



**Frank Bumann,
St.Gallen-Bodensee Tourismus:**

«Keine rosigen Aussichten»

Seite 10

Steuerstreit:

Kapitulation des Rechtsstaates

Seite 8

Die Region Wil im Fokus

Beim Export nimmt die Region Wil einen Spitzenplatz ein. Ebenso punkto Standortattraktivität für Unternehmen und als Wohnregion. Ein Blick auf Stärken, Schwächen und zukunftsgerichtete Projekte.

Ab Seite 35

► Seite 66



logistik2000.ch



**Bildungs-
handbuch
bestellen**

wbbzwww.ch oder
058 345 75 75



Beim Träumen vom Erfolg nichts verschlafen.

Unser Bildungshandbuch «*Kurse und Lehrgänge 2013/14*» ist die richtige Bettlektüre für spannende Erfolgsträume. Machen Sie die Träume für Sie und Ihre Mitarbeitenden wahr! Wir unterstützen Sie beim Kompetenzerwerb mit modernsten Lehr- und Lernmethoden. Bestellen Sie jetzt unser kostenloses 200-seitiges Bildungshandbuch.



Lieb, nett und über den Tisch gezogen

Diplomatie ist die Kunst, seine eigenen Interessen so zu vertreten, dass sie möglichst gut gewahrt werden, ohne dass das Gegenüber sein Gesicht verliert. Wenigstens gilt das für die meisten Nationen dieser Welt. Wir Schweizer sehen das anders: Wir verstehen unter Diplomatie, der anderen Seite vorsorglich sämtliche Wünsche zu erfüllen und sie dann zu fragen, ob sie nicht allenfalls noch ein bisschen mehr von uns haben möchte. Jüngster Beleg dafür ist der Steuerdeal mit den USA. Selbst die Frankfurter Allgemeine Zeitung schreibt dazu: «Sie (Anm.: die Schweizer Parlamentarier) sollen ein Gesetz absegnen, dessen Auswirkungen die Amerikaner erst nach der Zustimmung bekanntgeben wollen.» Und tatsächlich mutet die Vereinbarung, welche unsere Regierung ausgehandelt hat, wie ein schlechter Witz an. Das US-Justizministerium wird nach dem Deal Schweizer Banken Bedingungen stellen und Bussen verteilen können. Wie diese Bedingungen und Bussen aussehen, weiss unsere Landesregierung, muss das aber vor den eigenen Banken geheim halten. Das hört sich nach einem Schulhofspielchen an, aber es geht um einen Milliardenbetrag.

Natürlich ist jeder Deal immer ein Kompromiss mit Vor- und Nachteilen. Die unterwürfige, fast schon demütige Art, wie unsere Landesregierung, allen voran die Finanzministerin, dem Verhandlungspartner stets begegnet und die Tatsache, dass eine so absurde Ausgangslage wie oben geschildert akzeptiert wird, zeigt aber: Die Schweiz schluckt alles, was ihr vorgelegt wird und bootet damit gewissenlos die eigenen Leute aus. Keine Spur von echter Vertretung der eigenen Interessen. Es ist, als würden wir verzweifelt versuchen, es allen recht zu machen. Warum nur? Solange die USA selbst Steueroasen auf dem eigenen Kontinent zulassen, hegen und pflegen und ihre Rekordverschuldung nicht in den Griff bekommen, sollten sie sich weder als moralische noch als ökonomische Messlatte darstellen.

Natal Schnetzer
Verleger

Anzeige



Es geht um Ihre Veränderung.

Ihr Partner für Mergers & Acquisitions. Kauf und Verkauf von Unternehmen.
Rolf Staedler, CEO awitgroup AG, +41(0)71 447 88 88, rolf.staedler@awit.ch, www.awit.ch

Zusammen.Einfach.Mehr.

Simone Brändle
Fachzeitschriftenverlag

Corinne Sager
Webprojekte

Pascal Strässle
Printproduktion



Unsere 220 Mitarbeitenden überzeugen mit Spitzenleistungen.
Sie garantieren einen exzellenten Service bei der Realisierung von
Fachzeitschriften und Printprodukten sowie in der Umsetzung
von Web- und Videoprojekten.

www.galledia.ch

galledia
Wir machen Medien



Platzhirsch Optik GmbH

«Es braucht die Sicht von aussen»

Seite 14

- | | |
|---|--|
| <p>6 Raiffeisen-CEO Pierin Vincenz
Stabilität dank Veränderung</p> <p>8 Nationalrat Walter Müller
Die «Abschleicher-Listen»</p> <p>10 Frank Bumann
Über verpasste Chancen im Tourismus</p> <p>18 timeSensor AG
Ein Startup kämpfte um die Finanzierung</p> <p>21 Bernhard Neuhold
OTS 2013: «Innovative Produktionsprozesse»</p> <p>24 Christof Oswald
Weshalb Bühler Uzwil den WTT Young Leader Award unterstützt</p> <p>26 Notenstein Privatbank AG
Wie die neue Marke aufgebaut wurde</p> <p>30 Barnaby Skinner
«Die Automatisierung hat Grenzen»</p> <p>35 Peter Eisenhut
Einschätzungen zum Wirtschaftsstandort Wil</p> <p>36 «Regio Wil»-Präsident Christoph Häne
Die Region als Ganzes stärken</p> <p>37 Ständerätin Karin Keller-Sutter
«Es steht viel auf dem Spiel»</p> <p>38 Wohneigentum, Tourismus, Jungunternehmen
Eine Analyse von Experten der Region Wil</p> | <p>39 Nationalrätin Yvonne Gilli
Wirtschaftlicher Erfolg in Gefahr</p> <p>42 Stadtpräsidentin Susanne Hartmann
Standortattraktivität weiter steigern</p> <p>43 Nationalrätin Barbara Gysi
«Bern kennt uns zu wenig»</p> <p>48 Nationalrat Lukas Reimann
«Man hatte das Gefühl, es gehe um Leben und Tod»</p> <p>51 Leaderinnen
Carmen Cepon im Porträt</p> <p>53 Sparen ist gelebte Verantwortung
Ein Kommentar</p> <p>56 40 Jahre Werbeclub Ostschweiz
Impressionen von der Jubiläums-Party</p> <p>59 Solution Day
Performancesteigerung durch optimierte Planung</p> <p>62 Rudolf Wötzel
Ein Topbanker steigt aus</p> <p>64 Handschriftlich
Ralf Kostgeld, Ammarkt AG</p> <p>65 Roland Rino Büchel
Wahlkampf in Deutschland</p> |
|---|--|

Bankenzukunft: Stabilität dank Veränderung

Im Nachgang der Finanzkrise haben Banken vielfach das Vertrauen ihrer Kunden, aber auch der Öffentlichkeit verloren. Auch Mitarbeitende sind unsicherer geworden. In der Konsequenz sollen Banken stärker reguliert werden. Hier muss es auf das rechte Mass ankommen. Nicht alle Banken dürfen über einen Kamm geschoren werden. Insgesamt stehen Banken in einem Spannungsverhältnis aus Regulationsanforderungen, Kostendruck, Bedürfnisveränderungen und Vertrauensverlust.

Text: Pierin Vincenz* **Bild:** Bodo Rüedi

Das Bankgeheimnis steht zur Disposition, Zinsmargen schmelzen dahin und Produkte werden verstärkt reguliert. Das sind nur drei Beispiele, wie sehr die Finanzdienstleistungsbranche unter (Kosten-)druck steht. Zudem verändern sich die Kundenbedürfnisse: Sie wünschen mobile banking für alltägliche Bankgeschäfte genauso wie persönliche Beratung bei komplexeren Finanzierungen. Als wäre das nicht schon genug, kommt noch etwas ganz Entscheidendes hinzu: die Vertrauenskrise.

«Deals» und Standards verändern

Wohl oder übel werden Schweizer Banken eher mehr als weniger die Standards übernehmen müssen, auf die sich die Europäische Union einigt. Vorbild ist der Werkplatz Schweiz: Er arbeitet seit Jahrzehnten mit

am Finanzplatz Schweiz auf eine Marktbereinigung einstellen müssen.

Robust in die Zukunft

Veränderte Rahmenbedingungen weltweit und damit auch für die Schweiz gelten jenseits der Vergangenheitsdebatte über ungesteuerte Gelder. Die alten Geschäftsmodelle haben keinen Bestand mehr. Sie waren nicht stabil genug, um Veränderungen standzuhalten, als sich das Marktumfeld änderte. Auch wenn die alten Modelle gute Elemente beinhalten – wie exzellent ausgebildete Mitarbeitende –, so ist es mit einer Anpassung nicht getan.

Banken brauchen – bei aller Unterschiedlichkeit der Institute – neue Geschäftsmodelle, die robust für die Zukunft sein sollten. Robustheit beschreibt den Zustand, dass ein Modell im Grundsatz auch stabil ist, wenn sich die Rahmenbedingungen an den Finanzmärkten ändern. Wie sollte ein neues, ein nachhaltiges Geschäftsmodell für Banken aussehen? Entscheidend ist dabei, dass die Branche das verloren gegangene Vertrauen wieder zurückgewinnt. Ohne Vertrauen ist alles andere wertlos.

Beste Banker in die Banken

Aber auch in der aktuellen Vertrauenskrise kann man auf Bewährtem aufbauen. Vertrauen basiert immer auf einer Grundlage. Das können Erfahrungen und/oder Personen sein. Damit wäre man vom abstrakten Geschäftsmodell für Banken bei denen, die das Geschäft ausmachen – den Bankmitarbeitenden vor Ort. Mitarbeitende waren und sind der Kern eines jeden Geschäftsmodells. Sie sind das Gesicht einer Bank, deren Geschäft vor allem auf Vertrauen aufbaut. Banker vor Ort wissen am besten, was der Kunde will und braucht. In der Vergangenheit haben Teile

«Mitarbeitende waren und sind der Kern eines jeden Geschäftsmodells.»

den Standards, die auf dem europäischen Binnenmarkt gelten. Die Schweiz kann mit europäischen Standards arbeiten und sollte sich darauf einstellen. Genauso muss der Finanzplatz mit einem «US-Deal» umgehen, dessen abschliessende Bewertung noch aussteht.

Zum strukturellen Umbruch kommt ein verändertes Umfeld hinzu: Auch im Inland wird das Bankgeheimnis diskutiert, seit Jahren sinken die Zinsmargen und Produkte werden immer stärker reguliert. Zudem haben Kunden neue Bedürfnisse, wollen Teile ihres Geschäfts online abwickeln, bei anderen Geschäften intensiv beraten werden. Das bringt Druck auf die Kosten. Alles zusammengenommen wird man sich



*Pierin Vincenz, CEO der Raiffeisen Gruppe:
«Auch in der aktuellen Vertrauens-
krise kann man auf Bewährtem
aufbauen.»*

der Branche zu wenig auf ihre Kunden gehört. Vor Ort sollten die Ideen für neue und verständliche Produkte entstehen, die dann mit den Spezialisten entwickelt werden sollten. Dazu müssen nicht nur die

eine ganze Organisation mit Front- und Backoffice. Hier wird aus der Summe der Banker die Bank seines Vertrauens, egal wo und warum der Kunde, die Kundin sie nutzt. Kundennähe, Produkttransparenz, Mitarbeiterexzellenz und natürlich auch langfristige Kapitalgeber bilden ein robustes Geschäftsmodell für eine stabile Bankenzukunft, auf die alle vertrauen können.

«Die Schweiz arbeitet bereits heute erfolgreich mit internationalen Standards.»

Spezialisten, sondern auch die Mitarbeitenden vor Ort exzellent aus- und vor allem auch weitergebildet werden. Die besten Banker gehören in die Banken und nicht in die Zentralen.

Starke Marke durch Vertrauen

Nähe zum Kunden, transparente Produkte und exzellente Banker bilden drei von vier Vertrauenselementen. Das vierte Element ist die Marke einer Bank. Hier wird aus dem einzelnen Banker vor Ort wieder

*Zur Person

Dr. Pierin Vincenz ist seit 1999 CEO und Vorsitzender der Geschäftsleitung der Raiffeisen Gruppe. Er ist Verwaltungsratspräsident der Notenstein Privatbank AG, der Aduno Holding AG sowie der Pfandbriefbank schweizerischer Hypothekarinstitute. Darüber hinaus ist er Mitglied diverser Verwaltungsräte, u.a. der Helvetia Versicherungen und der Schweizerischen Bankiervereinigung.

Die «Abschleicher-Listen»

**Wo bleibt die dringend notwendige staatspolitische Geschlossenheit?
Im Steuerstreit der USA mit den Schweizer Banken heisst es: «Hosen runter,
Eidgenossen!»**

Text: Walter Müller, FDP-Nationalrat **Bild:** Bodo Rüedi

Bleistifte wurden gespitzt, unendlich viele Computertasten gedrückt – und die Druckpressen laufen auf Hochtouren, damit Leserinnen und Leser in Dauerberieselung den dreisten Forderungen der USA ausgesetzt werden können. Radio und Fernsehen stehen dem munteren Kesseltreiben in nichts nach. Fällt Ihnen da etwas auf? Unserem Land fehlt die in

Es gab Zeiten, da hat sich unsere Presse dem Diktat eines Nachbarstaates erfolgreich widersetzt. Sie werden zu Recht sagen, dass eben Fehler gemacht wurden. Ja das stimmt, aber ist es richtig, wegen Fehler einzelner Banken und Banker unseren Rechtsstaat aushebeln? Der Preis scheint mir hoch, zu hoch.

Zur Ausgangslage

Trotz der allgemeinen Aufgeregtheit will ich den Versuch unternehmen, die Thematik des Steuerstreits der Schweizer Banken mit den Vereinigten Staaten sachlich zu betrachten. In den Steuerstreit mit den USA involviert sind Schweizer Banken, denen vorgeworfen wird, in Verletzung amerikanischen Rechts US-Kunden bei der Umgehung amerikanischer Steuern behilflich gewesen zu sein. Erfasst sind somit nicht nur Banken, gegen die in den USA bereits ein Strafverfahren eröffnet worden ist, sondern alle Banken, die potentiell amerikanisches Recht verletzt haben könnten.

«Es liegt im Wesen einer Erpressung, dass mit drastischen Konsequenzen gedroht wird.»

Friedenszeiten – wenn man diese noch so einordnen kann – nebst der Politik bedeutendste Verteidigungslinie: Wo bleibt die konsolidierte Meinung der Chefredaktoren, wo die notwendige Sachlichkeit, wo die Verteidigung übergeordneter Interessen unseres Landes durch die Medien?

*FDP-Nationalrat Walter Müller aus Azmoos SG:
«Die sogenannten Verhandlungen
mutierten zum Diktat.»*



Die amerikanischen Behörden drohen ziemlich unverhohlen, dass – wenn sich die Schweiz dem amerikanischen Diktat nicht beugt und ihren Rechtsstaat aushebelt – weitere Banken in grosser Zahl betroffen sein könnten. Es ist übrigens völlig unklar, welcher Personenkreis und damit welche Banken betroffen wären. Sind Personen, die einst in den USA studiert und ein Bankkonto besessen haben, oder solche mit zusätzlichem amerikanischen Pass, die sie ihrer Schweizer Bank verschwiegen haben (die Beispiele lassen sich beliebig erweitern), auch betroffen? Allein diese Fragen lassen eine regelrechte «Stripteaseaktion» von Schweizer Banken samt Kunden mehr als erahnen.

Über was wird verhandelt?

Gestützt auf ein vom Bundesrat am 26. Oktober 2011 verabschiedetes Mandat wurden seitdem Verhandlungen geführt, in denen eine Lösung des Steuerstreits zwischen Schweizer Banken und den USA gesucht wurde, die auf Grundlage von geltendem schweizerischen Recht, insbesondere dem Doppel-

nahmen der amerikanischen Behörden, erteilen soll, so ist das die blanke Kapitulation vor dem US-Diktat. Das vom Bundesrat vorgelegte dringliche Gesetz zur vermeintlichen Beilegung des Steuerstreits mit den USA gibt einem fremden Staat das direkte Durchgriffsrecht auf Schweizer Staatsbürger und Schweizer Institutionen. Auch die in unserem Rechtsrahmen legal handelnden Bürger und Unternehmen sollen somit den Gesetzen und der Willkür eines fremden Staates ausgeliefert werden.

Erpressbarkeit würde bestätigt

Es bleibt fraglich, ob damit eine einzige Bank gerettet wird. Mit Sicherheit wird aber die Rechtssouveränität und Rechtsstaatlichkeit der Eidgenossenschaft infrage gestellt. Wir würden damit ein weiteres Mal die Erpressbarkeit bestätigen. Genau an diesem Punkt gibt es für einen souveränen Rechtsstaat kein Raum mehr für ein Taktieren, Abwägen oder die Wahl des vermeintlich kleineren Übels: Gibt die Schweiz dieser neuerlichen Erpressung auf der ganzen Linie nach, öffnet sie Tür und Tor für Begehrlichkeiten und Forderungen weiterer Staaten, denen sie kaum abschlagen kann, was sie den USA zugestand. Mir ist kein Beispiel bekannt, wo ein souveräner Staat ein Gesetz beschlossen hat, dessen Auswirkungen erst im Nachhinein von einer ausländischen Macht verkündet würden. Wie zu Zeiten der Kolonialherren oder totalitären Systemen würden die USA nach der Genehmigung durch das Parlament bekannt machen, welche Straftarife und Sonderbehandlungen für Banken, die ehemalige US-Kunden der UBS aufgenommen haben, vorgesehen sind. Ganz abgesehen von den Sanktionen für denunzierte Mitarbeiter und externe Zulieferer.

Unser Wohlstand darf uns nicht länger erpressbar machen.

Es liegt im Wesen einer Erpressung, dass mit drastischen Konsequenzen gedroht wird. Der Bundesrat befürchtet denn auch bei einem Nein eine weitere Eskalation. Ja, es stimmt und darf keineswegs verschwiegen werden: Wir gehen mit einer Zurückweisung dieser Erpressung ein nicht unerhebliches Risiko ein. Wir dürfen aber keinesfalls staatspolitische Grundsätze der Rechtsstaatlichkeit kurzfristigen Interessen opfern. Auch als Staat muss man immer wieder bereit sein, Risiken im Gesamtinteresse einzugehen.

Es ist jetzt am Parlament, dieses «Ermächtigungsgesetz» fluguntauglich zu machen und gleichzeitig den Bundesrat aufzufordern, die notwendigen Massnahmen zu treffen, dass im Ernstfall einer betroffenen Bank der Zugang zum Dollar-Clearing sichergestellt wird. Das ermöglicht Banken und Bankkunden, bei einer Anklage den Rechtsweg zu beschreiten. Wenn dieser Artikel veröffentlicht wird, dürfte sich einiges geklärt haben. Hoffentlich dürfen wir dann immer noch stolz sein auf unseren Rechtsstaat. Ich werde meinen Beitrag dazu leisten.

«Soll am Schluss der einfache Mitarbeiter büssen, was oben geduldet, wenn nicht gar gefordert wurde?»

besteuerungsabkommen, beruht hätte. Diese Absicht wurde spätestens mit dem Wechsel der Verhandlungen von den US-Steuerbehörden zum Department of Justice (Justizdepartement) zur Illusion; die sogenannten Verhandlungen mutierten zum Diktat. Das Justizdepartement verlangt im Hinblick auf eine Lösung des Steuerstreits von den Banken die Lieferung von generischen Daten über die Schliessung von Konten und den Transfer dieser Gelder auf eine andere Bank im In- oder Ausland (Leaver-Listen). Auf gut deutsch «Abschleicher-Listen», wobei ja nicht alle, die eine Bank wechseln, «Abschleicher» sind. Sie werden aber zusammen mit der aufnehmenden Bank unter Generalverdacht gestellt. Die Listen dürften dazu führen, dass Banken aufgrund der Meldungen anderer Banken auf US-Bürger mit möglicherweise unversteuerten Geldern stossen. Die ihre Lieferung bedarf aber einer Bewilligung nach Artikel 271 Ziffer 1 unseres Strafgesetzbuchs.

Kapitulation des Rechtsstaates

Schweizer Banken sollen mit dem nun vorliegenden Bundesgesetz ermächtigt werden, direkt mit dem US-Justizdepartement individuelle Ablasshändler abzuschliessen, wobei als Vorleistung Bankmitarbeiter und Zulieferer wie Treuhänder oder Anwälte verraten werden müssten. Denunziation von oben nach unten! Soll am Schluss der einfache Mitarbeiter büssen, was oben geduldet, wenn nicht gar gefordert wurde? Wenn nun das Parlament diese Bewilligung pauschal, ohne Kenntnis der in Aussicht gestellten Mass-

Die verpassten Chancen

Seit Januar ist Frank Bumann neuer Direktor von St.Gallen-Bodensee Tourismus. Sein Fazit der hiesigen Struktur und Angebotspalette fällt durchgezogen aus. «Aufbruch zu neuen Märkten» lautet die Devise des gebürtigen Wallisers.

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

Frank Bumann hat eine klare Vision der Tourismusdestination Ostschweiz. Geht es nach dem Walliser, ist die Zeit, in der in diesem Segment nur kleine Brötchen gebacken wurden, vorbei. Er will mehr. Er will das vorhandene Potential optimieren und auf den internationalen Märkten positionieren. Denn für ihn ist klar: «Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit der Wechselkursproblematik werden sich nicht so schnell verändern. Wir müssen aus auf die neuen Verhältnisse einstellen und uns entsprechend verändern, wenn wir überlebensfähig bleiben möchten.»

Sorgenkind übernommen?

Seit Januar dieses Jahres wirkt der 51-jährige als Direktor von St.Gallen-Bodensee Tourismus und damit in einem Feld, das ihm bestens vertraut ist. In der-

ist unbestritten. Die Auslastung der Hotels in der Ostschweiz – insbesondere auch in der Stadt St.Gallen – ist mit 40 und 60 Prozent klar ungenügend. Betriebe sind in diesem Umfeld nur knapp überlebens- und entwicklungsfähig.»

Die Chancen der Zukunft sieht er in der Internationalisierung. Bisher habe es die Ostschweiz jedoch verpasst, den Tourismus vermehrt als Exportprodukt zu verstehen. Man setze auf den Tagestourismus und schaue kaum über die Grenzen hinaus. Laut Bumann ein klares Manko. Hat er also ein Sorgenkind übernommen? Ganz so dramatisch will er das Bild dann doch nicht darstellen. «Die Gründe, weshalb wir in dieser Situation sind, sind vielfältig. Und wir sind bei Weitem nicht die einzige Destination, die im wirtschaftlichen Umfeld vor immensen Herausforderungen steht.» Nun stellt sich aber die Frage, wie man den Gegenwind zu einem antreibenden Rückenwind verändern kann. Drei Punkte kristallisieren sich aus den Aussagen des ehemaligen Leiters der Marketingkommunikation bei der SBB als Antwort heraus: Neue Märkte, Kooperation, Angebot.

20 Jahre will Frank Bumann nicht verstreichen lassen, bis die Ostschweiz zu einer Tourismushochburg geformt ist.

selben Funktion bearbeitete Bumann in Zürich während sieben Jahren mit 60 Mitarbeitenden 17 verschiedene Märkte, hatte mit 14 Millionen Franken ein rund viermal höheres Budget als in St.Gallen zur Verfügung und sorgte alleine mit gezieltem Marketing in Deutschland für einen Zuwachs von rund 30 Prozent in diesem Hauptmarkt. Nun möchte er der Ostschweiz zu neuem Schwung verhelfen. Und hierfür benötige es vor allem eines: Geduld. «Wir haben es in unserer Branche mit langfristigen Prozessen zu tun. Da sind Veränderungen nicht immer von heute auf morgen möglich», ist Bumann überzeugt. Als Beispiel nennt er die Tourismusregion Saas Fee, die über 20 Jahre in die Bildung der Destination Saastal investiert habe.

Doch man merkt es im Gespräch mit dem Direktor rasch: 20 Jahre will er dann doch nicht verstreichen lassen, bis die Ostschweiz zu einer Tourismushochburg geformt ist. Denn seine Analyse der derzeitigen Situation fällt nicht rosig aus. «Der Handlungsbedarf

Bestandteil der Touringrouten werden

Neu Märkte sind für Frank Bumann nicht nur in erster Linie die umliegenden Länder. Vielmehr hat er grössere Regionen wie den asiatischen Raum im Visier. Ein Gebiet, in dem St.Gallen-Bodensee Tourismus laut Bumann bis zum Frühling dieses Jahres noch überhaupt keine Marketingaktivitäten betrieben hat. Sein Besuch vor Ort habe ihm aber klar gezeigt, dass ein grundsätzliches Interesse vorhanden sei. «Natürlich werden wir nicht zu einem zweiten Luzern werden, aber ich erhoffe mir Impulse, welche die Ostschweiz bitter nötig hätte.» Ziel müsse es sein, dass die hiesige Region Bestandteil der klassischen Touringrouten von ausländischen Touristen werde. Hierfür müsse aus dem vorhandenen Potential jedoch eine Angebotspalette der ganzen Ostschweiz und Bodenseeregion geformt werden, die es mit der Konkurrenz aufnehmen kann.

Dies wiederum ist nur mittels Kooperationen möglich. Im besten Fall würden hier laut Bumann alle

*Seine Analyse der derzeitigen
Situation fällt nicht rosig aus:
Frank Bumann, neuer Direktor von
St.Gallen-Bodensee Tourismus.*



Die Nacht des Ostschweizer Fussballs mit freundlicher Unterstützung von

christianjakob.ch

aspo

Schützengarten
Das vortreffliche Bier.

St.Galler
Kantonalbank

domus

Helbling
Reisen

mode // weber

RUTISHAUSER
BAROSSA
WELT DER WEINE

hannibal

GRAND RESORT
Bad Ragaz

BERIT KLINIK
TEUFEN

SITAG
FORMY SIEDZENIA

SONNEN KÖNIGIN
FLOATING ALL SENSES

MO CATERING

HALLENSTADION
ZÜRICH

Medienpartner

TAGBLATTMEDIEN

Medienpartner

LEADER



Nacht

DES OSTSCHWEIZER FUSSBALLS

Geniessen Sie auch in diesem Jahr das einzigartige Ambiente der Sonnenkönigin auf dem Bodensee inklusive Gala-dinner bei einem interessanten Unterhaltungsprogramm mit vielen Highlights. Mit Lukas Studer haben wir dafür eine Ostschweizer Sportstimme an Bord. Als Höhepunkt des Abends werden die Awards an verdiente Sportlerinnen, Sportler und Vereine vergeben. Lassen sie sich diesen Event also nicht entgehen.

Bei unserer grossen Tombola haben Sie schon mit ein wenig Glück die Chance auf traumhafte Preise. So erwartet Sie mit dem richtigen Los ein **MINI RAY** im Wert von CHF 16'900 oder eine Reise in die Ferne für **1 Woche nach Mauritius**. Und noch viele weitere tolle Gewinne, wie **Uhren, Designermöbel, Wellnessreisen** und **Eventtickets**.

Die Erlöse kommen direkt dem Projekt „**FutureChampsOstschweiz**“ zugute - so gewinnen alle Seiten.

