



MASERATI



AUTOZENTRUM WEST

www.maserati-west.ch
Piccardstrasse 1 • 9015 St. Gallen • Tel. 071 311 66 66



**Caroline Magerl-Studer,
CEO der Mila d'Opiz AG:**

Innerfamiliäres «Kampf-Sparring»

Seite 20

**Heinrich Spoerry,
CEO der SFS Group AG:**

Chancen und Risiken des Börsenganges

Seite 30

Die Quote als «Übergangsübel»?

Frauen sind in den Teppichetagen von Schweizer Unternehmen nach wie vor die Ausnahme. Die Forderung nach einer Quotenregelung macht die Runde. Fluch oder Segen für die Wirtschaft?

ab Seite 6



logistik2000.ch

Wir bringen Ihr Geschäft in Fahrt!



Unsere Nutzfahrzeugpalette - so vielfältig wie Ihre Bedürfnisse

Ganz gleich für welches Gewerbe und für welchen Einsatz, die neue Ford-Nutzfahrzeugpalette deckt alle Bedürfnisse ab. Ob mit Front-, Heck- oder Allrad-Antrieb, ob als Transport- oder Zugfahrzeug, ob als Kombi, Bus oder Pick-up, Ford-Nutzfahrzeuge überzeugen durch beste Verbrauchswerte und ein optimales Preis-/Leistungsverhältnis.

Ford Ranger mit bis zu 6 Tonnen Zuglast oder als Sattelschlepper

Ford Transit mit beeindruckenden Ladekapazitäten

Ford Transit Custom international Van of the Year 2013

Ford Transit Connect der kompakte Kastenwagen mit höchstem Komfort

Ford Transit Courier der brandneue Lieferwagen ideal im Stadtverkehr

Besuchen Sie unser Transit Center West. Ihr Spezialist für Nutzfahrzeuge, die immer eine Idee weiter sind.

Gutschein für eine kostenlose Flottenbeurteilung

Firma:	Telefon:
Ansprechpartner:	E-Mail:
Adresse:	
PLZ:	Ort:

Auto-Zentrum West AG
Piccardstrasse 1 - 9015 St. Gallen
Tel. +41 (0) 71 311 66 66
Fax +41 (0) 71 313 55 00
www.az-west.ch



Eine Idee weiter



Jede Quote ist eine Sonderbehandlung

Das Thema geistert seit vielen Jahren herum, ist mal mehr, mal weniger in der Diskussion, aber einfach nicht totzukriegen: die Frauenquote. Zunächst nur in der Politik gefordert, gibt es nun immer mehr Stimmen, die eine Quote in Führungsgremien in der Wirtschaft fordern. Diese Idee widerspricht ganz fundamental allen Grundsätzen einer liberalen Gesellschaft.

Alle sind sich einig: Die Geschlechter sind gleichwertig und entsprechend gleichzubehandeln. Was die Rechte und Pflichten angeht, soll niemand aufgrund seines Geschlechts benachteiligt werden. Das ist der Anspruch einer modernen Gesellschaft, und wir dürfen für uns in Anspruch nehmen, ihn weitgehend umgesetzt zu haben. Für Lohnunterschiede in Unternehmen, eines der grossen Themen von Frauenorganisationen, gibt es zudem im Einzelfall sehr oft gute Gründe, die nichts mit dem Geschlecht zu tun haben. Es fehlt heute nicht an Chancen für Frauen, sondern an der Zahl der Frauen, die bereit sind, diese Chancen wahrzunehmen und auch den Preis zu bezahlen, den diese oft mit sich bringen. Das heisst: Was zu erfüllen ist, haben wir erfüllt, was darüber hinaus geht, ist zu viel des Guten.

Die Forderung nach Quoten, ob in der Politik oder in Verwaltungsräten, steht auch in einem seltsamen Kontrast zur gleichzeitigen Forderung nach Gleichbehandlung. Denn Quoten sind immer eine Sonderbehandlung. Sie verzerren den echten Willen der Wähler oder Aktionäre, indem der Entscheidungsspielraum eingeschränkt wird. Das Argument, nur mit Quoten sei eine angemessene Vertretung von Frauen in Gremien möglich, hinkt nur schon, weil niemand sagen kann, was denn «angemessen» sein soll. Im Grunde müssten sich Frauen konsequenterweise gegen Quoten wehren, denn sie entsprechen einer Ungleichbehandlung, wie es sie ja eigentlich nicht mehr geben dürfte...

Oft werde ein Mann trotz fehlender Qualifikation gewählt, einfach aufgrund seines Geschlechts: Auch das hört man oft als Argument für Frauenquoten. Aber mit Quoten würde ganz einfach stattdessen oft eine Frau trotz fehlender Qualifikation gewählt. Aus Sicht von Feministinnen ist diese Variante natürlich die bessere. Aber in Wahrheit muss aus liberaler Sicht gelten: Selbst eine «falsche» Wahl auf der Grundlage einer völlig freien, uneingeschränkten Wahl ist jeder Quote vorzuziehen.

Natal Schnetzer
Verleger

Anzeige

AUS DER DUNKELHEIT KOMMT LICHT



DER NEUE INFINITI Q50

INFINITI CENTER ST. GALLEN, c/o Auto Zollikofer AG, Rorschacher Strasse 284, 9016 St. Gallen
infiniti-stgallen.ch | Telefon: 071 282 10 11 | eMail: info@infiniti-stgallen.ch

 INFINITI
INSPIRED PERFORMANCE

KMU UND IHRE KUNDEN – ASPEKTE EINER BESONDEREN BEZIEHUNG

Online-Anmeldung unter www.kmu-tag.ch



Cornelia Bösch



Norbert Bolz

 kmu-tag.ch



Urs Fueglistaller



Thomas Bieger



Adrian Steiner



Anne M. Schüller



Daniela Merz

24/OKTOBER 2014

**SCHWEIZER KMU-TAG
ST.GALLEN**



Notker Wolf

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

Veranstalter



Hauptsponsoren

alea lacta-

RAIFFEISEN

helvetia

ABACUS
business software

OBT

Kommunikations-
partnerin

 **swisscom**

Medienpartner

LEADER



Der Weg zur spanischen Sonne

Miriam Meckel

Seite 16

- | | |
|--|---|
| <p>6 Quotenregelung
Der schnellste Weg in die Chefetage</p> <p>10 Susanne Vincenz-Stauffacher
Die Quote als «Übergangsübel»</p> <p>14 FrauenVernetzungsWerkstatt
Frauen unter sich</p> <p>19 Jan Martel
Wein und Zeit</p> <p>20 Caroline Magerl-Studer
Mila d'Opiz AG auf neuen Kurs gebracht</p> <p>23 Sven Bradke
Der Wahlkampf beginnt</p> <p>26 Dölf Früh
Arbeiter statt Visionär</p> <p>30 Heinrich Spoerry, SFS Group AG
Der Druck, profitabel zu wachsen</p> <p>33 Michael Götte
Dem Finanzplatz Sorge tragen</p> <p>36 Massimo Schawalder, Casino St.Gallen
Wachstum im rückläufigen Markt</p> | <p>40 Christian Lienhard, Hof Weissbad
Hotelier des Jahres 2014</p> <p>42 Thomas Zuberbühler
Wie Zalando die Erwartungen veränderte</p> <p>48 Spotlight
Von Preisen, Jubiläen und Erfolgsmeldungen</p> <p>54 Autozentrum West
Neuer Maserati Store in St.Gallen</p> <p>58 Peter Kuratli
St.Galler Innovationsfähigkeit</p> <p>58 Rolf Brunner
«Es geht schon irgendwie»</p> <p>59 Berit-Klinik
Spatenstich für Klinikneubau vollzogen</p> <p>62 SVC Golf Trophy
Networking im Grünen</p> <p>65 Roland Rino Büchel
Die Moral der Moralisten</p> |
|--|---|

Der schnellste Weg in die Chefetage

Frauen sind in den Teppichetagen von Schweizer Unternehmen nach wie vor die Ausnahme. Die Forderung nach einer Quotenregelung macht die Runde. Darf man als Mann dagegen sein?

Text: Marcel Baumgartner **Bild:** Archiv

Wer sich mit Quoten befasst, muss sich mit Zahlen herumschlagen. Daher gleich zu Beginn einige Fakten: Im März 2014 wurde die neunte Ausgabe des «schillingreport» veröffentlicht. Diese von der guido schilling ag aus Zürich erstellte Studie bietet einen fundierten Überblick über die Zusammensetzung der Führungsgremien der 100 grössten Schweizer Arbeitgeber. Für den diesjährigen Report wurden ebenfalls die Daten der 50 in den Geschäftsleitungen einsitzenden Frauen ausgewertet. Neu wurden zehn Frauen in der Geschäftsleitung eines der untersuchten Unternehmen berufen. In den Verwaltungsräten sind 108 Frauen tätig, 21 kamen neu hinzu.

Die Wirtschaft muss jeglichen neuen Einschränkungen und Vorschriften kritisch gegenüberstehen.

Drei weibliche CEOs

Der Frauenanteil in den Geschäftsleitungen liegt bei sechs Prozent, wobei unter den im vergangenen Jahr neu in die Geschäftsleitungen eingetretenen Personen neun Prozent Frauen zu verzeichnen sind. Es gibt nur drei weibliche CEOs, was drei Prozent aller CEOs entspricht. Die SMI-Unternehmen verzeichnen einen Rückgang des Frauenanteils in den Geschäftsleitungen von zwei Prozentpunkten auf sechs Prozent. Der Frauenanteil in den Verwaltungsräten erhöht sich auf 13 Prozent. Der Anteil weiblicher Verwaltungsratsmitglieder unter den Neuen liegt bei 22 Prozent. Die einzige Verwaltungsratspräsidentin besetzt ein Prozent aller Verwaltungsratspräsidien. In den SMI-Unternehmen sitzen 16 Prozent Frauen in den Verwaltungsräten ein, was 31 Prozent des Gesamtsamples entspricht.

Kontingente schaden

Bei den grössten Unternehmen der Schweiz wird die Luft an der Spitze für Frauen also merklich dünn. Nur darf man, wenn es um eine Quotenregelung geht, den Blick nicht ausschliesslich auf die Grössten der Grossen werfen. Das hat auch Hans-Ulrich Bigler, Direktor des Schweizerischen Gewerbeverbandes, dazu veranlasst, auf einen entsprechenden Artikel

in der «SonntagsZeitung» den Standpunkt der KMU darzulegen. Und seine Aussage ist klar: Kontingente bringen nichts. In kleinen und mittleren Unternehmen richten sie sogar eher Schaden an.

Wie kommt Bigler zu diesem Fazit? «In der KMU-Wirtschaft – sie umfasst beinahe 99,7 Prozent der Firmen in der Schweiz – nehmen 35 Prozent der Frauen eine Vorgesetztenfunktion ein», schreibt Bigler. Fast jede zweite Einzelfirma würde von einer Frau geführt. Und in den Verwaltungsräten der KMU seien Frauen mit 22 Prozent überdurchschnittlich vertreten: Der Durchschnitt in der Wirtschaft liege bei 15 Prozent.

«Frauen nicht ausbremsen»

Es ist aber – und das unterstreicht auch Hans-Ulrich Bigler in seinem Kommentar – natürlich nicht so, dass eine Quotenregelung automatisch auf KMU angewendet werden würde. Aber, häufig würden die auf Grosskonzerne ausgerichteten Forderungen undifferenziert auf KMU übertragen. «Das schadet den Frauen. Sie profitieren heute von der unternehmerischen Flexibilität in kleinen Unternehmen oder im Familienbetrieb», schreibt Bigler. Frauen würden ausgebremst, wenn den KMU organisatorische Zwänge übergestülpt werden, seien es nun gesetzlich festgelegte Stillpausen oder Frauenquoten.

Das Thema ist brisant und wird in den nächsten Monaten und Jahren noch mehr Wellen schlagen: Im vergangenen November hat nicht nur die Europäische Union die Einführung einer Frauenquote von 40 Prozent beschlossen, auch der Bundesrat beschloss, eine Zielquote von 30 Prozent Frauen in den Verwaltungsräten von 24 bundesnahen Betrieben einzuführen... Die Richtlinien sind am 1. Januar in Kraft getreten und sollen bis 2020 umgesetzt werden. Allerdings ist die Frauenquote keine verbindliche juristische Vorgabe, sondern nur eine Selbstverpflichtung.

Fluch oder Segen?

Was ist sie denn aber nun, die Quote? Fluch oder Segen? Dass Frauen an der Spitze untervertreten sind, ist Fakt. Wie aber öffnet man ihnen die Türen? Mittels Verordnungen? Das kann nicht im Sinne der Frauen sein. Laut einer Umfrage des Topkräftevermittlungs- und Beratungsunternehmens Mercuri Urval ist eine



*Viel gehörtes Argument gegen
die Quote: Keine Frau möchte als
«Quotenfrau» betitelt werden.*



Mehrheit der Bevölkerung gegen eine Frauenquote, wie sie etwa skandinavische Länder kennen. Die Idee findet auch bei den Frauen keine Mehrheit: Zwar befürworteten 49 Prozent eine gesetzliche Festsetzung des Frauenanteils in hohen Unternehmensgremien, doch sagten auch 42 Prozent Nein.

Nicht selten wird eine Quote deshalb befürwortet, weil sie endlich Bewegung in die Sache bringen würde. Das ändert aber nichts an der Tatsache, dass hiermit die Privatindustrie mittels eines weiteren Instrumentes fremdbestimmt werden würde. Laut einer kürzlich durchgeführten Umfrage des Schweizerischen Arbeitgeberverbandes möchten Firmen heute wie auch in Zukunft selber entscheiden, wie sich ihre Verwaltungsräte zusammensetzen. Das ist ihr gutes Recht. Ob Männer oder Frauen: Die Kompetenzen sollen entscheiden. «Persönlich lehne ich eine Quote nicht ab, aber ich propagiere sie auch nicht», schreibt Iris Bohnet, Verwaltungsratsmitglied der Credit Suisse im «schillingreport». Wenn eine schnelle Veränderung der traditionellen Rollenbilder gewünscht werde, so sei die Frauenquote ein gutes Instrument. «Das grosse Problem der Quote ist, dass keine Frau eine Quotenfrau sein will», so Bohnet weiter.

Männer halten sich zurück

«Geschlecht ist künftig wichtiger als Qualifikation», schrieb die «BaslerZeitung vor geraumer Zeit. Denn Basel-Stadt führte als erster Kanton eine Frauenquote für die Verwaltungsräte staatsnaher Unternehmen ein. Das sorgte im Vorfeld für hitzige Diskussionen. Und weil sich die Männer bei diesem Thema in der Regel dezent zurückhalten – zumindest wenn sie dem Thema kritisch gegenüberstehen –, waren es vorwiegend junge Politikerinnen von diversen Parteien, welche die Vorlage zu Fall bringen wollten. So argumentierte etwa Stephanie Gise (Jungliberale, 28) im «Tages-Anzeiger»: «Man unterschätzt Frauen, wenn man glaubt, sie mit einer Quote fördern zu müssen.» Sie sei so erzogen worden, dass man für seine Ziele arbeiten müsse. Oder Manuela Hobi (Junge CVP, 25) sagt: «Ich habe viel Zeit und Energie in meine Ausbildung investiert und möchte mich aufgrund meiner Leistungen durchsetzen. Und nicht, weil ich als Frau speziell gefördert werde.» Auch ihre Parteikollegin Tiziana Conti (24) befürchtet, dass mit der Frauenquote die Fachkompetenz verloren gehen könnte.

Der Wunsch nach einem ausgewogenen Verhältnis von Männern und Frauen in den Chefetagen und die gleichzeitige Ablehnung einer Frauenquote ist kein Widerspruch. Nach wie vor bewegen sich Männer, die bei diesem Thema ja ganz offensichtlich eine gesicherte Position geniessen, aber auf Glatteis, wenn sie sich klar gegen einen verordneten Prozentsatz aussprechen. Sie werden von den Befürworterinnen als Verfechter eines «veralteten Systems» gebrandmarkt. Dabei gilt auch hier die Maxime: Die Wirtschaft muss ganz allgemein jeglichen neuen Einschränkungen und Vorschriften kritisch gegenüberstehen. Nur so bleibt sie handlungsfähig.

Beratung in allen Lebensphasen

Tamara Monika Völk (*1973) ist promovierte Juristin und leitet seit bald zehn Jahren die Abteilung Finanzplanung der St.Galler Kantonalbank mit 14 Mitarbeitern. Mit dieser Abteilung von Fachspezialisten bietet die St.Galler Kantonalbank ihren



Kunden im Sinne einer umfassenden Beratung in allen Lebensphasen Dienstleistungen rund um die Bereiche Finanzplanung/Vorsorge, Ehegüter- und Erbrecht sowie Steuern an. Tamara M. Völk ist neben ihrer Führungsfunktion auch selbst in der Beratung von Kunden im Bereich Ehegüter- und Erbrecht tätig, beantwortet Steuerfragen und führt Erbteilungsmandate durch.

Tamara M. Völk hat ihr Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Zürich absolviert. Parallel zur Dissertation, in welcher sie sich mit Erbrechtsfragen auseinandersetzte, arbeitete sie im Bereich Erbschaften und Steuern bei der Zürcher Kantonalbank. Nach einem Wechsel in den Rechtsdienst von Ernst & Young Schweiz nahm sie 2005 ihre Tätigkeit bei der St.Galler Kantonalbank auf. Mit relativ jungen Jahren die Leitung dieses Bereichs übernehmen zu dürfen, war Tamara M. Völk Herausforderung und Freude zugleich. Nachteile habe sie als Frau in ihrer Führungsfunktion nur ganz selten erfahren, während sie stets auf die Unterstützung von Vorgesetzten und Mitarbeiter habe zählen können.

In ihrer Tätigkeit schätzt Dr. Völk neben der Führungsaufgabe und der Arbeit mit ihrem Team den direkten Kontakt mit den Kunden. Besonders schön sei es zu sehen, wenn und wie dank rechtzeitig und professioneller Planung gerade im Bereich Erbrecht sinnvolle Lösungen erarbeitet und künftige Konflikte vermieden werden können.

Im August/September 2014 werden Frau Völk und eine Anwältin aus ihrem Team im Rahmen von «Frau und Finanz» acht Vorträge in der Ostschweiz zum Thema «Nachlassplanung» durchführen, zu denen alle interessierten Damen herzlich eingeladen sind (www.sgkb.ch/frauundfinanz).

Als Führungsperson ist Tamara M. Völk Mitglied im Verein Leaderinnen Ostschweiz. Der Verein fördert die Vernetzung von Frauen, die in der Ostschweizer Wirtschaft Führungs- und Fachverantwortung übernehmen.

Die Quote als «Übergangsübel»

Die Frauenzentrale St.Gallen hat sich zur Aufgabe gemacht, die Position der Frau in Familie, Beruf und Politik zu stärken. Wie weit man 2014 – 100 Jahre nach der Gründung – von diesem Ziel entfernt ist und wieso sie sich in den vergangenen Jahren von der Quotengegnerin zur Quotenbefürworterin gewandelt hat, erklärt die Präsidentin, FDP-Politikerin und Juristin Susanne Vincenz-Stauffacher im Interview.

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** Chris Mansfield

Susanne Vincenz-Stauffacher, fühlen Sie sich in gewissen Lebenssituationen als Frau benachteiligt?

Für Gleichstellungsfragen sensibilisiert wurde ich relativ spät – nämlich erst, als ich mit 28 Jahren zum ersten Mal Mutter wurde. Da wurde mir mit einem Mal klar, dass ich als Frau und Mutter beruflich nicht mehr die gleichen Möglichkeiten habe wie mein Mann. Während es als völlig normal angesehen – und von seinem damaligen Arbeitgeber auch ausdrücklich verlangt – wurde, arbeitete mein Mann auch als Vater weiterhin zu 100 Prozent, während ich mein Erwerbspensum drastisch zu reduzieren hatte. Um trotzdem in meinem Beruf als Rechtsanwältin am Ball zu bleiben, habe ich sehr früh den Schritt in die Selbstständigkeit gemacht.

«Frauen sind gegenseitig vielfach die härtesten Kritikerinnen und spielen verschiedene Familienformen gegeneinander aus.»

Nur so konnten Sie Familie und Beruf verbinden?

Ja. Ohne die Hilfe meiner eigenen Mutter, die unsere Tochter und zwei Jahre später auch deren Schwester während meiner Abwesenheiten betreut hat, wäre ein berufliches Fortkommen aber trotzdem nicht möglich gewesen. Ich befand mich damit in einer sehr privilegierten Situation: eine Ausbildung und ein Beruf, der ein freies Einteilen meiner Zeit ermöglicht, sowie ein familiäres Umfeld, das mich überdurchschnittlich unterstützt hat.

Gibt es auch Bereiche, in denen Sie im Gegensatz zu Männern auch Vorteile geniessen?

Wenn wir beim Thema Elternschaft/Berufstätigkeit bleiben, so wurde ich nie «schräg angesehen», wenn ich wegen unserer Töchter nicht mehr zu 100 Prozent erwerbstätig war – ganz im Gegensatz zu teilarbeitenden Vätern, die sich dafür immer noch rechtfertigen müssen und nicht selten auch belächelt

werden. Sodann wäre ich als Frau und Mutter in den Genuss der Mutterschaftsversicherung gekommen – wenn es sie damals schon gegeben hätte –, während diese den Vätern nicht offensteht.

Welches Zeugnis stellen Sie der Schweiz puncto Gleichberechtigung aus?

Ein durchzogenes, in Sachen Bildung aber ein sehr gutes. Heute stehen den Frauen dieselben Ausbildungswege offen wie den Männern. Schlechter steht es um die Gleichberechtigung im späteren Berufsleben: Dass Frauen auch mehr als 30 Jahre nach Einführung des Gleichstellungsartikels in der Bundesverfassung für gleiche oder vergleichbare Arbeit zum Teil immer noch weniger verdienen als Männer, ist schlicht inakzeptabel. Sodann sprechen die marginalen Zahlen an Frauen in Führungspositionen und Verwaltungsräten für sich – im negativen Sinn.

Diesbezüglich fällt das Zeugnis also schlecht aus?

Leider. Sehr gut wiederum ist das Zeugnis hinsichtlich politischer Mitbestimmung: Seit 1971 sind Frauen auf eidgenössischer – und in der Folge dann sukzessive auch auf kantonaler – Ebene endlich vollwertige Bürgerinnen. In politischen Gremien sind sie aber nach wie vor stark untervertreten. Es scheint ein Naturgesetz zu sein, dass Frauen – gesamthaft betrachtet – in den kantonalen und nationalen Räten über ein Drittel nicht hinauskommen. Erfreulich ist in diesem Zusammenhang, dass im Kanton St.Gallen neben der erreichten Parität bezüglich der Vertretung im Ständerat die zwölfköpfige Nationalratsvertretung fünf Frauen umfasst.

Anders im St.Galler Kantonsrat.

Genau. Von 120 Sitzen werden aktuell gerade einmal 26 von Frauen eingenommen. Desolat schliesslich das Bild in der St.Galler Regierung: eine einzige Frau neben sechs Männern. Auch gesellschaftspolitisch fällt das Zeugnis mager aus: Nach wie vor wird der Hauptteil der – unbezahlten – Haus- und Famili-

*Keine Frage des Könnens,
sondern des Wollens:
Rechtsanwältin Susanne
Vincenz-Stauffacher.*



enarbeit sowie auch die Betreuung von kranken und betagten Familienangehörigen von Frauen erbracht. Die Männer, Väter und Söhne sind diesbezüglich vielfach die grossen Abwesenden.

Die Frauenzentrale will das «partnerschaftliche Miteinander von Frauen und Männern fördern». Überspitzt formuliert funktioniert demnach das Zusammenleben nicht?

Immer besser – aber es besteht nach wie vor Verbesserungspotenzial. Dabei wäre es aber zu kurz gegriffen, die Männer als «Täter» und die Frauen als «Opfer» zu sehen. Männer sind sich vielfach nicht bewusst, was sie als Väter und Partner oder als Arbeitgeber für wichtige Beiträge an die Gleichstellung leisten können – und manchmal sind sie auch selbst «Opfer», indem beispielsweise eine Teilzeit-Erwerbsarbeit zugunsten von Familienarbeit vom Arbeitgeber schlicht abgelehnt oder mit Karriereeinbusse verbunden ist.

Oftmals stehen sich Frauen auch selbst im Weg...

...sei es, dass Frauen gegenseitig vielfach die härtesten Kritikerinnen sind und verschiedene Familienformen gegeneinander ausgespielt werden, sei es, dass Frauen sich im beruflichen Alltag oder auch

«Wie viel an Erfahrung liesse sich die Wirtschaft – und letztlich wir alle als Gesellschaft – entgegen, wenn wir diese «Alles oder nichts»-Entscheidung forderten.»

hinsichtlich politischen Ämtern oft zu wenig zutrauen und sich unterschätzen, das stimmt. Im Gegensatz zu Männern will eine Frau vielfach «abgeholt» werden und bietet sich nicht von sich aus an. Hier hat die Frauenzentrale eine wichtige Sensibilisierungs- und Aufklärungsfunktion.

Es wird immer wieder beschwichtigt, die jüngere Generation pflege einen ganz anderen Umgang mit den Rollenbildern. Gleichberechtigung sei kein Thema mehr, da vollkommen normal. Wird hier das Bild beschönigt?

Ja, sehr. Es ist zwar richtig, dass junge Frauen der Gleichstellungsthematik vielfach erstaunlich gleichgültig gegenüberstehen. Sie bekommt erst dann Bedeutung, wenn die eigene Lebenserfahrung die – sichtbaren und unsichtbaren – Grenzen aufzeigt, sei es beruflich, familiär oder in der Kombination von beidem. Dies war bei mir nicht anders. Es zeigt aber immerhin – und das ist sehr erfreulich –, dass Mädchen und junge Frauen am Anfang ihres Wegs keinen offensichtlichen Diskriminierungen mehr ausgesetzt sind.

Nach wie vor wird nur ein Bruchteil der Chefsessel in Unternehmen von Frauen besetzt. Mit verschiedenen Massnahmen wird versucht, ein ausgewogeneres Verhältnis zu erreichen. Wie weit ist man noch vom Ziel entfernt? Und wo liegt dieses überhaupt?

