



Schützengarten-CEO Reto Preisig:

## Spagat zwischen Tradition und Zukunft

Seite 22

Konform AG:

## Phönix aus der Asche

Seite 30

### Spitalplanung unter Beschuss

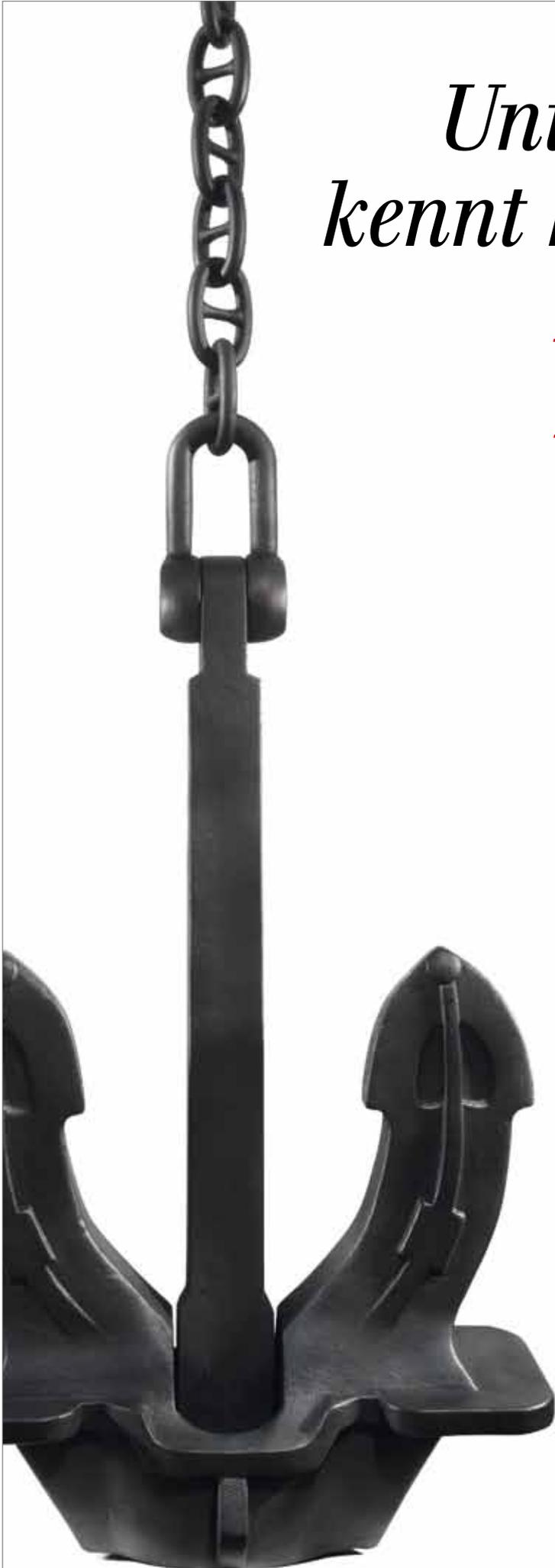
Die St.Galler Regierung will in einer ersten Phase 932 Millionen Franken in Spitalbauten investieren. Die IHK kontert mit einer eigenen Studie. Eine Auslegeordnung.

Ab Seite 6

► Seite 66



logistik2000.ch



*Unternehmergeist  
kennt keine Grenzen.  
Erfolgreich im  
Aussenhandel.*

**Jetzt beraten lassen:**  
Telefon 0844 853 002  
[www.ubs.com/kmu-international](http://www.ubs.com/kmu-international)

**Finanzierungen und Absicherungen  
sind unser Handwerk seit 1862.**

Ob Sie als Produzent Exportmärkte beliefern oder mit Niederlassungen im Ausland vertreten sind: UBS bietet Ihrem Unternehmen, was Ihre internationalen Geschäfte erfolgreich unterstützt. Sie profitieren von individuellen Lösungen für Finanzierungen und Risikoabsicherungen sowie von gezielten Angeboten zu Devisen, Zahlungsverkehr und Cash Management. Dank der aktuellen und fundierten Analysen unseres weltumspannenden Experten-netzes verfügen Sie über die relevanten Informationen zu Ihren ausländischen Märkten.

*Wir werden nicht ruhen*





## Politische Abrissbirnen

Am Ende eines politisch und wirtschaftlich bewegten Jahres kann man unsere Gesellschaft in zwei Gruppen aufteilen. Da sind die einen, die machen, die bewegen, die initiieren und auslösen – und dafür auch persönlich viel riskieren. Die Macher eben. Und da sind die anderen: Aus der sicheren Deckung eines fix besoldeten Arbeitsplatzes, vornehmlich bei der öffentlichen Hand oder bei einer Gewerkschaft, nehmen sie die Macher unter Beschuss. Nicht, indem sie ihrerseits etwas bewegen oder auslösen, sondern indem sie das bekämpfen, was die Macher erarbeitet haben. Grenzenlose Umverteilung des Wohlstands, staatliches Lohndiktat, massive Eingriffe in die Unternehmensfreiheit: Danach steht es diesen Leuten, die nicht machen, sondern nur immer wollen. Ein Merkmal dieser Aktivisten ist es, dass sie das, was sie umverteilen, begrenzen oder regulieren wollen, nicht selbst erwirtschaften. Sie warten geduldig, bis die Macher ihren Job erledigt haben – dann erst werden sie aktiv. Bildhaft gesprochen handelt es sich um politische Abrissbirnen, die das, was andere aufbauen, nachhaltig beschädigen und danach beklagen, dass der Bau nicht makellos sei. Dieses Spiel geht solange gut, bis die Macher die Lust daran verlieren und beschliessen, nicht weiter den Baumeister zu spielen.

Vermutlich hat es diese Aufteilung in der Geschichte der Menschheit schon immer gegeben. Beunruhigend ist jedoch, dass inzwischen immer mal wieder eine Mehrheit der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger auf die Linie der Möchtegerne einschwenkt. Davon beflügelt, werden diese immer aktiver. Auch wenn nicht alles zum Erfolg führt, fühlen sich die Anti-Macher offenbar im Aufwind. Abzocker-Initiative, 1:12, Mindestlohn: Viele ihrer destruktiven Ideen schafften es an die Urne oder sind auf dem Weg dorthin, und gelegentlich findet sich sogar eine Mehrheit. Die Frage, die wir am Ende des ausgehenden Jahres stellen müssen: Wann wird es den Machern zu bunt, wann legen sie die Hände in den Schooss und beschliessen, nicht weiter Aufbauarbeit zu leisten, nur um danach die Abrissbirnen auffahren zu sehen? Wir sollten es nicht darauf ankommen lassen, die Antwort auf diese Frage je zu erhalten.

Natal Schnetzer  
Verleger

Anzeige



Merger & Acquisition  
Steuern & Recht  
Immobilien  
Treuhand

KLAR KANN MAN DEN WERT  
IHRER FIRMA AUCH PI MAL  
DAUMEN SCHÄTZEN.

**Die Frage ist  
nur, wie viel  
Sie dabei  
verlieren.**

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

**awit**  
Zusammen einfach mehr



ABACUS   
version internet

## ABACUS Business Software goes mobile

ABACUS bringt Bewegung in Ihr Business.  
AbaSmart, die App für das iPad, informiert  
Sie schneller, macht Sie und Ihre Mitarbeiter  
effizienter und flexibler:

- > Unterwegs Leistungen, Spesen, Stunden erfassen, Rapporte ausfüllen, Adressen und Projektdaten bearbeiten und sofort mit der Software in Ihrem Unternehmen synchronisieren
- > Überall und jederzeit Stammdaten und Standardauswertungen einsehen

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

 **ABACUS**  
business software



# Neue Ordnung nach Grossbrand

Jvo Ruppner, Konform AG

Seite 30

- 6 Regierungsrat Willi Haag**  
Spitalplanung unter Beschuss
- 10 IHK-Direktor Kurt Weigelt**  
«Es gelten Denk- und Redeverbote»
- 14 Statements**  
Was Kantonsräte zur IHK-Studie sagen
- 18 Clenia Littenheid AG**  
Im Gespräch mit Elisabeth Möller und Daniel Wild
- 22 Reto Preisig, CEO «Schützengarten»**  
Mit der Brauerei auf Erfolgskurs
- 34 Konzeptlabor**  
Rucksacktouristen im Visier
- 38 Modelabel «aéthérée»**  
Von St.Gallen in die ganze Welt hinaus
- 42 Rheintal Event AG**  
Die Köpfe hinter der neuen Messe
- 45 Swiss Cancer Foundation**  
Wirtschaft im Kampf gegen den Krebs
- 46 Fasswerk Hämmerle**  
Aussen Tradition, innen Design
- 50 STARTglobal**  
Startup-Schmiede der HSG
- 52 Zukunft Ostschweiz**  
Arbeitsmarkt mit Aufholpotenzial
- 54 BPR Werbeagentur AG**  
Grenzenlose Kommunikation
- 60 Impressionen**  
EY-Unternehmerpreis-Verleihung
- 62 Handschriftlich**  
Architekt Carlos Martinez

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

# Spitalplanung unter Beschuss

**Die St.Galler Regierung will in einer ersten Phase 932 Millionen Franken in Spitalbauten investieren. Die IHK kontert mit einer eigenen Studie: Die Regierungsvorlage führe zu Spitalschliessungen auf Raten. Die Regierung ihrerseits hält den alternativen IHK-Vorschlag für nicht finanzierbar. Die Spitalpolitik des Kantons St.Gallen ist ein heisses Eisen. Dabei sieht Regierungsrat Willi Haag gar keine grossen Differenzen zwischen den beiden Strategien. Wie kommt das?**

Text: Marcel Baumgartner Bild: Bodo Rüedi

Ein kurzer Rückblick: Die Ablehnung einer neuen Spitalplanung 1995 durch den St.Galler Kantonsrat sowie die Ankündigung der Schliessung der Spitäler Wil und Rorschach sowie etwas später auch Altstätten und Flawil waren der Auslöser eines Baumratoriums für Spitalbauten. Grössere Investitionen für Spitalbauten sollten erst wieder getätigt werden, wenn Klarheit über die langfristige Spitalstrategie besteht. Während rund 15 Jahren wurde folglich nur das Nötigste investiert. Nun besteht Handlungsbedarf. Die St.Galler Regierung will die kantonalen Spitäler – in einer ersten Phase – für 932 Millionen Franken sanieren und ausbauen.

## Grösste Differenz laut Haag: Die Vorlagen der Regierung sind auch finanziell realisierbar, jene der IHK in dieser Hinsicht utopisch.

Das Parlament wird die Vorlagen im Rahmen der um einen Tag verlängerten Februarsession 2014 behandeln. An Themen dürfte es nicht fehlen. Denn: Geht es nach der IHK St.Gallen-Appenzell, soll die seit 2005 aufgebaute und vom Kantonsrat explizit beschlossene Strategie der Regierung ordentlich auf den Kopf gestellt werden. So zumindest die allgemein herrschende Meinung. Für FDP-Regierungsrat Willi Haag indes liegen die Forderungen der IHK in den Grundzügen gar nicht so weit mit jenen der Regierungsvorlagen auseinander. Grösste Differenz laut Haag: Die Vorlagen der Regierung sind auch finanziell realisierbar, jene der IHK in dieser Hinsicht utopisch.

### Einsparungen ohne Schliessungen

Seit der Spitalreform «Quadrige I» bestehen im Kanton St.Gallen vier Spitalverbunde (siehe Box). Mit «Quadrige II» wurden per 2006 zudem die politi-

schen Entscheidungsträger wieder stärker in die Führungsstrukturen eingebunden und die Koordination zwischen den Spitalregionen verbessert. Damit konnten Synergien besser genutzt und Leistungen systematisch konzentriert werden. Der Auftrag des Parlaments an die Regierung war klar: Leistungskonzentrationen und Synergiegewinne ohne Schliessung von Standorten. «Daran haben wir uns zu halten und darauf basiert nach wie vor unsere Spitalplanung», erklärt Willi Haag.

### «HFutura» will fünf statt neun Spitäler

Doch noch bevor besagte Planung inklusive der konkreten Vorschläge von der Regierung am 7. Oktober präsentiert wurde, schoss die IHK mit einer von ihr in Auftrag gegebenen Studie mit Namen «HFutura» gegen die regierungsrätlichen Pläne und setzte damit die politische Diskussion schon frühzeitig in Gang (siehe auch Interview mit Kurt Weigelt in dieser Ausgabe). Hauptdifferenz der beiden Strategien: Während die St.Galler Regierung die bestehende Spitalinfrastruktur in den nächsten Jahren und Jahrzehnten für rund 1.7 Milliarden Franken gemäss Beschluss des Kantonsrates an den bestehenden Standorten erneuern und sanieren will, sieht die IHK die Zukunft des kantonalen Gesundheitswesens in einer Konzentration auf fünf Spitäler, wovon drei komplett neu gebaut werden sollen. Vier Spitäler sollen neu zu Ambulatorien umgenutzt werden. Die IHK rechnet hierfür mit Investitionen in der ähnlichen Grössenordnung, wie es die Planung der Regierung für die nächsten Jahre vorsieht.

### Standorte unsicher?

Nach Bekanntgabe der Spitalbauvorlagen der Regierung am 7. Oktober 2014 folgte schliesslich eine weitere Medienmitteilung der IHK. Darin warnt sie davor, dass die Regierungsvorlagen zu Spitalschliessungen auf Raten führten. «Das Versprechen eines



*FDP-Regierungsrat Willi Haag:*

*«Ob diese Wertvernichtung im Sinne einer  
IHK wäre, wage ich stark zu bezweifeln.»*

Gesamtbildes über die künftige Spitallandschaft kann die regierungsrätliche Vorlage nicht einlösen. Die Zukunft der Standorte Wil, Flawil, Rorschach und Walenstadt bleibt offen.» In der Tat behandeln die sechs Bauvorhaben der Regierung ausschliesslich die Standorte St.Gallen (Investitionen von 400 Millionen Franken) inklusive Neubau Ostschweizer Kinderspital (Kantonsanteil 125 Millionen), Grabs (Neubau für 137 Millionen), Linth (Investitionen von 100 Millionen) sowie Altstätten und Wattwil (Investitionen von je 85 Millionen).

Laut Willi Haag sind aber auch die weiteren Standorte in die Gesamtstrategie eingeplant und im langfristigen Gesamtfinanzbedarf enthalten, sollen jedoch nicht in der ersten Phase realisiert werden. «Wir haben keinen einzigen Standort ausser Acht gelassen. In unserer auf mehrere Jahre ausgerichteten Planung beziehen wir Entwicklungen wie die neue Spitalfinanzierung mit freier Spitalwahl, die Knappheit von Fachpersonal, neue Prozessabläufe, weitere Leistungskonzentrationen, Synergiegewinne, Spezialisierungen sowie neue technische und medizinische Fortschritte mit ein. Es wäre daher unseriös, schon heute verbindlich zu sagen, wie hoch dereinst die Investitionen in Standorte wie Wil, Flawil, Rorschach oder Walenstadt ausfallen werden.»

## Mit den geplanten Investitionen würden rund 90 Prozent Neubauten erstellt, der restliche Anteil in Erneuerungen investiert.

Und dass die IHK der Regierung vorwerfe, ihre Vorlagen führe zu Spitalschliessungen auf Raten, löst bei Haag nur Erstaunen aus: «Ich kann das nicht nachvollziehen. Es ist doch die IHK, die vier Spitäler zu Ambulatorien umfunktionieren und reduzieren möchte. Erst macht sie sich stark für eine noch stärkere Konzentration – und dann macht sie sich plötzlich Sorgen um Schliessungen? Das geht für mich nicht auf.»

### Nicht Gegenstand der Vorlage

Die St.Galler Regierung hält an ihrer Spitalplanung fest – und an den zwei Botschaften mit sechs Bauvorlagen im Umfang von 932 Millionen Franken. Das stiess unter anderem SVP-Fraktionschef Michael Götte sauer auf: «Die Regierung ignoriert die IHK-Studie völlig. Zu behaupten, sie hätte sie in ihre Erwägungen einbezogen, ist eine Farce», kritisierte er im St.Galler Tagblatt. Das lässt Willi Haag nicht auf sich sitzen: «Die Bauvorlagen der Regierung sind das Resultat einer achtjährigen intensiven Planungs- und Projektierungszeit mit gründlicher Bedarfsanalyse und Architekturwettbewerben an allen Standorten sowie detaillierten Projektentwicklungen und Kostenberechnungen.»

Die IHK-Studie sei in den letzten paar Monaten entstanden und enthalte interessante Überlegungen und Gedankenanstösse für die Weiterentwicklung der künftigen Spitallandschaft. «Sie spricht vor allem Spitäler an, die gar nicht Gegenstand der Spitalvorlagen sind. Aufgrund von Gedankengängen einer Studie fertig projektierte Bauvorlagen zu verändern, wäre nicht seriös und innert weniger Wochen auch völlig unmöglich», so Haag weiter.

### Unterschiede und Übereinstimmungen

Die Regierung hat die Überlegungen innerhalb der sechs Wochen bis zur Abgabe der Bauvorlagen zwar nicht mehr einbauen können, hat in einem Papier jedoch Vergleiche gezogen. Wo also bestehen die grössten Unterschiede und wo gibt es Übereinstimmungen?

**Strategie:** Beide – IHK wie Regierung – anerkennen die Netzwerkstrategie mit Leistungskonzentrationen als richtig. Und beide gehen vom selben Bedarf an Betten (total ca. 1370) aus.

**Trends:** Die IHK möchte weniger, dafür grössere Spitäler und rechnet damit mit höheren Investitions-, aber tieferen Betriebskosten. Die Regierung setzt weiterhin auf die Netzwerkstrategie und will die stationäre Grundversorgung wohnortsnah stärken. Während die IHK auf mehr ambulante Dienstleistungen setzt, möchte die Regierung diese «bedarfsorientiert» gestalten. Eine flexible Bauweise ermöglicht laut Regierung künftige Umnutzungen und Anpassungen.

**Baukosten:** Der bauliche Handlungsbedarf ist von beiden Seiten unbestritten. Die IHK rechnet mit Kosten von total rund 1,7 Milliarden Franken, die Regierung kommt mit den 932 Millionen für die erste Phase und noch nicht genau bezifferten Investitionen für eine Phase 2 in ähnliche Dimensionen.

**Termine:** Die Volksabstimmung der Regierungsvorlagen ist für November 2014 vorgesehen. Laut Willi Haag können bereits 2015 mit den ersten Arbeiten begonnen werden. Noch unklar ist, wie der Zeitplan bei den IHK-Neuprojektierungen aussehen würde. Projekte auf der grünen Wiese sind zwar tendenziell schneller erstellt, jedoch müssten diese Wiesen noch gefunden und die ganzen Planungs- und Projektierungsarbeiten gestartet werden.

**Kantonsspital St.Gallen:** Die Regierung möchte am bestehenden Standort 400 Millionen investieren. Die IHK sieht einen Neubau auf der grünen Wiese für 970 Millionen vor.

**Spitalstandorte Wattwil und Linth:** Hier bestehen keine grossen Differenzen. Sowohl die IHK als auch

die Regierung würden 85 Millionen in Wattwil investieren. Ebenso deckungsgleich ist der Betrag von rund 100 Millionen in Linth.

**Spitalstandorte Altstätten:** Die Regierung schlägt Investitionen von 85 Millionen vor, die IHK eine Umnutzung zu einem Ambulatorium für 25 Millionen.

**Spitalstandorte Grabs:** Die Regierung schlägt Investitionen von 137 Millionen für einen Neubau vor, die IHK den Neubau auf der grünen Wiese für 300 Millionen.

## Der Auftrag des Parlaments an die Regierung war klar: Leistungskonzentrationen und Synergiegewinne ohne Schliessung von Standorten.

**Spitalstandort Wil:** Hier sieht die Regierung vorerst keinen dringenden Handlungsbedarf. Die IHK schlägt den Neubau auf der grünen Wiese für 130 Millionen vor. Der Standort Wil ist nicht Gegenstand der aktuellen Vorlagen.

**Spitalstandorte Flawil, Rorschach und Walenstadt:** Auch diese Standorte sind nicht Gegenstand der Vorlagen. Die Regierung hält fest, dass die IHK-Überlegungen vor baulichen Aktivitäten einbezogen würden. Die IHK schlägt eine Umnutzung zu Ambulatorien vor. Investitionen: Je 25 Millionen Franken.

### «Wertvernichtung»

So weit die grobe Aufstellung. Würde man sich da folglich – bei gleich hohen Investitionen beider Stra-

tegien – nicht besser für die Variante der IHK mit den Neubauten entscheiden, welche den aktuellsten Anforderungen entsprächen? «Spitäler auf der grünen Wiese können wir uns gar nicht leisten», entgegnet Willi Haag. Als Erstes müssen laut dem Baudirektor Grundstücke an geeigneter und eben auch zentraler Lage gefunden werden, was alles andere als einfach sei. Dann folge der lange Prozess des Planungs-, Projektierungs- und Verkehrserschliessungsverfahrens. «Zudem muss bis zum Tag der Einweihung des neuen Standortes der alte einwandfrei funktionieren, was ebenfalls mit Investitionen verbunden sein wird. Und ganz wichtig: Anschliessend können Sie die alten Gebäude, die bestens funktionieren, abrechnen. Ob diese Wertvernichtung im Sinne einer IHK wäre, wage ich stark zu bezweifeln.»

Die IHK ihrerseits sieht in der Vorlage der Regierung ein Flickwerk: «Die Regierung geht davon aus, dass die Spitalvorhaben für den Kanton St.Gallen finanziell tragbar seien. Gleichzeitig verwirft sie den IHK-Vorschlag nach Neubauten auf der grünen Wiese nicht zuletzt aufgrund der Kosten», schreibt sie in einer Medienmitteilung. Diese Betrachtungsweise übersehe, dass das Sparpotenzial einer vollständig neuen Infrastruktur in erster Linie im Betrieb des Spitals liege. «Moderne, in jeder Beziehung optimierte Abläufe machen die entscheidenden Vorteile aus.» Auch hier winkt Willi Haag ab: Von Flickwerk könne nicht keine Rede sein. Mit den geplanten Investitionen würden rund 90 Prozent Neubauten erstellt, der restliche Anteil in Erneuerungen investiert. «Diese Zahlen haben offenbar auch die IHK überrascht»

## St.Galler Spitallandschaft – Vergleich der beiden Strategien

	Regierung	IHK
<b>Spitalregion 1</b>		
Kantonsspital St.Gallen	Investition von 400 Mio. in Neubauten	Neubau auf grüner Wiese, 970 Mio.
	Neubau Kinderspital für 125 Mio. (Kantonsanteil)	
Spital Rorschach	Nicht Gegenstand der Vorlage	Umnutzung amb. Gesundheitszentrum, 25 Mio.
Spital Flawil	Nicht Gegenstand der Vorlage	Umnutzung amb. Gesundheitszentrum, 25 Mio.
<b>Spitalregion 2</b>		
Spital Grabs	Neubau, 137 Mio.	Neubau auf grüner Wiese, 300 Mio.
Spital Altstätten	Investitionen von 85 Mio.	Umnutzung amb. Gesundheitszentrum, 25 Mio.
Spital Walenstadt	Nicht Gegenstand der Vorlage	Umnutzung amb. Gesundheitszentrum, 25 Mio.
<b>Spitalregion 3</b>		
Spital Wil	Nicht Gegenstand der Vorlage	Neubau auf grüner Wiese, 130 Mio.
Spital Wattwil	Investitionen von 85 Mio.	Gesamtsanierung, 85 Mio.
<b>Spitalregion 4</b>		
Spital Linth in Uznach	Investitionen von 100 Mio.	Sanierung, 100 Mio.
<b>Total</b>	<b>932 Mio.</b> <b>+ weitere Investitionen für Phase 2</b>	<b>1685 Mio.</b>

# «Bei der Frage der Spitalstandorte gelten Denk- und Redeverbote»

**Die Spitalvorlage der Regierung orientiert sich laut einer Studie der IHK an der Vergangenheit. Trotz der gewaltigen Investitionssumme werde die Frage, ob die heutige Spitallandschaft den künftigen Bedürfnissen gerecht wird, aus regionalpolitischer Rücksichtnahme tabuisiert. IHK-Direktor Kurt Weigelt vermutet hinter dem Vorgehen abstimmungstaktisches Kalkül.**

Interview: Marcel Baumgartner Bilder: Bodo Rüedi

## **Kurt Weigelt, wieso befasst sich die IHK neu mit Spitalbauten?**

Diese Frage ist berechtigt. Die IHK St.Gallen-Appenzell vertritt die Interessen der marktwirtschaftlich organisierten Unternehmen. Nicht zu unseren Kernkompetenzen gehört das Gesundheitswesen, das im Wesentlichen durch die Politik und öffentliche Institutionen geprägt wird. Trotzdem hat sich die IHK St.Gallen-Appenzell entschieden, eine ergebnisoffene Studie zur künftigen Spitallandschaft in Auftrag zu geben. Dies im Sinne einer Zweitmeinung zur Spitalstrategie der Kantonsregierung, die in einer ersten

ren auf die aktuellen funktionalen Räume ausrichten sollten.

## **Ihre Studie sieht unter anderem die Umnutzung von Spitälern zu Ambulatorien vor. Gleichzeitig werfen Sie der Regierung vor, sie nehme Spitalschliessungen in Kauf. Ein Widerspruch?**

Seit 1992 hat die Aufenthaltsdauer in den Spitälern um 39 Prozent abgenommen. Der Trend in Richtung ambulanter Behandlungen geht unverändert weiter. Die von uns vorgeschlagenen Tageskliniken können daher viele Eingriffe und Behandlungen übernehmen, für die es in der Vergangenheit einen Spitalaufenthalt brauchte. Die kantonalen Spitäler betreiben in den Tageskliniken zudem die Rettungsdienststützpunkte. Ein ambulantes Gesundheitszentrum hat deshalb nichts mit einer Spitalschliessung zu tun. Zudem sieht die IHK-Studie keine geringere Anzahl an stationären Betten vor. Weiter schlagen wir vor, private Allgemeinmediziner und Spezialisten in die Tageskliniken zu integrieren. Alle Regionen erhalten auch in Zukunft eine hochwertige medizinische Versorgung.

## **«Wir sind überzeugt, dass die Bevölkerung des Rheintals die Vorteile eines gemeinsamen Schwerpunktspitals mit 300 Betten erkennen wird.»**

Vorlage rund eine Milliarde Franken in sechs bestehende Spitalstandorte investieren will. Angesichts der düsteren Perspektiven des Finanzhaushaltes des Kantons St.Gallen erachten wir es als notwendig, dass eine offene Diskussion über die wirklich grossen Ausgabeposten geführt wird.

