



MASERATI



AUTOZENTRUM WEST

www.maserati-west.ch

Piccardstrasse 1 • 9015 St. Gallen • Tel. 071 311 66 66



Rico Kaufmann

Die Kaufmann Oberholzer AG zum Markt- leader geformt

Seite 24

Anwalt Matthias Schwaibold

Was ist privat, was öffentlich?

Seite 8

Fokus Leadership/Consulting

Gezielte Weiterbildungen und eine stetige Überprüfung der Ist-Situation machen eine gute Führung aus. Denn jeder Markt bewegt sich. Ein Blick auf Möglichkeiten, Chancen und Gefahren.

ab Seite 44



Logistik
2000 AG

logistik2000.ch



Druckluft – die bewegt

Prematic AG
Druckluft-Elemente
und Kompressoren
Märwilerstrasse 43
Postfach 77
CH-9556 Affeltrangen

Tel. 071 918 60 60
Fax 071 918 60 40
info@prematic.ch
www.prematic.ch

- Pneumatik-Zylinder/-Ventile/-Systeme
- Mobile Kompressoranlagen
- Kolben- und Schraubenkompressoren
für Gewerbe und Industrie
- Druckluft-Aufbereitung
- Druckluft-Zubehör
- 24-Stunden-Kundendienst

prematic
DRUCKLUFT-TECHNIK



Miserable Prioritätensetzung

Was bewegt die Schweiz? Wo liegen die drängendsten Probleme unserer Zeit? Nach dem vergangenen Sommer wissen wir es ganz genau: Die grössten Herausforderungen unseres Landes sind eine Bundeshaussekretärin, die sich auf Twitter auszieht, und ein Aargauer Nationalrat und Kleinstadtpräsident, der sexuelle Fantasien mit einer Bekannten per Smartphone austauscht. Das lässt eigentlich nur einen Schluss zu: Uns muss es wirklich hervorragend gehen.

Wir stehen ein Jahr vor den nationalen Wahlen. Unser Verhältnis zur EU, dem wichtigsten Handelspartner, ist auf dem Prüfstand. Eine ganze Reihe von Volksbegehren drängt darauf, wesentliche Pfeiler unserer freien Marktwirtschaft ins Kippen zu bringen, von der Einheitskrankenkasse bis zum bedingungslosen Grundeinkommen. In der Sozialpolitik reiht sich Brandherd an Brandherd, vom Zustand der AHV bis zu den vergeblichen Versuchen, Missbrauch zu eliminieren. Und wir diskutieren ernsthaft über Wochen hinweg nackte Haut und Fragen der Moral.

Natürlich gibt es im Rahmen der beiden erwähnten Sommerlochstorys durchaus interessante, diskussionswürdige Aspekte, die auch wir in dieser Ausgabe aufgreifen. Bis wohin reicht die Privatsphäre, wo beginnt die Öffentlichkeit? Das ist eine Frage, die auch Unternehmen betrifft. Dass aber private Fantasien von Politikern sämtliche wichtigen Fragen unseres Landes regelrecht aus den Medien herauskatapultieren, darf nicht sein.

Vielleicht müssen wir uns gelegentlich vor Augen führen, wozu die Medien eigentlich da sind. Eine verbreitete Definition lautet: Medien helfen dabei, dass Menschen wirtschaftliche, soziale, ökologische und politische Zusammenhänge begreifen, die Demokratie verstehen und so in der Lage sind, einen aktiven Beitrag zu leisten. Davon sind wir derzeit meilenweit entfernt. Die ganze Schweiz diskutiert die Zone unterhalb der Gürtellinie eines Politikers. National- und Ständeräte nehmen vor Kameras und Mikrofonen Stellungen zum Fall. Und unsere echten Probleme warten derweil geduldig draussen vor der Tür. Kein Problem, denn sie werden auch morgen noch dort sein.

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

Fitness & Spa

Event & Congress Center

Restaurant

Kids Care 24.7

Das visionäre
Work-Life-Balance
Office



WO ENTFALTUNG ZUM ERLEBNIS WIRD.

Nach welchen Richtungen wollen Sie sich entfalten? Nach allen natürlich, weil die Vielfalt im Leben zählt.
Der KOKON Corporate Campus ist der Ort, wo sich ganz neue Potenziale entpuppen können.
Das Umfeld mit Event & Congress Center, Fitness & Spa, Kids Care 24.7 und das Restaurant mit Alpenpanorama
ist wie geschaffen dafür. Mehr Informationen unter www.kokon-cc.li.

KOKON
CORPORATE CAMPUS



Erfolgsspur mit Leitplanken versehen

Pronto Reinigung AG

Seite 52

- 6 Die Stunde der Moralisten**
Was ist privat, was öffentlich?
- 8 Anwalt Matthias Schwaibold**
«Der beste Schutz ist,
gar kein Interview zu geben»
- 12 Anwalt Valentin Landmann**
Fiktive Fälle zur Beurteilung
- 18 M&A-Experte Rolf Staedler**
«Wer klug verhandelt, hat Zeit»
- 22 Nayla Stössel**
Die Unerschütterliche
- 24 Rico Kaufmann**
Kaufmann Oberholzer AG
zum Marktleader geformt
- 32 Verkauf der Vadian Bank AG**
«Sehr ähnliche Werte»
- 36 National- und Ständeräte im Fokus**
Zweiter Teil der Auslegeordnung
- 44 «Gipfeltreffen» von Nellen & Partner**
Keine Zukunftsprognosen
von Klaus Wellershoff
- 46 GDI-CEO David Bosshart**
An der Spitze fehlt die Motivation
- 59 Dominic Lüthi**
Den Wunsch-VR zusammenstellen
- 62 Christian Schimmelpfennig**
Neue Pfade mit der Universität Liechtenstein
- 67 myfactory**
Businesssoftware aus der Cloud
- 74 Networking-Tag**
Von weissen, gelben und roten Karten
- 76 ProOst 2014**
Karrierechancen in der Ostschweiz
- 79 Paddy Gloor, Webstobe GmbH**
Handschriftlich
- 81 Roland Rino Büchel**
Grüne Wirtschaft? Zuviel des Guten!

Die Stunde der Moralisten

Was ist privat, was öffentlich? Was eine theoretische Debatte sein könnte, wurde in diesem Sommer in Echtzeit an einem Politiker durchgespielt. Das Resultat ist wenig erbaulich: Den fortschreitenden Verlust des Privaten können wir damit nicht aufhalten, dafür durften selbsternannte Moralapostel das, was für sie «normal» ist, zum Standard erheben. Gewinner von «Gerigate» hingegen sind keine bekannt.

Text: Stefan Millius Bild: Archiv

Es ist manchmal ganz schön hart, ein Liberaler zu sein. Die persönliche Freiheit des Einzelnen als Grundsatz hochzuhalten und zu respektieren, ist ein makelloser theoretischer Ansatz. In der Praxis rebelliert dann und wann allerdings der Magen. Denn die meisten von uns sind keine fleischgewordene Ideologie auf zwei Beinen. Wir haben individuelle Vorstellungen über Moral und Sitte, ob anerzogen oder selbsterworben. Wir haben persönliche Interessen, bei denen uns dann und wann die Toleranz, die uns der Liberalismus aufzwingt, im Wege steht. Diese Momente sind die Probe aufs Exempel: Sind wir bereit, auch dann an unseren Prinzipien festzuhalten, wenn wir eigentlich ganz gerne eine Ausnahme machen würden?

Ein Leben, das ausnahmslos entlang den von der Gesellschaft vorgegebenen Linien verläuft, kann keiner 80 Jahre lang durchstehen.

