was sind die grössten Todsünden beim Mann?

Wenn die Kleidung gedankenlos ausgesucht wird, ungepflegt ist und schlecht sitzt.

Und welche sind es bei der Frau?

Wenn die Kleidung zu laut oder billig wirkt oder zuviel Haut gezeigt wird.

Wer ist für Sie ein gut gekleideter Politiker bzw. eine gute gekleidete Politikerin?

Da gäbe es international wie national schon ein paar Personen, die auch kleidungsmässig positiv auffallen. Oder eben: die so gut gekleidet sind, dass man nicht darüber sprechen muss. Karin Keller-Suter, Doris Leuthard, Barack und Michèle Obama oder auch Didier Burkhalter.

Und das Negativbeispiel?

Das sind dann eben die Personen, die mir mit ihren Auftritten für meine Seminare immer wieder «Anschauungsmaterial» zur Verfügung stellen ...

hosting

TREFFEN AUF DEM IT-GIPFEL

Die EGELI IT-Gipfel-Treffen finden bei den Beteiligten hohe Akzeptanz. Fachreferate zu interessanten Themenschwerpunkten bei Kaffee und Gipfel. Einblicke in neueste IT-Softwaretools. Wertvolle Tipps und Anregungen. Lockerer Austausch.



Jetzt Termine reservieren

IT-Gipfel-Treffen – IT-Lösungen für die Praxis

Hosting: IT-Outsourcing – Chancen und Risiken

Zürich DI 30.8.2011
St.Gallen DO 1.9.2011

Reporting: Geschäftsdaten sichtbar machen

St.Gallen DI 8.11.2011
Zürich DO 10.11.2011

CRM - SharePoint - voll integriertes Zusammenspiel

St.Gallen DI 13.03.2012
Zürich DO 15.03.2012

Jeweils von 08.30 bis 10.00 Uhr
Kostenloser Eintritt

Mehr unter:
www.egeli-informatik.ch/it-gipfel



EGELI
informatik

IN ZUKUNFT KÖNNEN SIE IHRE IT VERGESSEN

:-hosting ermöglicht Ihnen die Konzentration auf Ihre Kernkompetenzen

Ihre Businesslösungen von einem Profi hosten lassen. Was bedeutet das? Sie mieten die IT-Infrastruktur, statt sie zu kaufen. Ihre Daten werden in einem Schweizer Rechenzentrum gehostet und sind über eine gesicherte Internetverbindung jederzeit verfügbar. Profitieren Sie vom Know-how, dem persönlichen Service und der über 25-jährigen Erfahrung eines angesehenen Informatikunternehmens aus der Ostschweiz.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf: Tel. +41 71 221 1200, informatik@egeli.com



KMU in der Ostschweiz klagen über starken Franken

Der Aufschwung der KMU in der Ostschweiz verliert an Fahrt: Zwar ist die grosse Mehrheit der Unternehmen (89 Prozent) mit der aktuellen Geschäftslage zufrieden – 39 Prozent der KMU bezeichnen sie sogar als uneingeschränkt gut. Dennoch sind das deutlich weniger als zu Jahresbeginn, als sich noch 61 Prozent der Unternehmen uneingeschränkt positiv äusserten.

Die Geschäftserwartungen bleiben positiv: 40 Prozent der KMU rechnen in den kommenden Monaten mit einer Verbesserung der Geschäftslage; nur sechs Prozent erwarten eine Verschlechterung der eigenen Lage. Sorgen bereitet den Unternehmen vor allem der starke Schweizer Franken, der bei jedem dritten KMU zu Einbussen führt.

Das sind Ergebnisse des «KMU-Barometers 2011» von Ernst & Young. Die Studie wird halbjährlich durchgeführt. Ihr liegt eine Umfrage unter 700 kleinen und mittleren Unternehmen in der Schweiz zugrunde, die im Juli 2011 durchgeführt wurde. In der Ostschweiz wurden 100 Unternehmen befragt.

Konjunkturoptimismus sinkt

Zum zweiten Mal in Folge beurteilen die KMU in der Ostschweiz die konjunkturelle Entwicklung deutlich vorsichtiger. Insgesamt erwarten 56 Prozent der Manager eine stabile Entwicklung der Binnenkonjunktur, 32 Prozent prognostizieren sogar eine weitere Verbesserung der Wirtschaftslage – zu Jahresbeginn betrug der Anteil der Konjunkturoptimisten aber immerhin 43 Prozent. Einen Abschwung bezeichnen nur zwölf Prozent der Befragten als wahrscheinlich.

«Die KMU in der Ostschweiz weisen heute einen hohen Internationalisierungsgrad auf. Die europäische Schuldenkrise lässt die Unternehmen deshalb nicht völlig unbeeindruckt», stellt Markus Oppliger, Partner und Sitzleiter St.Gallen bei Ernst & Young, fest. «Nach wie vor profitieren die Unternehmen aber von der starken Binnenanfrage in der Schweiz.»



Starker Franken bereitet Unternehmen Kopfschmerzen

Ein direkter negativer Effekt der europäischen und auch der US-Schuldenkrise ist die Aufwertung des Schweizer Franken. Die Stärke der Währung bereitet derzeit 59 Prozent der Unternehmen in der Ostschweiz Sorgen. Jedes dritte KMU verzeichnet sogar Einbussen aufgrund des starken Frankens – jedes fünfte sogar erhebliche. «Die stark exportorientierten KMU in der Ostschweiz leiden zum Teil massiv unter dem starken Franken. Es wird für sie schwieriger, die eigenen Produkte im Ausland abzusetzen, während Konkurrenzunternehmen aus Euro-Ländern dank des schwachen Euro im Vorteil sind.»

Unternehmen wollen mehr investieren

Trotz des schwieriger gewordenen wirtschaftlichen Umfelds bleibt die Investitionsbereitschaft der KMU in der Ostschweiz positiv: Jedes vierte Unternehmen plant, die Investitionsausgaben in den kommenden Monaten zu erhöhen, nur vier Prozent der KMU wollen weniger investieren. «Die weiterhin hohe Investitionsbereitschaft der Unternehmen stärkt die Binnennachfrage und ist eine wichtige Säule der robusten

Konjunktorentwicklung», so Markus Oppliger. «Das Vertrauen der Unternehmer in eine mindestens stabile Wirtschaftsentwicklung ist trotz der ungünstigen Nachrichten, die aus dem Ausland kommen, nach wie vor sehr hoch.»

Beschäftigung soll weiter steigen

Die Bereitschaft, die Belegschaft aufzustocken, hat gegenüber Jahresbeginn etwas nachgelassen, bleibt bei den KMU in der Ostschweiz aber insgesamt positiv: 22 Prozent der Betriebe planen die Schaffung zusätzlicher Jobs (Januar: 26 Prozent), nur sieben Prozent der Unternehmen wollen die Belegschaft reduzieren. Unterm Strich dürfte sich die Lage am Arbeitsmarkt damit weiter verbessern.

Informationen zur Studie

Die vorliegende Studie basiert auf einer Befragung der Geschäftsführer oder Inhaber von insgesamt 700 kleinen und mittelständischen Unternehmen in der Schweiz. Die telefonischen Interviews zur diesjährigen Studie erfolgten im Juli 2011. Die Befragung wurde von Valid Research (Bielefeld, Deutschland), einem unabhängigen Marktforschungsinstitut, im Auftrag von Ernst & Young durchgeführt. Dabei wurde die folgende Branchenverteilung zugrunde gelegt: 43 Prozent Dienstleistung, 27 Prozent Bau und Energie, 22 Prozent Industrie und verarbeitendes Gewerbe, acht Prozent Handel. Die Zahl der Mitarbeiter in den Unternehmen reichte von 30 bis 2'000. Das Ernst & Young KMU-Barometer ist erstmals 2008 erschienen, seit 2009 erscheint es halbjährlich. Die Studie ist in separaten Länderausgaben für Deutschland, Österreich und die Schweiz erhältlich. ■



Ferruccio Vanin:

«Klagen schafft kaum nachhaltige Lösungen, und dirigistische Massnahmen oder das «Anlaufenlassen der Notenpresse» bringen nur kurzfristige Remedur»

Die Euro-Schwäche aus Sicht eines thurgauischen KMU

Aufgrund des in diesem Tempo noch nie da gewesenen Zerfalls des Euros gegenüber dem Schweizer Franken (aber auch aufgrund der historischen Schwäche des US-Dollars vs. des Frankens) richtet sich das Augenmerk insbesondere auf exportorientierte Unternehmen sowie auf die Tourismusbranche und das Gastgewerbe, die unter dieser äusserst ungünstigen Situation markant leiden und Volumen- und Margeneinbussen erleiden. Vor allem macht das Tempo der Abwertung des Euro-Aussenwertes gegenüber dem Franken zu schaffen.

Text: Ferruccio Vanin*

Auch für Unternehmen wie die RWD Schlatter AG aus Roggwil TG (Tochtergesellschaft und Business Unit «Türen» der Arbonia-Forster-Holding AG mit Sitz in Arbon TG, Schweizer Marktleader für funktionale Türen- und Türsysteme bei einem Umsatz von CHF 73 Mio. p.a. und einer Produktion von 70'000 Türflügeln p.a.), die ihre Lieferungen und Leistungen mehrheitlich im Schweizer Heimmarkt erbringt (98% des Umsatzes werden momentan noch in der Schweiz erwirtschaftet), präsentiert sich die aktuelle, äusserst volatile Lage an den Währungsmärkten alles andere als einfach – und vor allem nicht vorteilhaft nach dem Motto: «Macht doch einfach ein bisschen mehr Arbitrage-Shopping» bei euren Zulieferern und verlagert die Beschaffungen in den Euro-Raum und/oder verlangt von den Schweizer Zulieferern die Rechnungsstellung auch in Euro anstatt in CHF, dann könnt ihr vom tieferen Kurs der Gemeinschaftswährung doch profitieren.» So einfach ist es leider nicht.

Welches sind die Rahmenbedingungen im Umgang mit Währungsrisiken in Zeiten hochvolatiler Finanz- und Währungsmärkte, speziell auch aus Euro-Sicht, für ein KMU mit Sitz im thurgauischen Roggwil?

Im Rahmen der gesetzgeberischen Vorgaben basierend auf OR 663b Ziff. 12 erfolgt mindestens einmal jährlich eine integrale Risikobeurteilung der für das Unternehmen relevanten Risiken. Diese Beurteilung erfolgt in enger Koordination mit dem Internal Audit Department

des Mutterhauses, der Arbonia-Forster-Holding AG (AFG). Als fundamentaler Teil dieser Risikobeurteilung figurieren die strategischen Währungsrisiken an zentraler Stelle; bezogen auf das heutige Geschäftsmodell der RWD Schlatter AG präsentieren sich diese Währungsrisiken primär (aber nicht nur) auf der Beschaffungsseite, dies aufgrund der bereits erwähnten mehrheitlichen Umsatzstruktur in Schweizer Franken.

Wenn man generell von Währungsrisiken spricht, ist gemeinhin bekannt, dass diese mindestens drei Ebenen umfassen: Man spricht vom sogenannten Transaction Exposure (Abwicklungsrisiko), vom Operating Exposure (strategisches Risiko) und vom Translation Exposure (Umrechnungs- und Bewertungsrisiko).

Auf Letzteres sei im Folgenden nicht weiter eingegangen. Für das Unternehmen RWD Schlatter AG sind hingegen das Transaction Exposure sowie das Operating Exposure bei Fremdwährungen von zentraler Bedeutung.

Sinnvolle Teilabsicherung?

Das Vorgehen im Zusammenhang mit dem Transaction-Risiko (zusammenfassend kann das Transaction-Risiko in drei Unterkategorien – sowohl absatz- als auch beschaffungsseitig – gegliedert werden: Offertphasen-Risiko, Backlog-Risiko und klassisches Kreditoren-Risiko nach erfolgter Übernahme der Verpflichtung in die Bücher) präsentiert sich wie folgt: In Absprache und Koordination mit dem Konzern-Treasury der AFG und in Anlehnung an die operativen Konzernrichtlinien

des Finanz- und Währungsmanagements erfolgt – basierend auch auf den bei der Jahresplanung für das Folgejahr zur Anwendung gelangten Währungs-Umrechnungskurse – eine rollierende Beurteilung, d.h. mindestens monatlich (in Zeiten volatiler Märkte wöchentlich), der Entwicklung sowie der Trends der wichtigsten Währungen, in unserem Fall speziell des Euros.

Aufgrund einer Ende letzten Jahres bzw. Anfang dieses Jahres erfolgten Lagebeurteilung wurde entschieden, das Transaction-Währungsrisiko der Business-Unit Türen mit 50% des Exposures aus Risiko-Split-Überlegungen via internen monatlichen Terminkontrakten (eine Möglichkeit der zahlreichen Absicherungsinstrumente, einfach handzuhaben und niedrige Kosten, bei planbaren Strömen) abzusichern (man spricht von einem so genannten proportionalen Hedging). Das heisst im Klartext, dass für das laufende Jahr die Hälfte der monatlich geplanten Kreditoren-Zahlungen in Euro der Wechselkurs intern (mit entsprechenden Abschlag aufgrund der Zinsdifferenz Euro/CHF) fixiert worden ist. Die anderen 50% wurden nicht abgesichert. Aus heutiger Ex-post-Betrachtung muss man sich die Frage gefallen lassen, wenn man sich die Entwicklung des Euros zum CHF seit Anfang Jahr vor Augen führt, ob diese Teilabsicherung eine sinnvolle Massnahme gewesen sei.

Bessere Planbarkeit

Diese Frage kann man mehrfach beantworten; zwei mögliche Antwortzenarien wären wie folgt: Erstens mit der Aussage, dass

man im Nachhinein immer gescheiter ist und die Einschätzung des Währungsverlaufs des Euros anfangs Jahr dergestalt erfolgte, dass man einen Kurs von 1.25 als einen «ordentlichen» (Beschaffungs-)Kurs beurteilte. Auf die zusätzlich auf Konzernstufe verfügbaren Instrumente des Natural Hedgings sowie des Nettings etc. wird in diesem Beitrag nicht eingegangen.

Zweitens mit der Begründung, dass der Wert einer Unternehmung – gemäss allgemein anerkannter Finanztheorie – der Barwert aller (zukünftiger) Zahlungsströme darstellt und insofern die (Teil-)Absicherung der Zahlungsströme in fremder Währung nichts anderes ist, als das Risiko eines Minderwertes dieser Zahlungsströme (und folglich auch des Unternehmenswertes per se) zu reduzieren. Diese Risikoreduktion erlaubt zudem, sich auf die Kernkompetenz des Unternehmens zu fokussieren.

Eine Teil-Absicherung erlaubt zudem eine bessere Planbarkeit der Zahlungsströme sowie eine ausgewogenere und kontinuierlichere Basis für die Kalkulation der Produktpreise, ohne sich dabei ganz von einer vorteilhafteren Kursentwicklung zu verabschieden.

Mehrjährige Partnerschaften

Ist das Transaction-Risiko bei Währungsfragen (und auch das nicht behandelte Translation-Risiko) mehrheitlich eher eine abwicklungstechnische und kurzfristige Angelegenheit, so verlangt das Operative Exposure eher eine langfristige Optik und ist daher – wenn auch der Name prima vista etwas anderes suggerieren mag – ein strategisches Thema. In diesem Bereich werden

die Aspekte des bereits erwähnten «Arbitrage Shopping», der Vertragswährungen bei Lieferverträgen, generelle Sourcing-Fragen ausserhalb der Schweiz, aber auch das Eindringen europäischer Türen-Anbieter in den Schweizer Markt aktuell. Es gilt nochmals festzuhalten, dass das für das Transaction-Risiko relevante Theorem der Risikoreduktion bei Währungsabsicherung für Zahlungsströme in fremder Währung selbstverständlich auch für das Operative Exposure gilt.

Ganz aktuell ist das Thema des «Arbitrage-Shopping», das heisst das Verlagern einer Sourcing-Quelle aus der Schweiz in den Euro-Raum. So attraktiv dies auch auf den ersten Blick erscheinen mag, ist es – wenn überhaupt – auf der anderen Seite nicht von heute auf morgen umzusetzen. Mit Lieferanten aus der Schweiz – aber auch generell mit Lieferanten – liegen mehrjährige Partnerschaften vor, die auf Vertrauen und auf das Verständnis des Geschäftsmodells und der Kultur des Partners basieren. Diese aufgrund einer (evtl. vorübergehenden) ausserordentlichen Währungssituation auf das Spiel zu setzen, wäre zu kurzfristig gedacht.

Hinzu kommt, dass mit diesen Partnerschaften über Jahre ein gegenseitiges Verständnis für Qualität und Service aufgebaut worden ist, das man nicht preisgeben möchte. Ebenfalls haben gemeinsame Entwicklungs- und Prozess-Optimierungsprojekte diese Partnerschaften optimiert.

Zusätzliche Rabatte

Mit Lieferanten aus der Schweiz, die teilweise (und/oder auch mehr) aus dem

Euro-Raum beziehen, konnten aber auf der anderen Seite verschiedene andere, nutzbringende Instrumente vereinbart werden, wie z. B. zeitnahe Währungsrabatte (basierend auf einem Monatsdurchschnittskurs im Vergleich zum Kurs, der zur Erstellung der Preisliste herangezogen wurde) oder Währungs-Rückvergütungen am Ende des Jahres (sogenannte Währungsanpassungsklausel in den Liefervereinbarungen).

Im Rahmen einer frühzeitigen Planung und bei sich seit Frühjahr 2010 anbahnender (Struktur-)Schwäche des Euros konnten in den vergangenen zwei Jahren mit verschiedenen Zulieferern mit Sitz in der Schweiz (die aber vorwiegend Tochter-Gesellschaften von im Euro-Raum ansässigen Konzernen sind) vereinbart werden, dass die Rechnungsstellung in Euro erfolgt. Dieses Beschaffungsvolumen in Euro konnte seit 2008 in etwa vervierfacht. Klar ist, dass dies kaum flächendeckend erfolgen kann.

Es wäre nun aber zu einfach, aus den erwähnten zusätzlichen Währungsrabatten bzw. -gutschriften und aus der Umstellung auf Euro-Fakturierung eine markant bessere Stellung auf dem Schweizer Absatzmarkt bzw. eine höhere Marge und einen höheren Gewinn 1:1 abzuleiten. Es sind im Wesentlichen zwei kompensierende Effekte, die diese vermeintliche Währungsgewinne – mindestens teilweise – kompensieren: Einerseits handelt es sich um die klassischen Preiserhöhungen der Lieferanten im Zuge der allgemein erhöhten Nachfrage, insbesondere im Bereich der Rohstoffe (Holz-Rohstoffe und Stahl für Zargen-Lieferungen, Schlösser etc.). Andererseits erfolgt

durch den starken Franken vermehrt und zunehmend ein Import von Produkten, sprich Türen aus dem Euro-Raum, insbesondere aus Deutschland und Polen. Durch den starken Franken im Vergleich zum Euro konnte die Konkurrenz aus dem Euro-Raum seit Anfang Jahr zusätzliche Rabatte in der Höhe von 15 bis 20% gewähren, ohne ihre Margen zu mindern. Bei strategisch wichtigen Objekten blieb nichts anderes übrig, als teilweise mitzuziehen mit entsprechenden Margen- und Ergebniseinbussen. Bei derartigen Preisdifferenzen rückt das Argument der Qualität – zumindest vorübergehend leider – in den Hintergrund. Der horrende und teilweise ruinöse Preiskampf bei hohem vorhandenem Volumen und Aufträgen in der Bauwirtschaft sei in diesem Zusammenhang nur am Rande erwähnt und verstärkt weiter die Margenerosion.

Eine Antwort darauf kann nur sein, vermehrt qualitativ hochstehende und umweltgerechte Produkte, Serviceleistungen und Beratungsdienstleistungen (sprich Kundennähe) zu erbringen – dies bei laufender Optimierung der Produktivität und der Prozesskosten. RWD Schlatter AG ist Mitte Juli 2011 als bisher einziges Unternehmen für Türen in Europa mit dem begehrten ökologischen Gütesiegel naturplus ausgezeichnet worden; dies für die Herstellung von neuartigen ökologischen Türblatttypen, die hinsichtlich Umweltschutz und Gesundheitsvorsorge in Bauten höchsten Anforderungen gerecht werden. Es wird vom internationalen Verein für zukunftsfähiges Bauen und Wohnen vergeben.

Aus- und Weiterbildung

Eine weitere Antwort auf die erwähnten Herausforderungen lautet: Förderung und Ausbau des Standorts nach Möglichkeit mittels Rationalisierungs- und Ersatz-Investitionen zur Prozessoptimierung sowie Investitionen in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter. Nur so kann das erarbeitete bzw. angestrebte Qualitätsniveau bei den Produkten und dem Service erhalten bzw. weiter ausgebaut werden.

Fazit: Der schwache Euro kann – neben der stark betroffenen Exportindustrie sowie den in Mitleidenschaft gezogenen Tourismus-/Gastgewerbe – auch die fast

ausschliesslich in der Schweiz operierenden Unternehmen belasten. Es ist nicht davon auszugehen, dass sich dies (Euro-Schwäche oder Franken-Stärke) kurzfristig ändert. Zusätzlich zeigt auch die Konjunktur in der Euro-Zone Zeichen von Schwäche, was noch mehr belastet. Prinzipiell ist auf der anderen Seite ein starker Franken Ausdruck volkswirtschaftlicher und finanzwirtschaftlicher Stärke – oder die Folge des gewählten bilateralen Wegs mit der EU? Wie dem auch sei: Klagen schafft kaum nachhaltige Lösungen, und dirigistische Massnahmen oder das «Anlaufenlassen der Notenpresse» bringen nur kurzfristige Remedur und bergen andere Risiken, wie z. B. ein (verzögerter) Anstieg der Teuerung. Gleichwohl stellt auf der anderen Seite ein massiv überbewerteter CHF ein nicht zu unterschätzendes Deflationsrisiko dar.