Sichern Sie sich Ihren Platz mit einer Einzel- oder Paarkarte schon heute, oder entscheiden Sie sich mit Freunden oder Ihrer Familie für einen Tisch mit 10 Personen. **Seien Sie dabei - Willkommen an Bord.**

Seien Sie dabei am

07.09.2013

alle Informationen, Ticket- und Losbestellung unter
www.fussballnacht.ch





acht Tourismusdestinationen der Ostschweiz an einem Strang ziehen. «Wir alle müssen uns fragen: Wollen wir die Möglichkeiten, die uns die Zukunftsmärkte bieten, anpacken – oder wollen wir weitere zehn Jahre verstreichen lassen?» Die Schaffung einer eigentlichen Erlebnisregion mit geschnürten Angebotslinien für globale Märkte bildet für Frank Bumann eine wichtige Basis dafür. Warum wird St.Gallen «nur» als UNESCO-Weltkulturerbe wahrgenommen? Gäbe es hier nicht mehr Potential? Weshalb wird die Bahnlinie von Luzern nach St.Gallen

stattfindet, ist dies mit einem enormen Koordinationsaufwand verbunden», bringt es Bumann auf den Punkt. Es steht jedoch nicht die Auflösung bestehender Destinationen zur Diskussion, aber wie die Lücken zu effizienten regionalen, marktgerechten Prozessen verdichtet und die Marktchancen besser genutzt werden können. Besser aufgestellt ist das Segment des Kongresstourismus: Hier werden die Kräfte bereits regional gebündelt und weiterentwickelt.

Nachholbedarf sieht Frank Bumann auch bei der Stadt St.Gallen. Sie habe wohl «offiziell» die Drehscheibenfunktion der Ostschweiz inne, biete entsprechende Dienstleistungen aber nur in beschränkten Rahmen an. Angebote für Halbtages- oder Tagesauflüge seien nicht vorhanden. Ebenso wenig gebe es eine regionale Angebotsplattform mit City Cards, e-Ticketing für Events und Attraktionen oder eine Buchungsplattform für die ganze Ostschweiz. Der Tourist werde heute alleine gelassen. Er muss sich selbst organisieren. Bumann: «Hier muss zwingend und rasch ein Ausbau erfolgen. Wir müssen die Touristen bei ihren Bedürfnissen abholen und ihnen ein attraktives Programm anbieten – egal für welche Aufenthaltsdauer.»

Frank Bumann hat seit seinem Stellenantritt keine Zeit verschwendet. Die Analyse des Ist-Zustandes ist gemacht. Erste Impulse wurden ausgesendet. Nun geht es an die Umsetzung. Kaum eine andere Branche konnte weltweit auch im wirtschaftlich schwierigen Umfeld ein solch kontinuierliches Wachstum verzeichnen wie der Tourismus. Die Ostschweiz profitierte jedoch nicht davon. Stagnation lautet das nüchterne Fazit. Es ist Zeit, wieder in Fahrt zu kommen.

«Natürlich werden wir nicht zu einem zweiten Luzern werden, aber ich erhoffe mir Impulse, welche die Ostschweiz bitter nötig hätte.»

(Voralpenexpress) oder jene von Schaffhausen bis Rorschach (Turbo) nicht offensiver international beworben? Gleiches gilt für die Attraktivität der gesamten Gegend rund um den Bodensee. Alles Punkte, mit denen sich Bumann in seinen ersten Monaten in der neuen Funktion beschäftigt hat.

Ungenügende Drehscheibenfunktion

Und Bumann hat keine Skrupel, bestehende Strukturen und Prozesse zu hinterfragen. Beispielsweise auch, in welchen Bereichen die Aufteilung in acht Ostschweizer Destinationen tatsächlich Sinn mache. «Jede davon ist für sich genommen so klein, dass sie nur knapp über die eigene Grenze hinausstrahlen kann. Und dort, wo eine operative Zusammenarbeit



*Jörg Kosits und Patrick Zollinger
von der Platzhirsch Optik GmbH:
«Produkte mit Seele.»*

«Es braucht die Sicht von aussen»

Ihre Selbständigkeit starteten Jörg Kosits und Patrick Zollinger mit gebrauchtem Inventar und einem improvisierten Firmennamen. Zehn Jahre später residiert die zur Platzhirsch Optik GmbH umbenannte Firma in stilgerechtem Ambiente am Roten Platz in St.Gallen. Das Fachgeschäft ist ein Beispiel dafür, dass sich manche Unternehmen neu erfinden müssen, um zu dem zu werden, was sie eigentlich schon immer waren.

Text: Stefan Millius Bilder: Bodo Rüedi

Sommer 2003. Die beiden jungen diplomierten Augenoptiker Jörg Kosits und Patrick Zollinger, die sich während ihrer Ausbildung kennengelernt hatten, wagen den Schritt. In Räumlichkeiten an der Vadianstrasse in St.Gallen gründen sie eine eigene Firma, die C&B Optik. C stand für die englische Schreibweise von Kontaktlinsen, B für Brillen. Denn das Kürzel K&B war damals bereits anderweitig besetzt, und an anderen Ideen mangelte es. Eine Verlegenheitslösung, allerdings zunächst keine, die den beiden Firmengründern besonders viel Bauchschmerzen bereitete. «Wir hatten damals weder das Geld noch die

komplizierte Routenerklärungen und ungefähre Lagebeschreibungen. Patrick Zollinger: «Was bei unserem Firmennamen fehlte, war das Bild und die Emotionen, das eben, was dazu führt, dass man sich an einen Namen erinnert.» Die beiden Gründer merkten, dass darunter etwas litt, was bei einem KMU absolut zentral ist: Ihre eigene Identifikation mit der Firma. Das war der Beginn eines Prozesses, den Kosits und Zollinger zusammen mit einer Kommunikationsagentur in Angriff nahmen: Sich nach einigen Jahren im Geschäft neu zu erfinden. Allerdings war früh klar, dass es nicht bei einem Namenswechsel bleiben sollte. Name, Corporate Identity, Ladenfläche und Einrichtung sollte danach einheitlich und wie aus einem Guss daher kommen. «Innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre wäre ohnehin eine neue Einrichtung angestanden», erklärt Jörg Kosits, «vor allem, weil das alte Kleid nicht mehr zu unserem Angebot passte.» Die C&B Optik hatte bei Gründung ein relativ breites Feld rund um Optikdienstleistungen abgedeckt – ganz bewusst, da damals noch nicht klar war, welche Bereiche gefragt sein würden. Mit den Jahren folgte die Fokussierung auf ein Premiumsegment. «Selbstbewusste Kunden, die perfekte Accessoires in einer angenehmen Atmosphäre suchen und hohe Beratungskompetenz wünschen»: So umschreibt Patrick Zollinger die Kundschaft.

«Unser früherer Name weckte keine Emotionen.»

Zeit, uns lange mit der Namenssuche zu beschäftigen», erinnert sich Jörg Kosits, «und offen gesagt haben wir dem Ganzen auch nicht viel Bedeutung beimessen.» Die Lage des Ladens und die angebotenen Produkte, so ihre Meinung, seien viel zentraler. Und aus berufenem Mund kam sogar eine Bestätigung: «Ein Kommunikationsprofi hat uns damals gesagt: Eine gute Firma kann mit einem schlechten Namen leben, aber nicht umgekehrt.»

Fehlende Identifikation

Und tatsächlich war der Firmenname kein Erfolgshindernis, C&B Optik entwickelte sich an zentraler Lage in der Kantonshauptstadt bestens. Nur die beiden Inhaber störten sich zusehends am selbst gewählten Kürzel. Lieferanten hatten Mühe, sich die scheinbar zufälligen Buchstaben zu merken, aus B wurde P, eine attraktive und eingängige Webdomain war mit dem Firmennamen auch nicht zu kriegen. «Am meisten aber haben wir unter dem mangelnden Wiedererkennungseffekt gelitten», so Jörg Kosits. Kaum jemand konnte sich das technisch aufgebaute Kürzel merken und dem Nachbarn ganz einfach sagen, wo man die tolle Brille her hatte. Statt dessen folgten

Stimmiger Auftritt

Zwischen diesem Anspruch und dem Erscheinungsbild des Fachgeschäfts klaffte inzwischen aber eine gewisse Lücke. Patrick Zollinger: «Früher gingen Leute an unserem Laden vorbei, obwohl wir wohl die perfekte Wahl für sie gewesen wären, andere kamen eher zufällig zu uns und waren überrascht, was wir zu bieten haben.» Firmenname, Produkte, Service, Ladenbau, Einrichtung, Möblierung: Das alles müsse stimmig sein und die Positionierung des Unternehmens unterstützen, statt ihr zu widersprechen, sind die beiden Firmeninhaber heute überzeugt. Deshalb stand auch früh fest, dass Namenswechsel und Ladenumbau koordiniert und aus einer Hand er-



folgen mussten. Unzählige Gespräche zwischen Kosits und Zollinger, der beratenden Agentur und dem ausführenden Architekten führten auf den Pfad, der schliesslich beschritten wurde. In Anlehnung an den Roten Platz direkt neben dem Ladengeschäft nennt sich dieses nun «Platzhirsch Optik». Wobei sich der selbstbewusste Begriff nicht auf die Anbieter, sondern auf die Kunden bezieht. «Wer hier bedient wird, soll sich wichtig und ernst genommen fühlen und im Zentrum stehen», erklärt Jörg Kosits. «Wir sind die Zudiener, der Kunde wird umsorgt, kann geniessen und sich neu ausstatten – er ist der Platzhirsch.» Dieser Eindruck wird vom durchdachten, edlen Interieur des umgebauten grosszügigen Ladens unterstützt.

Sorgfältig informieren

Obschon man von der Richtigkeit des Schritts überzeugt gewesen sei, habe man vor dem Namenswechsel Respekt gehabt, stellt Patrick Zollinger im Nach-

hinein fest. Die Kunden wurden per Brief darüber informiert, dass der Laden für einige Wochen zur Baustelle, vorübergehend geschlossen und dann unter neuem Namen wieder eröffnet werde. «Wir haben sehr viel Zeit und Energie in diesen Schreiben gesteckt», erinnert sich Patrick Zollinger, «denn Namenswechsel werden oft mit geschäftlichen Schwierigkeiten bis hin zum Konkurs oder einem Besitzerwechsel gleichgesetzt.» Im konkreten Fall wussten die Inhaber aber, dass ihre Kunden die Firma stets mit den Gründerfiguren identifiziert hatte – und an diesen wie auch an Produkten und Dienstleistungen änderte sich nichts.

Nur rund zweieinhalb Wochen dauerte der Umbau, doch das, sagen Kosits und Zollinger, sei auch das tragbare Maximum gewesen, denn die Tageseinnahmen blieben in dieser Zeit aus – Optik und Baustaub vertrugen sich schlecht. Sehr schnell habe man dann gemerkt, dass sich der Aufwand gelohnt hat, «an-

Anzeige



CAMION TRANSPORT Schwarzenbach hat von 2003 bis 2013 insgesamt 69 099 Bahnwagen für den Versand beladen. Die zurückgelegte Distanz aller dieser Bahnwagen ergäbe eine äquatoriale Reise 330 mal um die Erde.

10 Jahre CAMION TRANSPORT Schwarzenbach

CAMION TRANSPORT



Industrie Salen
9536 Schwarzenbach
www.camiontransport.ch

hand der Kundenreaktionen eigentlich vom ersten Tag an», so Jörg Kosits. Dafür entscheidend war aber vor allem der Ladenumbau, «der dem neuen Namen ein bisschen den Wind aus den Segeln genommen hat», wie es Patrick Zollinger ausdrückt. Entscheidend sei aber, dass nun der Gesamtauftritt einheitlich sei und als stimmig wahrgenommen wird – «vom Namen über die Architektur bis zu den Produkten, Briefschaften und Tragetaschen».

Den Spiegel vorgehalten

Bei den beiden Inhabern hat das Resultat zu einem Umdenken geführt. Heute sei ihnen bewusst, wie wichtig neben Produkten und Services das Erscheinungsbild sei. Entsprechend froh sei man, externe Experten beigezogen zu haben, da dadurch der ganze Prozess strukturierter verlaufe. «Die Gefahr ist sonst gross, dass man sich selbst einfach auf den eigenen Geschmack verlässt und allein danach entscheidet», stellt Jörg Kosits fest. Nun sei der Weg ein anderer gewesen: Zusammen mit der Kommunikationsagentur loteten die Firmengründer ihr Unternehmen aus: Wer sind wir, wer unsere Kunden, was bieten wir an, wie tun wir das? «Uns wurde der Spiegel vorgehalten», sagt Patrick Zollinger, «selbst hätten wir uns nicht in dieser Tiefe gespürt, dafür braucht es die Sicht von aussen.»

«Wer sind wir, was bieten wir an, wie tun wir es?»

Nachdem verschiedene Vorschläge zum neuen Namen und dem gesamten Erscheinungsbild vorlagen, wartete immer noch eine letzte Hürde: Die beiden gleichberechtigten Partner mussten sich einig werden. Das war dann glücklicherweise schnell der Fall. Abgeschlossen ist der Wandel damit allerdings noch nicht – beziehungsweise: Er wird es nie sein. Die Werte, die zusammen mit der Agentur definiert wurden – persönlich, präzise, innovativ – müssen im täglichen Geschäft gelebt werden, der neue Auftritt ersetzt das nicht. «Was uns prägt, ist nicht der Name, sondern unser Angebot», so Zollinger. Persönliche Beratung, ein Portfolio aus eher kleinen und unabhängigen Labels, die es nicht überall zu kaufen gibt, Produkte mit Seele: Das zeichne Platzhirsch Optik aus. «Eine Philosophie, die dank des neuen Auftritts nun auf den ersten Blick sichtbar wird.»

Zum Unternehmen

Die Platzhirsch Optik GmbH ist ein inhabergeführtes Fachgeschäft für Augenoptik. Gegründet wurde es 2003 als C&B Optik GmbH am selben Standort an der Vadianstrasse in St.Gallen, direkt neben der Raiffeisenbank. Das Unternehmen war von Beginn an Ausbildungsbetrieb und bietet im Turnus von drei Jahren eine Lehrstelle an. Weitere Informationen unter www.platzhirsch.sg.

Grenzen der Freiwilligkeit

Am 22. September 2013 wird das Schweizer Stimmvolk über die Volksinitiative der Gruppe Schweiz ohne Armee (GSoA) entscheiden. Die Initiative sieht die Aufhebung der militärischen Dienstpflicht vor.



Sven Bradke
Wirtschafts- und
Kommunikationsberater
Geschäftsführer Media-
polis AG, St.Gallen

Studium oder Militär

Zugegeben, auch ich habe mir in jungen Jahren überlegt, ob ich nicht lieber in den USA weiterstudieren sollte, als in die Rekrutenschule einzurücken. Ich kam nach Hause und leistete meine Pflicht. Alsdann entschied ich mich sogar, weiterzumachen. Mit knapp 50 Jahren diene ich immer noch. Warum? Weil ich während meiner militärischen Ausbildung viel lernen, einiges erleben und gute Dienste zugunsten unseres Landes leisten durfte. Selbstverständlich hätte ich auch andernorts wertvolle Führungserfahrungen sammeln und zahlreiche Kameraden kennenlernen können. Dennoch möchte ich die Zeit nicht missen.

Pflicht oder ...

Wäre ich in den USA geblieben, so wäre mein Leben anders verlaufen. Zu «verdanken» habe ich dies der Wehrpflicht, die in Artikel 59 unserer Bundesverfassung verankert ist. «Jeder Schweizer ist verpflichtet, Militärdienst zu leisten» steht dort kurz und bündig. Im Absatz 2 desselben Artikels heisst es dann: «Für Schweizerinnen ist der Militärdienst freiwillig».

Freiwilligkeit?

Die beiden Sätze zeigen deutlich, was das Problem der GSoA-Initiative ist: Freiwillig leisten nur wenige Erwachsene Militärdienst. Sonst hätten wir nebst den Männern auch eine grosse Anzahl an dienstleistenden Frauen. Dies ist aber nicht der Fall. Selbst die Erlaubnis, gleichberechtigt Funktionen (z. B. Helikopterpilotin) übernehmen zu können, führte nicht zu einem Ansturm auf den Militärischen Frauendienst. Wer also die Armee befürwortet, und dies tun über 70 % in unserem Land, der muss die GSoA-Initiative ablehnen. Ansonsten ist die Rekrutierung qualifizierter Milizsoldaten nicht mehr zu gewährleisten.

«Das war alles heisse Luft»

Die timeSensor AG mit Sitz in St.Gallen ist ein 2010 gegründetes Softwarehaus mit internationaler Ausrichtung und Fokus auf die Mac OS Plattform. Mit timeSensor LEGAL hat es eine Anwaltssoftware entwickelt, die nun den Markt erobert. Im Gespräch erklärt CEO Daniel N. Solenthaler, wie eine solche Entwicklung vonstattengeht, welche Banken wirklich Jungunternehmerförderung betreiben und welche Probleme eine internationale Lancierung mit sich bringt.

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

Daniel Solenthaler, Entwickler von Software gibt es Unzählige. Die wenigsten gründen jedoch ein eigenes Unternehmen. Was brachte bei Ihnen den Stein ins Rollen?

Als 17-jähriger Kantonsschüler habe ich all mein Ersparnis in einen Apple Macintosh Plus investiert – das waren damals über 9000 Franken. Und seither haben mich Apple-Produkte nie mehr losgelassen. Während des Studiums an der HSG entwickelte ich eine Branchenlösung für Mac und basierte darauf meinen ersten Startup. Damals, Ende der 1980er Jahre, war es noch verhältnismässig einfach, mit einem Busi-

te die Grundkonzepte und Datenmodelle alle selber – später wurde ich unterstützt von drei bis vier weiteren Entwicklern aus meinem Netzwerk. Die Software basiert auf einer Datenbank, die seit mehr als 25 Jahren kontinuierlich weiter entwickelt wird und die ich selber auch seit vielen Jahren kenne. Ich war fast jedes Jahr am Database Summit in den USA, habe die Entwicklung der Entwicklungsplattform genau mitverfolgt und mich weitergebildet. Daraus resultierte natürlich auch ein gutes Netzwerk an Entwicklern, sodass ich die besten Köpfe gezielt für das Projekt einsetzen konnte.

«Grossbanken engagieren sich nicht mehr für Startups, auch wenn die PR Gegenteiliges suggeriert.»

nessplan zur Bank zu gehen und einen Kredit zu erhalten. Und so gewährte mir die UBS die notwendige Finanzierung für meine Unternehmung. Mit Mac, Maus und einer grafischen Oberfläche setzte unsere Lösung neue Massstäbe, zumal die Konkurrenz anfangs noch auf MS-DOS und mit grünen Bildschirmen arbeitete. Natürlich holte Microsoft mit Windows später auf, aber trotzdem gelang es, die Firma als Nummer Zwei auf dem Markt für Zahnarztpraxislösungen zu etablieren.

Seither ist viel Zeit vergangen: Produkte und Betriebssysteme haben sich weiter entwickelt.

Natürlich. Mit dem iPhone wurden die Karten neu gemischt und so reifte auch die Idee, für Anwälte eine richtig tolle und bedienerfreundliche Lösung mit Mac-Fokus zu entwickeln und damit alle Apple-Vorzüge in der Kanzlei nutzbar zu machen.

In solchen Produkten steckt viel Know-how. Sie dürften es kaum von heute auf morgen erstellt haben?

Nein. In timeSensor LEGAL liegen zwanzig Jahren Erfahrung in der Softwarebranche. Ich entwickel-

Das Produkt ist nicht nur auf den Schweizer Markt ausgerichtet, sondern wird international angeboten. Das dürfte für zusätzlichen «Zündstoff» bei der Entwicklung gesorgt haben.

Richtig. Ich wollte timeSensor LEGAL von Anfang an als international einsetzbare Lösung entwickeln. Die Märkte sind heute gesättigt, der Schweizer Markt ist begrenzt. Deshalb galt es, bei der Entwicklung auf internationale Anforderungen zu achten: die Mehrsprachigkeit der Benutzeroberfläche sowie die Fähigkeit, mit mehreren Währungen, Zahlen- und Datumsformaten umzugehen und unterschiedliche Steuersätze handhaben zu können.

Und wie war das erste Kundenfeedback?

Im Verkauf war das Feedback immer ausgezeichnet und sehr ermutigend. Viele Anwälte hatten sich bereits einen Mac angeschafft und warteten gewissermassen auf eine passende Software. Es macht mir bis heute Spass, timeSensor LEGAL zu präsentieren und die Reaktionen der Zuschauer zu beobachten. Die Integration aller Bausteine unter einer modernen Benutzeroberfläche und das alles auf einem schönen Mac – das macht Freude und kommt gut an. Im Betrieb ist das beste Kundenfeedback kein Feedback. Wenn der Kunde flüssig arbeitet und für ihn alles selbstverständlich ist, dann ist die Software gelungen.

Daniel N. Solenthaler, CEO timeSensor AG:

*«Konkrete Hilfe holt man sich
am Besten bei seiner Familie.»*



Tatsächlich haben wir mit timeSensor LEGAL viel weniger Hotline als ursprünglich erwartet: Die grafische Benutzeroberfläche (GUI) funktioniert offensichtlich.

Gib es denn keine ähnlichen Produkte auf dem Markt?

Es gibt in der Schweiz meines Wissens noch einen Überlebenden aus der ersten Mac-Welle Ende 1980er/Anfang 1990er mit entsprechend veralteten GUI-Konzepten. Mit unserem neu entwickelten und voll integrierten Produkt sind wir ansonsten noch allein gestellt.

Aber Sie fokussieren nicht ausschliesslich auf Mac-User?

timeSensor LEGAL funktioniert zwar gleichermaßen auf Mac wie auf Windows, aber wir fahren einen klaren Mac-Fokus: Wir integrieren alle auf der Apple-Plattform gängigen Technologien wie vCard oder

bei zehn Banken, doch nur die Berner Valiant und die St. Galler Kantonalbank waren ernsthaft bereit, mein Startup zu unterstützen.

Es gibt ja noch weitere Anlaufstellen, die mit der Förderung von Jungunternehmen werben. Bekamen Sie Unterstützung von Institutionen oder Unternehmen?

Nein. Zwar gibt es einige Organisationen, welche Startups unterstützen sollten, aber ich konnte mich nie des Eindrucks erwehren, dass sich solche Organisationen vor allem mit sich selbst beschäftigen und tolles Marketing in eigener Sache betreiben. Konkrete Hilfe holt man sich am besten bei seiner Familie.

Was sind nun die nächsten Schritte?

Ich möchte timeSensor als internationale Marke für Kanzleisoftware etablieren. Das bedeutet, auf den mitteleuropäischen Märkten (Schweiz, Deutschland, Frankreich) und in den USA präsent zu sein. Das geht natürlich nur über Partner. Wir bauen deshalb in Deutschland seit letztem Jahr unser Partnernetzwerk auf und konnten schon fünf Partner zertifizieren. Hier gibt es vielversprechende Entwicklungen. So hat zum Beispiel ein Partner aus eigenem Antrieb die Software auf Bulgarisch übersetzt, denn er möchte timeSensor LEGAL nach Bulgarien bringen. Wir sind bei den Lizenzen bisher noch im dreistelligen Bereich und möchten in den nächsten paar Jahren durch Wachstum in der Schweiz, in Deutschland und in Frankreich in den vierstelligen Bereich vorstossen.

Welche zusätzlichen Hürden bringt die Internationalisierung mit sich?

Der Eintritt in internationale Märkte bedingt einen eigenen Businessplan mit einer eigenen, womöglich lokalen Finanzierung. Eine Kantonalbank lässt sich mit einem realistischen Businessplan für den Schweizer Markt überzeugen, denn die entsprechenden Risiken lassen sich abschätzen. Geht es aber um die Finanzierung der Markterschliessung anderer Länder, lassen sich die Risiken wohl viel schlechter kalkulieren. Unsere Strategie ist es deshalb, in den Zielmärkten einige gute Referenzkanzleien aufzubauen und dann lokale Partner zu finden, um den jeweiligen Markt bedarfsgerecht bearbeiten zu können.

Was reizt Sie persönlich an Ihrer Tätigkeit?

Das Aufbauen einer Firma ist sehr spannend und intensiv. Apple-Produkte haben eine besondere Ästhetik und sprechen auch eine bestimmte Zielgruppe an: Anwälte, die Macs einsetzen, haben Freude an der Perfektion, der Einfachheit der Bedienung, der Eleganz. Ausserdem drehen sie nicht jeden Rappen um. Es macht Spass, für diese Zielgruppe eine passende Software anzubieten und mit den Kunden zusammen das Produkt immer weiter zu verbessern. Dabei lernt man jeden Tag etwas dazu und ausserdem eine Menge interessanter Leute kennen.

«Anwälte, die Macs einsetzen, haben Freude an der Perfektion, der Einfachheit der Bedienung, der Eleganz. Ausserdem drehen sie nicht jeden Rappen um.»

iCal, und wir orientieren die GUI von timeSensor LEGAL an der Benutzeroberfläche des Mac. Wir holen dadurch nicht nur die bestehenden Mac-Benutzer ab, sondern auch die, die mit einem Wechsel liebäugeln... und das sind immer mehr.

Sie haben es erwähnt: Sie haben bereits ein Unternehmen aufgebaut. Bereitete Ihnen folglich der Aufbau der timeSensor AG keine Probleme mehr?

Die Anfangsphase ist immer spannend: Man ist beseeelt vom Wunsch, das ultimative, beste und tollste Produkt zu entwickeln. Die Herausforderung, eine komplexe Software einfach aussehen zu lassen, und die Befriedigung, Benutzern zuzusehen, wie sie dann damit umgehen können, ist faszinierend. Natürlich weiss man, dass das Produkt nur ein Teil des Erfolges sein wird, aber trotzdem – oder gerade deshalb – strebt man nach grösster Perfektion. Die Schwierigkeiten ergaben sich dann auch nicht auf der Produktebene, sondern bei der Finanzierung. Ich erstellte einen Businessplan und suchte nach Finanzierungsmöglichkeiten. Mein erster Anlauf war natürlich bei der UBS, denn dort hatte ich ja von meinem erfolgreichen ersten Startup einen guten Track Record.

Den ersten Anlauf? Demnach folgte ein zweiter Anlauf. Sind Sie auf taube Ohren gestossen?

Das untere Kader der UBS gab sich zwar Mühe, die Bank interessierte sich aber längst nicht mehr für Startups. Auch Credit Suisse machte vollmundig Werbung für einen entsprechenden Fonds, das war aber alles heisse Luft. Grossbanken engagieren sich nicht mehr für Startups, auch wenn die PR Gegenteiliges suggeriert. Ich präsentierte den Businessplan

«Mit offensivem Handeln agieren»

Am 23. August findet in St.Gallen das 13. Ostschweizer Technologiesymposium OTS statt. Im Gespräch erklärt Bernhard Neuhold, Präsident des Produktions- und Technologieverbunds und CEO der Glessmann AG in Rüthi, was man den Teilnehmern unter dem Motto «Innovative Produktionsprozesse» mit auf den Weg geben möchte.

Interview: Stephan Ziegler **Bild:** zVg.



Bernhard Neuhold, auf was konkret dürfen sich die Besucher des OTS 2013 freuen?

Der aktuelle Themenbereich ist für die Attraktivität und den Standort unserer Technologie- und Produktionsdienstleistungen äusserst wichtig. Gerade in schwierigen Zeiten müssen wir mit offensivem Handeln agieren. Produktionsprozesse innovativ zu entwickeln bzw. weiterzuentwickeln, bietet sich geradezu an.

«Es ist in guten wie in schlechten Zeiten ein Muss, diese Aufgaben und deren Lösungen hoch genug zu priorisieren.»

Wer wird sich am Event zum Thema äussern?