Der Fall eines Antiliberalen

Der Fall Geri Müller ist diese Probe aufs Exempel. Frisch ab Presse wurde uns jemand ans Messer geliefert, den viele von uns – im übertragenen Sinn – gerne in dieses Messer rennen lassen würden. Der Badener Stadtpräsident und Aargauer Nationalrat ist kein Liberaler. Seine Partei, die Grünen, predigt nimmermüde den flächendeckenden Einsatz des Staats als Regulator. Die Umwelt, sprich die Welt, muss vor uns Menschen geschützt werden, und weil wir uneinsichtig sind, geschieht das entweder durch mehr Regeln oder durch schleichende geistige Um-erziehung. Die nächste oder übernächste Generation soll dann bereits so weit sein, dass sie es verinnerlicht hat: Das natürliche Streben nach Wachstum ist «abtrainiert», die Freude an allem, was unter Umständen Spass machen könnte, ist abgetötet, die Verbots-gesellschaft ist perfekt. Geri Müller ist zwar ein unkonventioneller Grüner in dem Sinn, dass ihn sei-

ne Lust an Selbstdarstellung hin und wieder zu ungewohnten Positionen zwingt. Aber unterm Strich bleibt seine Politik wirtschaftsfeindlich, antiliberal, der Eigenverantwortung entgegengesetzt. Es gibt wenig Gründe, ihn zu verteidigen.

Es ist deshalb nur menschlich, wenn dem einen oder anderen bürgerlich Gesinnten das Herz in der Brust hüpfte, als «Gerigate» losgetreten wurde, die «Affäre» rund um Nacktbilder, die der Politiker und ein wesentlich jüngeres weibliches Gegenüber austauschten. Die Mixtur aus Bundeshaus, Nacktheit und öffentlich gewordenen geheimen Fantasien war für die Medien letztlich zu schön, um verschwiegen zu werden. Eine Zeitung brach den Bann, danach war es allen anderen möglich, sich ein bisschen mit-zusuhlen im Dreck. Medien, die sich angeblich nicht an der Kampagne beteiligen wollten, schrieben eben einfach, wie entsetzlich sie die anderen Medien finden – und breiteten in diesem Zug die ganze Geschichte doch auch noch aus.

Nivellierung der Medien nach unten

Es ist allerdings müssig, die Medien zu kritisieren. Sie funktionieren nach einer unheilvollen Mischung aus Pawlowschem Hund und Marktwirtschaft: Sie beginnen zu sabbern, sobald man ihnen den Knochen vor die Nase hält, und tritt dann die Belohnung in Form von wachsender Aufmerksamkeit ein, müssen sie die Sache weiterverfolgen. Die selbst auferlegten hehren Grundsätze der sogenannten vierten Gewalt spielen in der Realität längst keine Rolle mehr. Das ist nur logisch, nachdem die Medienhäuser heute auch Ticketverkäufer, Konzertveranstalter und App-Programmierer sind. Auf dem Weg zum Gemischtwaren-laden muss das Ur-Produkt, eine Zeitung, laufend angepasst werden. Die Nivellierung geschieht meist nach unten, selten nach oben.

Die Frage ist mehr, ob wir als Konsumenten das Spiel mitspielen. Ob wir die künstlich erzeugte Empörung mittragen. Ob wir uns rechtzeitig die wesentlichen Fragen stellen, oder ob wir sofort instinktiv und

präventiv losschreien, bevor wir uns Gedanken machen. Was ist denn wirklich im Fall von Geri Müller passiert? Zwei erwachsene Personen haben Fantasien ausgetauscht, beide – wenn auch vielleicht auf unterschiedliche Weise – waren davon er- oder ange-regt. Für die Übermittlung diente die moderne Technologie, ganz einfach, weil sie heute zur Verfügung steht. Das Ganze geriet ausser Kontrolle, zunächst auf einer rein persönlichen Beziehungsebene, dann wurden Dritte einbezogen, weil eine der beiden Personen psychisch an ihre Grenzen kam. Solche Geschichten spielen sich täglich ab, wir erfahren davon nichts. Mit gutem Grund. Es ist Teil der Privatsphäre, und im Jahr 2014 werden wir täglich Zeugen vom verzweifelten Kampf um das letzte bisschen, das von dieser übrig geblieben ist.

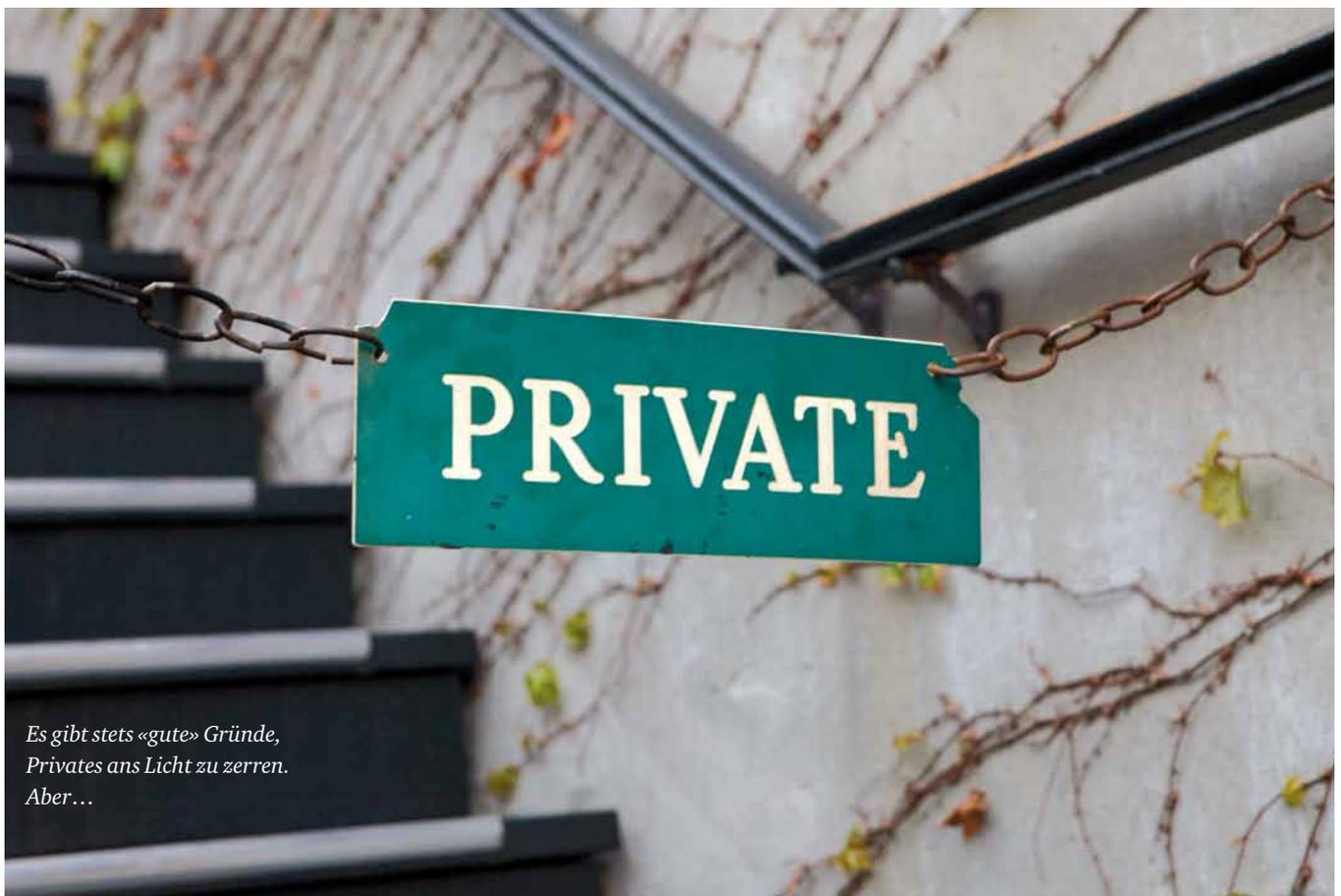
Frisch ab Presse wurde uns jemand ans Messer geliefert, den viele von uns – im übertragenen Sinn – gerne in dieses Messer rennen lassen würden.