Weit entfernt – auch wenn man das Ziel moderat ansetzt. Aktuell sind lediglich rund sechs Prozent der Geschäftsleitungsmitglieder der 100 grössten Schweizer Firmen Frauen, bei den CEOs sogar nur drei Prozent. Hinzu kommt, dass der Anteil Frauen bei Neueintritten in Geschäftsleitungen seit der letzten Erhebung rückläufig ist. Etwas besser sieht die Bilanz in den Verwaltungsräten aus: zwölf Prozent Frauenanteil, wobei zusätzlich festgestellt werden darf, dass die Tendenz steigend ist.

Gibt es Ihrer Meinung nach einen erstrebenswerten Prozentsatz?

Rein arithmetisch und auch vom Gerechtigkeitsgedanken her bedeutet Parität natürlich 50/50. Das ist jedoch zu starr – wie an sich jede fixe Zahl. So gesehen sind Quoten nicht wünschenswert. Aber dennoch: Ein Anteil von mindestens einem Drittel sollte angestrebt werden – im Wissen und aus der Erfahrung, dass gemischte Teams auch in der Wirtschaft in der Regel bessere und nachhaltigere Lösungen erarbeiten. Ziel ist jedoch nicht die Erfüllung irgendeiner Quote, sondern dass es zukünftig völlig selbstverständlich ist, dass Frauen Chefinnen und Verwaltungsrätinnen sind, womit sich die Quotendiskussion dann von selbst erledigt.

Also sind Quotenregelungen kein Ansatz, der die Position der Frau nachhaltig stärkt?

Quoten sind meines Erachtens grundsätzlich nicht wünschenswert. Die Erfahrung hat aber gezeigt, dass sich auf freiwilliger Basis zu wenig tut – vor allem zu wenig schnell. Somit bin ich mittlerweile von der engagierten Gegnerin zu einer Befürworterin von Quoten geworden, und zwar im Sinne einer – positiv ausgedrückt – «Anschubmassnahme» oder – negativ ausgedrückt – eines «Übergangsübels», bis weibliche Geschäftsleitungsmitglieder und CEOs beziehungsweise weibliche Verwaltungsrätinnen eine Selbstverständlichkeit geworden sind.

Es soll damit ermöglicht werden, dass Frauen Karriere, Familie und das soziale Umfeld unter einen Hut bekommen. Lässt dies eine Wirtschaft, die immer mehr von den Arbeitgebern und Arbeitnehmern fordert, überhaupt zu? Müssen nicht automatisch – sowohl von Männern als auch von Frauen – Entscheidungen zugunsten des einen und zulasten des anderen Bereiches getroffen werden? Wie viel an Erfahrung liesse sich die Wirtschaft – und letztlich wir alle als Gesellschaft – entgegen, wenn wir diese «Alles oder nichts»-Entscheidung forder-

ten! Ich bin überzeugt, dass eine Unternehmung, welche die Kompetenzen, die man sich in der Familienarbeit oder sonstigen sozialen Engagements aneignet, ausser Acht lässt, einen Fehler macht. Vielleicht hat die Firma in diesem Fall vordergründig rein quantitativ mehr von seinen Arbeitnehmern. Ob die Qualität dann auf längere Sicht auch stimmt, ist aber zu bezweifeln. Die Zufriedenheit, die eine gemeinsame und partnerschaftliche Verantwortung für eine Familie mit sich bringt, zahlt sich mit Sicherheit auch im Einsatz für die Erwerbsarbeit aus.

Ganz zu schweigen von Situationen, in denen eine Beziehung scheitert und der bis anhin in der Familie nicht sehr präsente Vater den Kontakt zu seinen Kindern vollends verliert, da er in der Trennungssituation keine eigene Basis mit den Kindern in die Waagschale werfen kann.

Klar. Jeder Arbeitgeber, jede Arbeitgeberin tut damit gut daran, Rahmenbedingungen zu schaffen, die es den Mitarbeitenden ermöglicht, Arbeitnehmer und Vater bzw. Arbeitnehmerin und Mutter zu sein. Nicht zuletzt auch aus ganz nüchternen Gründen: So haben Untersuchungen gezeigt, dass Investitionen in familienfreundliche Unternehmensstrukturen einen massgebenden «Return on Investment» verzeichnen.

«Es ist für mich unverständlich, dass im aktuellen 15-köpfigen Vorstand einer wichtigen Organisation wie der IHK St.Gallen-Appenzell keine einzige Frau Einsitz hat.»

Sie haben es angetönt: Immer mehr Männer arbeiten Teilzeit, um sich vermehrt um die Familie kümmern zu können. Je höher die Hierarchiestufe, desto schwerer ist es jedoch, solche Lebensmodelle zu kreieren. Also keine Karriere ohne klaren Fokus auf die Arbeit?

Das ist leider viel zu oft noch so. Besonders betroffen machen Beispiele von Arbeitgebern, die sich in ihren Leitsätzen und Unternehmensphilosophien Teilzeitarbeit zugunsten der Familie ausdrücklich auf die Fahne schreiben, diese auf Gesuch hin dann auch tatsächlich gewähren – und den betroffenen Mitarbeiter dann von Weiterbildungen ausschliessen, was sein berufliches Fortkommen abrupt unterbricht. Persönlich bin ich aber überzeugt, dass sich auch Karrierestellen in Teilzeit ab circa 70 Prozent Verantwortungsbewusst ausfüllen lassen. Das ist weniger eine Frage des Könnens, als vielmehr des Wollens.

Nicht zu vergessen das immer noch vorherrschende Bild des omnipräsenten Chefs.

Für den Kunden oder die Kundin – extern wie intern – ist es nicht von Belang, aus welchem Grund der Chef nicht immer erreichbar ist. Ob er nun wegen

eines seiner in der Regel zahlreichen Engagements ausserhalb der eigenen Firma abwesend ist, oder ob er zu Hause einen Teil der Kinderbetreuung übernimmt, ist doch einerlei. Dies entspricht aber leider immer noch nicht den gesellschaftlichen Bildern und Gepflogenheiten.

Nun gibt es auch Parteien, die in der vermehrten Fremdbetreuung der Kinder eine Gefahr sehen. Wie beurteilen Sie diesen Aspekt?

Dies entspricht nicht meiner Haltung und Überzeugung. Es ist aber jedem und jeder unbenommen, diesbezüglich einen anderen Standpunkt einzunehmen. Entscheidend ist, dass eine junge Familie die Wahlfreiheit hat, welches Familienmodell sie wählen will. Mindestens zu bedenken ist aber, dass es – unabhängig von ideologischen Überlegungen – wohl nicht sehr sinnvoll ist, wenn gut und auch teuer ausgebildete Frauen zugunsten der Familienarbeit vollumfänglich aus dem Berufsleben aussteigen. In meinem beruflichen Alltag als Rechtsanwältin treffe ich sodann immer wieder auf Konstellationen, in denen Männer, die das Hohelied der konservativen Rollenenteilung gesungen haben, im Trennungs- oder Scheidungsfall davon nichts mehr wissen wollen und aus finanziellen Überlegungen verlangen, dass ihre Frau möglichst umgehend wieder einsteigt und selber für sich aufkommt. So gesehen kann eine Aufteilung der Familien- und Erwerbsarbeit auch sehr entlastend sein, indem der Mann nicht allein die Ernährerrolle übernehmen muss.

Frauen vernetzten sich heute stärker als früher untereinander, auch unter Ausschluss der Männer. Ist dies nicht ein Widerspruch zum erklärten Ziel des «partnerschaftlichen Miteinanders»?

Frauen holen in Sachen Vernetzung tatsächlich auf und das ist gut so. Neben der Vernetzung mit den Männern sind aber auch reine Frauengremien wertvoll, ganz nach dem Motto: Das eine tun und das andere nicht lassen. Zu den männerdominierten Wirtschaftsverbänden: Es ist für mich zum Beispiel unverständlich, dass im aktuellen 15-köpfigen Vorstand einer wichtigen Organisation wie der IHK St.Gallen-Appenzell keine einzige Frau Einsitz hat. Das zeugt von wenig Sensibilität und Wertschätzung gegenüber der Gleichstellungsthematik und ist sicherlich auch nicht förderlich für eine breite Akzeptanz der grundsätzlich wertvollen Arbeit dieses Verbandes.

Aufgrund der Amtszeitbeschränkung für das Präsidium im Vorstand der Frauenzentrale geben Sie das Amt auf Herbst 2014 ab. Derzeit wird eine Nachfolgerin gesucht. Wie gross ist das Interesse an diesem Amt?

Grundsätzlich erfreulich gross. In Kenntnis des damit verbundenen Aufwands – alles ehrenamtlich – schwindet es dann aber leider merklich.

Frauen unter sich

Im Frühling wurde in St.Gallen die 16. FrauenVernetzungsWerkstatt durchgeführt. Männer findet man an diesem Anlass keine. Die rund 400 Tagungsteilnehmerinnen bleiben unter sich. Eine Gegenbewegung zu den von Männern dominierten Wirtschaftsanlässen?

Text: Marcel Baumgartner **Bild:** zVg.

Ob KMU-Tag oder IHK-Anlass: Es ist stets dasselbe Bild. Sowohl im Publikum als auch bei den engagierten Referenten dominieren die Krawattenträger. Die Frauenquote an solchen Anlässen schwindet in den fast schon nicht mehr messbaren Grenzbereich. Woran liegt es, dass die Frauen dermassen untervertreten sind? Für Brigitta Mettler vom Leitungsteam der FrauenVernetzungsWerkstatt (FVW) ist klar: «Frauen sind in der Wirtschaft und vor allem im Kaderbereich immer noch untervertreten. Das widerspiegelt sich natürlich an solchen Anlässen. Dazu kommt: Wenn die Frauen als Referentinnen fehlen, fühlen sich auch die Teilnehmerinnen nicht angesprochen.»

Es hagelt Absagen

Ersteres lässt sich auf die Schnelle nur schwer verändern. Selbst die jüngst eingeführten Förderungsmassnahmen erzielen noch nicht die gewünschte Wirkung. Und der zweite Punkt, jener der Referentinnen als Sogwirkung, klingt zwar umsetzbar, stellt die jeweiligen Veranstalter in der Praxis aber oft vor Probleme: Sie bekunden Mühe damit, Frauen für die Bühne zu gewinnen. Es hagelt Absagen. Vor solchen ist auch die FVW nicht gefeit. Aber die Quote liegt bei lediglich

zehn bis 15 Prozent. Der Tipp von Brigitta Mettler: «Da weniger Frauen als Referentinnen zur Verfügung stehen, sollte man sie zuerst anfragen. Es braucht vielleicht etwas mehr Aufwand, um eine ausgewogene Liste von Referentinnen und Referenten zu präsentieren, aber es lohnt sich, zumal sich dadurch eben auch mehr Teilnehmerinnen angesprochen fühlen.»

Dass ein ausschliesslich von Frauen besuchter Anlass für Referentinnen attraktiver erscheint, könnte jedoch auch damit zusammenhängen, dass Frauen lieber vor einem Frauen- als vor einem Männerpublikum sprechen. Eine falsche Einschätzung? «Die Stimmung an reinen Frauenanlässen ist offener und optimistischer, das überträgt sich auch auf Rednerinnen und Redner», erklärt Mettler. «Wir erleben immer wieder, dass Referentinnen und Künstlerinnen bei uns freier und motivierter auftreten. Persönlich bin ich jedoch der Meinung, dass Frauen mindestens so gut vor einem gemischten Publikum sprechen.»

Eine Ergänzung

Diese Durchmischung steht bei der FVW vorerst aber nicht zur Diskussion – weder im Publikum noch auf der Bühne. Solange man hochkarätige Frauen als Re-



Brigitta Mettler vom
Leitungsteam der Frauen
VernetzungsWerkstatt:
«Frau will sich vernetzen.»

ferentinnen engagieren könne, werde man am bewährten Rahmen festhalten. «Es ist wichtig, dass sich Frauen untereinander vernetzen und miteinander für ihre Ziele einstecken», ist Brigitta Mettler überzeugt. Ansonsten würde sich der Event aber nicht gross von anderen Networkinganlässen unterscheiden, er solle sich weder als Konkurrenz zu anderen Veranstaltungen dieser Art noch als Gegenbewegung präsentieren. Mettler: «Wir verstehen die FVW als eigenständige Tagung. Da wir uns nicht auf Business Themen beschränken, sehen wir uns eher als Ergänzung zu den bestehenden Wirtschaftsveranstaltungen. Es geht bei uns – wie beispielsweise auch am KMU-Tag – um den Dialog, um den Anstoss für Neues und das Netzwerken.»

Die Rolle der Frau

Und in diesem Kreise wird auch nicht – wie vielleicht hier und dort vermutet – über reine «Frauenthemen» diskutiert. «Auch Klischees haben bei uns wenig bis keinen Platz. Sie werden von den Teilnehmerinnen sofort aufgedeckt und hinterfragt», stellt Brigitta Mettler klar. Die FVW setze auf den Austausch unter selbstbewussten Frauen, die sich zu Wort melden,

«Klischees haben bei uns wenig bis keinen Platz. Sie werden von den Teilnehmerinnen sofort aufgedeckt.»

wenn sie etwas störe. «Uns ist wichtig, dass sich Frauen nicht stromlinienförmig einordnen. Sie sollen sich selbst bleiben und Nutzen daraus ziehen.»

Dieses Ziel ist heute noch dasselbe wie bei der Lancierung der FVW. Und dennoch haben sich gewisse Rahmenbedingungen verändert. Auch seien die Motivationen der Teilnehmerinnen unterschiedlich. «Die einen wollen in erster Linie Karriere machen, die anderen streben eher eine menschenfreundlichere Gesellschaft an und damit mehr Lebensqualität für alle», führt Mettler aus. Die Rolle der Frau in der Gesellschaft habe sich in den letzten Jahrzehnten geändert. «Die Erwartung an diesen Anlass ist jedoch immer noch derselbe, Frau will sich vernetzen – aus wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und persönlichen Gründen.»

Finanzieller Engpass

Die Frauentagung findet im nächsten Jahr nicht statt. Das zweiköpfige Leitungsteam sei momentan beruflich und politisch stark gefordert. Der Unterbruch hat aber auch finanzielle Gründe: Die Tagung mit gegen 400 Teilnehmerinnen hat mit einem Defizit abgeschlossen. Das Leitungsteam, das honorarfrei arbeitet, will die Pause zur Sponsorensuche nutzen. «Es fehlen Hauptsponsoren, die auf das Zielpublikum Frauen setzen; auf Entscheidungsträgerinnen, die mitten im Leben stehen», sagt Brigitta Mettler.

«Mad Men» meet Bundesbern

Die beliebte TV-Serie «Mad Men» zeigt die Abenteuer einer kreativen Werbeagentur im New York der 1960er Jahre. Die aufkommen den Konsummöglichkeiten jener Zeit bescherten auch der Werbewirtschaft einen Boom. Spielte die Serie heute und in der Schweiz, so wäre das bunte Werbetreiben eingeschränkt.



Andrea Caroni,
FDP-Nationalrat, Herisau

Der Nationalrat hat nämlich im Mai beschlossen, sogenannte «aggressive Werbung» für Konsumkredite unter Strafe zu verbieten. Es wurde argumentiert, vor allem junge Erwachsene könnten solcher Werbung nicht widerstehen und würden in die Schuldenfalle geraten. Doch dieses neue Gesetz ist ein unnötiger Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit.

Zum behaupteten Problem: Junge Erwachsene (18–24 Jahre) haben statistisch gesehen gar kein besonderes Verschuldungsrisiko. Nur circa vier Prozent haben einen Konsumkredit. Das ist halb so viel wie bei der aktiven Bevölkerung (neun Prozent). Wenn junge Erwachsene Schulden haben, dann am häufigsten bei ihren Eltern. Zudem bestehen bereits heute sehr scharfe Instrumente, um eine Schuldenspirale zu vermeiden. So muss die Werbung namentlich wahr und vollständig sein. Weiter: Konsumkredite bedingen von Gesetzes wegen eine Kreditfähigkeitsprüfung, um sicherzustellen, dass sich der Antragsteller den Kredit auch leisten kann. Hat jemand diese Prüfung bestanden, so verlangt das Gesetz darüber hinaus, dass der Vertrag sämtliche Einzelheiten des Kredits erklärt. Danach räumt es noch ein 14-tägiges Widerrufsrecht ein. Der Kreditgeber verliert seine Ansprüche, wenn er eine dieser Regeln nicht einhält.

Es ist schizophren, ein Angebot zuzulassen, aber die freie Werbung dafür einzuschränken. Dies gilt auch bei Konsumkredit, wo das Gesetz ja ohnehin unzählige Sicherheitsschranken aufstellt. Viel sinnvoll wäre es, junge Erwachsene in Schulen und Lehren zu befähigen, Alltagsprobleme und -anliegen zu bewältigen und ihnen grundlegendes Finanzwissen zu vermitteln: Steuererklärungen ausfüllen, mit Lehrgeld haushälterisch umgehen, ein Budget erstellen, den Zinseszinsseffekt kennenlernen.

So funktioniert ja eine liberale Gesellschaft: Wir vermitteln den Menschen Wissen, um sie in die Lage zu versetzen, verantwortungsvoll eigene Entscheidungen zu fällen. Das galt 1960 in New York und sollte auch 2014 in der Schweiz gelten. Doch leider steht das nächste Werbeverbot bereits vor der Tür: Die Tabakwerbung ist unter Beschuss. Die freiheitsliebenden (und schlotenden) «Mad Men» würden sich im Grabe umdrehen.

Der Weg zur spanischen Sonne

Miriam Meckel (*1967), Direktorin des Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St.Gallen, übernimmt im Oktober für gute drei Jahre die Chefredaktion der deutschen «Wirtschaftswoche». Die HSG verliert während dieser Zeit ein Aushängeschild.

Text: Marcel Baumgartner **Bild:** Claude Stahel

Die Zeilen, die unter dem Punkt «Profil» auf ihrer Website zu lesen sind, sagen einiges über Miriam Meckel aus. «Wir können uns einen Lebensweg als eine Leiter vorstellen, deren Stufen man Schritt für Schritt erklimmt. Manchmal bricht eine Sprosse ein, manchmal muss man länger auf einer Stufe pausieren und manchmal klettert man einfach wieder runter, weil es oben gar nicht so schön ist.» Die 46-Jährige hat eine beachtliche Karriere hingelegt. Rückblickend war es in gewissen Phasen womöglich die eine oder andere Sprosse zu viel, die sie beschriftet. Im September 2008 kam der Zusammenbruch.

Von Hilden nach St.Gallen

Bis dahin lebte die 1967 im rheinischen Hilden geborene Tochter eines Theologen gewissermassen auf der Überholspur. Bei den Fernsehsendern WDR, Vox

Schmerzen, Schweissausbrüchen und Heulkämpfen war sie eines frühen Morgens nicht einmal mehr imstande aufzustehen. «Es fühlte sich an, als hätte ich gleichzeitig eine Überdosis Schlaftabletten und Aufputschmittel genommen», erzählte sie dereinst einer Redaktorin der FAZ. Die Diagnose: schwerer Erschöpfungszustand.

Was Miriam Meckel ein Jahr zuvor in ihrem Buch «Das Glück der Unerreichbarkeit – Wege aus der Kommunikationsfalle» ausführte, traf sie wie ein Bumerang. Sie, die auf allen Kanälen und zu jeder Uhrzeit kommunizierte und referierte, Bücher schrieb, einen Blog betrieb, schon morgens um sechs Nachrichten via Twitter versandte und laut eigenen Angaben teilweise nicht mehr als drei Stunden Schlaf bekam, konnte von einem Moment auf den nächsten nicht mehr. Im eigenen Leben konnte sie die Erkenntnisse der Gefahren durch die stetige Erreichbarkeit nicht umsetzen. Die Sprosse brach ein.

Die Fülle von Aufgaben, die eigentlich für mehrere Leben ausreichen würde, wurde Miriam Meckel vor rund sechs Jahren zum Verhängnis.

und RTL arbeitete sie als Moderatorin und Redaktorin, bevor sie 1999 Professorin für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an die Universität Münster wurde. 2001 wurde die parteilose Meckel Regierungssprecherin in Düsseldorf, zwei Jahre später Staatssekretärin für Europa, Internationales und Medien. Nach dem Regierungswechsel in Düsseldorf 2005 ging sie nach St.Gallen, wo sie seither als Professorin für Corporate Communication und Direktorin am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St.Gallen tätig ist. Im März des vergangenen Jahres ist Meckel zudem vom Bundesrat in die Eidgenössische Medienkommission gewählt worden.

Nichts geht mehr

Die Fülle von Aufgaben, die eigentlich für mehrere Leben ausreichen würde, wurde Miriam Meckel vor rund sechs Jahren zum Verhängnis: Geplagt von

Die neue Ordnung

Der nachfolgende Heilungsprozess dauerte ein ganzes Jahr. Fünf Wochen verbrachte sie in einer Allgäuer Klinik. Untätig war sie auch damals nicht. Während dieser Zeit entstanden erste Teile ihres Buches «Brief an mein Leben: Erfahrungen mit einem Burnout». Dieser Entstehungsprozess habe ihr geholfen, Vorgänge in ihrem Leben zu ordnen und zu verarbeiten. Dass das Buch ein Bestseller wurde, passt dabei bestens in den Lebenslauf von Meckel. Trotzdem hat sie nicht sogleich wieder nach höheren Lagen der Leiter gestrebt, sondern nahm sich Zeit. Zeit zum Nachdenken und Fühlen. Ihr Comeback – wenn man es denn als solches bezeichnen möchte – nutzte sie, um die Öffentlichkeit noch stärker für die Themen Stress und Burnout zu sensibilisieren.

Für die Medien war sie eine willkommene Interviewpartnerin. Für Meckel waren die Medien ein weiteres Puzzleteil im Genesungsprozess. Durch ihre offene Kommunikation setzte sie der Gesellschaft einen Spiegel vor. «Ich habe in der Klinik Menschen aus allen Berufsfeldern und Gesellschaftsschichten getroffen



*Die Sprosse brach ein.
Prof. Dr. Miriam Meckel.*



IHRE CARTE BLANCHE

BEST OF
10 JAHRE

FREITAG 5. SEPTEMBER 2014

**NETWORKING
TAG**

ÜBERRASCHEND
INSPIRIEREND

Carte blanche für unsere Referierenden



Wilhelm Schmid
Berliner Philosoph, Uni-Professor
in Erfurt, Bestsellerautor



Karin Keller-Sutter
Ständerätin, Verwaltungsrätin
(NZZ, Baloise)



Kurt Aeschbacher
Moderator, Unternehmer und
Journalist



Dieter Meier
Musiker, Künstler, Schriftsteller
und Unternehmer

Streitgespräch: Die Schweiz und Europa



Roger Köppel
Wohin führt der Weg der Schweiz in Europa? Über diese Frage debattieren
die grosse Europa-Befürworterin Micheline Calmy-Rey und der vehemente
EU-Gegner Roger Köppel.



Micheline Calmy-Rey

Information und Anmeldung: www.networkingtag.ch

RAIFFEISEN

ALPHA SOLUTIONS
ERP- UND IT-PROJEKTE

christianjakob.ch

**CongressEvents
St.Gallen**

CONVIDIS
SEARCH • ASSESS • DEVELOP

inforver AG
Informatik für Verwaltungen

KPMG
making things simpler

MARTEL AG ST.GALLEN

LEADER
www.leaderonline.ch

the investor – Der Schweizer Börsenbrief seit 1985

Jetzt 4 Wochen kostenlos testen!

Bestellen Sie gleich heute
noch Ihr unverbindliches
Probe-Abonnement unter:

www.theinvestor.ch

Kompetente Infos zu Geld und Börse

- wöchentlich erscheinend
- 24 Seiten Finanz-Analysen
- ohne Werbung und bankenunabhängig!
- digital oder in gedruckter Form

Renditen des Musterdepots:

2013: +15,39 %	2005: + 22,8 %	1997: + 38,8 %
2012: +11,64 %	2004: + 10,8 %	1996: + 35,1 %
2011: + 7,3 %	2003: + 24,2 %	1995: + 21,2 %
2010: + 7,4 %	2002: - 8,2 %	1994: + 6,6 %
2009: + 34,1 %	2001: + 8,7 %	1993: + 34,4 %
2008: - 11,4 %	2000: + 8,4 %	1992: + 21,2 %
2007: + 13,4 %	1999: + 7,1 %	1991: + 15,6 %
2006: + 16,0 %	1998: + 23,1 %	1990: + 11,3 %



theinvestor.ch
HOUSE OF FINANCE

fen – auch aus den obersten Kaderpositionen», erläuterte sie 2010 dem Tages-Anzeiger. «Die Manager tauchen unter falschem Namen auf, lassen sich inkognito behandeln, um öffentlich nicht als krank wahrgenommen zu werden.» Unsere Gesellschaft gehe oft scheinheilig mit diesen Problemen um, ist Meckel überzeugt. «Da laufen oberste Führungskräfte weinend aus Sitzungen, brechen zusammen und fallen für mehrere Monate aus. Sie werden aber nicht wegen eines Burnouts krankgeschrieben – da ist dann von physiologischer Erkrankung die Rede.»

Ihr «Comeback» nutzte sie, um die Öffentlichkeit noch stärker für die Themen Stress und Burnout zu sensibilisieren.

Kampf gegen sinkende Auflage

Miriam Meckel hat stets auf die Chancen und Gefahren des neuen Kommunikationszeitalters hingewiesen. Und sie hat vieles davon selber erlebt – im positiven wie im negativen Sinne. Für ihr neues Engagement bei der «Wirtschaftswoche» nimmt sie an der HSG einen befristeten unbezahlten Urlaub. Die Auszeit dauert vom 1. Oktober 2014 bis zum 31. Dezember 2017. Für die Universität ist dies zwischenzeitlich ein Verlust, auch wenn offiziell verkündet wird, dass es für die HSG und ihre Studierenden ein Gewinn sei, wenn Professoren Theorie und Praxis verbinden und mit neuen Erfahrungen zurückkehren.