Herausragende Politiker und Unternehmer. So dürfen wir Regierungsrat Benedikt Würth, St.Galler Volkswirtschaftsdirektor, begrüssen, ebenso wie Daniel Frutig, CEO der AFG, Manfred Brandl, Geschäftsführer der Produktion von Liebherr in Nenzing, und Samuele Tosatti, CEO von Susos AG. Sie präsentieren, wie Innovationen systematisch entwickelt und umgesetzt werden, um sich im Markt zu behaupten und die eigene Unternehmung wie auch die Standortregion zu stärken. Rechtsanwalt Valentin Landmann wird das «Querdenker»-Referat halten. Er zeigt, dass die Welt nicht nur aus technischen Prozessen besteht und innovative Abläufe aus ändern

Bereichen wie etwa dem Rotlichtmilieu durchaus als Muster übertragen werden können.

Mit der Vermittlung neuer Erkenntnisse aus Forschung und Industrie werden vom OTS wahrscheinlich vor allem Techniker und Ingenieure angesprochen?

Nein. Unsere Bereiche decken die gesamte Produktentstehung und -vermarktung ab. Daher thematisieren wir schwerpunktmässig Prozesse daraus. Daraus ableitend sprechen wir aber alle Beteiligten an, die diese Abläufe beeinflussen und für das Wohl der Unternehmen nutzen.

Die Optimierung von Produktionsprozessen ist gerade in wirtschaftlich harten Zeiten ein Muss, mit Ihrem Thema treffen Sie also ins Schwarze. Kein Zufall, nehme ich an?

Die Optimierung vorhandener und die Einführung neuer Prozesse sind einer dauernden Entwicklung unterworfen. Deshalb ist es sowohl in guten wie auch in schlechten Zeiten ein Muss, diese Aufgaben und deren Lösungen hoch genug zu priorisieren. Wir durchlaufen schon seit mehreren Jahren magere Zeiten, gerade darum müssen bewährte und neue kreative Wege beschritten werden – mit dem Ziel, sich diese als Tugenden anzueignen.

Als Präsident des PTV Ostschweiz sind Sie am Puls der Zeit, was Innovationen in der Produktion angeht. Können Sie an dieser Stelle einen Hinweis geben, wohin der allgemeine Trend im Maschinen- und Apparatebau geht?

Ich kann leider über keine bahnbrechenden Entwicklungen berichten, die in nächster Zeit alle Probleme beseitigen können. Ich bin aber sicher, dass viele Unternehmen systematisch Ideen entwickeln und Produkte und Neuerungen, ebenso wie Entwicklungen in Prozessen, forcieren, um auch in den aktuellen Umständen bestehen zu können. Gerade weil diese Phase länger dauert, als wir gerne angenommen haben, werden diese Veränderungsprozesse auf breiter Ebene in Gang gesetzt, weil die meisten erkannt haben, dass ein Aussitzen nicht reicht.

Führungswechsel bei BTV Schweiz

Markus Scherer ist neuer Leiter der im Bodenseeraum verankerten BTV VIER LÄNDER BANK in der Schweiz. Er löst Gerhard Burtscher ab, der in den Vorstand der BTV nach Innsbruck wechselt.

Über zehn Jahre lang steuerte der Banker Markus Scherer (45) das gesamte Firmenkundengeschäft der BTV VIER LÄNDER BANK. Der Wunschkandidat der BTV für den Chefposten in der Schweiz engagiert sich seit 20 Jahren unablässig für das an der Wiener Börse kotierte österreichische Geldhaus, unter anderem als Vertriebsleiter im Tiroler Oberland. Mit grosser unternehmerischer Leidenschaft freut sich Markus Scherer, der den Aufbau der BTV Schweiz von Anfang an begleitet hatte, auf die neue Herausforderung.

1000 Neukunden in zehn Jahren

«Vor knapp zehn Jahren haben wir den Schritt in die Schweiz gewagt – obwohl uns alle davor gewarnt hatten. Aber wir waren überzeugt: Wenn unser Geschäftsmodell in Österreich eine Berechtigung hat, so hat es

die auch in der Schweiz. Wir haben unser Geschäftsmodell 1:1 übertragen und konzentrierten uns voll auf die Gewinnung von Neukunden. Und das machen wir auch heute noch», sagt Scherer. Denn die Rechnung ist aufgegangen. Seit der Gründung der Bank in der Schweiz im Jahr 2004 konnte die BTV über 1000 Neukunden akquirieren, vor allem inhabergeführte, exportorientierte mittelständische Unternehmen zwischen dem Bodensee und Zürich.

Erfolgsrezept Kundennähe

Eine Leistung, die vor allem mit der bodenständigen Ausrichtung der Bank zu tun hat. «Die BTV gibt es in Österreich seit 1904. Unserer Ausrichtung als Unternehmerbank halten wir seit über 100 Jahren die Treue. Wir fokussieren uns auf die Bedürfnisse unserer Kunden und kennen deren Geschäftsmodell

Foto: BTV/Hofer

Markus Scherer, neuer Leiter der BTV Schweiz:

«Vor knapp zehn Jahren haben wir den Schritt in die Schweiz gewagt – obwohl uns alle davor gewarnt hatten.»





Foto: BTV/Türtscher

Gerhard Burtscher, neuer Vorstand der BTV VIER LÄNDER BANK:

«Unserer Ausrichtung als Unternehmerbank halten wir seit über 100 Jahren die Treue.»

ganz genau. Daher können wir schnell und richtig handeln. Und zwar vor Ort direkt beim Kunden», erklärt Gerhard Burtscher. Diese Kundennähe hat Gerhard Burtscher nahezu zehn Jahre lang als Leiter der BTV Schweiz gelebt. Nun, zum 01.06.2013, wurde er zum Vorstand der Gesamtbank nach Innsbruck berufen. Seinen Schweizer Kunden bleibt er dennoch verbunden: Als Vertriebsvorstand für die BTV Schweiz wird er auch in Zukunft für die Schweizer Bankkunden zuständig bleiben. «Nach dem Aufbau und der erfolgreichen Entwicklung fällt es nach zehn Jahren schwer, die Vertriebsleitung abzugeben. Dass mich Markus Scherer in dieser Berufung beerbt, war meine absolute Wunschvorstellung. Er kennt die BTV Schweiz vom ersten Tag an – daher kann ich mir keinen besseren Nachfolger vorstellen», kommentiert Burtscher die Wahl.

Auf bewährte Stärken setzen

Scherers erklärtes Ziel ist es, die BTV auf Erfolgskurs zu halten und dafür vor allem an der gelebten Kontinuität und Kundennähe festzuhalten: «Wir entwickeln uns zusammen mit den neuen Bedürfnissen und Anforderungen unserer Kunden. Das ist eine spannende Aufgabe, denn neue Herausforderungen gibt es immer. Die Märkte ändern sich heute unglaublich schnell – da muss man immer nah dran sein, um rasch handeln und den Kunden da und dort unternehmerische Hilfestellung leisten zu können.» So haben etwa die Eurovolatilitäten zu vermehrtem Interesse an länderübergreifenden Lösungen geführt. Eine Anforderung, die die BTV sehr gut erfüllen kann: «Wir pflegen und leben den grenzüberschreitenden Netzwerkgedanken zwischen Unternehmern und ermöglichen Lösungen, die länderübergreifende Geschäfte so einfach wie möglich machen. Unser Engagement um-

fasst nicht nur klassische Bankdienstleistungen. Wir sind auch gefragter Partner bei grenzüberschreitenden Betriebsansiedelungen, Firmenkäufen und -verkäufen oder bei der Unternehmensnachfolge. Unsere Geschäftsbeziehung zu über 7000 Unternehmern in der Schweiz, in Österreich, Süddeutschland und Norditalien ist die ideale Basis, um unsere Kunden perfekt vernetzen zu können», erläutert Scherer.

ÜBER DIE BTV SCHWEIZ

Das Marktgebiet der BTV Schweiz erstreckt sich heute, knapp zehn Jahre nach ihrer Gründung im Jahr 2004, von St.Gallen über Appenzell, Thurgau und Winterthur bis nach Zürich. Die Kunden werden flächendeckend von einer mobilen Vertriebsmannschaft bedient, deren Stammsitz sich in Staad am Bodensee befindet. Als regional verankerte Bank mit lokalem Know-how und gleichzeitig internationaler Perspektive konnte sich die BTV einen treuen Kundenstamm aufbauen, der bereits massgeblich zum Gesamtergebnis der Bank beiträgt.

BTV VIER
LÄNDER
BANK

Kontakt

BTV Staad am Bodensee
Hauptstrasse 19, 9422 Staad
Tel. +41 (0)71 85 810 10
E-Mail: btv.staad@btv3banken.ch
www.btv-bank.ch

«Solche Auszeichnungen geben den Studierenden Selbstvertrauen»

Der WTT Young Leader Award wird von einer starken Wirtschaftsstütze getragen. Zu den Jurymitgliedern und Preissponsoren gehört auch Christof Oswald, Mitglied der Geschäftsleitung von Bühler Uzwil. Im Gespräch erklärt der Leiter Human Resources, worauf die Jury das Augenmerk legt und in welcher Form sich die Auszeichnungen auf den späteren Bewerbungsprozess auswirken.

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

Christof Oswald, weshalb sind Auszeichnungen in der Geschäftswelt so wichtig?

Mitarbeitende, die bereit sind, Spitzenleistungen zu erbringen, sind für alle Unternehmen sehr wichtig. Speziell wertvoll sind Auszeichnungen, die unter Zeitdruck und – wie dies bei den FHS Absolventen der Fall ist – auch neben der geschäftlichen Belastung erreicht werden können.

Der WTT Young Leader Award kürt alljährlich junge Talente der Fachhochschule. Wie nachhaltig sind solche Auszeichnungen?

Solche Auszeichnungen geben primär den Studierenden Selbstvertrauen. Dieses Selbstvertrauen hilft

«Nicht alleine eine grosse Auflistung, sondern das konkret Erreichte beeinflusst den Bewerberprozess in unserem Unternehmen.»

ihnen, zukünftige Herausforderungen positiv anzugehen. Gerade auch die internationalen Projekte und die Fähigkeit, sich in solchen Herausforderungen durchzusetzen, sind von grosser Bedeutung für die Schweizer Wirtschaft.

Können sie also den Bewerbungsprozess der Gekürten positiv beeinflussen?

Ich frage jeden Bewerber, was er bisher konkret erreicht hat. Was waren die persönlichen «Highlights» und die vom Bewerber umgesetzten Leistungen? Nicht alleine eine grosse Auflistung, sondern das konkret Erreichte beeinflusst den Bewerberprozess in unserem Unternehmen.

In welcher Form hat das Unternehmen Bühler von Praxisprojekten der Fachhochschule profitiert?

Einerseits finde ich es toll, wenn sich unsere eigenen Mitarbeitenden an der Fachhochschule weiterbilden und selbst Erfahrungen mit Praxisprojekten sammeln. Andererseits haben wir regelmässig Themen von Bühler, die wir als Projekt in Auftrag geben und auf die wir durchwegs positive Resultate zurückerhalten. Im letzten Jahr war unser Projekt von Bühler China «Business Process Model for a Customer Service Management System» sogar unter den rangierten Projekten. Eine gute Sache!

Demnach wissen Sie bestens, wie viel Arbeit die Studenten in die Projekte stecken. Wie hoch ist die durchschnittliche Qualität der Projekte?

Diese Frage ist schwierig zu beantworten. Ich sehe nur die vornominierten Projekte. Bei diesen ist die Qualität sehr gut. Grosse Unterschiede sind beim Vergleich von nationalen und internationalen Projekten zu erkennen. Bei den internationalen Projekten sind Studierende aus anderen Ländern involviert; dies kann die Qualität der Projekte stark steigern.

Worauf legt die Jury ein besonderes Augenmerk?

Die Umsetzbarkeit oder die Anwendungsoption der Erkenntnisse sind der Jury sehr wichtig. Hier müssen auch die Stärken einer Fachhochschule erkennbar sein und umgesetzt werden. Wir sprechen hier ja von Praxisprojekten – und genau diesem Namen müssen die Arbeiten gerecht werden.

Gibt es mitunter Diskussionen, was die Rangierungen betrifft?

Wir sind den Studierenden schuldig, dass wir die Arbeiten kritisch würdigen. Die Jury betreibt einen grossen Aufwand, dies mit bestem Wissen und Gewissen zu tun. Selbstverständlich gehört auch eine Portion Emotionen zum Selektionierungsprozess. In unserer Jury sind Persönlichkeiten mit einer gross-

Christof Oswald, Mitglied der
Geschäftsleitung von Bühler Uzwil:

*«Die Fachhochschulen sind
eine wichtige, tragende Säule
für unser Unternehmen.»*

en Erfahrung. Die Argumente einerseits und ein sehr strukturierter Beurteilungsprozess andererseits führen zu einer guten Entscheidung, hinter der wir alle zu 100% stehen können und uns auch gemeinsam darüber freuen.

Bühler ist auch Preissponsor. Was ist die Motivation hinter diesem Engagement?

Grundsätzlich unterstützen wir eine zielgerichtete Ausbildung unserer Mitarbeitenden. Wenn wir auch zukünftig in der Schweiz konkurrenzfähig sein wollen, müssen wir für eine hervorragende Ausbildung kämpfen und uns laufend weiterbilden. Die Fachhochschulen sind eine wichtige, tragende Säule für unser Unternehmen. Mit diesem Preis werden Praxisprojekte ausgezeichnet. Dies muss eine Stärke der Fachhochschulen sein und bleiben. Hier findet auch

eine Differenzierung zu anderen Ausbildungen statt. Wenn dieses Engagement auch noch von einem begeisterten Leader, hier in der Person von Peter Müller geführt wird, sind wir gerne dabei.

WTT Young Leader Award

Am WTT Young Leader Award werden am Montag, 23. September 2013, in der Tonhalle St.Gallen die besten Praxisprojekte der Fachhochschule St.Gallen im Fachbereich Wirtschaft ausgezeichnet. Monika Ribar, bis Ende Mai 2013 CEO des Logistikunternehmens Panalpina, ist die Festreferentin am diesjährigen Award. Ribar war die erste Frau an der Spitze eines global tätigen Schweizer Unternehmens und eine der 50 wichtigsten Wirtschaftsfrauen.

Dringlichkeit sorgte für Effizienz

Am 27. Januar 2012 übernahm die bereits 1986 von der Privatbank Wegelin & Co. ins Handelsregister eingetragene und 2010/2011 unter dem Namen Nettobank AG firmierende Aktiengesellschaft Notenstein Privatbank AG das Nicht-US-Geschäft der Bank Wegelin und wurde an die Raiffeisen Schweiz verkauft. Wie die neue Marke aufgebaut wurde, erklärt Roman Burch, Leiter Marketing & Kommunikation bei der Notenstein Privatbank, im Interview.

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

Roman Burch, die Namenssuche für ein neues Unternehmen ist in der Regel ein schwieriges Unterfangen. Der Name «Notenstein», der über dem Portal des St.Galler Hauptsitzes der Notenstein Privatbank zu lesen ist, hat Wegelin bereits 1986 eintragen lassen. War demnach rasch klar, welchen Namen die neue Bank erhalten sollte?

Der Name Notenstein war in der Bank schon lange ein Begriff. Dass er aber einmal ein solches Gewicht bekommen würde, hätte wohl kaum jemand für möglich gehalten. Die angenehme Tatsache, dass

Die grosse Dringlichkeit hat unserer Arbeit eine enorme Effizienz verliehen. Als Erstes haben wir den optischen Auftritt bestimmt, der in der Folge an den wichtigsten Berührungspunkten zu unseren Kunden und Mitarbeitern sofort implementiert wurde. Nach einem geglückten Start und einer intensiven Wertediskussion haben wir dann die Positionierung der Marke weiter geschärft, die Kommunikation nach innen und aussen verstärkt und sind nun tagtäglich daran, die Markenwerte weiter zu verankern.

«Nach der Gründung von Notenstein haben wir einige Monate auf aktive Medienpräsenz verzichtet und den Fokus auf die interne Kommunikation und diejenige mit unseren Kunden gelegt.»

wir die Rechte am Namen zum Zeitpunkt des Verkaufes der Bank bereits besaßen, erleichterte unsere Entscheidung sicher. Wir waren aber vor allem überzeugt, dass der Name das Potential für eine starke Marke hat und gut zu einer Bank mit grosser Tradition passt.

Gab es auch Stimmen, die sich gegen diesen «historischen Auftritt» aussprachen?

Der Name wurde im Kernteam, das im Januar 2012 für die Gründung der Notenstein Privatbank verantwortlich war, intensiv diskutiert. Man war sich aber schnell einig, dass Notenstein der richtige Name für die neue Bank ist. Einerseits verkörpert er Werte wie Kontinuität, Tradition und Vertrauen, die in der Vermögensverwaltung wichtiger sind denn je, auf der anderen Seite war es möglich, uns über eine frische Interpretation des Namens neu zu positionieren.

Praktisch über Nacht musste ein vollkommen neuer Markenauftritt erstellt werden. Wie gestaltete sich dieser Prozess?

Dank gezielter Massnahmen, die auch eine breitere Öffentlichkeit ansprechen, ist es Ihnen gelungen, den Bekanntheitsgrad der Marke Notenstein bei der Zielgruppe rasch zu erhöhen.

Das war auch unser Ziel. Während dieser intensiven Zeit war von Vorteil, dass wir von der Strategie bis zur Umsetzung unseres Markenauftrittes alles mit unserem hauseigenen Kommunikationsteam realisierten. Nur gegenseitiges Vertrauen, langjährige Erfahrung sowie ein hoch motiviertes, eingespieltes Team machen solche Leistungen schliesslich möglich.

Unabhängig vom Auftritt war Ihnen das Medieninteresse gewiss. Wie schafften Sie es, dieses enorme «Nachfrage» zu befriedigen?

Ein bis ins Detail ausgearbeiteter Masterplan war in dieser Kürze nicht möglich. Vielmehr war eine schnelle und auf die Gegebenheiten angepasste Reaktion gefragt. Die mediale Aufmerksamkeit war in dieser Zeit erwartungsgemäss gross und ging einher mit einer meist negativen Berichterstattung über die Vorkommnisse bei Wegelin & Co. Nach der Gründung von Notenstein haben wir deshalb bewusst zwei bis drei Monate auf aktive Medienpräsenz verzichtet und den Fokus auf die interne Kommunikation und diejenige mit unseren Kunden gelegt. Danach sind wir Schritt für Schritt nach aussen getreten. Es stellte sich für uns insbesondere die Frage, wie man von Anfang an Vertrauen schaffen kann, ohne bereits



*Denkt in Szenarien: Roman Burch,
Leiter Marketing & Kommunikation
bei der Notenstein Privatbank.*



über konkrete Zahlen und Erfolgsausweise zu verfügen. Nach über einem Jahr, wo wir ein positives Geschäftsergebnis aufweisen können, ist dies sicherlich einfacher.

Was überraschte, war das Tempo, mit welchem TV-Spots und Inserate erstellt wurden. Hatte hier eine kleine Gruppe die Entscheidungskompetenzen oder musste eine Vielzahl von Meinungen einbezogen werden?

Kommunikation ist bei Notenstein Chefsache. Entsprechend kurz sind die Entscheidungswege zwischen unserer Kommunikationsabteilung und unserer Geschäftsleitung. Ein weiterer Grund für das hohe Tempo in der Umsetzung der Werbung war sicher, dass die strategischen Hausaufgaben bereits gemacht waren. Da wir genau wussten, was wir wollten, konnten wir uns gezielt an die kreative Umsetzung und die Produktion der Kampagne machen.

Können Sie etwas über das Budget für den Neuauftritt sagen?

Details zum Budget geben wir nicht bekannt. Natürlich haben wir unsere Medienpläne für den Neuaufbau der Marke von Grund auf überarbeitet und inves-

«Der Name wurde im Kernteam, das im Januar 2012 für die Gründung der Notenstein Privatbank verantwortlich war, intensiv diskutiert.»

tieren gezielt in die Marke Notenstein. Ziel ist es, die Bekanntheit der Marke Notenstein zu steigern und unseren Namen bei Kunden und Interessenten richtig zu verankern.

Eine Marke aufzubauen, braucht Zeit.

Um so wichtiger ist es, sämtliche unserer Aktivitäten gezielt auf die Marke Notenstein auszurichten. Nur so gelingt es, in einer stark überbeworbenen Welt Vertrauen aufzubauen. Dies ist gerade in der heutigen Zeit eine besondere Herausforderung, zumal zahlreiche Banken unter Vertrauensverlust leiden.

Konkret heisst das für Notenstein?

Dass wir in der Kommunikation inhaltlich an unserem «Denken in Szenarien» festhalten werden. Wir sind der Meinung, dass die aktive Auseinandersetzung mit der herausfordernden Zukunft heute wichtiger ist denn je, auch wenn dabei nicht nur immer good news verbreitet werden können. Ich bin überzeugt, dass eine solch offene und ehrliche Kommunikation den Nerv der Zeit trifft und letztlich nicht nur den Kunden, sondern auch dem Unternehmen grösseren Nutzen stiftet als herkömmliche, austauschbare Werbung.

Sozialhilfe

Das Thema Sozialhilfe und die Problematik, die sie beinhalten kann, ist nun definitiv auch bei denjenigen Politikerinnen und Politikern des bürgerlichen Lagers angekommen, die es bis vor nicht allzu langer Zeit der SVP überlassen haben, auf das Missbrauchspotenzial aufmerksam zu machen.

Den Beweis dafür liefert etwa die letzte Ausgabe des LEADERS, der dem Thema unter anderem das Editorial widmete. Die Diskussion wird seit Kurzem noch angeheizt durch das Aufbegehren einiger Gemeinden, darunter Dübendorf und Rorschach, gegen die Schweizerische Konferenz für Sozialhilfe (SKOS).

Der Grund dafür liegt darin, dass deren Richtlinien zur Ausgestaltung und Bemessung der Sozialhilfe, die von einer Mehrheit der Sozialämter angewendet werden, so ausgelegt werden können, dass dreiste Bezüger der Sozialhilfe das System ausnützen und sich gewissermassen ein von der Allgemeinheit finanziertes »Recht auf Faulheit« erstreiten können.

Im Übrigen ist davon auszugehen, dass die massive Zuwanderung aus dem EU-Raum früher oder später neue Herausforderungen an die Sozialhilfe stellen wird, sind doch heute 44 Prozent aller Sozialhilfeempfänger Ausländer, obwohl der Ausländeranteil in der Schweiz bei nur rund 23 Prozent liegt – insbesondere dann, falls es eines Tages für EU-Bürger ein Recht auf Niederlassung in der Schweiz geben sollte.

Dies würde automatisch ein Recht auf Sozialhilfe beinhalten und unser weitgehend auf Vertrauen basierendes Sozialhilfesystem vermutlich arg strapazieren. Handlungsbedarf besteht auch bei einer anderen Problematik, jener des sogenannten Schwelleneffektes – das heisst der Tatsache, dass eine Person unter Umständen mehr Geld von der Sozialhilfe bekommen kann, als wenn sie einer geregelten Arbeit nachginge. Dies erhöht unter Umständen auch die Anzahl von Langzeitbezügern, die finanziell besonders ins Gewicht fallen. Das ist ein Systemfehler, der unbedingt korrigiert werden muss. Die SVP-Fraktion im St.Galler Kantonsrat wird sich diesem Thema in naher Zukunft annehmen.



Michael Götte
SVP-Fraktionspräsident
Gemeindepresident
Tübach

«Die Automatisierung hat Grenzen»

Als Technologiejournalist bei der «SonntagsZeitung» weiss Barnaby Skinner, worauf es bei einem Printprodukt am siebten Wochentag ankommt. Im Interview erklärt der 39-jährige St.Galler, welche Chancen er der «Ostschweiz am Sonntag» einräumt und begründet seinen Schritt vom Onlinemedium «zurück» zum Print.

Interview: Stefan Millius **Bild:** Jorma Müller

Barnaby Skinner, wie wurde in Ihnen das Interesse für den Journalismus geweckt?

Durch eine bestimmte Person: Robert Fisk, Journalist und Nahostkorrespondent des englischen «Independent», hat in mir die Leidenschaft für journalistische Geschichten geweckt.

Und wie gestaltet sich der Einstieg in diese Branche?

Grundsätzlich wohl so, wie es in fast jeder Branche der Fall ist: Schwierig. Denn, um irgendwo anfangen zu können, ist praktische Erfahrung gefragt. Zu jenem Zeitpunkt baute ich den libanesischen Start-up «SportWiz» auf; ich entwickelte Content Management Systeme für Sportredaktionen. Mich reizte jedoch der Journalismus, also habe ich in Beirut die Redaktion des libanesischen «Daily Stars» so oft angerufen, bis sie mir einen ersten Auftrag gegeben hat. Schliesslich bekam ich dann auch eine Stelle als Reporter.

«Mir war schon immer klar, dass Onlinepublikationen die besseren Massenmedien sind.»

Anschliessend wurden Sie Redaktionsleiter bei news.ch, einem Produkt der Vadian.Net AG aus St.Gallen. Das war zu einer Zeit, in der die Onlinemedien noch keinen grossen Stellenwert hatten.

So sehr hat sich der Bereich im Vergleich zu damals gar nicht verändert. Nachrichtenportale sind noch immer auf der Suche danach, was sie eigentlich sein sollen. Soll es mehr in Richtung Radio gehen, weg von der klassischen Zeitung? Oder muss man doch eher einem Fernsehprogramm ähneln? Wir haben damals viel experimentiert, von persönlichen Kolumnen bis hin zu boulevardesken Videobeiträgen von Verkehrsunfällen.

news.ch finanzierte sich anfangs noch damit, Drittseiten automatisierte Nachrichten-Feeds zu verkaufen.

Dieses Standbein brach allerdings mehr und mehr weg, weil die Internetnutzer auf solche automatisierten Feeds nicht ansprechen. Das war eine der reichsten Episoden meiner Arbeit bei news.ch: Jede Plattform oder Publikation im Netz braucht eigenständige redaktionelle Betreuung. Die Automatisierung hat Grenzen.

Haben Sie trotzdem immer an die Onlinepublikationen geglaubt?

Mir war schon immer klar, dass Onlinepublikationen die besseren Massenmedien sind. Sie sind schneller, sie sind interaktiv, und sie sind in der Gestaltung flexibler als Printtitel.

Nichtsdestotrotz wechselten Sie in den Printjournalismus, zur «SonntagsZeitung». Wieso dieser Schritt?

Ich liebe Papier. Ich bin seit ein paar Monaten Abonnent von «Reportagen» und ich freue mich jeden Monat wie ein Kind, wenn die neue Ausgabe des Printmagazins im Briefkasten liegt. Mein Wechsel vor sieben Jahren in den Printjournalismus hatte auch damit zu tun, dass ich mich journalistisch vertieft mit Technologie auseinandersetzen wollte. Und die «SonntagsZeitung» bot mir genau das. Als eine der wenigen Schweizer Publikumsmedien sind bei ihr Geschichten gefragt, die über die einfachen Gadgetbesprechungen hinausgehen.

Journalismus gilt für viele als Traumjob. Wenn man dabei über technische Neuigkeiten berichten darf, wird das Ganze noch attraktiver. Wo liegen die Schattenseiten der Tätigkeit?

Wenn es mir nicht gelingt, einen Kollegen oder Vorgesetzten von einer Geschichte zu überzeugen, dann frustriert mich das sehr.

Und die bisherigen Highlights?

Mein dreimonatiger Aufenthalt auf der Redaktion von «The Daily Star» in Dhaka war sicherlich ein Highlight. Bangladesh ist ein Land, das vor Geschichten



Barnaby Skinner,
Redaktor bei der
«SonntagsZeitung»:
«Eine gute Sonntagszei-
tung ist eine gute
Mischung aus Humor,
Originalität und
Recherchen.»