Absurde Vorwände

Es gibt stets «gute» Gründe, Privates ans Licht zu zerren. Aber das meiste von dem, was verwendet wurde, um die Offenlegung dieser bestimmten Geschichte zu rechtfertigen, ist hanebüchen. Es spielt

beispielsweise keine Rolle, wo Geri Müller Fotos von sich machte oder wo er auf den «Senden»-Knopf drückte. In der Funktion eines Stadtpräsidenten wird die Freizeit zur Arbeitszeit und umgekehrt. Verlangt man von ihm, im Büro nichts Privates zu tun, könnte er umgekehrt berechtigterweise auf Samstagabende und Feiertage hinweisen, in denen der Stadtpräsident zu repräsentieren hatte.

Auch die Forderung, Politiker müssten moralisch einwandfreier handeln als das gemeine Volk, ist absurd. Niemand legt mit dem Amtseid seine menschlichen Triebe ab, und weshalb jemand, der gesetzgeberisch tätig ist, kein ausschweifendes Sexualleben führen dürfen soll, ist ebenfalls schleierhaft. Die mögliche Erpressbarkeit schliesslich, die man Geri Müller vorwarf, ist ein Witz. Wäre ein Schweizer Politiker wichtig genug, um in den Fokus von Erpressern zu geraten, so würden diese auch fündig werden. Ausnahmslos. Denn wir alle sind früher oder später erpressbar. Ein Leben, das ausnahmslos entlang den von der Gesellschaft vorgegebenen Linien verläuft, kann keiner 80 Jahre lang durchstehen. Wir haben alle unsere kleinen Schwächen, und ob sie sich in unheilvoller Weise entwickeln, hängt oft genug nur von König Zufall ab. Und auch vom Zufall hängt ab, ob sie nach aussen dringen. Denken wir daran, wenn wir beim nächsten Mal den Kopf schütteln über das ungebührliche Verhalten anderer.



*Es gibt stets «gute» Gründe,
Privates ans Licht zu zerren.
Aber...*

Anwalt Matthias Schwaibold:

«Das öffentliche Interesse ist nicht mit dem Interesse der Öffentlichkeit gleichzusetzen.»



«Der beste Schutz ist, gar kein Interview zu geben»

Medien benötigen Schlagzeilen. Dafür wird in jüngster Zeit auch Privates zur öffentlichen Angelegenheit erklärt. Im Extremfall kann dies eine ganze Existenz zerstören. Wie kann man sich – ob nun als Privatperson oder auch als Unternehmen – schützen? Im Gespräch mit Matthias Schwaibold, Gründungspartner der Anwaltskanzlei «Rutschmann Schwaibold Partner» in Zürich und Lehrbeauftragter für Informations- und Medienrecht an der Universität St.Gallen.

Interview: Marcel Baumgartner Bilder: Tiziana Secchi

Matthias Schwaibold, im Zusammenhang mit dem «Fall Geri Müller» sagte Verlegerpräsident Hanspeter Lebrument, dass etwas keine Privatangelegenheit mehr sei, sobald es an die Öffentlichkeit gelange. Was halten Sie von dieser Aussage? Werden damit nicht alle potenziellen Schlagzeilen-erbringer zum Abschuss freigegeben?

Journalistisch mag Herr Lebrument recht haben, juristisch ist es falsch. Das Recht stellt ja zivil- und strafrechtliche Schutzbestimmungen auf, die nicht nur ausnahmsweise eine Veröffentlichung verhindern sollen, sondern die vor allem nach einer Veröffentlichung wirksam werden sollen. Gerade weil in der Veröffentlichung die Verletzung besteht, kann man

Recht reagiert darauf nur zeitverzögert. Was ich nebenbei für ganz wichtig halte: Es darf nicht sein, dass die technischen und sonstigen Veränderungen das Recht sozusagen vor sich hertreiben. Deshalb gibt es auch jetzt noch eine Privatsphäre, aber der Einzelne hat beliebige Möglichkeiten, seine Privatsphäre der Öffentlichkeit preiszugeben. Wenn er will, dann soll ihn auch niemand daran hindern. Aber was ich einem begrenzten Kreis von Leuten mitteile, ist keine Mitteilung an die Weltöffentlichkeit und bleibt deshalb – immer rechtlich gesehen – zunächst einmal Privatsache.

Der «Fall Müller» zeigt bestens auf, wie Medien funktionieren. Es wird gegenseitig abgeschrieben und Informationen – auch Falschinformationen – verbreiten sich in Windeseile. Hat mit der erhöhten Informationsdichte die Sorgfaltspflicht der Medien abgenommen?

Im Augenblick, da wir dieses Interview führen, ist der Fall nicht zu Ende, sondern irgendwo am Anfang. Allerdings finde ich nicht, dass hier gegenseitig abgeschrieben wurde, im Gegenteil: Die diversen Medien haben sich erstaunlich schnell gegenseitig ergänzt. Und Falsches wurde bisher auch nicht verbreitet. Aber richtig ist: Der Fall Müller wurde in extrem kurzer Zeit zu einem richtig grossen Medienthema, keine Frage. Nicht die Sorgfaltspflichten haben abgenommen, aber die angewandte Sorgfalt. Eigentlich haben wir im Internetzeitalter noch dieselben Pflichten wie zu Zeiten des Bleisatzes – bloss haben die technischen Veränderungen und der globale bzw. eben globalisierte 24-Stunden-Newsbetrieb die Verhältnisse grundlegend verändert. Das hat zwangsläufig Einfluss auf das, was mit «Sorgfalt» zusammenhängt.

«Schützen kann man sich als Unternehmen so gut oder so schlecht wie andere.»

sich wehren. Aber es ist sicher richtig: Ungeschehen kann man die Dinge nicht mehr machen. Wäre auch rechtlich richtig, was Herr Lebrument sagt, dann könnte man sich in der Tat alle Überlegungen zum Persönlichkeitsschutz gegenüber Medien sparen und ein Schutz bestünde nur, solange man etwas erfolgreich geheim halten kann. Verlegerische und journalistische Wahrnehmung und rechtliche Regelung sind hier verschieden, das ist aber normal: Physik und Theologie sehen die Dinge ja auch anders.

Was ist denn heute – im Umfeld von Facebook, Twitter und Co. – effektiv noch Privatsache? Ist automatisch alles öffentlich, was ich als Statusmeldung meinen Freunden zum Besten gebe?

Die sogenannten «sozialen Medien» haben natürlich eine gewaltige Veränderung gebracht. Aber das

Durch solche Berichterstattungen kann einer Einzelperson, aber auch einem ganzen Unternehmen nachhaltig Schaden – auch finanzieller Natur – zugeführt werden. Schützen kann man sich kaum dagegen. Wie aber sieht es mit Schadensersatz aus? Der Betroffene kann ja nicht die halbe Medienlandschaft der Schweiz einklagen.

Theoretisch kann man nicht nur die halbe, sondern die ganze Medienlandschaft der Schweiz einklagen: Wenn alle Medien etwas Falsches geschrieben haben, kann der Betroffene auch gegen alle vorgehen. Aber erstens zeigt die Erfahrung, dass meistens nur wenige Medien echte Fehler verbreiten, und zweitens gelten Kosten-Nutzen-Überlegungen auch hier. Schützen kann man sich als Unternehmen so gut oder so schlecht wie andere: durch aktive Information, durch gute Beziehungen zu den Medien, durch rechtzeitiges internes Krisenkommunikationsmanagement. Und ausserdem müssen Journalisten ja bei «schweren Vorwürfen» vorher den Betroffenen anhören: Der Blattschuss ohne jede Vorwarnung darf eigentlich nicht stattfinden, und die Erfahrung zeigt: Er findet auch eigentlich nie statt.