## **Ihre Studie sorgt für mächtigen Wirbel. War Provokation auch ein Ziel?**

Die Tatsache, dass eine von der Regierung abweichende Meinung als Provokation wahrgenommen wird, zeigt deutlich, wie sehr bei der Frage der Spitalstandorte Denk- und Redeverbote gelten. Dies ist insofern erstaunlich, als wir uns bei unseren Überlegungen an der Schwerpunktplanung der Regierung des Kantons St.Gallen orientieren: Auch wir wollen, dass der Mitteleinsatz zur Erfüllung der Staatsaufgaben möglichst gering, die Wirkung möglichst hoch ist. Und nicht anders als die Regierung sind wir der Überzeugung, dass wir unsere künftigen Struktu-

## **Die Regierung versichert, die Standorte Wil, Flawil, Rorschach und Walenstadt ebenfalls in die langfristige Planung miteinbezogen zu haben. Sie sagt, dass jedoch heute der genaue Investitionsbedarf und die einstige Nutzung noch nicht definiert werden können. Also Flexibilität und der Wille, am richtigen Ort zu investieren. Damit ist die Regierung doch gar nicht so weit vom IHK-Vorschlag entfernt?**

Die IHK-Studie präsentiert ein Gesamtpaket und zeigt für alle Standorte auf, in welche Richtung diese künftig entwickelt werden. Die Vorlage der Kantonsregierung dagegen macht keine Aussagen zu Wil, Flawil, Rorschach und Walenstadt. Auch beim Kantonsspital St.Gallen erfahren wir nur die halbe



*IHK-Direktor Kurt Weigelt:  
«Auf dem Areal des Kantonsspitals  
könnte man ein neues Stadtquartier  
für sehr viele Familien entwickeln.»*

# Fordern Sie den Winter heraus.

Die M-Klasse mit 4MATIC.  
Dem Allradantrieb von Mercedes-Benz.

Kraftvoll, dynamisch und ausdrucksstark – die M-Klasse lässt keine Wünsche offen. Und mit 4MATIC, dem Allradantrieb von Mercedes-Benz, sind Sie auch bei widrigen Strassenverhältnissen sicher, dynamisch und souverän unterwegs. Profitieren Sie von attraktiven Prämien und Leasingangeboten für alle 4MATIC-Modelle und informieren Sie sich bei Ihrem Mercedes-Benz Partner über einen zusätzlichen Flottenrabatt.

[www.mercedes-benz.ch/4matic](http://www.mercedes-benz.ch/4matic)

ML 250 BlueTEC 4MATIC «Executive»	CHF 86 115.–
<b>Ihr Preisvorteil</b>	<b>CHF 11 277.–<sup>1</sup></b>
Barkaufpreis	CHF 74 838.–
4,4% Leasing ab	CHF 749.–/Mt. <sup>2</sup>



Eine Marke der Daimler AG

## MERCEDES-SWISS-INTEGRAL

Das serienmässige Service- & Garantiepaket für alle Modelle – exklusiv von Mercedes-Benz Schweiz AG.  
10 Jahre Gratis-Service, 3 Jahre Vollgarantie (beides bis 100 000 km, es gilt das zuerst Erreichte).



Mercedes-Benz

<sup>1</sup> ML 250 BlueTEC 4MATIC «Executive», 2143 cm<sup>3</sup>, 204 PS (150 kW), Barkaufpreis CHF 74 838.– (Listenpreis CHF 86 115.– abzüglich CHF 6500.– Preisvorteil, abzüglich 6% Preisvorteil). Verbrauch: 6,0 l/100 km (Benzinäquivalent: 6,7 l/100 km), CO<sub>2</sub>-Emission: 158 g/km (Durchschnitt aller verkauften Neuwagen: 153 g/km), Energieeffizienz-Kategorie: C. Abgebildetes Modell inkl. Sonderausstattung: CHF 84 675.–

<sup>2</sup> Leasingbeispiel: Laufzeit: 48 Monate, Laufleistung: 10 000 km/Jahr, eff. Jahreszinssatz: 4,49%, 1. grosse Rate: CHF 16 800.–, Leasingrate ab dem 2. Monat: CHF 749.–. Exklusive Ratenabsicherung PPI. Ein Angebot der Mercedes-Benz Financial Services Schweiz AG. Vollkaskoversicherung obligatorisch. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls diese zu einer Überschuldung des Leasingnehmers führen kann. Änderungen vorbehalten. Angebot gültig bis 30.11.2013. Immatrikulation bis 31.03.2014.



Wahrheit. Was geschieht mit dem sanierungsbedürftigen Hochhaus 04? Wir haben den Eindruck, dass es aus abstimmungstaktischen Gründen darum ging, eine Vorlage mit einem Kostendach von weniger als einer Milliarde zu präsentieren. Angesichts der zu erwartenden Kostenentwicklungen im Bereich der Gesundheitsversorgung ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass diese Strategie für die vergessenen Standorte Spitalschliessungen auf Raten bedeutet.

#### **Wo liegt denn der Hauptunterschied zwischen der IHK-Studie und dem Vorschlag der Regierung?**

Seit der Abwahl von Regierungsrat Grüninger gelten für die Kantonsregierung die historischen Spitalstandorte als unberührbar. Man versucht daher,

### **«Seit der Abwahl von Regierungsrat Grüninger gelten für die Kantonsregierung die historischen Spitalstandorte als unberührbar.»**

mit hochkomplexen Netzwerken die Leistungen zu konzentrieren. Die IHK-Studie dagegen möchte bei der Leistungskonzentration einen entscheidenden Schritt weitergehen und diese auch bei den Spitalbauten umsetzen. Dies nicht nur mit Blick auf die künftigen Betriebskosten, sondern ganz im Sinne einer qualitativ hochwertigen Gesundheitsversorgung.

#### **Standortwechsel von Spitälern sind kein leichtes Unterfangen. Mit welchen Argumenten könnte das Volk überzeugt werden?**

Am besten lässt sich diese Herausforderung am Beispiel des Rheintals aufzeigen. In der Vergangenheit unterhielt jeder Bezirk ein eigenes Spital. Getreu dem Motto: Jedem Tal sein Spital. Dieser historische Hintergrund erklärt die Spitalstandorte Altstätten (Wahlkreis Rheintal), Grabs (Wahlkreis Werdenberg) und Walenstadt (Wahlkreis Sarganserland).

Ohne Zweifel denkt die traditionelle Politik immer noch in diesen alten Mustern. Aus Sicht der Bevölkerung spielen jedoch diese historischen Grenzen immer weniger eine Rolle. Man ist mobil, ob beim Weg zur Arbeit, beim Einkaufen oder in der Freizeit. Wir sind überzeugt, dass die Bevölkerung des Rheintals die Vorteile eines gemeinsamen Schwerpunktsitals mit 300 Betten erkennen wird. Dies ganz besonders dann, wenn dieses Spital gemeinsam mit dem Fürstentum Liechtenstein gebaut wird. Als wettbewerbsfähige und dynamische Region hat das Rheintal Anspruch auf ein wettbewerbsfähiges Spital.

#### **Neubauten auf der grünen Wiese tönen verlockend. Nur: Wie einfach sind solche grünen Wiesen zu finden, die sich auch entsprechend erschliessen lassen können?**

In allen Regionen gibt es langfristige Planungen mit definierten Entwicklungsgebieten. Wir starten nicht bei null. Mit dem entsprechenden politischen Willen lassen sich diese Herausforderungen lösen.

#### **Unter anderem fordern Sie einen Neubau des Kantonsspitals St.Gallen. Die alten Gebäude wären somit nutzlos. Eine Wertvernichtung?**

Bisher hat die Regierung immer auf das Baumortorium und den schlechten Zustand der Spitalinfrastruktur hingewiesen. Plötzlich spricht man nun von einer Wertvernichtung. Aus unserer Sicht muss man aber auch in diesem Punkt in erster Linie die Chancen sehen: Auf dem Areal des Kantonsspitals könnte man ein neues Stadtquartier für sehr viele Familien entwickeln. Guterhaltene Gebäude kann man in diese Planung integrieren, alte Häuser ersetzen. Attraktiver, zentrumsnaher Wohnraum für Familien, was will man mehr. Die entscheidenden Vorteile der Variante «grüne Wiese» liegen in der für Patienten und Mitarbeitende belastungsfreien Bauphase sowie im kostengünstigeren Betrieb eines modernen, modular aufgebauten Spitalneubaus.

#### **Mit den Neubauten und Umbauten der Regierung könnte schon 2015 begonnen werden. Der Vorschlag der IHK würde eine weitere Verzögerung mit sich bringen. Während dieser Zeit müsste wohl weiterhin in die bestehenden Standorte investiert werden.**

Wir trauen es dem Gesundheits- und dem Baudepartement zu, dass die Fachleute der Verwaltung die Neubauprojekte bei entsprechender politischer Unterstützung rasch umsetzen. Zumindest das Baudepartement hat den entsprechenden Tatbeweis bereits erbracht: Von der Lancierung der Idee bis zur Baubewilligung brauchte die AFG Arena nicht einmal sechs Jahre. Dies trotz Umzonung, massivem politischem Widerstand und fast unlösbaren verkehrstechnischen Rahmenbedingungen. Man muss nur wollen.

# «Denk- und Arbeitsverweigerung sind fehl am Platz»

**Wie soll sich die Spitallandschaft des Kantons St.Gallen präsentieren? Wie wird bei der Meinungsbildung die Studie der IHK St.Gallen-Appenzell gewichtet? Wir haben bei Kantonsräten verschiedener Parteien und Regionen nachgefragt.**

Umsetzung: Marcel Baumgartner Bilder: zVg.



Peter Hartmann  
SP-Kantonsrat, Gewerkschaftssekretär, Flawil

## Konsequent erneuern

«Was erwartet die St.Galler Bevölkerung von ihren Spitälern? Sie müssen in der Nähe sein, einen einwandfreien Ruf geniessen sowie auch neben der eigentlichen Gesundheitsdienstleistung gute Angebote haben, so etwa in der Hotellerie. Einige dieser Vorgaben erfüllen heute die öffentlichen Spitäler des Kantons St. Gallen. Wir pflegen die Stärke unseres Spitalnetzwerkes, wenn wir weiterhin auf eine regional verankerte, kostengünstige öffentliche Spitalversorgung setzen. Im zunehmend rauheren Wettbewerb ist eine weitere Stärkung unserer Spitäler unverzichtbar. Deshalb müssen wir jetzt und ohne Abstriche dort investieren, wo nach einem 15-jährigen Baumoratorium offensichtliche Mängel sind: In die Spitalinfrastruktur. Es sind auch Investitionen in unsere eigene Wirtschaft.»

## Angepasste Leistungsaufträge

«Die Spitaldiskussion im Kanton St.Gallen war in der Vergangenheit vorwiegend durch regionale Interessen geprägt. Die Gesundheitsversorgung na-

mentlich im stationären Bereich hat sich stark verändert. Die neu vorgegebene Preispolitik (KVG Art 41/49, ausserkantonale Behandlung, DRG) führte zu einem enormen Konkurrenzkampf und zwingt die Spitäler zu einer angepassten Strategie. Aus heutiger Sicht und in Berücksichtigung der laufenden Leistungskonzentration sollten deshalb in erster Linie die grenznahen St. Galler Spitalstandorte Grabs, Uznach und Wil gestärkt und rasch erneuert werden (GR, ZH, TG, AR, GL sowie FL!).

Das Kantonsspital St.Gallen als Standort mit Zentrumsfunktion (universitärer Charakter) ist unbestreitbar. Die übrigen Spitäler benötigen angepasste Leistungsaufträge beispielsweise als Kompetenzzentren (Geriatric, Palliativmedizin). Konzeptänderungen bedeuten weder Imageverlust noch Personalabbau oder Verlust von Arbeitsstellen. Der Patient wünscht in erster Linie eine hohe Behandlungsqualität. Das Hauptproblem im Gesundheitswesen wird in Zukunft durch die schwierige Rekrutierung von Fachkräften bestimmt»



Valentin Rehli  
CVP-Kantonsrat,  
Dr. med. Facharzt,  
Walenstadt



Andreas Hartmann  
FDP-Kantonsrat,  
Arzt FMH, Rorschach

### Spitalplanung – Wohin?

«Der immense Finanzbedarf für die dringend notwendige Erneuerung der St.Galler Spitäler – in einer ersten Etappe gegen 1 Milliarde Franken, langfristig das Doppelte – erfordert eine sorgfältige Prüfung der Optionen. Die Regierung setzt auf eine Fortschreibung der bisherigen Spitallandschaft. Die Studie der IHK St. Gallen-Appenzell zeigt valable Alternativen auf. Wer im dynamischen Umfeld des Gesundheitswesens konkurrenzfähig bleiben will, muss seine Strukturen anpassen. Der Grundgedanke von Quadriga II war gut. Wenn der Kanton St.Gallen seine neue Spitalstrategie darauf aufbaut, konsequent weiterentwickelt und Anregungen aus der IHK-Studie aufnimmt, wird er auch weiterhin kostengünstige, effiziente und konkurrenzfähige Spitäler anbieten können.»



Walter Locher  
FDP-Kantonsrat,  
Rechtsanwalt, St. Gallen

### Was ist mit den Betriebskosten?

«Der Kanton St.Gallen steht vor ganz wichtigen Entscheidungen. Sollen die bisherigen Spitäler erneuert werden oder braucht es neue Standorte? Zur Diskussion stehen Investitionskosten von vorerst rund 930 Millionen Franken für fünf Spitäler. Zu fragen ist auch, auf welche Weise die Betriebskosten gesenkt werden können und jährlich ins Gewicht fallende Einsparungen möglich sind. Was aber tut die Regierung? Sie erläutert auf rund 300 Seiten ihrer Botschaft alle Details der geplanten Neu- und Ausbauten. Zu den Betriebskosten schweigt sie sich fast völlig aus. Eine Auseinandersetzung mit den Vorschlägen der IHK fehlt völlig. Denk- und Arbeitsverweigerung sind hier fehl am Platz. Damit ist der Kantonsrat gefordert.»



Barbara Keller-Inhelder,  
SVP-Kantonsrätin,  
Geschäftsführerin,  
Rapperswil-Jona

### Aufgabe der Regierung

«Wenn 1.8 Milliarden Franken investiert werden sollen, müssen Vor- und Nachteile von verschiedenen – auch fortschrittlichen – Möglichkeiten geprüft werden und der Kanton ist dabei als Ganzes zu betrachten. Ich danke der IHK für ihr verantwortungsvolles Vorgehen, in Eigeninitiative ein (nachhaltiges) Gesamtkonzept in Auftrag gegeben zu haben. Eigentlich wäre dies eine Aufgabe der Regierung gewesen. Aber es ist wohl niemand überrascht, dass sich das Gesundheitsdepartement simpel auf die Sanierung sämtlicher Spitäler beschränkt, ungeachtet der Wahrscheinlichkeit, dabei Hunderte Millionen Franken nicht sinnvoll auszugeben.»

# Wissen Sie, was morgen ist?

Wir wissen es nicht.

Deshalb denken wir in Szenarien,  
um Ihr Vermögen zu schützen.

Szenario 1: Die industrialisierte Welt bleibt überschuldet und wachstumsschwach. Das **«Aussitzen und Wursteln»** setzt sich fort. Die Probleme werden weiterhin durch billiges Geld und ständig neue Verschuldung in die Zukunft verschoben.

1

2

Szenario 2: Die Schuldenkrise eskaliert. Immer mehr Staaten zieht es unkontrolliert in den **«Roten Abgrund»** und der Euro bricht auseinander. Die wirtschaftliche Lage gerät dabei ausser Kontrolle.

3

Szenario 3: Die überschuldeten Länder schnallen den Gürtel rigoros enger. Einschneidende Sparmassnahmen gehen einher mit massiven Lohneinbussen. Diese **«Schmerzhafte Anpassung»** treibt Europa in eine Rezession.

4

Szenario 4: China und weitere asiatische Schwellenländer entwickeln sich weiterhin rasant. Treibende Kraft ist die aufstrebende Mittelschicht in den Schwellenländern. Vom wirtschaftlichen Aufstieg des **«Goldenen Ostens»** profitiert auch der Rest der Welt.

5

Szenario 5: Dank tiefgreifenden Reformen und technologischen Fortschritten entsteht wieder Wachstum und Staatsschulden sinken. Wirtschaftliche Ungleichgewichte schwinden. Die **«Stetige Bewältigung»** ist ein beschwerlicher, aber erfolgversprechender Weg.

Erfahren Sie mehr zu den Notenstein Szenarien unter [www.notenstein.ch/szenarien](http://www.notenstein.ch/szenarien). Gerne prüfen wir, ob auch Ihr Portfolio diversifiziert auf diese unterschiedlichen Szenarien ausgerichtet ist. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf und bestellen Sie ausführliche Unterlagen: 071 242 50 00, [info@notenstein.ch](mailto:info@notenstein.ch)



**NOTENSTEIN**  
PRIVATBANK



Laura Bucher,  
SP-Kantonsrätin,  
Juristin, St. Margrethen

### Gute Spitäler in starken Regionen

«Unsere Gesundheitsversorgung mit den regionalen Spitalstandorten und dem Zentrumsspital St. Gallen ist ein Erfolgsmodell: Tiefe Kosten und Baserates zeigen dies eindrücklich. Damit das so bleibt, müssen die öffentlichen Spitäler im neu lancierten Wettbewerb mithalten können. Dazu braucht es erneuerte und gut unterhaltene Immobilien. Zentrumsspital, Kinderspital und die Regionalspitäler müssen dringend erneuert werden. Die bestehenden Standorte haben sich bewährt und stärken die jeweiligen Regionen, indem sie die regionale Grundversorgung sicherstellen sowie Arbeits- und Ausbildungsplätze bieten. Deshalb ist für mich klar: Ausbau und Fortschritt ohne Verzögerung!»



Martha Storchenegger,  
CVP-Kantonsrätin,  
Pflegefachfrau, Jonschwil

### Attraktive und zukunftsgerichtete Spitalversorgung

«Es ist nicht zu übersehen, die St. Galler Spitäler sind alt und baufällig. Sie müssen erneuert werden. Dies soll in zwei Etappen über die nächsten 30 Jahre passieren. Baulich und ideell sollen sie den Herausforderungen der Zukunft entsprechen. Diese Diskussion steht jetzt an und die verschiedenen Vorstellungen der Politiker und Politikerinnen, wie auch Experten und der Bevölkerung sind zusammenzubringen. Raufen wir uns nicht zusammen droht die Abwanderung der Patienten und des Gesundheitspersonals. Wir brauchen eine attraktive und zukunftsgerichtete Spitalversorgung. So viel wie möglich in der Regionen, so wenig wie nötig im Zentrum.»

## Herausforderungen gemeinsam meistern

Die Spitallandschaft im Kanton St. Gallen steht vor zahlreichen Herausforderungen. Die Thurgauer zum Beispiel monieren oft, dass es im Kanton St. Gallen zu viele Spitäler gebe. Ich bin der Meinung, dass sich die Spitalstrukturen aufgrund der neuen Spitalfinanzierung von selber bereinigen werden, so wie dies die Entwicklung in Deutschland zeigt.



Andrea Rüttsche,  
Direktorin Klinik  
Stephanshorn, St. Gallen

Als grösste privatwirtschaftlich geführte Klinik der Ostschweiz behandeln wir mehrheitlich Grundversicherte. Dennoch sehen wir keinen Anlass, uns in Diskussionen einzumischen, wie die öffentlichen Spitäler organisiert werden sollen. Das ist Sache der Bürger und der Politik. Hingegen bin ich der Meinung, dass wir die zukünftige Spitalplanung mit all ihren Herausforderungen gemeinsam angehen müssten. Denn im Mittelpunkt der Entscheidungen sollten immer unsere Kunden, sprich Patienten, stehen. Es ist daher äusserst wichtig, dass wir gute öffentliche Spitäler unterhalten, die die Grundversorgung auf einem modernen Standard gewährleisten. Dafür braucht es aber eine gewisse Grösse.

Zusammengefasst bedeutet dies, dass öffentliche und private Leistungserbringer die Herausforderungen vereint anpacken sollten, um den Spitalstandort St. Gallen insgesamt zu stärken. Zu beachten gilt dabei auch, dass wir zusammen mit unseren Nachbarkantonen und dem benachbarten Fürstentum Liechtenstein die zukünftige Spitalplanung abstimmen sollten, dies würde auch die nationale Gesetzgebung vorsehen. So gesehen ergäben sich viele Kooperationschancen – interkantonale und auch länderübergreifende.

Wir stehen für eine Kooperation mit den öffentlichen Spitalern und nehmen unseren Auftrag zur Grundversorgung ernst. Aber wir erwarten von der Politik im Gegenzug eine Gleichbehandlung und eine Entflechtung der Mehrfachrollen des Kantons. Sei es bei der Erstellung der Spitalliste, bei der Vergabe der hochspezialisierten Medizin oder bei der Zulassung von Ärzten und der Bewilligung von Personal.

# Höher, schneller, weiter – bis zum Kollaps

**Über psychische Erkrankungen wie etwa die Stressfolgeerkrankung «Burnout» wird mittlerweile offen gesprochen – ausser man ist selbst davon betroffen. Gerade in der Businesswelt wird eine solche Krankheit noch immer mit Verwundbarkeit und Schwäche in Verbindung gebracht. Im Gespräch nennen Dr. med. Elisabeth Möller, Chefarztin des Zentrums für Psychotherapie und Psychosomatik bei der Clenia Littenheid AG, und Klinikdirektor Daniel Wild die typischen Symptome und warnen davor, nur die Arbeit für Stress verantwortlich zu machen.**

**Interview:** Marcel Baumgartner **Bilder:** Tiziana Secchi

**Elisabeth Möller, Sie beschäftigen sich beruflich täglich mit Themen wie «Stress» oder «Burnout». Gehen Sie folglich anders mit Spannungen um?**

**Möller:** Ich denke schon, dass Personen, die sich stark mit einem solchen Thema auseinandersetzen, ein anderes Bewusstsein dafür entwickeln – mich einbezogen. Ich achte darauf, welchen Belastungen ich während eines Arbeitstages ausgesetzt bin und versuche, abends einen Gegenpol zu schaffen.

**Elisabeth Möller:**  
**«Viele Menschen haben das leistungsorientierte Lebenskonzept so verinnerlicht, dass sie es eins zu eins in ihre Freizeit übertragen.»**

**Den oft genannten Ausgleich zum harten Business?**

**Möller:** Ja. Viele Menschen, die in ein Burnout geraten, arbeiten in der Regel sehr leistungsorientiert und gehen daneben auch noch leistungsorientierten Freizeitbeschäftigungen nach, laufen beispielsweise Marathons. Hauptsache auch hier: Höher, schneller, weiter. Dabei wäre ein Spaziergang oder ein Saunabesuch eher geeignet, die Batterien wieder aufzuladen. Viele Menschen haben das leistungsorientierte Lebenskonzept so verinnerlicht, dass sie es eins zu eins in ihre Freizeit übertragen.

**Herr Wild, wie gehen Sie mit Stress um?**

**Wild:** In jeder beruflichen Tätigkeit gibt es Phasen, in denen man mehr gefordert wird. Das ist ganz normal. Ich habe das Glück, dass ich hier im Betrieb von

Fachpersonen umgeben bin, die mir auch einmal den Spiegel vorhalten und mir mitteilen, ich solle doch wieder einmal etwas für den Ausgleich tun. Alle reden von der Work-Life-Balance, aber die wenigsten halten sich daran. Dabei ist es immens wichtig, sich auch Ruhe zu gönnen. Ich finde diese beispielsweise beim Velofahren.

**Ist Stress denn einer der wesentlichen Auslöser für psychische Krankheiten? Oder sind in der Regel andere Faktoren der Ursprung?**

**Möller:** Chronischer Stress ist ein wichtiger Faktor. Aber es gibt mehrere Ebenen, die einbezogen werden müssen: Die genetische Ausstattung, das soziale Umfeld oder die persönlichen Charaktereigenschaften, die Arbeitsplatzbedingungen und die gesellschaftlichen Anforderungen. Jeder Mensch hat ganz individuelle Grenzen. Und entsprechend läuft das Fass bei jedem zu einem anderen Zeitpunkt über. Stress hat einen Einfluss auf unseren Hormonhaushalt und kann daher auch dort zu einer Dysbalance führen. Insofern ist chronischer Stress nicht nur für die Entwicklung psychischer, sondern auch körperlicher Erkrankungen verantwortlich.

**Wild:** Stress entsteht ja nicht nur am Arbeitsplatz. Auch die Erwartungen der Familie oder die Anspruchshaltung gegenüber sich selbst und der Öffentlichkeit sind wesentliche Faktoren. Da macht einer einen Super-Job, läuft beim Marathon regelmässig unter die ersten 100, vernachlässigt aber die Familie, was ihn dann auch sehr belasten kann.

**Wir sprechen von Depressionen, Burnout, Essstörungen, Angst- und Zwangserkrankungen. Sind dies die typischen «Nebenerscheinungen» einer**



**Gesellschaft, die auf Leistung fokussiert ist? Oder ist das zu kurz gegriffen?**

**Möller:** Ja, das ist es. Die gesellschaftliche Perspektive darf man sicherlich nicht ausser Acht lassen. Aber es gibt schützende Faktoren wie ein intaktes Familienleben, stabile Freundschaften, ausgeglichene Interessen usw. Damit kann man sich schützen. Es liegt im Trend, den Arbeitsplatz für den Stress verantwortlich zu machen. Aber oft stellen wir bei unseren Patienten fest, dass sie auch selbst einen grossen Teil der Verantwortung tragen, etwa indem sie zu perfektionistisch sind und nichts delegieren. Sie wollen alles alleine machen, so schnell wie möglich und dann am besten noch mit einer 150-prozentigen Qualität. Das kann nicht aufgehen.

**Worauf ist das zurückzuführen? Geht es um den Wunsch nach Perfektion oder um Existenzängste?**

**Möller:** Beim klassischen Burnout-Patienten sind es genau die beiden erwähnten Begriffe.

**Wild:** Burnout ist ja nicht im klassischen Sinne eine Krankheit, sondern ein Zustand, der zu einer Depression führen kann.

**Möller:** Das Thema «Burnout» wird nach wie vor auch in der Fachwelt sehr ambivalent diskutiert. Aber immerhin hat es insgesamt zu einer Entstigmatisierung der Psychiatrie geführt. Darüber bin ich froh.

**Aber gerade Führungskräfte möchten nicht damit in Verbindung gebracht werden. Für sie zählen Unverwundbarkeit und Strahlkraft. Stellen Sie das auch fest?**

**Wild:** Vor Jahren noch wurde mit «Stress» eher die Leistungsfähigkeit in Verbindung gebracht. Wer Stress hat, wird gebraucht, so der Trugschluss. Heute wird dafür fast inflationär der Begriff «Burnout» verwendet. Es ist wohl einfacher zu sagen, dass man ein Burnout hat, als den Begriff «Depression» zu verwenden. Ein Burnout darf man in den Führungsetagen haben, eine Depression eher weniger.

**Möller:** Wir haben die Erfahrung gemacht, dass die meisten Patienten, die deswegen zu uns kommen, oft auch unter einer psychischen Erkrankung leiden. Burnout ist dann nur die Eintrittskarte und ein Teilbereich der Gesamtproblematik. Aber dahinter liegt häufig eine Depression oder Angststörung, welche schliesslich zum «Ausgebranntsein» geführt hat.

**Generationen vor uns mussten ebenso hart arbeiten – wenn nicht härter. Die Arbeit diente in erster Linie dazu, Grundbedürfnisse wie Nahrung und Behausung sicherzustellen. Treibt uns der Wohlstand in ein Hamsterrad?**

**Möller:** Die Globalisierung, der Umgang mit den Medien, dass ein Mensch heute nicht mehr damit



rechnen kann, um 17 Uhr das Büro verlassen zu können – das alles hat sicherlich einen Einfluss auf unsere Gesundheit. Jeder muss dafür sorgen, dass er seine Arbeitsfähigkeit erhält. Dafür muss er seine Freizeit genauso besonnen planen wie seine Arbeitszeit. Wenn ich dann den Fehler mache, die Arbeitszeit ins Unendliche auszudehnen und mir für den Ausgleich keine Zeit mehr bleibt, fehlt plötzlich die Balance. Dann stellt man sich irgendwann die entscheidende Frage: Was habe ich eigentlich aus meinen Leben gemacht? Die Familie ist weg, die Freunde auch. Alles, was geblieben ist, ist der berufliche Erfolg...