überquillt. Ein jährliches Highlight ist für mich die Reise nach Las Vegas an die Gadgetmesse CES und danach ins Silicon Valley zu den grossen und kleinen Tech-Unternehmen, die unsere Medienwelt so fundamental verändert haben und noch verändern werden.

«Wenn es mir nicht gelingt, einen Vorgesetzten von einer Geschichte zu überzeugen, frustriert mich das.»

Ein Printprodukt, das unter anderem über die ganzen Gadgets berichtet, die zur Onlineberichterstattung verwendet werden. Das tönt unlogisch.
(lacht) Die SonntagsZeitung kann man auch auf dem iPad abonnieren.

In welche Form verbindet die «SonntagsZeitung» den Print- noch mit dem Onlinebereich?
Wir kündigen auf Twitter Artikel der kommenden Ausgabe an. Auf Facebook treten wir in den Dialog mit den Lesern. Und seit Anfang Jahr bin ich in den Aufbau von datenjournalistischen Projekten involviert. Ein Vorbote eines solchen Projektes war etwa letztes Jahr der «Mobility-Index», den ich mit dem Programmierer André Lison errechnet habe. Le-

ser konnten auf der Website der «SonntagsZeitung» prüfen, wie gut ihr Wohnort im Vergleich zur Restschweiz an den öffentlichen Verkehr angebunden ist. Das funktioniert natürlich besser online als im Print. Grundsätzlich aber spielt bei der «SonntagsZeitung» online gegenüber Print eine untergeordnete Rolle. Zu Recht. Es wird noch lange dauern, bis sich die Mehrheit der Leser abgewöhnt, am Sonntag in der Zeitung zu blättern.

Bei den Zeitungen ist der Sonntag schon jetzt hart umkämpft. Nun will auch das St.Galler Tagblatt noch ein Stück des Kuchens. Am 3. März erschien erstmals die «Ostschweiz am Sonntag». Wird das Experiment gelingen?

Das Layout hat mir gut gefallen. Die Geschichten sind mir allerdings etwas zu Ostschweiz-lastig. Zumindest zu regional, um eine nationale Zeitung wie die «SonntagsZeitung» ersetzen zu können. In Basel ist das Projekt einer siebten Ausgabe gescheitert. Entscheidend für den Erfolg der OaS könnte es aber sein, dass sie ein eigenes Redaktionsteam aufbaut.

Was ist es, was eine gute Sonntagszeitung ausmacht?

Gute Journalisten und Autoren, die auch online eine starke Präsenz haben. Eine gute Sonntagszeitung ist eine gute Mischung aus Humor, Originalität und Recherchen, die in Tageszeitungen oder Nachrichtenportalen keinen Platz finden.

Und welches sind Ihre ganz persönlichen Ziele?

Ich setze viel Hoffnung auf den Datenjournalismus. Nicht, um dann irgendwelche schönen, aber nichtsagenden Infografiken herzustellen, sondern als Recherchewerkzeug und Ausgangspunkt von Geschichten. Entsprechende Onlinewerkzeuge, um mit grossen Datenmengen umgehen zu können, möchte ich in den kommenden Monaten und Jahren kennen- und anwenden lernen.

Anzeige

Voll auf der Höhe mit Produkt und Service.



Küng LOGISTIK – CENTER AG

Nutzfahrzeuge
Gabelstapler
Service Dienstleistungen
Mieten

Küng Logistik-Center AG • Niederstettenstr. 13 • 9536 Schwarzenbach
071 929 55 44 • info@kuengag.ch • www.kuengag.ch



Auto Welt Von Rotz AG: Die ganze Welt des Automobils

Die Auto Welt von Rotz AG (gegründet 1978) feiert dieses Jahr ihr 35-Jahre-Jubiläum. Der Familienbetrieb blickt damit auf über drei erfolgreiche Jahrzehnte im Dienst der Kunden zurück. Die Wiler Autoprofis freuen sich, ihren Kundinnen und Kunden auch in Zukunft ein attraktives Komplettangebot bieten zu können. Denn wie man bereits aus dem Firmennamen schliessen kann, ist die Welt der Autos ihr Zuhause.

In der Auto Welt von Rotz präsentieren sich über 500 Neuwagen, Vorführwagen, Direktimporte und Occasionen aller Marken und Modelle, darunter die sechs Von-Rotz-Hausmarken Toyota, Lexus, Citroën, Mazda, Suzuki und Kia. Die Drive-in-Ausstellung lädt zu einem ausgedehnten Begutachten und Ausprobieren des Angebots in entspannter Atmosphäre ein. Von entscheidender Bedeutung ist jedoch das kompetente Team, das stets zuvorkommend zur Verfügung steht.

Verkauf, Reparaturen, Service, Dienstleistungen

In der modernen Garage in Wil führen erfahrene, gut ausgebildete Mechaniker Reparaturen und Servicearbeiten aller Art schnell und zuverlässig aus. Als Kunde oder Kundin der Auto Welt von Rotz profitiert man zudem von verschiedenen zusätzlichen Dienstleistungen wie Autovermietung, Tankstelle inklusive Waschcenter sowie Shop mit Bankomat.

Rund 1200 zufriedene Autokäufer entscheiden sich jedes Jahr für ein Fahrzeug aus dem einzigartigen Von-Rotz-Sortiment. Lassen auch Sie sich von dem vielfältigen Fahrzeugangebot überzeugen oder testen Sie das umfassende Serviceangebot des Fachbetriebs – das ganze Von-Rotz-Team freut sich auf Ihren Besuch in seiner Auto Welt.



Von Rotz steht für Markenvielfalt

Als Vertragshändler von Citroën, Kia, Lexus, Mazda, Toyota und Suzuki ist die Auto Welt von Rotz AG offizielle Vertretung dieser sechs bewährten Marken. Weil sie auch Autos zahlreicher anderer Marken aus der EU direkt importiert und zudem ein riesiges Occasionsortiment pflegt, sind Sie bei von Rotz für beinahe alle Marken und Modelle an der richtigen Adresse.

Auch wer den Spass am Autofahren mit sparsamer, umweltfreundlicher Technologie kombinieren will, kommt bei den Wilern auf seine Kosten. Denn die breite Palette an sparsamen Hybridfahrzeugen der vertretenen Marken Toyota, Lexus, Kia und Citroën vereint Innovation und erstklassigen Fahrkomfort. Ob Citroën, Kia, Lexus, Mazda, Toyota oder Suzuki – als langjährige Vertretung dieser bekannten Marken ist die Auto Welt von Rotz AG überzeugt: Auch Sie finden in ihrem vielseitigen Sortiment Ihr Wunschauto.



Auto Welt von Rotz AG

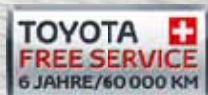
Wilerstrasse 72, CH-9542 Münchwilen
Tel. 071 913 33 66, info@vonrotz.ch
www.vonrotz.ch

DAS WELTBESTE FAMILIENAUTO. DER NEUE TOYOTA VERSO.



TOYOTA

ALWAYS A
BETTER WAY



DER NEUE TOYOTA VERSO: JETZT MIT 6 JAHREN GRATIS-SERVICE*

Ab Fr. 20'900.-* (Neuer Listenpreis Fr. 23'900.- abzgl. Cash Bonus Fr. 3'000.-).

Mit 3,9% Leasing: Fr. 218.- pro Monat. Jetzt Probe fahren.

toyota.ch



9500 Wil

www.vonrotz.ch

* Empf. Netto-Verkaufspreis nach Abzug des Cash Bonus, inkl. MwSt. **Verso** Terra 1,6 Valvematic, 97 kW (132 PS), 6-Gang-Getriebe man., Fr. 23'900.- abzgl. Cash Bonus von Fr. 3'000.- = Fr. 20'900.-, mtl. Leasingzins Fr. 218.90, Ø Verbrauch 6,6 l/100 km, Ø CO₂-Emission 154 g/km, Energieeff.-Kat. D. Ø CO₂-Emission aller in der Schweiz immatrikulierten Fahrzeugmodelle: 153 g/km. Abgebildetes Fahrzeug: **Verso** Sol 1,8 Valvematic, 108 kW (147 PS), Fr. 35'600.- abzgl. Cash Bonus von Fr. 3'000.- = Fr. 32'600.-, mtl. Leasingzins Fr. 341.40. **Leasingkonditionen:** eff. Jahreszins 3,97%, Vollkaskoversicherung obligatorisch, Sonderzahlung 20%, Kaution vom Finanzierungsbetrag 5% (mindestens Fr. 1'000.-), Laufzeit 48 Monate und 10'000 km/Jahr. Eine Leasingvergabe wird nicht gewährt, falls sie zur Überschuldung führt. Die Verkaufsaktionen sind gültig für Vertragsabschlüsse vom 1. Mai bis 30. Juni 2013 oder bis auf Widerruf. Toyota Free Service beinhaltet kostenlose Servicearbeiten bis 6 Jahre oder 60'000 km (es gilt das zuerst Erreichte).

acrevi Bank Wil – im Jubiläumsjahr am neuen Standort

Im Februar 2013 öffnete die acrevis Bank Wil ihre (neuen) Türen an der Dufourstrasse 11 (Stadthaus Viktoria). Leiter Christian Balschun im Gespräch über die Arbeit im neuen Umfeld und die Stärken «seiner» Niederlassung.



Christian Balschun, was waren die Beweggründe für den Standortwechsel innerhalb von Wil?

Ausschlaggebend für den Umzug war unser Versprechen an unsere Kunden. Wir möchten – wie es unser Claim zum Ausdruck bringt – «näher bei Ihnen» sein. Diese Nähe ist einerseits geografisch zu verstehen. So liegt die acrevis Bank Wil nun gut erreichbar nahe der Fussgängerzone. Andererseits verstehen wir unter «näher bei Ihnen» aber auch die gefühlte Nähe, den persönlichen Kontakt und den intensiven Austausch mit unseren Kunden. Wir sind überzeugt davon, dass ein ansprechendes räumliches Ambiente eine wichtige Voraussetzung dafür ist.

Worauf dürfen sich Kundinnen und Kunden an der neuen Adresse am meisten freuen?

Auf eine Kundenzone, die eine freundliche Atmosphäre ausstrahlt. Am neuen Standort steht uns eine optimale Infrastruktur zur Verfügung, die ideale Rückzugs- und Besprechungsmöglichkeiten bietet. Damit entsprechen wir den Nutzungs- und Beratungswünschen unserer Kunden in idealer Weise. Ausserdem hat das altherwürdige Gebäude mit Baujahr 1920 trotz des Umbaus seinen nostalgischen Charme behalten. Das passt zu uns – so sind auch wir eine junge Bank, die auf eine langjährige Tradition zurückblicken darf.

Warum lohnt es sich, Kunde bei der acrevis Bank Wil zu sein?

Die Zusammenarbeit mit acrevis basiert auf der genauen Erfassung der Anliegen und Ziele unserer Kunden. Diese setzt, neben einem grossen Vertrau-

ensverhältnis, Mitarbeitende mit überzeugendem Fachwissen und unternehmerischer Haltung voraus. Im Weiteren sind wir bei der Auswahl unserer Anlageprodukte nicht an bestimmte Anbieter gebunden. Kunden erhalten somit immer eine Lösung vorgeschlagen, die zu ihnen passt. Zudem besteht die Möglichkeit, bei acrevis als Aktionär am Wachstum und Erfolg zu partizipieren.

Weshalb sind Kunden bei acrevis sicherer als bei anderen Finanzinstituten?

Wir sind eine regional tätige Universalbank mit starken Standbeinen im klassischen Spar-, Vorsorge- und Finanzierungsgeschäft sowie im Private Banking. Dank dieser Angebotspalette sind wir breit abgestützt, und deshalb wird es uns gelingen, die laufenden Veränderungen als Chancen wahrzunehmen. Dazu kommt: Wir verfügen über eine komfortable Eigenkapitalausstattung und sind in einer gesunden Region tätig, die von wirtschaftlichen Schwankungen unterdurchschnittlich betroffen ist.

Happy Birthday acrevis Bank Wil

Die Niederlassung Wil wurde im August 2003 – also vor exakt 10 Jahren gegründet. Das elfköpfige Team um Niederlassungsleiter Christian Balschun bietet alle Finanzdienstleistungen für Privatpersonen und Unternehmen an, von der Anlageberatung über die Finanzierungsberatung bis hin zur Pensionsplanung. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

www.acrevi.ch

Unter dem «ausgefallenen» Frühling gelitten

Beim Export nimmt die Region Wil einen Spitzenplatz ein. Ebenso punkto Standortattraktivität für Unternehmen und als Wohnregion. Wirtschaftsexperte Peter Eisenhut nimmt die exakten Zahlen unter die Lupe.

Interview: Stefan Millius Bild: zVg.



Peter Eisenhut, lic. oec. HSG, geschäftsführender Partner von ecopol: «Es erstaunt nicht, dass in Wil die Bevölkerung seit 2000 um 10 % gewachsen ist».

Peter Eisenhut, welches sind die wesentlichen Kennzeichen der Wiler Wirtschaftsstruktur?

In der Region Wil ist der zweite Sektor sehr stark vertreten. So arbeiten rund 34 % aller Beschäftigten in der Industrie und weitere 10 % in der Bauwirtschaft. Ein gutes Zeichen für die Wettbewerbsfähigkeit der Region ist, dass rund die Hälfte aller Industriearbeitsplätze den technologieintensiven Branchen zugeordnet werden können. Dazu gehören insbesondere technologiegetriebene Betriebe aus der Maschinen- und Metallindustrie. Ein weiteres Kennzeichen der Wiler Wirtschaftsstruktur ist der hohe Anteil der Beschäftigten in der Branche Handel mit/Reparatur von Motorfahrzeugen.

Ein hoher Industrieanteil weist auch auf eine hohe Bedeutung des Exports hin. Wie exportlastig ist die Region?

Die Wiler Unternehmen haben 2012 Waren im Wert von rund 1900 Millionen Franken exportiert. Damit nimmt die Region Wil gemessen am Wert der Exporte den zweiten Platz in der Rangliste der Ostschweizer Regionen ein – hinter dem erstklassierten Rheintal. Allerdings lagen die Exporte 2012 noch gut 10 %

Wohnregion. Ein Trumpf sind insbesondere die Lage und die verkehrstechnischen Voraussetzungen, die dafür sorgen, dass sowohl Zürich und der Flughafen als auch St.Gallen in kurzer Zeit erreichbar sind. Es erstaunt deshalb nicht, dass in Wil die Bevölkerung seit dem Jahr 2000 um 10 % gewachsen ist. Der Hauptgrund für dieses Wachstum sind die Zuwanderungen aus dem Ausland, wobei auch Personen aus anderen Regionen nach Wil umgezogen sind.

Droht damit eine Immobilienblase?

Bisher kann in Wil noch nicht von einer Immobilienblase gesprochen werden. Denn trotz des Bevölkerungswachstums verlief die Preisentwicklung von Immobilien vergleichsweise moderat. Dafür verantwortlich ist, dass eine nachfragegetriebene Überhitzung, wie z. B. in Zürich, in Wil (noch) nicht feststellbar ist. Zudem hat sich das Angebot an Wohnungen entsprechend dem Nachfrageanstieg ausgeweitet. Insbesondere in Wil, Zuzwil und Uzwil sind in den letzten Jahren zahlreiche neue Wohnungen gebaut worden.

Wie hat sich die Konjunktur in der Region Wil im 2013 entwickelt?

Die zögerliche Aufhellung der internationalen Konjunktur hat im bisherigen Jahresverlauf zu einer Stabilisierung in der Ostschweizer Industrie geführt. Die Exportentwicklung der ersten vier Monate des laufenden Jahrs war für den Kanton St.Gallen und für die Region Wil erfreulich. Dank dem Exportwachstum und einer guten Binnennachfrage konnte die Produktion in den Industriebetrieben gesteigert werden. Die Erwartungen im verarbeitenden Gewerbe bezüglich Bestellungseingang, Exporte, Produktion und den Einkauf von Vorprodukten in den kommenden sechs Monaten zeigen nach oben. Unterstützung findet der Aufwärtstrend in der Bauwirtschaft, in der trotz des langen Winters die Stimmung dank vollen Auftragsbüchern und ansprechenden Umsätzen gut ist. Im Gegensatz zur Bauwirtschaft hat der Detailhandel stärker unter dem «Ausfall» des Frühling gelitten, wurde doch das bereitgestellte Frühlingssortiment zu regelrechten Ladenhütern.

Die Wiler Unternehmen haben 2012 Waren im Wert von rund 1900 Millionen Franken exportiert.

unter dem Spitzenwert des Jahres 2007. Die Ausfuhren im letzten Jahr entsprachen etwa dem Niveau des Jahres 2005. Zwei Branchen dominieren die regionale Exportstatistik: Mehr als die Hälfte der Ausfuhren gehen auf das Konto des Maschinenbaus, ein Fünftel kommt aus der Metallindustrie. Nach Kontinenten betrachtet stammen die meisten Kunden aus Europa (rund 60 %), gefolgt von Asien (gut 20 %) und Amerika (ca. 15 %).

Und wie ist die Standort- bzw. Wohnortqualität der Region Wil zu beurteilen?

Wil verfügt über eine hohe Standortattraktivität für Unternehmen und bieten auch gute Bedingungen als

Den Blick mehr über kommunale und regionale Grenzen hinaus werfen

Als Nachfolgeorganisation der Interkantonalen Regionalplanungsgruppe IRPG Wil wurde 2010 der Verein «Regio Wil» gegründet. Er fördert die nachhaltige Entwicklung der Region durch die Verbindung von sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Interessen und bildet die Plattform zur Koordination und Abstimmung der kommunalen Planungen. Mitglied des Vereins sind unter anderem 22 Gemeinden der Region. Im Gespräch mit Christoph Häne, Präsident Regio Wil und Gemeindepräsident von Kirchberg (CVP).

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** zVg.

Christoph Häne, letztlich ist jeder sich selbst am nächsten. Wie schwierig ist es im Verein Regio Wil, gemeinsame Ziele zu setzen, die alle Mitglieder vertreten können?

Dies ist in der Tat nicht immer so einfach. Obwohl sich die Regionsgemeinden in einem funktionalen Raum mit gemeinsamem Bezug zum Zentrum Wil befinden, ist der Leidensdruck wie beispielsweise in der Region Toggenburg zurzeit relativ gering. Die unterschiedlichen Strukturen von ländlich und städtisch geprägten Gemeinden sowie ihre unterschiedlichen Distanzen zum Zentrum machen eine Zusammenarbeit auch nicht einfacher. Dennoch hat mich

«Die unterschiedlichen Strukturen von ländlich und städtisch geprägten Gemeinden machen eine Zusammenarbeit nicht einfacher.»

das hohe Mass an Zustimmung zum Agglomerationsprogramm sehr gefreut. Sie war der Beweis dafür, dass sich die Regionsgemeinden sehr wohl bewusst sind, wie wichtig gemeinsame Ziele sind und dass nur ein möglichst hoher Konsens in wichtigen Fragen die Region als Ganzes voranbringen kann – wohlwissend, dass von den zahlreichen Massnahmen im Agglomerationsprogramm nicht alle Gemeinden im gleichen Ausmass profitieren können.

Welches sind aktuell die grössten Herausforderungen?

Zwei stehen für mich im Vordergrund: Die Identifikation mit der Region und die Einsicht unter den Gemeinden, dass wir nur auf der Grundlage einer engen und konstruktiven Zusammenarbeit stark

sind, sind enorm wichtig und müssen immer wieder neu ins Bewusstsein gerufen werden. Im Weiteren ist zurzeit natürlich das Agglomerationsprogramm 2. Generation die grosse Herausforderung. Dabei stehen die raumplanerische Entwicklung, die Verkehrsentlastungen sowie die Stärkung der regionalen Position im wirtschaftlichen Spannungsfeld zwischen Zürich und St.Gallen im Vordergrund.

Gemäss der Studie «Raum+» wird die Bevölkerung im Grossraum Wil bis 2030 um weitere 10 bis 14 000 Personen anwachsen. Kann die Region diesen Zuwachs überhaupt aufnehmen?

Es ist keine Frage, dass wir den aufnehmen können. Wichtig ist vielmehr, mit welchen Auswirkungen im Bereich Siedlung, Arbeitsplätze und Verkehr dieses Wachstum verbunden sein wird. Hier sind wir alle gefordert, die Entwicklung in eine positive Richtung zu beeinflussen. Positiv heisst für mich, dass wir mit entsprechenden verkehrsplanerischen und verkehrstechnischen Massnahmen den zusätzlich entstehenden Verkehr so beeinflussen, dass er die Wohn- und Lebensqualität in den Dörfern und im Zentrum nicht beeinträchtigt. Es muss auch alles daran gesetzt werden, dass eine möglichst hohe Substitution des motorisierten Individualverkehrs durch ein funktionsfähiges und attraktives öffentliches Verkehrsangebot stattfindet. Gleichzeitig wird es wichtig sein, dass der Bevölkerungszuwachs nicht ausschliesslich durch weiteren Konsum von wertvollem Kulturland erkaufte werden muss, sondern vor allem mit einer Lenkung ins Innere der bestehenden Siedlungen. Die Schaffung eines Arbeitsplatzangebots in der Region selbst kann mithelfen, den überregionalen Pendlerstrom nicht übermässig anzukurbeln.



*Christoph Häne,
Präsident Regio Wil
und Gemeindepräsident
von Kirchberg.*

Wie ist es beispielsweise in Ihrer Gemeinde, in Kirchberg: Besteht dort noch Wachstumspotenzial?

Wir haben erst kürzlich die Richtplanungsrevision abgeschlossen und stehen kurz vor Abschluss der Zonenplanüberarbeitung. Daraus können wir ersehen, dass in der Gemeinde Kirchberg noch ein Wachstum von heute 8300 Einwohnern bis rund 10 500 Einwohner möglich ist.

Müsste ganz allgemein nicht vermehrt bestehende Bausubstanz saniert statt neue Flächen erschlossen werden?

Ohne die Erschliessung von neuen Flächen wird es nicht gehen. Aber es ist ganz klar und gehört auch zu den wichtigen Zielsetzungen der Raumplanung generell und der Agglomerationsplanung im Besonderen, dass das Gros der zukünftigen Entwicklungen im Inneren der bestehenden Siedlungen erfolgen muss. Verdichtetes Bauen, eine verstärkte Nutzung von Industriebrachen sowie eine bessere Ausnutzung bestehender Bauten werden die Lösung sein.

An der kürzlich abgehaltenen Regio-Wil-Delegiertenversammlung sagten Sie, dass der Wettbewerb unter den Gemeinden der Vergangenheit angehört. Ist dies wirklich so? Die stetigen Debatten um Steuerfussenkungen lassen anderes vermuten.

Vielleicht missverstehen Sie mich ein wenig. Selbstverständlich existiert ein Wettbewerb unter den Gemeinden: Ich wollte mit meiner Bemerkung vor allem darauf hinweisen, dass aus regionaler Sicht insbesondere ein Wettbewerb unter Regionen und darüber hinaus immer mehr unter grenzüberschreitenden funktionalen Räumen besteht. Wir werden unseren Blick in Zukunft immer mehr über die kommunalen und regionalen Grenzen hinaus werfen müssen, wenn wir als attraktive Lebens- und Wirtschaftsregion langfristig bestehen und uns gut positionieren wollen. Dies war mit ein Grund, weshalb die Region Wil als Mitglied der Organisation des Metropolitanraums Zürich beigetreten ist.

Es steht viel auf dem Spiel

Der Wechsel von der St. Galler Regierung in den Ständerat war einschneidend. Ich habe damit nicht nur die politische Ebene gewechselt, sondern bin von der Berufspolitikerin zur Milizpolitikerin geworden. Ich freue mich, dass es mir gelungen ist, eine neue berufliche Tätigkeit in der Privatwirtschaft zu erschliessen. Die praktische Erfahrung in der Wirtschaft erachte ich für meine politische Arbeit als unerlässlich.

Seit 1,5 Jahren übe ich mit grosser Freude und Engagement mein Mandat als St. Galler Ständesvertreterin aus. Das gemeinsame Engagement von Ständerat Rechsteiner und mir für den überfälligen Bahnausbau in unserem Kanton war dabei von Erfolg gekrönt. Bei der Arbeit im Ständerat kommt mir die Erfahrung als ehemalige Regierungsrätin zugute: Ich kenne die Anliegen der Kantone und kämpfe ich mit Überzeugung gegen den zunehmenden Zentralismus. Auch in anderen Bereichen engagiere ich mich für das Erfolgsmodell Schweiz.

Dass es der Schweiz besser geht als den umliegenden europäischen Staaten, ist auf unsere liberale Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung zurückzuführen und nicht auf staatliche Eingriffe, Bevormundung und Überregulierung. In Bern passiert jedoch das Gegenteil; der Glaube in staatliche Überwachung und Regulierung ist weit verbreitet. Bald werden wir über Vorlagen befinden, deren Annahme die Konkurrenzfähigkeit unseres Landes nachhaltig beeinträchtigen kann. Stichworte hierzu sind die 1:12-Initiative und die Mindestlohninitiative. Überall geht es um Umverteilung und Überregulierung. Zudem werden die Personenfreizügigkeit und damit der bilaterale Weg über die Masseneinwanderungsinitiative und die Ecopop-Initiative aufs Spiel gesetzt.

Auch international steht unser Land unter grossem Druck. So ist absehbar, dass die Unternehmenssteuerreform III als Ergebnis der Verhandlungen mit der EU unsere Wettbewerbsfähigkeit kaum stärken können. Und der sogenannte Steuerdeal mit den USA zeigt eindrücklich, dass sich international zunehmend das Faustrecht durchsetzt.

Unser Land und damit auch unsere Unternehmen sind mit unserer intakten Sozialpartnerschaft und unserem liberalen Arbeits- und Wirtschaftsrecht sehr gut gefahren. Diese Trümpfe gilt es zu verteidigen.



*Karin Keller-Sutter,
FDP-Ständerätin, Wil*

«Solche Zahlen sind mit Vorsicht zu geniessen»

Wie haben sich die Eigentumsquote und die Grundstückspreise in der Region in den vergangenen Jahren entwickelt?



«Der Hauseigentümerverband Wil und Umgebung stellt mit Freude fest, dass die Eigentumsquote in den letzten Jahren gestiegen ist. Nach wie vor hinkt die Schweiz im internationalen Vergleich jedoch hinterher. Das ist schade, da das Wohneigentum eine persönliche Bereicherung darstellt und auch volkswirtschaftlich positive Auswirkungen zeitigt. Verschiedene Studien zeigen, dass die Grundstückspreise in den letzten Jahren teilweise markant gestiegen sind. Solche Zahlen sind jedoch immer mit Vorsicht zu geniessen. Es ist wichtig, dass dabei nicht Äpfel mit Birnen oder anders gesagt, eine einfache 4,5-Zimmerwohnung an mittlerer Lage und einer Wohnfläche von 110 m² mit einer modernen, ja gar luxuriösen 4,5-Zimmer-Terrassenwohnung an einmaliger Aussichtslage, mit 200 m² Wohnfläche und 100 m² Sonnenterrasse verglichen wird. Die Preisdifferenz dieser beiden Objekte liegt nicht in erster Linie in gestiegenen Immobilienpreisen, sondern steht im Zusammenhang mit der grösseren Fläche, einem teure-

ren Innenausbau und allenfalls einer besseren Lage. Dennoch werden in vielen Statistiken beide Objekte in der Rubrik '4,5-Zimmerwohnung' geführt und dadurch ein markanter Preisanstieg belegt.