Gibt es konkrete Beispiele, in denen ein geschädigtes Unternehmen mit einer Klage erfolgreich war?

Natürlich, Medienunternehmen haben in Einzelfällen schon Hunderttausende von Franken bezahlt. Namentlich bekannt ist die Zahl von 480 000 Franken aus einem Bundesgerichtsfall, den das Schweizer Fernsehen vor vielen Jahren verlor. Aber es gibt noch andere Fälle, durchaus.

«Viele grosse und erfolgreiche Unternehmer haben ihr Leben lang die Medien gemieden.»

Derselbe Chefreaktor, der den «Fall Müller» ins Rollen brachte, veröffentlichte vor Kurzem auch ein nicht autorisiertes Zitat vom Deutschen Bundestrainer Joachim Löw. Löw sagte in einem Gespräch, dass ein Rücktritt nach der Weltmeisterschaft «gut möglich» wäre. Diese Passage wurde von seinem Pressesprecher anschliessend nicht autorisiert und der Text entsprechend angepasst. Vier Monate später publizierte die Zeitung das Zitat dann doch. Wurde damit nicht ganz klar eine Vereinbarung gebrochen?

Ich schätze Patrik Müller als Person und Journalist und habe grosse Achtung vor seinem Erfolg als Chefredaktor der «Schweiz am Sonntag». Er hat ein wohlthuend entspanntes Verhältnis zu den Dingen, im konkreten Zusammenhang des Löw-Zitats ein wohl zu entspanntes: Wenn man sich schon auf das Gegenlesen von Interviews einlässt, wenn man Zitate absegnen lässt – wozu rechtlich keine Verpflichtung besteht! –, dann muss man sich auch daran halten. Der Gewinn der Weltmeisterschaft be-



Zur Person

Matthias Schwaibold (*1956) schloss sein rechtswissenschaftliches Studium mit dem Doktorat an der Universität Zürich ab. Danach trat er als Mitarbeiter in eine vorwiegend wirtschaftsrechtlich orientierte Kanzlei in Zürich ein, in der er 1991 auch Partner wurde. 2001 war er Gründungspartner der heutigen Kanzlei. Während Jahren war Schwaibold auch ausserordentlicher Ersatzrichter am Bezirksgericht Zürich in Zivil- und Strafsachen. Seit einigen Jahren hat er einen Lehrauftrag für Medienrecht an der Universität St.Gallen. Er ist Verfasser zahlreicher Publikationen nicht nur zu medienrechtlichen Themen.

rechtigte Patrik Müller sicher nicht, das Zitat nachträglich zu bringen. Aber er hat damit natürlich Löw keinen Schaden im rechtlichen Sinne zugefügt und es bleibt halt nur unanständig, das hinterher doch noch zu verraten. Daraus kann man keinen sinnvollen Rechtsfall machen, aber Herr Löw wird es sich merken und (vielleicht) anderen Kollegen sagen – und das könnte mittelfristig auf die journalistische Arbeit mehr negative Einflüsse haben als ein verlorener Prozess.

Patrik Müller argumentierte, dass es nach der WM jeder verkraften könne zu erfahren, was Löw ihm damals sagte...

Ich sage ja: Da verkennt Patrik Müller die Verhältnisse, aber ohne dass es direkte und sofort messbare Folgen hätte.

Nehmen wir die Sichtweise eines Unternehmers ein. Wie kann er sich vor einem Gespräch mit einem Journalisten am besten schützen, damit keine Informationen publiziert werden, die nicht an die Öffentlichkeit gehören?

Der beste Schutz ist, gar kein Interview zu geben, so einfach ist das. Viele grosse und erfolgreiche und reich gewordene Unternehmer haben ihr Leben lang die Medien gemieden, das ist eine Möglichkeit. Aber die dürfte einem Unternehmertypus entsprechen, der vermutlich langsam ausstirbt. Man kann – und in aller Regel halten sich dann die Journalisten auch daran – vorgängig Vereinbarungen treffen: Das heisst, der Text ist vor Drucklegung zur Autorisierung vorzulegen, die Korrekturwünsche sind zu be-

achten, der Rückzug des Interviews bis 24 Stunden vor Drucklegung kann vorbehalten werden – und anderes mehr. Irgendwann kommt man natürlich dann auch an die Grenzen dessen, was das Selbstverständnis des Journalisten und seine Berufsehre zulassen: Er will ja keinen Fremdtex und noch weniger einen Werbetext abdrucken, sondern ein Interview, das nicht von der PR-Abteilung fabriziert wurde. Wichtig ist: Man muss die Dinge vorgängig regeln und nicht erst hinterher. So kann der Journalist natürlich auch sagen: Wenn zu viel geändert wird, dann drucke ich nicht.

Gibt es Ihrer Ansicht nach klare Unterschiede in den Vorgehensweisen von typischen Regionalzeitungen und einer nationalen Zeitung wie etwas dem «Blick»?

Nein, das glaube ich nicht. Wenn man die Entscheidungen des Presserats ansieht, fällt allerdings auf, dass kleine Zeitungen häufig für grobe Fehler gerügt werden.

«Das Recht reagiert darauf nur zeitverzögert.»

Die Unternehmen haben in den vergangenen Jahren auf die neuen Umstände reagiert und – wo finanziell möglich – riesige Medienabteilungen aufgebaut. Sie haben in erster Linie zum Ziel, die Firma ins beste Licht zu rücken. Kann man salopp sagen, dass sich die gegnerische Mannschaft damit besser für den Kampf gegen die Medien aufgerüstet hat?

Kann man so sehen, mit durchaus nachteiligen Auswirkungen auf den Journalismus und die Glaubwürdigkeit der Medien: Je mehr der Leser Anlass hat zu glauben, dass ihm als Presstext in Wahrheit eine Propagandameldung vorgesetzt wird, desto schlechter ist es für die Medien, die dieses Spiel mitmachen. Aber auch die grösste interne Medientruppe kann – jedenfalls hoffe und glaube ich das – nicht verhindern, dass früher oder später tatsächliche Skandale

und echte Schweinereien, um es einmal deutlich zu sagen, aufgedeckt werden. Den «Gegenangriff» versuchen viele Medienhäuser ja neuerdings, mit eigenen Rechercheabteilungen zu lancieren.

Gerade kleinere Unternehmen schaffen es in diesem Umfeld kaum mehr, mit positiven Schlagzeilen einen Platz im Blätterwald zu bekommen. Gehen diese Nachrichten verloren?

Das kann ich jetzt ehrlicherweise nicht beurteilen. Ich möchte aber darauf hinweisen, dass «Schleichwerbung» und «versteckte Propaganda» eben nicht das sind, was guten Journalismus ausmacht, und auch die blossе Verbreitung von «Hofnachrichten» ist nicht die Aufgabe der Medien, wenn man sie richtig versteht. Deshalb überlegen sich wohl viele kleinere Unternehmen, ob es überhaupt wichtig ist, dass sie in der Zeitung stehen: Sie müssen ja bei ihren Kunden, ihren Abnehmern «gut» dastehen, das geht auch ohne jede positive Schlagzeile in einem lokalen oder überregionalen Medium. Das gilt natürlich gerade dann nicht, wenn der eigene Markt mit dem der Zeitungsleser übereinstimmt. Aber dann sollte man nicht versuchen, das eigene Inserat zum Zeitungsartikel zu machen, sondern beim Journalisten das Interesse zu wecken.

Noch einmal zurück zur Privatsphäre: Gibt es diesen Bereich grundsätzlich auch bei Unternehmungen? Oder gilt auch hier, dass alles von öffentlichem Interesse ist, sobald ich einen Mitarbeiter beschäftige?