Während rund drei Jahren muss St.Gallen auf eine seiner spannendsten und vielfältigsten Impulsgeberinnen verzichten. Meckel dürfte währenddessen die eine oder andere Sprosse ihrer Leiter weiter beschreiten. Ob nur gegen oben, wird sich zeigen. Laut dem Branchendienst meedia.de kämpft die «Wirtschaftswoche» mit einer sinkenden Auflage. Die neue Aufgabe von Meckel stellt also eine grosse Herausforderung dar. Doch auch diese führt sie eigentlich nur näher an eines ihrer ganz grossen Ziele: dereinst ein eigenes Hotel zu führen. In einem LEADER-Interview von 2007 erklärte Meckel: «Das mit dem Hotel mache ich mit Mitte 50, irgendwo in der spanischen Sonne. Da sitze ich dann, wenn die Gäste beschäftigt sind, und schreibe ein schönes Buch.» Man zweifelt nicht daran, dass sie auch diesen Worte Taten folgen lässt.

Buchtipps

Eine erfolgreiche Frau klappt zusammen. Ihr Körper zieht die Notbremse, nichts geht mehr. Die Diagnose: Burnout. In einer Klinik im Allgäu beginnt sie, einen «Brief an mein Leben» zu schreiben. «Ich war fünfzehn Jahre um die Welt gereist, hatte gearbeitet, geredet, geschrieben, akquiriert, repräsentiert, bis der Arzt kam», so Miriam Meckel im Buch «Brief an mein Leben: Erfahrungen mit einem Burnout».

ISBN: 978-3-49804-516-6

Wein und Zeit

Für die Einladung heute Abend brauchen Sie noch eine gute Flasche Wein. Sie finden diese meist bei einem Fachhändler, im Supermarkt oder vielleicht sogar beim Winzer selber – wenn er denn am Weg liegt. Da die meisten

Weine jung in Umlauf geraten und viele Konsumenten die Weine auch

nicht mehr über Jahre lagern möchten, trinken wir meist relativ junge Weine. Viele Winzer haben diesen Trend erkannt und sorgen dafür, dass ihre Naturprodukte bereits nach der Abfüllung trinkbereit sind. Und sie sind es meist tatsächlich. Kein Problem also, und trotzdem stellt sich die Frage, ob Sie, liebe Leser, nicht doch spezielle Weine etwas länger lagern wollen. Vor wenigen Tagen habe ich eine fast vergessene Flasche aus meinem Keller geholt. Ein Wein, den ich über die Jahre verfolgt und seine Entwicklung miterlebt habe. Trotzdem sind bereits wieder fünf Jahre seit dem Genuss der letzten Flasche vergangen. Somit war ich gespannt auf diesen 1992er. Meine allerletzte Flasche. Hat er nochmals fünf Jahre gehalten, hat er sich allenfalls sogar positiv weiter entwickelt – oder ist der Zenit bereits überschritten? Als ich den Korken aus der Flasche zog, übermannte mich ein fast unbeschreibliches Gefühl: Erstaunen, gepaart mit grosser Freude. Die wunderbaren Aromen füllten sofort den Raum. Der Wein war eine Offenbarung. Ein Traum, der meine Frau und mich sprachlos werden liess. Aussergewöhnlich betörend und mit einem völlig anderen Geschmacksprofil als die vielen jungen Weine, die wir sonst trinken. Subtil und komplex statt knackig und fruchtig. Es ist mir völlig bewusst, dass wir nicht ausschliesslich gereifte Weine trinken können. Aber für gewisse Momente lohnt sich die Investition in die Zukunft ganz bestimmt. Ich kann Ihnen nur raten, eine Anzahl ausgewählter Flaschen länger reifen zu lassen und Ihrem Wein damit Zeit zu schenken. Spannung, Überraschung und Freude steigen, wenn Sie solche Weine nach sanfter Ruhe aus dem dunklen Keller holen.



Jan Martel, Geschäftsführer Martel AG St.Gallen

Ausprobieren: Sushi ist auch bei uns sehr beliebt und bereichert die Speisekarte. Aber welcher Wein passt zu dieser japanischen Spezialität? Versuchen Sie einmal einen trockenen Sherry. Diese Kombination ist perfekt und erfreut den Gaumen.

«Die Menschen glauben gerne, was ihnen die Werbung verspricht»

Seit 2008 ist Caroline Magerl-Studer in den elterlichen Unternehmen Mila d'Opiz AG und M. Opitz & Co. AG als Marketing- und Verkaufsleiterin tätig. Seit Anfang dieses Jahres hat sie als Vertreterin der dritten Generation auch die operative Führung der St.Galler Kosmetikunternehmen übernommen. Was sich unter ihrer Leitung alles ändern wird, wo allenfalls in der jetzigen Struktur kosmetische Eingriffe von Nöten sind und in welchen Segmenten sie eine Verjüngung anstrebt, erklärt die 49-Jährige im Interview.

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

Caroline Magerl-Studer, in einem Zeitungsbericht über Sie war zu lesen, dass Sie seit Anfang Jahr einiges auf den Kopf gestellt haben. Musste das Unternehmen auf einen neuen Kurs gebracht werden?

Die Kosmetikbranche lebt von Neuerungen und Innovationen. Somit müssen sich auch die Kosmetikerhersteller immer wieder neu orientieren, um am Ball zu bleiben. Damit ein kleines Familienunternehmen im Dschungel der Grossen überleben kann, ist es unerlässlich, sich immer wieder auf Kurs zu bringen.

«Leider sind noch viele Männer in dieser Hinsicht alles andere als emanzipiert.»

Als CEO sitzen Sie auch im Verwaltungsrat, der von ihrem Vater Wolf Studer präsiert wird. Wie hat er auf diese Neuerungen reagiert?

Differenziert, jedoch grundsätzlich gut. Sicher nicht mehr so euphorisch, wie er das vor Jahren getan hätte.

Wie ist das, wenn man vom eigenen Vater überwacht wird?

Überwachung würde ich das nicht nennen, eher ein innerfamiliäres Kampf-Sparring. Einerseits ist es sehr schön und von grossem Vorteil, mit der Familie zu arbeiten, andererseits wäre es sicher oft auch einfacher, wenn man ein bisschen «anonymer» wäre.

War für Sie der Weg zum CEO-Posten quasi vorgezeichnet? Oder standen Alternativen zur Debatte? Sicherlich standen Alternativen zur Debatte, ein Weg an die Spitze ist nie vorgezeichnet. Man muss sich be-

währen und diesen Weg auch gehen wollen. Mit Motivation, Überzeugung und Tatkraft.

Haben Sie gewissermassen von Beginn an den Tarif durchgegeben? Weht heute ein anderer Wind in der Firma?

Ja gewiss, jede Führungspersönlichkeit muss ihren eigenen Stil mitbringen, was aber nicht heisst, dass man alles umkrempeln muss. Es ist wichtig, Bewährtes beizubehalten und sachte Neuerungen gezielt einfließen lassen.

Hatte das Unternehmen ein verstaubtes Image?

Ich würde das als «in die Jahre gekommen» bezeichnen.

Sie möchten vermehrt auch eine junge Kundenschaft ansprechen. Wie ist denn der Altersdurchschnitt heute?

So genau ist das nicht definierbar. Aber wir realisieren, dass immer mehr junge Leute bereits «Anti-Age»-Produkte anwenden.

Jugendliche sind also durchaus schon empfänglich für Kosmetikprodukte. Mit welchen Massnahmen kann man sie erreichen?

Einfache Handhabung, ansprechendes Aussehen, guter Geruch, ein offensichtlicher Wirkungsnachweis und Verfügbarkeit via die Neuen Medien.

Markenbotschafterin von Mila d'Opiz ist Ex-Miss-Schweiz Amanda Ammann. Welche Zielgruppe spricht sie an?

Zum Glück alle Altersgruppen. Die jungen Leute kennen sie zwar nicht mehr, finden sie aber schön und die älteren sind stolz darauf, sie als Miss erlebt zu



Caroline Magerl-Studer, CEO der Mila d'Opiz AG:
«Überwachung würde ich das
nicht nennen, eher ein
innerfamiliäres Kampf-Sparring.»



haben und freuen sich, dass auch sie von St.Gallen kommt.

Es gibt Anbieter von Pflegeprodukten, die eine andere Strategie fahren – sie werben gezielt mit Frauen, die nicht dem allgemeinen Schönheitsbild entsprechen oder schon zur Gruppe «Senioren» gehören. Vernachlässigen Sie diese Gruppe?

Nein. Alle Menschen betrachten gerne schöne Menschen. Vielleicht entsprechen unsere jungen Modelle auch nicht dem allgemeinen Ideal. Denn wenn man

«Alle Menschen betrachten gerne schöne Menschen, identifizieren sich nicht mit Randgruppen.»

weltweit die gleichen Bilder einsetzt – Corporate Identity –, entsprechen eventuell auch wir nicht immer jedem Schönheitsbild. Das Werben mit Senioren oder besser den «Best Ager» hat sich bewährt, das ist eine sehr wichtige Zielgruppe auch für uns, und wir gehen stark auf deren Wünsche ein. Deshalb haben wir für eine Linie ein etwas älteres Modell gewählt.

Wir sprechen ausschliesslich über die weibliche Kundschaft. Was ist mit den Männern?

Leider sind noch viele Männer in dieser Hinsicht alles andere als emanzipiert und lassen sich die kosmetischen Produkte von der Frau nach Hause bringen. Das ist aber sicherlich ein Markt, der sich stark entwickeln wird.

Auf welchen Märkten bewegt sich das Unternehmen heute? Und wie soll sich das in Zukunft entwickeln?

Wir liefern heute unsere eigenen Produkte in knapp 40 Länder weltweit, in alle fünf Kontinente. Wir sind daran, diese Länder zu etablieren und weitere Märkte zu erschliessen.

Für Kosmetikprodukte wird viel Geld ausgegeben. Wie stark ist der Preiskampf unter den Anbietern in Ihrer Branche?

Extrem hoch.

Womit kann man sich differenzieren?

Mit Innovationen, Weltneuheiten, Ungewöhnlichem. Man muss die Leute überraschen.

Verschiedene Anbieter investieren Unmengen in die Werbung. Und versprechen dort einzigartige Ergebnisse mit ihren Produkten. Wird in dieser Branche auch viel manipuliert?

Jein. Die Menschen sind gerne bereit zu glauben, was ihnen die Werbung in diesen Bereichen verspricht. Ich wünschte mir eine etwas kritischere Betrachtung in diesen Belangen.

Müssen Kunden mitunter aufgeklärt werden?

So einfach sich Kosmetik anhört, so komplex ist dieses Thema jedoch, Aufklärung ist ganz wichtig. Wir bewegen uns mit unseren Produkten im kosmetisch-pharmazeutischen Bereich und deshalb ist es wichtig, dass wir nur das Versprechen, was unsere Produkte auch erfüllen. Das schafft Vertrauen.

Wir haben über den Preiskampf gesprochen. Wie wettbewerbsfähig ist der Standort Schweiz?

Ausgesprochen gut. Unser Unternehmen ist neben SQS- auch Swiss-Medic-zertifiziert. Wir erfüllen somit auch lokal die Voraussetzungen, um mit «Swiss Made» werben zu können. Die Schweiz ist ein hochtechnologisiertes Land, und mit entsprechend Hochachtung und Respekt werden unsere Produkte wahrgenommen.

Kürzlich haben Sie für eine Anti-Aging-Crème eine Auszeichnung gewonnen. Was bedeutet ein solcher Preis in der Branche?

Ein international anerkannter Innovationspreis, der sogenannte Beauty Oscar, bestätigt die Innovation und Qualität unserer Arbeit. Wir sind stolz, dass wir mit unserem Produkt «The Skin Whisperer» unserer Arbeit eine Krone aufsetzen konnten.

Welche Kriterien mussten hierfür erfüllt werden?

Es musste ein ganz neues, revolutionäres Produkt mit effektiven, noch nie da gewesenen Rohstoffen und mit entsprechender Wirkung sein. Selbstverständlich spielten auch Verpackung und Werbung eine Rolle.

Kommen wir zur Eingangsfrage zurück, auf das Umkrempeln: Was steht für die nächsten zwölf Monate auf Ihrer Pendenzenliste?

Zu viel, um alles in die nächsten zwölf Monate zu packen... Es kommen neue Länder wie China, Saudi Arabien und Brasilien dazu, um nur ein paar Massnahmen zu nennen. Auf jeden Fall bleibt es spannend und anspruchsvoll.

Das Unternehmen

Als die Gründerin Mila Opitz im Jahre 1938 eher zufällig damit begann, eine biologische Gesichtsschmierung herzustellen und zu verkaufen, ahnte noch niemand, dass sie damit den Grundstein zu der beeindruckenden Karriere des Schweizer Kosmetikunternehmens gelegt hatte.

Der Fokus der Geschäftsführung lag zunehmend auf dem Bereich der Kosmetikindustrie und Kosmetikschulen; hier verzeichneten die unter dem Markennamen «Milopa» vertriebenen Produkte das grösste Umsatzwachstum. Aufgrund des gestiegenen Geschäftsvolumens wurde das Familienunternehmen 1965 neu strukturiert und ging in die M. Opitz CO. AG sowie in die Handelsfirma Mila d'Opiz AG über.

Eine eigene Entwicklungs- und Forschungsabteilung sowie die Erweiterung des Leistungsspektrums chemisch-technischer und pharmazeutischer Produkte ermöglichten der M. Opitz CO. AG in der Folge, in die benachbarten Auslandsmärkte zu expandieren und die internationale Präsenz umsichtig auszubauen. Zudem wurde auch der Bereich der Lohnherstellung namhafter Labels aufgebaut und etabliert.

Das umfangreiche Angebot der eigenen Produktlinie Mila d'Opiz umfasst rund 350 verschiedene Artikel. Mila d'Opiz ist in knapp 40 Ländern auf fünf Kontinenten der Inbegriff für eine moderne und effektive Kosmetik, welche die natürliche Pflege unterstützt und der Hautalterung deutlich entgegenwirkt.

Neben der Herstellung der eigenen Schönheitspflegeprodukte unter dem Markennamen Mila d'Opiz präsentiert sich die M. Opitz CO. AG dank lückenloser Qualitätsüberprüfung und -sicherung als Schweizer Kosmetikerhersteller, der auch pharmazeutische Produkte fabrizieren und abfüllen darf.

Damals wie heute gilt der harmonischen Verbindung von Natur und natürlicher Pflege das Interesse der M. Opitz Co. AG, und die strikte Befolgung dieser Leitlinie ist neben der hohen Qualität aller Produkte einer der Gründe für das grosse Vertrauen, das die Pflegeserien Mila d'Opiz bei Kosmetikerinnen, Instituten, Schulen und Konsumentinnen weltweit geniessen.

Der Wahlkampf beginnt

In einem Jahr ist es wieder soweit. Unser Parlament wird neu gewählt – wenige Wochen später auch der Bundesrat. In den Kantonen bereiten die Wahlkampfstrategen bereits Erfolg versprechende Kandidatenlisten vor und sinnieren über taugliche Listenverbindungen.



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

Politischer Aktivismus

In den nächsten Monaten werden wir immer aktiver werdende Parteien und Politiker erleben. Mehr als sonst werden diese auf sich aufmerksam machen. Sei dies durch die Lancierung von speziellen Vorstössen, durch die Ankündigung neuer Volksinitiativen und Referenden, durch besondere Veranstaltungen oder einfach durch mediale Präsenz.

Wahltag = Zähltag

Gut so! Ist dies doch Teil des politischen Wettbewerbs, der darüber entscheidet, welche Personen in den nächsten Jahren nach Bern fahren, welche politische Ausrichtung zukünftig vorherrscht, wie der Bundesrat zusammengesetzt sein wird und wie stark das Volk Opposition betreiben muss.

Wahlen sind wichtiger als Abstimmungen

Die National- und Ständeratswahlen sind wichtiger als Volksabstimmungen, beraten und verabschieden die Parlamentarierinnen und Parlamentarier doch eine Vielzahl von politischen Geschäften wie Gesetze, Staatsverträge, Rechnungen, Budgets, Programme, Beschaffungen etc. Das Volk «erledigt» an der Urne nur einen Bruchteil davon. Dennoch verzeichnen eidgenössische Wahlen, insbesondere im Vergleich zum Ausland, eine erstaunlich tiefe Beteiligung. Warum wohl?

Misstrauen gegenüber den Eliten

Gerade in Zeiten, in denen das Volk der Regierung, dem Parlament und den «Eliten» in Wirtschaft und Gesellschaft mehr denn je misstraut, sollte den eidgenössischen Wahlen eine besondere Aufmerksamkeit zukommen. Erhalten die 246 National- und Ständeräte sowie die durch sie gewählten sieben Bundesräte doch einen sehr gewichtigen Auftrag. Sie sollen unseren Staat während vier Jahren lenken, leiten, schützen und vorwärts bringen. Eine schwierige und herausfordernde Aufgabe. Hierfür wäre eine grössere Aufmerksamkeit durchaus wünschenswert. Für unser Land, die Parteien und die politischen Akteure.

Stets im Einsatz für das «Daily Business»

Das riesige Interesse an den «Nater Days 2014» ist für das ganze Nater-Team Freude und Verpflichtung in einem, den eingeschlagenen Weg weiter zu gehen – zum Wohle der Kunden. Sie sollen auch in Zukunft spüren: «Nur wo Nater drauf steht, ist auch Rückenwind drin...!»

Die Nater AG Nutzfahrzeug hat mit ihren Markenvertretungen für IVECO, ISUZU und FIAT Professional für jeden professionellen Einsatz das richtige Fahrzeug – über die RENTIR AG auch zur Miete. Anlässlich der «Nater Days 2014» wurde die ganze Breite der Angebotspalette, vom kompakten Fiat Fiorano über den neuen Pick-up Isuzu D-Max und den beliebten Transporter Iveco Daily bis hin zum robusten Iveco 5-Achs-Kipper einem breiten Publikum präsentiert. Der dreitägige Anlass auf dem Nater Firmengelände in Gossau stand ganz im Zeichen von «Daily Business», dem täglichen Geschäft. Geschäftsführer Ralph Nater wollte zusammen mit seinem Team ein Zeichen gegen aussen setzen für die Offenheit der Unternehmung – Offenheit für alle

Kunden, für alle Wünsche, für alle Anliegen. Offenheit als klares Bekenntnis einer gelebten Firmenphilosophie – auch, oder ganz besonders im Tagesgeschäft.

«Nater Days» – eine Erfolgsgeschichte

Lanciert wurden die diesjährigen «Nater Days» mit einem spannenden und informativen Unternehmerabend. Referent Peter Eisenhut ermöglichte den Gästen einen vertieften Einblick in relevante wirtschaftliche Kennzahlen mit einer positiven Beurteilung zum Aufschwung (+2,2%) für das laufende Jahr sowie mit einer Ist-Analyse des Ostschweizer Arbeitsmarktes. Und Reinhard Zehetner rief die Anwesenden auf, sich nicht hinter Ausreden zu verstecken,



Rund 80% des neuen IVECO Daily wurden überarbeitet und optimiert. Seine ganz grossen Stärken jedoch hat er beibehalten.

Neben einem neuen Design setzt der FIAT Ducato neue Massstäbe in Bezug auf Qualität, Performance und Effizienz.



vielmehr das TUN (...ich selbst bin mein Beweger!) ins Zentrum zu rücken. Beide Faktoren – eine funktionierende, sich positiv entwickelnde Wirtschaft auf der einen, das persönliche Engagement, das Anpacken und das Besinnen auf elementare Werte auf der anderen Seite – sind eminent wichtige Faktoren, welche den unternehmerischen Erfolg markant beeinflussen.

Sinnbildlich für die Nater AG Nutzfahrzeuge war das Konzert der Indigo-Partyband am Freitagabend. «ROCK THE GARAGE» erfüllte die Halle, in der im normalen Alltag Werkzeuge und Motoren den Sound liefern, mit rockigen Klängen vom Feinsten. «ROCK THE GARAGE» lebt bei Nater allerdings auch das Jahr über und gibt den Takt vor: Dann geht die Post nicht rein musikalisch ab, als vielmehr einsatztechnisch. Dann stehen nicht Musiker im Fokus, sondern Nater-Mitarbeiter. Dann geben nicht E-Gitarre und Bass den Ton an, sondern Druckluftschrauber und Hebebühne. Doch die Dynamik in der «Musik» ist auch dann spürbar – eine Dynamik, mit der sich das ganze Unternehmen vorwärts bewegt, für und mit den Kunden im daily Business.

Die doch immensen Anstrengungen der ganzen Belegschaft haben sich mit dem grandiosen Interesse an den «Nater Days 2014» im Rückblick aller mehr als gelohnt. Über 1500 Personen haben trotz teils misslicher Wetterverhältnisse den Weg ins Nater Werkgelände gefunden und liessen sich inspirieren, alle auf ihre Weise – Unternehmer, Chauffeure, Familien mit ihren Kindern.

Neu: Fiat Ducato und Iveco Daily

Mit der erstmaligen Präsentation des Fiat Ducato und Iveco Daily konnte Ralph Nater zwei besondere Leckerbissen präsentieren. Augenfällig am neuen Fiat Ducato ist sein frisches Design. In Bezug auf Qualität und Performance wurden verschiedene Verbesserungen vorgenommen. Gesteigert wurde auch die Effizienz, was sich in einer deutlichen Senkung der Gesamtkosten niederschlägt. Auch sicherheits-

technisch bietet der neue Ducato gegenüber dem Vorgängermodell ein deutliches Plus an nützlichen Funktionen.

Auch die dritte Generation des beliebten Iveco Daily bleibt seiner grossen Stärke mit Rahmenkonstruktion und dem Prinzip «Motor vorne, Antrieb hinten» treu. Kein Kunde will auf Robustheit, Stärke, Langlebigkeit und Flexibilität bezüglich Länge und Aufbau verzichten. Dennoch bietet der neue Daily 2014 seinen Kunden weitere Möglichkeiten. 80 Prozent des Fahrzeuges wurde überarbeitet: erhöhte Sicherheit, optimierter Kraftstoffverbrauch, verbesserte Kosten, mehr Komfort, tiefere Ladeante, mehr Ladevolumen beim Kastenwagen, ein neues Design. Und das alles bei weniger Gewicht.

Kompetenz in Ihrer Nähe

Mit seinen Standorten Staad, Gossau und Müllheim ist Nater in der Ostschweiz fest verankert und längst zu einer festen Grösse in Bezug auf Beratung, Leistungsangebot, Qualität und Kundenzufriedenheit geworden. Viele Unternehmen schätzen einerseits die Angebotsvielfalt der Nutzfahrzeuge für verschiedenste Einsatzbereiche, andererseits die umfangreichen Dienstleistungen der drei Service-Center. So ist Nater als führender Totalanbieter stets ganz in der Nähe seiner Kunden. Zudem sorgt geschultes und kontinuierlich weitergebildetes Personal zusammen mit dem 24h-Notdienst für ein Rundum-Sorglos-Paket und damit für viel Rückenwind im und um den Einsatz jedes einzelnen Fahrzeuges.



Ihr Kontakt:

Nater AG Nutzfahrzeuge
Ralph Nater
Geschäftsführer

Telefon 071 388 00 41
ralph.nater@nater.ch
www.nater.ch

Arbeiter statt Visionär

Dölf Früh fehlt es an Visionen. Und das ist absolut positiv gemeint. Denn während sich andere in Traumkonstrukten verheddern, tut der Teufener stets das, was einen Unternehmer auszeichnet: Er analysiert, entscheidet und handelt – nüchtern und sachlich. Verblüffenderweise entsteht daraus nicht selten etwas, das Visionen sogar noch übertrifft.

Text: Stefan Millius **Bild:** Esther Gloor

Er war lange eine Art Phantom. Man wusste, dass in dem auffälligen Geschäftshaus am Ortseingang von Teufen ein höchst erfolgreicher Mann residierte. Sonst war über Dölf Früh denkbar wenig bekannt. Das änderte sich vor einigen Jahren, als er Präsident des FC St.Gallen wurde und gleichzeitig einige Millionen aus seinem Vermögen einschoss, als Teil eines Rettungsplans, dessen treibende Kraft er war. Das habe er sich leisten können, meinte damals so mancher nur lapidar. Schliesslich hatte Früh zuvor den Grossteil seines Lebenswerks, ein Unternehmen mit mehreren Hundert Angestellten, an Ringier verkauft. Was bei flapsigen Bemerkungen dieser Art vergessen geht, ist die zentrale Frage: Wie ist ein Unternehmen dieser Grössenordnung überhaupt entstanden?

Chancen erkennen und arbeiten

Dölf Früh, der leidenschaftliche Kickboxer, ist ein Selfmade-Man, und gleichzeitig scheut man davor zurück, ihm einen solchen Titel überzustreifen, denn er klingt zu sehr nach dem amerikanischen Traum, nach Glamour, der auf magere Jahre folgt. Dabei hat Früh, bescheiden im Toggenburg aufgewachsen, eben nie mit verrückten Visionen gegläntzt und ist auch nicht mit einem überraschenden Lucky Punch zu viel Geld gekommen. Stattdessen hat er nur sehr früh auf erprobte Rezepte gesetzt: Eine Marktchance erkennen und dann arbeiten, arbeiten, arbeiten. Was viele Jahre später durch den Verkauf zu einem integralen Teil der Onlinestrategie des Ringier-Verlags wurde, begann als Ein-Mann-Firma mit der Herstellung von werbefinanzierten Landkarten. Dölf Früh verdiente damit bald Geld, aber viel wesentlicher war: Seine Idee entglitt ihm nicht, wie es so vielen Unternehmern passiert. Neue Entwicklungen wie die Digitalisierung, die seinen Papierkarten Konkurrenz bereiteten, trieben ihn nicht in die Verzweiflung, sondern immer zum nächsten Schritt. Früh ist kein Digital Native, und es ist anzunehmen, dass er persönlich nicht einmal besonders Web-affin ist. Aber das war nicht die Frage, denn für den Unternehmer stand schnell fest, dass die Bedürfnisse der Kundschaft in diese Richtung zielen – und er diesen

Richtungswechsel nicht nur mitvollziehen, sondern sogar einen Schritt schneller sein muss.

Das Resultat war eines der ersten Online-Adressverzeichnisse für das Gewerbe, eine Art «Gelbe Seiten» im Web – gate24.ch. Es war kein Portal, das durch technische Spielereien glänzte, und Früh und sein Team passten nicht in die Riege der leicht durchgeknallten Internetpioniere. Aber während diese ihre Visionen hinausposaunten und bald darauf ihre abgehobenen Geschäftsideen zusammen mit der Dot-com-Blase zerplatzten, verdiente Früh Geld, erschloss neue Felder, weitete seine Palette aus.