Der Markt zeigt jedoch klar, dass für kleinere Wohnungen bei einem Wiederverkauf nach einigen Jahren oftmals kein höherer Preis erzielt werden kann. Diese Wohnungen profitieren somit nicht von einem generellen Preisanstieg. Eine Preissteigerung konnte aber im Bereich von unüberbautem Land festgestellt werden. Auch hier sind jedoch gute Lagen und zentrumsnahe Standorte stärker betroffen als ländliche Gebiete abseits von grösseren Ortschaften. Der Hauseigentümerverband kann Kaufs- und Verkaufswilligen gleichermassen als neutraler Berater dienen, damit für die jeweilige Liegenschaft eine individuelle Beurteilung erfolgt.»

Marcel Mosimann

Präsident Hauseigentümerverband Wil und Umgebung

«Die Hotelsituation für die Stadt ist äusserst kritisch»

Die Zahl der Logiernächte ist in Wil im Jahr 2012 um 10 000 zurückgegangen. Das entspricht 40 Prozent. Hat die Äbttestadt an Attraktivität verloren?



«Entgegen dem nationalen und regionalen Trend konnten die Logiernächte in der Stadt Wil in den vergangenen Jahren gehalten werden. Der massive Rückgang im Vorjahr hat andere Gründe: Seit Sommer 2011 ist das Hotel Freihof, der grösste Beherbergungsbetrieb in Wil, geschlossen. Die Kapazität der aktuell noch fünf Hotels der Stadt reduzierte sich auf einen Schlag um 60 auf noch 110 Betten. Die entstandene Lücke im Angebot liess die Zahl der Logiernächte (bezogen auf das Vergleichsjahr 2010) um mehr als 10 000 oder eben rund 40 % schrumpfen. Zurzeit wird der Freihof umgebaut und soll im Spätsommer dieses Jahres mit der bisherigen Kapazität wieder eröffnet werden.

Unabhängig davon ist aber die Hotelsituation für die Stadt mittel- und langfristig äusserst kritisch. Wil Tourismus forderte den Wiler Stadtrat deshalb auf,

die Hotelfrage aktiv anzugehen und ein geeignetes Stück Land für einen Hotelneubau im 4- oder 3-Sterne-Superior-Segment zu reservieren sowie einen Investor für eine zeitnahe Realisierung zu suchen. Denn eine gute Hotelinfrastruktur ist für eine Zentrumsstadt wie Wil – in der 'Regio Wil' wohnen rund 110 000 Menschen – von grosser Bedeutung. Dies insbesondere im Hinblick auf das für unsere Stadt wichtige Segment der Geschäftstouristen. Zudem verfügt die Stadt mit dem Stadtsaal, der Tonhalle und dem Hof zu Wil über eine sehr gute Kongress- und Seminarinfrastruktur, die auch für mehrtägige Anlässe optimal geeignet ist. Eine funktionierende Hotellerie mit zeitgemässen Qualitäts- und Komfortstandards trägt wesentlich zur Optimierung der Wertschöpfung bei, und zwar auch für das lokale Gewerbe der verschiedensten Branchen.

Obwohl deutlich mehr als die Hälfte der in Wil Übernachtenden Geschäftsreisende sind, bietet Wil auch für den Aufenthalts- und Ferientourismus gute Voraussetzungen: eine intakte Altstadt, vielfältige Shoppingmöglichkeiten, ein gutes Freizeit- und ein abwechslungsreiches Kulturangebot. Und dank der zentralen Lage ist man in einer halben Stunde am Bodensee, in den Bergen oder in der Grossstadt.»

Christian Schmid
Geschäftsleiter Wil Tourismus

«Geringere Nachfrage»

Das «Jung-Unternehmer-Zentrum» in Wil unterstützt Personen auf dem Weg in die Selbständigkeit. Ist die Nachfrage in den wirtschaftlich schwierigen Zeiten merklich gestiegen?

«Im Moment ist eher das Gegenteil der Fall: Die Nachfrage in unserem Zentrum ist derzeit nicht so wie im Vorjahr. Es kann sein, dass die momentan mangelnde Nachfrage saisonal bedingt ist. Eine definitive Bilanz können wir jedoch erst Ende Jahr ziehen. Vielleicht liegt es auch daran, dass man den Weg in die Selbständigkeit im Moment scheut und sich nicht auf ein persönliches Risiko einlassen will. Möglicherweise liegt ein Grund auch darin, dass uns die Öffentlichkeit noch zu wenig wahrnimmt.»

Norbert Hodel
Leiter Jung-Unternehmer-Zentrum Wil



Wirtschaftlicher Erfolg in Gefahr

Als Wilerin bin ich überzeugt, dass die Fusion Wil-Bronschhofen die Standortattraktivität unserer Region stärken kann. Um dieses Ziel zu erreichen, braucht es aber klare Bekenntnisse. Mit einem tiefen Steuerfuss werden wir in nächster Zeit nicht punkten, um so wichtiger werden bezahlbarer und attraktiver Wohnraum, aber auch Exzellenz in den Bereichen öffentlicher Verkehr, Bildung, Sport und Kultur. All das werden wir nur erreichen, wenn wir auch als Wirtschaftsstandort attraktiv bleiben. Mit Blick aus Bern weiss ich, dass sich unsere Industriebetriebe ein liberales Umfeld wünschen, um auf die anhaltend schwierige Exportsituation in die EU-Länder flexibel reagieren zu können. Innovationskraft und die Erschliessung neuer Märkte sind Bedingung und Herausforderung gleichzeitig, um auch in Zukunft bestehen zu können.

Viele erwarten deshalb mit grossen Hoffnungen den angekündigten Freihandelsvertrag mit China. Schade, dass uns der Finanzmarkt mit der Bewirtschaftung von amerikanischen Steuerfluchtgeldern erneut beschäftigt. Persönlich hoffe ich, dass keine St.Galler Banken neu ins Visier der US-Steuerfahnder geraten werden. Unglaublich, wie viele Finanzmanager nichts gelernt haben aus dem UBS-Skandal und mit ihrem Verhalten nicht nur den Ruf der Schweiz ins Zwielicht rücken, sondern längerfristig auch unseren wirtschaftlichen Erfolg gefährden.

Die neuesten Zahlen aus der Wirtschaftsstatistik zeigen den erwarteten Frühlingsaufschwung mit moderatem Wachstum und sinkenden Arbeitslosenzahlen, auch in unserer Region. Das stimmt zuversichtlich. Ich glaube, dass viele hier ansässige Unternehmen, seien es internationale Konzerne, seien es gut schweizerische KMU, auch politisch Anerkennung verdienen.

An dieser Stelle deshalb ein herzliches Dankeschön! Ich wünsche mir ihre laut hörbare Stimme, die sich mit Verantwortungsbewusstsein zur Sozialpartnerschaft bekennt. Das wäre der sicherste Garant gegen unerwünschte weitere Regulierungen aus Bern.



Yvonne Gilli,
GPS-Nationalrätin, Wil

Starker Partner für das Holzverarbeitende Gewerbe

Die Eigenmann AG hat sich in der Branche längst einen Namen gemacht. Als renommierter Anbieter von stationären Maschinen und Werkzeugen aller Art für die Holzverarbeitungsbranche beliefert sie Kunden in der gesamten Deutschschweiz und im Tessin. Das Toggenburg als Standort für den Marktführer bildet einen wesentlichen Anteil am Erfolg.

Michael und Peter Eigenmann, Geschäftsleitung der Eigenmann AG:

«Uns ist eine langfristige und auf Vertrauen basierende Kundenbeziehung wichtig.»

Der erste Eindruck täuscht. Und auch der zweite: Wer das Firmengebäude der Eigenmann AG in Dietfurt betritt, befindet sich in einem Laden mit einem umfassenden Angebot an Werkzeugen und Zubehör von führenden Herstellern. Man wagt sich in einem Paradies für den klassischen Handwerker. Doch die Produkte, die hier über den Ladentisch gehen, machen nur einen Bruchteil des Umsatzes des Unternehmens aus. Im Grunde genommen bilden sie nur eine begleitende Angebotspalette zum eigentlichen Kernbusiness der Eigenmann AG: dem Verkauf inklusive Installationen von Maschinen sowie Werkzeugen für die Holzverarbeitungsbranche.

Qualität, Service und Vertrauen

In diesem Segment hat das Unternehmen in der Schweiz die Exklusivrechte zum Vertrieb von Maschinen namhafter deutscher Hersteller. Nebst Neuwerten zudem auch Occasionsmaschinen verkauft. Ergänzt wird das vielfältige Angebot durch einen Reparaturservice sowie Wartungsleistungen für stationäre Maschinen und Elektrowerkzeuge.

«Nur dank der Fachkompetenz und dem unermüdlichen Einsatz unserer Mitarbeiter und dem daraus entstandenen Vertrauen unserer Kundschaft ist es uns gelungen, unsere Angebotspalette im Maschinen- und Werkzeugbereich stetig zu erweitern»,



*Unter dem Ladenlokal
verbirgt sich das wahre
Business: Maschinen für
das Holzverarbeitende
Gewerbe.*



nennt Peter Eigenmann einen Grundpfeiler des anhaltenden Erfolgs. Zusammen mit seinem Bruder Michael führt er das Unternehmen seit 2003. Und an der Philosophie von Gründer Otto Eigenmann hat sich auch nach dem Eintritt der zweiten Generation ins operative Geschäft nichts geändert: Qualität, Service und Vertrauen stehen an oberster Stelle. Eckwerte, auf die sich der breite Kundenstamm – darunter Schreinereien und Holzbauunternehmen aus allen möglichen Regionen der Schweiz – gerne abstützt. Und Eckwerte, die durch stetige Weiterentwicklungen auf den neuesten Stand der Technik und

den hält, hört Michael Eigenmann nicht zum ersten Mal. Trotzdem: «Dieser Standort bietet auch Vorteile. Die Region beheimatet zahlreiche gut ausgebildete Fachkräfte. Und das Wichtigste für uns: Es sind in der Regel sehr treue Mitarbeiter. Das sorgt für Konstanz, von der in erster Linie unsere Kunden profitieren.» Und sein Bruder Peter ergänzt: «Sowohl bei den Produkten wie auch bei den Dienstleistungen, die wir anbieten, legen wir unser Augenmerk ständig darauf, die Qualität, die man von uns erwarten darf, zu halten und, wo es möglich ist, gar zu steigern. Das ist nur mit Mitarbeitern möglich, die sich mit diesen Grundsätzen identifizieren.»

Dass dies keine leeren Worte sind, beweist unter anderem der Umstand, dass das Unternehmen nächstes Jahr auf eine Geschichte zurückblicken kann, die ein halbes Jahrhundert umfasst.

«Personen, die für ihren Holzverarbeitungsbetrieb einen Maschinebedarf haben, können auf uns zählen.»

Weiterbildungen der rund 40 Mitarbeitenden akribisch gepflegt werden. Die Belegschaft setzt sich unter anderem aus acht Aussendienstmitarbeitern – stationiert in den jeweiligen Verkaufsgebieten – und 14 Technikern der unterschiedlichsten Segmente zusammen. Sie bilden gewissermassen das Fundament und den direkten Draht zum Kunden.

Kompetenz und Vielfalt

Weiter holt die Eigenmann AG Interessierte auch durch die Teilnahme an verschiedenen Messen gezielt ab, beispielsweise mittels eines rund 1200 Quadratmeter grossen Standes an der diesjährigen Messe «Holz», die vom 8. bis 12. Oktober 2013 in Basel stattfinden wird. «Damit wollen wir die Vielfalt unseres Verkaufsprogramms sowie unsere Kompetenz in diesem Gebiet aufzeigen», erklärt Michael Eigenmann die stattliche Dimension der Ausstellungsfläche. «Es soll klar werden, dass Personen, die für ihren Holzverarbeitungsbetrieb einen Maschinebedarf haben, auf den Komplettanbieter aus Dietfurt zählen können.» Dass das Toggenburg hinsichtlich Standortattraktivität nicht gerade die besten Karten in den Hän-

Ein führender Anbieter von stationären Maschinen und Werkzeugen für die Holzverarbeitende Branche in der Schweiz



Feldeck 11 | CH-9615 Dietfurt | Tel. 071 982 88 88
info@eigenmannag.ch | www.eigenmannag.ch

Eckdaten

- 1964 Gründung der Einzelfirma Otto Eigenmann in Wattwil
- 1980 Umwandlung in «Eigenmann AG»
- 1981 Neubau in Dietfurt
- 1998 Ausbau der Werkstatt in einem zusätzlichen Gebäude
- 2003 Übernahme der Geschäftsführung durch Peter und Michael Eigenmann
- 2010 Eröffnung Occasionscenter

Standortattraktivität weiter steigern

Am 4. November 2012 wurde Susanne Hartmann (CVP) zur ersten Stadtpräsidentin von Wil gewählt – obwohl sie nicht von ihrer Partei unterstützt wurde. Sie ist damit die erste Frau im Kanton St.Gallen, die eine Stadt präsidiert. Für Hartmann ist klar: Auch in «Krisenzeiten» soll sich die Politik nicht mit Einzelmassnahmen in die Wirtschaft einmischen.

Interview: Marcel Baumgartner Bild: zVg.

Susanne Hartmann, Sie übernehmen die Führung der Stadt Wil in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Wie steht es um die Finanzlage «Ihrer» Stadt?

Wie für jede politische Gemeinde sind auch für die Stadt Wil Steuereinnahmen – sowohl von natürlichen wie auch von juristischen Personen – ein wichtiges Element der Finanzierung. In diesem Sinne haben wirtschaftlich schwierige Zeiten natürlich auch Einfluss auf den Stadthaushalt. Die Zahlen der Jahresrechnung 2012 zeigen aber, dass die Stadt Wil hier sehr gut steht: Die Rechnung 2012 schloss bei Ausgaben von rund 103,59 Mio. Franken und Einnahmen von rund 103,09 Mio. Franken mit einem Aufwandüberschuss von gut 0,5 Mio. Franken ab. Bis auf 150 000 Franken entspricht dies genau dem im Voranschlag 2012 prognostizierten Ergebnis. In steuerlicher Hinsicht resultierten bei den Steuern juristischer Personen Mehreinnahmen (0,36 Mio.), Mindereinnahmen ergaben sich hingegen bei den

Steuern der Vorjahre (1,05 Mio.), bei den Handänderungssteuern (0,58 Mio.) und bei den Steuern des laufenden Jahres (0,32 Mio.).

Und wie beurteilen Sie den derzeitigen Zustand der hiesigen Wirtschaft?

Das aktuelle Umfeld stellt auch für Wiler Firmen eine gewisse Herausforderung dar. Die Vergangenheit hat aber immer wieder gezeigt, dass Unternehmen in Krisenzeiten nicht nur ihre Strukturen und Abläufe optimieren, sondern vor allem auch frischen Innovationsgeist entwickeln und ganz allgemein eher gestärkt aus schwierigen Situationen hervorgehen. Schwieriger wird dies wohl für stark exportabhängige Unternehmen sein – auf dem derzeitigen Stand des Wechselkurses von CHF 1.20 pro Euro ist der Franken nach wie vor eher überbewertet und stellt darum zahlreiche Branchen vor Schwierigkeiten. Akute Probleme einzelner Firmen in Wil sind mir



Stadtpräsidentin von Wil:
Susanne Hartmann

aber keine bekannt. Dabei ist es dem Stadtrat nicht nur in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ein Anliegen, den Puls der Wirtschaft zu spüren, weshalb in regelmässigen Abständen Treffen mit Wiler Unternehmen stattfinden.

Gibt es Branchen, die Ihnen besonders Sorgen bereiten?

Naturgemäss entwickelten sich Branchen mit einer starken Exportausrichtung in einem solchen, von einem ungünstigen Wechselkurs geprägten Umfeld deutlich schwächer als andere, die sich mehr auf den Binnenmarkt konzentrieren. Dennoch: Mir sind in Wil keine Branchen bekannt, die derzeit grundsätzlich Schwierigkeiten haben. Grob gesagt, weist das Beschäftigungsbarometer des Kantons St.Gallen fürs erste Quartal 2013 im zweiten Wirtschaftssektor, also bei Industrie und Gewerbe, einen Abbau von Beschäftigungsvolumen (-1,2 %) und Arbeitsplätzen (-1,5 %) aus. Auf der anderen Seite stiegen beide Kennzahlen im dritten Sektor, also im Dienstleistungsbereich, um 2,8 % respektive um 2,1 % an. Zwar gibt es keine konkreten Zahlen für den Wirtschaftsraum Wil, es kann aber angenommen werden, dass diese Zahlen auch

«Das aktuelle Umfeld stellt auch für Wiler Firmen eine gewisse Herausforderung dar.»

für Wil vergleichbar gelten. Von den rund 1100 Unternehmen in Wil werden insgesamt gut 10 500 Arbeitsplätze angeboten – 79 Prozent davon im 3. und nur 21 im 2. Sektor. Damit profitieren in Wil rund vier Fünftel aller Firmen von den positiven Seiten des kantonalen Trends mit einem Wachstum von Beschäftigungsvolumen und Arbeitsplätzen.

Kann die Politik mit konkreten Massnahmen für einen gewissen Aufschwung sorgen?

Grundsätzlich gilt in meinen Augen, dass sich die Politik nicht mit konkreten Einzelmassnahmen aktiv in die Wirtschaft einmischen sollte – abgesehen von wichtigen Anliegen wie etwa dem Personalrecht oder in Bezug auf Gesamtarbeitsverträge. Die Politik kann aber im Rahmen ihrer Möglichkeiten für ein möglichst positives Umfeld für die Wirtschaft besorgt sein: In Wil erfolgt dies etwa durch eine aktive Bestandespflege mit einem regelmässigen Austausch mit bestehenden Unternehmen, aber auch durch die Förderung von Jungunternehmen beispielsweise mittels jährlicher Standortbeiträge an das Jungunternehmerzentrum Wil. Eine weitere Möglichkeit sind administrative Handreichungen bei Neuansiedlungen von Unternehmen: Die Stadt Wil wird regelmässig von Unternehmen und Privaten bezüglich Raum- und Standortfragen kontaktiert. Ziel ist es, solche Anfragen rasch, kompetent und koordiniert zu beantworten. Im Sinne einer wirksamen und nachhaltigen Wirtschafts-

Bern kennt uns zu wenig

Mit den Erfahrungen aus der Stadtexekutive und dem Kantonsrat bin ich Ende 2011 in die nationale Politik eingestiegen. Die Arbeit im Bundesparlament ist stark geprägt durch die Arbeit in den Kommissionen. In der Finanzkommission beraten wir kaum Gesetze, haben aber durch das Mitberichtsverfahren detaillierten Einblick in



Barbara Gysi
SP-Nationalrätin, Wil

viele Bereiche, ebenso durch die Arbeit in Subkommissionen. Budget und Rechnung vertiefen wird in der Subkommission, in meinem Fall sind dies das EDI (Departement des Innern) und das VBS (Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport). Beim EDI bringe ich viel Vorwissen und meine Erfahrungen aus der Gesundheits- und Sozialpolitik mit, im VBS hiess es sich einarbeiten in mir bislang weniger vertraute Themen, eine äusserst spannende Aufgabe notabene.

Im Gegensatz zu meiner vorhergehenden Stadtratsstätigkeit in Wil hat Parteipolitik wieder mehr Platz und ich kann durchaus auch wieder pointierter auftreten. Doch wenn es darum geht Lösungen und Mehrheiten zu finden, so kann man nur reüssieren, wenn es gelingt über die Parteigrenzen hinweg im Gespräch zu überzeugen und Ideen weiterzuentwickeln.

Regionalpolitisch Einfluss zu nehmen beschränkt sich auf relativ wenige Themen und zwar vor allem in verkehrs- und standort-/wirtschaftspolitischen Fragen möglich. Generell erlebe ich es als wichtig, unsere Region und die Ostschweiz ins richtige Licht zu rücken. Denn ich stelle immer wieder fest, dass in Bundesbern unsere Region, unsere Stärken und Potenziale zu wenig bekannt sind. Hier hat unsere Wiler Delegation eine wichtige Aufgabe und das stärkt uns auch im Hinblick auf anstehende, wichtige Entscheide – beispielsweise Flughafendossier oder Aggloprogramm. Denn es geht nicht nur um Geschäfte, die wir im Parlament beraten.

Doch das braucht auch Zeit. Netze webt und Kontakte knüpft man nicht «schnell schnell», wenn sie halten sollen, und daran arbeite ich als Nationalrätin, wie auch als Vizepräsidentin der SP Schweiz, in der ich die Ostschweiz stärken will.



Stiftung
LILIENBERG
 Unternehmerforum

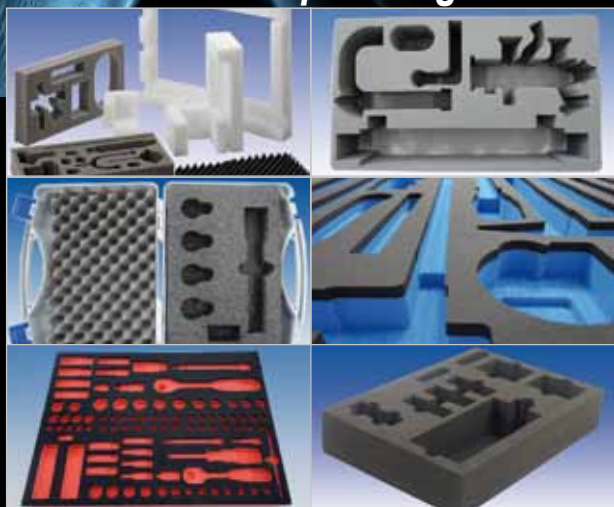


NEUE PERSPEKTIVEN SCHAFFEN

**Prime Diversity©: Erfolgsfaktoren bei der
Zusammensetzung Ihres Verwaltungsrates**
 Mi. 11. September 2013 - ab 13.30 Uhr

Lilienberg Unternehmerforum | Blauortstrasse 10 | CH-8272 Ermatingen
 Anmeldung: Bettina Brockmann | Tel. +41 71 663 26 07 | www.lilienberg.ch

Schaumstoff Verpackungstechnik



Schwingungsisolierung / Schaumstoffe
 Verpackungstechnik / Gummitechnik
 Kunststoffe / Antriebstechnik
 Wittenwilerstrasse 25 / Industrie Nord / 8355 Aadorf
 Telefon 052 368 00 50 / Fax 052 368 00 51
info@vibraplast.ch / www.vibraplast.ch

Den LEADER gibt's nun auch im Format 24 x 18



**Immer und überall über das Ostschweizer
Wirtschaftsgeschehen informiert sein.**

- Aktuelle Ausgabe
- Spezialausgaben
- Magazinarchiv

LEADER
 DAS UNTERNEHMERSMAGAZIN
www.leaderonline.ch

metro
comm

Die Gratis-LEADER-App wird Ihnen offeriert von der MetroComm AG, www.metrocomm.ch

förderung bietet die Stadt Wil interessierten Unternehmen bei der Erarbeitung individueller Lösungen ihre Dienste an – beispielsweise, indem Kontakte zu Schlüsselpersonen in Stadt, Region und Kanton oder zu privaten Grundeigentümern hergestellt werden.

Zum Schluss: Welches sind die grössten Bau- und Entwicklungsprojekte, die derzeit umgesetzt bzw. geplant werden?

Das mit Abstand grösste aktuelle Bauprojekt der Stadt Wil ist der neue Sportpark Bergholz mit einem Volumen von rund 60 Millionen Franken: Mit der Realisierung dieses Gesamtkonzeptes erhält die Stadt Wil ein Freibad, ein Hallenbad mit Wellnessbereich, ein modernes Fussballstadion und eine neue Eishalle – alles verpackt in einer modernen Architektursprache mit hohem Aufenthaltswert. Damit entsteht eine kantonsübergreifende regionale Sportanlage mit zeitgemäsem Freizeitangebot für Sport, Spass und Erholung, welche die Standortattraktivität der gesamten Region Wil erhöht. Die Eröffnung der Gesamtanlage ist für anfangs 2014 vorgesehen, nachdem bereits im Verlauf des Sommers 2013 einzelne Elemente dem Betrieb «auf der Baustelle» übergeben werden. Weitere wichtige Projekte, die derzeit umgesetzt werden, sind verschiedene innerstädtische Arealentwicklungen – etwa im Bereich des Zeughaus-Areals, an der unteren Bahnhofstrasse oder auf dem Integra-Areal. Nicht zu vergessen ist sodann der Entwicklungsschwerpunkt Wil West: Auf einer Landfläche von insgesamt 930 000

Dauerthema «Wil West»

Kommt er, oder kommt er nicht? Seit Jahren, um nicht zu sagen Jahrzehnten, wird über einen neuen Autobahnanschluss «Wil West» debattiert. Ein Projekt, von dem sich neben der Äbttestadt auch die Gemeinden Sirnach und Münchwilen eine enorme Entlastung versprechen. Nach einer nicht enden wollenden Projekt- und Überzeugungsphase soll nun Bewegung in die Angelegenheit kommen: Unter dem Namen «Entwicklungsschwerpunkt Wil West» wird neben dem Autobahnanschluss sowie einer neuen Haltestelle der Frauenfeld-Wil-Bahn der Fokus auch auf ein rund 930 000 Quadratmeter grosses Areal im Westen Wils gelegt, auf dem der einst bis zu 4700 Arbeitsplätze angesiedelt werden könnten. Aktuell finden Gespräche zwischen Vertretern des Vereins «Regio Wil» mit solchen des Bundesamtes für Raumplanung über die Höhe der Bundesbeteiligung am Autobahnanschluss statt. Man erhofft sich derzeit ein solche in einer Grössenordnung von 30 bis 50 Prozent sowie einen Baubeginn im Jahr 2018.

Quadratmetern soll in den nächsten Jahren respektive Jahrzehnten ein Schwerpunkt für die Wirtschaftsentwicklung entstehen. Für die Entwicklung der ganzen Region Wil ist das in den Kantonen Thurgau und St.Gallen liegende Areal ein eigentliches Schlüsselprojekt.

«Hier sind unsere Politiker gefordert»

Inwiefern bietet die Region einen geeigneten Nährboden für erfolgreiches Unternehmertum? Welches sind die optimalen Parameter und besteht allenfalls dringender Handlungsbedarf?



«Ob ein Unternehmen erfolgreich ist, hängt in den wenigsten Fällen mit dem Standort zusammen. Und doch kann es verschiedene Einflüsse geben, die zum Erfolg oder eben Misserfolg beitragen können. Einen guten Nährboden bilden motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das schweizerische Schul- und Bildungssystem ist die Grundlage dafür. Weiter sind das unternehmerische Denken jedes Einzelnen und die Zuverlässigkeit, die in unserer Region schon fast selbstverständlich ist, wichtige Tugenden. Leute, die sich mit einem Unternehmen identifizieren, sind vielleicht in unserer Gegend eher zu finden.

Unsere Angestellten sind bereit, Überdurchschnittliches zu leisten. Dies wird in der heutigen Zeit ganz speziell gefordert und ist zum Glück keine Ausnahme mehr. Wir rekrutieren die meisten Beschäftigten in

der Region und finden hier immer wieder sehr gute und motivierte Talente. Als optimale Parameter sehe ich neben Preis und Termin auch den Kundenservice. Wenn alles stimmt, steht einem Auftrag nichts im Weg. Auch wenn das Material ans andere Ende der Schweiz transportiert werden muss und entsprechende Frachtkosten entstehen, sind Partner aus der Ostschweiz gefragt.

Als Hemmnis sehe ich die vermehrten Auflagen und Regulationen – zum Teil sind es schon fast Behinderungen – von Bund und Kanton, die den Handlungsbedarf einschränken. Man kann und soll nicht alles regeln. Gegenüber dem Ausland sind wir ganz klar benachteiligt. Hier sind unsere Politiker gefordert.»