Auch Unternehmen haben eine Privat- und Geheimsphäre, die grenzt sich halt etwas anders ab als bei natürlichen Personen, aber das ist kein kategorischer Unterschied. Auch das öffentliche Interesse ist kein anderes, wohl aber werden die Elemente, die in die Abwägung einbezogen werden, bei einer Maschinenfabrik andere sein als bei einer Kindergärtnerin. Das «öffentliche Interesse» ist so oder anders nicht mit dem «Interesse der Öffentlichkeit» gleichzusetzen, schon gar nicht mit der «Neugier» der Öffentlichkeit.

Anzeige

Begrünungen

individueller



Casa Verde Hydro + Innenbegrünung AG

Rorschacherstr. 308
CH-9016 St.Gallen
071 28 800 28 www.casaverde-ag.ch



«Offenbar ist die Affäre ein Element ihrer eigenen Work-Life-Balance»

Privat oder von öffentlichem Interesse? Der LEADER legte den beiden Zürcher Anwälten Matthias Schwaibold (siehe auch Interview in dieser Ausgabe) und Valentin Landmann fiktive Fälle zur Beurteilung vor. Während sie Schwaibold schriftlich beantwortete, gab Landmann seine Einschätzung am Telefon durch. Wichtig dabei: Die nachfolgenden Antworten sind nicht als Ergebnis einer subtilen juristischen Analyse zu verstehen, sondern sollen grob die Richtung zeigen, in die eine Entscheidung geht und welche Hauptüberlegungen massgeblich sind.

Umsetzung: Marcel Baumgartner **Bild:** Bodo Rüedi

Beispiel 1: Ein Unternehmer verkauft – verbote- nerweise – WIR-Geld gegen Schweizer Franken. Sein Angestellter erfährt davon. Von öffentlichem Interesse oder Privatsache?

Matthias Schwaibold: Eher von öffentlichem Interesse. Der Unternehmer verstösst ja gegen die Grundkonzeption des WIR-Geldes als «Nichtgeld», und Geschäftstätigkeit ist öffentlichkeitsgeneigt und gerade nicht Privatsache.

Valentin Landmann: Handelt es sich beim Unternehmer um einen Bauunternehmer, ist der Fall nicht uninteressant. Grundsätzlich ist es vertragswidrig, aber nicht hochbrisant.

Affäre ereignen sich rechtswidrige Dinge, beispielsweise wenn ihr Partner ein Minderjähriger wäre.

Beispiel 3: Der CEO eines börsenkotierten Unternehmens surft im Büro regelmässig auf einschlägigen Internetseiten.

Matthias Schwaibold: Eher Privatsache, aber eben: Zwischen Softpornos und Kinderpornos ist ebenso ein Unterschied zu machen wie zwischen weltanschaulich bloss fragwürdigen Seiten und solchen, die man im derzeitigen Umfeld sicher nicht mehr als unproblematisch bewerten kann (Genozid-Leugner- oder Djihadistenseiten etc.).

Valentin Landmann: Das ist eher Sache des Unternehmens, den CEO darauf hinzuweisen. Wenn der CEO einen Grosskonzern leitet, stundenlang Sexseiten konsumiert und sich allenfalls auch noch von seiner Sekretärin befriedigen lässt, dann wird es langsam interessant. Sie sehen: Es benötigt immer noch weitere Elemente, damit man entscheiden kann, ob etwas von öffentlichem Interesse ist oder eben nicht.

«Ist ein Politiker untreu, geht das im Normalfall niemanden etwas an.»

Beispiel 2: Eine Unternehmerin spricht gegenüber den Medien regelmässig davon, wie wichtig für sie die Work-Life-Balance und damit die eigene Familie sind. Was die Öffentlichkeit nicht weiss, ist, dass sie eine Affäre hat.

Matthias Schwaibold: Klarerweise reine Privatsache. Es ist ja kein Widerspruch, eine Affäre zu haben und zugleich die Work-Life-Balance zu betonen, vielleicht ist die Affäre ja für die Frau gerade ein entscheidendes Element. Und ob das mit ihrer Familie in Übereinstimmung zu bringen ist, ist einzig Sache zwischen den direkt Betroffenen.

Valentin Landmann: Offenbar ist die Affäre ein wichtiges Element ihrer eigenen Work-Life-Balance. Der Fall ist ganz klar Privatsache. Es sei denn, in der

Beispiel 4: Ein alleinstehender Politiker besucht im Ausland Swingerpartys. Er tut dies ausschliesslich in seinen Ferien.

Matthias Schwaibold: Aus meiner Sicht unter allen Umständen reine Privatsache. Natürlich muss man sich überlegen, welche Folgen es hat, wenn es öffentlich wird – aber rechtlich gehört es zur sozusagen absolut geschützten Intimsphäre.

Valentin Landmann: Auch hier eine reine Privatangelegenheit. Wenn es sich beim Politiker jedoch um jemanden handelt, der sich öffentlich vehement für ein Verbot von Swingerclubs starkmacht, sieht es wieder anders aus. Auch ein Politiker, der ein Pros-



Rechtsanwalt Valentin Landmann lebt in Zürich und St.Gallen. Er ist besonders als Anwalt von Hells Angels, Prostituierten, Neonazis und anderen Randgruppen bekannt geworden.

Mit dem Förderprogramm Energie und Geld sparen.



Thurgauer Energie-Fitness für Gewerbe und Industrie

Die EKT belohnt mit dem Förderprogramm «Thurgauer Energie-Fitness» Unternehmen, die ihren Gesamtenergieverbrauch innerhalb von drei Jahren um 15 Prozent senken. Zugelassen sind Firmen mit Standort im Thurgau, die jährlich mindestens 100 000 kWh elektrische oder 1 Mio. kWh thermische Energie verbrauchen. **Jetzt anmelden und dauerhaft von tieferen Energiekosten profitieren.**

Anmeldung: www.ekt.ch/energie-fitness

Information: Telefon 071 440 66 40, E-Mail: energie-fitness@ekt.ch

ekt
energie thurgau

titionsverbot propagiert, aber selber ins Puff geht, wird zu einem öffentlichen Fall.

Beispiel 5: Ein Politiker rammt im betrunkenen Zustand mit dem Auto eine Strassensperre. Die Polizei wird aufgeboten. Jedoch wird die Beifahrerin als Verursacherin genannt.

Matthias Schwaibold: Selbstverständlich von eminentem öffentlichen Interesse: Hier werden gleich von beiden Beteiligten Straftaten begangen – dem Politiker (Strassenverkehrsdelikte) und der Beifahrerin (Begünstigung).

Valentin Landmann: Ganz klar von öffentlichem Interesse. Das ist ein Vorfall, von dem die Öffentlichkeit erfahren muss – gerade weil es sich dabei um einen Politiker handelt.

Beispiel 6: Der Chef einer grossen Bank hat aufgrund seiner regelmässigen Gänge ins Casino immense Spielschulden.

Matthias Schwaibold: Eher von öffentlichem Interesse, denn seine private Finanzlage könnte auch einen – negativen – Einfluss auf sein Handeln als Banker haben (höhere Risiken, weil dadurch sein eigener Lohn steigt, Neigung zu «Insidergeschäften», um die private Finanzmisere zu beheben).

Valentin Landmann: Das könnte interessant sein. Vor allem natürlich auch wieder dann, wenn es sich beispielsweise um einen Börsenverantwortlichen einer Bank handelt, der öffentlich über «vorsichtige» Anlagemöglichkeiten spricht.

Beispiel 7: Im Dorf ist es bekannt, den Medien bisher noch nicht: Ein Nationalrat, verheiratet mit einer Frau, trifft sich privat regelmässig mit einem Freund. Es wird gemunkelt, dass er mit ihm eine sexuelle Beziehung hat.

Matthias Schwaibold: Auch nur Privatsache: Gehört zum Intimbereich, und solange der Freund nicht Mitglied einer «feindlichen» politischen Partei ist oder der Politiker deshalb erpressungsgefährdet ist, bleibt das die Sache der drei Betroffenen.