Ein klassisches, nicht spektakuläres Währungsmanagement (als des Teil des integralen Riskmanagements) schafft im kurzfristigen Transaction Exposure – nach erfolgter Ausrichtung im strategischen Bereich gegenüber den Beschaffungspartnern und den im Euroland aktiven Sourcing-Kapazitäten – Planungs- und Kalkulationssicherheit. «Arbitrage Shopping» ist ein Prozess, der nicht von heute auf morgen umzusetzen ist und Partnerschaften strapazieren kann.

Nicht desto trotz ist der Blick auf im Euro-Raum domizilierte Lieferanten sowie weitergehende Partnerschaften – unter Wahrung der Qualitätsansprüche – weiterhin zu schärfen. Stichworte Qualität, insbesondere Produkt- und Servicequalität, und Kundennähe: Diese sollte noch verstärkter als Differenzierungsmerkmal und als hohe Eintrittsbarriere gegenüber denjenigen Wettbewerbern dienen, die aus dem Euro-Raum aufgrund der momentan für sie günstigen (oder verzerrten) Währungsrelationen in den Schweizer Markt dringen. Die konsequente Optimierung der Prozessabläufe und -kosten sei in Ergänzung dazu erwähnt. Diese sind u.a. die aus unserer heutigen Sicht tauglichen Rezepte, um trotz starkem Schweizer Franken oder schwachem Euro am Markt erfolgreich bestehen zu können.

*Ferruccio Vanin ist Finanzchef bei der RWD Schlatter AG in Roggwil



Oslo, 15:26 Uhr

Wenn einer eine Reise macht, dann kann er was erzählen. Dieses Sprichwort gilt auch für jene, die wie wir am 22. Juli um 15:26 Uhr in Oslo waren. Die im Regierungsviertel gezündete Bombe löste allseits Panik und Chaos aus. Pulverdampf, Rauch, Scherben und stark beschädigte Bauten prägten das Bild. Auf den Strassen rannten schreiende Menschen um ihr Leben. Die Geschäfte wurden evakuiert. Und der Bevölkerung wurde geraten, nach Hause zu gehen. Doch wohin sollten wir gehen? Unser Hotel war das höchste Haus Oslos. Solange das Gerücht eines terroristischen Anschlags in aller Munde war, wäre dies sicher der falsche Ort gewesen. Nur zu gut erinnerten wir uns an die Bilder von 9/11.

Wir gönnten uns deshalb Erholung in einem Strassencafé, weit abseits des Regierungsviertels. Doch aktuelle Meldungen auf dem Smartphone lauteten, dass weitere Bombenanschläge vermutet würden. Unter anderem genau in jenem Quartier, in dem wir gerade unseren Kaffee einnahmen ... Fluchtartig verliessen wir den Ort. Erst spät am Abend, als die Einzeläterthese des Anschlags in Oslo und des grauenhaften Tötens auf der Insel Utøya sich zu bewahrheiten schien, wagten wir uns zurück ins Hotel. Norwegen und Oslo haben sich seit dem 22. Juli verändert. Wir auch!

Dr. Sven Bradke
Wirtschafts- und Kommunikationsberater
Geschäftsführer Mediapolis AG, St. Gallen

Anzeige

Wirtschaftsprüfung. Auf unsere Art.

Kunden wollen sich auf ihren Abschluss verlassen können – so wie wir auch. Entsprechend kommen wir Ihnen entgegen: Ganz persönlich und mit grossem Engagement prüfen wir Ihr Unternehmen, liefern Kennzahlen und zeigen Stärken und Schwächen auf.

Damit Sie sich erleichtert den wirklich wichtigen Dingen zuwenden können.

www.revitrust.com
Zürich Buchs Arbon Schaan





Visualisierungen aus dem Projekt «Akari»: So oder ähnlich könnten sich Bahnhof und Bahnhofplatz St. Gallen in wenigen Jahren präsentieren.

Die Drehscheibe als Wirtschaftsfaktor

Bahnhof und Bahnhofplatz St. Gallen sollen baulich erneuert werden. Voraussichtlich im Sommer 2012 werden die Stimmberechtigten der Stadt St. Gallen über einen entsprechenden Kredit abstimmen. Die Vorlage hat eine grosse Bedeutung. Denn der St. Galler Bahnhof ist die Drehscheibe des wirtschaftlichen Zentrums der Region.

Stolze 80'000 Menschen nutzen den Bahnhof St. Gallen und seine direkte Umgebung jeden Tag. Sie sind zu Fuss oder mit dem Velo unterwegs, als Fahrgast mit Zug, Bus, Taxi oder Postauto. Am Bahnhof trifft man sich, kauft ein, steigt ein, aus und um. Bahnhof und Bahnhofplatz sind die Drehscheibe der Stadt. Belebt, beliebt, pulsierend. Ein so zentraler städtischer Bereich muss weiter entwickelt werden, damit er die Anforderungen von heute und morgen erfüllt.

Wirtschafts- und Verkehrskern
Der St. Galler Bahnhofplatz, wie er sich heute präsentiert, ist historisch gewachsen. Entstanden im Lauf des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts, sind die Anlage und die umliegenden Gebäude von der damaligen Bedeutung des Bahnverkehrs und der Textilindustrie geprägt. Inzwischen hat sich rund um den Bahnhofplatz ein eigentliches Geschäftszentrum entwickelt, das sich weiter ausdehnt. Damit ist der Platz heute mehr als je zuvor ein bedeutender Teil des

Wirtschafts- und Verkehrskerns der Stadt St. Gallen.

Die zentrale Funktion des Bahnhofplatzes ist die einer Drehscheibe des öffentlichen Verkehrs im Nah-, Regional- und Fernverkehr. Zudem ist der Platz der erste Eindruck der Stadt für Besucherinnen und Besucher bei der Ankunft mit dem Zug. Weiter dient der Bahnhof als Mittelpunkt für den Langsamverkehr zu Fuss oder per Velo und ist für diesen Umsteige-, Aufenthalts- und Begegnungsort. Auch der moto-



Mit einer permanenten Ausstellung auf dem Kornhausplatz sowie an den neuralgischen Punkten rund um den Bahnhof werden die Passanten über das Projekt informiert.

risierte Verkehr «sucht» den Bahnhofplatz, gerade in Verbindung mit den öffentlichen Verkehrsmitteln. Ausserdem bildet der Platz ein wichtiges städtebauliches Element der westlichen Innenstadt.

Die Funktion als Verkehrs-Drehscheibe nimmt der Bahnhofplatz heute nicht mehr in optimaler Form wahr. Die Zunahme an Verkehrsbewegungen führt zu Engpässen, die Übersichtlichkeit leidet, für die Benutzerinnen und Benutzer wird es zunehmend schwieriger, sich zu orientieren.

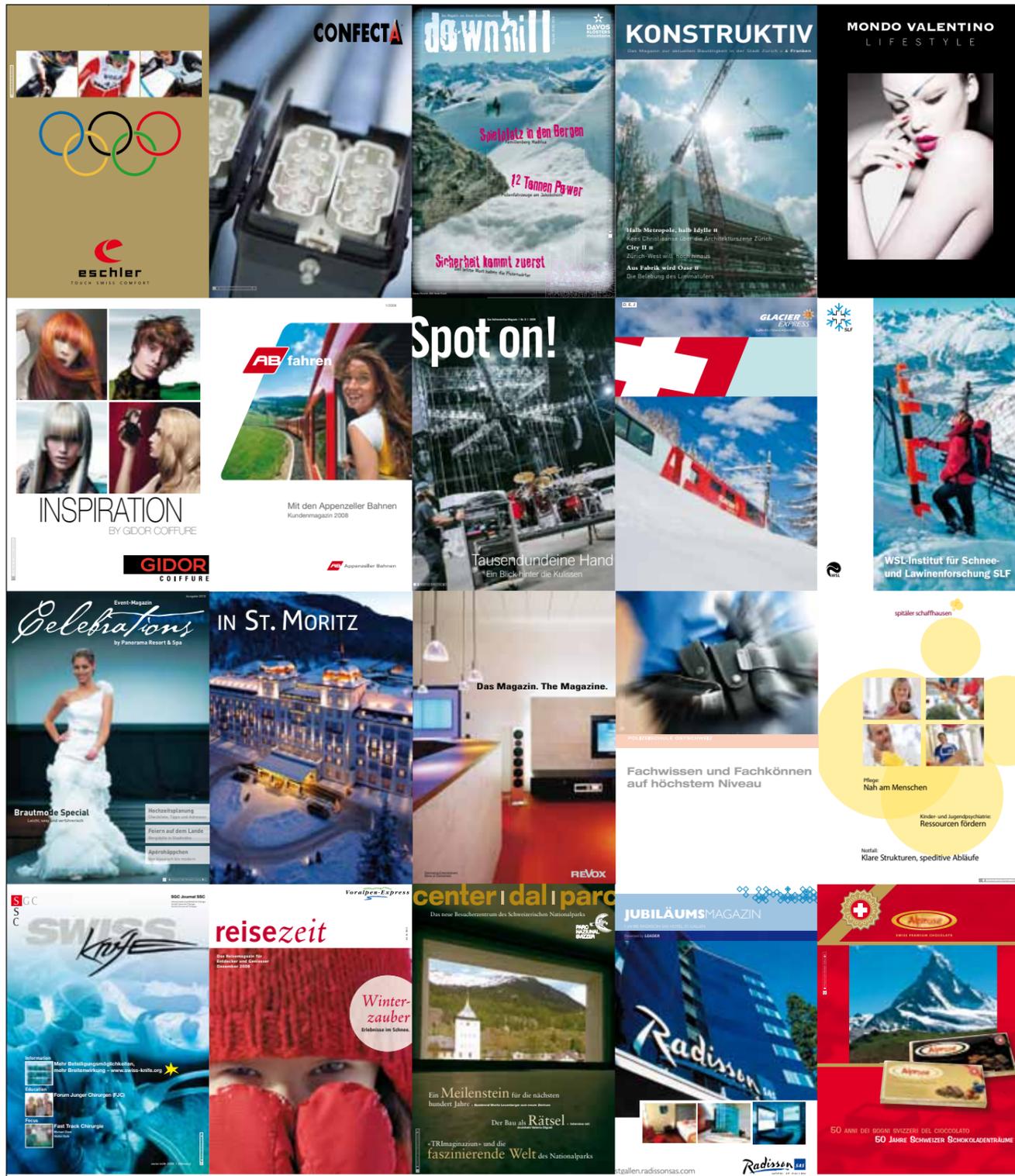
Optimierung durch Neugestaltung

30 Jahre nach den letzten grösseren baulichen Anpassungen soll nun eine Neugestaltung von Bahnhof und Bahnhofplatz St. Gallen erfolgen. Das Ziel: Der zentrale städtische Bereich soll seine Aufgaben wieder besser erfüllen und gleichzeitig offe-

ner, freundlicher und einladender werden. Auf dem Weg zu diesem Ziel müssen viele verkehrstechnische und gestalterische Herausforderungen gemeistert werden. Das vorliegende Projekt «Akari», das als Gewinner aus einem Wettbewerb hervorgegangen ist, erfüllt diese hohen Anforderungen an Verkehr, Mobilität und Städtebau in starkem Mass. Die Zeichen stehen gut für eine Erneuerung von Bahnhof und Bahnhofplatz St. Gallen, mit der die zentrale Drehscheibe fit für die Zukunft gemacht wird.

Die Neugestaltung und Aufwertung von Bahnhof und Bahnhofplatz St. Gallen

ist in eine Reihe von Teilprojekten gegliedert. Einbezogen wird das gesamte Areal. Alle Teilprojekte wurden mit Blick auf die Optimierung ihrer Funktion wie auch der Gestaltung geplant. Die Erneuerung reicht vom Kornhausplatz über die Haltestellen und die Unterführungen bis zum Appenzeller Bahnhof. Damit verbunden ist auch ein neues Verkehrskonzept. Dieses steht in Zusammenhang mit der entstehenden Tiefgarage bei der Fachhochschule direkt beim Bahnhof. Hier wird eine Entflechtung für eine bessere und schnellere Erreichbarkeit der Bahnhofsumgebung sorgen. ■



Unter schwedischem Dach an die Spitze kommen

Immer mehr Veranstaltungen wie Kongresse und Versammlungen, eine wachsende Anzahl von TV-Sendern und Web-TV-Angeboten und ein klarer Trend vom geschriebenen Wort zum bewegten Bild: Es sind gute Zeiten für Unternehmen, die Medientechnik anbieten und bewegte Bilder produzieren beziehungsweise übertragen. Ein grosser Anbieter in der Schweiz stammt aus Gossau und gehört zu einer schwedischen Gruppe: die Mediatec Switzerland AG.

Text: Stefan Millius

Reto Osterwalder ist ein im besten Sinn des Wortes «Angefressener»: Nach einer kaufmännischen Ausbildung begann er bereits 1983, als Mitglied des Ur-Teams in Wil Lokalfernsehen zu machen. Ab 1988 leitete er den ehrenamtlichen Lokalsender mehrere Jahre lang. Sein Auskommen verdiente er in einem verwandten Bereich: Ab 1989 war er Projektleiter bei der Syma Medientechnik in Kirchberg, von 1999 bis 2006 leitete er den Bereich Medientechnik.



Reto Osterwalder

Es ist ein hart umkämpfter Markt mit vielen – und vor allem laufend neuen – Anbietern in jeder Grössenordnung. Eine klare Differenzierung zu diesen sieht Reto Osterwalder zum einen in der Technologie: Die Mediatec weist einen der grössten Parks mit speziell ausgestatteten Fahrzeugen an und kann damit praktisch jedes Bedürfnis befriedigen. Das gilt auch für die Breite des Angebots, das von der Produktion über die Übertragung bis zur Präsentation alles einschliesst. Das heisst laut Reto Osterwalder allerdings keineswegs, dass sein Unternehmen ausschliesslich ein Fall für «grosse Kisten» ist. «Wir liefern auch kleine Beschallungen für lokale Events, Sportanlässe und Ansprachen.»

Achse Schweiz – Schweden

Danach übernahm Osterwalder die Geschäftsleitung der Decatron Media AG, die er 2007 zusammen mit drei weiteren Investoren übernehmen konnte und zur Avedia AG machte. 2009 wurde die Mediatec Switzerland AG gegründet und der Betriebsteil der Avedia an die Mediatec verkauft. Mediatec Switzerland ist Teil der international tätigen Mediatec Group mit Hauptsitz in Schweden. 23 fest angestellte Mitarbeiter bieten von Gossau aus in der ganzen Schweiz TV-Produktionen, Broadcast, Eventtechnik, LED-Trucks und Video-produktionen an. Ein Schwergewicht liegt im Know-how rund um Sportproduktionen, vor allem Fussballübertragungen.

Wie kam es zur eher ungewöhnlichen Achse Schweiz – Schweden? «Mediatec ist in den gleichen Bereichen tätig wie die Avedia, einfach mit Schwergewicht Skandinavien», so Reto Osterwalder. In dieser schnelllebigen Branche mit grossen Investitions

tionen benötige man eine starke Partnerschaft, um im kleinen Schweizer Markt in neuen Marktsegmenten erfolgreich zu sein.

Fussball für Teleclub

Was das angeht, ist Mediatec gut unterwegs. Viele der Aufträge, die von Gossau aus ausgeführt werden, sind sehr publikumswirksam. Für Teleclub setzt Mediatec die Spiele der Axpo Super League um, an Grossanlässen wie den Openairs in St.Gallen, Frauenfeld, auf dem Gurten oder in Arbon stammt die Eventtechnik mit LED-Screens vom Gossauer Unternehmen, und auch bei Generalversammlungen für Banken oder Veranstaltungen wie dem KMU-Tag kommt die Technik von Mediatec zum Zug.

Das Zukunftsziel ist gesetzt: Laut Osterwalder will Mediatec klar die Nummer 1 sein für die Bereiche Outside-Broadcast und LED-Screens. LED-Displays als Festinstallationen an Gebäuden und stark frequentierten Orten sieht der Mediatec-Chef als Trend, der künftig zunehmen wird. Ein weiterer Trend, LED-Bande, sind derzeit in der Schweiz noch nicht gestattet; das Gossauer Unternehmen ist aber gerüstet für den Moment, in dem sich das ändert.

Das gilt auch für andere Entwicklungen, welche die Zeit mit sich bringen wird: 3D, die Technologie, die seit einiger Zeit im Kino wieder aktuell ist, wird laut Osterwalder bald auch im Livesport Einzug halten – neue Herausforderungen für die Medientechnik-Profis aus der Ostschweiz. ■

ES LOHNT SICH.

Auch das Magazin, das Sie in Händen halten, hat die Frehner Consulting AG realisiert. Neben über tausend anderen. Wenn Sie Interesse an einem inseratefinanzierten Imagemagazin haben, sprechen Sie mit uns.



Frehner Consulting AG Frehner Consulting AG, Zürcherstrasse 170, CH-9014 St.Gallen
Unternehmensberatung für Public Relations Tel. +41 (0)71 272 80 50, info@frehner-consulting.com

«Wir leben gut von Montage-Sünden»

Die offenen Märkte stellen heute für gewisse KMU eine zusätzliche Hürde dar. Aktuell macht ihnen zudem die Währungskrise zu schaffen. Im Gespräch erklärt Toni Kempf, Geschäftsführer der TS Tor & Service AG, wie man trotzdem erfolgreich wirtschaften kann und wieso sein Unternehmen 2011 mehr Wachstum erzielen wird als in den Jahren zuvor.

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

Toni Kempf, derzeit spricht alles vom schwachen Euro-Kurs. Inwiefern ist ein KMU wie Ihres davon betroffen?

Alle unsere langjährigen Lieferanten sind im EU-Raum angesiedelt, weshalb wir den Grossteil unserer Materialrechnungen in Euro bezahlen. Das Risiko, bei der Kalkulation der Aufträge einen zu tiefen Eurokurs zu verwenden, ist gering. Für langfristige, über mehr als ein Jahr laufende Bauobjekte ist die Vorhersage des Euro-Kurses bedeutend schwieriger. Bedingt durch den ständigen Konkurrenzdruck, lassen wir die tiefen Eurowechselkurse in unsere aktuellen Objekt-Kalkulationen einfließen und geben den tiefen Kurs an unsere Kunden weiter. Unsere Kunden in der Exportwirtschaft tun sich da sicherlich schwerer, da die Preise ihrer Produkte durch den starken Frankenkurs gegenüber dem Dollar und dem Euro steigen. Langfristig wird die Exportindustrie der Schweiz weniger exportieren und somit weniger Investitionen tätigen können, was sich auch negativ auf Torinvestitionen auswirkt.

Auf die Finanzkrise folgt die Währungskrise. Ist es heute schwerer, erfolgreich zu wirtschaften als noch vor zehn oder zwanzig Jahren?

Ja. Aber nicht wegen den Krisen, die gab es auch früher, mehr aufgrund der offenen Märkte. Der Schweizer Baumarkt ist kein geschlossenes Gebilde mehr. Grosse europäische und schweizerische Totalunternehmer vergeben ihre Aufträge heute immer häufiger direkt an europäische Hersteller mit Montage. Diese wiederum haben keine Generalimporteure mehr, sondern beliefern die Kunden auch direkt. Qualität und Kundenfreundlichkeit haben deshalb

für unsere Montage- und Servicetrupps oberste Priorität. Wir leben bereits jetzt gut von Montage-Sünden und fehlendem Reparaturservice von Mitbewerbern im Tiefpreissegment. Für diese arbeiten teilweise Arbeitnehmer aus Osteuropa, die in Kombi-Fahrzeugen auf den Baustellen oder Parkplätzen übernachten. Dank flankierender Massnahmen werden diese Baustellen und Arbeiter permanent durch Gewerkschaftsfunktionäre kontrolliert, welche auch durch unsere Arbeitgebervereinigungen (SMU an Unia) bezahlt werden.

Was waren in den Gründungsjahren des Unternehmens die grössten Hürden, die es zu überwinden galt?

Einen guten Businessplan zu erstellen, mit welchem wir die Bank überzeugen konnten, uns einen Blankokredit in der Höhe von 200'000 Franken zu gewähren. Das haben wir geschafft und erhielten das nötige Startkapital. Heute sind wir eigenfinanziert, haben keine Schulden und pflegen immer noch gute partnerschaftliche Beziehungen zu unserer Gründungs- und heutigen Hausbank.

Und heute, welche Märkte bearbeiten Sie?

In der Deutschschweiz zählen Private, die öffentliche Hand, Gewerbe- und Industriekunden, Total- und Generalunternehmungen sowie Metall- und Stahlbauer als Mittler und Wiederverkäufer zu unserer Klientel. Weiter gehören Neubauten, Renovationen und Umbauten von Gewerbe- und Industriehallen, Einkaufsmärkte – wie z. B. die AFG Shopping Arena oder die OBI-Baumärkte – sowie Parkhäuser und Bürogebäude zu unseren Projekten. Zu unserem Kundensegment zählen Private,

die Öffentliche Hand sowie Gewerbe- und Industriekunden. Darunter sind namhafte Firmen wie ABB, AMAG, Arbonia Forster, Flawa, DRS oder Nestlé.

Demnach können Sie auch auf eine Stammkundschaft zählen? Ihr Produkt benötigt man ja in der Regel nicht alle paar Jahre von Neuem.

Ja, Coop, Migros, Aldi, verschiedene Deutschschweizer Kantone, die Schweizer Armee, Swissmill Zürich oder Nationalstrassen Gebiet VI zählen unter anderem zu unseren Stammkunden.

Wie geeignet ist der Standort Muolen für den Betrieb?

Wir sind am Rande unseres Verkaufs-, Montage-, Reparatur- und Wartungseinzugsgebiets positioniert. Ein grosser Teil unserer Flotte fährt täglich Richtung Zürich und darüber hinaus. Ab dem 1. September 2011 übernehmen wir die Aktivitäten einer führenden Torbaufirma im Kanton Aargau mit Ersatzteillager und Montage-Stützpunkt. Neben dem Reparaturstützpunkt in Freiburg haben wir dann auch eine Niederlassung im Herzen der Deutschschweiz und können unseren Kunden einen noch besseren 24-h-Reparaturservice bieten. Auch werden die Montagefahrzeiten enorm verringert. Der Zeitpunkt für die Übernahme der Aktivitäten ist optimal, da wir inmitten der Ausführung eines Grossauftrages für die Schweizer Armee mit 60 Toranlagen in Othmarsingen AG sind.