Das Erfolgsgeheimnis war stets die Kombination aus Innovation und solidem Handwerk. Während andere auf die Kraft der Technologie setzten und darauf warteten, dass potenzielle Kunden von alleine kommen, liess Früh seine Anzeigenverkäufer ausschwärmen wie in den guten alten Zeiten der gedruckten Zeitung – nun einfach für digitale Objekte. Das in Verbindung mit banalen Weisheiten wie der, dass man nur ausgeben kann, was man auch einnimmt, bewahrte ihn vor hochtrabenden Plänen, mit denen er in der New Economy vielleicht Bekanntheit erreicht, aber gleichzeitig wirtschaftlichen Schiffbruch erlitten hätte.

Glücksfall als Präsident

Nach dem Verkauf des Unternehmens begann Dölf Früh, seine Philosophie mit dem nächsten Steckpferd auszuleben, den Immobilien. Dieses Business und auch den FC St.Gallen führt er nach den bewährten Mustern. Dass er seine Mittel und seine Zeit für einen Fussballclub einsetzt, der in der Vergangenheit stets von einem Hoch ins nächste Tief taumelte, ist ein Glücksfall für die Region. Es gibt keinen Mangel an Leuten, die sich gerne in einer solchen Position profilieren würden. Selten genug übernimmt einer ein solches Amt, der das Rampenlicht nicht sucht und es mehr als notwendige Begleiterscheinung wahrnimmt. Hier ist das der Fall. Und deshalb ist man schon fast versucht, die Zukunft des FC St.Gallen recht entspannt zu sehen. Denn dass es schief gehen könnte mit Dölf Früh an der Spitze, das ist irgendwie schwer vorstellbar.

Dölf Fröh:
Schwer vorstellbar, dass
es schief gehen könnte.



Arbeitsverträge: Neue Wege statt alten Trotts

Was einst als heilig galt, bleibt nicht zwingend in gleicher Form für immer bestehen. Das gilt auch für den klassischen Arbeitsvertrag. An seine Stelle könnte ein sogenannter «Projektvertrag» rücken. Die mögliche Entwicklung der traditionellen Anstellungsformen in der Zukunft war das Thema des Businessfrühstücks, das der Dachverband Schweizer Interim Manager kürzlich durchführte.

In den Räumen der Nellen & Partner AG in St.Gallen trafen sich frühmorgens rund zwei Dutzend Unternehmer, Führungskräfte und weitere Interessierte, um noch vor Anbruch des eigentlichen Arbeitstags an einem Businessfrühstück Einblick in eine aktuelle Thematik zu erhalten. Personal suchen und anstellen gehört zum kleinen Einmaleins des Unternehmertums. Eingeladen hatte der Dachverband Schweizer Interim Manager (DSIM). Präsident Paul Hafner sowie Roger Nellen, Inhaber und Geschäftsführer der Nellen & Partner AG, begrüßten die Gäste und stimmten sie auf das Thema ein.

Interimistische Lösung

Ausgangslage war die Tatsache, dass auf globalisierten Märkten nur bestehen kann, wer sich flexibel auf neue Ausgangslagen einstellen kann. Das betrifft auch Personalfragen. Dem Interim Management kommt also eine immer grössere Bedeutung zu. Paul Hafner schilderte kurz die klassischen Einsatzgebiete solcher temporärer Lösungen in Führungsfunktionen. «Bei einer Krisenbewältigung, bei einer Re-

strukturierung, um eine Lücke zu schliessen oder um Freiraum zu schaffen für neue Projekte, sind Interim Manager oft der ideale Weg», sagte Hafner. Es gehe bei Anstellungsfragen immer öfter darum, «neue Wege statt alten Trotts» zu suchen.

Wie das in der Praxis aussieht, schilderte mit Henri A. Schmid ein erfahrener Interim Manager, der unter anderem 2012 mit dem «Bruderholz» (BL) den Turnaround bei einem Kantonsspital zu meistern hatte. «Ein Interim Manager kommt, um zu gehen», erklärte

Zum DSIM

Der Dachverband Schweizer Interim Manager (DSIM) vertritt die Interessen der Interim Manager. Im Mittelpunkt der Arbeit steht die Wahrung und Förderung der beruflichen und wirtschaftlichen Interessen von Interim Managern sowie die Bekanntmachung des Interim Managements in der Schweiz. Der DSIM ist der Berufsverband der Interim Manager, ausschliesslich sie können Mitglied werden. www.dsim.ch





er seine Philosophie. Im Zeitraffer beschrieb Schmid, wie er im Spital den grossen jährlichen Verlust eindämmen, Betten abbauen, die Liegedauer pro Patient reduzieren und das Vertrauen aller Stakeholder wieder aufbauen musste. Schmid: «Es galt, die Ergebnisse zu verbessern, ohne dass die Versorgungsqualität darunter leidet.» Das gelang dem interimistischen Spitalleiter, was dazu führte, dass er nun seit Kurzem in ähnlicher Mission im Spital in Liestal wirkt.

Vier Metatrends

Das Hauptreferat im Rahmen des Businessfrühstücks bestritt Dr. Joël Luc Cachelin, der zum Thema «Die Organisation der Arbeit in der neuen Arbeitswelt» sprach. Cachelin, der sein Studium in St. Gallen absolviert hat, betreibt hier mit der «Wissensfabrik» einen Thinktank für die Herausforderungen der digitalen Wissensgesellschaft. Er sieht vier Metatrends – Trends, die noch nachhaltiger wirken als Megatrends –, die sich gegenseitig zum Teil konkurrenzieren: Die Hyperindividualisierung mit dem steigenden Wunsch nach Selbstbestimmung und demgegenüber die zunehmende Coaching-Gesellschaft sowie die Digitalisierung und als Gegenüber die «Disconnection» mit dem zunehmenden Bedürfnis, «offline» zu sein, zu entschleunigen.

Cachelin nannte einige aktuelle Spannungsfelder, von denen auch Unternehmen betroffen sind. Dazu gehören die steigende Ökonomisierung im Alltag und als Gegenbewegung der bewusste Entscheid, auf Konsum zu verzichten oder Selbstversorger zu werden. Der Globalisierung, in der wir den Austausch mit anderen Kulturen suchen, steht der Neo-Protektionismus gegenüber, der Schutz vor fremden Märkten.

Projektvertrag statt Arbeitsvertrag

Das alles habe Folgen für das Verhältnis zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, so Joël Luc Cache-

lin. Es gehe nicht mehr einfach um Leistung gegen Lohn: «Auf dem Arbeitsmarkt wird Innovationskraft gegen Selbstverwirklichung getauscht, Unternehmen suchen Innovationen, Mitarbeitende suchen einen Sinn in der Arbeit.» In diesem Prozess werde der klassische Arbeitsvertrag immer öfter zum Projektvertrag, bei der punktuell Wissen geholt werde und die Flexibilität im Vordergrund stehe. Cachelin: «Unternehmen befreien sich so von langfristigen Verpflichtungen und Risiken.»

Was rät Cachelin den Unternehmen vor diesem Hintergrund? «Erhöhen Sie den digitalen Reifegrad und entwickeln Sie eine Datenstrategie», nennt der Thinktank-Betreiber als Beispiele. Zudem gelte es, die Offline-Bewegung nicht zu unterschätzen und den Wunsch nach digitalfreien Inseln vielleicht sogar bewusst zu nutzen. Wichtig sei auch, frühzeitig neue Karrierewege zu definieren.

Die Gäste des Businessfrühstücks erhielten von zwei ausgewählten Fachleuten – einmal eher theoretisch geprägt, einmal aus der Praxis gesprochen – viele wertvolle Denkanstösse für den Umgang mit dem Thema Anstellungsmodelle. Der lockere Teil des frühmorgendlichen Events bei Kaffee und Gipfeli bot anschliessend Gelegenheit, sich auszutauschen und das eigene Netzwerk zu erweitern.

Zur Nellen & Partner AG

Seit 1992 berät die Nellen & Partner AG ihre Kunden umfassend bei der Besetzung von Schlüssel- und Spezialistenfunktionen. Die professionelle Beratung im Human Resources Management basiert auf dem fundierten Know-how und dem umfangreichen Netzwerk des Unternehmens. Ziel ist eine komplette und nachhaltige Betreuung von Kunden und Kandidaten. www.nellen.ch

«Der Druck, profitabel zu wachsen, wird sich noch erhöhen»

Es gibt in der Ostschweiz nicht viele Unternehmen, die in diesen Dimensionen operieren: Die SFS Group AG mit Sitz in Heerbrugg ist in Europa, Nordamerika und Asien mit über 70 Vertriebs- und Produktionsstandorten vertreten. Die weltweit rund 7000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erwirtschafteten 2013 einen Umsatz von etwa 1,3 Milliarden Franken. Anfang Mai hat die Spezialschraubenherstellerin nun an der Schweizer Börse ein Debüt mit Kursgewinnen hingelegt. Wer ist der Mann hinter dem Erfolg? Ein Gespräch mit Heinrich Spoerry (62), CEO und Verwaltungsratspräsident der SFS Group AG.

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

Heinrich Spoerry, der Verwaltungsratspräsident der Helvetia-Gruppe, Erich Walser, sagte uns vor einem Jahr im Interview, dass während seiner 34-jährigen Tätigkeit für das Unternehmen niemals die Lust aufgekommen ist, eine andere Firma zu formen. Bei Ihnen ist das etwas anders: Sie waren schon von 1981 bis 1986 für SFS tätig. Dann zog es Sie weg. Weshalb?

Es bot sich eine interessante Herausforderung in einem anderen Unternehmen, der ich damals als 35-Jähriger nicht widerstehen konnte. Nach Antritt der jetzigen Funktion bei SFS konnte ich mir einen Wechsel in ein anderes Unternehmen allerdings nicht mehr vorstellen.

«Vollkommen falsch haben wir unsere Chancen und Risiken nie eingeschätzt.»

Seit 1994 sind Sie im Verwaltungsrat der SFS; seit 1999 wirken Sie sowohl als VR-Präsident als auch als CEO. Inwiefern dient es einem Unternehmen, wenn ein und dieselbe Person neben den strategischen auch die operativen Zügel in den Händen hält?

In unserem Unternehmen war diese Personalunion in der Vergangenheit kein Problem. Dank der Mitwirkung von starken Familienaktionären waren die Checks and Balances stets gewährleistet.

Die NZZ bezeichnete das Doppelmandat einst als Auslaufmodell. Lag sie falsch?

Jedes Unternehmen muss der Situation entsprechend die jeweils passende Lösung finden. Man sollte mit Corporate-Governance-Prinzipien nicht

zu dogmatisch umgehen. Mit dem Börsengang wurde klar kommuniziert, dass mein Doppelmandat mittelfristig entflochten werden soll. Mein Nachfolger als CEO, Jens Breu, ist bezeichnet und wird zu gegebener Zeit diese Funktion übernehmen.

Der Erfolg gibt Ihnen recht: Die SFS-Gruppe steigert im Jahr 2013 den Umsatz um 11,5 Prozent auf 1331 Millionen Franken. Was waren in den vergangenen zehn Jahren die wichtigsten Weichenstellungen, um auf diesen Kurs zu gelangen?

Die Fokussierung von SFS auf Nischensegmente, in denen wir gute Aussichten hatten, entweder Markter oder Technologieführerschaft zu gewinnen, sowie die konsequente Ausrichtung auf enge Partnerschaften mit erstklassigen Kunden.

Wie hoch ist der Druck an der Spitze – gerade auch, wenn es darum geht, praktisch Jahr für Jahr das Ergebnis wieder zu toppen?

Es ist uns in den letzten Jahren nicht immer gelungen, die Ergebnisse der Vorperiode zu übertreffen. Die Krise 2008/2009 sowie die massive Aufwertung des Schweizer Frankens in den zwei folgenden Jahren haben uns gebremst. Der Druck, profitabel zu wachsen, wird sich nach dem Börsengang sicher noch erhöhen. Zum Glück kann die Last aber mit vielen Kollegen und sehr engagierten Mitarbeitenden gemeinsam getragen werden.

Ein global tätiges Unternehmen wie SFS muss die unterschiedlichsten Gefahren und Chancen abwägen. Lagen Sie mit Ihren Einschätzungen jemals vollkommen falsch?



Heinrich Spoerry:

«Wenig Talent für Golf.»

Verschiedentlich waren wir in unseren Beurteilungen zu optimistisch oder auch zu vorsichtig. Vollkommen falsch haben wir unsere Chancen und Risiken aber nie eingeschätzt.

Was ist spannender: Ein Unternehmen auf die Erfolgsspur zu bringen oder es dort zu halten?

Es ist immer dankbarer, ein erfolgreiches Unternehmen führen zu dürfen. Der Spruch «Erfolg generiert Erfolg» trifft meistens zu. Wir mussten aber auch bei SFS gelegentlich weniger erfolgreiche Geschäftstätigkeiten mit harten Massnahmen wieder auf die Erfolgsspur zurückbringen.

«Die Pflege der Partner im Kapitalmarkt darf nicht zur Haupttätigkeit des Managements werden.»

Die SFS befindet sich in einem spannenden Jahr: In China wurde in der Nähe der Grossstadt Guangzhou ein neues Produktionswerk errichtet, das im laufenden Jahr in Betrieb genommen werden soll. Schon durch die Akquisition von Unisteel wurde der Zugang zu den wachsenden asiatischen Märkten und insbesondere zur Elektronikindustrie geschaffen. Welche längerfristigen Ziele verfolgt die SFS in diesem Markt?

Viele unserer global tätigen Kunden sind dazu übergegangen, den asiatischen Markt aus asiatischen Kompetenzzentren und Produktionswerken abzudecken. Unsere wichtigsten Kunden wünschen dabei, dass ihre Schlüssellieferanten sie ebenfalls aus Entwicklungszentren und Fertigungsstätten in Asien unterstützen können. Genau auf dieses Kundenbedürfnis wollen wir eingehen. Die Akquisition der Unisteel ist Teil dieses Plans.

Schon seit Jahren erhoffen sich zahlreiche Unternehmen durch einen Eintritt in den asiatischen Markt einen enormen Wachstumsschub. Diese

Strategie ist aber auch mit Gefahren verbunden. Wie schwer gestaltete sich für die SFS die Erschliessung dieses Gebietes?

Die Erschliessung der wachsenden asiatischen Märkte wird sicher eine der wichtigsten Herausforderungen für die kommenden Jahre sein. Wir haben damit erst begonnen.

Wenn wir etwas weiter in die Zukunft blicken: Welche Regionen bzw. Kontinente werden für Unternehmen wie SFS massgeblich an Attraktivität zulegen?

Es ist schwierig, auf diese Frage eine allgemeingültige Antwort zu geben. Für SFS ist auch Nordamerika ein wichtiger und attraktiver Markt. Wir haben dort unsere Ziele noch nicht erreicht. Gerade in den letzten zwölf Monaten haben wir bedeutende Neuprojekte gewonnen, die uns in den kommenden Jahren in Nordamerika zu organischem Wachstum verhelfen werden. Wir haben aus diesem Grund unsere Produktionskapazitäten in den USA massiv ausgebaut.

Kommen wir auf den Börsengang zu sprechen. Vor knapp sieben Jahren sagten Sie in einem Interview zu diesem Thema: «Es gibt gute Gründe, die dagegen sprechen: Wir sind in der Lage, unser geplantes Wachstum aus eigener Kraft zu finanzieren, wir haben ein stabiles und mit dem Unternehmen stark verbundenes Aktionariat, wir sind unabhängig, haben einfache Entscheidungsstrukturen, müssen nicht auf zeitraubende Roadshows gehen und uns nicht mit Analysten herumschlagen.» Wenn man das heute liest, könnte man den Eindruck erhalten, dass Sie dem Börsengang womöglich zähneknirschend zugestimmt haben. Haben sich die Umstände dermassen verändert?

Die Globalisierung unserer Märkte und die globale Neuaufstellung von wichtigen Kunden sind sicher schneller vorangeschritten, als damals absehbar war. Wir sehen in der Globalisierung unserer Geschäfte wichtige Chancen, die wir nutzen wollen. In unse-

Ihre Kinder bringen Sie ja auch nicht nach Berlin in die Krippe.

Mit einem Hosting-Partner in
Ihrer Nähe sind Sie und Ihre Daten
auf der sicheren Seite.

**:-hosting von EGELI Informatik –
individuell und persönlich, regio-
nal und verlässlich.**



**Ihr neues
Kursbuch 2014/15**



Jetzt GRATIS anfordern!
T +43 (0)5572 3894-425 www.wifi.at/vlbg

**Ein echter Freund
hat alles im Griff.**



Wo immer der Weg Sie hinführt – wir sind dabei.

Wenn es um Ihr Fahrzeug geht, sind wir jederzeit und überall für Sie da. Denn wo immer der Weg Sie hinführt, fahren wir gedanklich mit: wie ein guter Freund, wie ein echter Partner. **PP Autotreff. Professionell. Persönlich.**

Ihr Partner in Wittenbach für Volkswagen, Audi und VW Nutzfahrzeuge: www.ppautotreff.ch



Das Auto.

ren Nischenmärkten zählen wir zu den ganz wenigen, die bereits heute einem global tätigen Kunden in den drei wichtigen Regionen der Weltwirtschaft – Europa, Asien und Nordamerika – dienen können. Der weitere Ausbau, die solide Finanzierung des Wachstums sowie die Unabhängigkeit und Selbstständigkeit der SFS Group können mit einem breiter abgestützten Aktionariat noch besser abgesichert werden. Auf den Roadshows haben wir auch viele hochintelligente Personen getroffen. Wir haben dabei auch von ihren Fragen und Kommentaren lernen können.

Sie sagten damals auch, dass man sich ohne Börsengang voll auf die Kunden und die nachhaltige Entwicklung der Unternehmensgruppe konzentrieren könne. Stellt es eine Herausforderung dar, dies trotz der Öffnung weiterhin im Griff zu behalten?

Die Herausforderung wird es sein, beides gut zu tun. Die Pflege der Partner im Kapitalmarkt darf sicher nicht zur Haupttätigkeit des Managements werden. Ich bin überzeugt, dass wir das schaffen werden.

«Es ist uns in den letzten Jahren nicht immer gelungen, die Ergebnisse der Vorperiode zu übertreffen.»

Sie sind nun 62 und seit 20 Jahren im Verwaltungsrat der SFS. Welche Ziele haben Sie sich in geschäftlicher Hinsicht für die nächsten Jahre gesetzt?

Das geplante profitable Wachstum und die globale Aufstellung der Segmente Engineered Components und Fastening Systems zu realisieren sowie die reibungslose Übergabe der CEO-Funktion an Jens Breu zu vollziehen.

Haben Sie für sich persönlich schon einen Zeitpunkt für den Rücktritt bestimmt?

Die Übergabe der CEO-Funktion wird mittelfristig erfolgen. Über den genauen Zeitpunkt will ich mich nicht äussern. Gerne werde ich dem Unternehmen auch nach der Übergabe als Verwaltungsratspräsident dienen. Darüber werden die Aktionäre jedes Jahr an der Generalversammlung entscheiden können.

Gehören Betätigungen wie Klettern und Skitouren nach wie vor zu ihren Freizeitbeschäftigungen?

Diese habe ich in den letzten zwei Jahren weniger intensiv als gewünscht betrieben. Ich freue mich, gelegentlich dafür wieder mehr Zeit finden zu können. Im SFS-Skimarathon will ich sicher wieder schneller werden.

Golf würde Sie zu wenig fordern?

Die körperliche Kondition würde auf dem Golfplatz sicher nicht wie beim Langlaufen oder beim Bergsteigen trainiert. Ich habe Golf einmal versucht und dabei feststellen müssen, dass ich für diesen Sport wenig Talent habe.

Dem Finanzplatz Sorge tragen

Während vor einigen Jahren ein Bundesrat sich noch dahin gehend verlauten liess, dass sich die ausländischen Konkurrenten der Schweizer Banken am Bankgeheimnis «die Zähne ausbeissen» würden, ist mittlerweile davon nicht mehr viel übrig geblieben. Der automatische Informationsaustausch wird von der EU voraussichtlich ab 2017 flächendeckend umgesetzt, auch innerhalb der OECD wird er zum

Standard werden. Und seit letztem Jahr besteht mit dem FATCA-Abkommen zwischen den USA und der Schweiz auch für amerikanische Staatsbürger kaum mehr ein Interesse, ihr nicht versteuertes Geld in der Schweiz anzulegen. Zwar versuchte die Schweiz, sich gegen die Aufhebung des Bankgeheimnisses zu wehren, und hatte mit dem Quellensteuermodell sogar eine Alternative zum automatischen Informationsaustausch vorzuweisen. Aber damit konnte sie sich nicht durchsetzen; nur gerade mit Österreich und Grossbritannien kamen entsprechende Verträge zustande.

Die wirtschaftliche Bedeutung der Banken für die Schweiz ist enorm: Der Anteil des Bankensektors an der Gesamtwirtschaft macht rund sechs Prozent aus, er zählt etwa 185 000 Beschäftigte, bildet zwölf Prozent aller kaufmännischen Lernenden aus – und der gesamte Finanzplatz, inklusive seiner Mitarbeitenden, generierte 2012 fast 17 Milliarden Franken an direkten und indirekten Steuern, was rund 13 Prozent aller Steuereinnahmen von Bund, Kantonen und Gemeinden entspricht.

Aufgrund der traditionellen Innovationskraft der Finanzwirtschaft kann man davon ausgehen, dass sich die Schweizer Banken international auch ohne das herkömmliche Bankgeheimnis behaupten können. Gleichzeitig wird vom Bundesrat erwartet, dass er mit der gleichen Beflissenheit, wie er dem ausländischen Druck nachgegeben hat, dafür sorgt, dass sich auch die noch immer bestehenden Steueroasen in der EU und in den USA den neuen Standards unterziehen werden.

Aus meiner Sicht ist es wichtig, dass wir unserem Finanzplatz Sorge tragen. Dies gilt insbesondere für die kantonalen Banken mit unterschiedlichen Eigentumsverhältnissen und Staatsgarantien. Diese Banken dürfen nicht zum Spielball der Politik werden und müssen mit der entsprechenden Sensibilität den nötigen Freiraum für ein erfolgreiches Handeln erhalten.



Michael Götte
Fraktionspräsident
SVP St.Gallen
Gemeindepräsident
Tübach

Bildungspartner Nr. 1 für Unternehmen im Dreiländereck!

Das WIFI Vorarlberg ist seit über 100 Jahren der Ansprechpartner, wenn es um berufliche Aus- und Weiterbildung geht. Das Kursprogramm an den drei Standorten Dornbirn, Hohenems und Bludenz kann sich sehen lassen: 2000 Veranstaltungen aus den unterschiedlichsten Wissensbereichen werden jedes Jahr angeboten!

«Im WIFI wird das ausgebildet, was die Wirtschaft braucht. Wir sind der Partner für berufsorientierte Weiterbildung. Deshalb deckt unser Programm jedes Jahr aufs Neue die unterschiedlichsten Wissensgebiete ab», erklärt Institutsleiter Dr. Thomas Wachter. Das Kursprogramm umfasst die Themenkomplexe Management und Unternehmensführung, Persönlichkeit, Sprachen, Betriebswirtschaft, EDV, Technik und Branchen. Neben kürzeren Intensivseminaren beinhaltet es auch längere Ausbildungen bis hin zu mehrsemestrigen Lehrgängen. Wachter dazu: «Die meisten Kurse sind Teil eines umfassenden Bildungsweges und führen vom Vorbereitungskurs zur Lehrabschlussprüfung über hochwertige WIFI-Lehrgänge bis hin zu akademischen Ausbildungen mit Master Degree.» Äusserst beliebt bei Unternehmen und Teilnehmern sind die Personen-Zertifikate, die man mit dem Abschluss einer Ausbildung erwerben kann. Sie sind ein Nachweis für erworbene Kompetenzen und international anerkannt.

Zahl der Schweizer Kunden steigt konsequent

Die Zahlen sprechen für sich: Im abgelaufenen Kursjahr haben insgesamt 19 000 Personen eine Aus- und Weiterbildung am WIFI absolviert, 52 Prozent der Teilnehmer sind Stammkunden. «Auch die Teilnehmerzahlen aus der Ostschweiz und Lichtenstein steigen kontinuierlich. Das hat sicher etwas mit der Nähe, aber wahrscheinlich auch mit den vergleichsweise günstigen österreichischen Kurs-Tarifen zu tun», erklärt Wachter. 2013 kamen 700 Teilnehmer aus den beiden Nachbarländern. Über 85 namhafte Schweizer und Lichtensteiner Unternehmen haben derzeit Mitarbeiter in WIFI-Kursen sitzen, für die sie auch die Kosten übernehmen. Vor allem Sprach-, Management- und IT-Veranstaltungen erfreuen sich dabei grosser Beliebtheit.

Weiterbildung bringt wirtschaftlichen Erfolg

«Wir leben in einer Wissensgesellschaft, die sich dynamisch entwickelt. Wer hier mithalten will, kommt um gezielte Weiterbildung nicht herum», ist sich

Das WIFI Vorarlberg ist der Ansprechpartner, wenn es um berufliche Aus- und Weiterbildung geht.



«Ein Firmen-Intern-Training kann ich sehr empfehlen! Wenn man individuelle Unterrichtsziele hat und den Mitarbeitern professionelle Weiterbildung im Haus bieten möchte, ist das ideal!»

Mag. Silvia Pederiva,
Assistentin
der Geschäftsleitung –
MSE Personal Service AG



Wachter sicher. Speziell in Hochlohnländern wie der Schweiz oder Österreich liegen die Chancen in Qualifikation, Forschung und neuen Technologien. Ein Beispiel: Die ELAN-Studie der EU-Kommission zeigt, dass Unternehmen, die in die Mehrsprachigkeit ihrer Mitarbeiter investieren, um 44,5 Prozent höhere Exportumsätze erzielen. Wachter: «Erfolg ist letztlich kein Zufall! Somit kommt einer systematischen Personalentwicklung eine entscheidende Rolle zu.»