Walo Hegelbach

CEO Schmolz + Bickenbach AG, Bronschhofen

Mit einer durchdachten Büroplanung Höchstleistungen ermöglichen

Die BBS by office vitality AG mit Sitz in Wil plant und optimiert Arbeitsumgebungen nach neusten ergonomischen und organisatorischen Grundsätzen – egal ob mit bestehenden oder neuen Möbeln. Im Gespräch erklärt Geschäftsführer Urs Litscher wie mit einfachen Mitteln Gesundheitsaspekte und optimierte Betriebsabläufe vereint werden können. Themen, die längst zur Chefsache geworden sind.

Urs Litscher, wann lässt ein Kunde eine Büroplanung von Ihnen erstellen?

Einerseits werden wir bei der Büroplanung in Neubauten und bei der Umsetzung von Bürorumzügen beigezogen. Andererseits, wenn der Kunde interne Arbeitsabläufe im bestehenden Büro optimieren

Kann ich eine solche Planung nicht auch selbst in die Hand nehmen?

Drei Gründe sprechen dagegen. Erstens: In der Hektik des Tagesgeschäfts hat kaum jemand Zeit dazu. Zweitens: Die BBS gibt es seit 25 Jahren. Da sammelt sich einiges an wertvollem Know-how an. Und Drittens: Bei all den Richtlinien und Kleinigkeiten, die es zu beachten gilt, landen Kunden schnell wieder bei Punkt Eins und somit bei uns.

«Nur ein Ansprechpartner von der Planung bis zur Umsetzung. Das schont Zeit und Nerven.»

möchte und er gleichzeitig auch Wert auf eine gesunde, motivierende Arbeitsatmosphäre legt. Wir wissen ja, dass Mitarbeitende nur Höchstleistungen bringen können, wenn sie sich wohl fühlen.

Bleibt dabei kein Stein auf dem anderen? Werden Sie mir neue Möbel, Lichtinstallationen, Feng-Shui-Kristalle und bunt gestrichene Wände vorschlagen?

Gewisse Aspekte des Business-Feng-Shui fließen in jede unserer Planungen ein. Aber keine Panik: Wir

Das ganze BBS-Team
inkl. Masseurinnen:
Hinten von links:
Michèle Sieber,
Tanja Gähwiler,
Petra Brunner,
Monika Germann,
Victoria Höfliger.
Vorne von links:
Urs Litscher,
Claudia Litscher-Kehl,
Fritz Kehl



stellen nicht alles auf den Kopf. Wir schlagen Veränderungen vor, welche die internen Abläufe und die Firmenphilosophie unterstützen.

Mitarbeiter haben die unterschiedlichsten Geschmäcker und Vorstellungen. Nicht allen dürfte das neue Konzept gefallen.

Unsere Erfahrung zeigt, dass sich ein gezielter Einbezug von Mitarbeitenden positiv auf das Endergebnis auswirkt. Abgesehen davon führen optimierte Arbeitsabläufe, gepaart mit einer ergonomischen Büroplanung automatisch zu mehr Wohlfühl im Büro.

«Wir planen neutral. Somit können Sie sicher sein, die bestmögliche Planung – völlig unabhängig vom Möbelprogramm – zu erhalten.»

Könnte ich nicht einfach einen Innenarchitekten kontaktieren?

Natürlich. Auch wir arbeiten mit Innenarchitekten zusammen. Nur bieten wir dem Kunden auf Wunsch nebst Lichtkonzepten, Farbberatung und Akustiklösungen zusätzlich auch eine Büroplanung an, unter Berücksichtigung sämtlicher Arbeitsabläufe. Im Falle eines Umzuges übernehmen wir die komplette Organisation.

Und das alles mit nur einem Ansprechpartner. Das schont Zeit und Nerven.

Gerade bei einem ganzen Büroumzug möchte ich doch in erster Linie, dass ich meinen Betrieb so schnell wie möglich wieder aufnehmen kann. Wie funktioniert das?

Genau dafür sind wir ja da. Unser Ziel lautet: Das Tagesgeschäft des Kunden darf möglichst nicht beeinträchtigt werden. Deshalb entlasten wir den Kunden von der Lieferung der Umzugskartons bis zum Einstellen der Büromöbel am neuen Ort.

Wie gehen Sie bei einer Büroplanung vor?

Im Vordergrund stehen die Bedürfnisse der Kunden. Persönliche Besprechungen sind daher sehr wichtig. Danach erarbeiten wir 2D- und 3D-Planungsvorschläge, egal ob es sich um ein Einzelbüro handelt oder um eine Zonenplanung – mit Ruheräumen, Begegnungs- und Besprechungszonen sowie Bereichen für konzentriertes Arbeiten.

Und wenn ich meine Büromöbel nicht bei Ihnen kaufen möchte?

Kein Problem. Wir planen neutral, unabhängig vom Möbelprogramm. Auf Wunsch erstellen wir auch die Ausschreibungsunterlagen.

Was können Sie aus Ihrer eigenen Erfahrung sagen: Wie wichtig ist eine ergonomische Büroplanung?

Gesunde Mitarbeitende, die sich am Arbeitsplatz wohl fühlen, sind das Kapital jedes Unternehmens. Einerseits wird gesunder Lifestyle immer wichtiger. Wenn man bedenkt, wie viel Zeit im Büro verbracht wird, ist schnell klar, wie zentral ein richtig eingestellter Arbeitsplatz ist. Andererseits verzeichnen Unternehmen, welche Wert auf Ergonomie legen deutlich weniger Arbeitsausfälle und Stellenwechsel.

BBS by office vitality AG

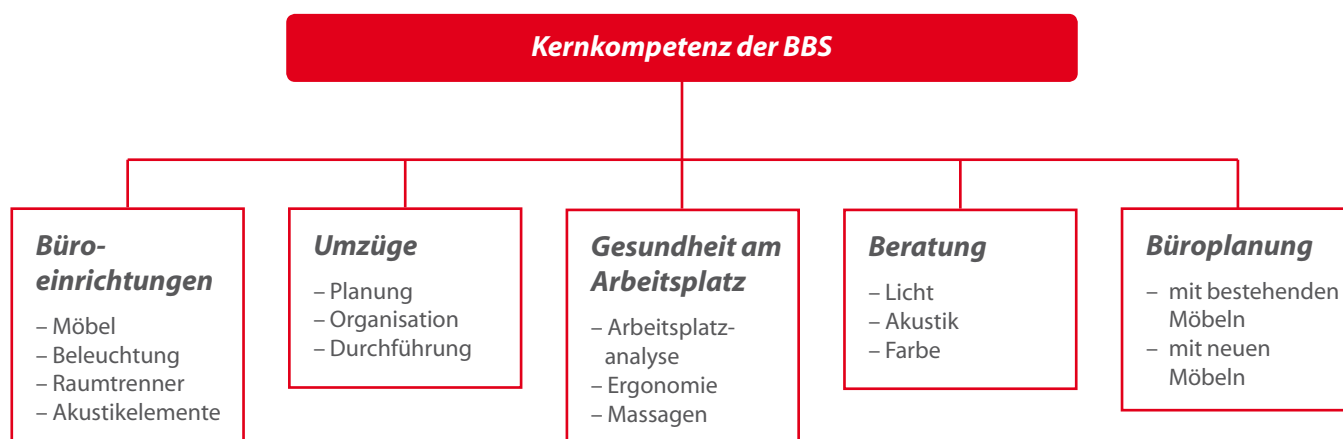
Büroeinrichtungen | Büroplanung |

Stühle & Objektmöbel

Glärnischstrasse 42 | 9500 Wil

Tel. 071 923 88 11 | info@bbswil.ch | www.bbswil.ch

Egal ob das bestehende Büro optimiert bzw. neu belebt werden soll oder ob ein Umzug in neue Räumlichkeiten ansteht. Die BBS plant, optimiert, organisiert und koordiniert sämtliche Arbeiten und Abläufe – auf Wunsch auch mit sämtlichen beteiligten Handwerksbetrieben. Und zwar mit dem Ziel, das Tagesgeschäft des Kunden so wenig als möglich zu beeinträchtigen



SVP-Nationalrat Lukas Reimann:

«Kein Politiker traute sich, etwas dagegen zu unternehmen. Also handelte ich.»



«Unsere Partei ist für Demokraten da und nicht für irgendwelche Extremisten»

Seit 2007 politisiert Lukas Reimann (*1982) für die SVP im Nationalrat. Wieso es ihn freut, dass ihn eine grosse Tageszeitung nicht als Zukunftsmodell innerhalb der SVP sieht und weshalb er sich für die Minder-Initiative eingesetzt hat, erklärt der Wiler im LEADER-Interview. Ausserdem blickt er zurück auf eine Zeit, in der ihn die SVP fast aus der Partei ausgeschlossen hätte.

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

Lukas Reimann, als Politiker kann man mit jedem Interview Wähler gewinnen, aber auch verlieren. Setzt Sie das unter Druck?

So habe ich das noch gar nie gesehen. Ich mache mir solche Gedanken bei einem Interview nicht. Wichtig ist, das zu sagen, was man denkt und wovon man überzeugt ist. Dann kommt der Gewinn von Wählerinnen und Wählern automatisch.

Dass man das zu Beginn macht, wenn man gerade Nationalrat geworden ist – in Ihrem Fall 2007 –, glaube ich Ihnen. Aber tut man es auch noch nach sechs Jahren?

Ich hatte nie das Gefühl, dass ich mich in eine bestimmte Ecke drängen lasse. Kürzlich behandelte die Basler Zeitung die grossen Zukunftsmodelle

Inwiefern?

In meinen Positionen für die Freiheit fühle ich mich gestärkt. Gerade was die Währungs- und Verschuldungsthematik und das Verhältnis zwischen Bürger und Staat betrifft, ist die österreichische Schule der Ökonomie eine wertvolle Stütze, die viel zu wenig beachtet wird.

Gibt es demnach Vorlagen, bei denen Sie nachträglich bereuen, sie unterstützt zu haben?

Nein, das nicht. Da hat sich mein Baugefühl immer als richtig erwiesen. Und ein weiterer ganz wichtiger Punkt sind auch hier die Wähler: Die Aufgabe eines Politikers ist es, das Volk zu vertreten. Wenn ich von Bürgern Mails erhalte, dann lese ich diese genau, prüfe mögliche Kritikpunkte beziehungsweise Vorschläge und schreibe zurück. Ich betreibe Politik mit dem und für den Bürger.

«Die Öffentlichkeit hat mitunter einen falschen Eindruck von der SVP.»

innerhalb der SVP. Mich sah man nicht als solches, weil ich zu eigenständig sei und mich eben gerade nicht formen lasse. Ich fasse das als Kompliment auf. Ich lasse mir von niemandem sagen – weder von den Medien noch von der Partei –, in welche Richtung ich politisieren solle.

Sie tun das nach Baugefühl?

Mit dem Baugefühl hat es sicherlich etwas zu tun. Es geht um die innere, eigene Überzeugung. Jeder Mensch hat seine Grundhaltung, seine Wertevorstellung. Wobei sich solche Punkte über die Jahre hinweg natürlich auch verändern können. Die ganzen libertären Schriften von Ludwig von Mises oder von Friedrich August von Hayek habe ich erst ab 2008 zu lesen begonnen. Und sie haben meine politische Sicht auf die Welt schon verändert.

In der WOZ wurden Sie wie folgt zitiert: «Als ich in die SVP eintrat, war eine grosse Begeisterung spürbar – wir gegen den Rest. Dieses Feuer spüre ich heute kaum mehr. Erfolg macht auch träge.» Ein von der Partei überzeugter Politiker tönt anders.

Als genauer Beobachter der Politik sehen Sie das doch sicherlich auch! Als ich mit jungen 15 Jahren der Partei beitrug, da ging von der Basis eine immense Kraft aus. Jeder kämpfte für seine Überzeugungen, und man tat dies auch auf der Strasse. Man hatte fast das Gefühl, es gehe um Leben und Tod. In letzter Zeit ist es ruhiger geworden. Das muss nicht schlecht sein. Aber von der Partei geht nicht mehr die gleiche Kraft aus. Um so wichtiger ist es, dass man dieses Feuer wieder entfachen kann. Ein wichtiger Punkt hierfür sind gute Themen: Unsere Basis soll erkennen, dass die SVP nach wie vor die Partei ist, die sich wirklich für Land und Leute einsetzt. Wir müssen wieder kämpfen.



Es sähe für die SVP noch schlechter aus, würde die FDP einen besseren Job machen.

Das stimmt. Alle anderen sind noch schlechter als wir. Aber das ist kein Grund, sich auszuruhen. Erste Erfolge zeichnen sich deutlich ab. Die Talsohle hat die SVP bereits erreicht – mit der misslungenen Bundesratswahl durch Bruno Zuppiger. Ausser-

«Ich lasse mir von niemandem sagen – weder von den Medien noch von der Partei –, in welche Richtung ich politisieren solle.»

dem gab es damals noch zwei, drei weitere komische Geschichten rund um unsere Partei. Die Verunsicherung bei unseren Leuten war gross. Man spürte Unzufriedenheit. Aber es zieht nun wieder an. Die grossen Wahlerfolge in Basel-Land, Solothurn, Neuenburg und Wallis zeigen, dass wir wieder auf dem Weg zur alten Stärke sind.

Wallis ist ein gutes Stichwort: Es gibt nach wie vor SVP-Politiker, die für Negativ-Schlagzeilen sorgen. Der neue Walliser Regierungsrat Oskar Freysinger sorgte mit seiner deutschen Reichskriegsflagge für Aufsehen, Christoph Mörgeli mit dem Uni-Konflikt und Alfred Heer mit seiner Aussage über junge Nordafrikaner aus Tunesien. Macht euch das nicht unglaublich?

Da muss man schon jeden Fall für sich beurteilen. Bei Freysinger wurde – wie so oft bei SVP-Politikern – der «Skandal» von Journalisten gemacht, um ihn in ein schlechtes Licht zu rücken. Der Fall Mörgeli ist nicht so einseitig, wie er in der Öffentlichkeit dargestellt wurde. Solche «Skandale» sind ja nicht neu. Die

haben wir schon, seit ich mich erinnern kann. Die Medien schiessen sich sehr gerne auf einzelne SVP-Politiker ein.

Gerade die SVP sollte doch eigentlich vorsichtiger sein, dass man sie nicht in die rechtsextreme Ecke drängen kann. Ob nun Freysinger oder Sie selbst: Da müsste man doch alles unternehmen, dass man nicht zur Zielscheibe wird.

Wann immer wir in der SVP über einen Fall diskutiert haben, in dem es um einen Extremisten in unserer Partei ging, war ich für eine harte Linie. Unsere Partei ist für Demokraten da und nicht für irgendwelche Extremisten.

Zurück zur Talsohle. Sie sagen, diese habe man bereits erreicht. Wären nächstes Wochenende Wahlen, scheiterte die SVP also nicht?

Nein. Wie gesagt: Der Tiefpunkt liegt hinter uns. Die Entwicklung zeigt, dass es wieder aufwärtsgeht. Wir gewinnen in allen Kantonen wieder Sitze. Und wir gewinnen – was für uns besonders wichtig und neu ist – Regierungsratsmandate. Wir arbeiten hart, damit bis zu den nächsten nationalen Wahlen in zwei Jahren unsere Kurve noch weiter steigen wird.

«Surchabis-Obe» in Biel, «SVP bi de Lüt» in Bazenhaid, «Polit-Arena» in Ebikon: Die Einladungen zu Veranstaltungen auf Ihrem Blog erinnern an die «guten, alten Zeiten» der SVP, als man die Leute noch im «Ochsen» und «Sternen» zu SVP-Sympathisanten machen konnte. Im Internet-Zeitalter sind solche Massnahmen doch eigentlich überholt.

Keineswegs, es braucht solche Anlässe. Ich bin fast jeden Abend an einer Veranstaltung. Es ist für unsere Basis sehr wichtig, dass sie den direkten Kontakt zu den Politikern hat. Und ich bin ja einer jener Politiker, die Facebook und Twitter sehr intensiv nutzen. Es braucht diese Kanäle auch. Aber eben nicht nur. Die sozialen Medien können den persönlichen Kontakt, die persönlichen Diskussionen niemals ersetzen.

Aber im Grunde genommen trifft man sich an solchen Anlässen ja nur mit Gleichgesinnten?

Natürlich kommen die meisten, weil sie einen schon unterstützen oder die Politik gut finden, die man vertritt. Aber es entstehen immer auch interessante Debatten. Und viel der dort diskutierten Ideen kann ich nachher nach Bern tragen.

Biel ist nicht ihr Wahlkreis. Die Teilnahme an einem Anlass dort macht Sie jedoch national noch bekannter. Betreiben Sie Aufbauarbeit?

Ich mache das nicht für mich persönlich, sondern für die Partei. Aber grundsätzlich lege ich den Schwerpunkt schon im eigenen Kanton. Für diesen möchte ich mich in erster Linie einsetzen. Es besteht die Tendenz – vor allem in den anderen Parteien –, dass sich die Politiker zu schade sind, auch unter der Woche einmal das «Rössli» oder den «Adler» zu besuchen

oder an einer Unterschriftensammlung auf der Strasse teilzunehmen. Solche Politiker sind ein schlechtes Vorbild. Man kann doch nicht von der Basis solche Einsätze verlangen und es selbst nicht vorleben. Das geht nicht.

Die SVP ist seit Jahren die führende Partei in Bern, beschwert sich aber selber am meisten über die dortigen Zustände. Ihr macht also eigentlich etwas falsch – und das schon seit geraumer Zeit.

Nein. Das Problem liegt nicht bei der SVP. Wir sind sehr konsequent, gerade in den drei Themenbereichen, die ich für besonders wichtig erachte: Sicherheit, Freiheit und Europa. Die Schwierigkeit liegt meistens darin, dass uns die Mehrheiten von CVP und FDP nicht unterstützen. Wobei es nicht mehr so schlimm ist wie früher. Denken Sie nur an die Asylgesetzrevisionsabstimmung vom 9. Juni: Die Mehrheit des Parlamentes war dafür. In einer solchen Vorlage die Unterstützung von FDP und CVP zu erhalten, wäre vor einigen Jahren noch undenkbar gewesen. Aber leider steht die SVP noch zu oft alleine da, gerade auch wenn es gegen neue Verbote, die Regulierungsflut und unnötige Staatsausgaben geht.

Mitunter ist sie aber auch gespalten, etwa bei der Minder-Initiative. Sie waren dafür. Gab es Unstimmigkeiten?

Nein. Die grossen Kantonalparteien wie Zürich, Aargau und sogar Zug und St.Gallen beschlossen die Ja-Parole. Die schweizerische SVP war für ein Nein. Es gab hier halt einen Unterschied zwischen der Basis und der Parteileitung.

Zu Zeiten, als Christoph Blocher noch die tragende Figur war, wäre das doch undenkbar gewesen.

Ich habe unsere Partei nie so erlebt. Ich habe sie immer voll basis-demokratisch erlebt. Dass die Basis an einer Delegiertenversammlung einen Entscheid in die Gegenrichtung wendet, hat es früher schon gegeben. Beispielsweise als es um die bilateralen Verträge ging: Blocher war dafür. Die Basis beschloss, das Referendum zu ergreifen. Wir haben eine äusserst kritische Basis. Und das gefällt mir. Die Öffentlichkeit hat mitunter einen falschen Eindruck von der SVP. Sie hat das Gefühl, wir seien von oben herab regiert. Aber unser ganzer Aufbau ist urdemokratisch. Jeder kann sagen, was er denkt. Jede Sektion kann Delegierte senden.

Blocher trat – zumindest in der Öffentlichkeit – in den Hintergrund. Das schafft nun Raum für neue Figuren. Wer füllt den Platz?

Ich glaube nicht, dass es einen Platz zum Füllen gibt. Wir haben in der Fraktion sehr viele Leistungsträger, die sich für die Partei einsetzen: Natalie Rickli, Thomas Aeschi, Sebastian Frehner, Nadja Pieren usw. Und auch die Junge SVP ist bestens gerüstet. Schauen Sie nur einmal, wie viele Kantonsräte die schon stellt. Die SVP hat wahrlich kein Zukunftsproblem. Wir sind

Zurück zu den Wurzeln

Carmen Cepen (*1972 in Niederösterreich) lebt in Rorschach und leitet seit Ende 2012 beim Förderverein «OstSinn – Raum für mehr» in St.Gallen das Ressort Marketing/Kommunikation und Fundraising. OstSinn fördert eine enkeltaugliche Entwicklung in der Ostschweiz, betreibt hierzu den CoWorking Space St.Gallen und veranstaltet Events. Die Räume am Bohl 2 bieten sowohl flexible Arbeitsplätze als auch eine Plattform für die Vorstellung von Projektideen und Unterstützung bei deren Konkretisierung. Aktuell begleitet OstSinn auch die Entstehung von CoWorking Spaces im Kleinform in der Ostschweiz, an deren Entwicklung Carmen Cepen massgeblich beteiligt ist.



An der Zusammenarbeit mit OstSinn schätzt die vielseitig Interessierte u.a. die neuen Erfahrungen – wie schon mehrmals in ihrem bisherigen Werdegang: erfolgreicher Abschluss als Musterzeichnerin und Textiltechnikerin (HTL Textil, Wien 5), Tätigkeiten als Coloristin/Verkaufssachbearbeiterin und Produktionsplanerin in der Vorarlberger Textilindustrie (Grafica und Rhomberg Textil) und als Marketingsachbearbeiterin (Nägele Wohnungsbau) und Gebietsverkaufsleiterin (Kurz & Co.) in der Baubranche. Berufsbegleitend betriebswirtschaftliche Weiterbildungen, durch Fachcoaching erworbene Fähigkeiten wie Hochbauplanung sowie eine langjährige Praxis in Vertrieb und Akquise machen sie zur Fachfrau und Allrounderin zugleich. Die Mutterschaft ihrer Zwillinge lehrte Carmen Cepen eine noch grössere Flexibilität in ihren Arbeitsmodellen (Arbeit abends in der Hotellerie, Geschäftsinhaberin von «DVDreamland» und Aussendienst/Home-Office). Dank OstSinn konnte sie nun zur Selbstständigkeit und zu ihren gestalterischen Wurzeln zurückkehren. Nebst dem Angebot eines Vertriebs- und Fundraising Services tüftelt Carmen Cepen an neuen Produkten und Konzepten.

Als «Macherin» fühlt sie sich auch bei den Ostschweizer Leaderinnen gut aufgehoben und schätzt vor allem den Austausch mit Frauen, die ebenfalls etwas bewegen. Carmen Cepen stellt sich und OstSinn am nächsten «INTERMEZZO – Treffpunkt am Mittag» am 4. Juli 2013 vor. Weitere Informationen und Anmeldung unter www.leaderinnenostschweiz.ch. www.ostsinn.ch

sehr gut aufgestellt mit all den jungen Politikern. Und ich bin stolz, dass ich einer davon sein darf.

In einem Ihrer Referate prangerten Sie die enorme Flut an Regulierungen an. Sie selbst sind aber nicht ganz unschuldig: Sie waren für die Minder-Initiative, für das Verbot von Minaretten und gegen die Ost-Zuwanderung.

Auch hier muss man die einzelnen Vorlagen anschauen. Die Minarette beispielsweise: Es gibt doch nichts Unliberaleres als radikale Muslime. Da wollte ich ein Zeichen setzen. Ich erachte so etwas als Verteidigung der Freiheit in diesem Land. Und bei Minder: Das Eigentumsrecht der Unternehmensbesitzer – der Aktionäre – musste dringend gestärkt werden. Dieses Verlangen spürte ich auch in der Bevölkerung. Wir müssen aufpassen: Ganz grundsätzlich bin ich lieber für eine wirtschaftsfreundliche Initiative zu-

«Man hatte fast das Gefühl, es gehe um Leben und Tod. In letzter Zeit ist es ruhiger geworden.»

gunsten der Eigentümer, als dass anschliessend einer 1:12-Initiative Chancen eingeräumt werden. Dort geht es um strikte staatliche Einschränkungen. Und wenn Minder nicht gewesen wäre, hätten solche Initiativen sogar Chancen.

Alle Vorlagen, über welche wir nun gesprochen haben, haben eines gemeinsam: Man kann dem Bürger in drei Sätzen erklären, um was es geht. Kann man sich dadurch als Politiker profilieren?

Es ist wichtig, dass man Vorlagen klar und verständlich erklären kann. Das ist aber grundsätzlich mit jeder Vorlage möglich. Initiativen entstehen, um Lösungsvorschläge für aktuelle Probleme aufzuzeigen. Zum Beispiel ist die Minarett-Initiative nicht entstanden, weil ich überlegt habe, was ich Populäres initiieren könnte. Die Minarett-Initiative ist entstanden, weil in Wil ein Minarett gebaut werden sollte. Kein Politiker traute sich, etwas dagegen zu unternehmen. Also handelte ich. Das ist volksnahe und sinnvolle Alltagspragmatik.

War Ihnen klar, was Sie damit ins Rollen bringen?

In diesem Ausmass? Niemals. Ich dachte, das wird eine rein lokale Angelegenheit. Dass letztlich ganz Europa darüber spricht und die Initiative auch noch angenommen wird, damit habe ich nicht gerechnet. Um so grösser war die Freude.

Kürzlich ist nun auch «Ihre» Gold-Initiative zustande gekommen.

Das ist kein einfaches Thema, aber ein enorm wichtiges Thema für den Wohlstand sowie für Sicherheit und Stabilität des Schweizer Frankens.

Im Grunde genommen geht es um die Rettung des Schweizer Goldes. Wieso liegt Ihnen etwas an diesem Thema?

Die ganze Währungsthematik mit dem Papiergeld-System, Inflation, Verschuldungen usw.: Das sind die Themen der Zukunft. Das wird in den nächsten Jahren alle Länder – auch die Schweiz – betreffen. Es gibt noch weitere Schwerpunkte, die die SVP unbedingt besetzen muss. Internationales Recht beispielsweise. Der Europäische Gerichtshof in Strassburg greift immer mehr ins Schweizer Recht ein – und eben auch dort, wo es nicht um zwingendes Völkerrecht geht. Hier rege ich parteiintern an, dass wir eine Volksinitiative lancieren. In der Verfassung soll verankert werden, dass das Landesrecht dem Völkerrecht vorangestellt ist.

Auch hier tönt die SVP gemässigter. Früher hätte man die Kündigung der Verträge verlangt.

Ich persönlich hätte nichts dagegen, wenn man diese Verträge kündigte. Eine Kündigung wäre allerdings nicht mehrheitsfähig. Also fokussieren wir uns doch besser auf eine Lösung, die für weniger Aufsehen sorgt, womit wir unsere Absichten aber trotzdem erreichen. Hier hat sich meine Rolle in den vergangenen Jahren schon etwas verändert. Als Präsident der Jungen SVP sollst Du der unbequeme Stachel sein, der auf einzelne Punkte hinweist. Als Nationalrat versuche ich nun, mehrheitsfähige Lösungen hinzubekommen.

Wer ist Ihr politisches Vorbild?

Der ehemalige US-Kongressabgeordnete Ron Paul.

Wieso?

Er hat mich mit seiner radikal-liberalen Sichtweise sehr geprägt. Zudem hält er seit Jahrzehnten an seinen Prinzipien fest. Er hat sich nie verbogen, auch wenn alle gegen ihn waren oder gelacht haben. Er blieb sich treu und unabhängig. Es ist nach wie vor ein grosser Traum von mir, ihn einmal in die Schweiz zu holen. Wir arbeiten daran.

Und wer ist Ihr Lieblingsgegner in Bern?