Woher beziehen Sie Ihre Rohstoffe?

Einen Teil aus der Schweiz und einen Teil aus dem europäischen Raum mit Ländern wie Deutschland, Holland, Schweden und Österreich.



Toni Kempf:

«Totalunternehmer vergeben ihre Aufträge direkt an europäische Hersteller.»



«Früher konnte ich einfach wieder reingehen, wenn ich was vergessen hatte. Doch heute ist das hier ein Hochsicherheitstrakt.»

agenturamflughafen.com

Sicherheit geht vor. Denn wir produzieren auch Drucksachen, die nicht jeder sehen soll. Dazu haben wir eine Filiale in Liechtenstein eröffnet und uns von Topprofis der Sicherheitsbranche beraten lassen. Wir garantieren Ihnen: Unser Personal ist auf Herz und Nieren geprüft und dafür autorisiert, in einem hochprofessionellen, bankenkonformen und SAS 70-testierten Produktions- und Sicherheitsumfeld hochsensitive Transaktionsbelege farbig zu drucken, zu verpacken und zu verschicken. Für Banken, Telekomunternehmen und Versicherungen. Stellen Sie uns doch auch in Liechtenstein mal auf den Prüfstand und erleben Sie **crossmediales Dialogmarketing aus Leidenschaft**.

FULLSERVICE FOR DIALOGMARKETING

DIRECT MARKETING SERVICES

CALL AND COMMUNICATION SERVICES

DIGITAL PRINTING SERVICES

STRATEGIC DIALOG SERVICES

FINANCIAL PRINTING SERVICES



TRENDCOMMERCE
LIECHTENSTEIN

Trendcommerce (Liechtenstein) AG ■ Industriestrasse 18 ■ FL-9486 Schaanwald
Fon +41 71 555 06 01 ■ Fax +41 71 242 90 61
info@tcgroup.ch ■ www.tcgroup.ch

Ein Unternehmen der Trendcommerce Group



Worin unterscheiden Sie sich von Ihrer Konkurrenz?

Unser Slogan ist Programm: «Damit Sie keinen Ärger haben. Tore, die funktionieren, gibt's bei uns. Den Service natürlich auch.» Wir verkaufen und montieren Tore erster Güte. Zudem haben wir uns durch unseren kaum schlagbaren Service einen Namen gemacht. Unsere Servicetechniker sind dauernd einsatzbereit, für unsere eigenen und für Tore anderer Marken, und das rund um die Uhr, 24 Stunden an 365 Tagen im Jahr.

Unternehmertum ist mit Verzicht verbunden. Wünschen Sie sich manchmal, Sie könnten Verantwortung abgeben?

Unternehmertum hat mit unternehmen zu tun. Für unsere anspruchsvolle Kundschaft unternehme ich gerne etwas. Es bereitet mir Freude, mit meinem motivierten und gut ausgebildeten Mitarbeiterstab immer besser zu werden, den Kunden optimale Lösungen für ihre Probleme anzubieten, für unsere Produkte und Dienstleistungen angemessene Preise zu erzielen und die Unternehmung somit finanziell auf sichere Beine zu stellen. Dafür übernehme ich gerne die Verantwortung. Ausserdem bin ich nicht alleine. Meine beiden Mitinhaber

Wisi Kempf und Xaver Helfenberger sowie unsere Abteilungsleiter Saverio Santomassimo und Heinz Schönholzer übernehmen ihre Verantwortung ebenfalls im Rahmen ihrer Kompetenzen. Ich trage nicht die ganze Last der Verantwortung alleine. Wir sind ein Team von Torbauern.

Und wie sieht die Zukunft des Unternehmens aus?

Durch die neue Niederlassung in Kanton Aargau und die Übernahme der Aktivitäten im Torbereich von Wälty & Co AG in Schöffland AG werden wir 2011 mehr Wachstum generieren als die Jahre zuvor. Wir sind bestrebt, kontinuierlich und gesund zu wachsen. Jede Neuinstallation unserer Torsysteme bedeutet mehr Arbeit im Wartungs-, Service- und Reparaturbereich. Deshalb wächst unser Mitarbeiterstab im Servicebereich jedes Jahr um einen Servicetechniker zusätzlich an.

Was die Zukunft betrifft: Ich bin 49 Jahre alt und fühle mich gesund und vital. Momentan ist eine Nachfolgeregelung für mich als Geschäftsleiter noch kein Thema. In vier bis fünf Jahren werden wir sicher über eine Nachfolgeregelung nachdenken müssen, da wir diesen wichtigen Punkt früh genug angehen wollen.

Zum Unternehmen

Die TS Tor & Service AG ist ein unabhängiges Unternehmen mit Sitz in Muolen, das sich auf die Beratung, den Handel, die Montage und den Service von Industrie- und Brandschutz Türen sowie Andocksystemen in der Schweiz spezialisiert hat. Das Unternehmen wurde von vier Mitarbeitern einer in Konkurs geratenen Torfirma gegründet, die vom Gläubigerausschuss den Zuschlag bekamen, die Fahrzeuge und das Lager vom Konkursamt abzukaufen. Am 1. November 1995 starteten diese vier Inhaber mit acht Mitarbeitern. Von Anfang an hat das Unternehmen sich durch hohes Fachwissen, gute Qualität der Beratung, Produkte und Dienstleistungen sowie eigene, permanent weitergebildete Monteuren- und Servicecrews, die schweizweit während 365 Tagen 24 Stunden täglich erreichbar und einsatzbereit sind, einen Namen gemacht. Heute beschäftigt die TS Tor & Service AG 49 Personen, davon zwei Lehrlinge. Sie montieren ca. 1000 Tore und Türen pro Jahr und erwirtschaften einen Gesamtumsatz von rund 13 Mio. CHF, davon etwa 4.2 Mio. Reparatur- und Wartungsumsatz. Weitere Infos unter www.tstor.ch

Pfusch am Bau – wie sich Bauherren schützen können

Kürzlich veröffentlichte der Hauseigentümergebieterverband eine Studie, gemäss der nahezu 50 Prozent der Bauherren, die mit Generalunternehmungen gebaut haben, nicht zufrieden sind; General- und Totalunternehmer erhalten mit 4.1 die schlechteste Note aller Baupartner. Fredy Willi, Mitinhaber der Generalunternehmung Zili AG, Bronschhofen, hat konkrete Tipps, auf was Bauherren achten sollen.

Fredy Willi, einer der Studienteilnehmer klagt: «Das Hauptproblem beim Bauen ist, dass es für den Bauherrn in der Regel das erste und einzige Mal ist, dass er baut. Der Unternehmer macht dies jedoch oft und hat deshalb einen riesigen Know-how-Vorsprung. Dieser ist kaum wettzumachen. Man fühlt sich ausgeliefert.»

Das verstehe ich. Wir stellen selbst fest, dass der Bauherr oft nicht weiss, was in dem Generalunternehmervertrag, den er unterschreibt, enthalten ist. Grössere, national tätige Generalunternehmungen offerieren gemäss SIA-Normen, die verbindlich sind für das Bauen in der Schweiz, und schliessen auch die Verträge entsprechend ab. Unter den kleineren Generalunternehmungen ist es aber leider nicht üblich. Nur wenige unterbreiten ihren Bauherren verbindliche Kostangaben gemäss SIA-Normen und Baukostenplan (BKP). Wir arbeiten nach diesen Normen.

Was sagt einem Bauherrn die BKP-Nummer?



Fredy Willi, Mitinhaber der Generalunternehmung Zili AG, Bronschhofen, zeigt Bauherren anhand einer Checkliste, worauf sie beim Bauen achten müssen.

Der Baukostenplan BKP ist ein System, das hauptsächlich von SIA-Mitgliedern (Vereinigung Schweizer Ingenieure und Architekten) benutzt wird, um unter anderem Offerten

vergleichbar zu machen. Ein Bauherr kann damit einfach feststellen, ob bei beiden Anbietern die gleichen Leistungen (gekennzeichnet durch die BKP-Nummer) enthalten sind.

Sechs wichtige Tipps für Bauherren

- Verlangen Sie einen Leistungskatalog mit Kostenvoranschlag gemäss SIA-Normen; die BKP-Nummern müssen genannt sein.
- Wenn Sie andere Verträge erhalten, lassen Sie sie vor der Unterzeichnung von einem neutralen ausführenden Architekten (z. B. dipl. Arch. FH) prüfen.

- Verlangen Sie eine Referenzliste mit Adressen und Telefonnummern der Bauherrschaften der letzten Jahre. Holen Sie Erkundigungen ein.

- Verlangen Sie nicht nur einen Kostenvoranschlag für Umgebung und Erschliessung sowie für Baunebenkosten und Gebühren, sondern eine Kostengarantie.

- Verlangen Sie, dass der Generalunternehmer eine direkte Garantieleistung für das gesamte Bauwerk übernimmt und die Garantien nicht auf die Untertierlieferanten abwälzt.

- Prüfen Sie, ob die restliche Schlusszahlung gemäss Ihren Verträgen erst nach Ablauf von 90 Tagen nach Bauabnahme geleistet werden muss; so sichern Sie sich gegen die Eintragung eines Bauhandwerkerpfandrechts ab.

Und wenn ein Angebot keine BKP-Nummern enthält?

Dann sollte der Bauherr, bevor er einen Vertrag unterschreibt, einen neutralen, also nicht ins Projekt involvierten ausführenden Architekten (idealerweise einen dipl. Arch. FH) beauftragen, die Kostenvoranschläge zu vergleichen und dem Bauherrn zu erläutern, was er bei Anbieter A erhält und was bei Anbieter B. So kann er fundiert entscheiden und erspart sich eine Bautreuhand, die ja auch wieder Geld kostet. Bei uns sind sogar Bauherren, die uns schon abgesagt hatten, nach einer neutralen Beratung wieder zurückgekommen. Der Bauherr soll auch eine Referenzliste mit den Adressen der Bauherrschaften der letzten Jahre verlangen, damit er sich bei ihnen nach ihren Erfahrungen erkundigen kann.

Was ist der Unterschied zwischen einem Kostenvoranschlag für Umgebung und Erschliessung und einer Kostengarantie?

Normalerweise bezieht sich die verbindliche Kostenangabe in einem Vertrag nur auf das Gebäude. Für Umgebung und Erschliessung sowie für Baunebenkosten und Gebühren erhält der Bauherr nur einen Kostenvoranschlag. Wenn es dann zu «bösen Überraschungen» kommt, bleibt der Bauherr auf den Kosten sitzen. Wenn eine Generalunternehmung auch für die Umgebung, die Erschliessungsarbeiten und die Gebühren eine Kostengarantie übernimmt, steht sie auch für Unvorhergesehenes in diesen Bereichen gerade. Dies macht eine seriöse GU aus.

Sie geben diese Garantie. Mussten Sie schon einmal dafür einstehen?

Wir haben jüngst ein Beispiel erlebt, bei dem es am Baugrund infolge einer Erdwärmebohrung zu einem Schaden kam; die Behebung kostete 100'000 Franken. Bei uns zahlte der Bauherr dank der Garantie

keinen Franken; wir haben alles bereinigt und mit dem Bohrpartner und den Versicherungen gelöst.

Stichwort «Pfusch am Bau»: Fast 70 Prozent der Bauherren rügen in der HEV-Studie die schleppende oder ungenügende Beseitigung von Mängeln, wenn sie mit einem Generalunternehmer bauen.

Gemäss Normverträgen und Baurecht sind die einzelnen Bauhandwerker für die Garantiarbeiten zuständig. Nur ganz wenige GU in der Schweiz übernehmen eine direkte Garantie für das gesamte Bauwerk. Dann ist es in deren eigenem Interesse, dass nicht gepfuscht wird. Eine GU, die die gesamte Garantie übernimmt, wird auch mit langjährigen, ausgewählten Partnern zusammenarbeiten, die selbst einen guten Ruf haben.

Kann sich ein Bauherr dagegen absichern, dass auf seinem Bau ein Bauhandwerkerpfandrecht eingetragen wird?

Eine seriöse GU fordert den Bauherrn auf, die Rest-Schlusszahlung (bei uns sind das vier Prozent der Bausumme) erst 90 Tage nach erfolgter Bauabnahme und Übergabe der Bank- oder Versicherungsgarantie durch den GU an den Kunden zu leisten. So kann nach erfolgter Schlusszahlung kein Bauhandwerkerpfandrecht mehr eingetragen werden, da die gesetzliche Frist dafür verstrichen ist.

Sie entwickeln derzeit ein System zur Bauqualitätssicherung.

Das ist richtig; nach 35 Jahren als Generalunternehmer sind uns die Probleme der Branche wohlbekannt. Zusammen mit namhaften Experten entwickeln wir für Bauherrschaften und Architekten eine Bauqualitätssicherung, die von Banken und Versicherungen zunehmend verlangt wird. Das System wird im nächsten Jahr vorgestellt. ■



Die Schuldenkrise und der Kanton St.Gallen

Die weltweite Finanzkrise von 2008/2009 löste eine wirtschaftliche Rezession aus, die mittlerweile zu einer Schuldenkrise mutierte, welche verschiedene europäische Länder an den Rand des Staatsbankrotts getrieben hat. Die schon vorher hohe Arbeitslosigkeit im EU-Raum hat sich noch verschlimmert, und eine massive Inflation, verursacht durch die riesigen Geldmengen, die momentan von der Europäischen Zentralbank in Umlauf gebracht werden, um die Zahlungsunfähigkeit der betroffenen Staaten abzuwenden, dürfte unausweichlich sein.

Der Schweizer Staatshaushalt ist im Gegensatz zu anderen Ländern nicht ausser Kontrolle geraten. Das gilt insbesondere auch für den Kanton St.Gallen, wo sich die SVP-Kantonsratsfraktion seit jeher gegen ausufernde Staatsausgaben eingesetzt hat – trotz Protesten der Mitte-Links-Parteien und der mit ihnen sympathisierenden Medien. Wir waren schon immer überzeugt, dass es einen Abbau der Schulden brauche anstelle von staatlichen Konjunkturprogrammen, die kaum wirksam sind, sondern Schulden produzieren. Darum haben wir von der Regierung die Ausarbeitung eines Sparpakets verlangt, dessen erster Teil vor Kurzem vom Kantonsrat angenommen wurde. Der zweite Teil ist in Vorbereitung, und es ist zu hoffen, dass mit Blick auf das europäische Umfeld nun alle Parteien zur Einsicht gelangen und ihn unterstützen werden.

Michael Götte
SVP-Fraktionspräsident
Gemeindepräsident Tübach

Auf Nachhaltigkeit ausgerichtet

Bioforce hat mit dem Kauf des niederländischen Unternehmens Biohorma Schlagzeilen gemacht. LEADER wollte von Robert Baldinger, CEO A.Vogel, wissen, ob dies eine Abwanderung ins Ausland bedeutet oder wo die Zukunft in der Gesundheitsbranche liegt?

Interview: Daniela Winkler **Bilder:** Bodo Rüedi

Robert Baldinger, Bioforce ist seit ihrer Gründung 1963 stetig am Wachsen. Der neuste Zuwachs ist dieses Jahr der Kauf von Biohorma B.V. in Elburg/NL. Welche Chancen ergeben sich für Sie daraus?

Die Biohorma ist der erfolgreiche Vertriebspartner für die A.Vogel-Produkte in den Benelux-Ländern. Mit der Übernahme dieses langjährigen Partners schufen wir die Voraussetzungen, um mit der Gesundheitsmarke A.Vogel die Chancen im attraktiven und sich im Wandel befindlichen Marktumfeld weiterhin erfolgreich zu nutzen. Die mittelfristigen Ziele von Bioforce bleiben unverändert: Erhalt der Innovationskraft, die Sicherstellung der Zulassungen und der Qualität der A.Vogel-Produkte sowie Umsatzsteigerung und Ausbau der Marktposition der Marke A.Vogel in selektiven Märkten.

Ihr Stammhaus ist in Roggwil TG. Sie haben aber Partnergesellschaften und Fabrikationsbetriebe in der ganzen Welt. Wohin geht geografisch der Weg in der Zukunft?

Unsere Wurzeln sind hier, deshalb werden wir am Werkplatz Schweiz sowohl für die Produktion, die Forschung und die Entwicklung als auch am Standort für das Stammhaus festhalten. Dank der Übernahme der Biohorma haben wir einen zweiten Produktionsstandort in den Niederlanden; damit erhoffen wir, längerfristig Synergiepotenziale bei der Beschaffung und Herstellung zu realisieren und die angestrebten höheren Herstellmengen mit der vorhandenen Infrastruktur bewältigen zu können.

Bioforce ist in 20 Ländern vertreten. Der starke Franken wird da auch immer ein Thema sein?

Wir exportieren 60 Prozent der in der Schweiz hergestellten Produkte und haben

die Infrastrukturkosten für die Stammhausfunktionen in Roggwil. Die Aufwertung des Schweizer Frankens der letzten zwei Jahre konnten wir dank unserer Innovationskraft, der Steigerung der Produktionsvolumina und der Effizienzsteigerung abfedern. Die in den letzten Wochen erfolgte beschleunigte Aufwertung jedoch macht uns Sorgen. Einerseits können die zusätz-

«Die Aufwertung des Schweizer Frankens der letzten zwei Jahre konnten wir dank unserer Innovationskraft, der Steigerung der Produktionsvolumen und der Effizienzsteigerung abfedern. Die in den letzten Wochen erfolgte beschleunigte Aufwertung jedoch macht uns Sorgen.»

lichen Kosten nicht an unsere Kunden im Ausland weitergeben werden, andererseits schrumpfen die Margen trotz Effizienzsteigerungen und der Einführung neuer Produkte.

Wie reagieren Sie darauf?

Wir können die Wechselkursentwicklung nicht beeinflussen und versuchen, Ruhe zu bewahren. Wir gehen davon aus, dass der Schweizer Franken sich mittelfristig wieder abschwächen wird, und halten fest an unserer Geschäftspolitik: motivierte Mitarbeiter, Pflege eines guten Betriebsklimas, Erhalt der Innovationskraft, Steigerung der Effizienz, nachhaltiges, profitables Wachstum sowie die notwendige Vorsicht bei Investitionen und Ausgaben.

Der Markt stellt immer wieder neue Herausforderungen, welcher Art auch immer. Muss oder kann man darauf immer schnell genug reagieren?

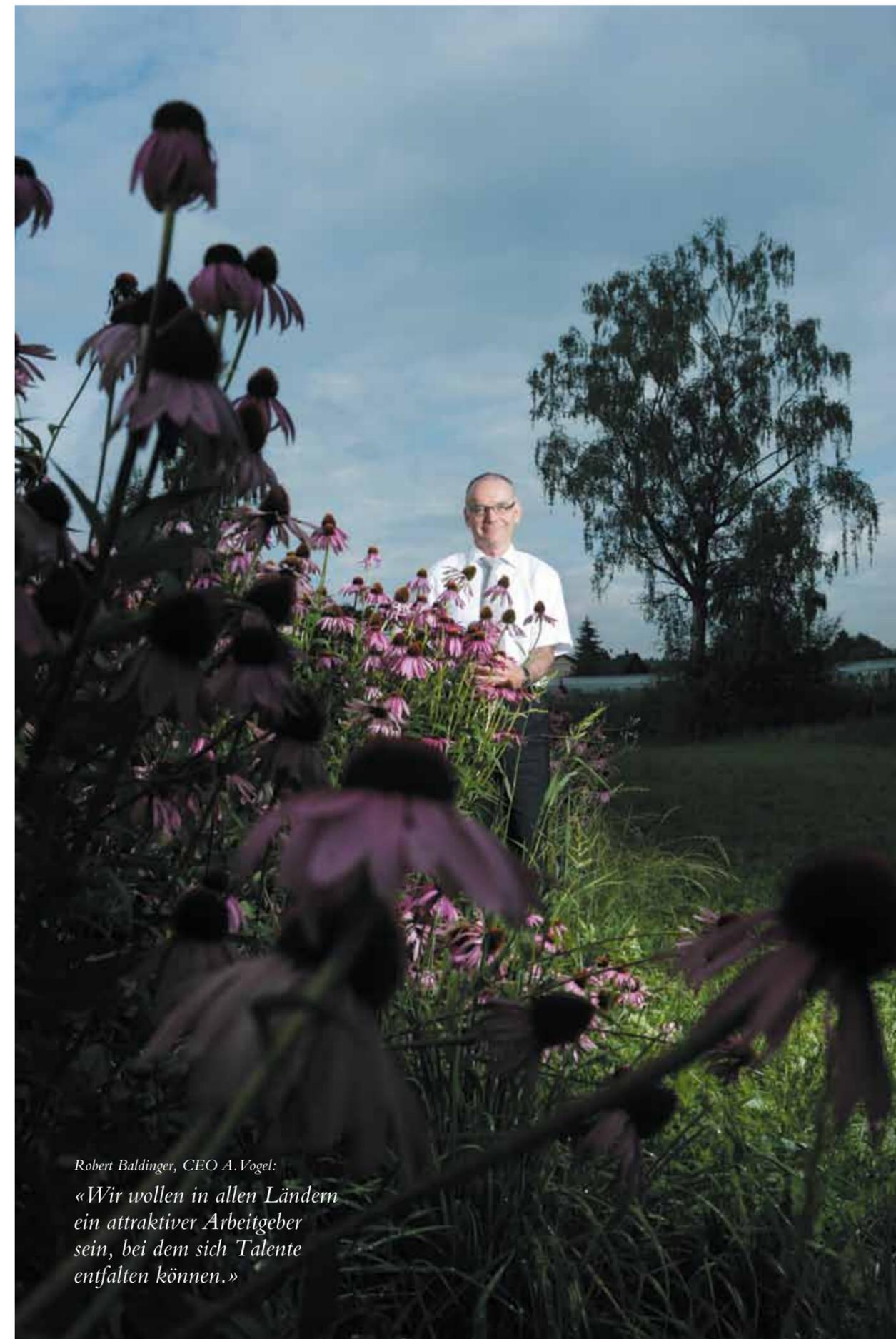
Der Gesundheitsmarkt bleibt – trotz der vielen Herausforderungen für alle Leis-

tungserbringer – ein attraktiver Markt. Der Wandel – die damit verbunden Chancen und Risiken – war vorhersehbar, und wir haben unsere Strategie darauf ausgerichtet. Unsere Geschäftspolitik muss auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sein. Die Erforschung und Entwicklung eines neuen Heilmittels dauert fünf Jahre, ergo können und müssen wir nicht immer schnell genug reagieren,

aber es braucht manchmal auch das notwendige Glück, zum richtigen Zeitpunkt das entsprechende Angebot bereitstellen zu können.