FIT - massgeschneiderte Firmentrainings

Da jedes Unternehmen anders ist und spezifische Anforderungen an Weiterbildung hat, wurde das WIFI Firmen-Intern-Training (FIT) konzipiert: Nach einer Bedarfsanalyse erarbeiten FIT-Fachleute mit den Unternehmen Trainings, die speziell auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter zugeschnitten sind. Firmen-Intern-Trainings garantieren somit massgeschneiderten, praxisnahen Wissenstransfer für Unternehmen aller Größen. Wachter: «Unsere Leistungen reichen von innerbetrieblichen Trainings der Mitarbeiter bis hin zum umfassenden Personalentwicklungskonzept.»

eCampus: Software-Tool für effizientes Weiterbildungsmanagement

Um die Personalentwicklungsaufgabe in den Unternehmen noch besser zu unterstützen, wurde vom WIFI Vorarlberg in Kooperation mit einigen großen Vorarlberger Firmen ein einzigartiges Software-Tool für ein effizientes Mitarbeiter-Weiterbildungsmanagement entwickelt. «Der eCampus ist ein Planungs- und Organisationsmodul, das alle erdenklichen Schulungsanbieter gleich miteinbezieht», erklärt Thomas Wachter. Konzipiert wurde diese Software für Personalabteilungen, die eine eigene Bildungsakademie aufbauen und einfachere Online-Buchungen sowie -Abrechnungen durchführen wollen. Aber auch mittlere Unternehmen, die an strukturierter Weiterbildung sowie Organisation interessiert sind, können durch den eCampus profitieren! Informationen zum gesamten WIFI-Angebot finden sich auf www.wifi.at/vlbg!



Kurs Highlights im Herbst

Management

- Systemisches Leadership – 1. Diplomierter Ausbildungslehrgang für Führungskräfte
Start: 18.9.2014
- WIFI-Führungskompetenztraining
Start: 23.10.2014

Persönlichkeit

- NLP & C more Practitioner
Start: 21.10.2014
- Rhetorik Akademie
Start: 7.11.2014

Sprachen

- Sprachen Online Lernen – lernen, wann und wo es am besten passt
Information: www.wifiwien.at/sprachenonlinelernen
oder T 0043 5572/3894-474

BWL

- Projektmanagement Lehrgang
kostenloser Info-Abend: 16.9.2014
Start: 23.10.2014
- Akademischer Experte für Marketing und Verkauf
Start: Oktober 2014

EDV

- System Administrator
Start: 18.11.2014
- Fachakademie für Angewandte Informatik
Start: 1.9.2014

Technik

- REFA-Grundausbildung
Start: 22.10.2014
- Instandhaltungs-Manager
Start: 3.10.2014

Branchen:

- Ausbildung zum Eventmanager
Start: 12.9.14
- Rezeptionslehrgang
Start: 20.10.2014

Beratung und Informationen:

WIFI Vorarlberg Info-Center
Bahnhofstrasse 24, Dornbirn
T 05572 3894-425, E info@vlbg.wifi.at
H www.wifi.at/vlbg

Swiss Casinos: Wachstum im rückläufigen Markt

Die Swiss Casinos Gruppe entwickelte sich 2013 positiv. Und mit ihr auch das Casino St.Gallen, das dem anhaltenden Rückgang des Schweizer Spielbankenmarktes mit wirksamen Massnahmen begegnete. Während in der Schweiz der Sozialschutz für Umsatzeinbrüche sorgt, florieren die grenznahen Casinos.

Text: Marcel Baumgartner Bild: zVg.

Mit der Eröffnung von Swiss Casinos Zürich im November 2012 hat die Swiss Casinos Gruppe einen markanten Entwicklungsschritt vollzogen. Nach dem ersten vollen Betriebsjahr darf eine positive Bilanz gezogen werden. Die drei Casinos in Pfäffikon, St.Gallen und Schaffhausen begegneten dem anhaltenden Rückgang des Schweizer Casinomarktes mit wirksamen Massnahmen: Sie kompensierten die negative Gesamtentwicklung mit gezielter Anpassung ihres Angebots und einem konsequenten Kostenmanagement.

«Wenn ich mir die Entwicklung der Umsätze über die vergangenen sechs Jahre anschau, kann ich nicht zufrieden sein.»

Ungleiche Spiesse

Laut Massimo Schawalder, Direktor von Swiss Casinos St.Gallen, hat der Rückgang unter anderem auch damit zu tun, dass die Casinos mittlerweile über zehn Jahre am Markt sind und sich somit der Neuheitswert etwas relativiert hat. Der Hauptgrund liege aber im starken Druck, den die Casinos in ihren Anstrengungen im Sozialschutz auf die Gäste ausüben müssen. «Wir wissen, wie wichtig es ist, unsere Gäste im Auge zu behalten und sie mit den negativen Auswirkungen des Geldspiels zu konfrontieren», so Schawalder. «Es kann aber nicht sein, dass als Resultat dieser Anstrengungen die grenznahen Casinos florieren und – in einem europaweit schrumpfenden Markt – seit Jahren steigende Umsätze ausweisen; nachweislich vor allem mit Gästen aus der Schweiz. Das kann auch der Politik nicht egal sein.» Ein weiterer Faktor sei nach wie vor das Rauchverbot: Dieses habe die Casinos vom ersten Moment an rund 25 Prozent des Umsatzes gekostet. Gerade der Tischspielbereich habe hier sehr gelitten.

Was aber bedeutet dies für die künftige Unternehmensstrategie? Mit welchen Mitteln reagieren die Casinos auf diese Situation? Massimo Schawalder: «Mit grossen Anstrengungen, unser Angebot über das Kerngeschäft des Spielens hinaus zu verbessern und attraktiver zu machen. Das zeigt sich in unserem grosszügigen Veranstaltungsangebot, das in der Ostschweiz wohl einzigartig dasteht.» Auch die Zusammenarbeit mit dem Hotel Radisson Blu im Gastronomiebereich funktioniere sehr gut und trage zur Gesamtattraktivität bei. «Nicht zuletzt können wir mit hoch motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Gästeservice bieten, der den Aufenthalt im Casino zum Erlebnis macht.»

Und trotzdem: Wenn man sich die Entwicklung der Umsätze über die vergangenen sechs Jahre anschau, könne man nicht zufrieden sein, gesteht der Direktor. «Wenn ich aber den Zustand unseres Casinos als Ganzes anschau, kann ich mit grossem Stolz ein fantastisches Haus präsentieren. Wir haben eine hoch motivierte und stabile Geschäftsleitung und Mitarbeiter-schaft; wir sind gut in St.Gallen verankert; wir sind eine schlanke und kreative Organisation und – nicht zu unterschätzen – wir haben die schwierigen Zeiten gut gemeistert und erwirtschaften Gewinn.» Und dies, obwohl sich auch das stetig wachsende Angebot im Internet auf die Branche auswirkt. «Da aber all die Internetangebote in der Schweiz illegal sind, gibt es keine verlässlichen Zahlen dazu. Schätzungen gehen aber von einem Betrag zwischen 100 und 500 Millionen Franken aus, der hier eingesetzt wird», rechnet Schawalder. Allerdings dürfe man feststellen, dass viele Onlinespieler auch wieder ins Casino zurückkommen, weil sie den sozialen Aspekt des Casinobesuchs eben doch vermissen würden.

Gegenstrategien gefragt

Oberstes Ziel aller Anstrengungen müsse es sein, 2023 wieder eine Konzession zur Weiterführung der



Massimo Schawwalder,
Direktor Swiss Casinos St. Gallen:
«Das kann auch der Politik
nicht egal sein.»

Grand Casino St. Gallen AG zu erhalten. «Das wollen wir erreichen über eine solide Umsetzung des Sozialkonzepts, über eine einwandfreie Einhaltung der gesetzlichen Auflagen und natürlich auch über die Erwirtschaftung einer angemessenen Rendite», so Schawwalder weiter. Kein leichtes Unterfangen, denn die Konkurrenz aus dem nahen Ausland drückt. Hier seien Gegenstrategien gefragt, über die der Direktor des Swiss Casino St. Gallen aber zum jetzigen Zeitpunkt noch nichts sagen möchte.

«Es kann nicht sein, dass als Resultat dieser Anstrengungen die grenznahen Casinos florieren.»

Die Swiss Casinos Holding AG hält als einziges einheimisches Unternehmen Beteiligungen an fünf der insgesamt 21 Schweizer Spielbanken. Sie hält 100 Prozent des Aktienkapitals der CSA Casino Schaffhausen AG, der Casino Zürichsee AG in Pfäffikon SZ und der Swiss Casinos Zürich AG sowie eine Mehrheitsbeteiligung von 97,17 Prozent an der Grand Ca-

sino St. Gallen AG. Zudem ist das Unternehmen mit 31,5 Prozent an der Grand Casino Kursaal Bern AG beteiligt. 2013 beschäftigte die Swiss Casinos Gruppe (ohne Grand Casino Kursaal Bern) 477 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erzielte einen kumulierten Bruttospielertrag von 134,4 Millionen Franken. Davon flossen 46,8 Prozent, insgesamt 62,9 Millionen Franken, über die Spielbankenabgabe an AHV und Kantone. Darüber hinaus entrichteten die Gesellschaften Unternehmenssteuern von 1,9 Millionen Franken und unterstützten regionale Organisationen mit Beiträgen von deutlich über 1 Million Franken. Die nach IFRS konsolidierte Konzernrechnung der Swiss Casinos Holding AG schloss mit einem Bruttoumsatz von 149,1 Millionen Franken (Vorjahr: 105,8 Mio.) und einem Konzerngewinn von 7,2 Millionen Franken (Vorjahr: -7,7 Mio.) ab. Das Unternehmen stützt sich auf eine solide Grundlage für Investitionen zur langfristigen Sicherung ihrer Marktposition. Es verfügte bei einem Aktienkapital von 33,9 Millionen Franken per 31. Dezember 2013 über ein konsolidiertes Eigenkapital von 117,7 Millionen Franken (Vorjahr: 110,2 Mio.) und über flüssige Mittel von 106,2 Millionen Franken (Vorjahr: 96,4 Mio.).

Anzeige

MIT WISSEN WEITERKOMMEN
WEITERBILDEN

Neue Ausbildung Dipl. Product Manager/-in

Kursdauer 8 Monate
Kursbeginn Oktober 2014
Zeit Dienstagabend / Samstagvormittag
Kosten Fr. 3150.-

Ausführliche Informationen sind unter
www.bzb-weiterbildung.ch zu finden oder können unter
Telefon 058 228 22 00 bestellt werden

Die bzb Weiterbildung ist **EDUQUA** zertifiziert
www.bzb-weiterbildung.ch

bzb Weiterbildung
Berufs- und Weiterbildungszentrum
9470 Buchs
Telefon 058 228 22 00

Praxisorientierte Weiterbildung zum/zur dipl. Product Manager/-in am bzb

Das Product Management gewinnt in Unternehmen immer mehr an Bedeutung. Ab Herbst 2014 lanciert das bzb Buchs erstmals in der Region den Lehrgang Product Manager/-in bzb. In acht Monaten beziehungsweise 120 Lektionen teilen kompetente Dozenten ihre Praxiserfahrung mit den Teilnehmern.

Dem Product Management kommt heute eine entscheidende und stark von neuen Trends und Entwicklungen geprägte Schnittstellenfunktion zu. Der Product Manager ist ein Kadermitarbeiter, welcher ein Produkt oder eine Sortimentsgruppe fachlich führt und für die professionelle und marktgerechte Betreuung verantwortlich ist.

Die Teilnehmer des Lehrganges lernen alle Aspekte des zeitgemässen Product Managements kennen, vertiefen aktuelle Aspekte und setzen diese innerhalb einer begleitenden Praxisarbeit in Form eines Businessplans um. Der anspruchsvolle Lehrplan beinhaltet unter anderem Themen wie Marktforschung, Marketing, Einkaufs-, Projekt- und Eventmanagement, Kalkulation, aber auch Führung, Rhetorik und Volkswirtschaft. Abgeschlossen wird der Lehrgang mit einer schriftlichen Diplomarbeit und einer mündlichen Prüfung.

Der Lehrgang richtet sich an Product Manager, Marketingverantwortliche oder interessierte Nachwuchskräfte, welche sich vertiefte Kenntnisse im Marketing aneignen wollen.

Kanton St. Gallen



Aktieninvestments sind alternativlos

Die Cosmopolitan Vermögensverwaltungs AG wurde 1988 gegründet und hat ihren Hauptsitz in Appenzell. Seit 25 Jahren betreibt das Unternehmen aktive Vermögensverwaltung für private und institutionelle Anleger. Im Gespräch mit Verwaltungsrat Dr. iur. HSG Daniel Candrian und Stefan Bischofberger, Mitglied der Geschäftsleitung.

Die internationalen Börsen sind recht holprig ins Jahr gestartet. Ist die Rallye an den Aktienmärkten nun endgültig vorbei?

Bischofberger: Nein! Wir konnten im ersten Quartal zwar eine leichte Konsolidierung an den Märkten beobachten. Im zweiten Quartal haben die Optimisten aber wieder die Oberhand gewonnen, was an den Börsen zu einem kräftigen Kurssprung geführt hat. Der SPI liegt seit Anfang 2014 bereits wieder über 9% im Plus und knüpft somit an die ausgezeichnete Performance der beiden Vorjahre an.

Mit welcher Entwicklung rechnen Sie?

Candrian: Wir erwarten, dass die Märkte weiter nach oben tendieren. Die Wachstumsdelle im ersten Quartal sollte bereits überwunden sein. Darauf deuten zumindest zahlreiche vorlaufende Indikatoren hin. Entsprechend sollten die Unternehmen im weiteren Verlauf des Jahres wieder eine höhere Dynamik bei der Umsatz- und Gewinnentwicklung an den Tag legen. Dadurch dürften sich die nach wie vor vergleichsweise hohen Aktienbewertungen wieder re-

lativieren. Aktieninvestments sind aus unserer Sicht alternativlos. Wir befinden uns nach wie vor in der besten aller Aktienwelten.

In welchen Anlagesegmenten sehen Sie derzeit die grössten Risiken?

Bischofberger: Die Anleihemärkte sind mächtig heiss gelaufen. Wenn die Rendite für 10-jährige spanische Staatsanleihen zeitweise unter jener von US-Treasuries lag, dann läuten bei uns die Alarmglocken. Länder wie Spanien, Portugal oder auch Griechenland haben unwidersprochen grosse Fortschritte in der Krisenbewältigung gemacht. Aber überwunden ist die Krise noch lange nicht. Die Staatsverschuldung liegt gemessen am BIP teilweise höher als vor der Krise.

Und die Krise in der Ukraine?

Candrian: Politische Börsen haben kurze Beine. Die Märkte reagierten mit kräftigen Kursabschlägen auf die Eskalation in der Ukraine. Die europäische Sicherheitsarchitektur, die uns über Jahrzehnte den



Frieden gesichert hatte, stand plötzlich zur Debatte. Jede Bewegung in diesem Konflikt verursachte eine Reaktion an den Börsen. Es mag zynisch klingen: Aber die Marktteilnehmer haben sich an den Krisenzustand gewöhnt. Konjunkturaspekte sind mittlerweile wieder in den Fokus der Anleger gerückt.

Wie haben Sie auf das veränderte Marktumfeld zu Beginn des Jahres reagiert?

Candrian: Wir haben relativ frühzeitig eine eher defensive Positionierung eingenommen und unser Aktienexposure zum Ende 2013 leicht zurückgefahren bzw. verstärkt auf Strukturierte Produkte gesetzt, die sich in Seitwärtsphasen anbieten. Mittlerweile bauen wir unser Aktienengagement aber wieder aus. Vor allem die europäischen Aktienmärkte erscheinen uns nach wie vor sehr attraktiv.

Bischofberger: Darüber hinaus sehen wir aber auch am US-Markt wieder Einstiegschancen. Die Konjunktur entwickelt sich nach der kleinen Wachstumsdelle im ersten Quartal wieder robust. Zudem hat die US-Notenbank nochmals verdeutlicht, dass sie die Zinsen auf absehbare Zeit tief halten wird. Wir rechnen nicht vor Mitte 2015 mit einem Zinsschritt in den USA. Unser 3D-Anlagekonzept erlaubt es uns flexibel und schnell auf ein sich verändertes Marktumfeld zu reagieren. Wir bewirtschaften sämtliche



Dr. iur. HSG
Daniel Candrian,
Verwaltungsrat



Stefan
Bischofberger,
Mitglied der
Geschäftsleitung

Cosmopolitan Vermögensverwaltungs AG

House of Finance

Rütistrasse 20, CH-9050 Appenzell

Tel. +41 (0)71 353 35 15, Fax. +41 (0)71 353 35 18

welcome@cosmopolitan.ch, www.cosmopolitan.ch

«Wir sehen am US-Markt wieder Einstiegschancen»

Wertschriftenpositionen konsequent mit dynamischen Gewinnsicherungen und Verlustbegrenzungen. Zusätzlich werden zu einem beschränkten Anteil des Depots Long/Short-Strategien und Alternativenanlagen eingesetzt, die nicht oder nur wenig mit den Aktienmärkten korrelieren und dem Depot eine gewisse Stabilität verleihen.

Sie bewirtschaften die Kundendepots also aktiv?

Candrian: Absolut. Wer eine passive «buy and hold»-Strategie verfolgt, nimmt wesentlich höhere Risiken in Kauf. Zudem ist es eher unwahrscheinlich, dass Anleger oder passiv vorgehende Vermögensverwalter damit in Zukunft nachhaltig gute Ergebnisse erzielen, denn die aktuelle Hausse wird auch wieder abflachen.

Mit welchen Depotbanken arbeiten Sie zusammen?

Bischofberger: Wir arbeiten mit insgesamt acht Depotbanken. Neben den zwei Schweizer Grossbanken, zählen auch die Raiffeisen Bank, die St.Galler Kantonalbank, die Valiant Bank oder auch die Bank Coop dazu. Dabei arbeiten wir grundsätzlich nur mit einer beschränkten Verwaltungsvollmacht, die es uns ausschliesslich ermöglicht, für die Kunden Aufträge zu platzieren, jedoch keine Transfergeschäfte oder Be-

züge zulässt. Unsere Kunden profitieren von attraktiven Vorzugskonditionen. So bieten unsere Depotbanken in Zusammenarbeit mit uns stark reduzierte Courtagen oder faire All-in Fees, also Pauschalkonditionen an.

Der Steuerstreit mit den USA hat zuletzt wieder Schlagzeilen produziert. Wie steht es bei Ihnen mit dem Thema?

Candrian: Wir beobachten die Entwicklung sehr interessiert, können uns aber zugleich entspannen. Seit mittlerweile über 25 Jahren betreuen wir aus strategischen Gründen hauptsächlich Kunden mit Wohnsitz in der Schweiz. Wir sind daher nicht betroffen und unterstützen die Bemühungen der Aufsichtsbehörden punkto Weissgeldstrategie nach Kräften. Die grossen Spieler auf dem Finanzplatz Schweiz haben aber in der Vergangenheit Fehler gemacht, wofür wir jetzt alle die Rechnung bezahlen müssen. Das Schweizer Bankgeheimnis, welches uns über Jahrzehnte eine herausragende Stellung in der globalen Finanzindustrie sicherte, ist begraben worden.

Bischofberger: Service und Performance. Zwei Schlagworte, die den Weg in die Zukunft des Schweizer Bankings vorzeichnen. Wir müssen uns noch mehr um unsere Kunden bemühen, ihre Bedürfnisse und Sorgen noch besser verstehen, um Ihnen eine optimale individualisierte Vermögensverwaltung anbieten zu können. Das ist ein Schlüssel zum Erfolg. Letztlich muss natürlich die Performance stimmen, denn die beste Beratung nützt nichts, wenn der Kunde mit der Performance nicht zufrieden ist.

Das Hotel-Wunder aus dem Appenzellerland

Beim diesjährigen Schweizer Hotelrating der SonntagsZeitung räumte das Hotel Hof Weissbad einmal mehr kräftig ab. Nicht nur, dass der Titel «Hotelier des Jahres» an die Gastgeber Damaris und Christian Lienhard geht, auch bei der Kategorie «Die 20 besten Wellnesshotels» belegt das «Hotelwunder aus dem Appenzellerland» Platz 7. Wenn man berücksichtigt, dass alle vorderen Plätze mit 5-Sterne-Hotels belegt sind, darf das Hotel Hof Weissbad gar als Nummer Eins unter den 4-Sterne-Hotels bezeichnet werden.

Text: Marcel Baumgartner **Bild:** zVg.

Während andere Luxushotels – selbst wenn sie «goldenes Ei» genannt werden – vornehmlich mit Krisen Schlagzeilen machen, punktet das Hotel Hof Weissbad seit Jahren mit einer angenehmen Zurückhaltung, aber nicht minder beeindruckenden Auslastungszahlen. Wenn ein Haus mit 87 Zimmern auch 20 Jahre nach seiner Eröffnung noch das ganze Jahr über zu 96 Prozent ausgebucht ist, lässt das keinen Interpretationsspielraum offen. Es muss was dran sein an der Art, wie Damaris und Christian Lienhard und ihre rund 187 Angestellten – darunter 120 Einheimische – ihre Gäste bewirten. Wer sich vor Ort selber schon einmal von den Qualitäten einen Eindruck verschaffen konnte, weiss: Hier wird gehalten, was so viele andere Häuser lediglich auf ihrer Website versprechen. Die SonntagsZeitung ist denn

auch voll des Lobes und betitelt das Gastgeber-Ehepaar als «Das unschlagbare Doppel». Im Artikel lüftet der Journalist das Erfolgsgeheimnis des Appenzeller Anziehungspunktes: «Der Hof Weissbad verfolgt eine Strategie, die in keinem andern Hotel der Welt funktioniert, aber perfekt ins Appenzeller Biotop passt.» Das Hotel beherberge ein Gesundheitszentrum mit 18 Zimmern und die Infrastruktur eines Privatspitals. «Hier erholen sich Reha-Patienten von orthopädischen Eingriffen, und Gesundheitsbewusste checken im Hotel etwa für Thalasso-Therapien oder zum Heilfasten ein», wird weiter ausgeführt. Und Firmen, Verbände oder Hochschulen halten pro Jahr zirka 300 Seminare ab. «Christian und Damaris Lienhard schaffen es, dieses Zielgruppen-Sammelsurium glücklich zu machen», so der Autor der Würdigung.

*Damaris und
Christian Lienhard:
Immer in Bewegung.*



Die drei Erfolgs Pfeiler

Aber trifft das von der SonntagsZeitung geschilderte Erfolgsrezept den Nagel tatsächlich auf den Kopf? «Grundsätzlich ja», so Christian Lienhard. Für den nachhaltigen Erfolg seien aber vor allem drei Aspekte von Bedeutung. Als erstes die richtigen Mitarbeitenden, die auch alle am gleichen Strick ziehen. Dann brauche es die richtigen Führungskräfte, die das Ganze vorleben. «Und mit vorleben meine ich, dass sie auch selber an der Front stehen», erklärt Lienhard. «Mit dem Chefarzt Tobias Ritzler haben wir

beitenden. Aber genau mit diesen Angestellten steht und fällt der Erfolg eines jeden Konzeptes.»

Kein Stillstand

Die Auszeichnung «Hotelier des Jahres» gibt ihm und seiner Strategie Recht. Dennoch sei der Titel zugleich auch eine gewisse Bürde: «Sicher ist es schön, nach 40 Jahren Hotellerie und 20 Jahren Hof Weissbad mit diesem Titel geehrt zu werden. Er setzt uns natürlich aber auch unter Druck. Wir spürten das bereits im vergangenen Jahr, als wir als das freundlichste Ferienhotel der Schweiz und bester Arbeitgeber der Schweiz ausgezeichnet wurden. Die Messlatte wurde damit sofort höher gelegt.»

Entsprechend gross ist nun der Druck, diese Stellung auch in den nächsten Jahren halten zu können. Damit kann das Gastgeber-Ehepaar aber gut umgehen. Denn Druck bedeutet auch, dass man nicht stillsteht. Christian Lienhard: «Wir sind immer noch innovativ, haben beispielsweise auch ein neues Wellnessprojekt in Planung.» Dieser neue Wellnessbau vom Architektenbüro Miller & Maranta in Basel würde nochmals 12 bis 15 neue Arbeitsplätze schaffen, nicht zu vergessen, wie gross die Wertschöpfung beim Bau für die Region wäre. Zudem ist auch ein neues Gesundheitszentrum in Abklärung. Um dieses realisieren zu können, hofft Lienhard auf die Unterstützung von Kanton, Bezirk, Nachbarn und Aktionären. Aufgrund des immensen Leistungsausweises und der gewonnenen Auszeichnungen dürfte ihm diese gewiss sein.

«Im Tessin, in Gstaad oder in St. Moritz finden Sie fast keine einheimischen Mitarbeitenden. Aber genau mit diesen Angestellten steht und fällt der Erfolg eines jeden Konzeptes.»

einen Partner, der seine Mitarbeitenden im Gesundheitszentrum in der genau gleichen Form führt.» Und der dritte Punkt sind die vielen treuen Stammgäste – im Weissbad rund 75 Prozent –, welche für die beste und auch günstigste Werbung sorgen.

Dass das Konzept, wie von der SonntagsZeitung geschildert, so nur im Appenzellerland funktionieren kann, führt Lienhard auf die einheimischen Mitarbeitenden zurück. «Im Tessin, in Gstaad oder in St. Moritz finden Sie fast keine einheimischen Mitar-

Anzeige



Wie fit ist Ihr Wertschriftendepot?

Performance optimieren – Sicherheit erhöhen – Kosten einsparen

Handeln Sie jetzt! Wir helfen Ihnen gerne dabei.

Profitieren auch Sie vom Online-Depotschnellcheck und einer kostenlosen Depotanalyse auf www.cosmopolitan.ch

Mit System zum Erfolg:

- 3D-Anlagekonzept – Das dreidimensionale Konzept
- Flexible Aktienquote, Anlageinstrumente für alle Börsenphasen
- ISO-zertifizierte Anlageprozesse
- Bankenunabhängige Vermögensverwaltung seit 1988
- Günstige Bankkonditionen
- Erfolgsorientiertes Honorar
- Fundamentaler und technischer Research
- Integrale Vermögensberatung (Vorsorge, Steuern, Erbschaft)



COSMOPOLITAN®
VERMÖGENSVERWALTUNGS AG

House of Finance · Rütistrasse 20 · CH-9050 Appenzell
Telefon +41 (0)71 353 35 15 · Telefax +41 (0)71 353 35 19
www.cosmopolitan.ch

BANKENUNABHÄNGIGE VERMÖGENSVERWALTUNG IN SWISS PRIVATE BANKING QUALITY SEIT 1988



Thomas Zuberbühler, Geschäftsführer
der zubischuhe.ch AG:

«Sie scherzen!»