Cédric Wermuth. Er vertritt in den meisten Fragen das pure Gegenteil von mir. Aber ich schätze ihn als Gegner. Er ist ein guter Rhetoriker und bleibt fair in der Debatte. Da gibt es eine Vielzahl linker Politiker, mit denen es wesentlich einfacher ist, zu debattieren.

Zum Schluss: Was sind Ihre nächsten politischen Ambitionen?

Weiterhin bestmöglichen Einsatz für die Schweiz zu geben und die mit dem Amt verbundene Verantwortung gewissenhaft und motiviert wahrzunehmen.

Sparen ist gelebte Verantwortung

Der Kanton St.Gallen muss sparen. Und er schnürt das entsprechende Sparpaket. Für die Linke ist die neueste Sparrunde der Beweis, dass die offensive Steuerpolitik versagt hat. Das Gegenteil ist der Fall: Der Lohn für die Verbesserung der Standortqualität wird zu einem späteren Zeitpunkt auf jeden Fall folgen. Und bis dann wirken sich die nötigen Sparmassnahmen positiv auf das immer noch viel zu kostspielige Staatswesen aus.

Text: Stefan Millius

Links von der Mitte ist die Welt verblüffend einfach: Der Staat braucht Geld zur Erfüllung seiner Aufgaben. Also gibt man ihm dieses Geld, und das einzige Mittel dafür sind Steuern, Gebühren und Abgaben. Gibt der Staat mehr Geld aus, gibt man ihm mehr, sprich: Man holt sich mehr. Mit Steuern, Gebühren und Abgaben. Wachsen die Ausgaben laufend weiter, schaut man eben, dass sie laufend weiter gedeckt werden. Steuern, Gebühren und Abgaben werden einfach konstant angehoben. Das natürlich ab einem bestimmten Zeitpunkt nur noch bei denen, die sich das noch leisten können, also Unternehmen und

Das fehlende Geld wird mit einer weiteren Sparrunde aufgefangen. Linke Parlamentarier spielen sich nun als Propheten auf, die stets vor dieser Entwicklung gewarnt und nun recht erhalten hätten. Mit Verlaub: Es hat nie jemand behauptet, die Steuer-senkungen würden kurz- und mittelfristig nicht zu einem Wegfall von Einnahmen fallen. Das ist vielmehr nur logisch. Wir sprechen hier von langfristigen Massnahmen zur Erhaltung der Standortattraktivität für die Gruppen, die diesen Staat nach wie vor zur Hauptsache finanziell tragen: Unternehmen und Gutverdienende. Das Geld, das ihnen angeblich geschenkt wird, fliesst in den Ausbau des Standorts, in neue Arbeitsplätze, in Innovation und Forschung – und damit nachhaltig in Felder, aus denen künftig wieder Geld zu erwarten ist, auch für den Staat.

Linke Parlamentarier spielen sich nun als Propheten auf.

Besserverdienende. Sie zusätzlich zu belasten, ist sehr viel einfacher, als der Frage nachzugehen, warum die Ausgaben steigen. Und ob sie wirklich immer weiter steigen müssen.

Keine Geschenke

Der Kanton St.Gallen hat in der jüngeren Vergangenheit bewusst auf einen Teil seiner möglichen Einnahmen verzichtet, indem er Steuern senkte. Aus linker Optik waren das sogenannte Steuergeschenke. Ein interessanter Ansatz. So gesehen sind Preisabschläge bei Produkten in Migros und Coop also ein Geschenk für mich als Kunden. Und nicht etwa das, was sie wirklich sind, nämlich verkaufsfördernde Massnahmen oder Kundenbindungsinstrumente. Nur Leute, die dem Markt und seinem Funktionieren ahnungslos gegenüberstehen, können Steuersenkungen als Geschenke bezeichnen.

Sparen nicht verteufeln

Völlig unterschätzt wird die heilsame Wirkung von fehlenden Steuereinnahmen. Solange sich Einnahmen und Ausgaben die Waage halten, fehlt der Druck, die Ausgaben auf ihre Notwendigkeit hin zu überprüfen. Erst in der Schieflage wird das konsequent getan. Und jeder, der schon einmal hinter die Kulissen der Staatsverwaltung blicken durfte, weiss, dass das Potenzial zu weiteren Einsparungen riesig ist. Natürlich darf und soll gefragt werden, ob ein bestimmtes Sparpaket die Schwerpunkte richtig setzt. Aber Sparpakete generell abzulehnen und den Begriff des Sparens schlichtweg zu verteufeln, das zeugt von Verantwortungslosigkeit gegenüber der Gesellschaft. Und damit auch gegenüber den Teilen der Gesellschaft, die angeblich geschützt werden sollen. Genau wie man in der Erziehung dem Kind keinen Gefallen tut mit dauerndem Nachgeben, so hilft man dem Staat nicht, indem man seine wachsenden Bedürfnisse einfach andauernd erfüllt. Sparen ist ein Akt der Verantwortung.

Effizienz reicht nicht: «Nichts führt so leicht zum Versagen wie Erfolg.»

Aldous Huxley, englischer Schriftsteller (1894–1963)

Rasantes Wachstum, Marktführerschaft, Erfolg auf der ganzen Linie. Wer sich im Markt etabliert hat ist schnell versucht, sich auf den bisherigen Erfolgsfaktoren auszuruhen. Dabei wurden schon einige von der Dynamik der Märkte gnadenlos eingeholt oder gar weggefeht. Effizienz ist zwar für nachhaltige Unternehmensentwicklung wichtig. Zentral für den Erfolg von morgen ist jedoch auch Effektivität: Tue ich das Richtige? Habe ich die relevanten Trends erkannt?

Die Richtung muss genauso stimmen

Jüngste prominente Beispiele sind im Mobil-Telefonmarkt zu finden. Gleich zwei Hersteller waren noch vor wenigen Jahren unantastbar führend für mobiles Telefonieren und mobile Businesskommunikation. Dann rollten ein Computer- und ein Fernsehgeräte-Hersteller den Markt mit Smartphones sprichwörtlich auf. Innert kürzester Zeit mussten die einstigen Marktleader plötzlich ums Überleben kämpfen. Sie hatten wichtige Trends wie mobiles Internet und berührungsempfindliche Bildschirme zu spät aufgenommen.

Auch Schweizer Unternehmen sind in diese Falle getappt

Zwar erfanden Schweizer Uhrenhersteller die Quarz-Technologie. Es waren dann in den 1970er-Jahren jedoch die Japaner, die den Markt eroberten. In der Schweiz ging die traditionelle Branche zu grossen Teilen in die Knie und erholte sich erst in den 80er Jahren – unter anderem dank der Kreativität von Nicolas Hayek. Dabei kombinierte er hoch innovativ Technik und Vermarktung mit der Tradition Schweizer Uhrmacherkunst. Prominentes Beispiel ist auch die einst

stolze Schweizer Bahnindustrie, bei der Ende der 90er-Jahre die Lichter langsam ausgingen. Dank innovativer Leichtbaukonzepte und eiserner Kundenorientierung konnte sie dank Peter Spulers Stadler-Rail erfolgreich wiederbelebt werden. Ausruhen auf den neuen Lorbeeren? Glücklicherweise machen die Unternehmer beider Branchen aktuell nicht diesen Eindruck.

Management führt zu Effizienz, aber nicht zu Effektivität

Effizient sein heisst, gestellte Aufgaben möglichst in einer optimalen Kosten-/Nutzenrelation zu lösen. Im Zentrum steht der Auftrag, der bis zum definierten Zeitpunkt mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen «richtig» zu erledigen ist. Ist ein Kundenauftrag ausgeführt, kann im Anschluss Umsatz verbucht werden. Was ist aber zu tun, damit in einem dynamischen und immer komplexeren Marktumfeld stetig genügend Kundenaufträge eingehen, um die Zielerlöse zu erreichen? Die Antwort ist einfach: «Es ist das Richtige zu tun.»

«Meine Kader sollten sich täglich ab 16 Uhr auf eine Parkbank setzen, das operative Geschäft hinter sich



lassen, und über das Unternehmen und die relevanten Märkte nachdenken», sagt der CEO eines Unternehmens mit rund 250 Mitarbeitenden. Eine mutige Aussage – aber sie trifft genau den wunden Punkt vieler Manager. Das operative «Managen» von Aufgaben fällt uns häufig viel leichter, weil wir in der Regel genau wissen, wie es geht. Und am Abend kann der fleissige «Manager» zufrieden sein – er oder sie hat ja wieder viel «geschafft». Aber hat sich dabei jemand mit den Erfolgspotenzialen der Zukunft auseinandergesetzt?

Effektivität und Effizienz: ein permanentes Wechselspiel

Die Herausforderung in diesem Spannungsfeld besteht darin, den Fokus nicht nur auf die kurzfristige Ausrichtung der heutigen betrieblichen Herausforderungen zu legen. Effizienz, Optimierung, und kurzfristige Erfolge spiegeln sich oft in einer starken Gewichtung dieser operativen Führung. Die Betrachtungsweise ist jedoch mittel- und langfristig auf zukünftige Veränderungen zu legen. Die Frage lautet entsprechend: Wie können Erfolgspotentiale mittel- und langfristig erhalten bzw. aufgebaut werden?

Wandel mit gezielter Transformation rechtzeitig angehen

Nachhaltig erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass sie dieses Wechselspiel zwischen Effektivität und Effizienz ausgewogen meistern. Sie können sich folglich angemessen zwischen strategischer und operativer Betrachtungsweise bewegen und sich bewusst mit der eigenen Entwicklung auseinandersetzen. Dabei muss das Unternehmen bereit sein, auch heute erfolgreiche Ansätze in Frage zu stellen. Oft sind dazu auch psychologische Hürden zu überwinden, um bewusst und umsichtig darüber zu entscheiden, wie betriebliche Ressourcen auf operative und strategische Aktivitäten zu verteilen sind.

Weiterentwicklung initiieren

Wandel oder Unternehmensentwicklung kann getrieben sein von konkreten Auslösern, wie dem neuen Marktauftritt eines Mitbewerbers oder dem veränderten Kaufverhalten von Kunden. Die Herausforderung

einer stetigen und nachhaltigen Unternehmensentwicklung besteht darin, dass sich das Unternehmen auf seine eigene Entfaltung fokussiert – unabhängig aktuell dringlicher Auslöser. Die Weiterentwicklung soll mit Weitsicht etabliert und tief im Unternehmen verankert werden. Aufgrund beschränkter Mittel bedeutet dies häufig eine bewusste Entscheidung sowie den Einsatz und die Verpflichtung der Führungsebene.

Perspektive permanent öffnen

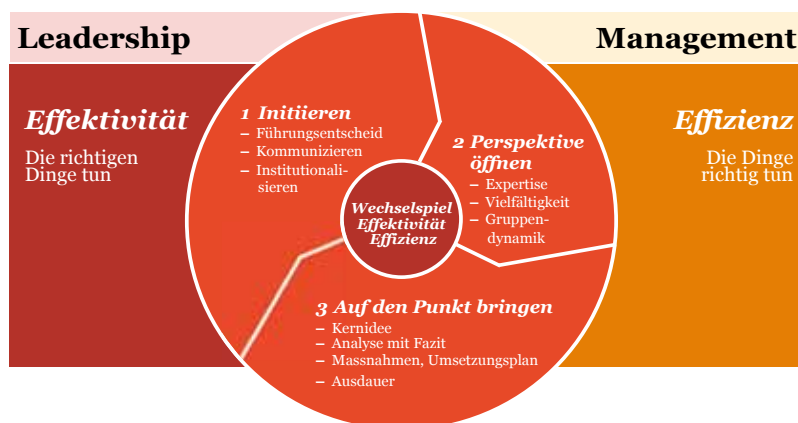
Wer für die Unvorhersehbarkeiten zukünftiger Marktbedingungen gewappnet sein will, sollte zunächst eine möglichst offene Perspektive einnehmen und breit nach Chancen und Gefahren suchen. Dabei empfiehlt es sich, möglichst vielfältige Ansichten und Einschätzungen aufzunehmen. Die gute Durchmischung der daran beteiligten Personen stellt dabei einen wichtigen Erfolgsfaktor dar: seien es verschiedene funktionale Bereiche, Hierarchiestufen oder auch Personen von ausserhalb der Firma.

Businessplan: Dinge auf den Punkt bringen

Im Anschluss gilt es, die Hauptimplikationen und Handlungsfelder für das Unternehmen zu bestimmen. Diese bestimmen die Richtung, in welche sich das Unternehmen weiterentwickeln soll. Hier sind unternehmerisches Denken, Abwägen von Chancen und Risiken, aber auch Mut und Weitsicht gefragt. Um einen Bereich der Weiterentwicklung umzusetzen und dabei die Perspektive wieder etwas zu schliessen, bietet sich in einem betrieblichen Umfeld oft die Systematik und Methodik eines schlüssigen Businessplans an. Diese Denkweise hilft, ausgehend von der Kernidee über eine systematische Analyse bis hin zu konkreten Massnahmen zur Umsetzung voranzuschreiten.

Immer in Bewegung bleiben

«Wer stillsteht, wird schnell überrollt», sagte sinngemäss Lee Iacocca, amerikanischer Topmanager. Wer im heutigen dynamischen Wettbewerbsumfeld mithalten will, muss in Bewegung bleiben. Sich ständig wiederholende und hinterfragende Denkprozesse sind dazu ein bewährtes Mittel – die Form ist dabei letztlich Nebensache.



Wechselspiel zwischen Effektivität und Effizienz.

Zu den Autoren



Roland Schegg
Leiter Consulting Ostschweiz
und Liechtenstein
PwC St.Gallen / Chur
roland.schegg@ch.pwc.com



Martin Engeler
Consulting Ostschweiz
und Liechtenstein
PwC St.Gallen / Chur
martin.engeler@ch.pwc.com

Eine Branche feiert sich

Anfang Juni feierte der Werbeclub Ostschweiz (WCO) sein 40-Jahre-Jubiläum mit rund 200 Gästen im Würth Haus Rorschach. Neben dem offiziellen Festakt wurden auch die Kreativarbeiten von 40 Agenturen enthüllt und eine entsprechende LEADER-Sonderausgabe präsentiert. Ein Rückblick in Bildern von unserer Fotografin Tiziana Secchi.







Performancesteigerung durch optimierte Planung

Organisiert vom Verein Netzwerk Logistik Österreich und Schweiz (VNL) fand Ende Mai im Würth Haus Rorschach der «Solution Day» statt. Der diesjährige Anlass stand unter dem Motto «Planung in der Logistik – Ein wesentliches Steuerungselement für den Unternehmenserfolg.» LEADER war als Medienpartner vor Ort.

Text und Bilder: zVg.

Der Solution Day 2013 hat das Thema Planung als wesentliches Steuerungselement für den Unternehmenserfolg aufgegriffen. Planung ist ein Schlüsselement in der Logistik. «Planung bedeutet die Ungewissheiten der Zukunft greifbarer zu machen und die Zukunft des eigenen Unternehmens aktiv in die Hand zu nehmen», stellt Philipp Wessiak, Obmann der Region West im VNL Österreich fest.

Gedankliche Vorwegnahme

Andreas Stettin, Leiter Institut für Business Engineering, FH Nordwestschweiz, führte in seinem Impulsvortrag weiter aus: «Planung ist die gedankliche Vorwegnahme von Handlungsschritten, die zur Erreichung eines Zieles notwendig scheinen und ist am besten an der Zufriedenheit der Beteiligten mit Prozess und Ergebnis erkennbar.» In den Praxisbeispielen der weiteren Referenten wurde dies auch immer

wieder sichtbar. Der Einsatz und die Weiterentwicklung unterschiedlicher Planungsmethoden bzw. -lösungen führte in den Unternehmen immer zu kontinuierlichen Verbesserungen bzw. grossem Fortschritt bei der Performancesteigerung.

Verfügbarkeit trotz kleinem Lager

Der Erfolg von Messerle zeigte beispielsweise, dass trotz reduziertem Lagerbestandsvolumen eine Lieferverfügbarkeit von 98 Prozent möglich ist. Tracker.ch ermöglicht der Fa. Kyburz mit seinem Tool eine flächendeckende Serviceoptimierung im Bereich der 2500 im Einsatz der Schweizer Post befindlichen Elektromobile. Die Firma Tridonic GmbH & Co KG verdeutlichte die Komplexität eines Weltkonzerns und der damit verbundenen Planung von Supply Chain Prozessen, die in einem APO-System abgebildet wird.



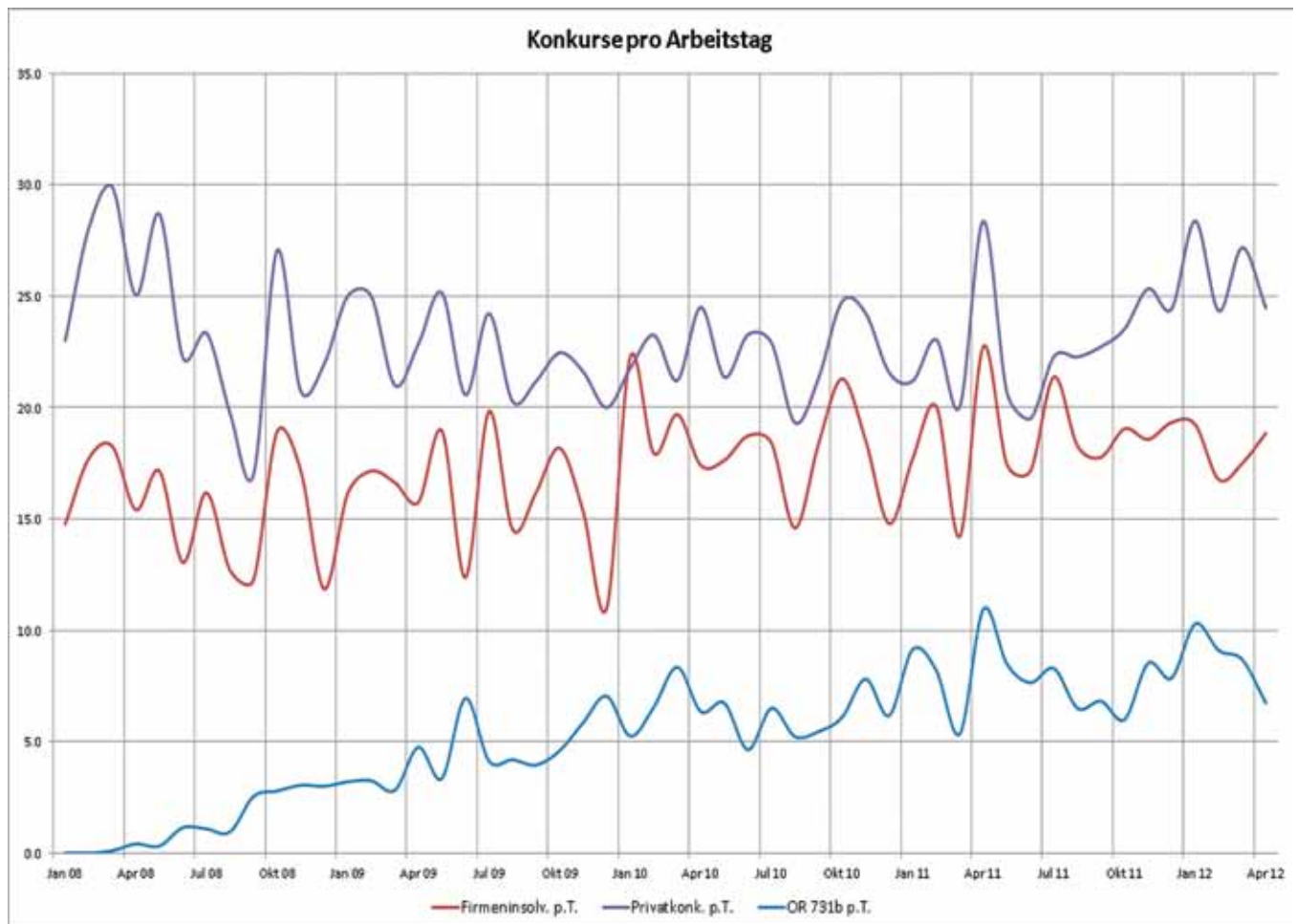
Der beste Weg zu zahlenden Kunden

Das Verständnis des Begriffs Kreditrisiko beschränkt sich meist nur auf die Ausfallwahrscheinlichkeit. Nur Positionen von Kunden mit schlechter Bonität werden als Risiko wahrgenommen. Dabei geht vergessen, dass jeder Kunde ausfallen kann. Erst die Multiplikation der Ausfallwahrscheinlichkeit mit der Kredit- bzw. Rechnungssumme ergibt das tatsächliche Kreditrisiko.

Kreditrisiken kennen

Als erstes gilt es, sich einen Überblick über das bestehende Kreditrisiko zu verschaffen. Ausfälle der letzten Jahre können bestenfalls einen Anhaltspunkt geben. Angesichts der volatilen Wirtschaftslage lohnt sich eine genaue Analyse Ihres bestehenden Kundenstamms. Creditreform bietet seinen Mitgliedern hierfür ein ebenso ausgefeiltes wie einfaches Analyse-Tool. Eine Excel-Liste ihrer aktiven Kunden genügt, um eine klare Übersicht Ihres Kundenportfolios zu erhalten. Finden wir mehr Kunden mit negativer Boni-

tät, als Sie schon aus Ihrer letzten Mahnstufe kennen, empfiehlt sich die Anreicherung Ihrer Kunden mit dem Bonitäts-SCORE. Damit sind Sie in der Lage Kreditlimiten kosteneffizient zu korrigieren und absehbare Verluste zu vermeiden. Wiederkehrende Kunden mit mittleren und grösseren Kreditlimiten sollten mittels risikoadäquatem Bonitätsmonitoring ständig überwacht werden. AlertRISK und AlertPLUS melden Ihnen sofort Veränderungen der Bonitäts-Ampel, beziehungsweise der präziseren Risikoklasse. So gut hatten Sie Ihre bestehenden Risiken noch nie im Griff.



Relevante Daten recherchieren

Auf die Bonitätsprüfung neuer Kunden ist ein besonderes Augenmerk zu richten. Nur bei kleinen Rechnungsbeträgen sind Bonitätsauskünfte ab Datenbank sinnvoll. Gewähren Sie nie hohe Kredite nur aufgrund einer grünen Bonitätsampel auf einer Datenbank. Ab mittleren Beträgen müssen relevante Daten zwingend aktuell recherchiert werden. Eine aktuelle Betreuungsauskunft ist dabei das Mindeste. Für risikoadäquate Bonitätsprüfungen stellt Creditreform eine ganze Palette geeigneter Bonitätsauskünfte mit entsprechender Prognosefähigkeit zur Verfügung.

Das beste Inkasso kostet Sie nichts

Den wichtigsten Beitrag dazu leisten Sie. In unserer langjährigen Erfahrung im Individualinkasso hat sich folgende Vorgehensweise am besten bewährt: Identifizieren Sie Ihre Kunden schon bei der Erfassung. Das vermeidet nicht nur Doppelerfassungen und die Kumulation von Kreditlimiten, sondern auch später viel Ärger. Das kostenlose Creditreform Firmenprofil stellt Ihnen tagesaktuelle Handelsregisterdaten mit korrektem Domizil zur Verfügung. Verwenden Sie auf keinen Fall beliebige Telefonbucheinträge. Und wenn Sie Namens- und Domiziländerungen nicht verpassen wollen, ist unser SHAB-Monitoring AlertDATA genau das Richtige.

Bei Bestellungen per eMail oder Telefon haben Sie im rechtlichen Inkasso keinen Rechtsöffnungstitel. Mit einem Lieferschein oder einer Auftragsbestätigung müssen Sie bei einem Rechtsvorschlag immer noch den ordentlichen Prozessweg gehen. Das Kostenrisiko der Anwaltskosten tragen Sie. Es sei denn, Sie haben dieses Risiko mit unserer CrediCAP Inkassoversicherung abgesichert. Es macht deshalb durchaus Sinn grössere Bestellungen per Fax bestätigen zu lassen. Bitte achten Sie darauf, dass die fünf «W» auf der Bestätigung festgehalten sind: wer, wem, wie viel, wofür, bis wann?

Freundliche Zahlungsaufforderung

Kunden, welche nicht pünktlich zahlen, müssen Sie auffordern dies zu tun. Also schicken Sie eine freundliche Zahlungsaufforderung. Schreiben Sie: «Gerne erwarten wir Ihre Zahlung bis zum 4. Juli 2013. Sollte ein Mangel vorliegen, bitten wir Sie um schriftliche Mitteilung.» Ein unmissverständliches und fett hervorgehobenes Datum ist dabei besser als eine schwammige Frist von 5 Tagen. Schreiben Sie nie 1. Mahnung. Sonst ist jedem klar, dass er noch ruhig die 2. Mahnung abwarten kann. Erheben Sie Mahnspesen. Reagiert Ihr Kunde nicht auf diese zweite Aufforderung, dann schicken

Zur Person

Der Autor Guido Scherpenhuyzen ist seit zehn Jahren Mitglied der Geschäftsleitung des Ostschweizer Kreisbüros der Creditreform. Gerne berät er auch Ihren Betrieb individuell in Sachen Prävention und Forderungsmanagement:

Tel. 071 221 11 24, schgu@st.gallen.creditreform.ch

Stichwort LEADER und Sie bekommen ein nettes Präsent



Sie noch die letzte Zahlungsaufforderung mit dem Hinweis, dass die Forderung nach Ablauf der letzten Zahlungsfrist an Creditreform weitergereicht wird. Unser kostenloser Mahnkleber sorgt dafür, dass Ihre Mahnung gelesen wird. Erheben Sie abermals Mahnspesen. Rufen Sie jetzt Ihren Kunden an und warnen ihn partnerschaftlich vor der Übergabe an Ihren Inkassopartner. Erlassen Sie ihm die Mahnspesen, sofern er sofort bezahlt. Ihr Kunde wird diesen persönlichen Kontakt sehr schätzen – im Gegensatz zu einer Betreibungsandrohung. Sie haben Ihren Kunden damit insgesamt vier Mal gebeten seinen Verpflichtungen nachzukommen. Testen Sie diesen Ablauf für ein halbes Jahr und Sie werden feststellen, dass Sie zufriedener Kunden haben, die früher zahlen. Die Wirkung auf das Zahlungsverhalten ist aber weit besser und bis hier kostenlos!

Sollte Ihr Kunde alle Warnungen ignorieren, schreiben wir ihn nochmals zweimal an. Unsere langjährigen Mitarbeiter treffen dabei immer den richtigen Ton; freundlich und bestimmt. Ihr Kunde soll ja schliesslich Kunde bleiben können. Und damit Sie genau wissen, was wir tun, können Sie jeden Inkassofall rund um die Uhr online überwachen – kostenlos natürlich. Nach Zahlungseingang berechnen wir Ihnen ein angemessenes Erfolgshonorar. Ihr Einverständnis und Wirtschaftlichkeit vorausgesetzt, gehen wir selbstverständlich auch rechtlich und gerichtlich gegen Schuldner mit echten Zahlungsproblemen vor.



Ein Topbanker steigt aus

Er hat der Finanzbranche den Rücken gekehrt – wohlgermerkt vor der Krise. Und das, obwohl er sich in der Branche einen Namen gemacht und viel Geld verdient hat. Zu stark litt er unter der Fremdbestimmung und einem System, das viele Opfer von einem erfordert. Im Gespräch mit Rudolf Wötzel, Ex-Investmentbanker, Hüttenwirt, Coach und Buchautor.

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** zVg.