Eine Herausforderung in den letzten Jahren waren und sind immer wieder neue «Krankheiten» oder Epidemien wie Schweinegrippe, Vogelgrippe, EHEC. Wie wirkt sich dies für Bioforce aus?

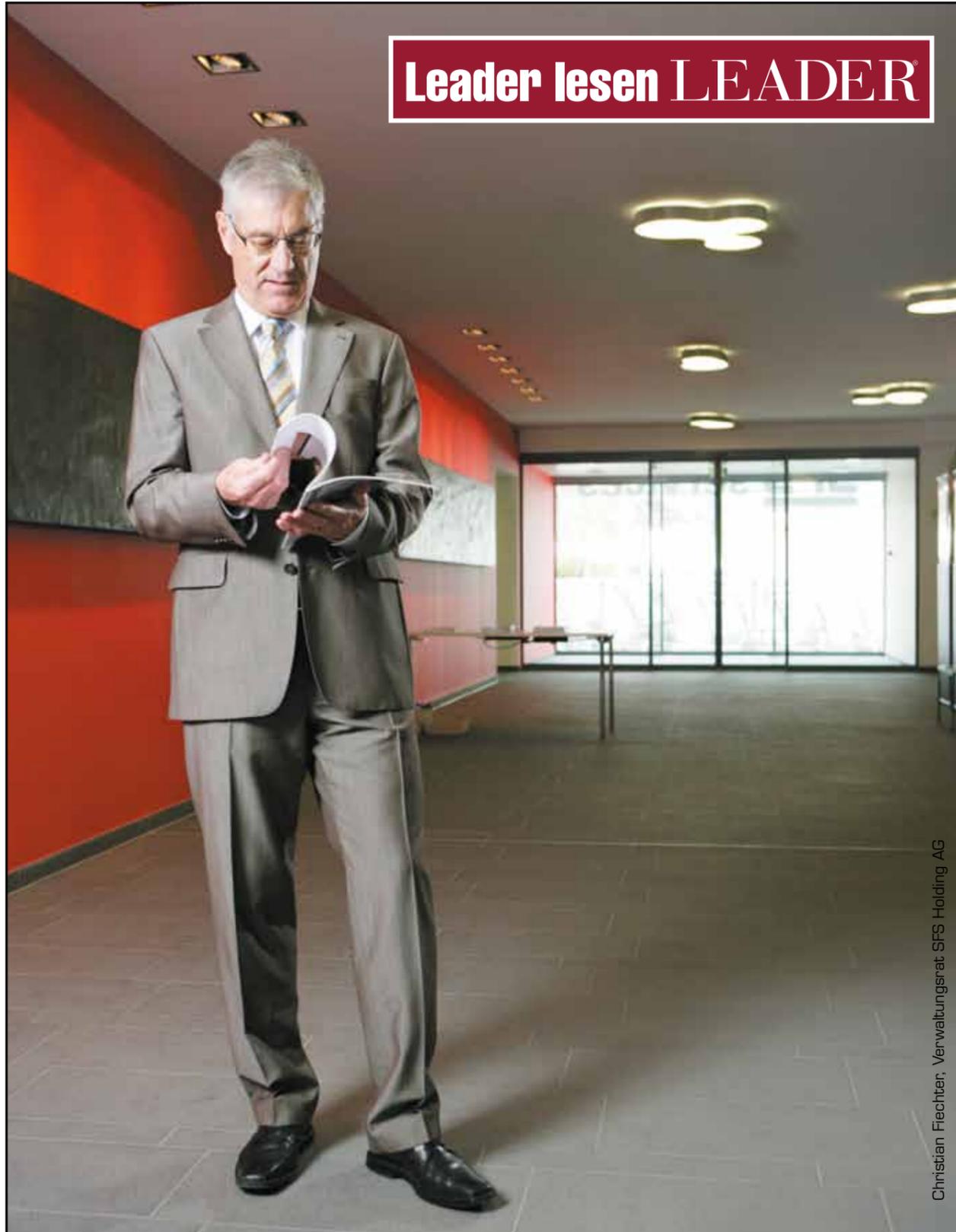
Das Auftreten von Epidemien dürfte das Gesundheitsbewusstsein fördern, und mehr Menschen suchen nach Möglichkeiten zum Erhalt der Gesundheit oder der Vorbeugung von Krankheiten. Wir erwarten, dass der Markt für freiverkäufliche Heilmittel und gesunde Ernährung wachsen wird und wir mit dem Angebot der Marke A.Vogel weiterhin richtig liegen. Im Falle der Schweinegrippe konnten wir mit unserem Leaderprodukt Echinaforce ein Heilmittel zu Stärkung des Immunsystems und für die Grippeprophylaxe zur Verfügung stellen – und wir konnten einen erfreulichen Umsatzzuwachs realisieren.



Robert Baldinger, CEO A.Vogel:

«Wir wollen in allen Ländern ein attraktiver Arbeitgeber sein, bei dem sich Talente entfalten können.»

Leader lesen LEADER



Christian Fiechter, Verwaltungsrat SFS Holding AG

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

Wie hat sich das Bewusstsein für alternative und pflanzliche Heilmittel in den letzten Jahren entwickelt?

Der Konsument wünscht – vor allen, wenn es um Gesundheit geht –, auswählen zu können aus einem möglichst breiten Angebot. Die deutliche Annahme der Volksinitiative «Ja zur Komplementärmedizin» hat dies bestätigt. Die Bioforce und auch unsere Mitbewerber haben in letzten Jahrzehnten viel in die Erforschung von Pflanzen investiert – aus der Tradition wissen wir, dass Pflanzen wirken, heute wissen wir, wie sie wirken – und damit zur höheren Akzeptanz der Phytotherapie beigetragen.

Ist dieses Bewusstsein in andern Ländern genauso feststellbar?

Ja, diese Entwicklung ist auch in anderen Ländern zu beobachten.

Sie waren in der Schweiz hauptsächlich im OTC-Markt (nicht-verschreibungspflichtige Medikamente) tätig, entwickeln vermehrt jetzt aber auch Produkte im Foodbereich. Weshalb dieser Wandel?

Das ist keineswegs ein Wandel. Alfred Vogel hatte 1923 ein erstes Reformhaus in Basel gegründet und gesunde Ernährung angeboten. Später, in den 1930er Jahren als Naturarzt in Teufen, hat er begonnen, erste Heilmittel zu entwickeln und zu verkaufen. Das Angebot unter der Marke A.Vogel umfasst seit je Gesundheitsinformation (Bücher, Zeitschrift, Internet), Ernährungsprodukte (wie beispielsweise das Kräutersalz Herbamare oder das A.Vogel-Vollkornmüesli) und pflanzliche Arzneimittel.

Wie sieht Ihre Ausrichtung für die nächsten Jahre aus?

Die Bioforce/A.Vogel-Firmengruppe ist gut aufgestellt für ein nachhaltigen kontinuierliches Wachstum in den bestehenden Märkten. Zentral für das künftige Wachstum ist einerseits die Innovationskraft, dank der eigenen Forschung und Entwicklung – in einem Netzwerk mit



Hochschulen und Universitäten – mit drei Schwerpunkten: die Entwicklung neuer Heilmittel, die Erforschung der Wirkmechanismen und wirksamen Substanzen von Heilpflanzen sowie die Entwicklung von neuen Lebensmitteln und Nahrungsergänzungsmitteln. Andererseits wollen wir Bekanntheit der Dachmarke A.Vogel mit den Kernwerten Frischpflanzenverarbeitung, ganzheitliches Angebot zum Erhalt der Gesundheit, Natur und Anleitung zur Selbsthilfe erhöhen sowie die Distribution – Erschliessung neuer Vertriebskanäle – in den wichtigsten Märkten ausbauen. Und das letztendlich wichtigste Erfolgskriterium: Wir wollen in allen Ländern ein attraktiver Arbeitgeber sein, bei dem sich Talente entfalten können. ■

Bioforce AG

Die Bioforce AG im thurgauischen Roggwil leistet mit den A.Vogel-Arzneimitteln und Ernährungsprodukten sowie einem umfangreichen Informationsangebot einen Beitrag für alle Menschen zur Erhaltung der Gesundheit. Das Unternehmen mit 345 Mitarbeitern (Schweiz: 145 sowie acht Auszubildende) besitzt Gruppengesellschaften in Belgien, Frankreich, Finnland, Kanada und in den Niederlanden. Fabrikationsbetriebe bestehen in Roggwil (CH), Elburg (NL) und Colmar (F). Jährlich werden in Roggwil 200 Tonnen Heilpflanzen verarbeitet und 350 Tonnen Frischpflanzentinkturen hergestellt.

Wir machen Karriere(n).



Peter Töngi, Studierender FHS Management-Weiterbildungszentrum

MAS in Business Information Management

Für Führungspersönlichkeiten an der Schnittstelle zwischen Management und IT: IT wertorientiert gestalten und umsetzen.
Start: April 2012

MAS in Business Process Engineering

Für Business Analysts und Requirements Engineers:
Erfolgreich in Projekten.
Start: 21. Oktober 2011

Interessiert? www.fhsg.ch/management-weiterbildung
Nächster Informationsanlass: 19. September 2011, 18.00 Uhr.
Anmeldung erwünscht (www.fhsg.ch/infoanlass)



www.fhsg.ch

Mitglied der FHO Fachhochschule Ostschweiz

Exportwachstum schwächt sich ab

Gemäss den Berechnungen der Fachstelle für Statistik des Kantons St.Gallen wurden im ersten Quartal 2011 aus dem Kanton St.Gallen Waren für rund 2,7 Milliarden Franken ins Ausland ausgeführt und für 2,2 Milliarden Franken eingeführt. Die Exporte nahmen gegenüber dem Vorjahresquartal nominal um 2,2 Prozent ab, teuerungsbereinigt wuchsen sie um 2,6 Prozent. Die Importe wuchsen nominal um 1,4 Prozent, real um 6,1 Prozent. Bei weitem den grössten Exportanteil hat die Warengruppe Maschinen, Apparate und Elektronik.

Von April bis Juni 2011 exportierten St.Galler Firmen Waren für 2,66 Milliarden Franken. Über die Hälfte dieser Ausfuhren, nämlich 1,49 Milliarden, gingen auf das Konto der Bereiche Metalle, Maschinen und Fahrzeuge. Dieser wuchs teuerungsbereinigt um 9,3 Prozent. Für 283 Millionen (-0,2 Prozent) wurden Präzisionsinstrumente ausgeführt. 358 Millionen entfielen ferner auf den Nahrungsmittelbereich, wo es einen Rückgang um 8,6 Prozent gab. Eingeführt wurden Waren für 2,22 Milliarden Franken, womit die Handelsbilanz mit 444 Millionen Franken im positiven Bereich lag. Bei den Importen lagen Metalle mit 523 Millionen Franken an der Spitze, gefolgt vom Bereich Maschinen, Apparate, Elektronik (449 Millionen) und chemischen Erzeugnissen (216 Millionen).

Wachstumsraten bilden sich zurück

Im Vergleich zum zweiten Quartal des Vorjahres gingen die Exporte nominal um

2,2 zurück, die Importe wuchsen um 1,4 Prozent. Teuerungsbereinigt wuchsen die Ausfuhren allerdings leicht, nämlich um 2,6 Prozent, die Einfuhren um 6,1 Prozent. Dies hat damit zu tun, dass in den umsatzmässig wichtigsten Bereichen die Preise zurückgegangen sind. Die Wachstumsrate bei den Exporten hat sich deutlich zurückgebildet, im Vorquartal hatte sie noch 10,6 Prozent betragen.

Am dynamischsten haben sich die Exporte von April bis Juni im Toggenburg und im Wahlkreis Wil entwickelt, wo sie teuerungsbereinigt um über 20 resp. 10 Prozent gewachsen sind. Abnahmen weisen die Wahlkreise Rorschach und Rheintal aus. Allerdings ist zu bemerken, dass die Veränderungen in den Wahlkreisen mit kleineren Umsätzen von Quartal zu Quartal recht stark schwanken können.

Europa als wichtigster Handelspartner

Wertmässig gingen 68,2 Prozent der Ausfuhren nach Europa, gefolgt von Amerika mit 14,8 und Asien mit 14,3 Prozent. Die-

se Anteile haben sich in den letzten Jahren nicht stark verändert. Bei den Importen ist die Ausrichtung auf Europa noch grösser, die Einfuhren stammen zu 90,5 Prozent von unseren Nachbarn. Allerdings gibt die Aussenhandelsstatistik bei Rohstoffimporten (zum Beispiel Erdöl) häufig nicht das Ursprungsland, sondern das Land des Händlers an.

Hauptsächlich Strassen-transporte

Gewichtsmässig wird bei weitem der grösste Teil der Ausfuhren auf der Strasse vorgenommen. Von rund 428'000 im 2. Quartal exportierten Tonnen wurden über drei Viertel auf der Strasse transportiert. Der Schienenverkehr machte 15,0 Prozent aus (64'000 Tonnen), der Luftverkehr 0,6 Prozent oder 2'700 Tonnen. Bemessen am Wert der transportierten Waren sind die Verhältnisse anders. Hier übertrifft der Luftverkehr mit 14,4 Prozent Anteil die Bahn mit 7,8 Prozent um das Doppelte. Auf der Strasse wurden wertmässig 74,8 Prozent ausgeführt. ■

Anzeige

Leader lesen LEADER®

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmernmagazin. www.leaderonline.ch

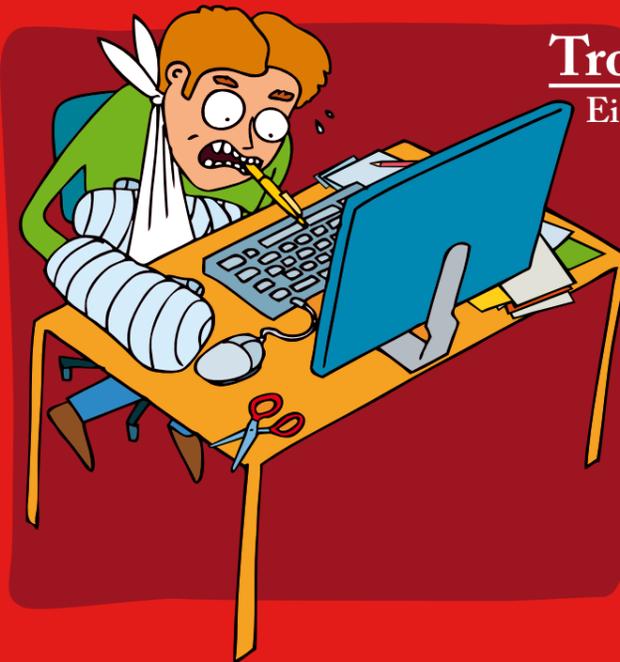


Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt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

www.leaderonline.ch

Trotzdemschaffitis

Eine Krankheit, die's bei uns nicht gibt.



Mit unserer Unfallversicherung ist Ihr Unternehmen gut abgesichert. www.oekk.ch

ÖKK

Frei für die beste Lösung

SpeedCom hat sich der menschlichen Kommunikation verpflichtet – den Austausch von Informationen zwischen Menschen so leicht wie möglich zu gestalten. Vom komfortablen Privattelefon zu Hause bis hin zur komplexen Telekommunikationszentrale für Unternehmen, vom Einzel-PC bis zur gesamten IT-Lösung eines Konzerns – SpeedCom verbindet innovative Hightech-Welten zu einzigartigen und vor allem individuellen Lösungen für jeden Bedarf.



Rolf Pfeiffer, Geschäftsführer SpeedCom (Schweiz) AG

Editorial

Langfristige Planung zahlt sich immer aus. Unternehmen, die von Beginn an auf individuell abgestimmte Telefonanlagen setzen, sparen auf Dauer Kosten und steigern die Produktivität. Wächst die Firma, sind diese nach Wunsch erweiterbar, auch von aussen programmierbar und unter verschiedenen Filialen vernetzbar.

SpeedCom bietet flexible, auf Kundenwünsche angepasste Systemlösungen, die den Alltag erleichtern und die Arbeit effizienter gestalten. Das spart neben Kosten auch Zeit und Nerven. Wir realisieren individuelle Kundenwünsche und bieten Produkte auf dem technisch neuesten Stand an. In unserem Unternehmen arbeiten hoch motivierte Spezialisten, die sich um die Planung, Durchführung, Einrichtung und Wartung kümmern.

Wir richten uns nach Ihren Anforderungen, Ihrer Branche und Ihrer Unternehmensgrösse und sorgen dafür, dass Kommunikation einfach und klar bleibt. Lehnen Sie sich zurück, geniessen Sie die restlichen Sommertage und lassen Sie uns die passende Lösung für Sie finden.

Der technischen Kommunikation sind heute fast keine Grenzen mehr gesetzt. Praktisch alles scheint machbar zu sein. Ob Hardware oder Software, wir sind absolut privilegiert was die Grundversorgung anbelangt. Doch haben wir auch immer genau die Instrumente, die wir wirklich brauchen, die auf unsere Bedürfnisse abgestimmt sind? Arbeiten wir effizient oder zahlen wir für etwas, was wir gar nie nutzen? Wenn Sie sich diese Frage auch schon gestellt haben, dann ist es höchste

Zeit, einen Profi zu fragen. Zum Beispiel die Spezialisten von SpeedCom.

Wir vergleichen

Der Volksmund sagt «viele Wege führen nach Rom». Das stimmt. Es gibt auch verschiedene Lösungen auf technische Fragen. Doch das Einzige was aus unserer Sicht zählt ist, dass «wer nach Rom geht» den optimalen Weg gezeigt bekommt. Dies verlangt, dass der Ratgeber zuhört, weiss was der Markt bietet und die Kompetenz hat, dies nicht nur zu vergleichen, sondern auch zu definieren.

Wir optimieren

Bleiben wir doch noch beim Volksmund. Dieser sagt nämlich auch «weniger ist mehr». Auch dies trifft zu. In der Praxis sehen wir zu oft, dass Lösungen angeschafft wurden, die überdimensioniert waren für die Anforderungen. Als neutraler Berater kann SpeedCom genau das empfehlen, was gebraucht wird. Wir nennen dies ganz einfach, optimale Lösung.

Wir rechnen

Natürlich hat unser Weg Konsequenzen. Für Sie als Kunde ganz erfreuliche. Zum einen bekommen Sie genau das, was Sie brauchen. Und zum anderen bezahlen Sie auch nur das, was Ihnen etwas bringt. Unsere Arbeit rechnet sich. Für Sie.

SpeedCom (Schweiz) AG
Langäulstrasse 37
Postfach 1006, CH-9470 Buchs
T +41 81 756 04 20
F +41 81 756 04 03
info@speedcom.ch
www.speedcom.ch



Haben allen Grund zur Freude: (v.l.n.r.) Rolf Pfeiffer sowie die SpeedCom Gründer Urs Frick und Andreas

Kollmann sind mit ihrer Unternehmung erfolgreich unterwegs.

SpeedCom Partner



Durch das neue System der SpeedCom ist die Filiale in Winterthur mit dem Mastersystem in Buchs vernetzt. Das bringt die Vorteile eines einheitlichen Teilnehmerverzeichnisses sowie Bedienplattform. Weiters kann so übergreifend von Buchs aus programmiert werden. Eine Einbindung von weiteren Aussenstellen an das System bietet sich an. Insgesamt sparen wir durch diese technische Änderung Kosten.

Urs Marquart, Geschäftsführer und Inhaber, Marquart AG Buchs SG



Als junges, aufstrebendes Unternehmen bauen wir den Internetversand als neuen Vertriebskanal auf. Sehr wichtig ist dabei die gute Erreichbarkeit der Kundendienstmitarbeiter, denn das Telefon bleibt in diesem Bereich die Kernkompetenz. SpeedCom hatte als Kommunikationsspezialist die ideale Lösung für uns. Damit sind wir für die kommenden Wachstumsstufen bestens gerüstet. Ein Highlight war die Integration einer deutschen Kundenservicenummer mit Lokaltarif für unsere Kunden aus Deutschland. Ebenso schätzen wir den schnellen Service von SpeedCom.