Valentin Landmann: Solange dabei nichts Illegales abläuft, ist das reine Privatsache. Spannend wäre der Fall, wenn es sich um einen exponierten CVP-Politiker handelt, der sich extrem für die Treue in der Familie und gegen Homosexualität ausspricht.

Zu fast jeder Frage – ausser beim betrunkenen Politiker – kann man also sagen «Es kommt darauf an ...». Es ist nicht immer ein klarer Entscheid. So ist es auch immer ein Ermessenentscheid der Medien, ob sie einen Fall öffentlich machen oder eben nicht. Ist ein Politiker untreu, geht das im Normalfall niemanden etwas an. Hat ein Diplomat Sex an seinem Arbeitsort, wird es zum öffentlichen Interesse. Natürlich kann man sagen, dass es nach wie vor Privatsache sei, wenn er in seiner «eigenen» Kammer herumferkelt. Aber der Blickwinkel ändert sich, wenn das Ganze an einem Amtssitz passiert. Geschieht es dort in der Toilette, ist es schon wieder eine andere Sache.

Working Poor – ein Schlagwort?

Die vollen Einkaufsstrassen und Parkplätze in Städten und Einkaufsparks täuschen nicht darüber hinweg, dass in der Schweiz über 130 000 Erwerbstätige von Armut betroffen und weitere 240 000 Personen von Armut gefährdet sind. Es sind v. a. Erwerbstätige ohne höhere Schulbildung und Alleinlebende mit oder ohne Kinder, aber auch Selbständige.

Die Armutsgrenze in der Schweiz liegt für Einzelpersonen bei rund 2200 Franken und bei Erwachsenen mit zwei Kindern bei gut 4000 Franken.

Was können wir tun? Der Bund hat im letzten Jahr vier Handlungsfelder definiert. «Bildungschancen für Kinder, Jugendliche und Erwachsene», «Soziale und berufliche Eingliederung», «Lebensbedingungen» sowie «Wirkungsmessung und Monitoring». Für die Umsetzung dieses nationalen Programms will der Bund rund 6,45 Millionen Franken ausgeben.

Aber dies allein genügt nicht. Auch die Kantone, die Gemeinden, die Arbeitgeber und auch die Arbeitnehmer sind gefordert. Das Absolvieren einer Erstausbildung oder Nachholbildung soll von ungelerten jungen und älteren Erwachsenen eigenverantwortlich angegangen werden. Wo notwendig, können die öffentliche Hand mit Stipendien, Arbeitslosengeldern oder Sozialhilfe unterstützen. Zudem existieren auch private Organisationen wie Stiftungen, welche zu diesem Zweck errichtet wurden.

Die Probleme können weder von den Betroffenen selbst noch von den Arbeitgebern und der öffentlichen Hand alleine gelöst werden. Nur im Zusammenspiel aller Beteiligten kann «Working Poor» erfolgreich bekämpft werden.



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

Wo regionale KMUnternehmer Zukunft schaffen.



Falls die
Aufträge da sind,
aber der Gewinn
noch auf sich
warten lässt.

Woran liegt es, dass die Gewinne trotz voller Auftragsbücher noch immer bescheiden sind? **Was muss sich ändern, damit sich der Aufwand auch finanziell lohnt?** Im RUZ werden Sie von KMU-Unternehmern begleitet, die aus eigener Erfahrung wissen, welcher Weg zum ganzheitlichen Erfolg führt.

Haben Sie genug davon, Schlichtungs- und Beratungsstelle für unzufriedene Mitarbeiter zu sein? Ärgert es Sie, dass so viel Leistungspotential nicht ausgeschöpft wird? **In unserem KMU-Unternehmer Netzwerk helfen Ihnen erfahrene Unternehmer, diese Situation positiv und nachhaltig zu verbessern.**

Club-Netzwerk

Für Neukontakte, Erfahrungsaustausch und Lebensqualität

KMU-Werkstätten

Begleitung und Unterstützung durch Unternehmer

Experten-Lehrgänge

Gezielter Kompetenz-Aufbau zum RUZ Themen-Experten



Oder falls die Konflikte in Ihrem Unternehmen die Produktivität Ihres Teams bremsen.

Wir verzichten auf Theorie-Übungen und gehen lieber konsequent lösungsorientiert vor. **Erfahrene und erfolgreiche Unternehmer helfen bei uns KMU-Unternehmern, die sich neue Impulse wünschen.** Und das zu Kosten, wie sie für KMU lohnenswert sind.

Das zweistündige Orientierungs-Gespräch mit unseren Begleitern – selbst KMU-Unternehmer – **ist kostenlos und unverbindlich.** Dabei erfahren Sie, was Sie weiterbringt. Diesen RUZ-Effekt für eine positive Zukunftsgestaltung gibt's nur bei uns. 071 – 388 62 00.



*M&A-Experte Rolf Staedler:
«Niemand hat etwas davon,
wenn Unternehmen
zu teuer angeboten werden.»*

«Wer klug verhandelt, hat Zeit»

Aufgrund seiner langjährigen Erfahrung in der Begleitung und Durchführung von M&A-Transaktionen sowie Unternehmensnachfolgen weiss Rolf Staedler, CEO der awitgroup ag in Arbon, worauf es bei diesem «Ablöseprozess» ankommt. Für ihn ist es ein Trugschluss zu glauben, dass Unternehmer zuerst auf soziologischer Ebene betreut werden müssen.

Interview: Marcel Baumgartner Bild: zVg.

Rolf Staedler, der Markt der Unternehmensweitergaben boomt. Kaum eine Bank, die sich hier nicht ein Stück vom Kuchen abschneiden möchte. Hinzu kommen zahlreiche Beratungsunternehmen, die mit «ihrem» Konzept den einzig gangbaren Weg versprechen. An wen sollte man sich – sobald man sich erste Gedanken über einen Firmenverkauf macht – als Erstes wenden?

Jeder Berater hat bestimmte Fähigkeiten, die in einem Nachfolgeprozess benötigt werden. Die Frage ist nur, in welcher Phase diese Skills gebraucht werden. Wichtig ist zu verstehen, dass es eine Fokussierung auf diesen Prozess braucht. Ein Berater kann diese Arbeit nicht einfach so nebenbei machen.

«Es gibt auch Unternehmen, die nicht verkauft werden können. Da stehen wir voll im Risiko.»

Unternehmer sind sich gewohnt, selber zu entscheiden, selber nach Lösungen zu suchen. Ist beim Prozess der Firmenweitergabe zwingend eine externe Unterstützung erforderlich?

Selbstverständlich gibt es Unternehmer, die den Nachfolgeprozess sehr erfolgreich alleine durchziehen und sich nur punktuell, beispielsweise zu steuerlichen Themen oder bei der Finanzierung, Unterstützung suchen. In aller Regel aber braucht es die Dritmeinung, Konzentration aufs Wesentliche und einen inspirierten Geist, um ihn dabei zu unterstützen. Es ist nicht zuletzt auch eine rein zeitliche Frage.

Nicht wenige Berater werfen hierbei die Unsicherheit bei den «weichen Faktoren» in die Schale. Gerade wegen dieser lohne es sich, einen «Vermittler» ins Boot zu holen...

Da bin ich der dezidierten Ansicht, dass gerade Unternehmer sehr resiliente Personen sind, die genau wissen, was sie machen wollen und sollen. Bei «weichen» Faktoren weiss niemand so genau, was gemeint ist, und diese sind dann letztlich auch nicht

messbar. Es ist einfach ein Märchen zu glauben, dass Unternehmer zuerst auf soziologischer Ebene betreut werden müssen. Es ist auch eine Frage der Augenhöhe. Ich empfehle in dieser Phase eine sachlich-nüchterne und vor allem ehrliche Analyse der Situation und auf Fakten basierende Entscheidungen. Gespräche über «weiche Faktoren» beim Kaminfeuergespräch gehören da eher zu den Glaskugeln.