**Wild:** Der Druck ist heute sicherlich grösser als früher. Nur schon die 24-Stunden-Erreichbarkeit führt dazu, dass uns Ruhephasen abhandenkommen.

**Möller:** Früher war der Druck ein anderer. Viele psychische Krankheitsbilder, die man heute offen anspricht, wurden gar nicht erst thematisiert. Das ist natürlich auch ein grosser Fortschritt in der heutigen Zeit.

#### Was sind bezüglich einer Burnout-Entwicklung die typischen Warnsignale?

**Möller:** Erste feine Anzeichen sind Konzentrationsstörungen. Man findet plötzlich die Daten im Computer nicht mehr so schnell, ist auf Gedächtnisstützen angewiesen. Oder man kommt öfters gereizt nachhause. Stellt man das bei sich selbst fest, sollte man einen Gang herunterschalten.

**Wild:** Menschen, die sich in einen Burnout bewegen, verändern sich. Sie werden mitunter zynischer

Anzeige

**i**nnovation + TRADITION  
= höchste Baukunst

Seit über 100 Jahren stehen wir für höchste Baukunst ein. Als Generalunternehmer und Projektentwickler realisieren wir Projekte vom ersten Gedanken bis zur Übergabe. Dank Fachkompetenz, regionaler Verankerung und dem internationalen Netzwerk entstehen so Wohnbauten auf höchstem Niveau.

**i+R Wohnbau AG**  
Bahnhofstrasse 9  
CH-9430 St. Margrethen  
T 071 747 30 60  
[www.ir-wohnbau.ch](http://www.ir-wohnbau.ch)



oder ignoranter. Schlafstörungen sind auch ein Klassiker.

**Möller:** Oder auch ein erhöhter Alkoholkonsum. Tagsüber viel Kaffee und abends alkoholische Getränke. Das sind keine alkoholabhängigen Menschen, aber sie versuchen, über diese Substanz etwas zu regulieren. Meistens geht das nach hinten los. Denn der Schlaf wird damit nicht erholsamer.

**Haben Personen, die Sie kontaktieren, Angst davor, als anderer Mensch wieder «heraus» zu kommen?**

**Möller:** Dieses Bild haftet der Psychiatrie noch immer an. Aber es ist falsch. Wir können nicht mit irgendwelchen fantastischen Mitteln eine Persönlichkeitsveränderung vornehmen. Wir können nur jenen Prozess in Gang bringen und begleiten, den der Patient bereit ist, mit uns zu gehen.

**Daniel Wild:**

**«Alle reden von der Work-Life-Balance, aber die wenigsten halten sich daran.»**

**Worin bestehen für mich als Patient die Vorteile bei einer Behandlung in einer Privatklinik?**

**Wild:** Im Gegensatz zu einer öffentlichen Klinik ist es hier bei uns vielleicht etwas familiärer, wir können individueller auf den Patienten eingehen. Und im Bereich der Unterkunft und Gastronomie darf man einen höheren Anspruch an die Qualität stellen. Aber ansonsten bedeutet der Begriff «Privatklinik» nichts anders, als dass wir eine private Trägerschaft haben. Als Grundversorgungsklinik wie es beispielsweise auch Herisau, Wil oder Münsterlingen sind, behandeln wir sowohl allgemein- als auch zusatzversicherte Patientinnen und Patienten. Bei uns steht der Mensch mit seiner Not im Mittelpunkt der Behandlung.

#### Über die Clenia Littenheid AG

Erkrankungen der Psyche ziehen sich durch alle Altersstufen. Kinder und Jugendliche, Erwachsene und Senioren sind davon betroffen. Die psychiatrischen und psychotherapeutischen Angebote der Clenia Littenheid AG mit ihren 207 Betten sind so vielfältig wie die Individuen, die sie beanspruchen. Neben einem Zentrum für Kinder und Jugendliche umfasst das Angebot eine Akut- und Alterspsychiatrie, eine Tagesklinik, ein Ambulatorium in Sirnach, vier Spezialstationen mit störungsspezifischen Behandlungsschwerpunkten sowie eine Privatstation mit einem gehobenen Hotelkomfort. Die Clenia Littenheid AG gehört seit 2008 zur Clenia-Gruppe und hat dank ihrem breiten Behandlungsangebot Leistungsaufträge der Kantone Thurgau, Schwyz, Zug, Uri, Luzern, St.Gallen, Schaffhausen, Zürich und Glarus.

## «Überwintern» auf dem RAV?

Bereits im Oktober oder spätestens beim ersten Wintereinbruch melden sich die ersten Bauarbeiter – vielfach temporär Angestellte – bei den Regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV). Die Anzahl der gemeldeten Stellensuchenden aus dem Baugewerbe verdoppelt sich dann auch von Dezember bis Januar im Vergleich zu den restlichen Monaten.

Aber so schnell sich diese Gruppe im Herbst meldet, so rasch sind sie ab März/April bzw. ab Frühlingswetter wieder auf einer Baustelle, meistens bei ihrem bisherigen Arbeitgeber.

Dieses «Ritual» wiederholt sich Jahr für Jahr, denn es lohnt sich für Stellensuchende und Bauunternehmer gleichermaßen: Die einen erleiden weniger Lohnausfall, die anderen federn so ihren Auftragsmangel ab. Klassische Überwinterung auf Kosten der Arbeitslosenversicherung? Die Frage klingt plakativ, ist aber nicht von der Hand zu weisen. Dabei gilt Folgendes: Arbeitnehmende, die sich anfangs Winter beim RAV anmelden und bereits wieder über einen Arbeitsvertrag beim gleichen Arbeitgeber im Frühling verfügen oder in den letzten Jahren wiederholt wieder beim gleichen Arbeitgeber gearbeitet haben, laufen unter Umständen Gefahr, als nicht vermittlungsfähig zu gelten und somit keine Arbeitslosenentschädigung zu erhalten. Grund: Die kurze Dauer der Arbeitslosigkeit verunmöglicht die wirkungsvolle Vermittlung eines neuen Jobs oder eine angepasste Qualifizierungsmassnahme.

Was kann aber gegen diese «Überwinterung» auf dem RAV unternommen werden? Ich meine, beide Seiten sind gefordert: Unternehmen sollen verstärkt mit flexiblen Arbeitszeitmodellen arbeiten oder während den Winterwochen betriebsinterne Weiterbildungen wie Deutschkurse oder Fachausbildungen anbieten. Arbeitnehmende sollten auf der anderen Seite versuchen, Arbeitgeber zu finden, welche diese Angebote der Weiterbildung oder eine Ganzjahresbeschäftigung anbieten.



Peter Kuratli, Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA) des Kantons St.Gallen.

# «Die Liebe zum Bier kam ja nicht über Nacht»

**Im Herbst 2012 trat Reto Preisig die Nachfolge von Christoph Kurer an, der die Brauerei Schützengarten während über 37 Jahren erfolgreich geführt hat. Im Gespräch erklärt der 51-jährige Vorsitzende der Geschäftsleitung, wie schwer sich der Spagat zwischen Tradition und Zukunft gestaltet und wo er künftig Akzente setzen möchte. Ein neues Bier hat er dabei bereits im Köcher.**

Interview: Marcel Baumgartner Bilder: Bodo Rüedi

**Reto Preisig, womit haben Sie angestossen, als Sie vom Verwaltungsrat der Brauerei Schützengarten zum neuen Vorsitzenden der Geschäftsleitung gewählt wurden?**

Als ich von der Wahl erfuhr, war ich gerade geschäftlich in Polen unterwegs und hatte spontan nicht die richtige Flasche zur Hand... Zurück in der Schweiz genoss ich dann zusammen mit meiner Frau und einem «Chlöschi» den Moment. Beim anschliessenden Nachtessen gab es dann noch einen guten Tropfen Rotwein.

**Zuletzt waren Sie beim europaweit tätigen Salat-convenience-Unternehmen «eisberg» als Mitglied der Geschäftsleitung für die Bereiche Verkauf und Marketing zuständig. Wieso der Wechsel vom Salat zum Bier?**

Die Liebe zum Bier kam ja nicht über Nacht. Nachdem ich mehrere Jahre im Tessin in der Dienstleistungsbranche tätig war, fand ich den Einstieg in

sserst innovativen und bedeutendem Unternehmen Verantwortung zu übernehmen. Als Verantwortlicher für Verkauf und Marketing hatte ich mit Kunden und Mitarbeiter-Teams in fünf Produktionsländern zu tun.

**Inwiefern prägte Sie das?**

Für mich war das eine äusserst wertvolle Zeit, in der ich in Mittel- und Osteuropa viel bewegen, aber auch viel Erfahrung sammeln konnte. Insbesondere auch im Bereiche der Führung von internationalen Projektteams, aber auch im Kontakt mit Schlüsselkunden in der Gastronomie und im Detailhandel. Themen wie Produktfrische, Produktqualität und Herausforderungen in der Logistik beschäftigten mich intensiv, was sehr spannend war. Bei «eisberg» war ich während 48 Wochen jeweils fünf Tage pro Woche irgendwo in Europa unterwegs – da interessiert man sich natürlich schon, wenn es gleich vor der Haustüre die Möglichkeit gibt, die Gesamtverantwortung der ältesten Schweizer Brauerei zu übernehmen. Ich war ja nicht orts- und branchenfremd, hatte in St. Gallen auch die Fachhochschule besucht und kam so während meiner Studien- und Berufsjahre bereits mit den Bieren von Schützengarten in Kontakt.

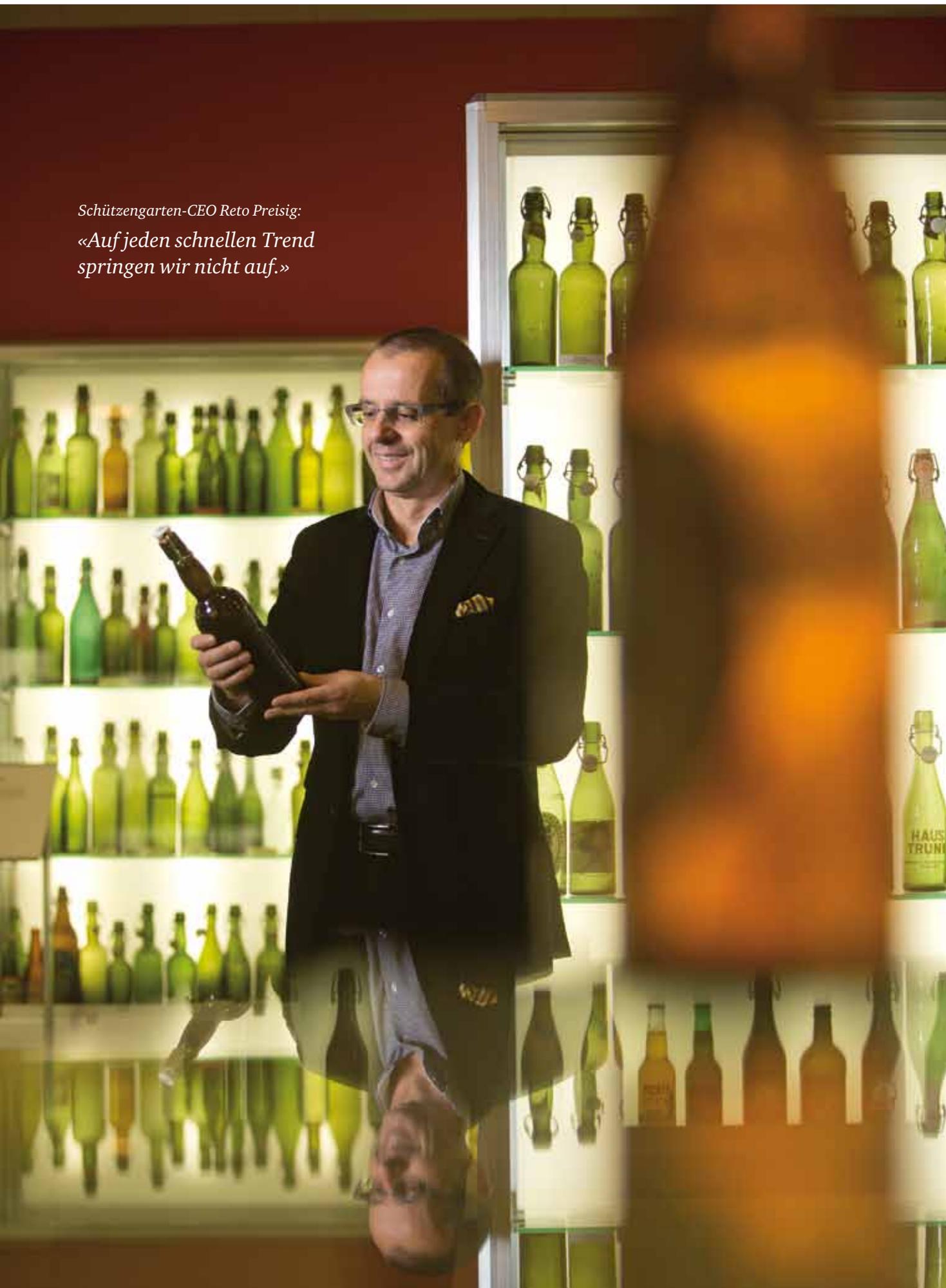
## «Das Ausland steht ganz und gar nicht im Zentrum unserer Akquisitionsbemühungen.»

die Konsumgüterindustrie Ende der 1990er-Jahre. Die Ausbildung zum Marketingleiter und die damit verbundenen Kontakte zu Kolleginnen und Kollegen anderer Branchen haben mich zum seinerzeitigen Wechsel inspiriert. So war ich dann auch bei einer sich heute in ausländischem Besitz befindenden Schweizer Brauerei im Marketing- und Eventbereich für die Spezialitätenbiere und internationalen Handelsbiere zuständig. Hier wurde ich dann definitiv vom Fieber der Lebensmittelindustrie gepackt. Nach einem Abstecher in die Süswarenbranche erhielt ich die Gelegenheit, auf internationaler Ebene in einem der Öffentlichkeit relativ unbekanntem, aber äus-

**Die meisten von uns dürften zu Bier einen anderen Bezug haben als zu Salat. Ebenso dürfte wohl bei der Vermarktung der Fokus anders gelegt werden. Welche Erfahrungen aus Ihrer früheren Tätigkeit können Sie dennoch einfließen lassen?**

Eine kompromisslose Qualitätsorientierung, Produktfrische und die regionale Herkunft der Produkte ist nicht nur im Salat- und Gemüsesektor von Bedeutung, sondern auch in der Bierbranche. Hier können wir uns als älteste und unabhängige Schweizer Brauerei von den generischen Auftritten multinationaler Konzerne differenzieren. Bei Schützengarten hilft mir aber auch mein kundenorientiertes Denken

Schützengarten-CEO Reto Preisig:  
«Auf jeden schnellen Trend  
springen wir nicht auf.»





und Handeln, das ich in den letzten Jahren weiter geschärft habe.

**Wie wichtig ist bei einem Bier wie «Schützengarten» die Wahrung der Tradition? Oder anders gefragt: Wie offen sind die Kunden für Neuerungen?**

Schützengarten ist ein Unternehmen mit einer einzigartigen Geschichte. Und nach der grossen Bereinigung mit vielen Brauerei-Schliessungen und Übernahmen der vergangenen Jahre steht das Unternehmen immer noch unabhängig, solide und stramm in der Schweizer Bierlandschaft da. Im Zuge der generellen Internationalisierung und Anonymisierung der Produkte in der Konsumgüterindustrie fragen

**«Nach der grossen Bereinigung mit vielen Brauerei-Schliessungen steht das Unternehmen immer noch unabhängig, solide und stramm in der Schweizer Bierlandschaft da.»**

Konsumenten wie auch Kunden insbesondere verstärkt nach glaubwürdigen und authentischen Konzepten. Sicher gibt es Produkttrends auch in der Bierbranche. Die Gefahr der Verwässerung der Markenwerte besteht jedoch latent. Die Kundschaft ist grundsätzlich sehr offen gegenüber Veränderungen, nur fällt sie später sehr gerne wieder in die bewährte, angestammte Konsumsituation zurück und fragt nach Produkten, an die sie sich über Jahre gewöhnt hat. Selbstverständlich strecken auch wir ständig unsere Fühler aus und überlegen uns, welches die nächsten Innovationsschritte sein könnten.

**In Ihrer Branche gab es die Zeit, der grossen Übernahmen. Nun behaupten sich wieder vermehrt auch die kleinen Brauereien und bringen mitun-**

**ter Produkte hervor, die die Kunden überzeugen. Beobachten Sie solche Entwicklungen mit Argusaugen?**

Diese strukturellen Bereinigungen in der Brauwirtschaft mit den damit verbundenen Firmenübernahmen oder Schliessungen haben die Biervielfalt in der Schweiz definitiv nicht gefördert. Die Folge war, dass gewissen Marken der für sie so wichtige Heimatbezug geraubt wurde. Aber genau bei der Pflege der Biervielfalt liegt unsere Stärke, und hier setzen wir auch an. Schützengarten ist schweizweit die Brauerei, die den höchsten Anteil am Gesamtausstoss mit Spezialitätenbieren absetzen darf. Ich denke hier insbesondere an unser Edelspez Premium, das St.Galler Klosterbräu, den Weissen Engel oder das obergärige Ale Gallus 612. Wenn aber zusätzlich auch Mikrobrauereien mit ihren Produkten einen Beitrag zur Förderung der Schweizer Biervielfalt leisten, dann schätzen wir dies natürlich sehr. Diese Anbieter helfen mit, die genussorientierte Kundschaft auf die Stärken der regionalen Anbieter zu sensibilisieren.

**Hatten diese «strukturellen Bereinigungen» in den vergangenen Jahren konkrete Auswirkungen auf den Absatz von «Schützengarten»?**

Ja sicher, unser Fokus auf die Marke Schützengarten und die Förderung unserer Spezialitätenbiere war bestimmt der richtige Ansatz. In den letzten zehn Jahren konnten wir unseren Bierabsatz um rund 25 Prozent ausbauen, währenddessen die inländische Bierproduktion rund 10 Prozent einbüsste. Produktlancierungen wie vor einigen Jahren unser Weisser Engel oder im letzten Jahr Gallus 612 stärkten unsere Kompetenz. Wir sind in der glücklichen Lage, über ein tolles Braumeister-Team zu verfügen, das sich intensiv mit Neuentwicklungen beschäftigt.

**Wie und wann entscheiden Sie, dass die Zeit reif für eine Sortimentserweiterung ist?**

Ein Produktlaunch sollte zum richtigen Zeitpunkt kommen, doch diesen Zeitpunkt zu kennen ist auch für uns äusserst schwierig. Auf jeden schnellen Trend springen wir aber nicht auf. Es ist weniger die Produktentwicklung, die ressourcenintensiv ist, sondern vielmehr die Lancierung, Vermarktung und nachhaltige Festigung eines neuen Produktes im Markt. Insbesondere im Detailhandel ist der Kampf um den Platz im Regal teuer, da Listungsgebühren anfallen.

**Sie haben also nicht das Gefühl, dass das eine oder andere Produkt noch fehlt?**

Doch, es gibt Momente, in denen man das Gefühl hat, dass das eine oder andere Produkt im Sortiment fehlt. Im engen Gespräch mit der Kundschaft stellt man dann aber oft fest, dass an den einzelnen Verkaufsstellen das Potenzial unseres bestehenden Portfolios noch nicht vollständig ausgeschöpft wird. Hier ist die professionelle Beratung unserer

Verkaufsteams essentiell, das der Kundschaft 15 Biersorten in den jeweilig verschiedensten Angebotsformen anbieten kann. Denn jede Verkaufsstelle, ob traditioneller Betrieb, Pub, Szenelokal, Gourmet-Tempel, Hotel oder Detailhandelsgeschäft, bedient eine unterschiedliche Kundschaft mit anderen Konsumgewohnheiten. Deshalb ist nicht nur die Sortimentswahl, sondern auch die Wahl der jeweiligen Angebotsform sehr wichtig.

#### **Will man gewissermassen auch den Nischenmarkt aufmischen?**

Es geht weniger um die Nische, sondern vielmehr um das Abdecken von ganz konkreten Konsumbedürfnissen. Denn ein Produkt mit zu geringer Nachfrage hilft weder unseren Partnern in der Gastronomie oder im Getränkehandel noch den Detailhandelsgeschäften.

Aber es ist schon so, dass wir uns mit unserer geübten breitfächrigen Sortimentsstrategie ganz konkret als Spezialitätenbrauerei positionieren können.

#### **Erwartet uns im Bereich der Produkte schon bald wieder eine Neuigkeit?**

Ja, wir haben in den vergangenen Monaten intensiv an einem Glühbier gearbeitet und bieten dieses erstmals im laufenden Winter unter der Bezeichnung «Heisser Schütz» an. Insbesondere in den Wintermonaten spüren wir im Outdoor-Bereich die Konkurrenz von Glühwein, Punsch, Tee etc. Ich denke da an Weihnachtsmärkte, Sportveranstaltungen aber auch an Après-Ski Momente. Diese Produkte werden bis heute vornehmlich aus dem Ausland importiert. Aber jetzt bieten wir in diesem Bereich eine Schweizer Alternative an. Die Idee ist gar nicht so neu, wir lassen eigentlich nur eine Tradition wieder aufleben. Denn schon der Gründer unserer Brauerei, Johann Ulrich Tobler, servierte am heutigen Brauereistandort in den 1780er-Jahren den Schützen der löblichen Schützengesellschaft vor dem Platztor, nach getaner Arbeit ein heisses Biergetränk. Beim «Heissen Schütz» verwenden wir unser obergärig vergorenes, naturtrübes Gallus 612 und geben ihm unter anderem Fruchtsäfte, Rum, natürliche Extrakte und Aromen hinzu.

#### **In der Ostschweiz gibt es wohl kaum jemanden, der nicht schon mit einem «Schützengarten» in Kontakt gekommen ist. Wie gestaltet sich hier der Marktanteil?**

Über alles gesehen sind es wohl zirka 25 bis 30 Prozent Marktanteil. In der Gastronomie ist die Marktdurchdringung stärker als bei den stark zentralisierten Detailhandelsketten.

#### **Und wie sieht es in der restlichen Schweiz und im umliegenden Ausland aus?**

Schützengarten ist ganz eindeutig eine regionale Marke, die sich in der Gastronomie sogar bis über Zürich hinaus sehr gut etabliert hat. Im Detail-

## Initiativflut!

Vier Mal im Jahr werden wir an die Urne gerufen. Nationale, kantonale und lokale Fragen harren der Entscheidung. Sie sollen nach «alter Tradition» vom Volk entschieden werden. Denn was das Volk entscheidet, wird gemeinhin als richtig und gut angesehen.

#### **Permanenter Wahlkampf**

Als das Gesetzesreferendum und später die Volksinitiative in die Bundesverfassung aufgenommen wurden, galten sie als eher seltene Oppositionsrechte. Sie wurden auch kaum angerufen. Für die Volksinitiative, die 1891 Einzug in die Verfassung hielt, mussten 50 000 Unterschriften beschafft werden. Das waren damals 7.6 % aller Stimmberechtigten. Eine hohe Zahl. Nach der Einführung des Frauenstimmrechts wurde die Zahl richtigerweise auf 100 000 angepasst. Dafür benötigt eine gültige Initiative wegen des Bevölkerungswachstums heute – nach Zahlen der NZZ – nur mehr 1.92 % der Unterschriften aller Stimmberechtigten. Es ist somit wesentlich einfacher geworden, auf Bundesebene direktdemokratische Entscheidungen herbeizuführen. Gewisse Parteien nutzen diese Möglichkeit gezielt, um permanent «Wahlkampf» führen zu können. Verschaffen Initiativen und Referenden doch Aufsehen, Diskussionsstoff, Auftritte, mediale Präsenz sowie eine Schärfung des Parteiprofils.

#### **Politikverdrossenheit?**

Gefährlich ist, dass die vielen Abstimmungen allseits Kräfte und Ressourcen binden, die parlamentarische Arbeit beeinträchtigen und möglicherweise auch das Stimmvolk «müde» machen. Wir erwarten nicht nur, dass die Stimmberechtigten alle vier Jahre wählen, sondern sich in Kenntnis der Fakten und der Konsequenzen auch permanent mit Sachgeschäften aller politischen Ebenen auseinandersetzen. Das ist nobel und zeugt von einem urdemokratischen Vertrauen in das Volk, dessen Interesse an der Politik und seiner aktiven Partizipation. Andererseits ist der Aufwand für alle enorm. Deshalb sei die Frage erlaubt, ob die Unterschriftenzahlen nicht erhöht oder die Sammelfristen gekürzt werden sollten? Die Oppositionsrechte blieben auch mit höheren Zahlen oder kürzeren Fristen gewahrt. Dafür wäre die ungebremste Initiativflut zur Erleichterung aller etwas eingegrenzt.



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

handel sind wir in einzelnen nationalen Ketten gar schweizweit präsent. Hier gibt es bestimmt noch zusätzliche Potenziale, wobei ich den Fokus ganz klar auf die Betreuung der bestehenden Märkte lege. Das Ausland steht ganz und gar nicht im Zentrum unserer Akquisitionsbemühungen, obwohl wir dort auch eine sehr treue Kundschaft beliefern dürfen. So ist beispielsweise auch die Schweizer Garde in Rom ein regelmässiger Abnehmer unserer Produkte.

**Wenn man so will, ist Biertrinken doch eigentlich eine sehr patriotische Sache. Wir trinken das Bier, das vor unserer eigenen Haustüre gebraut wird. Darf man behaupten, dass eine Brauerei, die sich einmal einen guten Ruf verschafft hat, kaum mehr zu bezwingen ist?**

Wie auch in allen Branchen sollte man sich nie auf der sicheren Seite fühlen. Wohin dies führt, haben diejenigen Brauereien erfahren, die in der Vergangenheit ihre Eigenständigkeit aufgeben mussten. Ob Braumeister, Kundenbetreuer, Logistikmitarbeiter, Buchhalter oder Geschäftsleitungsmitglied: An jedem Tag warten von Neuem die verschiedensten Herausforderungen. Gemessen wird man in der Regel immer am schwächsten Glied in der Kette. Deshalb ist es so eminent wichtig, dass wir als Team harmonieren.

## «Auch die Schweizer Garde in Rom ist ein regelmässiger Abnehmer unserer Produkte.»

Es ist auch viel Überzeugungsarbeit nötig, denn nicht alle Konsumenten sind so qualitätsaffin, wie wir Brauer es gerne hätten. Dann liegt es eben an uns, die Kundschaft darauf aufmerksam zu machen, dass sie mit unseren Spezialitäten Produkte konsumieren können, die regelmässig international prämiert werden, nicht durch halb Europa gekarrt, sondern vor Ort von uns produziert und ausgeliefert werden. Von 220 Mitarbeitenden, die auch hier in der Region ihren Lebensmittelpunkt haben, im heimischen Gewerbe ihre Einkäufe machen, ihre Kinder zur Schule schicken und auch ihre Steuern bezahlen, wie wir es als Unternehmen auch seit 234 Jahren tun.