Markus Kobelt, Geschäftsführer und Inhaber, Lubera Buchs SG



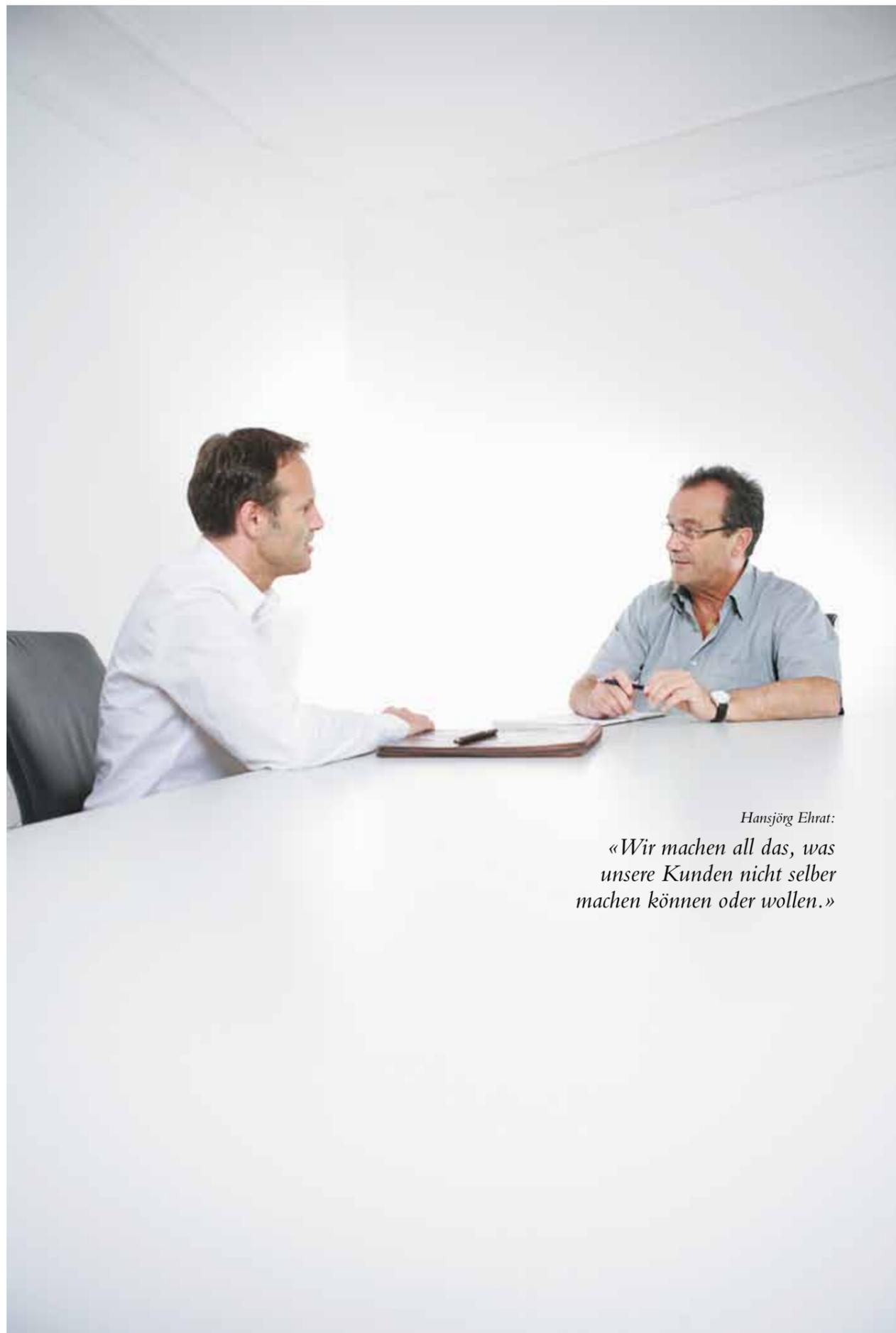
Um technisch effizienter zu arbeiten und dem Wachstum unseres Unternehmens gerecht zu werden, haben wir in eine neue Telefonanlage investiert. Das bietet mehr Flexibilität und erfordert weniger Laufwege. Damit sind wir technisch auf dem neuesten Stand und zudem ist die Anlage ausbaubar. Das heisst, die Investition rentiert sich langfristig auf jeden Fall.

Daniel Walser, Geschäftsführer und Inhaber, Fiberswiss Sitterdorf



Der Neubau einer Spedition und eines zweiten Produktionsstandortes in Romanshorn erforderte eine Verbindung. Einerseits für Zugriffe auf die ERP-Daten, andererseits um die Möglichkeit einer «internen» Telefonverbindung zu ermöglichen. Die ideale und kostengünstigste Lösung war eine VPN-Verbindung mittels ADSL, welche von SpeedCom umgesetzt wurde. Sie funktioniert seit Jahren einwandfrei.

Niklaus Schneider, CFO, Alpinamed AG, Pharmazeutische Produkte, Freidorf



Hansjörg Ehrat:
«Wir machen all das, was unsere Kunden nicht selber machen können oder wollen.»

Rasch zusätzliche Kapazitäten für Produktion und Dienstleistung

Fast könnte man die Virtuelle Werkstatt-Organisation, kurz VWO genannt, als heimlichen Riesen bezeichnen: 21 sozial ausgerichtete Ostschweizer Unternehmen haben sich in einem Netzwerk zusammengeschlossen, um gemeinsam noch flexibler und leistungsfähiger Produktions- und Dienstleistungsaufträge für Gewerbe, Industrie, die öffentliche Hand und Institutionen aller Art ausführen zu können. Schon die einzelnen Betriebe sind in ihrem jeweiligen Umfeld geschätzte Zulieferer und Dienstleister, vor allem auch für aufwendige Handarbeiten.

Das VWO-Netzwerk mit seinen insgesamt 2'000 Mitarbeitenden ist prädestiniert für grossvolumige Aufträge und kurze Termine. Daniel Brunner und Hansjörg Ehrat, ihres Zeichens Verantwortliche zweier Betriebe, informieren im folgenden Gespräch über die besonderen Möglichkeiten ihrer «verlängerten Werkbank für die Wirtschaft».

Was ist die VWO und wodurch zeichnet sie sich aus?

Daniel Brunner: Die VWO ist eine Vereinigung von 21 Ostschweizer Institutionen mit geschützten Werkstätten für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit einer Behinderung. Dahinter steht ein aktives Exekutivkomitee, dessen Mitglieder alle in der Geschäftsleitung von Betrieben tätig sind und ehrenamtlich für die VWO arbeiten.

Hansjörg Ehrat: Viele Sozialbetriebe haben über Jahre hinweg die Kompetenzen als ernstzunehmende Partner für Lohnfertigung, Montagearbeiten, Verpackungs- und Versanddienstleistungen, ja sogar für die Herstellung fertiger Produkte, mit Lagerhaltung und Logistik, aufgebaut. Heute sind alle VWO-Betriebe ISO-zertifiziert.

Wie ist es zu diesem Zusammenschluss gekommen?

Daniel Brunner: Die Institutionen hatten das Bedürfnis, ihre Kräfte zu bündeln und sich gemeinsam am Markt auszurichten, ohne deshalb ihre Eigenständigkeit zu verlieren. Der Wunsch war, sich gegenseitig zu

unterstützen und Ressourcen auftragsbezogen zu koordinieren.

Was kann die VWO, was der einzelne Betrieb nicht kann?

Daniel Brunner: Das Netzwerk reicht von Tiefencastel bis Schaffhausen und von Winterthur bis Rorschach. Es bietet eine enorme Breite an Kompetenz, Branchenvielfalt und Infrastruktur wie etwa Produktionsanlagen, Spezialmaschinen oder auch Lagerkapazitäten. Jeder VWO-Partner kann schnell und einfach Arbeiten auslagern, Ressourcen erweitern und im Netzwerk ergänzende Fertigungstechniken sicherstellen. Alle Betriebe haben ihre Stärken und Möglichkeiten. Gemeinsam bieten wir als VWO die Ressourcen eines Grossbetriebes. Der Kunde erhält eine Komplettlösung aus einer Hand, mit einem Ansprechpartner.

Welche Kapazitäten und Möglichkeiten kann die VWO bereitstellen?

Hansjörg Ehrat: Wir stellen Kapazitäten und Fähigkeiten nach Bedarf zur Verfügung. Und dies auch kurzfristig. Bis 2'000 Arbeitskräfte können auftragsbezogen aktiviert werden, um Handarbeiten von grob bis fein oder maschinelle Prozesse termingerecht in der geforderten Qualität zu erledigen.

Auf welchen Gebieten sind die VWO-Betriebe tätig?

Daniel Brunner: Alle VWO-Partner gemeinsam bieten in etwa folgende Kompetenzen an: Produktionsaufträge in Metall, Holz, Textil, Kunststoff, Plexiglas, Papier,

Stein, Montage, Vormontage und Demontage von Produkten und Baugruppen, Konfektionierung, Verpackung und Logistik, Lettershop und Versandaktionen bis zur Postaufgabe.

Wie funktioniert die interne Koordination?

Hansjörg Ehrat: Wir informieren und koordinieren uns über ein Internet-basiertes Forum. Zudem treffen sich Vertreter der Institutionen regelmässig zum Informationsaustausch, für Schulungen sowie zur Abwicklung von Aufträgen. Wenn's presiert, nutzen wir Telefon, Mail, Fax oder treffen uns vor Ort.

Wie erfolgt die Auftragsabwicklung für die Kunden?

Hansjörg Ehrat: Mit der Auftragsvergabe bekommt der Kunde einen Ansprechpartner, den Auftrags-Manager. Dieser ist von A bis Z für die Abwicklung bis zur Rechnungsstellung und zum After-Sales-Service verantwortlich.

Sind die VWO-Betriebe finanziell verflochten?

Daniel Brunner: Nein, alle Betriebe sind rechtlich, finanziell und in der Ausrichtung ihres Marketings unabhängig. Wenn man so will, ist die VWO eine Interessengemeinschaft zur Sicherung der Beschäftigung, für den Kapazitätsaustausch und die gemeinsame Erfüllung von Grossaufträgen.

Wie funktioniert die Logistik, wenn mehrere Betriebe zusammenarbeiten?



Daniel Brunner

Hansjörg Ehrat: Die Transporte regeln die Auftragspartner unter sich. Dabei achten wir auf Hol- und Bringdienste ohne Leerfahrten. Der Kunde muss sich um nichts kümmern. Er bekommt die Ware in der gewünschten Ausführung zum vereinbarten Termin ins Haus geliefert.

Wie sind Ihre Betriebe intern organisiert?

Daniel Brunner: Die Partnerbetriebe erfüllen aus Tradition möglichst vielfältige Arbeiten auf allen Anforderungsstufen. Sie wollen ihren Betreuten ein breit gefächertes Beschäftigungsangebot zur Verfügung stellen. In den verschiedenen Bereichen sind qualifizierte Fachleute und Betreuer mit Zusatzausbildung für Anleitung, Überwachung und Qualitätskontrolle zuständig. Beispielsweise ein gelernter

Schreiner mit Zusatzausbildung als Arbeitssage.

Werben Sie mit dem Begriff «sozial»?

Daniel Brunner: Ja, als finales Verkaufsargument. Wir sind uns bewusst, dass Preis, Termin, Qualität und Service stimmen müssen. Erfüllen wir dies, ist «sozial» oder «Arbeit für Behinderte» ein zusätzlicher Kommunikationsvorteil.

Betreiben Sie aktives Marketing?

Daniel Brunner: Es ist uns ein zentrales Anliegen, Schwellenängste abzubauen. Geschützte Werkstätten sind heute moderne, betriebswirtschaftlich geführte Produktionsstätten mit einer klaren Marktorientierung. Die Kantone leisten für unseren behindertenbedingten Mehraufwand Betriebsbeiträge.

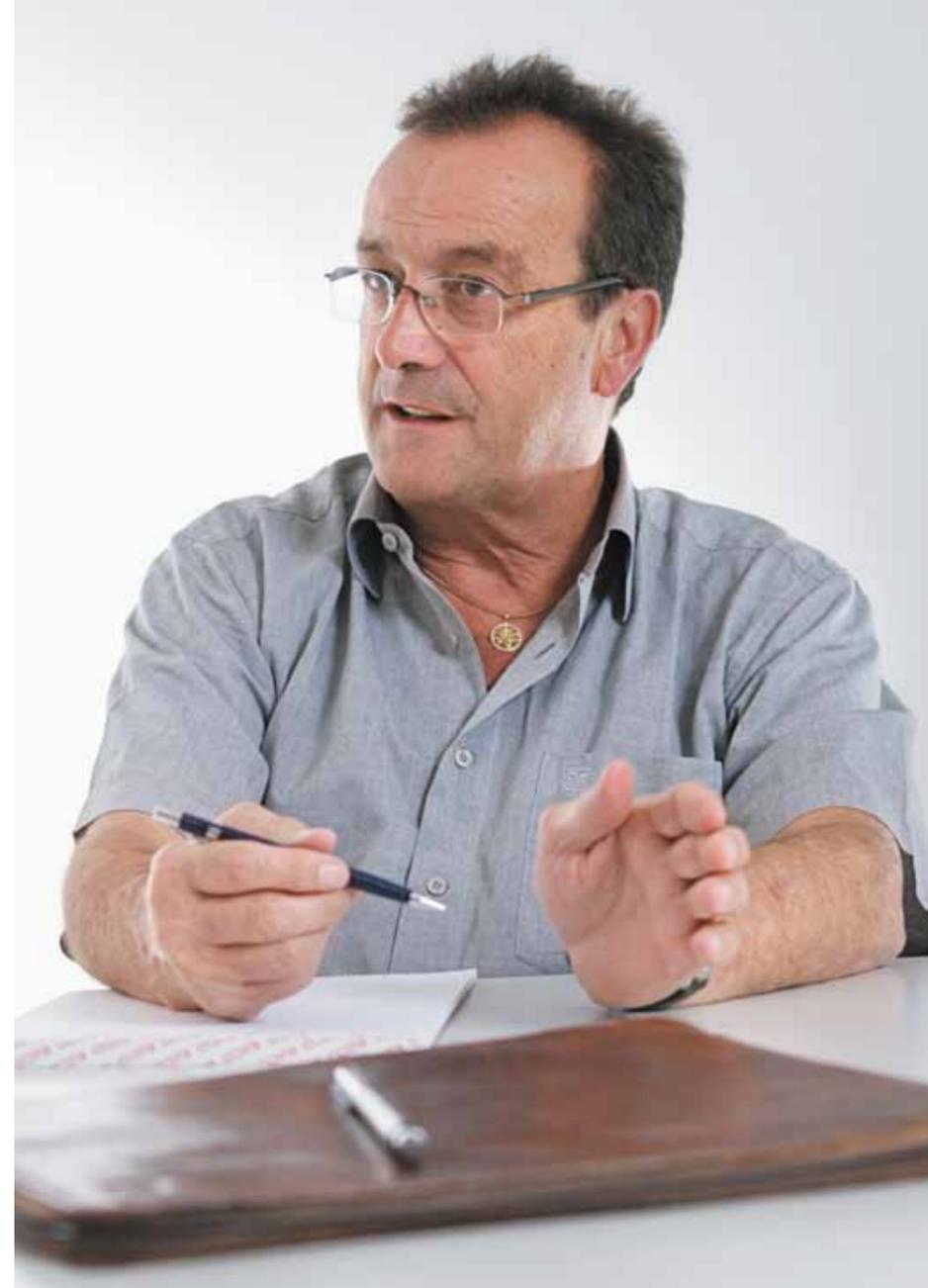
ge. Aber nur, wenn wir unsere Umsatzziele erreichen und unsere Budgets einhalten, schreiben wir eine schwarze Null.

Stehen Sie im Wettbewerb zu üblichen Gewerbebetrieben?

Hansjörg Ehrat: Wir sind wohl Mitbewerber, viel öfter aber Zulieferer genau dieser Betriebe. Oft weiss dies der Endkunde gar nicht. Alle VWO-Partner arbeiten in ihrem Umfeld mit dem örtlichen Gewerbe und der Industrie zusammen. Wir sind mal Lieferant und mal Kunde.

Akquirieren Sie Aufträge zu Dumpingpreisen?

Daniel Brunner: Wir schon gesagt, müssen auch wir unsere Wirtschaftlichkeit belegen. Aufgrund der Kostenstruktur können



Hansjörg Ehrat

wir im Wettbewerb bestehen, manchmal verschafft uns das auch Vorteile. Wir verkaufen aber nicht nur über den Preis, unser Fokus gilt den langfristigen Kundenbeziehungen.

Wie gehen Sie mit Ihren Mitarbeitenden mit Termindruck um?

Hansjörg Ehrat: In vertretbarem Masse leisten Vorgesetzte und behinderte Mitarbeitende wenn nötig gemeinsam Überzeit. Genügt dies nicht, übernehmen die Vorgesetzten oder Produktionshilfen weitere Schichten, um die Produktion zu stützen und Termine zu sichern.

Können Sie konstante Leistungsqualität gewährleisten?

Daniel Brunner: Dafür stehen wir ein, vor

allem bei repetitiven Arbeiten. Oft ist es so, dass wir aufgrund der Lernkurve den Output erhöhen und durch Prozessoptimierung den Qualitätsstandard noch steigern können. Zudem sind wir ISO-zertifizierte Betriebe. Dies ist ein wichtiger Sicherheitsfaktor für unsere Auftraggeber.

Zuguterletzt, was macht die VWO für ihre Kunden einzigartig?

Hansjörg Ehrat: Wir sind Outsourcingpartner, Überbrücker von Kapazitätsengpässen, Komponentenfertiger, Serienhersteller, Spezialanbieter, aber auch Ideengeber für alle, die ihre Wertekette weiterentwickeln wollen. Oder, anders gesagt, wir machen all das, was unsere Kunden nicht selber machen können oder wollen. ■

Duschi fordert ...

«Das, was Sie heute denken, werden Sie morgen sein»

Wenn Sie auf erfolgsorientierte Dinge, Menschen und Situationen fokussiert sind, dann ziehen Sie das, was Sie denken, auch an – und es wird in Erfüllung gehen. Also achten Sie darauf, was Sie den ganzen Tag denken ...

Man wird in der heutigen Zeit mit so viel Gedankenschrott zugehörnt, nur damit die Medien ihre Auflagen und Einschaltquoten erhöhen können. Wenn ich in meinem Kopf aber nur Tod, Verderben, Missgunst, Hass, Neid, Sensationsgier und schlechte Nachrichten aufnehme, wie um Himmelswillen will ich dann schöne und liebevolle Gedanken haben? Wie soll ich mit all diesem Abfall positiv in die Zukunft gehen? Eine Persönlichkeit muss bereit sein, sich diesem Gedankenschrott zu widersetzen. Man muss an sich und seine Visionen glauben. Eine Vision ist Hoffnung. Eine Vision ist Antrieb. Eine Vision ist Motivation. Eine Vision bringt Sie zum Handeln. Eine Vision bringt Ihr Gedankengut in eine positive Richtung. Eine Vision ist eine lebenserfüllende Aufgabe. Eine Vision ist ein Geschenk an sich selbst. Eine Vision spornt Mitarbeiter an. Eine Vision schafft Vorstellungskraft – und Vorstellungskraft schafft Wirklichkeit.

Und genau um das geht es! Denken Sie positiv und zielorientiert. Ihr Gedankengut ist wie eine Schatzkammer, die mit guten Gedanken gefüllt werden muss. Mit Visionen, Zielen, Freude, Spass und Glücksmomenten – sodass negative Gedanken gar keinen Platz haben.

Jetzt Duschi Führungsratgeber kostenlos als PDF-Download auf www.duschi.com.



Duschi B. Duschletta hat vor über zehn Jahren als Einmannunternehmen eine Personalberatung gegründet und diese als CEO, zusammen mit seinem Team, an die Spitze der Schweizer Zeitarbeits-Branche geführt. 2008 verkaufte er sein Millionenunternehmen. Nach einer kurzen Pause macht er nun seine Fähigkeit, Menschen zu motivieren, zu seiner Lebensaufgabe. Mit seinen Führungs- und Erfolgsstrategien zeigt der erfolgreiche Schweizer Unternehmer, Autor, Investor, Coach und Führungs- und Teamwork-trainer, wie Sie Mitarbeiter führen, motivieren und begeistern können.

Weitere Informationen:
Telefon: +41 (0)71 226 88 88
team@duschi.com, www.duschi.com

Aron Moser:

«Unternehmer benötigen ein Umfeld, das sie beflügelt und trägt.»



Denkplatz für Konferenzen, Seminare, Tagungen und Gespräche aller Art

Das Lilienberg Unternehmerforum in Ermatingen gilt als Ort der Begegnung, des Gesprächs und der Bildung. Leiter Aron Moser versteht das Forum aber nicht als Lehranstalt, sondern als lebendiges Erlebnis- und Begegnungszentrum für unternehmerisch denkende und handelnde Personen aus allen Gesellschaftsbereichen.

Interview: Daniela Winkler **Bild:** Bodo Rüedi

Aron Moser, Lilienberg – der Name weckt Assoziationen zu Entspannung, Erholung ... Woher leitet sich der Name ab?

Lilienberg, am sanften Hang über Ermatingen gelegen, ist einer der charmanten Herrensitze aus dem frühen 19. Jahrhundert, wie man sie am Seerücken wie an einer Perlenschnur aufgereiht findet: Arenenberg, Eugensberg, Lilienberg, Wolfsberg. Die Endung «-berg» ist also historisch bedingt. Die Namensgebung hat der Lilienberg aber eindeutig der Blume zu verdanken: Die preussische Baroness Caroline von Waldau liess im Jahre 1840 das Schösschen Lilienberg nach den Regeln des Goldenen Schnittes erbauen. Schon zu dieser Zeit wuchsen Lilien rund um das Schösschen. Das in der Zwischenzeit stark vergrösserte Anwesen des Unternehmerforums eignet sich in der Tat wunderbar zum Nachdenken, zur Entspannung und zur Erholung. Lilien sind noch heute ein herrlicher Blumenschmuck des Parks.

An wen richtet sich das Forum?

Das Unternehmerforum richtet sich an unternehmerisch denkende und handelnde Persönlichkeiten. Wir haben Mitglieder aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Gesellschaft und Verwaltung. Echte Freundschaften und Kollegialität stehen bei uns im Vordergrund. Sie werden im Rahmen der vielfältigen Lilienberg-Aktivitäten geknüpft, vertieft und im Geschäftsleben gepflegt. Bei Unternehmen ist Lilienberg sehr beliebt als Denkplatz für Konferenzen, Seminare, Tagungen und Gespräche aller Art.

Und wie komme ich in den Genuss dieser Vorträge und Kurse?

Als Mitglied werden Sie Teil eines einmaligen Netzwerks und profitieren von unseren vielseitigen Veranstaltungen. Sie nehmen als Lilienberg-Freund an verschiedenen Anlässen teil. Mit der Mitgliedschaft haben Sie die Möglichkeit, ausgewählte Anlässe zu besuchen und den Lilienberg während eines Jahres zu erleben.

Kann ich das Lilienberg Unternehmerforum auch ausserhalb von Veranstaltungen besuchen?

Selbstverständlich, als Unternehmen oder Institution können Sie den Lilienberg ganz nach Ihren Bedürfnissen nutzen. Neben der sehr guten Infrastruktur für Veranstaltungen von bis zu 200 Personen können wir unseren Gästen 39 renovierte Zimmer, ein exklusives Restaurant mit separater Bar sowie ein Hallenbad mit Whirlpool, Sauna und Fitnessraum anbieten. Und vom Angebot, den Lilienberg als «Heimathafen» zu benutzen, machen bereits einige Unternehmen Gebrauch.

Wie ist das Unternehmerforum entstanden?