Kann denn eine Firmenübergabe effektiv generalstabsmässig geplant und durchgeführt werden? Am Anfang des Prozesses gibt es ja doch noch einige unklare Komponenten.

Gerade weil sehr viele Themen parallel laufen, ist es wichtig, dass der geplante Ablauf sehr stringent und klar geführt wird. Das ist bis zum Closing eine der wichtigsten Aufgaben des Mergers&Acquisitions-Beraters. Eine gute Ordnung mit einer Planung auf verschiedenen Ebenen ist unabdingbar und gibt dem Nachfolger ein gutes Gefühl – gerade bei den unklaren Komponenten.

Wie stark beeinflusst der Charakter des Verkäufers den Prozess? Inwiefern muss die Chemie zwischen ihm und dem Experten stimmen?

Es ist vor allem eine Vertrauensfrage, die im ersten Gespräch entscheidend ist. Unterschiedliche Tempi, Verständnisprobleme und verschiedene Auffassungen von Ethik und Moral sind durchaus «Killerfaktoren», die eine Zusammenarbeit schwierig machen. Die Chemie muss daher stimmen. So anstrengend der Ablösungsprozess auch erscheinen mag, wenn die Charaktere zusammenpassen, stimmt schon einiges. Oftmals steuern wir unsere Vorgehensweise genau um 180 Grad in die andere Richtung: Zuerst wer, dann was, dann wie.

Aber in der entscheidenden Phase sitzen dann die Anwälte von Verkäufer und Käufer am Tisch und suchen nach dem gemeinsamen Nenner.

Ja, das kann sein – ist aber nie erstrebenswert. Ich versuche, den gemeinsamen Nenner schon viel frü-

Beratungsdienstleistungen – garantiert individuell



Mit **Ausdauer** und **Ehrgeiz** arbeiten wir daran, zu den Besten zu gehören.

Unsere erfahrenen **Wirtschaftsprüfungs-, Rechts-, Treuhand- und IT-Spezialisten** bieten Ihnen starke Leistungen, die Sie spürbar entlasten.

Testen Sie uns – wir sind bereit!

OBT AG

Rorschacher Strasse 63 | 9004 St.Gallen | Telefon 071 243 34 34

Executive School of Management,
Technology and Law (ES-HSG)



Universität St.Gallen

Management von Wachstum in Technologieunternehmen (TU-HSG)

8 Modulwochen: Unternehmensentwicklungskompetenz, Sozial- und Persönlichkeitskompetenz,
Betriebswirtschaftliche Fach- und Führungskompetenz

Start: 18. Mai 2015 | Ende: 28. Okt. 2016

„Das TU-HSG ist nicht nur vom Namen her perfekt auf Führungspersonen im technischen Umfeld abgestimmt. Die Lerninhalte werden von hervorragenden Dozenten sehr praxisnah, hochstehend und stets mit dem Blick auf den Gesamtkontext vermittelt. Der Transfer in die Praxis gelingt somit sehr einfach. So habe ich mich jeweils sehr auf die folgenden Module gefreut und war gespannt, was ich wieder alles Neues lernen und erkennen durfte. Neben der genialen Vermittlung der Lerninhalte sind auch die perfekte Organisation, die ansprechende Infrastruktur und vor allem die vielen angeregten Diskussionen mit den Teilnehmenden wichtige Aspekte des Programms. So muss Weiterbildung sein!“

Michael Mathey, Senior Manager Process Development, Phonak AG, CH-Stäfa

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch!

Nadja Barthel, Programmleiterin

HBM Unternehmerschule

Tel. 071-224 7501, E-Mail: unternehmerschule@unisg.ch

Detaillierte Infos unter: www.unternehmerschule.unisg.ch



Informationsanlässe:

→ 16. Oktober 2014

→ 18. November 2014

Hotel Radisson Blu,

Flughafen Zürich, 18:00 Uhr

Anmeldung:

unternehmerschule@unisg.ch

her zu finden. Im Idealfall verständigen sich die Berater schon vorher über die wesentlichen Dinge. Es wird dann viel eher über wirklich wichtige Dinge, wie Kommunikation, Einbindung der Mitarbeiter und gemeinsame Wege diskutiert.

Nochmals zum Naturell des Unternehmers: Er möchte in der Regel schnell einen Entscheid fällen und Nägel mit Köpfen machen. Ist dieser Wesenszug im Verhandlungsprozess mitunter gefährlich? Ein erfahrener Unternehmer weiss, dass genau diese «Nägel mit Köpfen» eher ein unschönes Resultat erzielen. Wer klug verhandelt, hat Zeit. Aber die Prozesse zwischendrin müssen sehr schnell gehen. Das ist dann Sache und auch Hauptaufgabe des M&A-Beraters, die Verhandlung zu unterstützen und die notwendigen Informationen sehr schnell zu liefern.

«Die Chemie muss stimmen. So anstrengend der Ablösungsprozess auch erscheinen mag: Wenn die Charaktere zusammenpassen, stimmt schon einiges.»

Woran scheitern die meisten M&A-Prozesse?

Es ist wie immer im Leben: fehlende, schlechte oder gar unehrliche Kommunikation, Vertrauensverlust, ungenügende Vorbereitung und ein schlaffer Umgang mit der Wahrheit. Ich stelle schnell fest, ob ein Verkäufer tatsächlich bereit ist oder sich ungenügend auf den Prozess vorbereitet hat. Da helfen ein paar wenige Kontrollfragen. Wenn ich merke, dass der Unternehmer oder sein Unternehmen noch Vorarbeiten oder Umstrukturierungen zu leisten hat, biete ich Unterstützung an. Da werden dann die effektiven Absichten schnell sichtbar.

Wenn Sie einen Kunden begleiten: Geht es dann in erster Linie darum, einen möglichst hohen Verkaufspreis herauszuschlagen? Immerhin berechnen Sie bei solchen Transaktionen ein erfolgsabhängiges Honorar.

Ganz klar nein. Wir haben den Auftrag, den Verkauf einer Firma möglich zu machen. Niemand hat etwas davon, wenn Unternehmen zu teuer angeboten werden. Im KMU-Umfeld geht es vor allem darum Lösungen zu finden. Wir sind selten ergebnisorientiert – wir richten uns nach den Möglichkeiten. Wenn es dann klappt, umso besser für alle. Es gibt übrigens auch Unternehmen, die nicht verkauft werden können. Da stehen wir voll im Risiko.

Haben Sie schon auf ein Mandat verzichtet, weil gewisse Faktoren einfach nicht passten?

Nein, es gibt immer einen Weg. Viele Unternehmen müssen aber zuerst getrimmt oder neu strukturiert werden. Ich kann nichts verkaufen, das nicht optimiert ist oder für die Zukunft unstabil aufgestellt ist.

Woher holen Sie sich potenzielle Käufer?

Mittlerweile haben wir ein sehr grosses Netzwerk an Interessenten, Firmen oder Unternehmer. Die meisten Käufer finden wir über Direktansprachen. Wir vermitteln Inhalt, Potenzial, Synergien. Die Zukunft wird es zeigen, wohin sich der Markt entwickelt. Unternehmensmarktplätze sowie Social Media werden zunehmend wichtiger.

Entstand auch schon die Versuchung, ein Unternehmen selbst zu übernehmen?

Ja, das kann es geben, ist aber nicht die Regel. Das sind dann eher Überbrückungsmassnahmen. Ich versuche, mich auf das M&A-Geschäft zu fokussieren.