**Wie wichtig ist gerade im Zusammenhang mit der Verbundenheit der gesamte Sponsoringbereich?**

Der Event- und Sponsoringbereich ist für uns eine einmalige Gelegenheit mit Veranstaltern, Kunden und Konsumenten in Kontakt zu kommen – und das in einem sehr emotionalen Umfeld. Die Brücke hierzu bildet unser Festservice-Team mit den entsprechenden Projektverantwortlichen. Vom Geburtstagsfest, Quartierfest bis hin zu grossen Sport- und Musikanlässen bedienen wir jährlich mit viel Aufwand über 3000 Veranstaltungen. Wenn wir als Lieferant von Bier, Mineral, Softdrinks und Infrastruktur wie Ausschankanlagen, Buffets, Tisch- und Festbankgarnituren einen guten Job machen, dann

bleibt dies nachhaltig haften. Die bedingt aber eine sehr enge Zusammenarbeit mit den jeweiligen Veranstaltern. Bei vielen Anlässen sitzen wir als Partner der ersten Stunde heute noch mit im Boot, auch wenn die eine oder andere Veranstaltung zwischenzeitlich buchstäblich ins Wasser fiel und ein grosses Loch in die Kasse frass.

**Ihr Vorgänger Christoph Kurer (69) hat die Brauerei während mehr als drei Jahrzehnten geführt und amtet nun als Verwaltungsratspräsident. Was hat er Ihnen vor Ihrem Stellenantritt mit auf den Weg gegeben?**

Er hat mir vor allem ein schönes Erbe mitgegeben, nämlich ein gesundes Unternehmen, dem ich zusammen mit dem ganzen Schützengarten-Team Sorge tragen will. Christoph Kurer ist konsequent seinen Weg gegangen, hat all die Jahre seines Schaffens kontinuierlich in sein Unternehmen investiert und es dabei nicht nur durch ruhige, sondern auch sicher durch stürmische See gesegelt. Er ist ein Mensch mit viel Tiefgang und kein Anhänger oberflächlichen Denkens und Handelns. Eine Eigenschaft, von der ich glaube, sie mit ihm zu teilen.

**Nehmen wir an, auch Sie führen das Unternehmen nun während den nächsten 15 bis 20 Jahren: Wo sehen Sie «Schützengarten» in dieser Zukunft positioniert?**

Zusammen mit meinem Team möchte ich die Zukunft von Schützengarten aktiv gestalten und das Unternehmen auch ausserhalb des Kernmarktes innovativ und kundenorientiert positionieren. Weiter soll in St. Gallen auch in ferner Zukunft noch eine authentische Braukunst gelebt werden sowie die unabhängige und erfolgreiche Geschichte von Schützengarten weitergeschrieben werden. Schützengarten soll als frisches, aktuelles und selbstbewusstes Unternehmen dastehen, in dem wir uns auf den Ursprung besinnen und die grosse Kraft der Vergangenheit weiter in die Zukunft tragen.

### Zur Person

Reto Preisig, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Brauerei Schützengarten AG, ist 1962 in Flawil SG geboren und wohnt mit seiner Familie in Rehetobel AR. Als Executive MBA HSG verfügt er über umfassende Marketing- und Verkaufserfahrung im Konsumgüterbereich. Seit Ende Februar 2012 ist er für die Brauerei Schützengarten tätig. Anfangs leitete er als Mitglied der Geschäftsleitung die Bereiche Verkauf und Marketing ad interim. Am 1. Oktober übernahm er den Vorsitz der Geschäftsleitung von Christoph Kurer. Zuvor war Reto Preisig während mehreren Jahren in der Geschäftsleitung des europaweit tätigen Salatconvenience-Unternehmens Eisberg, nachdem er sich während 12 Jahren für zwei Unternehmen aus der Süsswaren- und der Bierbranche engagiert hatte.

# Vom Bademeister zum Dampfmacher

**Dass wir uns über die Jahre zum etablierten «Bademeister» entwickelt haben wissen viele. Dass wir uns auf die Wintersaison zum «Dampfmacher» erklären, bedarf einer kurzen Erläuterung.**



*Die BadeWelten-Ausstellung in Gossau. Rechts die Badboutique mit raffinierten Accessoires.*

Seit einigen Jahren besteht ein Trend zu individuellen Dampfduschen, die auch gerne «türkisches Dampfbad» genannt werden. Die stichhaltigen Vorteile nutzen bereits viele unserer Kunden, besonders gerne in der trüben Herbst- und Winterzeit: Ein wohltuendes aromatisiertes und farblich auf die Stimmung abgestimmtes Dampfbad ist äusserst erholsam.

Eine individuelle Dampfdusche kann auch als Tagesdusche verwendet werden. Im Vergleich mit einer finnischen Sauna ist sie schnell betriebsbereit und benötigt keinen zusätzlichen Platz. Die von uns individuell geplant und in den Raum integrierte Dusche erinnert in keiner Weise mehr an die Kunststoffkabinen von früher. Ergänzt mit der optionalen Aroma-, Farblicht- und Klangtherapie werden so fulminant alle Sinne anregend berührt. Erholung als auch Aktivierung sind in dieser Umgebung gewiss!

*Das Badarchitekten-Team (von links): Beni Wyss, Andi Schmid, Markus Beeli, Marcel Schnelli und Georg Kunz.*

Unsere Kompetenz umfasst neben den sanitären Einrichtungen und Installationen auch die Planung und Ausführung von Badezimmern als Generalunternehmer. In der Beratung können wir auf Trends im Wohn- und Wellnessbad in umfassender Weise eintreten. Es zeigt sich, dass Schlafen, Ankleiden und das Bad mehr und mehr zu einem Wohntrakt ineinanderfliessen.

Für eine fachmännische Beratung stehen aktuelle Ausstellungen mit modernen Möbeln, Lavabos, Armaturen und attraktiven Accessoires zur Verfügung. Im modernen Bad werden zudem individuelle Beleuchtungsszenarien mit verschiedenen Farbeffekten und gezielter Dimmung gerne zur Stimmungsumtermalung eingesetzt. Auch hierzu finden sich in den Ausstellungen einige Trends, die verblüffen.

Zu einem neuen Bad gehört auch eine neue Ausstattung, für die unsere Berater gerne zur Seite stehen, auf Wunsch auch bei Ihnen zu Hause. Ob passende Frotteeware, ein raffinierter Handtuchhalter oder ein Kosmetikspiegel – wir bieten auch hier eine einzigartige Auswahl.

Als spezialisierte «Dampfmacher» planen und realisieren wir gerne auch Ihre neue BadeWelt. In unserer BadeWelten-Ausstellung in Gossau und der BadeWelten-Manufaktur in St.Gallen erfahren Sie mehr dazu.



**Schwizer Haustechnik AG**  
**BadeWelten-Ausstellung**  
 Andwilerstrasse 32, 9200 Gossau, Tel. 071 388 87 88

**BadeWelten-Manufaktur**  
 St. Jakobstrasse 64, 9000 St.Gallen  
 info@schwizer-haustechnik.ch  
 www.schwizer-haustechnik.ch

# 100 Tage im Land der Unternehmer

**Sie stimmen gegen mehr Ferien und erbringen freiwillig Mehrarbeit. Sie diskutieren mit ihren Chefs auf Augenhöhe und übernehmen gerne Verantwortung. Nach 100 Tagen in der Eidgenossenschaft zieht Markus Scherer, neuer Leiter der BTV Schweiz, ein erstes Resümee und spricht über die Schweiz und die Schweizer.**

**Zehn Jahre lang leiteten Sie das Firmenkundengeschäft des BTV Konzerns von der Zentrale in Innsbruck aus. Vor wenigen Monaten setzten Sie den Schritt über die Grenze und sind nun Leiter der BTV Schweiz. Wie ist Ihr erster Eindruck?**

Die Erfahrungen in den letzten Monaten legen vor allem eines nahe: dass die Sonderstellung bzw. die Besonderheit des Wirtschaftsstandorts Schweiz ganz massgeblich mit den Menschen, die hier leben und arbeiten, zusammenhängt. Die Schweizer handeln extrem unternehmerisch. Sie sind bereit, freiwillig Mehrleistung zu erbringen, weil sie gerne Verantwortung übernehmen. Nicht nur für sich und den Betrieb, in dem sie arbeiten, sondern für die Gesellschaft im Allgemeinen. Die Schweizer denken langfristig und beziehen die volkswirtschaftliche Komponente in ihr Denken mit ein. Das legt nicht zuletzt das

Ergebnis einer Volksabstimmung nahe: Nur ein Drittel der Wahlberechtigten stimmten dafür, die gesetzlichen Ferien von vier auf sechs Wochen ausweiten zu wollen. Die grosse Mehrheit war dagegen, weil dies die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Betriebe schwäche. Ich denke, in sehr vielen Ländern hätte das Ergebnis ganz anders ausgesehen. Das Wohl des Staates und die Mündigkeit der Bürger werden kaum wo so ernst genommen wie in der Schweiz.

**Sehen Sie in dieser verantwortungsvollen Haltung der Bürger einen der massgeblichen Gründe für die starke Wirtschaftsleistung der Schweiz?**

Auf jeden Fall. Wie sonst lassen sich diese Wirtschaftsdaten erklären? Der Schweiz gelang in den Jahren 2008 bis 2012, die von einer globalen Wirtschaftskrise geprägt waren, ein Wirtschaftswachs-

*Hält nicht nur den Schweizer Unternehmergeist hoch, sondern attestiert auch den Österreichern und Deutschen viel Innovationskraft und Leidenschaft: Markus Scherer, neuer Leiter der BTV Schweiz.*





**BTV** VIER  
LÄNDER  
BANK

**Kontakt**

BTV Staad am Bodensee  
Hauptstrasse 19, 9422 Staad  
Tel. +41 (0)71 85 810 21  
E-Mail: markus.scherer@btv-bank.ch  
www.btv-bank.ch

tum in Höhe von 8,29%. Deutschland schaffte in dieser Zeit 1,68%, Österreich 2,32% und Italien schlitterte mit -0,15% in eine leichte Rezession. Trotz konkurrenzlos hoher Arbeitskosten – in der Sachgütererzeugung kostet eine Arbeitsstunde mit ca. 45 Euro um ein Drittel mehr als in Deutschland und Österreich – liegt die Schweiz bei den weltweit wettbewerbsfähigsten Ländern an erster Stelle.

Die Schweizer Wirtschaft ist hochentwickelt und international sehr gut vernetzt. Die Betriebe punkten mit Innovationskraft, einer offenen Geschäftskultur und sie profitieren von Top-Forschungsinstituten. Die Schweizer Wirtschaft basiert nicht auf Massenproduktion, sondern auf der Entwicklung und Herstellung von qualitativ hochwertigen, wissens- und forschungsintensiven Produkten. Das alles verdankt die Schweiz nicht nur dem liberalen Wirtschaftssystem und der politischen Stabilität, sondern auch dem Unternehmergeist der Menschen.

**Global excellence: Ein Schweizer Phänomen, von dem auch die Nachbarstaaten lernen könnten?**

Deutschland und Österreich stehen ebenfalls sehr gut da und gelten schon seit Langem als Exportweltmeister. Gerade in der Industrie kann da global kaum ein Land mithalten. Leidenschaft, Innovationswille und Fleiss sind die Treiber für diesen Erfolg. Das Engagement der Menschen macht diese Region zu einem der wohlhabendsten Wirtschaftsräume der Welt. Auch wenn die Wirtschaftsdaten momentan schlechter als jene in der Schweiz aussehen: Man darf nicht vergessen, dass Deutschland und Österreich in ein Netzwerk eingebettet sind, das mehr ist als eine Wirtschaftspartnerschaft. Im Rahmen der Europäischen Union investieren sie in ein Bündnis für den Frieden, Wohlstand und Demokratie.

**Auch die Schweiz musste angesichts der schlechten konjunkturellen Entwicklung in der EU und des Aufwertungsdrucks auf den Schweizer Franken mit Absatzinbrüchen im Export rechnen. Wie steuerten die Unternehmer dem entgegen?**

Die Betriebe stellten sich sehr rasch auf den von der SNB festgelegten Wechselkurs ein und fanden schnell die für sie passende Strategie. Einige began-

nen, in Euro einzukaufen und betrieben natürliches Hedging. Gleichzeitig erhöhte sich die Loyalität gegenüber den eigenen Unternehmen im Wissen, dass gerade in schwierigen Zeiten Zusammenhalt gefragt ist. Bei Geschäftsbeziehungen auf Gegenseitigkeit wurden sogar höhere Preise in Kauf genommen – wieder ein Beispiel für das langfristige, verantwortliche Denken der Schweizer Unternehmer. Für viele Schweizer KMU ist mit der EU-Krise das Geschäft in der Schweiz wieder relevanter geworden.

**Die BTV sieht sich als Finanzpartner, der auch unternehmerische Hilfestellung leistet, wenn diese gefragt ist. Wie leben Sie dies in Zeiten wie diesen?**

Unsere Erfahrungen in vier Ländern – Österreich, Schweiz, Deutschland und Italien – führen uns ganz deutlich vor Augen, welche Strategien aufgehen. Wie Unternehmen jenseits der Staatsgrenze mit ähnlichen Herausforderungen umgehen und sie bewältigen. Wir kennen die Markt- und Branchenentwicklungen, aber auch die ganz individuellen Probleme im betroffenen Unternehmen, weil wir eine starke, zumeist langjährige Verbindung zu unseren Unternehmern haben. Patentrezept gibt es freilich keines. Die Lösungen, die wir anbieten, sind so individuell wie das Unternehmen selbst. Aber das entsprechende Spezial-Know-how und ein reicher Erfahrungsschatz helfen, gemeinsam mit dem Unternehmen den richtigen Weg zu gehen.

Die BTV verfügt über ein Netzwerk von über 7000 Unternehmenskunden. Wir führen Unternehmer und Manager zusammen, die voneinander profitieren können. Ob grenzüberschreitende Betriebsan siedelung, Firmenkauf oder -verkauf, Unternehmensnachfolge oder neue Lieferantenkontakte. Wir haben den Anspruch, unseren Kunden unternehmerischen Mehrwert zu bieten.

**Ist das auch Ihr Vorsatz für die Arbeit in der BTV Schweiz – den Kunden unternehmerischen Mehrwert bieten?**

Ja. Unser erklärtes Ziel ist es, unsere Kunden zu begeistern. Mit klassischen Bankdienstleistungen alleine gelingt das nicht, sondern nur mit Leidenschaft und Unternehmergeist.

# Phönix aus der Asche

**Ein solcher Schicksalsschlag muss verkraftet werden: Die Konform AG hat vor einem Jahr durch einen Grossbrand in Arbon praktisch alles verloren. Was nicht dem Feuer zum Opfer fiel, wurde durch das Löschwasser zerstört. Geschäftsführer Jvo Ruppanner und seine rund 40 Mitarbeiter liessen sich nicht entmutigen: Exakt ein Jahr nach dem «Schwarzen Sonntag» starten sie am neuen Standort durch. Der Blick zurück löst Erstaunen aus. Der Blick nach vorne macht Hoffnung.**

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

Es gibt Daten, die vergisst man nie wieder. Für Jvo Ruppanner gehört der 19. August 2012 zu dieser Kategorie. Während er mit seiner Frau den schönen Sommertag geniesst, wird ihm per SMS mitgeteilt, dass auf dem Saurer-Areal in Arbon ein Brand ausgebrochen sei. Ruppanner geht zu diesem Zeitpunkt noch nicht von einem Grossereignis aus, ebenso wenig davon, dass der eigene Betrieb davon betroffen sein könnte. Als er jedoch die Rauchsäule in der Ferne erblickt, ahnt er, dass sich in diesen Minuten eine Katastrophe ereignet.

## «Steht das eigene Gebäude in Flammen? Was könnte falsch gelaufen sein?»

Auf der Fahrt – dem Feuer und damit auch dem eigenen Unternehmen entgegen – durchlebt Ruppanner ein Wechselbad der Gefühle zwischen Hoffnung und Angst. «Das waren Augenblicke, in denen mir sehr viele Gedanken durch den Kopf schossen», sagt er. Steht das eigene Gebäude in Flammen? Was könnte falsch gelaufen sein? Wurde allenfalls in der betriebseigenen Schweisserei unachtsam gearbeitet?

### Ursache unbekannt

Rund Dreiviertelstunden nach dem Ausbruch des Brandes trifft Jvo Ruppanner auf dem Gelände ein, wo schon einige Konform-Mitarbeiter zugegen sind. Es ist 18 Uhr. Im Saurer WerkZwei wütet der Grossbrand. Unmittelbar neben den Räumlichkeiten der Konform AG. Aus bis heute unerklärlichen Gründen brach der Brand an der Seite einer fast 80-jährigen Halle aus, von wo aus sich die Flammen in kürzester Zeit durch das trockene Gebälk verbreiten.

### Abschied nehmen

Die Konform-Belegschaft handelt instinktiv. Während sich das Feuer bereits den Weg durch die Fens-ter im Erdgeschoss des Gebäudes sucht, rettet sie,

was zu retten ist. Was sie nicht weiss: Zu diesem Zeitpunkt steht das obere Stockwerk bereits vollständig in Brand. Ruppanner wird das Geschehen später in einer Firmenbroschüre mit dem Titel «Phönix aus der Asche» wie folgt schildern: «18.15 Uhr, die enorme Hitze der bereits in Flammen stehenden Holzhallen ermöglicht dem Feuer ein nahtloses Übergreifen auf das Obergeschoss unserer Werkstätten. Es frisst sich erbarmungslos durch unsere Räume. Was jahrelang aufgebaut und erarbeitet wurde, Schnittmuster, Requisite, Mobiliar und Dekorationen, Maschinen, Ideen, leidenschaftliche Stunden der Entwicklung – manifestiert in Prototypen und Werken –, wird schlagartig zerstört.»

Es folgen Stunden des Agierens im einfachen Funktionsmodus. 90 Prozent der Angestellten sind inzwischen vor Ort, tun, was getan werden kann, retten, was es zu retten gibt und nehmen Abschied vom Arbeitsplatz, der die letzten Jahre geprägt hat.

### Stunden später wieder aktiv

Das Adrenalin zeigt seine Wirkung. Schon am Folgetag bezieht die Konform AG eine nahe gelegene Halle der Firma HRS, stellt Tische und Stühle auf und macht eine Bestandsaufnahme. Während der IT-Verantwortliche den sichergestellten Server in Betrieb nimmt, nehmen die Mitarbeiter bereits wieder die Arbeit auf. Eine Leinwand mit einem Durchmesser von 50 Metern muss noch diese Woche an die UEFA in Monaco geliefert werden. Auch sie wurde komplett zerstört. Doch eine Firma, die zu 50 Prozent im temporären Eventbau tätig ist, ist sich gewohnt, schnell zu reagieren. Das Unmögliche wird möglich gemacht und die Leinwand komplett neu erstellt. Diese Leistung ist symptomatisch für das, was sich in den Folgewochen und -monaten bei der Konform abspielt. «Jeder einzelne Mitarbeiter, und damit die gesamte Institution, hat einen enormen Einsatz geleistet», so Jvo Ruppanner rückblickend. «Es sind dies Krisen, in denen ersichtlich wird, wie gut

*Jvo Ruppanner:  
Wechselbad der Gefühle zwischen  
Hoffnung und Angst.*





*Wirtschaftlichkeit neu definiert.  
Der Actros.*

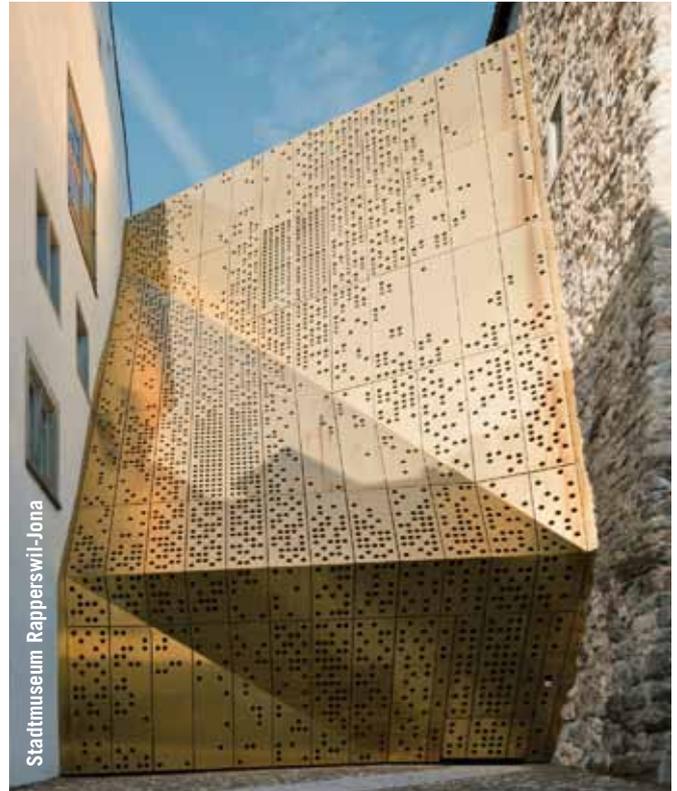


**altherr** *nesslau*

Altherr Nutzfahrzeuge AG  
CH-9650 Nesslau  
www.altherr.ch  
info@altherr.ch

**altherr** *schaan*

Altherr AG  
FL-9494 Schaan  
www.altherrag.li  
info@altherrag.li



Partner für anspruchsvolle  
Projekte in Stahl und Glas



**Tuchschmid**

Tuchschmid AG  
CH-8501 Frauenfeld  
Telefon +41 52 728 81 11  
www.tuchschmid.ch

**Modernste  
Gewerbeflächen  
im Schweizer  
Steuerparadies  
Herisau**



**GewerbePark**  
Herisau



**Hochflexibles Raumkonzept  
für kreatives Denken,  
erfolgreiches Arbeiten  
und neue Ideen**

PRIVERA AG  
Julia Zürcher T 071 314 25 72  
Bionstrasse 1 vermarktung.sg@privera.ch  
9015 St.Gallen www.privera.ch

- Per sofort bezugsbereit
- Teilflächen ab ca. 250 m<sup>2</sup> möglich
- Total 3000 m<sup>2</sup> völlig frei einteilbare, stützenfreie Gewerbefläche
- 150 gross dimensionierte Parkplätze in der Tiefgarage
- Modernster MINERGIE-P-Bau
- Attraktives Arbeitsklima
- Kontrollierte Lüftung
- Kühl-/Akustikdecken vorhanden
- Ruhige Lage in natürlicher Umgebung
- Hervorragende Verkehrsanbindung



*Was jahrelang aufgebaut und erarbeitet wurde, wird schlagartig zerstört.*

man miteinander funktioniert, dass Mitarbeiter das wertvollste Gut sind und alles Materielle nur austauschbare Objekte. In diesem Sinne kann ich dem ganzen Team gar nicht genügend Dank aussprechen.»

#### **Die Suche nach einer neuen Heimat**

Auf den Tag genau ein Jahr nach dem verheerenden Grossbrand kann die Konform AG nach Monaten in provisorischen Arbeitsumgebungen ins neue Betriebsgebäude an der Landquartstrasse 97 in Arbon einziehen. Ein Glücksfall. Denn lange Zeit sah es nicht danach aus, als ob ein entsprechender Standort mit genügend Platz gefunden werden könnte. Krisenszenarien wurden durchgespielt und gar eine vollkommene Neuorientierung in Betracht gezogen.

**«Wir waren uns bewusst: Finden wir bis Ende 2012 kein geeignetes Objekt, müssen wir die Produktion einstellen.»**

Jvo Ruppanner: «Wir waren uns bewusst: Finden wir bis Ende 2012 kein geeignetes Objekt, müssen wir die Produktion einstellen.» Die Erlösung folgte in einem Angebot von Max Gimmel, welcher die Produktion in seiner Gerberei einstellte und folglich die Hallen zum Verkauf anbot. Während damit eine 164-jährige Gerberei-Tradition ihr Ende fand, bot dies der Konform die Chance auf eine Zukunft.

#### **«An die Grenzen gebracht»**

Seit August 2013 haben die Designer und Produzenten von Erlebniswelten und Messeauftritten wieder ein fixes Zuhause. Und ein Augenschein vor Ort verdeutlicht, dass mit der neuen Umgebung auch die Energie wieder gewonnen werden konnte. «Das Jahr nach dem Brand hat uns an die Grenzen gebracht»,

gesteht Ruppanner. «Es wurde an der Zeit, dass wir unseren Mitarbeitern wieder entsprechend Raum und Perspektiven bieten konnten.»

Und diese Perspektiven sehen sowohl rein optisch in Bezug auf die neuen Hallen als auch punkto Arbeitsvolumen sehr gut aus. Nicht zuletzt aufgrund des «Hochrappels» in einer ausweglosen Situation wissen die Kunden der Konform nun besser denn je, dass hier Menschen am Werk sind, die sich mit Engagement und Leidenschaft für eine Tätigkeit einsetzen. Und auch strukturell kann Ruppanner den Ereignissen durchaus etwas Gutes abgewinnen. «Natürlich hatten wir schon früher versucht, uns immer wieder zu hinterfragen. Nun aber waren wir dazu gezwungen. Wir haben unser Konstrukt auseinander genommen und Optimierungen vorgenommen.» Die Produktion der Konform mit den acht Abteilungen «Schreinerei», «Schlosserei», «Nähatelier», «Dekoartikel», «Floristik», «Elektromechanik», «Bühnenmalerei» und «Lackiererei» betreut ihre Projekte nach wie vor von der neuen Halle in Arbon aus. «Sie ist das Herzstück in Sachen handwerkliche Kompetenz und die professionelle Verschmelzung der einzelnen Werke», so Ruppanner. In Zürich entwickelt, gestaltet und konzipiert die Konform Kreation mit frischen Ideen. «Dank des neuen Standorts in Zürich können wir so direkt an der pulsierenden Metropole und ihren kreativen Einflüssen teilnehmen.»

#### **Alles aufgeben?**

Nach dem tiefen Fall und Monaten, die an die Substanz gingen, steht die Konform AG wieder auf gesunden Beinen. Dennoch stellt sich die Frage: Gab es niemals Zeiten, in denen Jvo Ruppanner mit dem Gedanken gespielt hat, den Stecker zu ziehen? «Nein. Natürlich rieten mir einzelne Personen, aufzuhören. Aber war das ein verlockender Gedanke? Nein. Für mich stand die Institution mit ihren 40 Mitarbeitern immer im Vordergrund. Wir haben 15 Jahre lang daran gearbeitet, so weit zu kommen, als Einheit zu funktionieren und gemeinsam vorwärtszuschreiten.» Für den Geschäftsführer sind dies Faktoren, die mehr wiegen als Geld. Er hat mit dem Team eine Phase überlebt, die so manch einem Unternehmen das Genick gebrochen hätte. Man befand sich in einer Ausnahmesituation. Nun geht die Geschichte weiter, um nochmals aus der Broschüre, welche die Vorkommnisse verarbeitet, zu zitieren: «Wir sind älter geworden und fühlen uns verjüngt und in Startposition. Die Zeit ist reif ... reif für eine neue Ordnung, für einen frischen Neustart aus zwei örtlich getrennten und fachlich konzentrierten Standorten.»