Zwei Jahre lang hatten Dr. h. c. Walter Reist und Ernst Jucker mit wachsender Begeisterung und grösstem Engagement die Idee einer Begegnungsstätte für Unternehmer entwickelt. Aber als sie dieses Vorhaben 1973 dem Vorstand der Vereinigung für freies Unternehmertum (VfU) präsentierten, behielten die Bedenkenträger die Oberhand.

Am 21. April 1985 fand die Idee dann ihre Heimat: Das Ehepaar Reist war Teegast bei Dr. Paul Bigliardi und seiner Gattin. Nationalrat Ernst Mühlemann wusste, dass das

Ehepaar Bigliardi seinen wunderschönen Grundbesitz verkaufen wollte. Der weltbekannte Dermatologe hegte nach zwölf Jahren den Wunsch, nach Schaffhausen umzuziehen. Walter Reist und Paul Bigliardi wurden schnell handelseinig und besiegelten den Kauf per Handschlag.

Im folgenden Jahr nahm die Idee der Begegnungsstätte bauliche Gestalt an, und am 7. April 1989 wurde das Unternehmerforum in Anwesenheit des damaligen Bundesrates Kaspar Villiger eingeweiht. Das Lilienberg Unternehmerforum begann zu wirken. Das Lilienberg Zentrum, ein mit bis zu 200 Plätzen fassendes Kongress- und Tagungszentrum, eröffnete 2001.

Welche Philosophie steht hinter dem Forum?

Unternehmerinnen und Unternehmer sowie unternehmerisch denkende Persönlichkeiten benötigen ein Umfeld, das sie beflügelt und trägt. Die Idee des Lilienberg Unternehmerforums, einen Denkplatz, eine Gesprächsplattform, ein Forum des freien Geistes zu schaffen, stand am Anfang. Unter der Devise: Unternehmer schulen Unternehmer! Seit über 20 Jahren ist das Lilienberg Unternehmerforum nun eine Quelle der Kraft und der Inspiration und geniesst über die Landesgrenzen hinaus grosses Ansehen. Das Unternehmerforum fördert das Unternehmertum und regt zum ganzheitlichen Denken und Handeln an. Es begleitet und stärkt die Unternehmerschaft auf ihrem Weg. Jedermann ist eingeladen, unsere Räumlichkeiten für Seminare, Tagungen oder Retraiten zu nutzen oder als Mitglied Teil eines einmaligen Netzwerks zu werden.

Das Lilienberg Unternehmerforum zeichnet alle zwei Jahre unternehmerische Persönlichkeiten und Institutionen mit dem Lilienberg Preis aus. Nach welchen Aspekten wird dieser Preis vergeben?

Mit dem Preis ausgezeichnet werden schweizerische oder ausländische Persönlichkeiten und Institutionen, die in beispielhafter Weise das Unternehmertum verwirklichen und menschliche Arbeit fördern. Der Lilienberg Preis wird in dreifacher Ausführung verliehen: als Personenpreis, als Institutionenpreis und als Förderpreis.

Und wer steht auf der Liste der Preisträger?

In diesem Jahr wurden die Lilienberg Preise folgendermassen vergeben: Der Personenpreis ging an Nationalrat Peter Spuhler, Präsident und CEO der Stadler Rail AG, der Institutionenpreis an die Top-Mediengruppe in Winterthur, und den

Förderpreis erhielt die Technopark-Allianz in Zürich.

Es gibt Themen, die bei Unternehmern immer auf Interesse stossen. Es gibt aber auch Fragen, die die momentane Wirtschaftslage aufwirft. Welches sind im Moment die Materien, die Unternehmer beschäftigen?

Einerseits sind dies unternehmerische Grundsatzthemen wie Gründung und Aufbau einer Unternehmung bis hin zum Generationenwechsel. Andererseits spezifische Sach- und Fachthemen zur Bewältigung der Alltagsprobleme, zur Aufnahme von Impulsen und Erlangung von praxisbezogenem Wissen und somit zur Adaption der gewonnenen Erkenntnisse auf das eigene Unternehmen. Aktuelle Themen beispielsweise sind Nachhaltigkeit, Unternehmenskultur und -werte, Qualitätsmanagement sowie Markenentwicklung.

Lilienberg Unternehmerforum

Das Lilienberg Unternehmerforum im thurgauischen Ermatingen am Untersee ist eine Stiftung, die 1989 von Dr. h. c. Walter Reist als Begegnungsstätte von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft gegründet wurde.

www.lilienberg.ch

AFG steigert Umsatz in schwierigem Umfeld

Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG weist im 1. Halbjahr 2011 trotz einer währungsberinigten deutlichen Umsatzsteigerung um 6.4% (+1.0% effektiv) einen rückläufigen EBIT von CHF 10.9 Mio. (Vorjahr CHF 15.2 Mio.) und ein ebenfalls schwächeres Unternehmensergebnis von CHF -1.4 Mio. (CHF 1.3 Mio.) aus. Zurückzuführen ist das vom Unternehmen selber als «enttäuschend» bezeichnete Ergebnis auf die Belastungen durch den starken Schweizer Franken und die spürbare Zunahme der Rohstoffpreise.

Natürlicherweise war die Division Heiztechnik und Sanitär am stärksten durch den Kostenschub bei vielen Rohstoffen, namentlich Stahl, belastet. Auch die Division Stahltechnik litt unter der Tatsache, dass sich die Stahlpreise nur quartalsweise durch entsprechende Kontrakte absichern lassen, währenddem grosse Abnehmer fixe Preise auf sechs Monate hinaus verlangen.

Die drastisch zuungunsten des Schweizer Produktionsstandortes veränderten Wechselkurse führten zu einer Margenerosion der weitgehend aus der Schweiz heraus tätigen Geschäftseinheiten (Stahltechnik, teilweise Oberflächentechnologie). Bei grösseren Objekten in der Division Küchen und Kühlen kam es auch zu einer stärkeren Konkurrenzierung im Heimmarkt Schweiz durch ausländische Anbieter.

Uneinheitliche Entwicklung der Divisionen

Aufgrund der ungünstigen Entwicklung bei Währungen (Euro) und Rohstoffen (Stahl) blieb die mit einem Umsatzanteil von rund 40% grösste Division Heiztechnik und Sanitär unter den Erwartungen. Zwar lag die Division in ihrem Kernmarkt Deutschland und im Hauptsegment Heiztechnik deutlich über dem Vorjahr, aber die britische Aqualux hat nach wie vor Mühe, Umsätze und Erträge zu steigern. Insgesamt stieg der Umsatz der Division im Jahresvergleich währungsberinigt um 3.5%, effektiv sank er jedoch um 7.2%. Die angespannte Preissituation kommt auch in einer Schmälerung der Margen zum Ausdruck,

was zu einem rückläufigen EBIT von CHF 16.2 Mio. (CHF 19.2 Mio.) führte.

In der Division Küchen und Kühlen lagen sowohl Forster Küchen als auch Warendorf Küchen (ehemals Miele Die Küche) in der Berichtsperiode unter den Vorjahreswerten. Die Fertigung der neuen Stahlküche von Forster bot im ersten Halbjahr erhebliche technische Probleme, und die Produktion in Warendorf kämpft nach wie vor mit Auslastungsproblemen. Piatti liegt hingegen umsatzmässig in allen Segmenten deutlich über den Vorjahreszahlen. Die Währungssituation verlangt allerdings bei grösseren Objekten nach substantiellen Preiszugeständnissen, um im Markt zu bleiben. Die Umsatzsteigerung von CHF 113.7 Mio. auf CHF 118.2 Mio. ist angesichts des enormen Wettbewerbsdrucks eine gute Leistung. Mit einem gegenüber dem Vorjahr unveränderten EBIT von CHF -5.8 Mio. (CHF -5.8 Mio.) hat die Division indessen den Turnaround noch nicht geschafft.

Die Division Fenster und Türen präsentiert sich innerhalb des Portfolios der AFG einmal mehr als verlässlicher und sicherer Wert. In der hohen Umsatzzunahme von CHF 159.4 Mio. auf CHF 170.3 Mio. (+6.8%) zeigt sich die starke Marktstellung aufgrund der in allen Segmenten qualitativ überzeugenden Division. Die am EBIT gemessene Ertragsentwicklung übertraf in dieser Division die Umsatzentwicklung mit einem Plus von 14.0% auf CHF 8.9 Mio. (CHF 7.8 Mio.) deutlich.

Die Division Stahltechnik konnte den Nettoumsatz um respektable 9.3% auf CHF 73.9 Mio. steigern. Einmal mehr erwies sich auch für die Division Stahltechnik

der Heimmarkt Schweiz als Stütze, währenddem der Absatz in den ausländischen Märkten unter den problematischen Wechselkursbedingungen litt. Wie keine andere Division spürte die Division Stahltechnik die Auswirkungen des starken Schweizer Frankens, der steigenden Stahlpreise und des überaus harten Konkurrenzkampfs als Zulieferer der internationalen Automobilindustrie. Mit einem EBIT von CHF 1.3 Mio. erreichte die Division nur noch einen Bruchteil des Vorjahresergebnisses von CHF 5.2 Mio.

Ausgehend von einem im Vergleich mit den Spitzenjahren tiefen Umsatz- und Ertragsniveau entwickelte sich die Division Oberflächentechnologie im 1. Halbjahr 2011 erneut positiv. Der Umsatz stieg um 14.1% auf CHF 32.0 Mio. Der EBIT ist zwar nach wie vor negativ, doch konnte auch hier eine Verbesserung um 15.7% auf noch CHF -3.7 Mio. erreicht werden. Die Geschäftsentwicklung der Division ist gekennzeichnet durch eine stark unterschiedliche Entwicklung der Produktsegmente. Allerdings zeigt die mit Abstand wichtigste Sparte Print erfreulicherweise eine deutliche Umsatzsteigerung.

Weiterhin solide Bilanz

Die in den letzten Jahren aktiv bewirtschaftete und entsprechend verkürzte Bilanz zeigt gegenüber dem Vorjahr keine signifikanten Veränderungen. Mit CHF 246.3 Mio. reduzierte sich die Nettoverschuldung geringfügig (CHF 254.5 Mio.). Der Verschuldungsgrad gemessen an der Nettoverschuldung gegenüber dem EBITDA liegt mit -2.14 im Rahmen des Vorjahres

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

(-2.15), ebenso die Eigenkapitalquote von 40.9% gegenüber 40.5% vor einem Jahr. Durch den saisonal bedingten Anstieg des Nettoumlaufvermögens und die Investitionen in die Neubauten und Anlagen im neuen Radiatorenwerk in Stribro, in die Fenster- und Türenproduktion von Slovaktual und in das neue Werk der Division Oberflächentechnologie in China reduzierte sich der Free Cashflow auf CHF -69.9 Mio. (CHF -23.4 Mio.).

Entschlossenes Angehen der Probleme

Der gegenwärtig hohe Wettbewerbsdruck, ausgelöst durch die negativen Währungsrelationen und die anziehenden Rohstoffpreise, lässt strategische Schwächen sowie strukturelle und organisatorische Mängel erkennen. Verwaltungsrat und Konzernleitung unter der Führung des neuen CEO haben deshalb gemeinsam entschieden, in den kommenden Monaten bei der AFG alles auf den Prüfstand zu stellen. Eine Durchleuchtung sämtlicher Divisionen auf

mögliche Verbesserungen namentlich auf der Kostenseite, aber auch zur Beschleunigung von Wachstum durch Innovationen, hat hohe Priorität. Der Verwaltungsrat ist willens, dazu gegebenenfalls entsprechende Investitionen zu tätigen. Auch selektive Akquisitionen sind nicht ausgeschlossen.

Um die Abhängigkeit vom Schweizer Franken zu reduzieren und in der Absicht, die bestehenden und im Aufbau befindlichen Brückenköpfe der AFG namentlich in Asien für alle Divisionen zu nutzen, soll zudem der Umsatzanteil ausserhalb der Heimmärkte von aktuell 23 Prozent über die Jahre auf rund 40 Prozent gesteigert werden. Mit diesen Massnahmen sollen die Voraussetzungen geschaffen werden, damit die AFG wieder nachhaltig Wert generieren kann. Erste Resultate dieser Massnahmen sind noch in diesem Jahr zu erwarten. Der Grossteil dürfte aber nicht vor 2012 wirksam werden.

Da die höheren Gesteungskosten auch weiterhin nicht in vollem Umfang auf die Preise überwältigt werden können, dürfte die

Ertragslage mindestens im laufenden Jahr angespannt bleiben. Die Erfahrung zeigt allerdings, dass das zweite Halbjahr saisonal bedingt stärker verläuft als das erste. Das Unternehmen ist deshalb und aufgrund der verschiedenen ergriffenen Sofortmassnahmen zuversichtlich, das Vorjahresergebnis trotz des schwachen Starts im laufenden Geschäftsjahr erreichen zu können. Zu diesen Sofortmassnahmen gehört unter anderem auch der bereits kommunizierte beabsichtigte Abbau des europäischen Fuhrparks der AFG-Tochtergesellschaft Asta AG Arbon. Aufgrund der hohen Personalkosten und der Wechselkursentwicklung insbesondere beim Euro ist dieser Teil des Geschäfts der Asta AG Arbon nicht mehr konkurrenzfähig. Unter dem Vorbehalt der gesetzlichen Mitwirkungsrechte der betroffenen Mitarbeiter sollen die 17 mit dem europäischen Fuhrpark verbundenen Arbeitsplätze aufgehoben werden. Die auf die Schweiz ausgerichteten Logistikaktivitäten der Asta AG Arbon sind von dieser geplanten Massnahme nicht betroffen. ■

Anzeigen



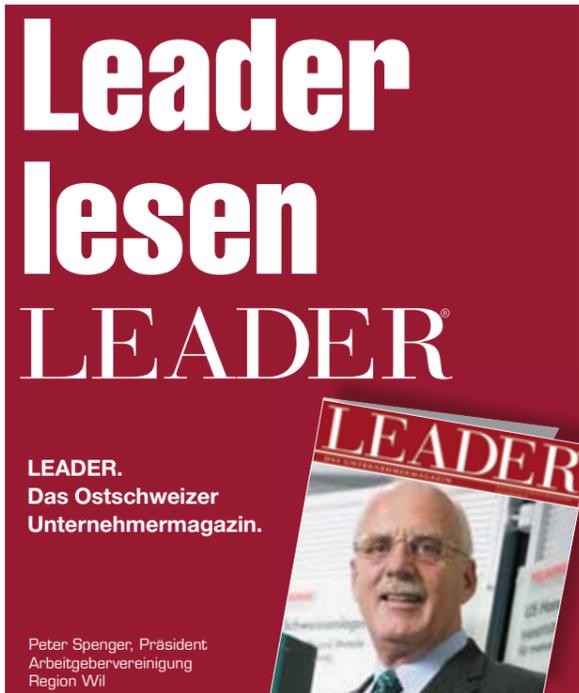
Michael Hüppi
in den Nationalrat
Liste 6.07

Nicht links, nicht rechts, sondern vorwärts!

michael-hueppi.ch

Das Original der Mitte. CVP

vorwaerts-sg.ch



Leader lesen LEADER

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmernmagazin.

Peter Spenger, Präsident Arbeitgebervereinigung Region Wil

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

news

LEADER

► **YJOO gewinnt Mandate für vier Geschäftsberichte:** Im ersten Halbjahr 2011 konnte die YJOO Communications AG die Auftragserteilung für die Umsetzung von vier Geschäftsberichten feiern. Bei Coop sowie Raiffeisen und Swisslog hat sich YJOO im Pitchverfahren gegen namhafte Konkurrenz behauptet. Die Helvetia-Gruppe hat YJOO direkt mit der Neuauflage des Geschäftsberichts beauftragt.

► **HRS-Gruppe mit einem gestärkten Verwaltungsrat:** Die Erweiterung des Verwaltungsrats durch Ernst Schär und Dr. Arthur R. Wettstein stärkt die Führungsspitze der HRS-Gruppe und festigt die neue Konzernstruktur. Die neuen Verwaltungsratsmitglieder sind seit Juli 2011 in ihrem Amt tätig.

► **Rheintaler Plaston-Gruppe erwirtschaftet Umsatzwachstum:** Trotz des starken Frankens und der höheren Rohstoffpreise hat die Plaston-Gruppe wiederum ein erfreuliches Geschäftsergebnis erzielt. Mit gezielten Massnahmen im Bereich Produktivitätssteigerung, straffem Kostenmanagement sowie intelligenter Vermarktungspolitik konnte die Marktstellung gefestigt werden und eine Umsatzsteigerung von zehn Prozent erwirtschaftet werden.

► **Würth-Gesellschaften schliessen erfolgreich ab:** Nach dem erfolgreichen Jahresabschluss 2010 befindet sich Würth weiterhin auf Wachstumskurs. Das erste Halbjahr konnte sowohl in der Schweiz wie auch weltweit mit einem zweistelligen Umsatzwachstum abgeschlossen werden. abgeschlossen werden.

► **ILAG verkauft ihre Betriebsliegenschaft in Lachen:** Im Zusammenhang mit dem geplanten Neubau hat die zur Looser Holding AG gehörende Industrielack AG (ILAG) in Lachen (SZ) mit Beurkundung vom 28. Juni 2011 ihre Betriebsliegenschaft in Lachen an die Mächler Grund + Bau AG, Lachen, verkauft.

Viererlei Geburtstage

Geburtstage sind meistens mit Geschenken verbunden. Heute schauen wir uns vier davon an. Dafür gehen wir der Reihe nach durch den Sommer. Den Anfang macht der «Quatorze Juillet». von Roland Rino Büchel

La Grande Nation zelebrierte den 14. Juli. Genauer gesagt: Staatspräsident Nicolas Sarkozy liess sich zusammen mit anderen Politikern feiern. Was gab es auf der Pariser Prachtstrasse Champs Elysées zu hören und zu sehen? Eine grosse Rede vom Chef und Militärparaden, so weit das Auge reichte. Die Bürger Frankreichs durften sich hinter kilometerlange Absperrungen stellen und Beifall klatschen. Der Staat hatte ihnen seine Macht demonstriert. Welch ein Geschenk!

Unser 1. August bildet einen wohltuenden Gegensatz dazu. In der Schweiz gibt es keine zentralistisch organisierte Parade. Sondern Tausende von einfachen Feiern im ganzen Land oder irgendwo auf der Welt, wo weitere 700'000 Schweizer leben. Einmal hält ein Politiker eine Ansprache, einmal jemand anders, manchmal niemand.

Was zählt, ist das Zusammenkommen der Menschen. Und der gemeinsame Wille, den Staat von unten her zu organisieren und über das eigene Schicksal zu bestimmen. Die Schweizer werden sich einmal im Jahr bewusst, welch unbändigen Drang nach Freiheit ihre Vorfahren in sich trugen. Ein wertvolles Geschenk. Es wird leider oft unterschätzt. Wir sollten ihm Sorge tragen.

Der 4. August war dann der fünfzigste Geburtstag des Präsidenten der Vereinigten Staaten. Barack Obama brachte den Bürgern das Geschenk gleich selber mit – eine weitere Erhöhung der staatlichen Verschuldungslimite. Mittlerweile haben die Amerikaner pro Jahr 250 Milliarden Dollar alleine an Schuldzinsen zu bezahlen.

Die USA haben sich auch darum entschieden, tonnenweise Dollarnoten zu drucken. Und damit die Währung zu entwerten. In Zeiten, wo Staatschefs und hysterische Zentralbankpräsidenten rund um die Welt



die Notenpressen anwerfen lassen, gibt es drei sichere Berufe. Welche? Soldat, Drucker – und Strassenwischer. Schlussendlich muss jemand den angerichteten Scherbenhaufen aufräumen ...

Fidel Castro wurde am 13. August 85 Jahre alt. Sein «Geschenk» ist ein halbes Jahrhundert alt. Mit der generellen Gleichmacherei und dem Einrichten eines allmächtigen Staates wurde den Kubanern so ziemlich alles genommen, was das Leben lebenswert macht – die Freiheit, die Eigenverantwortung und eine befriedigende Arbeit.

Nach ihrem kolossalen Scheitern bereiten die leitenden Parteibonzen den leidenden Genossen jetzt ein weiteres «Geschenk»: Der Kommunistenstaat entlässt eine Million Angestellte. Dafür trifft er seltsame Massnahmen, um die Hälfte aller Kubaner im Privatsektor zu platzieren. Logisch, dass die Drucker staatliche Beamte bleiben. Zumindest jene, die den *Peso Cubano* pressen. ■

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

Scheidweg-Garage AG

Gontenstrasse 1
9050 Appenzell
scheidweg-garage.ch



Service



Service



Audi 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 Gfühl



Ströbele
Kommunikation
gestalten und realisieren

Akquisition

Zukünftige Kunden werden nicht mit gestrigen Massnahmen gewonnen. Deshalb gestalten wir den erfolgreichen Kunden-Dialog für Sie.

Mehr unter www.stroebele.ch

Ströbele AG | CH-8590 Romanshorn
Telefon +41 (0)71 466 70 50
www.stroebele.ch

Ströbele der Erfolgsbeschleuniger



«Wir generieren einen Rückenwind
der unseren Kunden spürbare Vorteile bringt!»

Ralph Nater, Geschäftsführer

Ihr Rückenwind!

IVECO NATER
NUTZFAHRZEUGE

BOX X
NUTZFAHRZEUGE AG

RENTIR
FAHRZEUGMIETE DIE RENTIER

Staad ■ Gossau ■ Müllheim www.ihrrueckenwind.ch

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

www.ihrrueckenwind.ch

Neues Monatsmagazin für St.Gallen

Die LEADER-Herausgeberin MetroComm AG bringt mit dem «Stadtmagazin – St.Gallen aktuell» ein Magazin aus der Stadt, über die Stadt und für die Stadt heraus. Aktuell, bürgernah und boulevardesk. Ab Ende August 2011 kommt es monatlich in alle Haushalte in und um die Gallusstadt und liegt in ausgewählten St.Galler Geschäften, Hotels und Restaurants auf.