«Zalando hat die Erwartungshaltung unserer Kunden verändert»

Thomas Zuberbühler, Geschäftsführer der zubischuhe.ch AG in Herisau, ist überzeugt, dass auch im Internetzeitalter nach wie vor nach einem Verkaufserlebnis und damit nach entsprechenden Ladenflächen verlangt wird. Nicht zuletzt deshalb hat das Familienunternehmen kürzlich einen neuen Schuh- und Outdoormarkt eröffnet. Ein Gespräch über Wagnisse, die Lage im Appenzellerland und die alles beherrschende Marketingstrategie von Zalando.

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

Thomas Zuberbühler, haben Sie schon via Internet Schuhe bestellt?

Ja, aus reiner Neugierde, nicht etwa wegen der ausgefallenen Schuhmode. Mich hat schlicht interessiert, ob und wie unsere «Konkurrenz» diese Prozesse im Griff hat.

Ihr Unternehmen verkauft Schuhe und Outdoorprodukte sowohl online wie auch im klassischen Laden. Welcher Bereich läuft besser?

Ganz klar unser stationäres Geschäft in Herisau. Das ist unsere Vergangenheit – verkaufen wir doch bereits in dritter Generation Schuhe –, unser Hauptau-

seren Betrieb steht natürlich das Schaffen eines Verkaufserlebnisses in unserem Schuh- und Outdoormarkt im Vordergrund.

Zalando überrollte jüngst die Schweiz mit einer immensen Werbekampagne. Spürten Sie das in irgendeiner Form?

Jüngst? Sie scherzen! Zalando überrollt laufend... Die Zalando-Werbemaschinerie und die dafür eingesetzten finanziellen Mittel sind schlicht beeindruckend. Dank unseres Neubaus und der damit verbundenen Geschäftserweiterung spüren wir Zalando aber nicht direkt. Wir stellen jedoch fest, dass die von Zalando geprägte Geschäftsphilosophie – wie 100 Tage Rückgaberecht, Gratis-Rückversand – auch die Erwartungshaltung unserer Kunden verändert hat.

Diese Art von Business übt auf Sie also durchaus eine gewisse Faszination aus?

Absolut. Zalando mischt den Detailhandel auf und zwingt uns, unsere eigene Philosophie, aber auch unsere Verkaufsprozesse laufend zu überprüfen und nach Möglichkeit zu optimieren. Die Zukunft wird zeigen, ob Zalandos Geschäftsidee nachhaltig ist – denn irgendwann wollen auch die Zalando-Investoren Geld verdienen.

genmerk in der Gegenwart und wird aller Voraussicht nach auch unsere Zukunft sein. Nichtsdestotrotz glaube ich persönlich an die von uns eingeschlagene Multichanneling-Strategie. Einerseits ist unser Webshop ein «überdimensioniertes» Schaufenster, andererseits erschliessen wir uns mit dem Onlineverkauf einen neuen, überregionalen Absatzmarkt.

Kann in diesem Segment der Onlinehandel den klassischen Handel jemals total überholen?

Meiner Ansicht nach nicht. Der Onlinehandel ist jedoch schon heute ein ernst zu nehmender Mitbewerber. Zudem sind Kundenbedürfnisse unterschiedlich: Der eine will eine persönliche Beratung in einem Fachgeschäft, der andere sucht online möglichst rasch und unkompliziert einen Schuh. Für un-

Ganz allgemein kann man also festhalten: Der Onlinehandel boomt. Und trotzdem haben Sie im April 2013 in Herisau einen rund 900 Quadratmeter grossen Schuh- und Outdoormarkt eröffnet. Ein Wagnis?

Ja sicher. Und trotzdem war es für uns der einzig richtige Schritt, um unser Unternehmen auch für die Zukunft am Markt zu positionieren.

«Wir verkaufen zwar nach wie vor Schuhe, aber alle damit im Zusammenhang stehenden Prozesse haben sich zum Teil gewaltig verändert.»



Was hat Sie zu diesem Ausbauschritt bewogen?

Einerseits sind wir am alten Standort aus verschiedenen Gründen an die Kapazitätsgrenze gestossen, andererseits bin ich überzeugt, dass eine gewisse Grösse und die damit verbundene Angebotskompetenz für ein inhabergeführtes Detailhandelsunternehmen

«Von einem pensionierten Schuhhändler habe ich gelernt, dass die drei wichtigsten Wettbewerbsvorteile im Schuhhandel «Lage, Lage und Lage» sind.»

überlebenswichtig sind. Zudem ist ein gut frequentierter Standort – wie zum Beispiel die Alpsteinstrasse – matchentscheidend. Von einem pensionierten Schuhhändler habe ich gelernt, dass die drei wichtigsten Wettbewerbsvorteile im Schuhhandel «Lage, Lage und Lage» sind.

Welche Bilanz ziehen Sie bisher?

Wir sind mit dem Start sehr zufrieden. Dieser Ausbauschritt war jedoch mit viel Arbeit und grossem persönlichen Engagement verbunden.

Sie sprechen die Bedeutung der Lage an. Ist der Standort Herisau für einen solchen Betrieb wirklich geeignet?

Die Alpsteinstrasse in Herisau ist die meistbefahrene Strasse im Appenzellerland. Somit hat der neue Standort eine für uns nicht bezahlbare Werbewirkung. Man nimmt uns, oder vielleicht vor allem unser Verkaufsgebäude, auch überregional wahr. Zudem kompensieren die gute Erreichbarkeit, die kundenfreundliche Parkplatzsituation, unser vielfältiges Angebot und nicht zuletzt auch unser kompetentes Fachpersonal einen allfällig längeren Anfahrtsweg.

Wie gross ist der Konkurrenzdruck? Immerhin dürfte auch hier ein immenser Preiskampf herrschen.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass der Kuchen nicht grösser wird, sondern eurobedingt kleiner geworden ist. Der Preiskampf in der Branche ist sehr gross, insbesondere kämpfen wir mit unseren Lieferanten darum, im Vergleich zum grenznahen Ausland auch konkurrenzfähige Einkaufspreise zu erhalten. Aber schliesslich belebt ja Konkurrenz den Markt.

Mit Ihnen steht die dritte Generation an der Spitze des Unternehmens. Was haben Sie von Ihren Eltern und Grosseltern übernommen? Und was verändert?

Die von meinen «Vorfahren» gelebten Werte wie Integrität und persönliches Engagement, in Verbindung mit einem gesunden Mass an Gottvertrauen, haben mich persönlich geprägt und bilden auch heute noch die Basis unserer Geschäftsphilosophie. Ansonsten hat sich ziemlich vieles gewandelt: Wir verkaufen zwar nach wie vor Schuhe, aber alle damit im Zusammenhang stehenden Prozesse haben sich zum Teil gewaltig verändert.

War es für Sie immer klar, die Führung zu übernehmen?

Nein, es hat sich einfach so ergeben. Aber für mich war immer klar, dass ich – in welcher Form und Branche auch immer – selbstständig werden will.

Wie haben Sie sich auf diese Aufgabe vorbereitet?

Rückblickend bilden Kantonsschule, Bankausbildung, Auslandsaufenthalte, die Fachhochschule für Wirtschaft, aber auch der Militärdienst meinen persönlichen «Rucksack», der mich auf diese interessante Aufgabe vorbereitet hat.

Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 20 Mitarbeitende. Welche Ziele haben Sie für die Zukunft?

Einerseits befinden wir uns aktuell in einer Konsolidierungsphase, das heisst, wir sind dabei, unsere Strukturen und unsere Prozesse zu optimieren. Andererseits werden wir im September dieses Jahres unsere erste Filiale in Aadorf TG eröffnen.

Ist es auch denkbar, dereinst das Sortiment zu erweitern?

In diesem Zusammenhang steht weniger die Erweiterung unseres Sortiments im Vordergrund als eher die ständige Anpassung an die sich laufend verändernden Kundenbedürfnisse. Eines meiner zentralen Anliegen ist es nämlich, uns als Familienunternehmen auch in Zukunft – vor allem in Bezug auf unser Angebot – noch klarer am Markt zu positionieren.

Business unusual – der neue Infiniti Q50

Mit der neuen Sportlimousine Q50 bietet Infiniti nicht nur ein umfangreiches Paket innovativer Technologien, sondern auch attraktives Design für Business- und Privatkunden



Mit seinem frischen Look, der auf harmonische Weise Eleganz und Sportlichkeit verbindet, bietet der neue Infiniti Q50 eine anziehende Alternative für alle, die im Bereich der gehobenen Mittelklasselimousinen nach neuen Ansätzen suchen. Das jüngste Modell des japanischen Premium-Automobilherstellers, der seit September 2013 mit dem Infiniti Center St. Gallen auch in der Ostschweiz vertreten ist, wurde Ende des vergangenen Jahres lanciert.

Derzeit ist der Infiniti Q50 mit zwei Motorisierungen erhältlich: einem leistungsstarken Hybridantrieb und einem 2,2-Liter-Dieselmotor. Im Herbst wird die Motorenpalette um einen 2,0-Liter-Turbo-Benzinmotor erweitert.

Der sportliche Q50 Hybrid erreicht mit 364 PS nicht nur einen atemberaubenden Beschleunigungswert von 5,1 Sekunden, sondern sorgt durch das moderne Twin-Clutch-Hybridsystem mit Direct Response Technologie für eine effiziente Kraftstoffnutzung. Optional ist das Q50 Hybridmodell mit intelligentem Allradantrieb erhältlich.

Der Infiniti Q50 2,2d ist wahlweise mit manuellem 6-Gang-Schalt- oder 7-Gang-Automatikgetriebe verfügbar und zeichnet sich durch ein kraftvolles Drehmoment von 400 Nm aus. Dabei sorgt das 4-Zylinder-Dieselaggregat für moderate Verbrauchswerte und CO₂-Emissionen ab 114 g/km im kombinierten Zyklus.

Komfort auf allen Wegen

Sowohl im Privat- wie auch im Businessalltag ist der Infiniti Q50 ein perfekter Begleiter und bietet auf allen Strecken ein Höchstmass an Komfort. So werden auch lange Fahrten durch das luxuriöse Interieur, das innovative Sitzdesign und das grosszügige Platz-

angebot zum entspannenden Erlebnis. Durch ausgefeilte Bordtechnologien bleiben Fahrer und Passagiere stets mit der Aussenwelt vernetzt: Apps, E-mail, Navigation, Smartphone-Synchronisierung und vieles mehr lassen sich über die zwei Touchscreens des Infiniti InTouch Systems, aber auch mittels Sprachsteuerung intuitiv und sicher bedienen.

Für ein Plus an Sicherheit sorgt das optionale Infiniti Safety-Shield-Paket, das modernste Assistenzsysteme zur Unfallvermeidung umfasst.

Eine Weltneuheit im Infiniti Q50 ist Direct Adaptive Steering – die erste Steer-by-Wire-Lenkung in einem Serienfahrzeug. Dabei werden die Lenkbefehle elektronisch auf die Vorderräder übertragen. Unangenehme Lenkradvibrationen gehören damit der Vergangenheit an. Lenkkraft und Lenkübersetzung lassen sich nach Wunsch einstellen und abspeichern.

Im eleganten lichtdurchfluteten Schauraum des Infiniti Center St. Gallen arrangiert das Team von Auto Zollikofer AG nicht nur Probefahrten und Beratungsgespräche, sondern sorgt auch für perfekten Kundenservice und herausragende Gastlichkeit im Sinne der Philosophie von Infiniti.



INFINITI

Infiniti Center St. Gallen

Rorschacherstrasse 284, 9016 St. Gallen

T 071 282 10 11, www.infiniti-stgallen.ch

Leadership durch Exzellenz – Goldserie am BZWW

Als grösster Anbieter an Weiterbildung im Kanton Thurgau ist das Bildungszentrum Wirtschaft Weinfelden (BZWW) seit vielen Jahren bekannt. Das umfassende Angebot in den Bereichen Wirtschaft, Informatik, Sprachen und Persönlichkeit wurde im letzten Jahr um die «Goldserie» erweitert. Die exklusiven Seminare für Führungskräfte finden im Wellnesshotel Golfpanorama statt.

Die Anforderungen an Führungskräfte sind heute so vielfältig, dass es fast unmöglich ist, in allen Disziplinen zu glänzen. Mit einem gezielten persönlichen Management der eigenen Weiterbildung bauen deshalb Berufsleute in Kaderpositionen ihre Stärken aus und ihre Schwächen ab.

Wer trotz knapper Zeit Energie und Geld in eine Weiterbildung steckt, erwartet ein überzeugendes Programm, hochkarätige Dozenten und eine angenehme Lernumgebung. Genau das ist der Anspruch der «BZWW-Goldserie», die ausserhalb des Campus Weinfelden ausgetragen wird.

Schwerpunkte im Kursjahr 2014/15: Kommunikation, Führung und persönlicher Auftritt

Die Schwerpunkte der Goldserie werden jährlich neu festgelegt. Ganz entscheidend ist der hohe Praxisbezug, der bei allen Seminaren angestrebt wird. Die Teilnehmenden sollen im Laufe der Weiterbildung konkrete Lösungen entwickeln, die sie sofort im Betrieb umsetzen können. Ein Beispiel aus dem Seminar «Rhetorik für Führungskräfte» mit Dr. Mark Alder: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erarbeiten im Workshop eine eigene Rede – von der Idee bis zum Vortrag. Das Endprodukt ist pfannenfertig und sofort einsetzbar.

Hochkarätige Dozentinnen und Dozenten – spannende Themen

Sechs Themen prägen die Goldserie 14/15, vermittelt und moderiert von ausgezeichneten Referentinnen und Referenten.

«Traumrolle Chef – Führen von anspruchsvollen Mitarbeitergesprächen» wird geleitet von Stefan Häseli, Gewinner des internationalen deutschen Trainingspreises 2012/13 in Gold, Coach, Kabarettist und Buchautor. Im Vordergrund stehen das Erweitern der persönlichen Gesprächsführungskompe-

tenz, die Arbeit am persönlichen Stil, anspruchsvolle Führungsgespräche und der glaubwürdige Auftritt als Führungskraft in unterschiedlichen Rollen. Dazu gehört z.B. ein aktives Training von vorbereiteten und spontanen Kommunikationssituationen im Führungsalltag. Das Seminar dauert zwei Tage.

«Rhetorik für Führungskräfte» mit dem mehrfachen Schweizer- und Europameister in Rhetorik, Dr. Mark Alder, zeigt den Teilnehmenden unter anderem auf, wie man die richtigen Worte findet und die anderen weglässt; wie man die Aufmerksamkeit der Zuhörer von Anfang an gewinnt und bis zum Schluss nicht mehr verliert; wie man Körper, Stimme und Bühne wirkungsvoll einsetzt und damit die Rede zum Leben erweckt. Das Seminar dauert einen Tag.

«Führen in Veränderungen – Kommunikation und Rollenmanagement» mit Tanja Kernland und Kathrin Rutz, beide unter anderem lehrende Transaktionsanalytikerinnen, befasst sich insbesondere mit Kommunikations- und Verhaltensmustern und zeigt Handlungsalternativen auf. Dazu werden sogenannte mentale Landkarten und verschiedene Modelle aus der Transaktionsanalyse reflektiert. Das Seminar dauert zwei Tage.

Das Seminar «Der überzeugende Auftritt» wird von Ex-Tagesschau-Moderatorin Beatrice Müller geleitet. Vor Publikum und/oder Medien überzeugend, glaubhaft und sympathisch wirken ist keine Frage des Talents. Beatrice Müller zeigt unter anderem, wie man sich richtig vorbereitet, Lampenfieber überwindet und schwierige Fragen souverän beantwortet. Praxisübungen vor einer Fernsehkamera runden das zweitägige Seminar ab.

Medienstar und Bestseller-Autorin Tatjana Strobel leitet das zweitägige Seminar «Die hohe Kunst der Selbstdarstellung: Formel Ich!». Sich in den Vordergrund



Dozentin in der Goldserie des BZWW: Ex-Tagesschau Moderatorin Beatrice Müller.

stellen, Aufsehen erregen, seine Stärken in Worte kleiden und nach aussen tragen – das ist nicht gerade jedermanns Sache. Wie lässt sich das enge Korsett aus Selbstzweifeln, Bescheidenheit und Anpassungsfähigkeit ein für alle Mal sprengen? Tatjana Strobel lässt die Teilnehmenden ihre Authentizität und Einzigartigkeit entdecken und verhilft mit Tipps und Praxisübungen zur überzeugenden Selbstdarstellung.

Führen und geführt werden sind die Themen, die Prof. Klaus Withauer in seinem Zweitages-Seminar «Führen mit Persönlichkeit und individuell passendem Führungsstil» unter die Lupe nimmt. Mit der geballten Erfahrung aus 42 Jahren Führung und Management weiht der erfolgreiche Buchautor die Kursteilnehmenden in sein Erfolgsrezept für authentisch-überzeugende Führung ein.

Attraktives Gesamtpaket in inspirierender Umgebung

Wer effizient lernen will, muss sich wohlfühlen. Die Goldserie ist deshalb besonders attraktiv verpackt. Alle Anlässe finden im Wellnesshotel Golfpanorama in Lipperswil statt. Das weitläufige 4-Sterne-Superior-Hotel mit grandioser Aussicht auf die Schweizer Alpen und 55 Zimmern bietet hochstehende Gastronomie. Kursteilnehmerinnen und Kursteilnehmer können die Dienstleistungen zu Sonderkonditionen nutzen und ihren Bildungsaufenthalt mit Freizeitaktivitäten bereichern.

Termine und Details

Die Seminare sind auf der Website wbbzww.ch/gold detailliert beschrieben. Anmeldungen sind online oder via Telefon 058 345 75 75 möglich.

Von Preisen, Jubiläen und Erfolgsmeldungen

Die Carlos Martinez Architekten AG holt sich den Gesamtsieg. Die Konform AG schaffte einen aussergewöhnlichen Messestand. Und auch für Jungunternehmer soll es im Thurgau künftig Auszeichnungen geben.



Auszeichnungen I

Am 23. Mai 2014 wurden in Luzern zum vierten Mal Firmen, Institutionen, Architekten und Bauherren ausgezeichnet, welche «die Architektur als Marketinginstrument hochwertig und sinnvoll einsetzen», wie die Organisatoren den Zweck des «Awards für Marketing + Architektur» umschreiben. Von rund 60 Eingaben schafften es 26 Projekte in die Endrunde, die in acht verschiedenen Kategorien um den Award konkurrierten. Die Carlos Martinez Architekten AG aus Berneck holte sich mit dem Projekt «Stadtlounge St.Gallen» nicht nur den Kategoriensieg in der Sparte «Standortentwicklung», sondern ging am Event im KKL Luzern vor den rund 500 Gästen gleich auch noch als Gesamtsiegerin hervor. Die Begründung der Jury: «Die Stadtlounge St.Gallen ist ein hochwertiger, prägnant homogener Stadtraum mit unterschiedlichen Aufenthaltsqualitäten, ein öffentliches Wohnzimmer, das zum Verweilen einlädt, sich paradoxerweise nach aussen stülpt und sich mit den umgebenden Vierteln vernetzt. Sie verbindet auf vorbildliche Weise die beiden Facetten dieses Awards: Marketing für eine Stadt bzw. einen Platz mit hochwertigen architektonischen Ideen.»



Auszeichnung II

Auch ein Messestand der Konform AG aus Arbon wurde am 23. Mai 2014 mit einem «Award für Marketing + Architektur» ausgezeichnet: Das Unternehmen holte sich einen solchen in der Kategorie «Läden, Kundencenters, Flagship-Stores, Messebau, Prototypen, Showrooms, temporäre Bauten». Das Siegerprojekt ist ein 40 Quadratmeter grosser Stand, der das im Frühling 2012 neu entwickelte Corporate Design der Konform auch dreidimensional erlebbar macht. Zu sehen war er an der SuisseEmex'12.

Jungunternehmer

Der Verein Startnetzwerk Thurgau verleiht im laufenden Jahr erstmals den Thurgauer Jungunternehmerpreis «START award». Innovative Jungunternehmen können sich bis Mitte September darum bewerben. «Es handelt sich um ein Leuchtturmprojekt von Startnetzwerk Thurgau», sagte Daniel Hauri, der Präsident des im vergangenen Jahr gegründeten Vereins, in Weinfelden. Ziel des Vereins ist es, das Jungunternehmertum im Kanton zu fördern. Der Preis wird zweijährlich vergeben und ist mit 15 000 Franken dotiert, wobei der Sieger 10 000 Franken erhält. Das Projekt wird finanziell von der Thurgauer Kantonalbank und vom Kanton Thurgau unterstützt. Ebenfalls beteiligen sich die Industrie- und Handelskammer (IHK) Thurgau und der Thurgauer Gewerbeverband. Die Teilnahmebedingungen beschränken sich auf drei Punkte: Das Unternehmen muss seinen Sitz im Kanton Thurgau haben und am Markt aktiv sein. Die Gründung darf höchstens fünf Jahre zu-



rückliegen. Beurteilt werden die Bewerbungen von einer sechsköpfigen Jury. Zehn Unternehmen werden aus allen Bewerbungen für eine Präsentation vor der Jury ausgewählt. Drei Finalisten können sich am 6. November 2014 an einem Anlass in Amriswil vorstellen. Im Bild (von links): Marcel Räßle, Heinz Huber und Daniel Hauri stellten an einer Medienkonferenz den Thurgauer Jungunternehmerpreis vor. www.startnetzwerk.ch

Erfolgszahlen

Die Mehrzahl der Beteiligungsunternehmen der Rheintal-Assets AG hat sich 2013 erfolgreich entwickelt: Der Rheintaler Baggerhersteller Menzi Muck AG konnte sein Rekordergebnis 2012 im Berichtsjahr um weitere 13 Prozent steigern. Der Grossformatdrucker-Produzent swissQprint AG verzeichnete eine Umsatzsteigerung von 25 und eine Rendite von 22 Prozent. Trotz massivem Preisdruck konnte die Dietsche Montageprofis Holding AG ihren Umsatz leicht steigern und den Gewinn auf dem hohen Vorjahresniveau halten. Diese drei Unternehmen, die wesentlich zum Erfolg der Rheintal-Assets beitragen, werden Ende 2014 den neuen Industrie- und Gewerbebau Schützenwiese in Kriessern beziehen. Im Bild sind die Verantwortlichen der Rheintal-Assets AG zu



sehen (von links): VR-Präsident Wilhelm Klagian, Verwaltungsrat Roland Dietsche, Geschäftsführer Urs Schwenk und die Verwaltungsräte Franz Lässer und Claus Steurer.

Oehlers neuester Streich

Von wegen Ruhestand: Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG verkauft die zur STI Surface Technologies International Holding AG gehörende chinesische STI Precision Machining (Changshu) Co., Ltd. mit Sitz in Changshu (China) an die FFG Finanzierungs- und Factorings AG, Balgach, von Edgar Oehler.

Angebotserweiterung

Die International School St.Gallen (ISSG), die als einzige Schule in der Region das International Baccalaureate für 3- bis 11-Jährige (IB PYP) anbietet, baut fünf Jahre nach der Gründung ihr Angebot aus. Neu wird die internationale Schulbildung für die Region St.Gallen ab kommendem Schuljahr bilingual sein. Andrea Weigert-Langlois, seit 1. Mai 2014 bei der ISSG, übernimmt per 1. Juli 2014 als Head of School die Schulleitung der ISSG. Zur Intensivierung der Kunden- und Aussenkontakte hat Patricia Ruiz neu die Funktion einer Admission Managerin übernommen.

Jubiläum



Die Bühler + Scherler AG aus St.Gallen feiert 2014 ihr 30-Jahr-Jubiläum. Gefeiert wird zusammen mit den Kunden unter dem Leitgedanken des Jubiläums «unsere Welt – unsere Heimat». Geschäftsführer Thomas Bischofberger betont: «Wir nutzen diese Gelegenheit sehr bewusst, um uns für die wertvolle Zusammenarbeit in aller Welt zu bedanken. Ohne unsere Kunden könnten wir diesen Geburtstag nicht feiern.» Drei Kundenanlässe «Bodensee & Art», «Kronberg & Tradition» und «St.Gallen & Whisky» bieten einen Rahmen, um Freundschaften zu pflegen und neue Beziehungen aufzubauen.

*Die work-shop Personalberatung
setzt auf Vertrauen, Nachhaltigkeit,
Nähe, Seriosität und Kompetenz.*



work-shop: Nachhaltig, engagiert und qualitätsbewusst

Geht es um das Thema Personalvermittlung, gehört «work-shop» mit Sicherheit zu den bekanntesten Anbietern in der Ostschweiz. Hinter dem Erfolg stecken 20 Jahre unablässige Aufbauarbeit. Auch wenn die Zahl der Niederlassungen und Angestellten seit dem Start laufend gestiegen ist: An der Philosophie des Unternehmens hat sich bis heute nichts verändert. Als Schnittstelle zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer setzt work-shop auf eine persönliche Beratung, eine enge Begleitung und ein konsequentes Qualitätsmanagement.

Text: Stefan Millius **Bilder:** Sabrina Schöni, Tiziana Secchi

Ob ein Unternehmen auf der Suche nach Mitarbeitern oder ein Arbeitnehmer auf der Suche nach einer neuen Herausforderung: Alle Beteiligten wünschen sich Werte wie Qualität, Zuverlässigkeit und Kontinuität. Firmen, die Personal vermitteln, sollten diese Werte deshalb selbst vorleben, um glaubwürdig zu sein. Diese Erkenntnis stand am Beginn des Wegs, den die work-shop Personalberatung seit der Gründung 1994 in Rorschach zurückgelegt hat. Peter Hollenstein wagte damals den Schritt in die Selbstständigkeit und erfüllte sich damit den Wunsch, unternehmerisch tätig zu sein. Schon nach kurzer Zeit

Andreas Leumann und Urs Müller schildern, wie es work-shop geschafft hat, in diesen zwei Jahrzehnten sich selbst treu zu bleiben und kontinuierlich zu wachsen. «Wir haben keine bewusste Expansionsstrategie verfolgt», sagt Roland Gut, und Peter Hollenstein ergänzt: «Eine neue Niederlassung haben wir immer nur dann eröffnet, wenn es sich im Netzwerk so ergeben und es menschlich und fachlich gepasst hat.»