*Roswitha Inauen und Philipp Griesemer:  
«Punkto Social Media  
stecken unsere Hostels noch  
in den Kinderschuhen.»*

# Der Rucksacktourist als aussterbende Spezies

**«Konzeptlabor» nennen zwei Jungunternehmer aus Appenzell ihr Unternehmen. Auch wenn der Begriff experimentellen Charakter suggeriert: Was Roswitha Inauen und Philipp Griesemer aushecken, muss in der Praxis funktionieren. In erster Linie kreieren sie touristische Konzepte und begleiten deren Umsetzung. Ihre derzeitige Hauptaufgabe: Die Schweizer Hostel-Landschaft neu erfinden.**

Text: Stefan Millius Bild: Bodo Rüedi

Für sie war stets klar, dass Tourismus und Hotellerie ihre Zukunft sein soll, er hingegen wählte den Quereinstieg über eine andere Berufsausbildung. Roswitha Inauen absolvierte die Hotelfachschule, arbeitete bereits während der Ausbildung in einem Hostel und heuerte nach dem Abschluss bei einem Vier-Sterne-Hotel an. Philipp Griesemer war zunächst Elektriker, nahm dann die Tourismusfachschule in Angriff. Zugesagt «landeten» beide aber am selben Ort: in der Downtown Lodge Grindelwald, einem typischen Hostel, das auf einen Mix aus preisgünstiger Herberge und erlebnisreichem Aufenthalt setzt. Die beiden führten den Betrieb, bekamen einen tiefen Einblick

ten diese Entwicklung zu verschlafen und müssen sich weiterentwickeln, um die sich verändernden Bedürfnisse zu befriedigen.

Das Vorurteil, dass es sich bei Hostels zwingend um einfach eingerichtete, mit minimalem Standard ausgestattete Schlafgelegenheiten handle, ist laut Inauen und Griesemer nämlich nicht zutreffend. Das entscheidende Merkmal dieser Art von Unterkunft liegt darin, dass mindestens ein Viertel der Betten einzeln buchbar ist und somit auch Alleinreisende vergleichsweise günstig in gemeinsamen Zimmern unterkommen. «Es gibt diese einfachen Unterkünfte wie beschrieben, aber Hostels können durchaus luxuriös ausgestattet sein, die Unterschiede innerhalb der Branche sind gross», so Inauen.

## «Wer nicht an internationale Buchungssysteme angeschlossen ist, hat es schwer.»

in die Funktionsweise von Hostels, waren vom Konzept angetan – und sahen gleichzeitig die Schwierigkeiten, die auf diese Form der Unterkunft zukommen. Aus diesen Erkenntnissen heraus entstand die Businessidee: ein Unternehmen, das touristische und gastronomische Einrichtungen berät, und zwar vom Konzept über Betriebsabläufe bis zur Vermarktung. Seit Januar dieses Jahres setzen sie voll auf die Karte der Selbständigkeit.

### Hostels im Visier

Im Fall der Hostels schien den Gründern von «Konzeptlabor» der Nachholbedarf von Anfang an gross – mit entsprechendem Beratungspotenzial. «Der typische Hostelgast war stets der Rucksacktourist, der in erster Linie einfach günstig reisen will, aber davon gibt es in der Schweiz immer weniger», sagt Philipp Griesemer. Ins Hochpreisland Schweiz wagen sich vor allem Touristen mit etwas grösserem Budget und einem Rollkoffer statt eines Rucksacks. Die entsprechenden Herbergen in der Schweiz allerdings droh-

### Neue Zielgruppen erschliessen

Das heisst: Wer in eine Backpacker-Unterkunft oder eben ein Hostel geht, will günstig übernachten, Kontakte knüpfen, Leute treffen, aber vielleicht eben auch einen gewissen Komfortstandard geniessen. Nachdem der typische Rucksacktourist zur aussterbenden Spezies wird, geht es darum, auch besser Betuchte oder beispielsweise Familien aus der Schweiz als Kunden zu machen. Dazu aber müssen die Hostels ihrerseits den Sprung in Richtung der neuen Zielgruppen schaffen.

Ein wichtiger Schritt war der neue Auftritt gegen aussen. Die Hostels waren bis vor einiger Zeit im Verein «Swiss Backpackers» organisiert. Ein überholter Name, da immer weniger klassische Backpackers unterwegs sind. Eines der ersten und auch wichtigsten Mandate von «Konzeptlabor» lag darin, «Swiss Backpackers» als Dachorganisation der Hostels in der Schweiz zu beraten und in eine neue Form zu überführen. Das Ergebnis ist der Verein «Swiss Hostels» und der dazugehörige Webauftritt. Damit ist ein «Landeplatz» entstanden für potenzielle Gäste, die eine Übersicht zur Schweizer Hostellandschaft wol-

len. Und es liegt ein klares Bekenntnis in der Kreation der neuen Marke. «Swiss Hostels hat sich entschieden, zu wachsen», stellt Philipp Griesemer klar. Die Zahl von derzeit rund 35 Häusern, die Mitglieder sind, soll steigen, um eine gewisse Marktrelevanz zu erhalten. Denn Hostels dürfte es etwa zehn Mal mehr geben als derzeit Mitglieder – je nach Definition.

#### Vom Partyvolk bis zu Familien

Ganz einfach ist es nicht, die Hostels unter einem Dach zu vereinen, denn im Unterschied beispielsweise zu Jugendherbergen sind Hostels eine sehr heterogene Gruppe, mit grossen Unterschieden, was Angebot und Philosophie angeht. Das betrifft auch die Gäste. Zwar gibt es Gemeinsamkeiten: Meist sind es budgetbewusste, kontaktfreudige Leute, oft solche, die allein unterwegs sind. Aber vermehrt kommen auch Familien dazu. Die Gästeschar aus der ganzen Welt fühlt sich zudem von unterschiedlichen Angeboten angezogen. Zum einen geht es dabei um die Lage und die Frage, was in einer bestimmten Region touristisch alles zu erleben ist. «In der Säntis Lodge in Unterwasser trifft man vermutlich eher selten Individualtouristen aus Korea an, während diese in Hostels in Interlaken zahlreich vertreten sind», so Roswitha Inauen.

### «Einige Hostels ziehen Partyvolk an, andere eher Familien.»

Ein weiteres Auswahlkriterium ist der Charakter des Hostels. Dass es dort immer laut und alkoholhaltig zugeht, weil das Publikum vor allem jung ist, stimmt zwar nicht als generelle Aussage – aber punktuell ist es richtig. Inauen: «Es gibt Hostels, die bewusst auf Partygäste abzielen, und dort ist man als Familie auf der Suche nach Ruhe natürlich falsch. Deshalb ist es wichtig, dass Hosteltreiber ihr Konzept klar kommunizieren und sagen, an wen sie sich richten.»

Mit solchen Fragen setzt sich «Konzeptlabor» auseinander. Zum Beispiel dann, wenn ein Betrieb nicht oder nicht mehr in die Gänge kommt und die Gäste ausbleiben. Ist das Konzept noch zeitgemäss? Stimmen die Einrichtung und allfällige Zusatzangebote mit der Konzeptidee überein? Oft, so Inauen und Griesemer, sind Hostels dank einer guten Lage und Infrastruktur lange erfolgreich, doch irgendwann flaut das Geschäft ab – und niemand weiss weshalb, weil das Erfolgskonzept mehr auf Zufälligkeiten als auf bewussten Entscheidungen basierte. «Dann schauen wir uns das an, analysieren den Betrieb – bis hin zur temporären Betriebsführung», so Roswitha Inauen. Im Unterschied zu den meisten Betreibern verfolgen die beiden Jungunternehmer die internationale Hostelszene laufend, nehmen Trends auf, prüfen die Umsetzung in der Schweiz. Weil das Publikum so international ist, können Hostels hierzulande nicht einfach ignorieren, was andernorts Standard ist. Zum Beispiel WLAN. «In vielen Ländern ist kostenloser Internetzugang in Hostels selbstverständlich, und

die Gäste akzeptieren es nicht, wenn dieser fehlt», so Griesemer.

#### Erreichbar rund um die Uhr

Dazu kommt das veränderte Buchungsverhalten. Der Rucksacktourist von einst stand irgendwann einfach an der Reception und fragte nach einem Bett. «Heute läuft alles online, über PC oder Smartphone», sagt Roswitha Inauen. «Wer keine elektronische Buchungsmöglichkeit anbietet und in den internationalen Buchungssystemen nicht vertreten ist, hat es schwer.» Weil viele Gäste aus Amerika kommen, gilt zudem: Die Erreichbarkeit muss aufgrund der Zeitverschiebung rund um die Uhr gewährleistet sein. Wer eine Anfrage per E-Mail schreibt und nicht in Kürze eine Antwort erhält, ist weg – denn Konkurrenten gibt es genügend.

In Social-Media-Tools sehen die beiden Appenzeller grosses Potenzial, gerade, weil Hostalgäste oft jung oder junggeblieben sind. Sie skizzieren grobe Ideen, die für viele Betriebe interessant sein könnten. Ein Freibier nach dem zehnten Mal «Einchecken» bei sozialen Netzwerk «Foursquare», eine Lampe, die immer aufleuchtet, sobald das Hostel auf Twitter erwähnt wird, eine (freiwillige) Online-Gästeliste, sodass andere sehen, wer gerade auch dort nächtigt: Solche scheinbaren Spielereien tragen viel zur Kundenbeziehung bei und lösen Mund-zu-Mund-Propaganda aus. Philipp Griesemer bilanziert: «Was das angeht, stecken wir in der Schweiz noch in den Kinderschuhen. Aber wir müssen dem Gast das bieten, was er von zuhause kennt.»

Viel gewonnen ist deshalb schon mit der Anbindung an internationale Reservationssysteme, Vernetzung zu allen Buchungskanälen und Reservierungen in Echtzeit mit einer Bettgarantie – Dinge, die in der einst eher hemdsärmeligen Hostel-Szene keineswegs selbstverständlich waren. «Früher geschah vieles manuell, und da wurden bewusst oft zu kleine Bettkontingente angeboten, damit es nicht zu einer Überbuchung kommt», erinnert sich Roswitha Inauen. Und stattdessen blieben entsprechend Betten leer.

#### Auch Restaurants unter den Kunden

Hilfe in Sachen Technologie und Vermarktung ist das eine, betriebliche Fragen sind das andere. Im Auftrag ihrer Kunden untersuchen Inauen und Griesemer, wo die Besucherströme eines bestimmten Hotels herkommen, wo weitere Zielmärkte liegen könnten und was die Konkurrenz tut. Das Angebot stösst auf Interesse. Inzwischen zählen auch Restaurants zu den Kunden von Konzeptlabor, da viele der Fragestellungen ähnlich sind. Auch hier haben die Betreiber oft viel Ahnung vom Kerngeschäft, aber Defizite bei Themen wie Marketing und Neuen Medien. «Wir reisen viel herum, sehen in zahlreiche Betriebe und kennen deren Sorgen», so Roswitha Inauen. Dank der Praxiserfahrung, die sie und Philipp Griesemer aufweisen, geniessen die beiden das Vertrauen der Hostel-Betreiber und Gastronomen. Eine wichtige Basis für den ersten Schritt zur Zusammenarbeit.

# Der verrechnungssteuerliche Augiasstall wird weiter ausgemistet

**Nachdem die Eidgenössische Steuerverwaltung die verrechnungssteuerliche Praxis betreffend das konzerninterne Meldeverfahren deutlich verschärft hat, kommt es voraussichtlich zu einer weiteren Praxisverschärfung im Bereich der Verrechnungssteuerrückforderung von natürlichen Personen.**

Eindeutig private Aufwendungen von Aktionären haben in der Buchhaltung der Gesellschaft nichts zu suchen und können bei Nichtdeklaration von den Steuerbehörden als Steuerhinterziehung oder sogar als Steuerbetrug qualifiziert werden. Es sei darauf hingewiesen, dass bei eindeutig privaten Aufwendungen kein Ermessensspielraum besteht. Das heisst, ein allfällig verbuchter Privatanteil auf solchen Aufwendungen stellt keine «harmlose Bewertungsfrage» dar. So müssen zur Vermeidung von steuerstrafrechtlichen Folgen spätestens bei der Einreichung der Steuererklärung die privaten Aufwendungen der steuerlichen Erfolgsrechnung der Gesellschaft gutgeschrieben (Aufrechnung in der Steuererklärung) und als Vermögensertrag in den privaten Steuererklärung der Aktionäre deklariert werden. Zudem ist die Verrechnungssteuer auf der geldwerten Leistung abzurechnen. Bisher wurde die Verrechnungssteuer in der Praxis in solchen Fällen aber eher stiefmütterlich behandelt und ihr vielfach wenig Beachtung geschenkt, sofern sichergestellt wurde, dass die Korrektur auf Gesellschaftsebene auch eine Korrektur auf privater Ebene nach sich zog.

Aufgrund von Bundesgerichtsentscheiden aus den Jahren 2011 und 2013 wird voraussichtlich per Ende 2013 ein neues Kreisschreiben publiziert, welches die Rückerstattung der Verrechnungssteuer für natürliche Personen regeln soll. Gemäss Entwurf dieses Kreisschreibens wird bei fehlender ordnungsgemässer Deklaration und demzufolge in Steuerhinterziehungs- bzw. Steuerbetrugsfällen den begünstigten Aktionären die Rückerstattung der Verrechnungssteuer von 35% verweigert. Dabei handelt sich grundsätzlich nicht einmal um eine Neuerung, da das Bundesgericht bereits früher festgehalten hat, dass die Rückerstattung ausgeschlossen bleibt, wenn den Steuerpflichtigen Verheimlichungsabsicht vorzuwerfen ist. Jedoch ist aufgrund des Kreisschreibens zu befürchten, dass die kantonalen Steuerbehörden in Fällen von privaten Aufwendungen in der Gesellschaft konsequenter ein Strafsteuerverfahren einleiten und dies der Eidgenössischen Steuerverwaltung melden werden.

## **In Steuerhinterziehungs- bzw. -betrugsfällen bedeutet dies konkret:**

- Ablieferung der Verrechnungssteuer durch die leistende Gesellschaft mit der Pflicht, diese auf die Aktionäre zu überwälzen
- Verzugszins von 5% auf der geschuldeten Verrechnungssteuer
- Verweigerung der Verrechnungssteuerrückerstattung trotz Einkommensbesteuerung der geldwerten Leistung

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Privates und Geschäftliches strikt zu trennen sind. Eine zuverlässig geführte Buchhaltung ist demnach unerlässlich. Der Eidgenössischen Steuerverwaltung scheint es offenbar ernst zu sein, die sich während Jahrzehnten angesammelte Unordnung im verrechnungssteuerlichen Augiasstall ausmisten zu wollen – auch wenn sie sich etwas mehr Zeit lässt, als es der gute Herakles seinerzeit hatte.



**Christoph Lehmann**

Partner, dipl. Steuerexperte, Betriebsökonom HWV  
c.lehmann@steuerpartner.ch, www.steuerpartner.ch



**Peter Villiger**

Master of Science FHO in Business Administration  
p.villiger@steuerpartner.ch, www.steuerpartner.ch

# «Ich habe nie an das schnelle Geld gedacht»

**Sie ging nach Paris und kehrte als Jungunternehmerin zurück. Ly-Ling Vilaysane zog es nach der Textilfachschule in die französische Metropole, wo sie 2006 ihre eigene Firma – das Modelabel «aéthérée» – gründete. Inzwischen werden Vilaysanes Kreationen weltweit angeboten. Den Lebensmittelpunkt hat die heute 33-Jährige vor drei Jahren wieder nach St.Gallen verlegt und 2012 hier ihre eigene Boutique eröffnet.**

Interview: Marcel Baumgartner Bilder: Bodo Rüedi

**Ly-Ling Vilaysane, eine Frau, die nach Paris zieht, um ins Modebusiness einzusteigen: Das tönt nach einem Klischee, nach einem schönen Kindheits-traum. Ich nehme an, die Realität war härter?**

Ja. Ich habe schon immer von der Mode geträumt, aber nie vom Modebusiness, was ein grosser Unterschied ist. Mein Traum war es, diese Bilder, die ich in meinem Kopf hatte, zu realisieren. Es faszinierte mich, wie aus einem Gedanken plötzlich ein fertiges Kleidungsstück entstehen kann, das man am Ende anfassen und anziehen kann. Das ist der Grund, weshalb ich seit meinem siebten Lebensjahr Mode machen möchte.

**«Entschieden habe ich mich in drei Sekunden, schliesslich hatte ich nichts zu verlieren.»**

Ich suchte nach einer Schule um mich weiterzubilden. Die Wahl fiel auf Paris, damit ich neben dem Fachlichen auch noch eine neue Kultur und die Sprache kennenlernen konnte. Mir war bewusst, dass es schwierig sein würde, in der Modewelt Fuss zu fassen, und ich hätte nie gedacht, dass ich jemals einen Job in dieser Branche finden würde. Meine Firma habe ich drei Tage vor meinem 26. Geburtstag gegründet. Entschieden habe ich mich in drei Sekunden, schliesslich hatte ich nichts zu verlieren. Daher gab es da keine wirklichen Hürden zu nehmen. Papierkram galt es zu erledigen, aber das sind keine Hürden, das gehört zum «Unternehmen-sein-Wollen» einfach dazu.

**Immerhin profitierten Sie von einer Besonderheit der französischen Politik: Jungunternehmer, die sich vor dem 26. Geburtstag selbständig machen, erhalten für die Dauer, die sie bereits gearbeitet haben, Arbeitslosengeld. Wie reagieren hierzu-**

**lande Personen, wenn Sie von diesem Privileg erzählen?**

Die meisten finden das positiv. Ich auch, weil auf diese Weise mehr Platz für «Neues» entstehen kann. Mir ist schon klar, dass viele Geschäftsideen nicht funktionieren. Aber es gibt auch sehr viele talentierte Menschen, die gute Ideen haben, jedoch für die Umsetzung ohne Unterstützung den Mut und die Mittel nicht aufbringen. Auch wenn eine Geschäftsidee nicht funktioniert, kann sie für andere Menschen eine Inspiration sein. So können sich Ideen weiterentwickeln und es besteht die Möglichkeit, dass irgendwann vielleicht etwas ganz Tolles daraus entsteht.

**Hätten Sie das eigene Unternehmen auch ohne dieses Startkapital auf einem soliden Fundament aufbauen können?**

Ich weiss nicht... Aber ich hätte es auf jeden Fall versucht. Denn ich glaube fest daran, dass wenn eine Idee stark genug ist, sich auch ein Weg für die Realisation finden lässt.

**Wenn Sie zurückblicken: Was waren damals Ihre Visionen?**

Meine Vision war es, unabhängig zu sein und hochqualitative und tragbare Kleider aus schönen Materialien herzustellen und anzubieten. Auf jeden Fall kein Massenprodukt, sondern Kleider mit Persönlichkeit, die im «Prêt à Porter de Luxe»-Segment verkauft werden. So hat jedes der produzierten Kleidungsstücke einen Namen, ein Geburtsdatum und eine Seriennummer. Das Wichtigste war für mich jedoch, mit viel Spass und Herzblut und ohne irgendwelche Einschränkungen an meinen Kleidern arbeiten zu können und sie mit verrückten Details zu versehen. Es ging mir hauptsächlich darum, das zu realisieren, was in meinem Kopf herumschwirrte,

*Ly-Ling Vilaysane:*

*«Seit wenigen Jahren ist ‚aéthérée‘  
profitabel und ich kann von  
der Mode leben, die mir wirklich  
am Herzen liegt.»*





Stiftung  
**LILIENBERG**  
 Unternehmerforum



## TAGEN MIT WEITBLICK

Nutzen Sie auch im Winter unser umfangreiches Seminarangebot - entspannt Tagen am Untersee!

Lilienberg Unternehmerforum | Blauortstrasse 10 | CH-8272 Ermatingen  
 Info: Susanne Grüner | Tel. +41 71 663 21 22 | [www.lilienberg.ch](http://www.lilienberg.ch)

# Finden Sie Ihren *Treuhänder.*

[www.leaderonline.ch/markplatz](http://www.leaderonline.ch/markplatz)



Universität St.Gallen

HSG TALENTS  
 CONFERENCE

TOWARDS  
 TOMORROW.  
**TOGETHER.**

## HSG TALENTS CONFERENCE 2014

Nutzen Sie die Chance, Absolventinnen und Absolventen der Universität St.Gallen zu treffen. Über 1'600 Studierende warten auf Sie.

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

OPENING PANEL | 25.2

MESSE | 05.3

PRÄSENTATIONEN | 26.2 - 20.3

WORKSHOPS | 26.2 - 20.3

INTERVIEWS | 07.3 - 21.3

Sponsor

**IWC**  
 SCHAFFHAUSEN

Medienpartner

**LEADER**

Naturalsponsoren



DELINAT  
 Wein aus gesunder Natur



Schützengastgen  
 Das vortreffliche 2 Bier.



FELDSCHLÖSSCHEN  
 Part of the Carlsberg Group



auch wenn es oft extrem aufwendig und wirtschaftlich gesehen überhaupt nicht interessant war. Ich habe damals nur an meine persönliche Entwicklung gedacht, alles andere war mir nicht so wichtig. Mir war klar: Wenn ich nicht fähig bin, gute Kollektionen zu machen, ist auch das überlebensnotwendige Fundament für eine erfolgreiche Firma nicht gegeben. Ich habe nie an das schnelle Geld gedacht, sondern immer versucht, langfristig zu planen.

**«Mir war klar: Wenn ich nicht fähig bin, gute Kollektionen zu machen, ist auch das überlebensnotwendige Fundament für eine erfolgreiche Firma nicht gegeben.»**

**Wann kam der Zeitpunkt, an dem Ihnen klar wurde, dass Sie sich mit dem eigenen Modelabel eine Lebensgrundlage geschaffen haben?**

Im Herbst 2011, als ich an meiner Herbst-Winter-Kollektion 2012/13 gearbeitet habe. Ich konnte plötzlich einen Mantelschnitt in drei Tagen machen – und er war beinahe perfekt. Da wusste ich, dass ich jetzt schnell genug bin, um das, was in meinem Kopf ist, umzusetzen.

**Ich stelle mir die Konkurrenz – gerade auch in Paris – immens vor.**

Über meine Wettbewerber mache ich mir keine Gedanken. Ich konzentriere mich lieber auf meine Arbeit und meine Kollektion. Ausserdem glaube ich, dass es heutzutage in jeder Branche gleich ist – es gibt überall sehr viel Konkurrenz. Es ist hilfreich und wichtig, seine Energie nicht in Neid zu verschwenden.

**Trotz der Erfolge in Paris sind Sie nach 13 Jahren im Ausland 2010 zurück in die Schweiz gekommen. Was war der Grund?**

Es gab für mich verschiedene Gründe, meinen Lebensmittelpunkt wieder in meine Heimat zu ver-

legen. Hauptsächlich sah ich aber in St.Gallen die besseren Möglichkeiten, mich auf meine Arbeit und meine Kreationen zu konzentrieren. Für eine Tätigkeit in der Textilindustrie bietet St.Gallen noch heute gewisse Vorteile, und ich bekam zudem die Möglichkeit, meine heutigen Räumlichkeiten zu übernehmen. Oft ist man sich in der Schweiz nicht bewusst, wie gut die öffentliche Infrastruktur funktioniert, wie schön die nahe gelegene Natur und wie hoch die Lebensqualität ist.

Noch heute ist Paris jedoch ein Teil von mir. Ich fahre vier bis sechs Mal pro Jahr in die Metropole, was jeweils eine sehr intensive Zeit darstellt. Dann sauge ich die Vibes der Stadt in mir auf, geniesse die Atmosphäre, diese besondere Energie, und gehe nur zum Schlafen nach Hause.

**Haben Sie Ihren Entscheid nie bereut? Ist man in Paris nicht näher am Puls dieser Branche?**

Geografisch gesehen schon, aber was mir das genau bringen sollte, weiss ich nicht. Ich kenne so viele Designer, die in Paris ihr Label gegründet haben und nicht mehr existieren. Für grosse Firmen mag diese geographische Konzentration interessant sein, aber in meinem Fall ist es wichtiger, dort zu sein, wo ich mich wohlfühle und mich kreativ am besten entfalten kann – und das ist im Moment in der Schweiz.

**Wie realistisch ist die Vision des Aufbaus eines internationalen Labels?**

Grundsätzlich ist es sicher möglich, auch in der Schweiz mit einem Label den internationalen Durchbruch zu schaffen. Finanzielle Mittel, verlässliche Partner und gute Mitarbeiter helfen tendenziell, diesen Prozess zu beschleunigen. In jedem Fall braucht es jedoch Geduld und Ausdauer.

**Spinnen wir die Visionen noch etwas weiter: Wie würden Sie auf ein Kaufangebot Ihres Labels reagieren?**

Seit wenigen Jahren ist «aéthérée» profitabel und ich kann von der Mode leben, die mir wirklich am Herzen liegt. Somit ist für mich ein grosser Traum in Erfüllung gegangen, den ich nicht so schnell wieder aufgeben werde.

**Was ist es, das Ihre Stücke auszeichnet?**

Ich arbeite mit viel Liebe und Passion an meiner Kollektion. Ich lege Wert auf schöne Passformen und hochqualitative, zum Teil auch traditionelle Materialien. Schöne Fertigungen und die Transformierbarkeit gehören zu jeder Kollektion dazu. Es sind immer zeitlose Kleider, mit klassischen Formen und interessanten und zum Teil sehr aufwendigen Details, die mitunter erst auf den zweiten Blick auffallen.

**Im Herbst 2012 haben Sie in St.Gallen ihre eigene Boutique eröffnet. Welches Fazit können Sie nach dem ersten Jahr ziehen?**

Das war eine richtig gute Entscheidung.

# Die Köpfe hinter der neuen Messe

**Unbelastet, mit frischen Ideen und mit dem Fokus auf die Rheintaler Gewerbetreibenden wollen die neuen Rhema-Besitzer die künftige Rheintalmesse angehen. Nach dem definitiven Zuschlag präsentieren sich die Köpfe hinter der neuen Organisation das erste Mal.**

Text: Ralph Dietsche Bild: zVg.

Für 360 000 Franken erhielt die Gruppe Rheintal Event AG als Meistbietende von Sachwalter Daniel Gebert Ende Oktober den Zuschlag für die Marken- und Durchführungsrechte der Rhema Rheintalmesse. Damit herrscht jetzt Gewissheit, wer künftig die

stellen möchte. Hinter der AG stehen der Altstätter Stadtrat und Finanzfachmann Christian Willi, sein Geschäftspartner Emanuel Geiger, der Rechtsanwalt Roland Stähli, der Getränke-Logistiker Ernst Thür, der Gastro-Unternehmer Albert Hengartner, der Messebauer Roy Schachtler, der Unternehmer Roger Eugster, die Architekten Camillo Fehr und Urs Spirig, Ruth und Reinhard Frei, Inhaber der freicom ag, sowie der Kommunikationsberater Ralph Dietsche.

**Es ist jetzt an der Zeit, mit der Vergangenheit abzuschliessen und die Zukunft der Rhema und deren Ausrichtung in Angriff zu nehmen.**

Geschicke der Messe verantworten wird. Wie bereits im Vorfeld bekanntgegeben wurde, handelt es sich bei der Rheintal Event AG um eine breit abgestützte Gruppe von Rheintalern, welche die Rhema nachhaltig weiterentwickeln und auf gesunde Beine

## Chance für Neustart

Die Rheintal Event AG sieht die momentane, unerfreuliche Situation der Messe als Chance für die Zukunft. Es ist jetzt an der Zeit, mit der Vergangenheit abzuschliessen und die Zukunft der Rhema und deren Ausrichtung in Angriff zu nehmen. Die Rheintal Event AG hat sich auf die Fahne geschrieben, wieder



Von links: Ralph Dietsche, Roger Eugster, Ernst Thür, Reinhard Frei, Christian Willi, Ruth Frei, Albert Hengartner, Emanuel Geiger, Roland Stähli, Roy Schachtler, Urs Spirig, Camillo Fehr.

eine Messe von Rheintalern für Rheintaler zu organisieren. Mitausschlaggebend für die Einreichung des eigenen Angebots waren die Medienberichte, in denen von einem externen Investor die Rede war. Um zu verhindern, dass die Rhema aus den Händen der Rheintaler gegeben wird, haben sich Gewerbetreibende zusammengeschlossen und nach Spezialisten aus unterschiedlichen Fachbereichen gesucht.