Das Stadtmagazin ist nicht einfach ein weiteres Magazin im Blätterwald. Das Stadtmagazin ist echt lokal – die Stadt St.Gallen ist unsere Welt. Wir schreiben über das, was die Menschen bewegt – und wir wollen die Menschen mit dem bewegen, was wir schreiben. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Sport: Das alles hat seinen Platz im Stadtmagazin», sagt Chefredaktor Stephan Ziegler. «Wir möchten mit dem Stadtmagazin zeigen, was in unserer Stadt läuft und welche – manchmal verborgenen – Perlen es hier zu entdecken gibt.» Darüber hinaus wolle man mit dem Stadtmagazin einen Beitrag dazu leisten, die Stadt St.Gallen lebendig und anziehend zu halten – für Einwohner genauso wie für Pendler, Gäste und Touristen. Ein erfahrenes Autorenkollektiv aus freien und fest angestellten Textern sorgt dabei für Abwechslung und fundierte Recherchen.

«Wir sind überzeugt, dass ein bürger- und gewerbefreundliches Magazin in St.Gallen nicht nur eine Daseinsberechtigung hat, sondern überfällig ist. St.Gallen als wirtschaftliches und kulturelles Zentrum der Ostschweiz hat es verdient, über ein Medi-



Natal Schnetzer:

«Wir sind überzeugt, dass ein bürger- und gewerbefreundliches Magazin in St.Gallen überfällig ist»

um zu verfügen, das sich ganz jenen widmet, die in der Stadt Mehrwerte und Arbeitsplätze schaffen. Das Stadtmagazin gibt denjenigen ein Gesicht und eine Stimme, die St.Gallen zu dem machen, was es ist», fasst Stadtmagazin-Verleger Natal Schnetzer die Ziele des neuen Magazins zusammen. Dass auch die schönen Seiten des (Stadt-)Lebens im Stadtmagazin Platz finden, ist für Natal Schnetzer selbstverständlich: «Wir bieten einen Content, der aktuelle Information, sinnvolles Hinterfragen und beste Unterhaltung verknüpft – attraktiven Boulevard also.»

Wiederkehrende Rubriken wie «Kopf des Monats», «Brennpunkt», «St.Galler Spitzen», «Stadtleben», «Marktplatz», «Aus der Stadtgeschichte» oder «Typisch St.Gallen» versprechen einen breiten Themenmix, mit dem man, so hoffen die Herausgeber, einen möglichst grossen Teil der Bevölkerung ansprechen wird. Die Arbeitsgemeinschaft «PRO STADT» sowie die Wirtschaftsinteressengrupping «Wirtschaft Region St.Gallen WISG» firmieren als Presenting



Stephan Ziegler:

«Wir wollen die Menschen mit dem bewegen, was wir schreiben»



Die erste Ausgabe des St.Galler «Stadtmagazins»

Partner bei diesem Projekt. Das redaktionell unabhängige Stadtmagazin, das zehnmal jährlich jeweils Ende Monat erscheint (mit Doppelnummern für die Monate Juni/Juli und November/Dezember), wird über Inserate finanziert.

KMU und Kreativität – vom Wert des Querdenkens

Der Schweizer KMU-Tag widmet sich am 28. Oktober 2011 dem Thema «KMU und Kreativität – vom Wert des Querdenkens». Erwartet werden – insbesondere wegen den Referent(inn)en Sita Mazumder, Daniel Frei, Manfred Spitzer, Frank M. Rinderknecht, Urs Widmer und Karl Rabeder – wieder über 1000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der ganzen Schweiz. Diesmal führt der Ostschweizer Querdenker und -sprecher Marco Fritsche durchs Programm.

Der Schweizer KMU-Tag kreist diesmal (unter anderem) um die Frage «Welchen Wert hat Querdenken, was bringt es den KMU, und was bringt es den Unternehmerinnen und Unternehmern selber, beruflich oder privat?» Zur Beantwortung dieser und weiteren Fragen haben die Organisatoren inter-

essante Persönlichkeiten als Referenten gewinnen können: Daniel Frei berichtet, wie er mit einem aussergewöhnlichen Businessplan zusammen mit seinen Brüdern die vegetarischen Restaurants «tibits» gegründet hat, der bekannte Neurologe Manfred Spitzer versucht zu erläutern, wie und wieso der Mensch überhaupt (quer) denkt.

«Geradeausdenken» und «Querhandeln»

Die Ökonomin Sita Mazumder erklärt, ob und wie auch Terroristen rational handeln, der Autovordenker Frank M. Rinderknecht erzählt, welche Impulse das Querdenken für die KMU-Kreativität bringen kann. Der bekannte Schweizer Schriftsteller Urs Widmer hat sich das «Geradeaus-



Sie sprechen am KMU-Tag 2011 zum Thema «Querdenken»: (oben von links nach rechts) Karl Rabeder, Frank M. Rinderknecht, Marco Fritsche (Moderation), Urs Fuglistaller, (unten von links nach rechts) Sita Mazumder, Daniel Frei, Urs Widmer und Manfred Spitzer. (Fotos pd)

denken» als Gegenpol zum Querdenken als Thema ausgesucht, und der frühere Unternehmer Karl Rabeder gibt eine Anleitung zum Querhandeln aus angewandter Sicht.

Auch in seiner neunten Auflage stehen für den Schweizer KMU-Tag die Herausforderungen für die Klein- und Mittelunternehmen (KMU) im Fokus. Nach der letztjährigem Thema «Besinnung aufs Wesentliche» ist nun also – und quasi auch als Gegenkonzept – das Querdenken das Thema, und das mit Referentinnen und Referenten, die man nicht an jeder Wirtschaftstagung findet. Der Schweizer KMU-Tag rechnet auch in diesem Jahr mit über 1000 Teilnehmenden. Angeboten und durchgeführt wird der Anlass in einer bewährten Co-Organisation, vom Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St.Gallen (KMU-HSG) und von der Agentur alea iacta ag.

KMU-Tag als Netzwerk-Plattform

Am Schweizer KMU-Tag finden Unternehmer(innen), Inhaber(innen) und Führungskräfte aus KMU eine Plattform zum Austausch mit Kolleginnen und Kollegen. Die Tagung gehört zu den bekanntesten und gefragtesten Treffen dieser Art in der Schweiz. Patronate für den Schweizer KMU-Tag haben wichtige Institutionen übernommen: Der Schweizerische Gewerbeverband (SGV), economiesuisse, die

Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell sowie der Kantonale Gewerbeverband St.Gallen. Unterstützt wird der Anlass durch langjährige Hauptsponsoren, denen KMU-Anliegen sehr wichtig sind: Helvetia, Raiffeisen, OBT, Publicitas, Abacus und Swisscom. Tagungsort ist die Olma-Halle 9 in St. Gallen. Ausführliche Informationen zum Schweizer KMU-Tag und die Möglichkeit zur Online-Anmeldung gibt es auf www.kmu-tag.ch.

Schweizer KMU-Tag 2011 in Kürze

Thema:	KMU und Kreativität – vom Wert des Querdenkens
Datum:	Freitag, 28. Oktober 2011, 10 Uhr bis 17 Uhr (Workshops ab 9 Uhr)
Ort:	Olma-Halle 9, St. Gallen
Referate:	Sita Mazumder, Daniel Frei, Manfred Spitzer, Frank M. Rinderknecht, Urs Widmer, Karl Rabeder und Marco Fritsche (Moderation)
Kosten:	CHF 390.– (für Mitglieder der Förderungsgesellschaft des KMU-HSG und Mitglieder der IHK St.Gallen-Appenzell sowie Frühbucher bis 31. Juli 2011: CHF 350.–)
Anmeldung:	Online unter www.kmu-tag.ch

Anzeige

Karin Keller-Sutter

verheiratet · 47-jährig · wohnhaft in Wil SG

Die Ständeratswahl



Erfahren und bewährt.

Natürlich und herzlich.

Gradlinig und überzeugend.

FDP
Die Liberalen

www.karin-keller-sutter.ch

Leader lesen LEADER®

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmernmagazin. 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



ABACUS vi
version internet

ABACUS Version Internet – führend in Business Software

ABACUS Business Software bietet alles, für jedes Business, jede Unternehmensgrösse:

- > Auftragsbearbeitung
- > Produktionsplanung und -steuerung
- > Service-/Vertragsmanagement
- > Leistungs-/Projektanrechnung
- > E-Commerce und E-Business
- > Adressmanagement und Workflow
- > Archivierung
- > Rechnungswesen/Controlling
- > Personalwesen
- > Electronic Banking
- > Informationsmanagement

www.abacus.ch

ABACUS
business software

Kopf-an-Kopf-Rennen um Awards

Die Jury des WTT Young Leader Award hat entschieden. Die nominierten Studierenden dürfen sich nun Hoffnungen machen, Ende September die begehrten Trophäen in der St.Galler Tonhalle entgegenzunehmen. Dazu werden 500 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft erwartet.

Wer gewinnt den Young Leader Award 2011? Die Jury, welche die besten Nachwuchskräfte der Fachhochschule St.Gallen (FHS) kürt, tagte Mitte August. In zwei Kategorien wurden je drei Teams nominiert. Der Award wird am 26. September 2011 in der Tonhalle St.Gallen verliehen.

Starker Jahrgang

Die Jury-Diskussionen um die besten drei Praxisprojekte in den Kategorien Marktforschung und Managementkonzeption dauerten gut zwei Stunden. Einig war man sich aber sofort bezüglich der Qualität der Arbeiten. Prof. Peter Müller, Leiter der Wissenstransferstelle WTT-FHS, fasste es wie folgt zusammen: «Die Spitze ist im

Vergleich zu den Vorjahren breiter geworden. Es war ein Kopf-an-Kopf-Rennen auf höchstem Niveau.»

Jury auf Facebook

Auch die langjährigen Jury-Mitglieder Bruno Räss, PriceWaterhousecoopers, sowie Klaus Brammertz, CEO von Bauwerk Parkett, lobten «den besten Jahrgang seit



Stefan Zehnder, Arnegg, Fabian Frank, St.Gallen, Rolf Lichtensteiger, Engelburg, David Studer, Trogen



Daniel Ritter, Rebstein, John Chartier, Boston, Jacqueline Grämiger, Bronschhofen, James Hilton, Boston, Dominik Löliger, Berneck, Jana Macickova, Boston



Manuela Zwicky, Widnau, Thomas Jäger, Wil, Nathalie Schmied, Au, Daniela Vetsch, Tübach, Michael Wiesli, Wil



Zhimin (Jamie) Xie, China, Min (Cherry) Zhang, China, Hong Jing, China, Mario Malzacher, Neuhaus, Julia Wüthrich, Heiden, Philipp Heim, St.Gallen



Irene Enzler, Schwellbrunn, Petra Alder, Heiden, Silvia Knöpfel, Umäsch, Simon Koster, Appenzell



Alexander Junker, Balgach, Stephan Baumgartner, Lüchingen, André Küffer, St.Gallen, Sebastian Schneider, Balgach

Jahren». FHS-Rektor Prof. Dr. Sebastian Wörwag meinte gar, es seien einige sensationelle Arbeiten dabei. Das Jury-Meeting, die Eindrücke der Mitglieder sowie ihre Entscheidungen wurden am Mittwochabend erstmals live auf Facebook kommentiert – unter reger Anteilnahme der Studierenden.

Nominationen für Marktforschungen

In der Kategorie Marktforschung wurden folgende Teams nominiert: Stefan Zehnder (Arnegg), Rolf Lichtensteiger (Engelburg), David Studer (Trogen), Fabian Frank (Babenhausen, Deutschland) mit einer Marktanalyse im Solarbereich für die Firma Plaston AG in Widnau. Mit ihrem Projekt für ein Netzwerk von Sicherheitsabteilungen

globaler Banken sind auch Daniel Ritter (Rebstein), Jacqueline Grämiger (Bronschhofen) und Dominik Löliger (Berneck) dabei. Die dritte Nomination erarbeiteten sich Manuela Zwicky (Widnau), Thomas Jäger (Speicher), Nathalie Schmid (Au), Daniela Vetsch (Tübach) und Michael Wiesli (Wil) mit einer Marktforschung für die St.Gallischen Psychiatrie-Dienste Süd und das Psychiatrie-Zentrum Rheintal in Heerbrugg.

Nominationen für Managementkonzeption

In der zweiten Kategorie Managementkonzeption setzten sich Mario Malzacher (Neuhaus), Julia Wüthrich (Heiden) und Philipp Heim (St.Gallen) durch. Sie erarbeiteten ein Servicestrategie für die ABB

Engineering in Shanghai. Des Weiteren konnten sich Irene Enzler (Schwellbrunn), Simon Koster (Appenzell), Petra Alder (Heiden) und Silvia Knöpfel (Urnäsch) mit einem Konzept für die Holzwerk Spezialitäten AG in Montlingen qualifizieren. Alexander Junker (Balgach), André Küffer (St.Gallen), Sebastian Schneider (Balgach) und Stephan Baumgartner (Lüchingen) entwickelten eine mehrstufige Deckungsbeitrags-Rechnung für die Hunsrück Klinik Kreuznacher Diakonie im deutschen Simmern – sie dürfen sich ebenfalls Hoffnungen auf den WTT Young Leader Award 2011 machen.

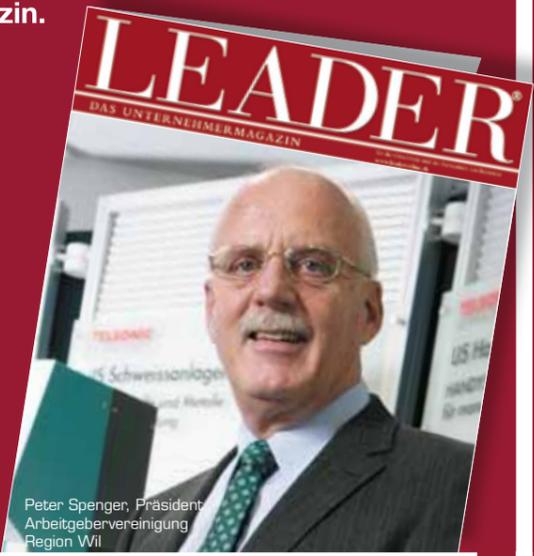
www.fhsg.ch/praxisprojekte

Facebook-Gruppe: WTT Young Leader Award

Anzeige

LEADER. Das Ostschweizer Wirtschaftsmagazin.

Leader lesen LEADER®



Peter Spenger, Präsident
Arbeitgebervereinigung
Region Wil

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

Gesteigertes Spezialwissen und unabhängige Prüfung

Die awit Gruppe aus Arbon und St.Gallen sowie die ReviTrust-Gruppe aus Schaan, zwei in der Ostschweiz tätige Treuhandunternehmen, arbeiten im Bereich der Wirtschaftsprüfung künftig zusammen.

Rolf Staedler, Egon Hutter – Sie beide vertreten zwei in ihrer Region sehr erfolgreiche Treuhandunternehmen. Wieso haben Sie sich nun zur Zusammenarbeit entschlossen?

Rolf Staedler: Aufgrund von steigenden Anforderungen wird es für Beratungsunternehmen mit kleinen Revisionsabteilungen immer schwieriger, die Rahmenbedingungen einzuhalten. Die awit Gruppe hat sich daher entschieden, ihre Kompetenzen auf die Standbeine Spezialberatungen – wie Steuerberatung, Finanzierungen, Controlling, Kauf- und Verkauf von Unternehmen, Nachfolgeregelungen – sowie Buchhaltungen und Immobilienberatung zu konzentrieren. Damit stellen wir sicher, dass unsere Kunden einerseits von einem gesteigerten Spezialwissen profitieren können und andererseits unabhängig geprüft werden.

Die awit selbst hatte die Zulassung als Revisionsstelle. Was sind das für weitere Anforderungen, von denen Sie sprechen?

Rolf Staedler: Die regulatorischen Anforderungen im Bereich der Wirtschaftsprüfung sind in Bezug auf die Unabhängigkeit gestiegen. Bereits in der Vergangenheit hatte der Gesetzgeber eine Trennung zwischen Beratung oder Buchhaltung und Revisionsstelle vorgesehen. Die gesetzlichen Bestimmungen haben sich im Laufe der Jahre immer mehr verschärft. Eine Berater Tätigkeit mit gleichzeitigem Prüfungsauftrag ist zwar noch geduldet, wird aber immer problematischer. Dazu kommt, dass aufgrund der gestiegenen gesetzlichen Anforderungen und Haftungsregelungen die Dokumentationsvorschriften bei Prüfungsaufträgen sowie die fachlichen Weiterbildungsvoraussetzungen gestiegen sind.



Egon Hutter (egon.hutter@revitrust.ch)
Dipl. Wirtschaftsprüfer, Partner und Leiter des Fachbereichs Wirtschaftsprüfung in der ReviTrust-Gruppe

Egon Hutter: Die ReviTrust-Gruppe hat seit jeher ein starkes Standbein in der Wirtschaftsprüfung, ist gesamtschweizerisch tätig und hat den Bereich Wirtschaftsprüfung in den letzten Jahren auch kontinuierlich ausgebaut. In Bezug auf die neuen Vorschriften hat die ReviTrust ihre Prozesse optimiert und Investitionen im Bereich Software, Infrastruktur und Personal getätigt. Damit ist die ReviTrust-Gruppe gerüstet für die Zukunft und kann ihren Kunden eine professionelle Prüfung anbieten. Mit einer Grösse von zehn zugelassenen Revisionsexperten und insgesamt 25 Mitarbeitenden hat die Wirtschaftsprüfungsabteilung der ReviTrust-Gruppe eine Grösse, bei der sich diese Investitionen auch rentieren. Im Weiteren ist die ReviTrust im Verbund mit internationalen Netzwerken, wo sie den fachlichen Austausch pflegt. Mit der Übernahme der awit wirtschaftsprüfer ag gewinnt die ReviTrust einen weiteren Standort im Raum St.Gallen-Bodensee dazu und freut sich, den Service für ihre



Rolf Staedler (rolf.staedler@awit.ch)
Dipl. Steuerexperte, Partner und CEO der awit Gruppe

Kunden und die Kunden der awit weiter ausbauen zu können.

Wieso hat sich die awit entschieden, die Zusammenarbeit gerade mit der ReviTrust einzugehen?

Rolf Staedler: Die ReviTrust hat auch ein rotes Quadrat im Logo – das war uns sympathisch. Scherz beiseite: Die beiden Unternehmen bewegen sich in einem ähnlichen Umfeld, die Kundenstruktur ist vergleichbar, die Firmenkultur sehr ähnlich.

Egon Hutter: Wie bei der awit sind der ReviTrust Konstanz und ein persönliches Vertrauensverhältnis bei den Kundenbeziehungen sehr wichtig. Daher war es auch von Anfang klar, dass die ReviTrust die bisherigen Mitarbeitenden in der Wirtschaftsprüfungsabteilung der awit übernimmt, sodass die Kunden weiter von Ihrem bekannten Revisorenteam betreut werden.

Verstehe ich das richtig, dass ich als Unternehmer künftig meine Buchhaltung



und die Revision nicht mehr beim gleichen Treuhänder machen lassen kann?

Egon Hutter: Ja, grundsätzlich geht das nicht mehr. Der gleiche Dienstleister darf nicht mehr die Buchhaltung und anschliessend die Revision machen. Es gibt aber gewisse Ausnahmen, wo dies bis auf Weiteres noch möglich ist.

Rolf Staedler: Wir hatten in der Vergangenheit vermehrt Probleme damit, dass wir kreative Steuer- und Finanzierungslösungen für unsere Kunden gefunden haben und diese dann noch geprüft werden mussten. Daraus resultierten manchmal Interessenkonflikte. Ich gehe davon aus, dass es innerhalb der Branche zu weiteren Zusammenschlüssen oder Übernahmen kommen wird. Wer alles aus einer Hand anbieten will, muss sich gut überlegen, wie er diese Konflikte lösen will. Dank der optimalen Ausrichtung bei-

der Partner haben wir uns für eine klare Aufgabenteilung und Zusammenarbeit entschieden. Damit ist es uns möglich, unseren Kunden künftig einen optimalen unabhängigen Service anzubieten.

Gerade hat der Ständerat entschieden, dass die Limiten für die ordentliche Revision nach oben gesetzt werden. Was hat das für Konsequenzen in der Wirtschaftsprüfung?

Egon Hutter: Grundsätzlich können noch mehr Unternehmen auf eine ordentliche Revision verzichten und lediglich eine eingeschränkte Revision machen lassen. Zu einer ordentlichen Revision sind neu Gesellschaften verpflichtet, die zwei der nachstehenden Grössen in zwei aufeinanderfolgenden Geschäftsjahren überschreiten: a) Bilanzsumme von 20 Mio. CHF, b) Um-



Die **ReviTrust-Gruppe** beschäftigt rund 90 Mitarbeitende an den Standorten Zürich, Buchs, Arbon und Schaan und erbringt seit rund 30 Jahren umfassende und professionelle Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung und -beratung, Steuer- und Rechtsberatung, Rechnungswesen und Controlling sowie Vermögens- und Immobilienberatung.

www.revitrust.ch

satzerlöse von 40 Mio. CHF und c) 250 Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt. Neben den gesetzlichen Vorgaben gibt es aber noch andere Überlegungen, die für eine ordentliche Revision sprechen, auch wenn man die Grössenkriterien nicht erreicht. Mögliche Gründe können die Absicherung gegenüber den Geldgebern wie private Investoren oder Banken sein. Wer in dieser Frage unsicher ist, bespricht dies am besten mit seinem Buchhalter oder Wirtschaftsprüfer. Sie kennen die genauen gesetzlichen Definitionen und die sonstigen Vor- und Nachteile der Revisionsformen. ■



Die **awit Gruppe** beschäftigt insgesamt rund 20 Mitarbeitende an den Standorten Arbon, St.Gallen und Romanshorn und ist seit 1996 in den Bereichen Steuerberatung, Treuhand und Immobilien tätig. Die Gruppenleitung hat sich zum Ziel gesetzt, sich mit Spezialthemen wie Nachfolgeregelungen, Kauf- und Verkauf von Unternehmen, schwierige Finanzierungen, Umnutzungen von Gewerbeliegenschaften oder Kauf- und Verkauf von Grossobjekten einen hervorragenden Namen zu machen. Die awit Gruppe investiert selber in Unternehmen und stellt so sicher, dass die Beratungen auch auf «Gefühlsebene» stimmig sind.

www.awit.ch



Zünd Systemtechnik AG gewinnt KMUPrimus 2011

Zum zehnten Mal vergab die St.Galler Kantonalbank am 27. Juni 2011 im St.Galler Pfalz Keller den mit insgesamt 50'000 Franken dotierten «KMUPrimus». Mit dem 1. Rang wurde die Altstätter Zünd Systemtechnik AG ausgezeichnet. Auf dem zweiten Platz landeten ex aequo die Adcubum AG aus St.Gallen und die Brusa AG aus Sennwald.