Rudolf Wötzel, Sie verdienten in der Finanzbranche viel Geld, waren am Puls der Wirtschaft, inmitten des Geschehens. Vermissen Sie nicht manchmal das Adrenalin, die hektischen Momente?

Nein. Das Risiko und der Kick waren nicht der hauptsächlichste Motor für meinen beruflichen Ehrgeiz. Deshalb wurde ich vermutlich wohl auch nicht Trader, sondern ich beriet Konzernchefs bei Firmenübernahmen. Also eine mehr beratende, prozessbezogene Tätigkeit. Natürlich war da fast eine Art Rausch- und Hochgefühl, wenn ein Milliardendeal in die entscheidende Phase kam und intensiv in der Öffentlichkeit besprochen wurde. Im Rückblick muss ich sagen: Der Preis für diesen Kick war zu hoch. Denn die Hektik und der Kick gehen immer einher mit einem stärkeren Mass an Fremdbestimmung und Kontrollverlust.

«45 Jahre lang war ich auf mein Mantra fixiert: Morgen werde ich mein ‚richtiges‘ Leben führen; noch ein paar Jahre durchhalten!»

Schon schwieriger ist die Frage, ob mir die Anerkennung von früher fehlt. Denn die Bestätigung meines Egos, die breite soziale Anerkennung und auch sonstige «Insignien» der Zugehörigkeit zu einer Elite waren sicher Dinge, die mich antrieben.

Also war die Bestätigung des Egos der starke Treiber?

Vermutlich war es eher ein Cocktail, wie Sie ihn bei vielen erfolgsgetriebenen Menschen vorfinden: der starke Wunsch nach Anerkennung; ein letztlich schwaches Selbstwertgefühl, das ständig seine Nahrung aus dem Applaus Dritter und dem Zugehörigkeitsgefühl zu etwas Besonderem – der Elite – bezieht; diffuse, tief verankerte Angst vor dem sozialen Abstieg und der Mittellosigkeit – ein Gefühl, das ich von meinen Eltern, typische Angehörige der deutschen Kriegs- und Nachkriegsgeneration, verinnerlicht habe; schliesslich eine starke Leistungsorientierung, der stete Druck, besser als andere sein zu wollen.

Das tönt enorm anstrengend. Inwiefern hat Sie diese Lebensphase verändert?

Um im Karrierewettlauf mithalten zu können, war ich zu grossen Opfern, Einschränkungen und damit auch Veränderungen bereit. Ich lernte, ein gutes Gespür dafür zu entwickeln, was die Ingredienzien für Erfolg sind: ständige und weitreichende Anpassungen an das, was das System einfordert. So entfernte ich mich von meinen inneren Werten, ordnete meine persönlichen und familiären Bedürfnisse denen meiner Firma unter. Ich verlernte, gut zuzuhören, lebte unter einem zunehmenden Zeitdruck und in einer ständigen inneren Unruhe. Im Ergebnis hatte ich mich quasi selbst von mir entfremdet, wusste gar nicht mehr, für was ich stehe, und fühlte mich irgendwie künstlich, nicht mehr authentisch – und dennoch sehr ichbezogen.

Das Problem an diesen Veränderungen ist: Sie laufen langsam ab, und die Kollegen um einen herum durchlaufen ähnliche Prozesse. Man merkt also zunächst nicht, was passiert. Daher gerät die Veränderung erst dann in den Fokus des eigenen Bewusstseins, wenn man mitten in eine Krise hineingeschlittert ist.

Was läuft in dieser Branche den grundsätzlich falsch? Ist das System an sich krank oder sind es die Player?

Es gibt keinen «Schuldigen». Beide Seiten tragen durch falsche Erwartungen und Verhaltensweisen zur gegenseitigen Entfremdung bei. Aus Sicht des Systems: Moderne, rein monetär ausgerichtete Motivations- und Anreizsysteme gehen an den wahren Bedürfnissen der Führungskräfte vorbei. Menschen suchen Anerkennung, Aufmerksamkeit, Sicherheit, Sinn und persönliches Wachstum. Vergleichbar mit der Erziehung der Kinder: Es ist mühsam und kostet Zeit, sich mit Kindern auseinanderzusetzen, ihnen zuzuhören. Die Versuchung liegt nahe, sich durch materielle Zuwendungen «freizukaufen». So ist es auch in Unternehmen: üppige materielle Kompensation statt inhaltliche Förderung und Gestaltung individueller Entwicklungspfade und Karrieren.



Rudolf Wötzel:
«Der Preis für diesen Kick
war zu hoch.»

Und aus Sicht der Player?

Insbesondere am Beginn einer Karriere können Verhaltensmuster entstehen, die eine nachhaltige Karriere behindern: Alles richtig und fehlerfrei machen, die Erwartungen erfüllen. Mir erscheint es wichtig, sich von diesen Verhaltensmustern zu lösen. Statt dessen sollten sich die Betroffenen fragen, über welche Stärken sie verfügen, was sie gut und gerne machen und, vor allem, wo ihre eigene Grenze liegt. So ist jeder selbst gefordert, sich im Bewusstsein dieses eigenen Standorts konstruktiv im Unternehmen zu positionieren. Aktiv einfordern das zu tun, worin man gut ist.

Würden Sie rückblickend etwas anders machen? Würden Sie beispielsweise früher einen Schlussstrich ziehen?

Umwege sind dann sinnvoll, wenn sie zielführend sind. Es bleibt dann eine reine hypothetische Frage, ob der «direkte» und schnelle Weg besser gewesen wäre – und wer sagt denn, dass der vermeintliche Umweg nicht sogar der kürzeste Weg war?

Der radikale Bruch birgt in sich die Chance, dass sich die Frage um «verschwendete kostbare Zeit» erst gar nicht stellt. 45 Jahre lang war ich auf mein Mantra fixiert: Morgen werde ich mein «richtiges» Leben führen; noch ein paar Jahre durchhalten! Ich lebte also in Erwartung einer diffus glücksbringenden Zukunft – an der Gegenwart komplett vorbei. Und dann liess ich zu, tatsächlich im Jetzt zu leben. Ein unglaublicher Effekt! In dem Augenblick, in dem Sie dem Augenblick mehr Wert verleihen, mindern Sie das Gewicht von zukunftsgerichteten Ängsten und vergangenheitsbezogenem Bedauern.

Ein Wandel ist aber nicht einfach. Was benötigten Sie für sich, um den Absprung zu schaffen?

Eine handfeste Lebenskrise. Burn-out, eine tiefe Sinnkrise, das Gefühl, am Leben vorbei zu leben. Äusserlich Wohlstand und Ansehen anhäufen, aber innerlich verarmen. Mir war bewusst, dass ich mit Vollgas auf eine Betonwand zusteuerte. Massive gesundheitliche Probleme häuften sich, auch die Angst zu versagen und es nicht mehr zu schaffen. Doch dieser Leidensdruck alleine genügte nicht, um abzuspringen. Menschen sind recht leidensfähig, und man ver-

liert schlichtweg die konkrete Vorstellung, wie das Leben auch anders verlaufen könnte.

Dazu kam, als positives Gegengewicht, die Vision zu einem ganz neuartigen Lebensprojekt – in meinem Fall die Durchquerung der Alpen zu Fuss, an einem Stück, von Ost nach West, von Salzburg nach Nizza. In diesem Wunsch manifestierten sich alle meine positiven Kindheitserinnerungen: Natur, Berge, draussen sein, einfach leben. Quasi der Wunsch nach dem Rückzug in sich selbst, zu seinen Wurzeln.

Als Drittes schliesslich, der Auslöser, ein untrüglisches Signal zum Aufbruch. Das kann eine Begegnung mit einem Menschen sein, ein scheinbarer Zufall, ein Traum. Sie spüren dann ganz deutlich, dass Sie handeln müssen.

Ist das Aus- beziehungsweise Umsteigen einfacher, wenn man sich in finanzieller Sicherheit wiegen kann?

Das kann den Neuanfang erleichtern, aber auch erschweren. Mit zunehmender Bildung und Vermögen steigen auch die Ansprüche an sich und das Leben, oft exponentiell. Ebenso die Abhängigkeit der Anerkennung durch Dritte. Es ist wie eine Spirale, die nur eine zwanghafte Richtung nach oben kennt und Privilegierte zu Getriebenen macht. Höhe ist auch Fallhöhe: Wer viel hat, hat auch viel Angst vor dem Verlust. Ich habe Menschen kennengelernt, sogar Familien, die haben mit minimalem Vermögen den Neuanfang gewagt. Und diesen Schritt niemals bereut.

Über was definieren Sie sich heute?

Der Landwirt würde sagen: Statt Monokultur nun Fruchtfolge! Ich geniesse ein Nebeneinander von Dingen, die sich ergänzen und abwechseln. Im Sommer betreibe ich eine Berghütte in den Bündner Bergen – das «Gemsli» bei Klosters – und unternehme geführte Wanderungen, im Winter halte ich Vorträge und Seminare, berate als Coach Führungskräfte und Unternehmer bei ihrer beruflichen und persönlichen Lebensgestaltung. Schliesslich schreibe ich weiter mit Vergnügen Bücher. All das im Einklang mit meinem Familienleben.

Networking-Tag St.Gallen

Unter dem Motto «Alles erreicht – und jetzt?» findet am 6. September 2013 der Networking-Tag der Alumni der Fachhochschule St.Gallen (FHS) statt. Unter den Referenten sind: alt Bundesrat Hans-Rudolf Merz, Marathonsportler Viktor Röhlin, Kommunikationslegende Beatrice Tschanz, Showmaster Beni Turnheer, Ex-Topbanker Rudolf Wötzel, Unternehmer Daniel Model und Gastronom Köbi Nett. Der Anlass ist öffentlich und kostet mit Essen 270 respektive 240 Franken für Frühbucher bis 30. Juni. Wer Mitglied der FHS Alumni ist, bezahlt hundert Franken weniger. Anmelden kann man sich bis Freitag, 23. August, auf www.networkingtag.ch oder unter 071 226 14 01. Der LEADER ist Medienpartner der Veranstaltung.



R. Kostgeld

Ralf Kostgeld

Creative Director, Mitglied der Geschäftsleitung, AMMARKT AG, Agentur für Strategie, Marketing & Werbung

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?

Mit wandernden Parfümflaschen. Als Umzugsanzeige-illustration für eine österreichische Parfümserie-Kette, während der Kunstgenossenschaft-Zeit → als ich 16 war. Ich glaube es waren 200 Franken für 2 Tage Arbeit (vielleicht aber auch Schilling.)



Hatten Sie als Kind einen andern Berufswunsch?

Ja, für kurze Zeit wollte ich Tennisprofi werden. Habe als Kind gerne und oft beim TC St. Otmar gespielt.

Gibt es eine Sache, die Sie noch unbedingt nachholen möchten?

Eigentlich nicht. Aber es gibt noch viele Sachen, welche ich noch machen möchte wie z. Bsp. einen Yogakurs oder einen vietnamesischen Kochkurs.

Was bedeutet Ihnen Erfolg?

Bin da mit Bob Dylan absolut einig: Ein Mensch ist erfolgreich, wenn er zwischen aufstehen und schlafen gehen das tut, was ihm gefällt.

Welchen Luxus gönnen Sie sich ab und zu?

Dass ich mir genug Zeit nehme, um bewusst die kleineren Momente im Alltag zu genießen. Das kann schon nur ein 7-minütiges Musikstück am Mittag sein. Jedoch ab und zu auch ein schönes Designer-Kleidungsstück, weil ich Freude an raffinierten Stoffen und Schnitten habe.

Welche Ostschweizer Persönlichkeit bewundern Sie?

Albert Kienzler. Er hat's geschafft ein aus der Stickerei-Tradition gewachsenes Unternehmen mit zeitlosem Stil und Kreativität erfolgreich in die Zukunft zu führen.

Welche Lektüre kann Sie vom Schlafen abhalten?

Momentan hält mich die Sprache der Musik vom Schlafen ab: Youtube-Filme und Artikel über die koreanische Stargeigerin Sayung Yoon, welche ich vor ein paar Tagen live erleben durfte als sie Tango Nuevo von Astor Piazzola spielte. Betörend!

in kürze

LEADER

› Weigelt im Fachhochschulrat

Der Fachhochschulrat der FHO Fachhochschule Ostschweiz wählte Kurt Weigelt, Direktor der IHK Industrie und Handelskammer St. Gallen-Appenzell, als Wirtschaftsvertreter in den Fachhochschulrat Ostschweiz. Er tritt die Nachfolge von Max R. Hungerbühler, Bischoff Textil AG, an.

› Referenten am KMU-Tag

Der Schweizer KMU-Tag 2013 findet am 25. Oktober statt. Referenten sind Fitness-Guru Werner Kieser, Olympia-Legende Hans Leutenegger, HSG-Professor Oliver Gassmann, Unternehmer Oliver Reichenstein, die frühere Fussballerin und heutige Autorin Katja Kraus und Erfolgsautor Hermann Scherer.

› Notenstein baut Asset

Management aus

Die Notenstein Privatbank positioniert sich im aufstrebenden Asset-Management-Markt: Mit der im April 2013 gegründeten TCMG Asset Management AG baut das St. Galler Bankhaus die Expertise im Bereich Asset Management aus.

› Profitabel für Firmen und Familien

Immer mehr Unternehmen verstärken ihre Anstrengungen in Richtung einer familienfreundlichen Firmenkultur. Aktiv dabei unterstützt werden sie vom Verein Familienplattform Ostschweiz (FPO). Seit kurzem sind die Firmen Hilti, Swarovski und Ivoclar Vivadent im Fürstentum Liechtenstein Mitglied der FPO.

› Verkauf geprüft

Die St. Galler Kantonalbank (SGKB) überprüft die künftige Strategie ihres grenzüberschreitenden Vermögensverwaltungsgeschäfts. Im Zuge davon werden verschiedene Optionen geprüft. Dies beinhaltet auch den allfälligen Verkauf einzelner Bereiche der HypoSwiss Tochtergesellschaften.

Schweiz und Hoeness als Opfer

Wir hatten es schon einfacher mit den Deutschen:

Im «Grossen Kanton» herrscht Wahlkampf. Parteien und Politiker machen gezielt Stimmung gegen die «Steueroase» Schweiz. von Roland Rino Büchel

Der Präsident des FC Bayern, Uli Hoeness, ist zum Sinnbild geworden. Nicht als höchst erfolgreicher Präsident des FC Bayern, sondern als «Steuerverbrecher». Lassen wir die Kirche im Dorf: Hoeness wird für seine möglichen Fehler geradestehen – und er hat in seiner Geschäftstätigkeit an der Spitze des FC Bayern und als Wurstfabrikant niemanden bestohlen.

Deutsche Behörden hingegen kaufen Bankdaten, die in der Schweiz von Verbrechern geklaut wurden. Diese Hehlerei wird als Akt der «Gerechtigkeit» verkauft. Kürzlich sprach ich in Berlin mit hohen Politikern und Spitzenbeamten. Seither habe ich keinen Zweifel mehr, dass in Deutschland bis zu den Wahlen im September noch weitere prominente «Steuerverbrecher» auffliegen werden. Das hilft der Politik, einem Spitzensteuersatz von schauderhaften 49% den Weg zu ebnen.

Heitere Schlagerstimmung

Wer anständig verdient, soll im Namen der «Gerechtigkeit» jedes Jahr bis in den Sommer hinein exklusiv für den Staat arbeiten. Dazu kommt eine Mehrwertsteuer von 19 Prozent. Trotz all dieser Mittel kommt der Staat nicht auf ein annähernd ausgeglichenes Budget. Sogar kleinste Bundesländer sind mit zweistelligen Milliardensummen verschuldet. Wenn Sie die detaillierten Zahlen dazu sähen, stünden Ihnen die Haare zu Berge.

Ob all dieser Tatsachen ist manch einer froh, dass es einen Fernsehapparat gibt. Wer sich im verregneten Frühjahr durch deutsche Programme zappte, stellte fest: Die Schweizer Metzgerstochter Beatrice Egli hat sich im «Grossen Kanton» in die Herzen der Zuschauer gesungen. Das «Schlagersünneli» aus der Innerschweiz brachte und bringt eine heitere Stimmung in den trüben deutschen Alltag.

Unruhige Zeiten für die Schweiz

Für Sturm ist einmal mehr die Politik besorgt. Der Peitsche knallende Cüpli-Sozialist Peer Steinbrück will Kanzler werden. Im Windschatten des lauten Mannes lärmen viele mit. Die opportunistischen Politiker behandeln Uli Hoeness und andere Prominente nach dem System «Zuckerbrot und Peitsche». Es ist ein Ansatz, der auch im Umgang mit der Schweiz gewählt wird: Zuneigung und Abneigung gegenüber uns wechseln sich ab wie Wind und Wetter in diesem Frühling.

Konstanz hat in Deutschlands Politik keine Konjunktur. Wie auch? Vierzig Prozent der Bürger entscheiden erst in den letzten beiden Tagen vor den Wahlen, welcher Partei sie die Stimme geben. Die Politiker wissen das; sie bewirtschaften diese Wankelmütigkeit. Genau darum stehen uns Schweizern unruhige Monate bevor. Die Sommerstürme werden heuer aus Richtung Norden wüten.



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

Sieg der Vernunft

Raucher dürfen aufatmen, sozusagen: Der Kanton St.Gallen lockert sein totalitäres Rauchverbot und lässt bediente Fumoirs wieder zu. Damit nimmt er seine eigene paradoxe Regelung zurück, dass in Raucherzimmern wohl abgeräumt, aber nicht bedient werden darf. von Stephan Ziegler

Päpstlicher als der Papst wollte er sein, der Kanton St.Gallen, und hat sich 2009 das strengste Nichtrauchergesetz der Deutschschweiz gegeben. Der Lungenliga gelang es damals, einen Teil des St.Galler Stimmvolks mit dem wohlklingenden Titel «Schutz vor Passivrauchen» für ihre Anti-Raucher-Initiative zu gewinnen. Bei deren Umsetzung zeigte sich aber, dass die Initiative zuwenig durchdacht war. So darf das Personal in Fumoirs nichts servieren, dort saubermachen aber sehr wohl...

Als Reaktion auf die fundamentalistische Initiative lehnte das St.Galler Stimmvolk 2012 das eidgenössische Pendant überdeutlich ab – die schlechten Erfahrungen im eigenen Kanton liessen fast 70 Prozent aller St.Gallerinnen und St.Galler Nein sagen zu einer schweizweiten Verschärfung. Dass die jetzige Regelung unsinnig ist, hat das St.Galler Kantonsparlament nun erkannt und die Bestimmungen gelockert. So dürfen abgetrennte Fumoirs wieder bedient werden. Eine vernünftige Lösung, ist doch schwer einzusehen, warum das Personal – in den allermeisten Fällen gegen

seinen Willen – beim Bedienen vor Rauch geschützt werden müsste, nicht aber beim Abräumen. Noch weniger einzusehen ist allerdings, warum sich der Staat hier überhaupt einmischen muss – aber dieser Zug ist bereits abgefahren, Lungenliga sei Dank.

Von Schreibtischtätern ausformulierte Gesetze taugen in der Praxis selten etwas. Dass er das zugeben konnte, dafür zollen wir dem Kantonsrat Respekt. Ein Sieg der Vernunft über eine Gesinnungszwängerei, mit der eine kleine, aber gut organisierte und orchestrierte Gruppe der Mehrheit vorschreiben wollte, wie sie zu leben habe. Mit einem kleinen Wermutstropfen: das etwas irritierende Verhalten der FDP («Die Liberalen»), die sich zusammen mit Rot-Grün gegen eine Lockerung und damit gegen ein wirtschaftsfreundlicheres Konzept eingesetzt hat.

Trotzdem wurde ein Kompromiss gefunden, mit dem zwar – in gut schweizerischer Tradition – niemand richtig zufrieden ist, aber auch niemand gänzlich unzufrieden. Chapeau!

Publitem

Logistik2000 bündelt die Importprozesse

In kaum einem anderen Land im Europäischen Wirtschaftsraum entstehen beim Warenimport so hohe Kosten wie in der Schweiz. Frachten, Zölle, Vorlageprovisionen usw. bestimmen das Bild einer klassischen Import-Speditionsrechnung. Um die Kosten im Rahmen zu halten, ist es wichtig, dass die Importprozesse gebündelt werden. Logistik2000 AG bietet hier-

für neue Möglichkeiten: Die Lieferanten melden Ihre Sendungen direkt beim Schweizer SPOC «Single Point of Contact» an, und dieser managt den gesamten Beschaffungsablauf wie Abholzeitpunkt, Ankunftsavisos usw. Gerne kümmert sich der Diepoldsauer Spediteur auch um die Ausfuhrabfertigung im Abgangsland. Planbare Warenankunftszei-



ten und somit eine planbare Produktion, geringe Frachtkosten sowie klare Kosten für die Zollabfertigung sind hauptsächlich die Vorteile dieser Vorgehensweise. Herr Arno Rhomberg berät Sie gerne bei sämtlichen Fragen! arno.rhomberg@logistik2000.ch Tel. +41 (0)71 747 10 00 www.logistik2000.ch



LEADER 6/2013

Magazin LEADER
MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
Postfach 1235
9001 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)
baumgartner@leaderonline.ch
Dr. Stephan Ziegler
Stefan Millius
Daniela Winkler

Autoren in dieser Ausgabe: Pierin Vincenz, Walter Müller, Sven Bradke, Michael Götze, Karin Keller-Sutter, Marcel Mosimann, Christian Schmid, Norbert Hodel, Yvonne Gilli, Barbara Gysi, Walo Hegelbach, Roland Rino Büchel

Fotografie: Bodo Rüedi
Tiziana Secchi

Herausgeberin, Redaktion und Verlag: MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
9001 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: Daniela Ritz
info@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: Tammy Rühli
truehli@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

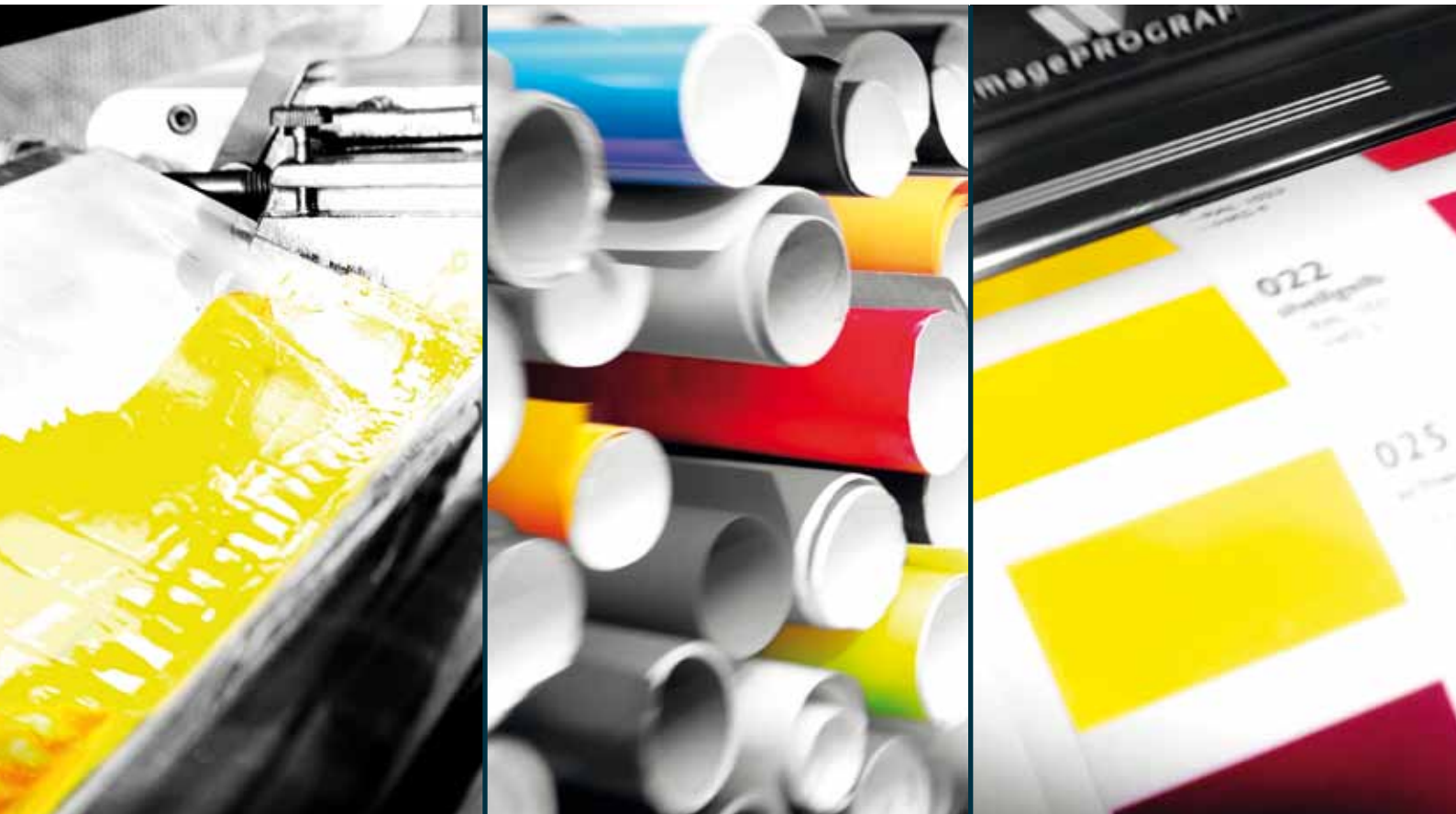
SONDEREGGER DRUCK
WEINFELDEN

GRAF DRUCK
FRAUENFELD

REPRO DESIGN
FRAUENFELD

REPRO DESIGN
WEINFELDEN

[**net**-to-print.ch]



4 Firmen – Alles aus einer Hand.

Offsetdruck

Sonderegger Druck AG
Marktstrasse 26
8570 Weinfelden
Telefon +41 (0)71 626 23 70
www.sondereggerdruck.ch
info@sondereggerdruck.ch

Graf Druck AG
Zürcherstrasse 286
8500 Frauenfeld
Telefon +41 (0)52 722 19 19
www.grafdruck.ch
info@grafdruck.ch

Digitaldruck und Beschriftungen

Repro Design GmbH Frauenfeld
Zürcherstrasse 286
8500 Frauenfeld
Telefon +41 (0)52 720 77 66
info@repro.ch
www.repro.ch

Öffnungszeiten
Montag bis Freitag 8.00 bis 18.30 Uhr

Repro Design GmbH Weinfelden
Marktstrasse 6
8570 Weinfelden
Telefon +41 (0)71 414 77 66
weinfelden@repro.ch
www.repro.ch

Öffnungszeiten
Montag bis Freitag
9.00 bis 12.30 Uhr / 13.30 bis 18.00 Uhr

Webshop für Drucksachen

Net-to-print GmbH
Marktstrasse 26
8570 Weinfelden
www.net-to-print.ch

F-TYPE

ZEIT FÜR EINE NEUE LEGENDE. ENTDECKEN SIE DEN BRANDNEUEN JAGUAR F-TYPE.

Mit dem brandneuen F-TYPE geht der würdige Nachfolger des legendären E-TYPE an den Start. Und wie sein Vorgänger begeistert der F-TYPE mit vollendetem Design und fantastischen Fahrleistungen. Die Zeit ist reif für die neue Legende. Erleben Sie den neuen F-TYPE ab Juni 2013 bei Ihrem JAGUAR-Fachmann.

WWW.F-TYPE.CH



Emil Frey AG, Autopark Ruga St. Gallen
Molkenstrasse 3-7, 9006 St. Gallen
Telefon 071 228 64 64, www.emil-frey.ch/autopark