#### Vom Konkurrent zum Partner

Bei der freiwilligen Versteigerung der Marken- und Durchführungsrechte beteiligten sich vier Gruppierungen. Nebst der Rheintal Event AG – welche nun den Zuschlag erhalten hat – war auch die freicom zusammen mit Hautle & Partner vertreten. So gese-

### Wie bereits im Vorfeld bekanntgegeben wurde, handelt es sich bei der Rheintal Event AG um eine breit abgestützte Gruppe von Rheintalern.

hen wurden aus einstigen Konkurrenten in der Zwischenzeit Partner. Laut Reinhard Frei hat sich die Gruppe freicom und Hautle & Partner bereits vor der freiwilligen Versteigerung über die Rheintal Event AG erkundigt. «Wir haben gesehen, dass die Gruppierung keine ‚Altlasten‘ hat, neue Köpfe bringt und aus dem oberen Rheintal kommt. Deshalb haben wir uns entschieden, diese Gruppe nicht zu überbieten. Im Sinne von: Wenn wir den Zuschlag nicht bekommen, dann soll ihn die Rheintal Event AG erhalten», erklärt Reinhard Frei. Nach dem Zuschlag des Sachwalters ging die Rheintal Event AG auf die Gruppe

#### Diese Personen stehen hinter der Rheintal Event AG:

Christian Willi, Fachmann für Finanz- und Rechnungswesen, G & W Treuhand AG, Thal  
Emanuel Geiger, Fachmann für Finanz- und Rechnungswesen, G & W Treuhand AG, Thal  
Hautle & Partner AG, Widnau, vertreten durch  
Urs Spirig, Geschäftsführer und Architekt,  
und Camillo Fehr

Roy Schachtler, Messebau, Schachtler GmbH,  
Widnau

Ernst Thür, Thür Getränke GmbH, Altstätten  
Roland Stähli, Rechtsanwalt, St. Margrethen  
freicom ag, St. Gallen, vertreten durch Reinhard Frei,  
Geschäftsführer, und Ruth Frei, Finanzen und  
Personal

Albert Hengartner, Gastro-Unternehmer, Montlingen  
Roger Eugster, Inhaber Eugster Design, Oberriet  
Ralph Dietsche, Kommunikationsberater, radikom  
GmbH, Oberriet

freicom und Hautle & Partner zu, um allfällige Zusammenarbeitsmöglichkeiten zu prüfen. Rasch stellten beide Parteien fest, dass man sich gut ergänzen würde. Insbesondere weil die freicom die Rhema während 15 Jahren erfolgreich geführt hat und ein breites Messewissen einbringt. Mit Urs Spirig konnte zudem ein Partner gewonnen werden, der im kulturellen Bereich stark verankert ist, neue Ideen einbringt und die Rhema kulturell bereichern will. Von Firma-Seite her verstärken er und Camillo Fehr die Rheintal Event AG im planerischen und organisatorischen Bereich.

Anzeige

**IVECO ISUZU**



**NATER**  
Staad | Gossau | Müllheim

Rückenwind<sup>3</sup>



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



RHEINTALER  
WIRTSCHAFTSFORUM  
Das Original



# Erfolgsfaktoren – erkennen, entfalten, steuern

## 20. Rheintaler Wirtschaftsforum

Freitag, 24. Januar 2014, 13.30 – 17.40 Uhr, Widnau

**Jetzt anmelden unter [www.wifo.ch](http://www.wifo.ch)**



*Margrit  
Stamm*



*Sean  
Simpson*



*Nicola  
Spirig*



*Richard David  
Precht*



*Simonetta  
Sommaruga*



*Susanne  
Wille Fischlin  
Moderation*

### Patronat



### Hauptsponsoren



Business **Sunrise**

*Die Mobiliar*  
Versicherungen & Vorsorge  
Generalagentur Rheintal

**galledia**  
Wir machen Medien

**:rlc**

### Medienpartner

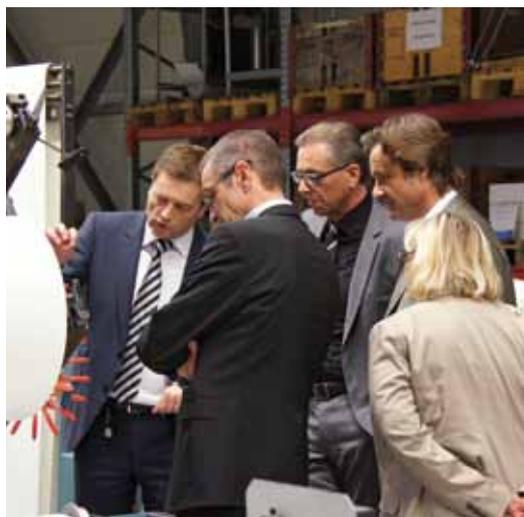


**LEADER**

# Wirtschaft im Kampf gegen den Krebs

**Die Swiss Cancer Foundation besuchte am 24. Oktober 2013 die Baumer AG in Islikon TG. Die Mitglieder der Vereinigung Donatoren Swiss Cancer Foundation treffen sich mehrmals im Jahr zu gemeinsamen Anlässen und einmal pro Jahr wird ein Mitglied besucht – dieses Jahr die Baumer AG.**

Text: Daniela Winkler Bild: Simone Schlatter



*Daniel Jud (links), Geschäftsführer der Baumer AG, erklärt Mitgliedern von der Swiss Cancer Foundation den Druckablauf.*

Die Firma Baumer AG wurde 1866 gegründet und beschäftigt heute rund 40 Mitarbeiter am neuen Sitz in Islikon-Gachnang. Das Unternehmen hat sich in seiner langen Geschichte von der Bücherfabrik über die Endlosformulardruckerei bis hin zum Dokumentendienstleister und Spezialisten für Direktwerbemahlings entwickelt.

## Lange Arbeit für die Krebsliga

Nach einer Vorstellung des Unternehmens führte Geschäftsführer Daniel Jud die Mitglieder der Vereinigung Donatoren Swiss Cancer Foundation durch den Betrieb. Jud ist im Stiftungsrat und war 2007 auch Gründungsmitglied der damaligen Supporter-Vereinigung. «Durch unsere jahrelange Arbeit für die Krebsliga haben wir zu ihr eine sehr enge Beziehung aufgebaut. Somit lag es für uns nahe, uns auch in der Stiftung zu engagieren.»

Die Stiftung Swiss Cancer Foundation (SCF) bezweckt die direkte und indirekte Förderung der Krebsforschung sowie von Vorhaben im Kampf gegen den Krebs. Finanziert werden ausgewählte Projekte in der Forschung, in der Prävention und in der Betreuung von Krebspatienten und ihren Angehörigen. Die SCF hilft bestehenden Institutionen und Organisationen wie der Krebsliga Schweiz und der Stif-

tung Krebsforschung Schweiz mit finanziellen Mitteln und anderen Leistungen in diesem Kampf.

## Unternehmen gegen Krebs

Die Stiftung wird getragen durch die Vereinigung Donatoren Swiss Cancer Foundation, in welcher sich Schweizer Unternehmen und einzelne Persönlichkeiten zusammengeschlossen haben. «Mit ihrem Engagement können diese auch ihre unternehmerischen und persönlichen Stärken einbringen. Denn es geht bei einer Mitgliedschaft um mehr als lediglich einer finanzielle Beteiligung», so Jud. «Auch der soziale Aspekt unter den Mitgliedern ist wichtig. In den Jahren hat sich durch das gemeinsame Engagement und die zahlreichen Treffen ein gutes Netzwerk entwickelt.»

Für die SCF engagieren sich neben Baumer AG heute 36 namhafte Unternehmen wie Hug, Swiss International Airline, Swissmill, Helvetia Versicherung, FIFA, Bank Coop, Glatz Frauenfeld oder Abegglen Management Consultants. Für SCF-Geschäftsführer Markus Diener zeigt dies: «Die Partnerschaft mit renommierten Unternehmen der Schweizer Wirtschaft stellt unter Beweis, dass sich öffentliche Aufgaben mit dem Einsatz von privatwirtschaftlichen Kräften im bewährten Schweizer Milizsystem sehr gut anpacken lassen.»

## Auszeichnung mit Prix Humagora und European CSR Award

Die Swiss Cancer Foundation erhielt 2013 mit den Prix Humagora. Mit dem Prix Humagora werden innovative Partnerschaften im Bereich Corporate Social Responsibility ausgezeichnet, bei denen jeder Partner einen massgeblichen Beitrag zur Erreichung eines gemeinsamen Zieles leistet. Zudem ist die SCF als Schweizer Vertreterin Gewinnerin des European Corporate Social Responsibility (CSR) Award der Europäischen Kommission.

Der Prix Humagora und der European CSR Award anerkennen den CSR-Beitrag, den Unternehmen aktiv in der Finanzierung und der Umsetzung von Projekten zur Krebsprävention und -forschung sowie zur Unterstützung von Betroffenen und ihren Angehörigen erbringen.

# Aussen Tradition, innen Design

**Der Möbelschreiner Remo Hämmerle hat sich voll und ganz dem Fass verschrieben. Aus ausgedienten Weinfässern macht er wahre Lifestyle-Perlen: Dekorationsmöbel, in denen Wein- oder Whiskyflaschen, Zigarren und vieles mehr aufbewahrt werden können. Das Spektrum der Möglichkeiten wächst mit den Wünschen der Kunden. Denn jedes Fass ist handgemacht – und einzigartig.**

**Text:** Stefan Millius **Bild:** Bodo Rüedi

Wie durch Zauberhand öffnet sich das alte Eichenfass und gibt den Blick frei auf ein schön ausgearbeitetes, mit vielen versteckten Extras ausgestattetes Innenleben. Eine Reihe von Weinflaschen liegt gut verstaut in Schubladen, die sich auf sanften Fingerdruck automatisch öffnen. Rechts und links davon stehen in genau passenden Nischen Weingläser bereit. Es ist ein aufgeräumter, edler Anblick in einer passenden und gleichzeitig überraschenden Umgebung.

re steckt hinter jedem Fass ein konkreter Auftrag. Denn die Bedürfnisse der Kunden sind höchst unterschiedlich. Die Aufbewahrung von Wein- und Whiskyflaschen war die ursprüngliche Idee des Fasswerk-Teams, doch inzwischen sind – angeregt von Käufern – weitere dazugekommen. Ein Fass kann, mit der nötigen Technologie, als Humidor für Zigarren dienen oder eine Musikbox beherbergen. Mit jedem Auftrag wächst das Know-how des Möbelschreiners, eine Anwendung kann mit einer anderen kombiniert werden. Von der Beleuchtung bis zum Kühlsystem im Innern des Fasses hat er schon vieles umgesetzt, ob im Alleingang oder mit spezialisierten Partnern.

**Von der Vision zum Produkt war es ein langer Weg, und die ersten Schritte waren harzig.**

## **Vom Werkstoff begeistert**

Ausgediente klassische Eichenfässer einer neuen Bestimmung zuführen: Das ist die Mission von Remo Hämmerle. Der 25-jährige gelernte St.Galler Möbelschreiner, der heute im thurgauischen Egnach wohnt und arbeitet, kann nicht mehr genau nachvollziehen, was ihn einst auf die Idee brachte. Sein geschultes Auge liess ihn jedenfalls vor einigen Monaten registrieren, dass in alten Fässern ein grosses Potenzial schlummert. Von der Vision zum Produkt war es allerdings ein langer Weg. «Ein Fass auszubauen ist nicht einfach», sagt Hämmerle, «denn Fässer basieren auf Druck und lassen sich nur mit grösster Sorgfalt bearbeiten.» Doch zu diesem Zeitpunkt waren er und seine Freundin Nadine Ledergerber bereits vom Werkstoff Fass inspiriert. Hämmerle tüftelte weiter, perfektionierte seine Bearbeitungsmethoden, und Mitte 2013 war es soweit: Unter dem Namen «Fasswerk Hämmerle» nahmen die beiden offiziell die Produktion von Fässern als dekorativen Aufbewahrungsmöbeln auf.

## **Machbar ist fast alles**

Wobei der Begriff Produktion in diesem Fall nichts mit Fließband zu tun hat. Jedes Stück ist massgeschneidert für einen bestimmten Kunden gefertigt. Mit Ausnahme einiger Anschauungsexempla-

## **Charakter beibehalten**

Neu sei seine Idee nicht, räumt der Fasswerk-Gründer ein; schon vor ihm wurden Fässer für neue Zwecke umgebaut, allerdings meist in einem recht einfachen Stil. «Unsere Fässer vereinen ein sehr klassisches, traditionelles Äusseres mit modernem Innendesign», so Hämmerle. Die meisten Kunden, so seine Erfahrung, wünschen sich eine sanfte Oberflächenbehandlung des Fasses, der gebrauchte Charakter soll bewusst beibehalten werden. Zum einzigartigen Charakter trägt die Tatsache bei, dass jedes Fass ohnehin einmalig ist und unverwechselbare Transportspuren trägt. Spezialwünsche wie eine geölte oder wasserfeste Oberfläche sind aber machbar, der Kunde kann sogar sein eigenes Fass zur Bearbeitung anliefern. Zum Markenzeichen von Fasswerk Hämmerle gehört auch die Glasplatte, die auf dem Originaldeckel des Fasses angebracht wird. Sie gehört zur Grundausstattung, damit die Oberfläche eben und leicht zu reinigen ist und somit als Tisch genutzt werden kann.

Je nach Ausstattung ist ein Fass aus der Egnacher Produktionsstube ab rund 3500 Franken zu haben. Technische Kniffe oder auch edlere Hölzer im Innenausbau haben ihre Auswirkungen auf den Preis. In jedem Fall kann sich der Käufer gewiss sein, dass er ein unverwechselbares Einzelstück hat, zu dessen Entstehung er sogar mit eigenen Ideen aktiv beitragen kann.



*Nadine Ledergerber  
und Remo Hämmerle.  
In alten Fässern  
schlummert ein  
grosses Potenzial.*

# Mit STARTFELD durchstarten

**Mit ihrem Engagement bei der Förderplattform STARTFELD nehme die St.Galler Kantonalbank ihre volkswirtschaftliche Verantwortung gegenüber der Ostschweizer Wirtschaft wahr, so Albert Koller, Mitglied der Geschäftsleitung der St.Galler Kantonalbank. Mit dem Jungunternehmerpreis STARTFELD Diamant mache sie das sichtbar.**

**Wieso hat die St.Galler Kantonalbank gemeinsam mit STARTFELD den Jungunternehmerpreis STARTFELD Diamant 2012 erstmals gestiftet?**

Politik, Wirtschaft und Medien loben stets die Courage von Gründern, ihre Leistungsbereitschaft und Durchsetzungsstärke, Flexibilität und Kreativität. Als führende KMU-Bank in der Ostschweiz geht die St.Galler Kantonalbank einen Schritt weiter: Mit unserem Engagement bei der Förderplattform STARTFELD wollen wir Jungunternehmer nicht nur loben, sondern tatsächlich unterstützen. Damit nehmen wir unsere volkswirtschaftliche Verantwortung gegenüber der Ostschweizer Wirtschaft wahr. Mit dem Jungunternehmerpreis STARTFELD Diamant machen wir das sichtbar.

**Es gibt viele ähnliche Preise. Was macht den STARTFELD Diamant speziell?**

Der Jungunternehmerpreis STARTFELD Diamant fokussiert sich auf die Gründerszene in der Ostschweiz. Neben dem Preisgeld von insgesamt 50 000

Franken erhalten die ausgewählten Jungunternehmen die Möglichkeit an vier Management-Seminaren ihr Wissen beispielsweise im Bereich Marketing zu verbessern. Die Bewerber haben eine gute Business-Idee und sind fähig, diese bis zur Marktreife zu entwickeln, sind andererseits aber unerfahren in der Vermarktung und im Vertrieb ihrer Produkte. Aus unserer Erfahrung ist dieser Markteintritt elementar, damit Innovationen nachhaltig erfolgreich sind. Auf diesem Weg begleiten wir die Jungunternehmen. Des Weiteren werden die ausgewählten Unternehmen während der gesamten Projektphase medial begleitet und gewinnen so zusätzlich an Publizität, was insbesondere in der Gründerphase von grossem Wert ist.

**Was verspricht sich die St.Galler Kantonalbank von ihrem Engagement für Jungunternehmer?**

Die St.Galler Kantonalbank hat als Hauptstifterin der Stiftung STARTFELD ein Stiftungskapital von fünf Millionen Franken zugesichert. Darüber hinaus un-



Willy Langenegger, Inhaber Swiss Photovoltaik GmbH und Finalist STARTFELD Diamant 2013:

«Das Gesamtpaket des STARTFELD Diamant, bestehend aus einem Preisgeld, Schulungen und Zugang zu einem Netzwerk, ist ein echter Mehrwert.»



Thorben Keller, CEO Cosibon AG und Gewinner STARTFELD Diamant 2013:

«Mit dem STARTFELD Diamant im Rucksack schauen wir sehr optimistisch in die Zukunft.»



Die Freude über die Auszeichnungen war bei allen Finalisten gross: v.l.: Martin Burkhardt (BoxTango GmbH), Daniel Solenthaler (timeSensor AG), Willy Langenegger (Swiss Photovoltaik GmbH) und Thorben Keller (Cosibon AG).

terstützen wir die Stiftung mit zwei Mitgliedern der SGKB im Stiftungsrat. Durch diese Nähe zu Gründern erhalten wir wertvolle Hinweise auf kommende Entwicklungen und Bedürfnisse. Mit dem Wettbewerb verfolgen wir vordergründig keine finanziellen Ziele, sondern wollen in erster Linie innovative Ostschweizer Jungunternehmen begleiten. Denn wenn nichts Neues entsteht, dann existiert irgendwann auch das Alte nicht mehr.

#### Wie sieht die Erfolgsbilanz von STARTFELD dreieinhalb Jahre nach der Gründung aus?

Seit Mai 2010 hat der Verein STARTFELD 270 Erstberatungen durchgeführt – das sind knapp 100 pro Jahr. Diese kostenlosen Erstberatungen bieten Start-ups die Möglichkeit, ganz vertraulich mit einem Jungunternehmer-Experten über ihre Geschäftsidee zu sprechen. Sie erhalten dabei Antworten auf grundsätzliche Fragen der Unternehmensgründung und Tipps für das weitere Vorgehen. Von diesen 270 Gründern erhielten 38 ein Förderpaket bewilligt. Ein sol-

ches Förderpaket beinhaltet einen Projektpaten, optional einen Jungunternehmer-Coach und ein Checkheft zum Einlösen bei akkreditierten Dienstleistern wie einem Rechtsanwalt oder Treuhänder. Weiter haben sechs Jungunternehmen von der Stiftung STARTFELD Fördergelder in der Höhe von bis zu 300 000 Franken erhalten. Dies sind besonders innovative Start-up-Projekte mit überzeugendem Marktpotenzial und einem nachvollziehbaren Businessplan.

#### Welche Finanzierungsmodelle bietet die St.Galler Kantonalbank Jungunternehmen an?

Die St.Galler Kantonalbank bietet Gründern drei Finanzierungslösungen für den Start in die Selbstständigkeit an. Da wäre zum einen die «START-Limite» – ein Betriebskredit für junge Gewerbebetriebe primär zur Förderung des Umlaufvermögens von kleineren Vorhaben in klassischen Branchen. Für die Frühfinanzierung (Seed-Money) von Start-ups wurde die Stiftung STARTFELD ins Leben gerufen. Und zu guter Letzt: Für Unternehmen, die bereits erste Verkaufserfolge nachweisen können und für den Marktaufbau weiteres Kapital benötigen, steht ein «Risikofond» der SGKB zur Verfügung. Mit diesem Kredit tragen wir bewusst einen Teil des finanziellen Unternehmerrisikos mit. Für jedes Finanzierungsgefäss stehen total je 5 Millionen Franken zur Verfügung.

#### Welche Eigenschaften machen Gründer erfolgreich?

Eine gute Idee ist nicht genug. Man muss daraus ein Geschäft aufbauen. Und dafür brauchen Gründer unternehmerische Qualitäten, vor allem aber auch Mut, Zuversicht, Durchhaltewillen sowie einen Zugang zum nötigen Kapital. Auf diesem Weg begleitet STARTFELD die Jungunternehmer.



Ludwig Weibel, CEO Weibel CDS AG und Gewinner STARTFELD Diamant 2012:

«Was ganz enorm hilft, ist das Netzwerk, das einem zur Verfügung gestellt wird.»



#### Zur Person:

Albert Koller ist Geschäftsleitungsmitglied und Leiter Privat- und Geschäftskunden der St.Galler Kantonalbank AG

#### STARTFELD Diamant:

##### Auszeichnung für innovative Jungunternehmen

Die Bewerbungsunterlagen können bis zum 17. Januar elektronisch eingereicht werden.

Die Bewerbungsunterlagen finden Sie unter:

[www.sgkb.ch/startfelddiamant](http://www.sgkb.ch/startfelddiamant)

[startfeld-diamant@sgkb.ch](mailto:startfeld-diamant@sgkb.ch), Telefon 0800 880 999

[www.facebook.com/startfelddiamant](http://www.facebook.com/startfelddiamant)

# Die Startup-Schmiede der Universität St.Gallen

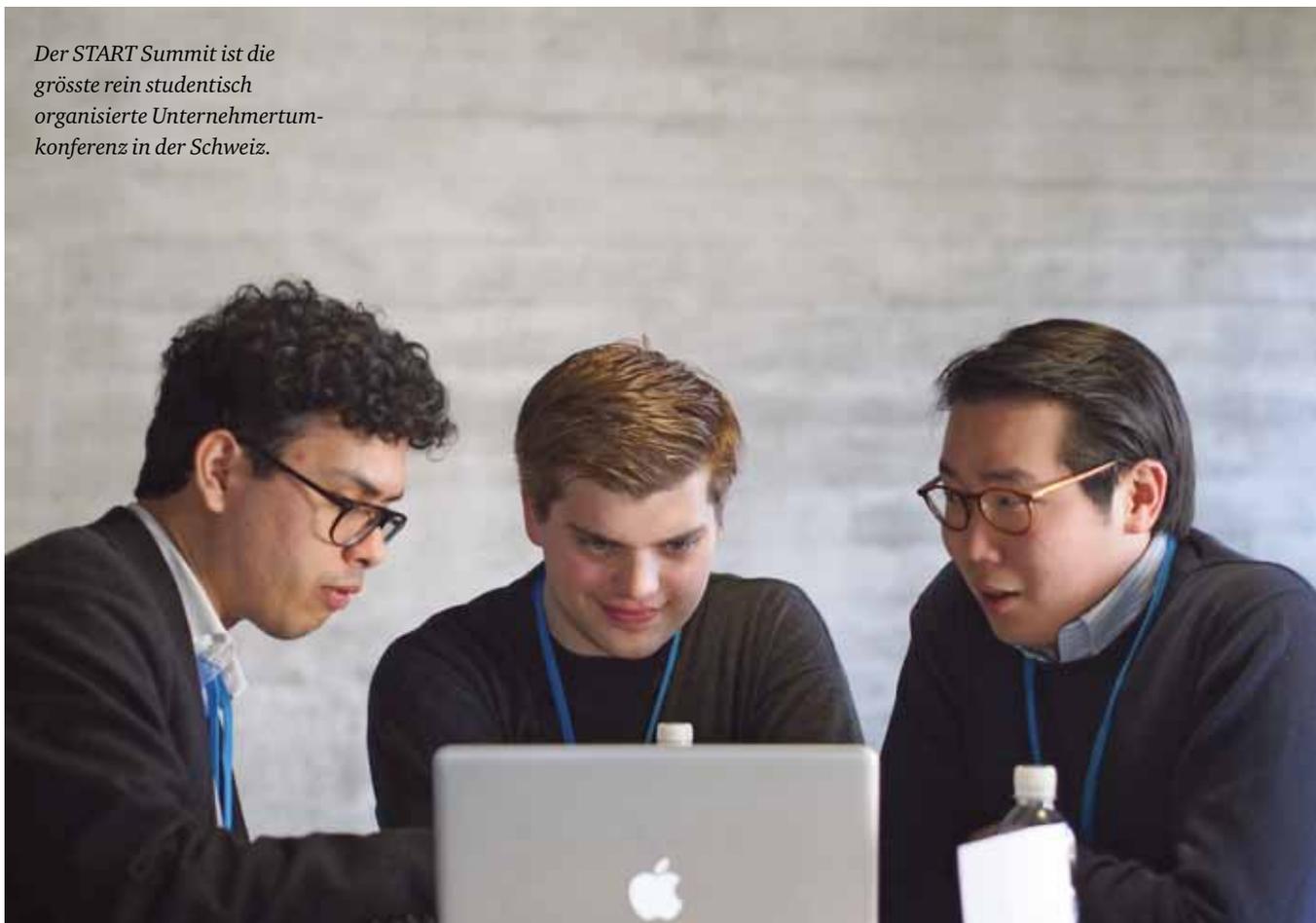
**Das Bild der Universität St.Gallen ist stark geprägt von den Branchen Banking, Consulting und Investment. Die zukünftigen Player dieser Branchen finden ihre Interessen an den Banking, Consulting und Investment Days vertreten. Wo aber können die kreativen Köpfe des Unternehmertums zusammenfinden und ihrer Leidenschaft nachgehen? Hier kommt «STARTglobal» ins Spiel.**

**Text:** Nora Zürcher **Bild:** zVg.

STARTglobal ist der grösste studentische Entrepreneurship-Verein im deutschsprachigen Raum. Seit seiner Gründung 1996 in St.Gallen stehen hinter diesem Namen Studenten, die ehrenamtlich das Unternehmertum an Universitäten fördern. Aufgrund grosser Erfolge von STARTglobal an der HSG wurden bis zum heutigen Tage fünf weitere START-Vereine

in Lausanne, Vaduz, München, Nürnberg und Berlin gegründet. Momentan beteiligen sich insgesamt 120 Studenten aktiv. Das Team St.Gallen organisiert alljährlich eine Konferenz, den «START Summit». Damit bietet man Studierenden, Gründern sowie Investoren eine Plattform, auf der sie sich über die unternehmerische Tätigkeit austauschen können.

*Der START Summit ist die grösste rein studentisch organisierte Unternehmertumskonferenz in der Schweiz.*



### Stigmatisierung entgegenwirken

Der START Summit ist die grösste rein studentisch organisierte Unternehmertumkonferenz in der Schweiz. Die zweitägige Konferenz findet 2014 am 13. und 14. März auf dem Campus der Universität St. Gallen statt. Der Fokus der Konferenz liegt hierbei in der Entwicklung der Online- und Hightechbranche und versucht mit dem diesjährigen Leitspruch «don't be afraid to fail», der Stigmatisierung von gescheiterten Startup-Unternehmen in der Gründerszene entgegenzuwirken. Während dieser zwei Tage erwarten die Veranstalter über 400 Teilnehmer aus dem ganzen europäischen Raum: Studenten, Gründer und Unternehmen/Corporates. Schweizweit legen die Veranstalter den Fokus auf die Zusammenarbeit mit der ETH sowie der EPFL, da man den Schwerpunkt in den Bereichen Mobile und Hightech setzen will.