Aus 32 eingereichten Dossiers gingen drei Unternehmen hervor, die sich in ihren Branchen als Marktführer ausgezeichnet haben. Der mit 25'000 Franken dotierte erste Platz ging an die Zünd Systemtechnik AG aus Altstätten. Die Firma war die erste und viele Jahre einzige Anbieterin von multifunktionalen Präzisionscuttern. Diese erlauben es, die verschiedensten Materialien zu schneiden, fräsen, stanzen, rillen und zu lasern – vom Strassenschild bis zur Ladenbeschriftung, vom Verpackungskarton bis zum Heissluft-

ballon. Dank modularer Bauweise lassen sich bestehende Maschinen jederzeit kostengünstig nach- oder umrüsten und damit diverse Märkte und Branchen bedienen.

Entwicklung und Nachhaltigkeit

Die Zünd Systemtechnik ist auch führend in der Entwicklung neuer Produkte und hat seit ihrer Gründung 1984 mit Weltneuheiten innovative Meilensteine gesetzt. Ebenso grossen Wert legt das Unternehmen auf Nachhaltigkeit: 2010 hat es das erste Minergie-P-Industriegebäude der Schweiz eingeweiht. Dieses benötigt fünfmal we-

niger Energie und stösst fünfmal weniger CO₂ aus als ein konventionelles Gebäude.

Roland Ledergerber, Präsident der Geschäftsleitung der St.Galler Kantonalbank und Jurypräsident, betonte an der Preisverleihung im Pfalz Keller in St.Gallen: «Für die Jury massgebend war die unternehmerische Gesamtleistung der Zünd Systemtechnik AG mit einer breiten und vielseitigen Produktpalette, die mit steten Neu- und Weiterentwicklungen eine rasche Anpassung an Marktbedürfnisse erlaubte. Ebenso zentral ist das für einen KMU bemerkenswerte umfassende Engagement in Sachen Nachhaltigkeit und das damit verbundene Bekenntnis zur Region Ostschweiz.»

Versicherungssoftware und Elektroautos

Der mit 15'000 Franken dotierte zweiten Platz des diesjährigen KMU Primus ging zum einen an die St.Galler Adcubum AG. In nur kurzer Zeit hat sich das Unternehmen als Hersteller von Standardsoftware für Krankenkassen und Versicherungen zum Marktführer entwickelt. Die Software wird von den grössten Schweizer Krankenversicherern als Standardlösung eingesetzt.

Ebenso den zweiten Platz belegte die Brusa AG aus Sennwald. Vor 26 Jahren als Pionierunternehmen für Elektromotoren gegründet, hat es sich eine umfassende Kompetenz bei Entwicklung und Produktion von sämtlichen Fahrzeugkomponenten erworben. Im stark wachsenden Markt von Elektro- und Hybridautos hat es sich eine hervorragende Position mit erfolgsversprechenden Zukunftsaussichten geschaffen.

«Das Spezielle am Unternehmerpreis KMU Primus ist, dass Firmen auf Herz und Nieren geprüft werden. Massgebend ist also nicht nur die Eigendeklaration, sondern auch das Qualitätssiegel der Jury und letzt-



Karl Zünd, CEO Zünd Systemtechnik AG, Altstätten (1. Rang)



Josef Brusa, CEO Brusa Elektronik AG, Sennwald (2. Rang ex aequo)



Christoph Brand, CEO Adcubum AG, St.Gallen (2. Rang ex aequo)

Jury

- Felix Keller, Geschäftsführer der Geschäftsstelle der Gewerbeverbände St.Gallen
- Beni Würth, Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartements des Kantons St.Gallen
- Roland Ledergerber, Präsident der Geschäftsleitung der St.Galler Kantonalbank
- Dr. Kurt Weigelt, Direktor der Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell (IHK)
- Gret Zellweger, Vizepräsidentin des Gewerbeverbands Appenzell Ausserrhodod

www.sgkb.ch/kmuprimus



SGKB-CEO Roland Ledergerber an der Preisverleihung im Pfalz Keller



von links: Regierungsrat Beni Würth, Christoph Brand, Karl Zünd, Josef Brusa, Roland Ledergerber



The Corelli Strings sorgen für die musikalische Umrahmung

lich der St.Galler Kantonalbank. Denn sie kennt sich nicht von ungefähr mit KMU in der Ostschweiz aus: Die engen und langjährigen Beziehungen mit Firmen in unserem Marktgebiet sind Teil unseres Kerngeschäfts. Dabei liefern wir mehr als einfach nur Finanzierungen und Kredite. Wir begleiten die KMU im ganzen Lebenszyklus – von der Gründung bis zu Nachfolgeregelungen. Dies befähigt uns, Urteile über das Leistungspotenzial und die Erfolgsaussichten der Unternehmen abzugeben, die sich um KMUPrimus bewerben», sagte Roland Ledergerber.

KMUPrimus – der Unternehmerpreis der SGKB

Die St.Galler Kantonalbank zeichnet jedes Jahr unternehmerische Topleistungen aus, die sich durch Innovationskraft, Nachhaltigkeit und durch einen substantiellen Beitrag zur Standortattraktivität abheben. Der Preis wird an Unternehmen verliehen, deren wirtschaftliche Aktivitäten auch gesellschaftlich von Bedeutung sind – also dem Wohlergehen der Region und seiner Bevölkerung dienen: ökonomisch, ökologisch und sozial. Preisgeld: total 50'000 Franken.

FRÜCHTEBOX

express



+
REGIONALE
FRISCHE
Mit dem PLUS an
Früchten aus
dem Rheintal

Fruchtebox

Saisonbox

Abo
Einzelbestellung
Geschenk

Exoticbox

POWER FÜR IHRE HIGHFLYER!

Frische Früchte – direkt ins Büro geliefert.
Der Motivationsschub für Ihre Mitarbeiter!

WWW.FRUECHTEBOX-EXPRESS.COM



www.snackbox-express.com

ASGA – wenn es um die berufliche Vorsorge geht

Die ASGA ist mit mehr als 9'000 Mitgliedfirmen und einem verwalteten Vorsorgevermögen von über sieben Milliarden Franken eine der grössten unabhängigen Pensionskassen der Schweiz.

Ein KMU für KMU

Als Kompetenzzentrum für berufliche Vorsorge bietet die ASGA alle Personenversicherungen im Unternehmen aus einer Hand an. Unsere Kunden profitieren von tiefsten Verwaltungskosten. Bereits zum fünften Mal wurden wir 2010 von der SonntagsZeitung als effizienteste Pensionskasse ausgezeichnet. In der genossenschaftlich organisierten Gemeinschaftsvorsorgeeinrichtung profitieren von den erwirtschafteten Gewinnen ausschliesslich die Versicherten.

Langfristige Sicherheit

Das wertvollste Kapital eines Unternehmens sind seine Mitarbeitenden. Attraktive Arbeitgeber zeichnen sich heute auch dadurch aus, dass sie ihre Mitarbeitenden in allen Bereichen optimal absichern. Die ASGA geht auf Ihre Wünsche für eine massgeschneiderte Pensionskassenlösung ein und bietet eine individuelle, auf Ihre Bedürfnisse abgestimmte Altersvorsorge für



Marcel Berlinger, Geschäftsführer

Ihre Mitarbeitenden. Unser oberstes Ziel ist die langfristige Sicherung der Vorsorge für unsere Versicherten.

Wir entlasten Sie

Die administrative Bearbeitung wird einfach, flexibel und kompetent ausgeführt. Ziel ist es, den administrativen Aufwand der Mitgliedfirmen für die Abwicklung der Pensionskasse möglichst tief zu halten, damit sie sich voll auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Die ASGA Vorsorgestiftung bietet in der überobligatorischen Personalvorsorge individuelle Lösungen – ausserhalb BVG und losgelöst von der Pensionskasse –, beispielsweise für den überobligatorischen Lohnanteil. Der maximale gemäss BVG zu versichernde Jahreslohn beträgt 83'520 Franken. Für die darüberliegenden Lohnanteile wählen die Kunden in der ASGA Vorsorgestiftung ihre Vorsorgelösung selber. Sie bestimmen über die Kombination von Alters- und Risikoversorge für den bedarfsgerechten Versicherungsschutz ihrer Mitarbeitenden und deren Angehörigen. Sie entscheiden aus verschiedenen Anlagemöglichkeiten, mit welcher die ASGA die ihr anvertrauten Vorsorgegelder anlegen soll. Die firmeneigene Vor-

sorgekommission bestimmt den Risikograd und entscheidet dann über den Anlagemix. Flexibilität ist in der überobligatorischen Vorsorge wichtig. Deshalb kann die Vorsorgelösung jährlich den aktuellen Gegebenheiten und Bedürfnissen angepasst werden.

Die ASGA Dienstleistungen AG bietet autonomen Vorsorgestiftungen die Möglichkeit, ihre Pensionskassenverwaltung an die ASGA auszulagern. Damit können Sie von der Sachkenntnis aus einer langjährig erfolgreichen Vorsorgetätigkeit profitieren und kostengünstige Dienstleistungen auf modularer Basis individuell zusammenstellen. Von der Unterstützung der Organe über die technische Verwaltung bis hin zur Buchhaltung können Sie bestimmen, ob Sie nur einzelne Aufgaben oder die gesamte Pensionskassenverwaltung an uns übergeben. Durch ein Outsourcing der Pensionskassenverwaltung müssen Sie nicht auf die Eigenständigkeit Ihrer Vorsorgestiftung verzichten und Ihr Stiftungsrat entscheidet weiterhin unabhängig.

ASGA

Rosenbergstrasse 16, 9001 St.Gallen
Tel. 071 228 52 52, Fax 071 228 52 55
info@asga.ch, www.asga.ch

Davon profitieren Sie als ASGA-Kunde

- sämtliche Personenversicherungen für Ihr Unternehmen unter einem Dach
- tiefste Verwaltungskosten
- individuelle, bedarfsgerechte Vorsorgelösungen
- flexible Wahl der Vermögensanlage nach Risikobereitschaft im überobligatorischen Bereich
- unabhängige Genossenschaft – gewinnorientiert nur zu Ihren Gunsten
- langfristige Sicherheit Ihrer Vorsorgegelder durch professionelles Kapitalanlage-Management
- nachschüssige Quartalszahlung erhöht Ihre Liquidität

FDP
LISTE
10.11



Dr. Kurt Weigelt
Direktor IHK St. Gallen-Appenzell

www.ihk.ch

Nationalratswahlen 2011

Die St. Galler Wirtschaft muss in Bern wieder eine starke Stimme haben.

**Geben Sie glaubwürdigen
Wirtschaftsvertretern
2x Ihre Stimme.**



Roland Breidler
Kirchberg



Beat Jud
Schmerikon



Dr. Walter Locher
St. Gallen



Roland Rino Büchel
Oberriet



Ein echter Audi schon ab CHF 27'250.-*

Der Audi A1 «Young» mit viel Sonderausstattung zum kleinen Preis. Da ist ein grosser Auftritt garantiert. Das beliebte S line Exterieurpaket unterstreicht die sportlich-dynamische Silhouette, und die 16"-Aluminium-Gussräder im 10-Speichen-Design runden das markante Erscheinungsbild ab. Der Audi A1 «Young» zieht alle Blicke auf sich. Ihr Preisvorteil: CHF 2410.-. Mehr Infos jetzt bei uns.

115% Audi.**

* Audi A1 «Young» 1.2 TFSI, 3-Türer, 63 kW (86 PS), 1197 cm³. Normverbrauch gesamt 5,1 l/100 km. CO₂-Emissionen: 118 g/km (188 g/km: Durchschnitt aller Neuwagenmodelle). Energieeffizienzklasse A. Barkaufpreis CHF 27'250.- statt CHF 29'660.-.

** Ihr offizieller Schweizer Audi Händler offeriert Ihnen 15% des Neuwagenpreises für Sonderausstattungen. Das Angebot gilt bis auf Widerruf für sämtliche Audi Modellreihen und ist mit laufenden Verkaufsförderungsaktionen kumulierbar. Der Rabatt muss in vollem Umfang beansprucht werden und berechnet sich auf dem Basis-Katalogpreis. Teil des Rabattes ist die obligatorische Anschlussgarantie für das 4. und 5. Jahr bis 100'000 km.



City-Garage AG

Zürcher Str. 162, 9001 St. Gallen

Tel. 071 274 80 74, www.city-garage.ch

Vorsprung durch Technik 

Wechsel in der LEADER-Chefredaktion

LEADER-Chefredaktor Marcel Baumgartner verlässt das Unternehmernmagazin und ist neu als Consultant bei der YJOO Communications AG tätig. Die Redaktionsleitung liegt neu in den Händen von Richard Ammann. Er ist ab sofort für den redaktionellen Teil des LEADERS und seiner Specials zuständig.

Marcel Baumgartner betreute den LEADER seit der Lancierung im Herbst 2002; in der ersten Phase als Mitinhaber und Gründer der wortwerk Medien GmbH, welche als externe Agentur für die redaktionellen Inhalte des Unternehmernmagazins zuständig war, später dann – nach dem Verkauf des eigenen Unternehmens an die MetroComm AG – als Chefredaktor und Mitglied der Geschäftsleitung des St. Galler Verlagshauses.

Im Frühling dieses Jahres hat sich der 32-Jährige entschieden, bei der St. Galler Agentur YJOO eine neue Herausforderung anzutreten. Seit dem 1. Mai treibt Baumgartner dort den erfolgreichen Bereich Corporate Publishing weiter voran. Neben Geschäftsberichten realisiert und betreut YJOO für ihre Kunden unter anderem Mitarbeitermagazine, Online-Dialogportale oder auch Blogs. Baumgartner wird sein Know-how verstärkt im redaktionellen Content-Bereich einbringen, sei es im



Marcel Baumgartner verlässt den LEADER nach knapp neun Jahren.

Offline-, aber auch im Online- und Social-Media-Bereich.

Während der Übergangszeit bis Ende August wurde der LEADER weiterhin

vom ehemaligen Chefredaktor betreut. Auch in Zukunft wird Marcel Baumgartner bei einzelnen Mandaten mit der MetroComm AG zusammenarbeiten. Wir wünschen dem scheidenden Chefredaktor den besten Erfolg in seinem neuen Business.

Als neuer Redaktionsleiter engagiert wurde der Journalist und Kommunikationsberater Richard Ammann. Er ist ab sofort für den redaktionellen Teil des LEADERS und seiner Spezialausgaben verantwortlich. Ammann verfügt über langjährige Erfahrung als Journalist: Er war rund zwei Jahrzehnte bei grossen Tageszeitungen tätig, so unter anderem bei der «Südostschweiz», und während 13 Jahren als Redaktor bei der «Neuen Zürcher Zeitung». Ebenso lange leitete Richard Ammann eine Firma für Kommunikationsberatung. Mit seiner Erfahrung, Umsicht und Kreativität bietet er Gewähr für die Fortsetzung und Festigung des LEADER-Erfolgsurses. ■



Der neue Redaktionsleiter des Unternehmernmagazins: Richard Ammann.

Kriegsgewinnler

Ein neuer Volkssport verzeichnet immer mehr Anhänger: das Schnäppchenshoppen im nahen Ausland. Der tiefe Eurokurs verlockt viele zum Einkaufen ennet der Grenze. Ganz unschuldig daran sind hiesige Unternehmen allerdings nicht.
von Stephan Ziegler

In einem Einkaufszentrum in St.Gallen: Das Modeaccessoire, das ich in Händen halte, hat praktischerweise die Preise in verschiedenen Währungen auf dem Etikett. In der Schweiz bezahle ich dafür 16 Franken und 95 Rappen, im EU-Raum 9 Euro und 95 Cents. Aber hallo, das sind bei einem aktuellen Wechselkurs von unter 1:1.10 nicht mal 11 Franken, die ich in Österreich, Deutschland oder Frankreich für das gleiche Teil bezahlen müsste – ein Unterschied von rund 50 Prozent, welche der Artikel hier mehr kostet.

Ein Beispiel, das gut illustriert, warum sich der eine oder andere dazu verführen lässt, günstig ausserhalb der Schweiz einzukaufen. Ist den Schnäppchenjägern dafür ein Vorwurf zu machen? – Kaum, denn es liegt in der Natur des Menschen, immer nach dem «besten» Angebot zu jagen. Trotzdem erlaube ich mir im Freundeskreis auch mal die Frage «Holst du deinen Lohn denn auch im Ausland ab?», wenn jemand von einem Megaschnäppchen schwärmt, das er im EU-Raum gemacht habe.

Dass die Detailhändler für die riesigen Preisunterschiede, die zurzeit zwischen uns und dem Ausland herrschen, nichts können,

ist offensichtlich – sie sind die Ge-lackmeierten, die den Importeuren überhöhte Preise zahlen, diese an die Kunden weitergeben müssen und dadurch oftmals auf ihrer Ware sitzen bleiben. Wo der Hebel angesetzt werden muss, ist bei den Importeuren von Konsumgütern, sei es aus dem Food- oder dem Non-Food-Bereich: Viele von ihnen stecken sich die währungskursbedingten Margen in die eigene Tasche und treiben damit die Konsumenten zum billigsten Anbieter – und das ist derjenige jenseits der Grenze.

Wenn dies am Anfang einer Kette geschieht, an deren Ende der Konsument steht, der die Wahl hat, ein Angebot anzunehmen oder abzulehnen, muss man sich nicht wundern, wenn unverschämte Preisgestaltungen als solche erkannt und nicht akzeptiert werden. Sobald die Importeure ihre günstigen Einkaufspreise auch an die Wiederverkäufer weitergeben, wird der Einkaufstourismus wieder zurückgehen. Denn der Schweizer Konsument ist sich durchaus bewusst, dass aufgrund unseres höheren Lohn- und Kostenniveaus gewisse Preisunterschiede gegeben sind, die er auch bereits ist zu zahlen – wenn er nicht das Gefühl hat, «abgezockt» zu werden. ■

«2008, 2009 und 2010 keine Betreibungen und keine Verlustscheine», heisst gar nichts

Jedenfalls solange Sie nicht sicher wissen, ob der Beauskunftete während dieser Zeit sein Domizil auch wirklich an diesem Ort hatte. Warum? Betreibungs- und Handelsregister und das Einwohneramt sind zwei verschiedene Paar Schuhe und nicht verpflichtet,

Ihnen diese wichtige Information mitzuteilen. Etwa ein Drittel der Ämter tut dies zwar freiwillig – sogar kostenlos. Bei den anderen müssen Sie sich diese Information allerdings selber beschaffen und aus dem eigenen Sack berappen. Ach ja, und wichtig ist auch



DENK ANSTOSS!

zu wissen: Betreibungen ziehen nie um – Schuldner dafür umso öfter. Warum wohl?

Was denken Sie? mail to: guido.scherpenhuyzen@st.gallen.creditreform.ch



LEADER 9/2011

Magazin LEADER
MetroComm AG
Zürcherstrasse 170
Postfach 349
9014 St.Gallen
Telefon 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
leader@metrocomm.ch
www.leaderonline.ch

Verleger: Natal Schnetzer

Redaktion: Marcel Baumgartner (Leitung)
mbaumgartner@metrocomm.ch
Dr. Stephan Ziegler
Daniela Winkler

Autoren in dieser Ausgabe: Stefan Millius, Marc Mächler, Ferruccio Yanin, Sven Bradke, Michael Götte, Roland Rino Büchel

Fotografie: Bodo Rüedi

Herausgeberin, Redaktion und Verlag: MetroComm AG
Zürcherstrasse 170
9014 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
www.leaderonline.ch
www.metrocomm.ch
leader@metrocomm.ch

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch

Verlags- und Anzeigenleitung: Martin Schwizer
mschwizer@leaderonline.ch

Marketingservice/ Aboverwaltung: Irene Hauser
sekretariat@metrocomm.ch

Abopreis: Fr. 60.– für 18 Ausgaben

Erscheinung: Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben

Gestaltung/Satz: Marisa Gut
mgut@metrocomm.ch

Produktion: 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

metrocomm

KMU UND KREATIVITÄT VOM WERT DES QUERDENKENS

Online-Anmeldung unter www.kmu-tag.ch

 **kmu-tag.ch**
st.gallen



Karl Rabeder



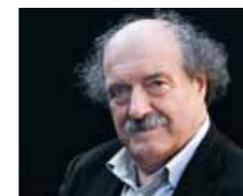
Frank M. Rinderknecht



Sita Mazumder



Daniel Frei



Urs Widmer



Marco Fritsche



Manfred Spitzer



Urs Fueglistaller

28 / OKTOBER 2011

SCHWEIZER KMU-TAG ST.GALLEN

Patronat: Schweizerischer Gewerbeverband / economiesuisse / IHK St.Gallen-Appenzell / Kantonaler Gewerbeverband St.Gallen (KGV)

Veranstalter Hauptsponsoren

Kommunikationspartnerin Medienpartner



- Expandieren?
- Weitere Mitarbeiter einstellen?
- Neuer Geschäftszweig?



Für welchen Weg Sie sich auch entscheiden: Unsere berufliche Vorsorge passt sich an. Das Leben kann viele verschiedene Wendungen nehmen. Unsere beruflichen Vorsorgelösungen mit wählbaren Garantien unterstützen Sie in allen Lebenslagen, denn sie passen sich jeder wichtigen Entscheidung an. Und weil neue Pläne aufregend genug sind, bietet Ihnen Swiss Life als führende Vorsorgespezialistin neben ausgezeichneten Renditechancen stets hohe Sicherheit. Damit Sie Ihren Weg in eine finanziell unabhängige Zukunft gehen können – und optimal begleitet werden. Unsere Experten beraten Sie gerne. www.swisslife.ch


SwissLife
So fängt Zukunft an.