Solche Gelegenheiten hat es in der Vergangenheit offensichtlich immer wieder gegeben. Denn 20 Jahre nach der Gründung wird bald Standort Nummer 10 den Betrieb aufnehmen. Den Sprung über die Grenze nach Deutschland hat work-shop zudem schon vor einigen Jahren erfolgreich gewagt. Der Fokus der Tätigkeit liegt allerdings historisch bedingt in der Ostschweiz. Die Nähe zu den Kunden – Arbeitgebern und Arbeitnehmern – sei auch oder sogar gerade in der Zeit virtueller Kontakte nach wie vor wichtig, sagt Andreas Leumann: «Unsere Branche lebt von Vertrauen, und das erwirbt man sich im direkten Kontakt von Mensch zu Mensch.» Entsprechend, so Cornel Fürer, verstehe sich work-shop nicht als «Lieferant», sondern als Partner seiner Kunden.

Langjährige Beziehung

Die starke Marktpresenz ist ein unschätzbarer Vorteil bei der Suche nach dem richtigen Personal. Nähe ist jedoch nicht etwa nur geografisch gemeint, sondern auch im personellen Bereich. Dank einer sorgfältigen Personalsuche und vorteilhaften Arbeitsbedingungen herrscht bei work-shop in den eigenen Reihen eine grosse Kontinuität. Viele der Personalberater sind seit Jahren an Bord, insgesamt – so wur-

Hinter den Kulissen ist bei aller Beständigkeit vieles doch nicht mehr wie in der Anfangsphase. Dafür gesorgt haben die ständig steigenden Anforderungen an die Branche.

folgten ihm gleichgesinnte Profis aus der Branche. Der Standort Rorschach war somit zwar der erste, blieb aber nicht lange der einzige. Sechs Jahre später bestand die Gruppe bereits aus fünf Niederlassungen, alle inhabergeführt und eigenfinanziert. Damit ist work-shop im Grunde ein Netzwerk aus Unternehmen unter dem Dach einer gemeinsamen Marke – und mit gemeinsamen Grundsätzen.

Kontinuierlich gewachsen

«Vertrauen, Nachhaltigkeit, Nähe, Seriosität, Kompetenz»: Im Gespräch mit fünf der «Köpfe» hinter der Gruppe sind es diese Begriffe, die immer wieder fallen. Peter Hollenstein, Cornel Fürer, Roland Gut,

Peter Hollenstein wagte 1994 den Schritt in die Selbständigkeit und erfüllte sich damit den Wunsch, unternehmerisch tätig zu sein.



Seit 1994 erfolgreich auf dem Markt

Im März 1994 wurde die «work-shop Personalberatung GmbH» in Rorschach gegründet. Schon ein Jahr später folgte der Standort St.Gallen. Wil, Weinfelden, Heerbrugg und Winterthur komplettieren die Liste der Schweizer Niederlassungen. In Deutschland ist work-shop in Dingolfing, Passau und Straubing aktiv. Die Gruppe beschäftigt rund 34 Personen. Weitere Informationen unter www.work-shop.ch.

de auf das Jubiläum hin ausgerechnet – vereinen sie 231 Dienstjahre. Das Ergebnis ist nicht nur geballtes Fachwissen; überdies können die Kunden auch auf eine langfristige Beratungsbeziehung zählen, wie das gerade bei sehr grossen Personaldienstleistern oft nicht der Fall ist.

Die starke Marktpresenz ist ein unschätzbarer Vorteil bei der Suche nach dem richtigen Personal.

work-shop, so Roland Gut, verstehe sich bewusst als Generalistin. Die Industrie, das Bauhaupt- und Nebengewerbe, metallverarbeitende Unternehmen oder solche aus dem Kunststoffbereich, traditionelle Betrieb und Hightech-Innovatoren: Sie und unzählige andere setzen auf die Experten für Dauer- und Temporärstellen, die von Heerbrugg bis Winterthur stets in der Nähe sind. Auch was die Grösse der Unternehmen angeht, herrscht bei work-shop Vielfalt. Betreut werden KMU ebenso wie grosse Firmen bis hin zu Konzernen.

Gestiegene Anforderungen

Hinter den Kulissen ist bei aller Beständigkeit vieles doch nicht mehr wie in der Anfangsphase. Dafür gesorgt haben die ständig steigenden Anforderungen an die Branche. Immer mehr gesetzliche Auflagen gilt es zu beachten, und die Kunden – Firmen ebenso wie Stellensuchende – haben grössere Erwartungen an die Personalberatung als dereinst. Auch Themen wie Arbeitsrecht und Arbeitssicherheit waren vor 20 Jahren noch in den Kinderschuhen und lösen heute grosse administrative Pflichten aus. Durch laufende interne und externe Weiterbildung sind die Personalberater stets auf dem aktuellen Wissensstand.

Auch die Führungsriege der work-shop legt einen hohen Massstab an sich selbst. Das betrifft nicht nur die fachliche Seite. Die sprichwörtliche Nähe zum Markt und den Menschen zeigt sich im gesellschaftlichen Engagement mit Aktivitäten zugunsten von diversen Vereinen und Organisationen in der Region. Dort bezahlt das Unternehmen übrigens auch seine Steuern, betonen die Unternehmer der Gruppe. Denn die Personalexperten von work-shop sind sich bewusst: Wir alle profitieren von einem florierenden Wirtschaftsstandort.

Gleichgesinnte, die hohe Massstäbe setzen. Die Profis von work-shop: v.l.n.r.: Peter Hollenstein, Roland Gut, Urs Müller, Peter Jerg, Andreas Leumann, Armin Löw, Fabio Lo Presti.



Jubiläumsfeier an Bord der «MS Sonnenkönigin»

Die work-shop Personalberatung feierte ihr 20-Jahr-Jubiläum zusammen mit Kunden, Partnern und Dienstleistern standesgemäss. Das Fest fand in einer der ungewöhnlichsten und spannendsten Eventlocations der Ostschweiz statt: An Bord der «MS Sonnenkönigin», dem Event- und Charterschiff. Die Gäste verbrachten einen einzigartigen Abend an Bord des Schiffs mit Blick auf die Kulisse, welche die drei Anrainerstaaten bieten. Mit diesem Erlebnis wollte die work-shop-Crew den Weggefährten der letzten 20 Jahre ein Dankeschön für das geschenkte Vertrauen aussprechen – und hat damit ins Schwarze getroffen.

Bilder: Sabrina Schöni



Neuer Maserati Store in St.Gallen

Anfang Juni hat der neuste Maserati Store an der Geissbergstrasse in St.Gallen (vis-à-vis Autozentrum West) eröffnet. Das Autozentrum West ist damit einer von 14 exklusiven Maserati-Stützpunkten in der Schweiz. Auf über 500 m² sind neben dem neuen Ghibli auch die aktuellsten Modelle GranTurismo, GranCabrio und Quattroporte zu bewundern.

Emotionen und Eleganz

Italienisches Design spiegelt auch die Einrichtung des Maserati-Stores wieder. Vom edlen Holz über das creme-farbige Leder bis zu den verchromten Accessoires. Auf der grösszügigen Präsentationsfläche in modernster LED-Beleuchtung zeigen sich die aktuellsten Maserati-Modelle von ihrer schönsten Seite.

Italienische Individualität

Wer sich einen Maserati leistet, kann ihn selbstverständlich ganz individuell gestalten. Eine spezielle Theke hilft bei der Auswahl von Lederfarbe, Cockpit-Auskleidung, Felgen, Steuerrad und Lackfarbe. Damit wird jeder Maserati vom exklusiven Sportwagen zum Unikat.

Maserati Ghibli – die 4. Modellreihe

Genussmomente sind kein seltener Luxus mehr, dank dem neuen Maserati Ghibli. Er vereint auf ein-

zigartige Weise Design, Dynamik und Komfort und bereits ab CHF 73 500.– erhältlich.

Die aussergewöhnliche Limousine überzeugt durch atemberaubende Fahrleistungen, sportliches Fahrverhalten und überragenden Komfort.

Auch als Diesel oder mit Allrad

Die Ghibli Reihe umfasst drei Modelle. Den sportlicheren Ghibli S mit 410 PS, auch als Allrad-Version Q4 erhältlich, den vielseitigen Ghibli mit 330 PS und den Ghibli Diesel, das erste Dieselfahrzeug in der Maserati Geschichte.

Der V6-Twin-Turbo-Motor mit 2,979 Litern Hubraum des Ghibli S ist für beeindruckenden Fahrspass geschaffen. Er entfaltet 410 PS (301 kW) bei 5500 Umdrehungen und erreicht im Modus Sport sein maximales Drehmoment von 550 Nm bereits bei 1750 Umdrehungen. Der Ghibli S beschleunigt von 0 auf





100 km/h in 5 Sekunden, die Spitzengeschwindigkeit beträgt 285 km/h.

Mit Vollgas in die Zukunft

Der Ghibli Q4 ist der erste Allrad-Maserati. Bereits nächstes Jahr soll aber der Levante folgen, der erste SUV von Maserati. Danach soll der Alfieri in Serie gehen. Er wurde pünktlich zum 100-jährigen Geburtstag von Maserati am diesjährigen Genfer Autosalon präsentiert und zeigt, auf welches Design Maserati in Zukunft setzt.

Auto-Zentrum West

Piccardstrasse 1, 9015 St.Gallen

Tel. +41 (0) 71 311 66 66, Fax +41 (0) 71 313 55 00

info@maserati-west.ch, www.maserati-west.ch



«Der Aktienmarkt ist reif für eine Sommerpause»

Wie geht es weiter an den Finanzmärkten? Besteht weiteres Aufwärtspotenzial? Und wie sollen sich Anleger angesichts Börsenhochständen und historisch tiefer Zinsen verhalten? Bernd Hartmann, Chefstrategie der VP Bank Gruppe, gibt einen Ausblick auf das zweite Halbjahr 2014.

Bernd Hartmann, die ersten Monate des Jahres deuten darauf hin, dass 2014 erneut ein sehr erfreuliches Anlagejahr werden soll. Wird diese Tendenz anhalten?

Sowohl Anleihen als auch Aktien verbuchten seit Jahresbeginn ansehnliche Zugewinne. Diese positive Entwicklung zieht sich nun mit kurzen Unterbrechungen schon seit mehreren Jahren hin. Allerdings bewegen wir uns heute auf Niveaus, wo es immer schwerer wird, attraktive Anlagemöglichkeiten zu finden. Die Kräfte hinter beiden Anlageklassen lassen nach, sodass die jeweiligen Aussichten unterschiedlich ausfallen. Das zweite Halbjahr dürfte somit schwieriger werden.

«Zweifelsohne steht China vor enormen Herausforderungen. Das bisherige Wirtschaftsmodell muss umgebaut werden.»

Überraschend ist vor allem, dass der allgemein erwartete Zinsanstieg bisher ausblieb.

Die Anleihenrenditen haben sich global sogar nach unten bewegt. Allerdings konnte man mit Schweizer Eidgenossen in den ersten vier Monaten beachtliche 2,4 Prozent erwirtschaften – obwohl oder vielleicht auch weil alle davon ausgegangen sind, dass die Zinsen nun nach oben gehen. Dies hat einmal mehr gezeigt, wie schwierig Zinsprognosen sind.

Eine selbstkritische Analyse eines Anlageprofis. Dann sind also Zinsprognosen nicht wirklich sinnvoll?

Doch. Unsere Kunden verfügen in der Regel über einen mittleren bis langen Anlagehorizont. Auch wenn es kaum möglich ist, den genauen Zeitpunkt eines Renditeanstiegs vorherzusagen, ist es wichtig zu wissen, ob auf mittlere Sicht ein Investment attraktiv ist.

Und wie lautet die Antwort?

Wenn man, wie wir, keinen Einbruch der Wirtschaft erwartet, dürften Staatsanleihen erstklassiger

Schuldner ein wenig lohnenswertes Investment sein. Ich gebe Ihnen ein kurzes Beispiel: Die Marktteilnehmer gehen davon aus, dass die Inflation in der Eurozone in den nächsten zehn Jahren rund 1,7 Prozent betragen wird. Deutsche Bundesanleihen mit gleicher Laufzeit rentierten Mitte Mai mit 1,3 Prozent. Real verliert der Anleger somit Geld. In der Schweiz ist die Situation ähnlich.

Warum sollten die Renditen ansteigen?

Aktuell haben die Notenbanken weiterhin einen starken Einfluss auf das Zinsniveau. Auch geopolitische Entwicklungen haben zuletzt eine wichtige Rolle gespielt. Im Jahresverlauf sollten jedoch fundamentale Faktoren an Einfluss gewinnen. Das aktuelle Wirtschaftswachstum spricht für höhere Renditen. Auslöser einer Trendwende könnte aber die Erkenntnis sein, dass sich die Deflationsängste nicht bestätigen. Doch selbst wenn die Renditen sich nach oben bewegen, wird das Zinsniveau für längere Zeit unterdurchschnittlich tief bleiben.

Tiefe Renditen und drohende Kursverluste trüben die Aussichten von soliden Anleihen. Sehen die Aussichten für die Aktienmärkte besser aus?

Seit mittlerweile über fünf Jahren steigen die Aktienmärkte. Das entspricht ziemlich genau der üblichen Dauer eines Bullenmarktes. Die Hausse ist somit sicherlich weit fortgeschritten, doch es gibt wenig Anzeichen, dass sie bereits vorüber ist. Die Investoren sollten jedoch auch hier nicht gierig werden. Vor allem auf kurze Frist ist nicht allzu viel zu erwarten, denn es fehlt an entscheidenden Impulsen. Der Aktienmarkt ist eigentlich reif für eine Sommerpause, dies würde den Börsen auch gut tun.

Sehen Sie mittelfristig wieder mehr Potenzial?

In den letzten beiden Jahren wurden die Aktienmärkte durch eine Neubewertung und die expansive Geldpolitik getrieben. Heute sind die meisten Aktienmärkte nicht mehr unterbewertet, und die amerikanische Notenbank normalisiert ihre Geldpolitik schrittweise. Die Unterstützung der bisherigen Kurstreiber



*Bernd Hartmann,
Chefstrategie und Leiter
des Investment
Research & Advisory
der VP Bank Gruppe.*

Zur Person

Bernd Hartmann ist Chefstrategie und Leiter des Investment Research & Advisory der VP Bank Gruppe. Er ist verantwortlich für makroökonomische Analysen, das Research von Währungen, Anleihen, Aktien und Alternative Anlagen sowie das Investment Advisory. Als Vorsitzender des Anlagetaktikausschusses ist er zudem verantwortlich für die taktische Positionierung der Vermögensverwaltungsmandate. Vor seinem Wechsel zur VP Bank war Bernd Hartmann als Aktien-Fondsmanager bei der Liechtensteinischen Landesbank tätig. Er hält einen Bachelor in Wirtschaftswissenschaften und einen Master in Finance. bernd.hartmann@vpbank.com

läuft also aus. Höhere Notierungen erfordern nun einen Anstieg der Unternehmensgewinne. Diese sind bisher vor allem ausserhalb der USA das schwächste Glied der Hausse. Potenzial für weitere Kursanstiege ist somit vorhanden, sollten die Unternehmensgewinne global anziehen, wovon wir ausgehen.

Im Vergleich zum relativ schwachen Wirtschaftswachstum seit der Finanzkrise haben sich die Unternehmensgewinne doch sehr achtsam entwickelt?

Die bisherigen Verbesserungen basierten in erster Linie auf einem strikten Kostenmanagement. Das Optimierungspotenzial ist heute jedoch grösstenteils ausgeschöpft. Umso wichtiger ist es nun, dass auch die Umsätze sich wieder verbessern. Die konjunkturellen Vorlaufindikatoren zeigen einen solchen Anstieg an.

«Die Investoren sollten nicht gierig werden. Vor allem auf kurze Frist ist nicht allzu viel zu erwarten, denn es fehlt an entscheidenden Impulsen.»

Enttäuschend entwickelten sich in den letzten beiden Jahren Anlagen in den Schwellenländern. Weshalb zählen sie nicht mehr zu den Lieblingen der Investoren?

Nach der Finanzkrise beruhten die Hoffnungen der Anleger stark auf den aufstrebenden Volkswirtschaften. Dann zeigte sich, dass nicht nur im Westen, sondern auch bei den Schwellenländern Reformbedarf besteht. Diese Erkenntnis hat viele Investoren enttäuscht – und sie haben ihre Bestände zunehmend verkauft. Anleger haben die Emerging Markets zunächst zu positiv gesehen, heute sehen sie sie wohl zu negativ.

China ist das wohl wichtigste Schwellenland. Aus dem Reich der Mitte erreichten uns zuletzt fast nur negative Nachrichten, wie beurteilen Sie dort die Aussichten?

Zweifelsohne steht China vor enormen Herausforderungen. Das bisherige Wirtschaftsmodell muss umge-

baut werden. Die chinesische Führung ist entschlossen, die Abhängigkeit der Wirtschaft von Exporten und Investitionen zugunsten des Konsums zu reduzieren. Dies wird zu tieferem, aber qualitativ besserem Wachstum führen. Der Umbau wird eine Gratwanderung. Viele haben heute Angst, dass es sich bei der derzeitigen Wachstumsabschwächung um den Vorboten einer harten Landung handelt. Wenn notwendig, kann und wird China aber gegensteuern.

Wie soll sich nun ein Anleger verhalten?

Die meisten Anlageklassen sind gut gelaufen, die grossen Zugewinne liegen vorerst hinter uns. Wirklich günstige und gleichzeitig aussichtsreiche Anlagen sind daher sehr rar geworden. Nur mehr Liquidität zu halten, ist aufgrund der tiefen Zinsen auch keine Option. Anleger müssen also gewisse Risiken eingehen, um die Kaufkraft ihres Vermögen zu halten. Umso wichtiger ist es, diese Risiken kontrolliert einzugehen, beispielsweise mit einem breit diversifizierten Portfolio.

Über das Unternehmen

Die VP Bank wurde 1956 gegründet und gehört mit über 700 Mitarbeitenden zu den grössten Banken Liechtensteins. Heute ist sie neben Vaduz und Zürich an weiteren fünf Standorten weltweit vertreten. Die VP Bank Gruppe bietet massgeschneiderte Vermögensverwaltung und Anlageberatung für Privatpersonen und Intermediäre. Aufgrund der gelebten offenen Architektur profitieren die Kunden von einer unabhängigen Beratung: Empfohlen werden sowohl Produkte und Dienstleistungen führender Finanzinstitute als auch bankeigene Investmentlösungen. Die VP Bank ist an der Schweizer Börse SIX kotiert und hat von Standard & Poor's ein «A-»-Rating erhalten. Die Bank verfügt über eine solide Bilanz und Eigenmittelausstattung. Ihre Hauptaktionäre sind langfristig ausgerichtet und garantieren dadurch Kontinuität, Unabhängigkeit sowie Nachhaltigkeit. www.vpbank.com

St.Galler Innovationsfähigkeit



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

Die Schweiz belegt international jeweils einen Spitzenplatz, wenn es um Innovationsfähigkeit geht. Auch der Kanton St.Gallen stärkt Innovationen, nicht mit Direktzahlungen, sondern vor allem mit verbesserten Rahmenbedingungen für Unternehmen.

Innovation ist für unsere grosse produzierende Industrie überlebenswichtig. Deshalb wurde 2013 das Forschungs- und Innovationszentrum Rheintal «RhySearch» gegründet. Dadurch erhält die regionale Wirtschaft einen rascheren Zugang zu den Kompetenzen ihrer Forschungspartner. Durch die enge Zusammenarbeit mit der NTB Buchs, dem CSEM, der Empa, der ETH Zürich und der Universität Liechtenstein werden auch neue Forschungsfelder erschlossen.

In diesem Sinn ist RhySearch ein neuartiges Zusammenarbeitsmodell. Die beiden Träger, der Kanton St.Gallen und das Fürstentum Liechtenstein, wollen «RhySearch» zusammen mit der Wirtschaft

und den fünf Forschungspartnern weiter entwickeln und bis 2018 zu einem attraktiven Forschungsnetzwerk reifen lassen. Schlussendlich soll sich RhySearch am Markt bewähren und konkrete Unternehmensbedürfnisse abdecken.

Kürzlich bewilligte die Kommission für Technologie und Innovation (KTI) ein mehrjähriges Projekt mit einem Gesamtvolumen von 1,7 Millionen Franken. Es geht darum, dass in Buchs ein Messplatz für die Analyse von optischen High-End-Schichten entsteht. Später soll «RhySearch» diese Messungen den Unternehmen als Dienstleistung verkaufen. Am Projekt sind 15 Partner beteiligt, darunter zehn Unternehmen aus der regionalen optischen Industrie.

Wie dieses Beispiel zeigt, arbeiten Unternehmen in der Forschung und Entwicklung vermehrt zusammen. Dies ist sinnvoll und wird aufgrund des steigenden Kostendrucks immer wichtiger!

«Es geht schon irgendwie»



Rolf Brunner,
Partner Continuum AG

Es ist keine neue Erkenntnis, dass sich auch erfolgreiche Klein- und Mittelunternehmen häufig nicht oder nur wenig mit Strategiefragen befassen. Ja, oft sind es gerade die besonders erfolgreichen und schnell gewachsenen Pionierunternehmen, die keine Zeit darauf verwenden, ihre Zukunft strategisch zu planen: Ganz einfach, weil die Gegenwart ihre volle Aufmerksamkeit fordert.

Im «Hier und Jetzt» leben mag für den einzelnen Menschen eine Option sein, für Unternehmen könnte es «tödlich» enden, wie ich es bei einem – erfolgreichen – Betrieb in der Ostschweiz hautnah miterleben konnte: Die Pioniergeneration gründete den Betrieb, der als Industriezulieferer mit dem Wirtschaftswachstum ebenfalls stetig grösser wurde. Das schöne Wetter hielt über Jahrzehnte an: Wozu braucht es da ein Management-Informationssystem, wieso sollte die Nachfolge langfristig und vorausschauend geregelt werden?

Inzwischen ist das (Wirtschafts-)Wetter unberechenbarer geworden, Investitionen in schöne Maschinen brachten in der Produktion zwar Umsatz,

aber nicht den erwarteten Ertrag, die Bank stellte die Kreditlimite infrage, ein Liquiditätsengpass entstand.

Plötzlich ist die Lebensleistung infrage gestellt und gefährdet. Und nun muss in der Krise in aller Eile je eine Strategie für die vier entscheidenden Bereiche entwickelt werden: Fürs Ich, für die Familie, für das Unternehmen und für das Vermögen. Nun, die Geschichte ist gut ausgefallen – zwei Generationen haben mit externer Unterstützung wichtige strategische Entscheide getroffen, die Bank finanziert weiter, die Arbeitsplätze sind gesichert.

Unternehmerinnen und Unternehmer dürfen das «Hier und Jetzt» geniessen, aber bitte lieber in der Freizeit. Im Unternehmen rächt es sich, sich immer nur dem Tagesgeschäft zu widmen und zu denken «Es geht schon irgendwie» – auch wenn man wie im beschriebenen Fall die Kurve am Ende doch noch (wenn auch knapp) kriegt.

www.continuum.ch

«Freude herrscht»

Vertreter der Bauherrschaft, der Berit Paracelsus Klinik AG sowie der Generalunternehmung HRS Real Estate AG haben am 10. Juni 2014 in Anwesenheit von zahlreichen Gästen aus Politik und Wirtschaft den Spatenstich für die Berit-Klinik vollzogen. Auf der Vögelinsegg entsteht ein Klinikneubau mit 80 Betten, vier Operationssälen, einer Tagesklinik sowie einem Therapiebad.

«Hier entsteht Grosses, das lässt einen nicht kalt», sagte Peder Koch, Direktor der Berit-Klinik, in seiner Ansprache bei schönstem Sommerwetter. Er freute sich sehr auf den Neubau, der sämtliche rechtlichen Hürden dank der tollen Kooperation aller Beteiligten in Rekordzeit genommen habe.

Unter den geladenen Gästen war auch Frau Landammann Marianne Koller-Bohl, die wohl die falsche Rede eingesteckt hatte, als ehemaliges Geschäftsleitungsmitglied der Berit-Klinik aber souverän improvisieren konnte: Als Teufenerin reue es sie zwar etwas, dass die Berit-Klinik aus Teufen wegziehe, sie freute sich aber sehr, dass sie im Kanton bleibe und sich in Speicher diesen wunderschönen Bauplatz sichern konnte.

Und Speichers Gemeindepräsident Peter Langenauer erinnerte sich an seine Freude im März 2011, als Direktor Peder Koch ihn den Entscheid für den

Standort Speicher telefonisch mitgeteilt hatte. «Der Baubeginn erfolge dann nach nur kurzer Planungszeit: Nachdem der Quartierplan «Vögelinsegg» im November 2013 vom Regierungsrat genehmigt wurde, lag die Baubewilligung für den Neubau bereits Anfang März 2014 vor.» Den Dankes- und Grussworten schlossen sich Architekt Jürg Keel (direco ag), HRS-CEO Martin Kull und Peter Schnitzler, Verwaltungsratspräsident der Berit Paracelsus Klinik AG, an.

In den beiden Obergeschossen der neuen Klinik sind die Patientenzimmer vorgesehen. Klinikverwaltung und Küche sind im Erdgeschoss beherbergt. Das Sockelgeschoss umfasst unter anderem die Physiotherapie mit Therapiebad, Sprechzimmer für Ärzte und die Radiologie. Die Tagesklinik, vier Operationssäle sowie die technischen Anlagen sind im ersten respektive zweiten Untergeschoss untergebracht. Ein öffentliches Panoramarestaurant rundet das Angebot ab.

Von links: Markus Kull, CEO und Inhaber HRS, Thomas Bold, VR-Mitglied Berit-Klinik, Jürg Keel, Architekt direco ag, Peter Schnitzler, VR-Präsident Berit-Klinik, Frau Landammann Marianne Koller-Bohl, Peder Koch, Direktor Berit-Klinik, Michael Hüppi, VR-Mitglied Berit-Klinik, Gemeindepräsident Peter Langenauer, Hans-Ueli Regius, VR-Mitglied Berit-Klinik.