## «Im deutschsprachigen Raum wird der gescheiterte Unternehmer als Verlierer stigmatisiert.»

### Firmenspezifische Workshops

Die Konferenz im März bietet zudem einige Gastvorträge, beispielsweise von Startup-Investor Klaus Hommels (CH), Alexander Kudlich (Rocket Internet, DE), Andreas Thümmeler (CF Partners, DE) und Adrian Locher (DeinDeal, CH). An firmenspezifischen Workshops (unter anderem von Axel Springer, Tengelmann Ventures, Seven Ventures oder EY) erhalten Studenten und Gründer fachliche Ratschläge und professionelle Inputs. An Netzwerkveranstaltungen bestehen zudem Möglichkeiten, mit Investoren und Startup-Gründern in direkten Kontakt zu gelangen und sich über das Unternehmertum auszutauschen.

### Unternehmergeist fördern

«Wir möchten mit unserer Unternehmertumkonferenz einen breiten gesellschaftlichen Mehrwert erzielen», so die Veranstalter. Ebenso sei es ein besonderes Anliegen, interessierten Studenten die Gründerszene näherzubringen und sie zur Selbstständigkeit zu ermutigen. Denn: «Im deutschsprachigen Raum wird der gescheiterte Unternehmer als Verlierer stigmatisiert», bedauern die Veranstalter. Mit schwerwiegenden Folgen: Die Angst vor dieser Stigmatisierung ersticke grossartige Ideen und den Unternehmergeist junger Leute bereits im Keim. Man habe sich deshalb dieses Jahr zum Ziel gesetzt, Studenten aus dem deutschsprachigen Raum die Angst vor einem möglichen Scheitern zu nehmen.

## Mit Leidenschaft für Architektur

Seit 2001 ist Marion Spirig (\*1973) als engagierte Entwurfsarchitektin bei der architekten : rlc ag tätig. Vor anderthalb Jahren übernahm sie die architektonische Leitung. Sie verantwortet heute als Mitglied der Geschäftsleitung mit viel Elan und Begeisterung den Bereich Architektur und Entwurf und leitet das kreative Team.



Marion Spirig, Entwurfsarchitektin bei der architekten : rlc ag

Eine Herausforderung, der sich die ETH-Architektin gerne stellt. Nach dem Motto „Man wächst an neuen Aufgaben und Herausforderungen“ lebt Marion Spirig auch privat: Als passionierte Bergsportlerin gibt es für sie in der näheren und weiteren Umgebung kaum ein Berg, auf dessen Gipfel sie nicht gestanden ist. Die architekten : rlc ag ist ein Unternehmen der rlc-Gruppe, einem Unternehmen mit rund 80 Mitarbeitenden in Rheineck und Winterthur. Ob Wohn-, Industrie-, Bürogebäude oder Freizeitanlage, ob Neubau oder Sanierung, ob modernste Werkstoffe und Technik oder der Erhalt historischer Bausubstanz: Seit über 50 Jahren bietet rlc ein umfassendes Leistungsangebot für den gesamten Bauprozess von der ersten Idee, Projektierung und Planung bis zur Fertigstellung. Dem Leitsatz von rlc, «Architektur ist Kommunikation, und es bedarf bei jedem neuen Projekt einer ganzheitlichen Sicht der Dinge», hat sich Marion Spirig verschrieben. «Geleitet von den Bedürfnissen unserer Bauherren und den künftigen Nutzern suchen wir kreative und nachhaltige Lösungen. Nachhaltig ist ein Projekt, wenn es massgeschneidert auf unsere Kunden die Aspekte der Ästhetik, Funktionalität und der Wirtschaftlichkeit mit den Bedürfnissen der Umwelt vereint», sagt Marion Spirig. «Wir verstehen dies als Chance für die Architektur und sehen darin keine Widersprüche.»

An Leaderinnen Ostschweiz interessiert Marion Spirig der Austausch von Erfahrungen mit Kolleginnen aus anderen Bereichen. «Es motiviert zu sehen, wie andere ihre täglichen Herausforderungen anpacken.» Marion Spirig stellt sich und die architekten : rlc ag am nächsten «INTER-MEZZO – Treffpunkt am Mittag» am 5. Dezember 2013 vor. Weitere Informationen und Anmeldung unter [www.leaderinnenostschweiz.ch](http://www.leaderinnenostschweiz.ch). [www.rlc.ch](http://www.rlc.ch)

# Ostschweizer Arbeitsmarkt mit Aufholpotenzial

**Die Personenfreizügigkeit ist für die Ostschweizer Wirtschaft von vitaler Bedeutung. Eine neue Studie zeigt, dass der Ostschweizer Arbeitsmarkt im Vergleich zu anderen Grossregionen weniger attraktiv ist. Am Konjunkturforum der IHK St.Gallen-Appenzell und der St.Galler Kantonalbank wurden die Studienresultate präsentiert und in Podiumsgesprächen mit Wirtschaftsvertretern, Politikern und jungen Ostschweizern vertieft. Der erste Teil der von rund 1000 Persönlichkeiten besuchten Veranstaltung wurde den sich aufhellenden Konjunkturaussichten gewidmet.**

Text: IHK Bild: Augustin Saleem

War noch im vergangenen Jahr von der grossen Unsicherheit der Entwicklung im EU-Raum die Rede, hat sich die Situation mittlerweile etwas entspannt. Wie Jan-Egbert Sturm, Leiter der KOF Konjunkturstelle, am Konjunkturforum Zukunft Ostschweiz Ende November erklärte, sind die Vertrauensindikatoren für die EU in allen Branchen im Laufe des Jahres gestiegen. Nachdem Westeuropa und Nordamerika in den letzten beiden Jahren praktisch nichts zum Weltwirtschaftswachstum beitragen konnten, wird für 2014 und 2015 ein leicht anziehendes Wachstum erwartet.

## Der Zuwachs des Wohlstandes pro Kopf in den letzten Jahren ist primär dem Anstieg der Produktivität zu verdanken.

Die Schweizer Wirtschaft zeigte sich zuletzt relativ stabil und die Konjunkturerwartungen steigen gesamtwirtschaftlich. In der Industrie hat sich die Lage – wenn auch auf tiefem Niveau – zuletzt aufgehellt, insbesondere die Situation der exportorientierten Unternehmen hat sich entspannt. Ein Grund dafür dürfte die leichte Abwertung des realen Aussenwertes des Schweizer Frankens sein – ein Trend, der gemäss KOF auch in der näheren Zukunft seine Fortsetzung findet. Während die Bauwirtschaft weiter boomt, beurteilt der Detailhandel seine Geschäftslage als befriedigend obwohl die Ertragslage weiter gelitten hat. Die befragten Detailhändler erwarten eine leicht höhere Nachfrage in der nächsten Zeit.

### Überdurchschnittliche Ostschweizer Exporte

Auch die Ostschweizer Wirtschaft blickt optimistischer in die Zukunft als auch schon, wie Peter Eisen-

hut ausführte. Dies vor allem dank des Euroraumes, der im zweiten Quartal 2013 erstmals seit eineinhalb Jahren das Bruttoinlandprodukt (BIP) leicht steigern konnte. Da unsere Wirtschaft äusserst stark auf Europa ausgerichtet ist – 61 % der Ostschweizer Exporte gehen nach Westeuropa – lässt diese Entwicklung die Erwartungen steigen. In den ersten drei Quartalen legten die Ostschweizer Exporte mit 3.6 % denn auch deutlich stärker zu als im Schweizerischen Durchschnitt (+0.4%). Die erfreulicheren Perspektiven täuschen jedoch nicht darüber hinweg, dass die Auslastung der Produktionskapazitäten nach wie vor unterdurchschnittlich und die Auftragsreserven knapp sind.

Langfristiger betrachtet verzeichneten die Ostschweizer Exporte aufgrund der Branchenstruktur eine unterdurchschnittliche Entwicklung: Die krisenresistenteren Pharma- und Uhrenindustrie fehlen weitgehend, während die MEM-Branchen mit rund 60 % der Exporte stark vertreten sind. Für die Ostschweizer Wirtschaft wird es die Herausforderung sein, von der stärkeren Nachfrage aus den Wachstumsmärkten der Welt profitieren zu können.

### Qualität der Arbeitskräfte entscheidend

Der Zuwachs des Wohlstandes pro Kopf in den letzten Jahren ist primär dem Anstieg der Produktivität zu verdanken, wie Peter Eisenhut ausführte. Auch für das künftige Wachstum werden Produktivitätssteigerungen der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg bleiben. Dabei spielen die Qualität der Arbeitskräfte und die Innovationskraft eine entscheidende Bedeutung. Der Konjunkturforscher schätzt das reale Wachstumspotenzial pro Kopf in der Ostschweiz bis 2020 bei rund 1 % ein.

## Personenfreizügigkeit: Allheilmittel für unsere Wirtschaft?



Jürgen Dold, Karin Keller-Sutter, Toni Brunner und Urs Marquart sprachen über die Personenfreizügigkeit.

### Viele Ostschweizer pendeln weg

Mit der erwähnten Bedeutung gut qualifizierter Arbeitskräfte war das Thema des Abends richtig lanciert: Bei Zukunft Ostschweiz stand dieses Jahr denn auch der Ostschweizer Arbeitsmarkt im Zentrum. Grundlage bildete eine von ecopol erarbeitete Studie, welche unter anderem den Arbeitsmarkt, die Lohnstruktur und die Bedeutung der Personenfreizügigkeit für die Ostschweiz untersuchte.

Die Analyse der Wanderbewegungen von Arbeitskräften über die Grenzen der Ostschweiz hinweg geben ersten Aufschluss: Es verlassen viel mehr Menschen die Ostschweiz, um in einer anderen Region zu arbeiten, als umgekehrt. Mit einem negativen Pendler saldo von mehr als 7% der Erwerbstätigen weist die Ostschweiz im nationalen Vergleich den schlechtesten Saldo aller Regionen aus. Dank der Personenfreizügigkeit kann dieser Abfluss an Arbeitskräften teilweise aufgefangen werden – trotz Grenz Nähe allerdings nur auf vergleichsweise tiefem Niveau.

### Hochschulabsolventen verlassen Ostschweiz

Ange sichts der Wichtigkeit gut ausgebildeter Arbeitskräfte analysierte die Studie auch, wie viele Hochschulabsolventen der Fächer Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik fünf Jahre nach dem Abschluss noch im gleichen Kanton wohnen wie zu Studienbeginn. Während dies im Kanton Zürich für über 80% gilt, ist es im Kanton St. Gallen noch gut die Hälfte, in Appenzell Ausserrhoden sogar nur ein Viertel aller Studierenden. Eine Umfrage zu den Gründen zeigt, dass in der Ostschweiz die attraktiven Stellenangebote fehlen, multinationale Firmen vermisst und die Karrierechancen schlechter beurteilt werden. Geht es um die Vorteile der Ostschweiz werden hingegen nur selten arbeitsmarktbezogene Argumente ins Feld geführt.

### Besser gebildete Zuwanderer

Unter diesen Umständen wird es für Ostschweizer Unternehmen immer schwieriger, gut qualifizierte Mitarbeitende zu finden. So erklären über 70% der Unternehmen, dass sie Probleme bei der Rekrutierung haben. Aufgrund dieses Mangels war in den vergangenen Jahren die Personenfreizügigkeit von grosser Bedeutung. Dank ihr konnten dem Ostschweizer Arbeitsmarkt jährlich etwa 2000 Fachkräfte aus dem europäischen Ausland zugeführt werden. Es zeigte sich auch, dass sich die Art der Zuwanderung verändert hat. So stammen heute drei Viertel der Zuwanderer aus dem EU/EFTA-Raum, der grösste Teil aus Deutschland. Die neuen Zuwanderer sind zudem sehr gut ausgebildet: 95% der Personen aus Nordeuropa verfügen über einen Hochschulabschluss oder eine Berufsbildung. Vor 1994 hatte noch jeder zweite Migrant keine Berufsausbildung.

### Diskussionsrunden vertiefen Studienresultate

Unter der Leitung von IHK-Direktor Kurt Weigelt wurden zwei Aspekte aus der Studie in Podien vertieft. In der ersten Diskussionsrunde beurteilten junge Ostschweizerinnen und Ostschweizer die Stärken und Schwächen des Ostschweizer Arbeitsmarktes. Stephan Bischof, Michelle Inauen, Lukas Probst, Vincenz Rentsch und Nadia Wittenwiler berichteten darüber, wieso sie in der Ostschweiz geblieben sind oder wieso sie ihr den Rücken kehren.

In einer zweiten Gesprächsrunde wurden die Personenfreizügigkeit und deren Bedeutung für die Ostschweiz diskutiert. Die Sicht der Unternehmer vertraten Jürgen Dold (CEO, Leica Geosystems AG, Heerbrugg) und Urs Marquart (Geschäftsführer, Marquart Elektroplanung + Beratung AG, Buchs), jene der Politik brachten Ständerätin Karin Keller-Sutter (FDP) und Nationalrat Toni Brunner (Präsident SVP Schweiz) ein.

# Grenzenlose Kommunikation

**Es gibt Agenturen, die durch regelmässige Wechsel im Mitarbeiterstab auf sich aufmerksam machen. Es gibt Agenturen, die sich selber besser vermarkten als die Kunden. Und dann gibt es Agenturen, die fast im Stillen zu einem wichtigen Player heranwachsen. Zur letzten Kategorie gehört die BPR Werbeagentur AG aus St.Gallen. Das Unternehmen, das seine Wurzeln in den 1980er Jahren hat, beschäftigt mittlerweile knapp 40 Mitarbeiter und ist Lead-Agentur von Aldi Schweiz. Ein weiteres Wachstum ist anvisiert. Denn CEO Andreas Schweiss setzt sich keine Grenzen.**

Text: Marcel Baumgartner Bild: Bodo Rüedi

Als ehemaliger Marktingleiter weiss Andreas Schweiss, welche Ansprüche Kunden an eine Agentur haben. Der Bezug von Agentur-Dienstleistungen gehörte zu seiner täglichen Arbeit. Mit der Erfahrung, dass in diesem Austausch noch sehr viel Verbesserungspotenzial – auch auf der Produktpalette – steckt und dass viele Agenturen den Anforderungen oftmals nur teilweise gewachsen sind, entschloss er sich, vom Angestellten-Dasein ins Unternehmertum zu wechseln.

## «Es kann nicht sein, dass die erarbeiteten Lösungen mehr Werbeeffect für die Agentur als für den Kunden erzeugen.»

Einen Schritt, den er vor vier Jahren vollzogen hat. Marco Panella, damals Inhaber der BPR Werbeagentur AG mit sechs Mitarbeitern, suchte im Sinne einer Nachfolgeregelung einen Partner für seine Firma, die ihren Ursprung Mitte der Achtzigerjahre hat. Mit seinem Eintritt brachte Andreas Schweiss 2009 nicht nur die Sichtweise der Kundenseite mit ein, sondern verschaffte der Firma in der Folge auch eine stattliche Anzahl an Neuaufträgen. Panella wusste seine Agentur in guten Händen, übertrug 2011 die Gesamtverantwortung an Schweiss und zog sich schliesslich im Juni 2013 vollends zurück.

### Immenses Wachstum an Arbeitsplätzen

Heute gehört die BPR Werbeagentur AG mit rund 40 Mitarbeitern und einem Agenturumsatz von über fünf Millionen Franken zu den grössten Branchenplayern in der Ostschweiz. Dazu geführt hat unter anderem der Umstand, dass Aldi Schweiz und Ap-penzeller Alpenbitter BPR vor rund eineinhalb Jahren als neue Lead-Agentur für den hiesigen Markt

auserkoren. Das Image der BPR änderte sich schlagartig: Mitbewerber, aber auch Kunden erkannten, dass hier ein neuer Dienstleister entstanden war, den es ernst zu nehmen gilt.

Aldi sorgte für Schub und Wachstum. BPR wurde zu einer wichtigen Adresse, wenn es um Marken- und Unternehmensführung geht. Dass während 24 Monaten 25 neue Arbeitsplätze entstanden sind – in der Werbebranche absolut unüblich –, untermauert das einzigartig. Mit ihren vier Bereichen «Strategie und Konzeption», «Kreation», «Publishing» und «Interactive» deckt die Full-Service-Agentur die gesamte Palette der Kommunikation ab und trifft damit den Nerv der Zeit. Kunden – egal welcher Grösse – suchen heute nach der Gesamtpalette, nach einem Anbieter, der sämtliche Disziplinen in diesem immer komplexer werdenden Umfeld beherrscht.

### Schweinwerfer auf Kunden richten

Wer schnell wächst, läuft aber auch Gefahr, sich zu verzetteln und die Bodenhaftung zu verlieren. Dass genau das nicht passiert ist, führt der 34jährige Inhaber Andreas Schweiss auf mehrere Faktoren zurück: Dadurch, dass die gesamte BPR-Führung mit der Kundenseite aus eigener Erfahrung bestens vertraut sei, wisse man auch, wonach der Kunde verlange. «Wir verstehen sie, wissen, wie ihre Projekte entwickelt werden, können mit ihnen fachsimpeln und gewinnen so natürlich auch schnell das Vertrauen», so der CEO. Eine abgehobene Denkweise, wie sie in manchen Agenturen vorzufinden ist, würde von den Kunden schlicht und einfach nicht goutiert werden. Sie suchen nach einem geerdeten Dienstleister mit hohem Sachverständnis für die Anliegen der Unternehmen. «Das macht uns auch attraktiv für eher kleinere Kunden, welche für wenig Geld eine rasche Lösung fordern», erklärt Schweiss. Gefragt seien Leidenschaft, der Bezug zur Realität, ungefilterte und klare Mei-



*Andreas Schweiss, CEO BPR Werbeagentur AG:  
Gesucht sind Herausforderungen.*

**Simone Brändle**  
Product Managerin Verlag

**Corinne Sager**  
Webprojekte

**Pascal Strässle**  
Printproduktion



Unsere 240 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](http://www.galledia.ch)

**galledia**  
Wir machen Medien

**together**

IHR PARTNER FÜR HR-MARKETING  
UND RECRUITING AN HOCHSCHULEN

# ProOst 2014

Congress Center Einstein, St. Gallen · 15. August 2014

Karrierechancen  
**ProOst**  
Lebensqualität

Suchen Sie  
Informatiker oder  
Ingenieure?

Jetzt anmelden:  
[www.proost.ch](http://www.proost.ch)

TEILNEHMER: (STAND: 20.11.13)

**Metrohm**  
International Headquarters

**ThyssenKrupp**  
ThyssenKrupp Presta Steering

**Leica**  
Geosystems

**Stia**  
ABRASIVES

**WÜRTH**

**BUHLER**

**HUBER+SUHNER**

**RAIFFEISEN**

**STADLER**

→ Jetzt anmelden: [www.proost.ch](http://www.proost.ch)

nungen sowie natürlich Termintreue und Fachwissen. «Nur so kann man eine gute Kommunikation erreichen», ist Schweiss überzeugt. Dafür müsse sich eine Agentur aber auch zurücknehmen. «Es kann nicht sein, dass die erarbeiteten Lösungen mehr Werbeeffect für die Agentur als für den Kunden erzeugen. Der Schweinwerfer soll stets auf unseren Auftraggeber und nicht auf uns gerichtet werden.»

#### Bewältigung der Aufträge

Der Aldi-Auftrag forderte und fordert die BPR heraus. Damit ist die Agentur aber auch gereift. Egal welcher Projektumfang: Aus der Ruhe bringe die Konzepter und Gestalter so rasch nichts mehr. Wichtig sei Flexibilität auf den verschiedensten Ebenen. Auch personell. Schweiss möchte sich hier keine Grenzen setzen. «Wir haben eine gute Grösse. Wenn ich aber die Liste der potenziellen Aufträge betrachte, wird die derzeitige Mitarbeiter-Anzahl schon bald nicht mehr ausreichen. Dann benötigen wir zur Bewältigung des Pensums gut und gerne 50 Personen.» Was machbar, aber nicht einfach sei. Denn gerade in der Ostschweiz herrscht in dieser Branche eher ein

**«Alle erfolgreichen Unternehmen und Marken sind deshalb erfolgreich, weil sie ihre Grenzen abgelegt haben.»**

Mangel an Personal. Wer jetzt aber per Blindbewerbung bei der BPR anklopfen möchte, muss sich auf ein knallhartes Rekrutierungsverfahren einstellen. Eine Vorselektion wird wohl durch den CEO getroffen, anschliessend aber entscheiden die Mitarbeiter. Bewerber müssen sich quasi während eines mehrtägigen Probearbeitens vor Ort bewähren. «Mein Team entscheidet schliesslich, ob eine Person die geforderte Leistung erbringen kann, ob sie die Unternehmenskultur trägt und zu uns passt. Nur so erhalten wir die Verstärkung, die wir benötigen», ist Andreas Schweiss überzeugt.

#### Herausforderungen sind gefragt

Grenzen möchte Schweiss auch bei den Kunden keine aufbauen. Oftmals herrsche die Meinung, dass man einen gewissen Punkt nicht überschreiten dürfe. Das sei eine falsche Denkweise. Die Grenzen im Kopf gelte es zu eliminieren. «Alle erfolgreichen Unternehmen und Marken sind deshalb erfolgreich, weil sie ihre Grenzen abgelegt haben.» Für all jene Kunden, die eine Agentur suchen, die einfach umsetzt, sei BPR daher die falsche Adresse. Gesucht sind Herausforderungen. Ob Umsatzrückgänge, mangelnde Produkt-Resonanz oder ein Vertrieb in Schiefelage: Hier könne die BPR Hilfestellung leisten. Bei zahlreichen nationalen, aber auch internationalen Kunden hat sie das schon bewiesen. Weitere werden folgen. «Denn», so Schweiss, «wer sich keine Grenzen setzt, wird auch weiter vorwärtskommen.»

## Wirksame Sparmassnahmen

Der Kanton St.Gallen hat seit 2011 ein jährliches Sparpaket geschnürt, um das im Aufgaben- und Finanzplan 2013-2015 bezifferte strukturelle Defizit von mehreren Hundert Millionen Franken zu kompensieren.



Michael Götte  
SVP-Fraktionspräsident  
Gemeindepräsident  
Tübach

Dieses Ziel wurde mit den verschiedenen Massnahmen auf der Einnahmen- und Ausgabe-seite weitgehend erreicht. Dazu wurden in den vergangenen Jahren leider auch Steuererhöhungen von 20 Prozent beschlossen. Es ist festzustellen, dass es zunehmend Faktoren gibt, auf die der Kanton kaum Einfluss hat. Es sind Vorgaben im Bereich der kostentreibenden Bundesgesetze, die von den Kantonen umgesetzt werden müssen – wie etwa die Pflegefinanzierung und die neue Spitalfinanzierung. Bei den Einnahmen sind es die Steuererträge, die vom Konjunkturverlauf abhängig sind, oder die Beiträge der Nationalbank an die Kanton, deren Schwankungen beträchtliche Auswirkungen auf den Staatshaushalt haben können.

Aus parteipolitischer Sicht ist anzumerken, dass die bürgerlichen Fraktionen des Kantonsrats während der immerhin drei Jahre dauernden Sparperiode einen erstaunlich guten Zusammenhalt hatten. Dies trotz intensiver Lobbyarbeit von direkt betroffenen Interessengruppen und dem medialen Sperrfeuer aus dem links-grünen Lager, das ständig vor einem «Kaputtsparen» des Staates warnte. Davon kann natürlich keine Rede sein, denn in Wirklichkeit konnte lediglich das Ausgabenwachstum etwas gebremst werden. Das kommt im Übrigen auch im Voranschlag 2014 des Kantons zum Ausdruck, der bei einem Gesamtbudget von rund 4,5 Milliarden Franken ein Netto-Ausgabenwachstum von 1,7 Prozent enthält. Dieses Budget mit einem Aufwandüberschuss von 30 Millionen kann nur dank eines Eigenkapitalbezugs von 50 Millionen Franken erreicht werden. Berücksichtigt ist hierbei auch eine Ausschüttung der Nationalbank von 40 Millionen.

Ich wünsche Ihnen einen guten Jahresschluss-spurt und eine besinnliche Adventszeit.

# Übernahmen, Proteste, Kandidaturen

**Dölf Früh relativiert. Die AFG baut ab. Das Tagblatt rüstet auf. Die CVP hat die Wahl. Die SGKB mühsamen Besuch. Und Mattle kann aufatmen.**

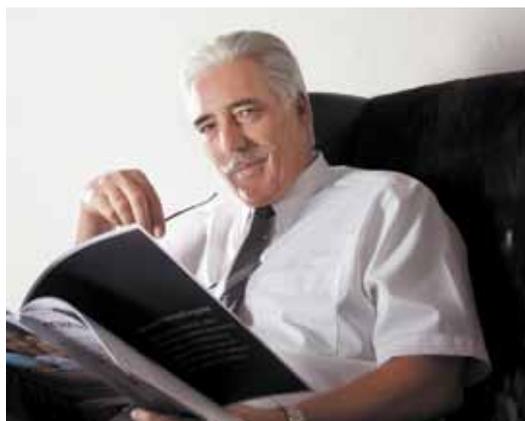


## Schlagzeilen

Rund 100 Opfer eines Millionenbetrugs mit vorgegaukelten Geldanlagen des Infina-Firmenkonstrukts haben am 2. November in St.Gallen vor der Kantonalbank demonstriert. Die Betrugsoffer geben der Bank eine Mitschuld. Albert Koller (Bild), Mitglied der Geschäftsleitung der SGKB, gegenüber LEADER: «Die Demonstration wurde oft angekündigt und verschoben. Entsprechend haben wir uns bei der SGKB schon länger darauf vorbereiten können. Für uns war klar, dass wir uns vor dem Hauptsitz zeigen und auch im Gespräch mit den geschädigten Infina-Kunden unser Bedauern ausdrücken.» Die Infina-Geschädigten haben das SGKB-Angebot einer Zahlung von rund zwei Millionen Franken ausgeschlagen. Ein Betrag, den die SGKB nur aus Kulanz zahlen würde. Koller: «Die SGKB hatte keine Kundenbeziehung mit den Geschädigten und war auch nicht Depotbank der Infina-Gruppe. Ebenso haben wir die Produkte der Infina zu keiner Zeit empfohlen und verkauft. Daher trifft uns keine rechtliche Haftung.»

## Übernahme

Die St.Galler Tagblatt AG übernimmt per 2014 die Verlagsrechte an der Wiler Zeitung sowie an der Lokalzeitung Altotgenburger von der Wiler Zeitung AG, einer Hundert-Prozent-Tochter der Druckerei Flawil AG. Ausschlaggebend für das Geschäft sind laut Peter Weigelt, Verwaltungsratspräsident der Druckerei Flawil AG, in erster Linie die Herausforderungen neuer Technologien, die veränderte Marktsituation nach Erscheinen der Ostschweiz am Sonntag sowie Veränderungen bei den regionalen Lebens-, Wirtschafts- und Freizeiträumen.



## Restrukturierung

Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG beschleunigt die Restrukturierung der STI Hartchrom AG in Steinach; ein Abbau von 40 bis 50 Arbeitsplätzen kann nicht ausgeschlossen werden. Grund dafür ist das schwierige Marktumfeld mit einem Umsatzrückgang. Mit dem voraussichtlichen Stellenabbau sollen die langfristige Existenz der STI und die Arbeitsplätze gesichert werden.

## Statement



Als Dölf Früh vor drei Jahren Präsident des FC St.Gallen wurde, sah es für den Fussballclub nicht gut aus. Das ist Vergangenheit. Wir wollten von Dölf Früh wissen, ob damit alle finanziellen Engpässe ein für alle Mal beseitigt sind. «Ganz so einfach ist es dann doch nicht», relativiert Früh. «Der FC St.Gallen ist auf einem guten Weg und insbesondere die Erfolge auf europäischer Bühne sind für uns ein wichtiger Faktor. Allerdings werden wir uns keinesfalls entspannt zurücklehnen können. Es ist wichtig, dass wir in der jetzigen Phase Rücklagen bilden und somit gewappnet sind, falls einmal wieder schwierigere Zeiten kommen sollten. Ein starkes finanzielles Fundament bildet die Basis für ein gesundes Wachstum im sportlichen wie wirtschaftlichen Bereich.»



### Chefsessel

Beat Rudolf (links im Bild) und Martin Peter (rechts) haben per 1. Oktober die operative Leitung der Elpro-Buchs AG übernommen. Nach 27 Jahren hat der Geschäftsführer und CEO Alois Bischof sein Unternehmen damit intern an Nachfolger übergeben, die bereits seit vielen Jahren für die Elpro-Buchs AG tätig sind.

### Politbühne

Die CVP-Kantonsräte Josef Gemperle und Norbert Senn bewerben sich für die Nachfolge des Thurgauer Regierungsrats Bernhard Koch. Ebenfalls Interesse an einer Kandidatur bekundet hat Carmen Haag, CVP-Fraktionschefin im Grossen Rat. Die CVP nominiert ihre Kandidatin oder ihren Kandidaten am 2. Dezember.

### Vor 10 Jahren im LEADER

Die LEADER-Redaktion sprach sich vor zehn Jahren klar für die Wahl von Hans-Rudolf Merz in den Bundesrat aus. Im Kommentar schrieben wir: «Der Ausserrhoder FDP-Ständerat hat alles, was ein Bundesrat braucht. Und er wäre in der Lage, die Reformen einzuleiten, welche die erstarrte Schweiz so dringend nötig hätte. Der Bundesrats-Wahlkrimi vom 10. Dezember 2003 wird zeigen, ob der Sanierer ans Werk kann oder nicht.»

### Auszeichnung I

Die neue Zentrale des Lauteracher Traditionsunternehmens i+R Gruppe (ehemals i+R Schertler-Alge) ist das Vorzeigeprojekt für nachhaltiges Bauen von Bürogebäuden in Österreich. Als erstes und einziges Firmengebäude hat es mit Platin die höchste Auszeichnung in der Königsklasse «New Construction» (Gesamtbauwerk inklusive Innenausbau) der LEED-Zertifizierungen erhalten.

### Freispruch

Das Bezirksgericht Weinfelden hat den Stadtammann von Bischofszell, Josef Mattle, freigesprochen. Mattle musste sich im Zusammenhang mit der Tour de Suisse 2012 wegen ungetreuer Amtsführung und der qualifizierten ungetreuen Geschäftsbesorgung vor dem Strafericht verantworten.

## Probieren statt zerplanen

Das Beispiel mag banal klingen, ist aber symptomatisch. Im Innerrhoder Hauptort Appenzell spricht man seit Jahren darüber, das Zentrum restlos vom motorisierten Verkehr zu befreien. Die von vielen Touristen frequentierte Hauptgasse ist bis heute nämlich keine reine Fussgängerzone, sondern wird von einer Einbahnstrasse quasi zerschnitten. Mit-



Stefan Millius, stv. Chefredaktor LEADER und Geschäftsführender Partner der insomnia GmbH

ten über einen Platz, der das Zeug hätte, zu einer Begegnungszone mit Gartenbeiz und Ruhebänken zu werden, fahren ganztags Autos, um sich danach durch ein echtes Nadelöhr direkt vor der kantonalen Verwaltung zu zwängen. Für Passanten heisst das: Augen offen halten, stehen bleiben, Kinder an die Hand nehmen. All das schmälert das Einkaufs- und Besichtigungserlebnis für Einheimische und Besucher.

Eine mögliche Verkehrsbefreiung war angedacht, wurde aber kurzerhand wieder auf Eis gelegt, weil absehbar war, dass es aus Gewerbekreisen Widerstand geben könnte. Ladenbetreiber befürchten, Kunden zu verlieren, wenn diese nicht in nächste Nähe fahren können. Und die Unternehmer selbst wollen ebenfalls freie Zufahrt für den Warentransport haben. Dabei zeigen andere Städte, dass es funktionierende Modelle gibt, bei denen Ladenbetreiber zu bestimmten Zeiten für Anlieferungen Fahrtberechtigung haben, ansonsten das Zentrum aber den Fussgängern gehört.

Wie liesse sich herausfinden, ob eine echte Verkehrsbefreiung zu Problemen für das Gewerbe führt? Wie kann man feststellen, ob die Vorteile die Nachteile überwiegen – oder umgekehrt? Wir neigen in solchen Fällen mit aufwändigen Studien, Befragungen und Kommissionssitzungen Grundlagenmaterial zu erarbeiten, über das dann wiederum eine Fachgruppe brütet, bis nach einigen Jahren ein Bericht erscheint, der meist keine klare Antwort liefert und den politischen Entscheid nicht ersetzt.

Eine kleine Anregung an dieser Stelle: Warum nicht einfach mal machen? Warum nicht – im genannten Beispiel – einige Wochen den Verkehr verbannen und ganz konkret sehen, was geschieht? Mehr ausprobieren statt zerreden und zerplanen: Das täte uns allen gut.

# EY-Unternehmerpreis 2013 vergeben

Am 25. Oktober zeichnete Ernst & Young zum 16. Mal in Folge herausragende Schweizer Unternehmerpersönlichkeiten mit dem «Entrepreneur Of The Year»-Award aus. Auch Ostschweizer räumten Preise ab. In der Kategorie «Family Business» wurde Christoph Tobler, Sefar Holding AG, ausgezeichnet. Hans Huber, Ehrenpräsident SFS Holding AG, wurde als «Master Entrepreneur» gewürdigt. Für den LEADER fotografierte Jean-Luc Grossmann, photopulse.ch.







**Carlos Martinez**

Carlos Martinez Architekten AG, Berneck

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?

Zeitungen und Werbung ausgetragen,  
als ich 11 Jahre alt war.

Hatten Sie als Kind einen andern Berufswunsch?

Als Kind wollte ich Pilot werden, aber  
schon ab der 6. Klasse Architekt.

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

Würde gerne eine Kathedrale bauen.

Was bedeutet Ihnen Erfolg?

Ist eine Nebenerscheinung.

Welchen Luxus gönnen Sie sich ab und zu?

Einsam eine gute Zigarre zu rauchen.

Welche Ostschweizer Persönlichkeit bewundern Sie?

Ich bewundere die Ostschweizer.  
Sie sind viel besser, als sie glauben.

Welche Lektüre kann Sie vom Schlafen abhalten?

Die Säulen der Erde von Ken Follett.

# Potenzial ins Leben hinüberretten

**Margrit Stamm, em. Professorin für Erziehungswissenschaft der Universität Fribourg mit Schwerpunkt Begabungsforschung und Talententwicklung und Leiterin der Forschungsstelle Swiss Education, ist Referentin am Rheintaler Wirtschaftsforum und erklärt, warum es für Wirtschaft und Gesellschaft so wichtig ist, das Potenzial von Menschen breit zu erfassen und zu fördern.**

Interview: Karin Fagetti Bild: zVg.



Professorin Margrit Stamm: «Statt auf Ressourcen zu setzen, versuchen wir mit aller Kraft, alle Defizite auszumerzen.»

**Viele denken, wer besonders intelligent ist, ist automatisch auch erfolgreich. Warum stimmt diese Gleichung so nicht?**

Die Forschung zeigt, dass klassisch verstandene Intelligenz nicht zwangsläufig zu Erfolg führt. Es gibt nicht einfach die eine IQ-Intelligenz sondern mehrere Intelligenzen. Jeder Mensch verfügt über analytische Fähigkeiten, die in IQ-Tests abgefragt werden. Darüber hinaus aber auch über eine praktische

**«Unsere Gesellschaft wird moralisierender und intoleranter gegenüber Diversität und Individualität.»**

oder eine kreative Intelligenz, die uns beispielsweise zu talentierten Problemlösern machen kann. Ganz wichtig ist dabei die Intuition. Bei einer guten Potentialanalyse werden auch mehrere Intelligenzen untersucht. In Schule und Ausbildung wird leider zu stark auf die analytische Intelligenz fokussiert. Besonders begabte Menschen sind oft nicht wie erwartet Überflieger, sondern tun sich eher schwer auf ihrem Weg durch die Schulen. Sie müssen ihre besonderen Kompetenzen ins Leben hinüberretten.

**Wie profitieren Wirtschaft und Gesellschaft am ehesten von den Begabungen der Menschen?**

Unser System ist auf besondere Begabungen jenseits des klassischen Intelligenzbegriffs kaum eingestellt. Erschwerend kommt hinzu, dass sich bereits junge Familien immer mehr zur wettbewerbsorientierten Förderinstanzen entwickeln und einem falsch verstandenen Optimierungswahn verfallen. Dies zeigt sich darin, wie viele Kinder heute bereits im Vorschulalter in irgendwelchen Frühprogrammen gefördert, zu Lerntherapeuten geschickt und von Psychologen betreut werden. Statt auf Ressourcen zu setzen, versuchen wir mit aller Kraft und möglichst früh alle (scheinbaren) Defizite auszumerzen und jedes Anzeichen von individueller, weil nicht der Norm entsprechender Entwicklung zu beseitigen. Unsere Gesellschaft wird moralisierender und intoleranter gegenüber Diversität und Individualität, auch gegenüber den Besonderheiten begabter Menschen. Vieles, was wir in der Begabungs- und Begabtenförderung vor zehn Jahren erreicht hatten, wird zurzeit durch unsere Fokussierung auf Defizite wieder zunichte gemacht.

**Was können Unternehmen machen, um Begabungen und Begabten eine Chance zu geben?**

Sie sollten das Intelligenz-Konzept breiter fassen. Sehr erfreulich ist allerdings, dass es bereits solche Best-Practice-Betriebe gibt, welche in der Lehrlingsselektion und -ausbildung andere Wege gehen. Sie konzentrieren sich beispielsweise nicht stur auf die Schulnoten oder beklagen sich andauernd über die schlechter gewordenen Sprachkompetenzen der jungen Menschen. Vielmehr setzen sie in ihren Rekrutierungsverfahren stärker auf Motivationsfaktoren und Persönlichkeitsmerkmale. Ressourcenförderung ist zwar zu einem Schlagwort unserer Gesellschaft geworden, aber wir praktizieren eher auf der Basis einer Defizitorientierung. Wir brauchen einen Perspektivenwechsel, die Entwicklungen eines positiven Blicks auf das, was Menschen können. Nur so wird der Weg frei für die Förderung von Potenzialen, die wir in unserer Gesellschaft so dringend brauchen.

- › **Härtsch übernimmt FLAWA-Leitung**  
Per 1. Januar 2014 übernimmt Nicolas Härtsch als neuer Mehrheitsaktionär die operative Leitung der FLAWA AG. Das Unternehmen wird somit in vierter Generation von einem Familienvertreter geleitet. Die vorgesehenen Produktionsverlagerungen nach Polen werden nicht weiterverfolgt.
- › **Neue Führung bei der Mowag**  
Seit Anfang November 2013 wird das Kreuzlinger Technologieunternehmen General Dynamics European Land Systems-Mowag GmbH (GDELS-Mowag) von Robert Kauth als Managing Director und Vice-President Wheeled Vehicles geführt. GDELS-Mowag beschäftigt als grösster Lieferant der Schweizer Armee für geschützte Radfahrzeuge rund 680 Mitarbeitende in Kreuzlingen.
- › **Flyerline übernimmt Berner Druckerei**  
Die Flyerline Schweiz AG mit Sitz in Altnau übernimmt die 1919 gegründete Schaub und Rüedi Druck AG in Bern und investiert gleichzeitig in eine der modernsten Druckmaschinen.
- › **Motivationspreis für KIFA AG**  
Die KIFA AG mit Sitz in Aadorf erhält den Thurgauer Motivationspreis 2014. Die Jury zeichnet damit ein Unternehmen – und mit ihr Geschäftsführer Ruedi Heim – aus, das den natürlichen Werkstoff Holz für innovative Lösungen nutzt.
- › **«IT St. Gallen Rocks»**  
Mit der Initiative «IT St. Gallen Rocks» wirbt die IT-Branche der Stadt St. Gallen neu für den «starken IT-Standort».
- › **Intercity-Züge für Schweden**  
Stadler Rail hat in Schweden einen Auftrag der Privatbahn MTR für 6 Intercity-FLIRT erhalten. Dabei handelt es sich um 5-teilige Züge für Tempo 200 km/h. Mit diesem Auftrag ist es Stadler erstmals gelungen, Züge nach Schweden zu verkaufen. Der Auftrag hat ein Volumen von rund CHF 85 Mio. und wird in der Schweiz abgewickelt.

## Heute schon gelauscht?

**Seit Wochen ist die Welt in Aufruhr. Hat Präsident Obama Kanzlerin Merkel, hat Präsident Hollande Bundespräsident Maurer abgehört? Oder hat Premierminister Cameron im Namen Ihrer Majestät gleich alle ausgeforscht?**

von Roland Rino Büchel

Ich verstehe das Getue nicht. Alle bespitzeln alle, das ist nichts Neues. Beim Spionieren gilt das Motto «Ich nicht, er aber auch». Selbstverständlich haben Menschen und naive Politiker das Recht, empört zu sein. Doch erstens war es fahrlässig zu glauben, dass unter Staaten nicht geschnüffelt würde. Und mit etwas Sarkasmus könnte man, zweitens, anfügen: In einer Zeit, wo Egoismus Konjunktur hat, ist es doch schön, wenn Freunde sich für einen interessieren...

Wir Schweizer haben es gut, wenn wir nicht ausgehorcht werden wollen. Unsere Mundart hilft, den Lauschern das Leben schwer zu machen. Als neuer Vizepräsident der Aussenpolitischen Kommission des Nationalrats sei die Chance gross, dass die amerikanische NSA, der britische MI6, der deutsche BND, die französische DGSE und andere Auslandsgeheimdienste sich für meine Handygespräche interessierten. Sagt man mir. Ich wünsche den nachspürenden «Freunden» ein gutes Gelingen, wenn sie meinen Oberrieter Dialekt entschlüsseln müssen, um meine vermeintlich wichtigen Handygespräche zu deuten.



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

### Mit Blatter am Telefon

«I bea nüd dahoa, i bea no bi da Nochtbüüri am Goofa gomma und kumm öppa uf die Oas wieder zrug. Goscht mer no zum Beck gi a Pfänderli Broat, an Käsflada und zwoa Pürli go hola?» Das könnte zum Beispiel von meiner Partnerin zu hören sein. «I ka nüd guat loufa, i ha no Weadagenta vum Tschutta und vum Umma-seckla am Meaktig. Kascht mer nüd s'Velo riachta? Moascht aber no Luft iniloo. D'Pumpi ischt gad heander da Schitterbiig, i da groassa Gelta näabad am gröana Scheesawaga», könnte in etwa meine Antwort sein.

Ähnlich lustig wird es für die Schnüffler, wenn ich, zum Beispiel, mit einem Oberwalliser am Telefon bin: «Mit dr Fifa geits nimme embri, abr embrüf. Das mit dr Korruption isch zwar keis dums Gschnurr, keis Blagruschtig, gsii. Da mües ich Dir recht gä, Büchel. Aber ich hä die korrupte Offziellu zum Tiifel gschickt. Es isch an dr Ziit fär dr Waffuschtilschstand mit Dir z'schliessu. D'Ballu isch rund und di Züekunft vum Füessball isch wiiblich», könnte mir Sepp Blatter am Handy sagen. Nur nebenbei: Er hat tatsächlich alle nachgewiesenermassen korrupten Offziellen hinauspediert. Das ist kein «Blagruschtig», sondern wahr.

### Muskelkater für den MI6

Wead-Agenten? Korrupt? Teufel? Waffenstillstand? Sepp Blatter? Aussenpolitische Kommission? Da werden einige der 40'000 Agenten des amerikanischen Auslandsgeheimdienstes NSA mit dem 11-Milliarden-Budget ihre Ohren spitzen. Falls es noch Zweifel gibt: «embrüf» heisst aufwärts, «embri» abwärts. Und «Blagruschtig» bedeutet dummes Zeug. «Weadagenta» heisst Muskelkater, «Meaktig» Mittwoch und «Goofa gomma» Kinder hüten.

# ProOst – Ostschweizer Arbeitgeber treffen Professionals

**In den letzten Jahren wurden die Klagen der Ostschweizer Arbeitgeber über fehlende Fach- und Führungskräfte immer lauter, besonders im Bereich Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT). Durch diesen Mangel an qualifizierten Arbeitnehmern können einzelne Stellen längerfristig nicht besetzt werden. Dies schwächt nicht nur die einzelnen Unternehmen sondern die ganze Ostschweiz in ihrer wirtschaftlichen Entwicklung.**

Text: Rolf Sonderegger

Vor diesem Hintergrund haben die Wirtschaftsförderungen der Ostschweizer Kantone verschiedene Massnahmen ergriffen, die dem Fach- und Führungskräfte-mangel entgegenwirken sollen. So findet im nächsten Jahr zum ersten Mal die Veranstaltung ProOst statt. Der Slogan dieser Veranstaltung lautet «Professionals treffen Karrierechancen und Lebensqualität in der Ostschweiz». Gemäss Karin Jung, Leiterin Amt für Wirtschaft Kanton Appenzell Ausserrhoden, soll mit der Veranstaltung ProOst die Ostschweiz als interessanter Arbeits- und Lebensort für qualifizierte Arbeitnehmer positioniert werden.

**Die Veranstaltung ProOst soll Professionals eine Übersicht über ihre Karrierechancen in der Ostschweiz geben und die hohe Lebensqualität in dieser Region aufzeigen.**

## **Attraktivität des Arbeitsmarktes**

Viele Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen und insbesondere universitären Hochschulen suchen ihren ersten Arbeitgeber in den grossen Schweizer Zentren. Nach den «Lehr- und Wanderjahren» werden jedoch Themen wie Familie und Kinder, ein eigenes Wohnobjekt und die Work-Life-Balance wichtiger. Genau an diesem Übergang setzt die Veranstaltung ProOst an. Die Veranstaltung ProOst soll Professionals eine Übersicht über ihre Karrierechancen in der Ostschweiz geben und die hohe Lebensqualität in dieser Region aufzeigen. Peter Kuratli, Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit Kanton St.Gallen und einer der Auftraggeber der Veranstaltung ProOst: «Wir sind überzeugt von der Attraktivität des Arbeitsmarktes und der Lebensqualität in unserem Wirtschaftsraum. Zusammen mit unseren

Unternehmen wollen wir dies überregional und auch international stärker positionieren und uns damit als zukunftsgerichteter Standort etablieren. So können wir eine hochwertige Entwicklung sichern.»

Die Erstdurchführung der Veranstaltung ProOst findet am 15. August 2014, statt. Am Vormittag finden Besichtigungen bei den Unternehmen direkt vor Ort statt, am Nachmittag gibt es Informationsstände und Unternehmenspräsentationen inklusive einem Rahmenprogramm im Congress Center Einstein in St.Gallen.

Eingeladen sind 300 Absolventen aller Studienrichtungen von Fachhochschulen und universitären Hochschulen im Alter von 30 bis 40 Jahren, die in der Ostschweiz aufgewachsen sind, nun aber in einer anderen Region wohnen und arbeiten.

## **9 Top-Unternehmen**

KMU, national und international tätige Unternehmen aus den Kantonen SG, TG, AR und AI mit Interesse an qualifizierten Arbeitnehmern mit Hochschulabschluss haben mit einer Teilnahme an der Veranstaltung ProOst die Möglichkeit, sich als attraktive Arbeitgeber zu präsentieren und offene Stellen zu besetzen. Schon nach kurzer Zeit haben folgende neun Top-Unternehmen Ihre Teilnahmen bestätigt: Bühler AG, Huber+ Suhner AG, Leica Geosystems AG, Metrohm AG, Raiffeisenbanken-Gruppe, sia Abrasives Industries AG, Stadler Bussnang AG, Thyssen Krupp Presta AG und Würth Management AG. Zudem wird auch die Universität St. Gallen (HSG) an der Veranstaltung teilnehmen und ihre attraktiven Weiterbildungsmöglichkeiten aufzeigen.

Sind auch Sie an einer Teilnahme an der Veranstaltung ProOst interessiert? Weitere Infos: together ag, Adrian Fischer, [adrian.fischer@together-online.ch](mailto:adrian.fischer@together-online.ch), 071 222 28 18. [www.proost.ch](http://www.proost.ch)

# Wegweiser der Textilbranche

**Der Designpreis Schweiz 2013 geht nach St.Gallen: Das Textilunternehmen Jakob Schlaepfer konnte am 1. November den «Textile Design Award by Swiss Textiles & Zumsteg Foundation» für sein Projekt «Slow Light», eine Kollektion von reflektierenden Couturestoffen, entgegennehmen. Das Textilmuseum St.Gallen widmet gleichzeitig dem langjährigen Inhaberpaar Lisbet und Robert J. Schläpfer eine fantastische Ausstellung.**

von *Stephan Ziegler*

Es war vor fast 80 Jahren, als Jakob Schläpfer das Stickereigeschäft Vogel in St.Gallen kauft. Er führt die Firma (mit ae statt ä) als Einmannbetrieb an der Schützengasse 5. 1945 tritt Sohn Robert in die Firma ein, zehn Jahre später heiratet dieser Lisbet Bucher, die von Anfang an bei der Kollektionsgestaltung mitwirkt.

Mitte der 1960er Jahre bricht auf Stoffen ein wahres Feuerwerk los – funkelnd, leuchtend und knallbunt kommen sie daher. Massgebliche Impulse dafür gehen von der Ostschweiz aus, wo Lisbet und Robert J. Schläpfer neue Massstäbe setzen und die Stoffe zum Glänzen bringen. Legendär ist ihre Klimt-Kollektion, wo sie die üppigen, goldstrotzenden Motive des österreichischen Jugendstilmalers in Stoff umsetzen. Der Siegeszug der Pailletten, die heute aus der Mode nicht mehr wegzudenken sind, beginnt mit ihnen. André Courrèges, Pierre Cardin und das Haus Dior etwa bedienen

sich gerne der Wunderwerke aus dem Hause Schlaepfer.

Die von Lisbet und Robert J. Schläpfer gestalteten Stoffe weisen der gesamten Branche den Weg in die Zukunft. Ihre Arbeit prägt bis heute wesentlich das Image der Ostschweizer Stickerei. 30 Jahre lang setzt der Innovationsgeist des Ehepaars Schläpfer sowohl bei der Gestaltung der Muster als auch im Bereich der verwendeten Technologien Trends und inspiriert die besten Couturiers der Welt. Paris, Rom, London, Los Angeles, New York, München, Osaka – Stoffe von Jakob Schlaepfer finden reissenden Absatz. Bis 1995 wirken Robert und Lisbet Schläpfer unermüdlich mit, dann verkaufen sie ihre Firma altershalber.

Nun ist im Textilmuseum St.Gallen bis zum 31. Januar 2014 eine glamouröse Retrospektive über das Schaffen und den Innovationsgeist des Textilunternehmerpaars Schläpfer zu sehen.



## LEADER 12/2013

**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

<b>Verleger:</b>	Natal Schnetzer
<b>Redaktion:</b>	Marcel Baumgartner (Leitung) baumgartner@leaderonline.ch Dr. Stephan Ziegler Stefan Millius Daniela Winkler
<b>Autoren in dieser Ausgabe:</b>	Andrea Rüttsche, Peter Kuratli, Sven Bradke, Ralph Dietsche, Nora Zürcher, Michael Götte, Roland Rino Büchel, Rolf Sonderegger
<b>Fotografie:</b>	Bodo Rüedi Tiziana Secchi Simone Schlatter Augustin Saleem
<b>Herausgeberin, Redaktion und Verlag:</b>	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
<b>Geschäftsleitung:</b>	Natal Schnetzer nschnetzer@metrocomm.ch
<b>Verlags- und Anzeigenleitung:</b>	Martin Schwizer mschwizer@leaderonline.ch
<b>Marketingservice/ Aboverwaltung:</b>	Daniela Senn info@metrocomm.ch
<b>Abopreis:</b>	Fr. 60.– für 18 Ausgaben
<b>Erscheinung:</b>	Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben
<b>Gestaltung/Satz:</b>	Tammy Rühli truehli@metrocomm.ch
<b>Produktion:</b>	Sonderegger Druck AG, Weinfelden

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

ISSN 1660-2757

metro  
comm

Publitem

## EUROPAKET – ein neues Produkt der Logistik2000 AG



Logistik2000 AG hat sich den Bedürfnissen der Kunden angepasst und entwickelt speziell für KMUs einen neuen Paketdienst nach Europa. Speziell Klein- und Mittelunternehmen, die nur sporadisch Pakete in europäische Länder zu versenden haben, kämpfen mit den im Verhältnis zur Sendungsgrösse hohen Frachtkosten. Oft ist es so, dass die Markt-

fürher ihre Paketpreise in Abhängigkeit eines Mindestjahresumsatzes gestalten. Dieser wird jedoch von einem klassischen KMU nur in den seltensten Fällen erreicht. Logistik2000 AG bietet nun mit dem EUROPAKET ein neues Produkt an, mit dem die Kunden ihre Pakete schnell und unkompliziert nach Europa versenden können. Und dies zu sehr

interessanten Konditionen mit sämtlichen Varianten der Zollabfertigung. Die Tarifgestaltung ist unabhängig vom Umsatz, so bekommt auch ein kleineres Unternehmen denselben Paketpreis wie ein Grossverlader.

Nähere Informationen:  
 rhombert@logistik2000.ch  
 www.logistik2000.ch



GRÜN-WEISSE LIEBE

Libes Christkind  
Ich wünsche mir auf  
die Weihnacht  
ein ~~Frigo~~ Triko vom  
FC St. Galle und  
ein Poni.   
Danke.

**WWW.FCSTG.CH/SHOP**  
**Wo Wünsche in Erfüllung gehen.**  
(Ein Pony haben wir leider nicht im Sortiment)

**FCSTG-STAND AM CHRISTKINDLIMARKT**  
Shopping Arena, ab 30. November 2013



## Der neue Audi RS 7 Sportback.

Puristische Eleganz. Faszinierende Kraft. Innovative Technik. Im Zusammenspiel entsteht der neue Audi RS 7 Sportback. Ein Hochleistungsfahrzeug mit einem beeindruckenden Aggregat: 560 PS, 4,0-Liter-V8-TFSI-Motor mit cylinder on demand-Technologie, unterstützt durch den Allradantrieb quattro. Erleben Sie den neuen Audi RS 7 Sportback.

**Mehr Details erfahren Sie bei uns.**

Audi RS 7 Sportback, 4.0 TFSI quattro, Normverbrauch gesamt: 9,8 l/100 km, 229 g CO<sub>2</sub>/km (Durchschnitt aller verkauften Neuwagen: 153 g/km), Energieeffizienzklasse: G.

**Jetzt Probe fahren**



Zürcher Strasse 162, 9001 St. Gallen  
Tel. 071 274 80 74, [www.city-garage.ch](http://www.city-garage.ch)

**Verkaufsstelle:**

Breitestrasse 3, 9532 Rickenbach  
Tel. 071 929 80 30, [www.city-garage.ch](http://www.city-garage.ch)