NEUER CITROËN C4 PICASSO

www.citroen.ch



MIT JEDEM IHRER KINDER
SPAREN SIE **Fr. 400.-** MEHR.



VOLLAUSGESTATTET ab Fr. **24'500.-**

- Serienmässige Ausstattungen:** › Klimaanlage › Radio MP3 Bluetooth®
› 7-Zoll-Touchscreen › Panorama-Frontscheibe › 537 Liter Kofferraumvolumen
› Elektrische Handbremse › Programmierbarer Geschwindigkeitsregler und -begrenzer
› Reifendrucksensor

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



Angebote gültig für alle zwischen dem 1. Mai und dem 30. Juni 2014 verkauften Fahrzeuge. Angebote gültig für Privatkunden; nur bei den an der Aktion beteiligten Händlern. Empfohlene Verkaufspreise. Citroën C4 Picasso 1.6 VTi 120 Manuell Attraction, Verkaufspreis Fr. 26'500.-, Eintauschprämie Fr. 3'000.-, Fr. 23'500.-; **Verbrauch gesamt 6,3 l/100 km; CO₂-Emission 145 g/km; Treibstoffverbrauchskategorie D.** Abgebildetes Modell mit Optionen: C4 Picasso 1.6 THP 155 6-Gang-Manuell Exclusive, Verkaufspreis Fr. 39'000.-; **gesamt 6,1 l/100 km; CO₂ 142 g/km; Kategorie D. CO₂-Durchschnitt aller angebotenen Fahrzeugmodelle 148 g/km.** Eintauschprämie in Höhe von Fr. 3'000.- nur gültig bei Übernahme eines Fahrzeugs, das seit mindestens sechs Monaten auf den Namen des Kunden zugelassen ist. Steht kein altes Fahrzeug zur Übernahme zur Verfügung, wird die Eintauschprämie durch eine Cash-Prämie in Höhe von Fr. 2'000.- ersetzt. Kids' Bonus: Für den Kauf eines Citroën C4 Picasso oder Grand C4 Picasso wird für jedes Kind der Person, die den Kaufvertrag unterzeichnet, auf Vorlage des Familienbüchleins, des Familienausweises oder des Mutterschaftspasses eine Prämie in Höhe von Fr. 400.- gewährt. Die Kinder dürfen maximal 18 Jahre alt sein. Die Begrenzung der Anzahl Kinder liegt beim C4 Picasso bei 3 Kindern und beim Grand C4 Picasso bei fünf Kindern.



Citroën-Center

Bild • 9500 Wil • 071 913 33 66

www.vonrotz.ch

6 Marken / über 500 Fahrzeuge zur Auswahl / unverbindliche Probefahrten
Eintauschen / Finanzierung / Vorführwagen / Weitere Infos: www.vonrotz.ch



Auswahl und Erlebnis

Hanspeter von Rotz, Inhaber der Auto Welt von Rotz AG, Wil, über Neuerungen, die Autoentwicklung und Zukunftspläne.



Hanspeter von Rotz, haben sich die Erweiterung um vier Automarken und der Neubau gelohnt?

Ja. Die Entwicklung der neuen Marken lief gut an; wir konnten den Umsatz verdreifachen. Bei Citroën verzeichnen wir sehr gute Absatzzahlen, bei Suzuki sind wir schon auf Platz zwei in der Schweiz. Bei Mazda hatten wir Startschwierigkeiten, die sich nun gelegt haben. Bei Lexus haben wir einen Servicevertrag. Und: Wir haben die Anzahl Mitarbeiter von anfänglich 22 auf heute 50 erhöht.

Welches Rezept steht hinter diesem Erfolg?

Die Umstellung auf die Mehrmarkenstrategie: Der Kunde kann sich ein Modell aus vielen Marken aussuchen. Die Wahrscheinlichkeit, das passende Fahrzeug zu finden, ist daher sehr gross. Zudem verfügen wir über eine hohe Lieferbereitschaft dank über 550 vorrätigen Neuwagen. So sind wir der Zeit um fünf Jahre voraus.

Und welche Philosophie wird in der Auto Welt gelebt?

Unser Ansporn ist die Kundenzufriedenheit: Wir legen grössten Wert auf Freundlichkeit, kompetente Beratung und qualitativ einwandfreie Arbeit. Zusätzlich bieten wir dem Kunden ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis, Sicherheit – und Erlebnisse. Deshalb haben wir immer alle Neuheiten im Hause, und jederzeit stehen genügend Fahrzeuge zur Probefahrt bereit.

Auch beim Occasionscenter hat sich einiges getan...

Es ist nun mit einem Leitsystem versehen: Der Kunde fährt mit dem Auto durch und kann in einer Parking-

spur bei jedem Fahrzeug, das ihn anspricht, aussteigen und es begutachten.

Erweiterung, Vergrösserung, Verbesserung – wie gehen Ihre Leute damit um?

Mein Kader wächst mit seiner Verantwortung, entwickelt noch mehr unternehmerischen Geist und baut seine Kompetenzen kontinuierlich aus. Mehr Kompetenz und Verantwortung bringen mehr Freude an der Arbeit – ein Gewinn für alle!

Und wie sehen Ihre Mitarbeiter die Veränderungen?

Dank der Markenvielfalt lernen sie verschiedenste Technologien kennen. Dies bringt enorm viel Vielseitigkeit in ihren Alltag. Sie werden gefordert und gefördert. Denn unterschiedliche Technik erfordert permanente Weiterbildung. Wer weiterkommen will, ist bei uns am richtigen Ort.

Haben Sie weitere Pläne für die Zukunft?

Am 8. Mai hatten wir Spatenstich zu unserer neuen Color Welt. Der Erweiterungsbau umfasst Spenglerei und Lackiererei sowie Büro und Ausstellungsraum. Er soll im Sommer 2015 fertig sein.

Bei allen Diskussionen um den CO₂-Ausstoss: Wie sehen Sie die Zukunft des Automobils?

Die Menschen werden nicht mehr auf ihre Mobilität verzichten. Der Trend muss deshalb zur Null-Emissionen-Mobilität gehen. Der Hybridantrieb geht in diese Richtung. Ich sehe aber auch für sparsame Dieselmotoren eine Zukunft und, irgendwann, für Wasserstoff-Autos. Als Multimarkenhaus haben wir schon heute für Kunden, die ein besonders umweltfreundliches Auto suchen, diverse Angebote.



Networking im Grünen

Die SVC Golf Trophy ist eine Erfolgsgeschichte: Im Jahr 2009 veranstaltete der Swiss Venture Club in Blumisberg das erste SVC Golfturnier. Dank der starken Nachfrage sowohl auf Sponsoren- wie auch auf Teilnehmerseite wurde daraufhin 2010 die erste SVC Golf Trophy lanciert. 2011 und 2012 wurde die Turnierserie stetig ausgebaut. Mittlerweile hat sie sich als renommiertes Business-Golfturnier etabliert, das auf den schönsten Golfplätzen der Schweiz mit optimalen Networking-Möglichkeiten und einem perfekten Rundum-Service punktet. Der LEADER war Mitte Juni bei der SVC Golf Trophy in Erlen vor Ort. Tiziana Secchi hat für das Unternehmermagazin den Anlass bildlich festgehalten.





Logistik2000 AG setzt auf modernstes Flottenmanagement!

Die Logistik2000 AG, mit Ihrem top modern ausgestatteten Fuhrpark, optimiert ihre Routenplanung, senkt die Fahrzeugemissionen und bietet einen sicheren Arbeitsplatz.



Moderner und sicherer Arbeitsplatz

Der Logistiker setzt in seinem Fuhrpark nur modernste Fahrzeuge, welche immer top gewartet sind, ein. Aufgrund der neuen Flottenmanagement Technologie und der elektronischen Datenübertragung erübrigen sich Telefonate während der Fahrt, durch welche das Fahrpersonal vom Strassenverkehr abgelenkt wird. Die Lenkzeiten werden aufgrund der Routenoptimierung ebenfalls massiv reduziert, was wiederum zu einer verbesserten Arbeitsplatzsicherheit führt.

Vorteile für den Kunden

Die Vorteile für die Kunden liegen auf der Hand. Durch die Flottenoptimierung erreicht der Logistiker nachweislich schnellere Abhol- und Zustellzeiten. Der Dienstleister informiert den Kunden auf Wunsch in Echtzeit, wo sich seine Sendung gerade befindet. Der Ankunfts- und Abholzeitpunkt kann nahezu minutengenau berechnet werden. Der Kunde hat das gute Gewissen, dass seine Sendung mit modernsten Fahrzeugen und dem geringstmöglichen CO₂ Ausstoss transportiert wird.

Intelligentes Flottenmanagement

Durch die Echtzeitanzeige auf der virtuellen Strassenkarte sieht der Disponent jederzeit die genauen Standorte und Routenverläufe seiner Fahrzeuge am Bildschirm.

Ein neuer Transportauftrag wird auf elektronischem Wege immer jenem Fahrzeug zugewiesen, welches sich zum aktuellen Zeitpunkt am nächsten beim Zielort befindet.

Eine umfassende Auswahl an Reports ermöglicht einen kompletten Überblick über die Leistungsfähigkeit der Flotte.

Der Tour-Report (die Tageszusammenfassung) beinhaltet die Gesamtzeiten und Distanzen aller Touren, welche ein bestimmtes Fahrzeug oder auch die gesamte Flotte an einem Tag zurückgelegt hat.

Zusätzlich werden alle Details zum Kraftstoffverbrauch und dem ökologisch sowie ökonomisch, sinnvollen Umgang mit dem Fahrzeug übermittelt.

FAKTBOX

- reduzierter CO₂ Ausstoss.
- modernster Fuhrpark.
- sekundenaktuelle Sendungsüberwachung.
- kürzere Lenkzeiten.
- sicherer Arbeitsplatz
- ein Plus in der CO₂ Bilanz.

Genauere Informationen erhalten Sie bei:

Logistik2000 AG
Herr Arno Rhomberg
Wildenaustrasse 27
9444 Diepoldsau
rhomberg@logistik2000.ch
Tel. +41 71 747 1000
www.logistik2000.ch

**> Ihr kompetenter Partner
in Sachen Logistik.**

Schnell, zuverlässig, effizient und souverän ans Ziel.



**Logistik
2000** AG

Logistik2000 AG
Wildenaustrasse 27
CH-9444 Diepoldsau
T. +41 71 747 10 00
F. +41 71 747 10 09
info@logistik2000.ch
www.logistik2000.ch

in kürze

LEADER

› Patrizia Wachter

Die Regierungen des Kantons St.Gallen und des Fürstentums Liechtenstein wählten mit Patrizia Wachter und Hans Ebinger zwei weitere Mitglieder des Verwaltungsrates von RhySearch (Forschungs- und Innovationszentrum Rheintal).

› Rausch AG

Die Rausch AG in Kreuzlingen erhielt im Rahmen des 35. Pharmaziekongresses in Berlin die Auszeichnung «Bester Apothekenpartner» in Silber in der Kategorie Haarpflege.

› Sibylle Minder Hochreutener

Ueli Maurer hat als Vertreter des Bundesrates den ehemaligen Vizepräsidenten des Ruag-Verwaltungsrates Hans-Peter Schwald zum Vorsitzenden des Gremiums ernannt. Neben ihm wurde mit Sibylle Minder Hochreutener von der Fachhochschule St.Gallen FHS erstmals eine Frau in den Ruag-VR gewählt.

› Thomas Bieger

Nach der Wahl durch Senat und Universitätsrat hat die Regierung des Kantons St.Gallen die künftige Leitung (ab 1. Februar 2015) der Universität St.Gallen genehmigt. Rektor Thomas Bieger und Prorektorin Ulrike Landfester wurden in ihrem bisherigen Amt bestätigt. Als künftige Prorektoren wurden Lukas Gschwend und Kuno Schedler gewählt.

› Michael Hugentobler

Die St.Galler Kommunikationsagentur alea iacta baut ihren digitalen Fokus aus: Ab August 2014 konzentriert sich die alea iacta digital gmbh auf die Konzeption und Umsetzung digitaler und mobiler Kommunikationsstrategien und -kampagnen, eingebettet in integrierte Gesamtkonzepte. Inhaber und Geschäftsführer der neuen, vierten Gruppeneinheit ist der St.Galler Michael Hugentobler.

› ticketportal

Die langjährige Partnerschaft zwischen dem HC Davos und ticketportal wird um mehrere Jahre verlängert.

Die Moral der Moralisten

Moraltriefende Statements prägen den politischen Diskurs und die Diskussionen in der Gesellschaft. Moralapostel empören sich über alles und jedes. Mit wirklicher Toleranz haben sie allerdings nichts am Hut. von Roland Rino Büchel

Man misst mit einem neuen Massstab; die Skala reicht von gut bis böse. Gehörst Du zu den vermeintlich Guten? Oder zu den angeblich Bösen? Fleischesser schlecht, Körnlipicker und Grünzeugvertilger gut? Macho schlecht, Frauen- und Schwulenverstehler gut? Die Gesinnungsurteile dazu sind stärker als die Gesetze des Verstands.

Das Leben bietet unzählige Möglichkeiten, den Moralfinger zu heben. Der Gute findet es «bedenklich», dass der Gegner überhaupt eine «solche» Meinung haben kann. So wird die Diskussion im Keim erstickt, und der selbst ernannte Sittenrichter muss sich dem Wettbewerb der besseren Argumente nicht mehr stellen.

Der Moralist stellt sein Handeln in den Dienst einer höheren Sache. Am liebsten rettet er die Welt, mindestens aber die Menschheit oder die Natur. Aus seinem Selbstverständnis heraus kann er gar nicht verwerflich handeln. Wenn er argumentativ irrt, spielt es keine Rolle; er liegt ja moralisch «richtig».



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

Wurst, die Ikone der Moralisten

Seit ein paar Wochen muss das genial konzipierte Kunstprodukt Conchita Wurst als Ikone für Heerscharen von Moralisten herhalten. Dass ihr Sieg am European Song Contest schlicht und einfach der Triumph des geschicktesten Marketings und der besten Darbietung an einem durchgestylten Event war, wird bewusst übersehen. Dafür werden haufenweise politische Bekenntnisse für «Toleranz», «Menschenrechte», «sexuelle Vielfalt» und «Gleichberechtigung» in das Resultat hinein interpretiert.

Der homosexuelle Oberösterreicher Thomas Neuwirth dominierte die Show von A bis Z, weil er den Sängerinnen mit den grossen Brüsten und den kleinen Stimmen zeigte, «wo dä Bartli dä Moscht holt». Er war ihnen klar überlegen. Punkt. Für die Moralisten darf diese banale Feststellung nicht sein. Für sie geht es um Höheres: Endlich seien die Menschen «reif, einem Schwulen die Stimme zu geben», schwadronieren sie. Was für ein Unsinn – und was für eine Geringschätzung für Neuwirths Leistung!

Lust am Genuss

Auch wenn er seinen Künstlernamen kaum als Ode an die Bratwurst gewählt hat – Neuwirth hat eine augenscheinliche Lust am Genuss. Ich stelle mir deshalb genüsslich vor, wie viele Vegetarier-Moralisten er vor den Kopf stossen wird, wenn sie einmal erfahren, mit wie viel Freude er in einen Schübli, einen Cervelat oder, eben, eine Bratwurst beisst.

Die einen lieben die Würste. Die anderen verherrlichen die «Wurst». Dabei wollen sie uns ihre Ideale aufzwingen. Das könnte einem egal sein. Doch viele Moralisten sitzen in Parlamenten. Dort wollen sie per Gesetz regeln, welche Gesinnung für uns gut ist. Das hingegen kann uns definitiv nicht wurst sein.

Zürcher Verhältnisse

In «Downtown Switzerland» kommt langsam das ganze Ausmass der Intrige gegen Medizinhistoriker Christoph Mörgeli ans Licht. Nicht nur die Universität und der «Tagesanzeiger» sind darin verstrickt, sondern auch die kantonale Regierung. Die Treibjagd gegen einen politisch Andersdenkenden ist beispiellos in der Schweiz – weckt allerdings Erinnerungen an einen ähnlichen Fall in St.Gallen. von Stephan Ziegler

Nun hat eine unabhängige kantonsrätliche Untersuchungskommission bewiesen, was man schon ahnte: Die Zürcher Bildungsdirektorin Regine Aepli war an dem Komplott gegen den Medizinhistoriker Christoph Mörgeli beteiligt und forderte den damaligen Rektor der Universität Zürich, Andreas Fischer, auf, seinen Untergebenen Mörgeli hinauszuerwerfen – was dieser dann auch getan hat.

In einer bis anhin einmaligen Hatz gegen eine «Persona non grata» – sprich einen politischen Gegner – agierten die Zürcher Regierungsrätin und der Universitätsrat in einer unheiligen Allianz mit dem «Tagesanzeiger» und der «Rundschau» gegen den prominenten, aber in vielen Kreisen alles andere als beliebten SVP-Nationalrat mit dem Ziel, nicht nur seine Karriere, sondern auch seinen Ruf zu zerstören. Fast wäre ihnen auch Letzteres gelungen, nachdem sie Ersteres geschafft hatten.

Dabei hat diese «rote Brigade» die Zähigkeit Mörgelis offensichtlich unterschätzt; er liess sich nicht ohne Weiteres aus Amt und Würden mobben, wehrte sich mit Sukkurs der «Weltwoche» – und bekam nun eine späte Genugtuung, von der er sich allerdings nichts kaufen kann: Die Intrige wurde aufgedeckt, die Handlanger benannt – neben Aepli und dem Universitätsrat (u. a. CVP-Nationalrätin Kathy Riklin, inzwischen der Amtsgeheimnisverletzung angeklagt) spielte vor allem Mörgelis unmittelbarer Vorgesetzter Flurin Condrau (Drahtzieher; unterdessen degradiert) eine schmutzige Rolle, ebenso wie dessen Stellvertreterin Iris Ritzmann («Tagi»-Informantin; nun entlassen).

Doch wie so oft in der Schweiz, wenn üble Machenschaften aufgedeckt werden, passiert: nichts. Aepli streitet weiterhin al-

les ab, beisst um sich und klammert sich an ihren gutdotierten Posten, statt zum Schluss Grösse zu zeigen und ihren Sessel diskussionslos zu räumen. Condrau lässt sich noch immer von der Uni Zürich fürstlich entlohnen, und Riklin ist sich wie immer keiner Schuld bewusst. Einzig Ritzmann wurde geschasst – ein Bauernopfer der Uni.

Nun blickt man als St.Galler irritiert nach Zürich und freut sich einerseits, dass das Komplott gegen Mörgeli doch ans Licht gekommen ist. Andererseits bedauert man es, dass die Verantwortlichen nicht willens sind, die Konsequenzen aus ihrem Tun zu ziehen und ihre Posten zu räumen, so wie es Ex-Rektor Fischer getan hat. Und man fragt sich, ob auch in St.Gallen eine derartige Kampagne gegen einen unliebsamen politischen Gegner möglich wäre. Erinnerungen an den ehemaligen SVA-Direktor Linus Dermont werden wach, von dem man sagt, dass er 2010 durch die damalige Regierungsrätin Kathrin Hilber (SP) aus dem Amt gemobbt worden sei. Allerdings geschah dies ohne Unterstützung der Medien, die in St.Gallen eine ausgleichende Position einnehmen.

Das ungute Gefühl, dass Exekutivmitglieder ihr Amt missbrauchen können, um Gegner loszuwerden, bleibt bestehen. Auch darum wünscht man sich, dass der St.Galler Stadtrat weiterhin skandalfrei bleiben möge. Dafür bietet die bürgerliche Zusammensetzung offensichtlich Gewähr. Nach dem angekündigten Rücktritt von Fredy Brunner (FDP) wollen die Linken wieder einen Stadtratssitz erobern. Wenn sich aber alle bürgerlichen Parteien auf einen einzigen Kandidaten einigen, kann die bis dato gezeigte Stabilität mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit weitergeführt werden.



LEADER 7/2014

Magazin LEADER	MetroComm AG Bahnhofstrasse 8 Postfach 1235 9001 St.Gallen Telefon 071 272 80 50 Fax 071 272 80 51 leader@metrocomm.ch www.leaderonline.ch
Verleger:	Natal Schnetzer
Redaktion:	Marcel Baumgartner (Leitung) baumgartner@leaderonline.ch Dr. Stephan Ziegler Stefan Millius Daniela Winkler
Autoren in dieser Ausgabe:	Andrea Caroni, Jan Martel, Sven Bradke, Michael Götze, Peter Kuratli, Rolf Brunner, Roland Rino Büchel.
Fotografie:	Bodo Rüedi Tiziana Secchi Claude Stahel Esther Gloor
Herausgeberin, Redaktion und Verlag:	MetroComm AG Bahnhofstrasse 8 9001 St. Gallen Tel. 071 272 80 50 Fax 071 272 80 51 www.leaderonline.ch www.metrocomm.ch leader@metrocomm.ch
Geschäftsleitung:	Natal Schnetzer nschnetzer@metrocomm.ch
Verlags- und Anzeigenleitung:	Martin Schwizer mschwizer@leaderonline.ch
Marketingservice/ Aboverwaltung:	Verena Zäch info@metrocomm.ch
Abopreis:	Fr. 60.– für 18 Ausgaben
Erscheinung:	Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben
Gestaltung/Satz:	Tammy Rühli truehli@metrocomm.ch
Produktion:	Sonderegger Druck AG, Weinfelden

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

ISSN 1660-2757

metro
comm

NACHT

DES OSTSCHWEIZER
FUSSBALLS

Tickets und Lose
fussballnacht.ch

HAUPTPREIS
im Wert von CHF
25'000
in unserer
Tombola, u.v.w.m.

25|10|2014 | Olma-Halle 9.1 | St. Gallen

Sichern Sie sich Ihren Platz bei der dritten Nacht des Ostschweizer Fussballs. Erleben Sie tolle Unterhaltung mit Andreas Gabalier und die spannende Award-Verleihung. Die Erlöse des Abends und der Tombola kommen der Nachwuchsförderung, namentlich dem Projekt Future Champs Ostschweiz zugute.

Goldsponsoren



Initiatoren



Medienpartner



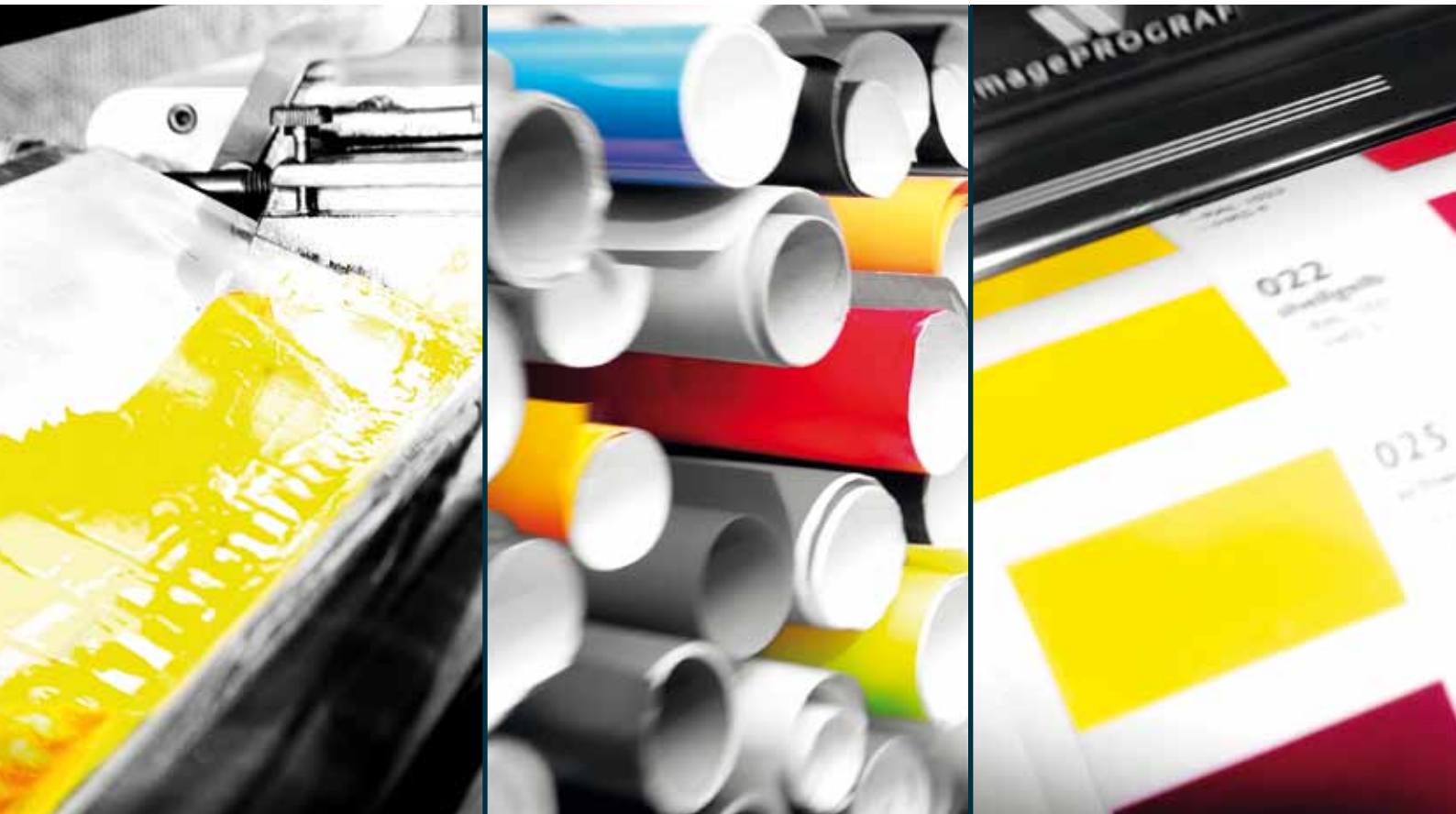
SONDEREGGER DRUCK
WEINFELDEN

GRAF DRUCK
FRAUENFELD

REPRO DESIGN
FRAUENFELD

REPRO DESIGN
WEINFELDEN

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



4 Firmen – Alles aus einer Hand.

Offsetdruck

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

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

Digitaldruck und Beschriftungen

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

Öffnungszeiten
Montag bis Freitag 8.00 bis 18.30 Uhr

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

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

Webshop für Drucksachen

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