Anzeige

RANGE ROVER EVOQUE NEU MIT 9-STUFEN-AUTOMATIK EFFIZIENZ UND KOMFORT AUF JEDEM TERRAIN

landrover.ch



Schaltzeiten unterhalb der Wahrnehmungsgrenze, adaptives Schaltprogramm, tieferer Kraftstoffverbrauch: Das sind nur drei der Neuerungen, die den Range Rover Evoque auszeichnen. Weiter aufzuzählen gäbe es das Black Design-Paket, die verschiedenen sicherheitsoptimierenden Assistenzsysteme und nicht zuletzt die Active Driveline, ein vollkommen neu entwickeltes Antriebssystem, das sich automatisch dem Untergrund und Ihrem Fahrstil anpasst – wo und wie auch immer Sie unterwegs sind. Starten Sie jetzt mit einer Probefahrt.



altherr schaan

Altherr AG • Im Rösle 7 • FL-9494 Schaan
Tel. +423 237 50 50 • www.altherrag.li

Range Rover Evoque 2.2 eD4 Dynamic, 5-Türer, man., 2WD, 150 PS/110 kW, Gesamtverbrauch 5.0 l/100 km (Benzinäquivalent 5.6 l/100 km), Ø CO₂-Emissionen 133 g/km. Energieeffizienz-Kategorie B, Ø CO₂-Emissionen aller in der Schweiz angebotenen Fahrzeuge 148 g/km.

Die Unerschütterliche

Der Ende 2013 verstorbene Peter Stössel hinterliess zwei grosse Aufgaben: sein Unternehmen und «seinen» CSIO Schweiz in St.Gallen. Tochter Nayla Stössel ist seine Nachfolgerin beim traditionsreichen Pferdesportanlass. Sie will ihren Vater keineswegs vergessen machen, doch es ist ihr zuzutrauen, dass sie aus seinem Schatten heraustritt – mit einer Kombination aus alten Werten und einer neuen Handschrift.

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

Rückblickend ist es eine bemerkenswerte Aussage: Es gebe «nicht so viele klar definierte Aufteilungen» zwischen ihr und ihrem Vater, sagte Nayla Stössel einst in einem Interview mit dem «Anzeiger». Und: «Eigentlich machen wir alles gemeinsam.» Das war in jener Phase, als Nayla Stössel nach und nach die Nachfolge ihres Vaters Peter Stössel als Präsidentin des CSIO übernahm. Am Stephanstag 2013 verstarb Peter Stössel. Und mit einem Mal gab es kein «gemeinsam» mehr. Doch die CSIO-Chefin wirkte auch nach dem grossen Verlust von der ersten Minute an alles andere als verloren in ihrer Aufgabe.

Die Umsetzung eines alten Klischees? Hier der Geschäftsmann, dort die Frau mit den Pferden? Diese Einschätzung wäre ein schwerwiegender Irrtum.

Das Positive gesehen

Dabei war der Anfang harzig: 2013, als sie erstmals allein in der Verantwortung stand, ging der CSIO buchstäblich im Regen unter. Manch anderer hätte entnervt hingeschmissen. Die Politikwissenschaftlerin interpretierte das Ereignis aber nicht als schlechtes Omen, sondern als Bestätigung für die Kraftressourcen des Events. Die Sponsoren seien bei der Stange geblieben, das Team gehe gestärkt aus dem Turnierabbruch hervor, diktierte sie damals den Medien. Die 32-Jährige scheint die Unerschütterlichkeit ihres Vaters geerbt zu haben.

Aus Sicht unzähliger kleiner Mädchen lebt Nayla Stössel natürlich einen Traum: Die Hobbyreiterin beschäftigt sich tagesin, tagaus mit dem Reitsport. Ihr Bruder Milo Stössel leitet währenddessen die Geschicke der MS Mail Service AG, des Unternehmens, das Peter Stössel erfolgreich aufgebaut hat. Die Umsetzung eines alten Klischees? Hier der Geschäftsmann, dort die Frau mit den Pferden? Diese Einschätzung

wäre ein schwerwiegender Irrtum: Nayla Stössel bewegt sich zwar in der Welt der Pferde, doch sie tut das nicht im romantischen Gestüt einer englischen TV-Sendung, sondern in einer von Männern und dem Wettbewerbsgedanken geprägten Welt.

Standortfaktor

Denn der CSIO ist weit mehr als «nur» eine Reitsportveranstaltung. Bereits 2002 kam eine Studie zum Schluss, dass der CSIO ein Wirtschaftsfaktor sei mit einer Wertschöpfung von rund vier Millionen Franken. Heute dürften es noch mehr sein. Nicht mit eingerechnet ist dabei die Wertschöpfung, die quasi inoffiziell entsteht, wenn sich Persönlichkeiten aus allen Branchen am Rande des CSIO treffen und den nächsten grossen Deal bei einem Glas Wein einfädeln.

Es ist nach wie vor nicht selbstverständlich, dass St.Gallen Anlässe dieser Grössenordnung beherbergt, und wie fast immer sind solche Glücksfälle nicht einer organisierten Förderungspolitik zu verdanken, sondern dem Mut und Engagement einzelner Persönlichkeiten – in diesem Fall Peter Stössel.

Potenzial neben dem Sport

Die Nachfolge einer solchen Grösse anzutreten, ist stets eine Gratwanderung zwischen Bewahren und Erneuerung. Der CSIO muss nicht neu erfunden werden, weiterentwickeln muss er sich aber dennoch, um in der Zukunft zu bestehen. Einzelne Aussagen von Nayla Stössel lassen vermuten, in welche Richtung es gehen soll. Auf sportlicher Ebene bietet die bedeutendste Schweizer Reitsportveranstaltung bereits alles, was das Herz begehrt. Ausbau- und Veränderungsmöglichkeiten liegen am ehesten im «Drumherum», im Event- und Ausstellungsbereich. Es gibt, und das ist kein Geheimnis, einen wachsenden Teil im Publikum, der den Reitsport als Begleiterscheinung wahrnimmt und den CSIO als Bühne und Plattform sieht. Nayla Stössel ist in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen. Sie wird auch auf die Bedürfnisse dieser Gruppe die richtige Antwort finden.

*Nayla Stössel.
Gratwanderung zwischen
Bewahren und Erneuerung.*





Rico Kaufmann, CEO der Kaufmann Oberholzer AG:
*«Würde sich der Klimaschutz endlich
auf die Normen auswirken,
wäre Holz der Baustoff schlechthin.»*

«Im Schnitt verlässt jede Woche ein Haus unsere Werkhallen»

Von St.Gallen bis Singapur und von Donzhausen bis Doha – die Thurgauer Schreinerei Kaufmann Oberholzer AG ist lokal verankert und weltweit tätig. An den beiden Standorten in Roggwil und Schönenberg beschäftigt das Unternehmen inzwischen rund 120 Mitarbeitende. Im Gespräch erklärt Inhaber und CEO Rico Kaufmann (*1972), wie man den Familienbetrieb zu einem Marktleader geformt hat, wo die Grenzen des Werkstoffes Holz liegen und wie sich die Nachfrage nach tropischen Hölzern entwickelt hat.

Interview: Marcel Baumgartner Bilder: Bodo Rüedi

Rico Kaufmann, Ihr Unternehmen bietet vielfältige Leistungen rund um den Bau- und Werkstoff Holz an. Selbst Küchen, Brandschutztüren oder Industrieverpackungen gehören zum Sortiment. Fehlen eigentlich nur noch die klassischen Möbel, dann bieten Sie fast 100 Prozent aller aus Holz hergestellten Produkte an...

Tönt irgendwie nach viel, da haben Sie recht. Und tatsächlich stellen wir auch individuelle Möbel her und decken damit wirklich fast 100 Prozent aller aus Holz hergestellten Produkte ab. Strukturiert in die Bereiche Schreinerei und Holzbau, ergibt sich eine breite, überschaubare Produktpalette. Und da es sich immer um den Bau- und Werkstoff Holz dreht, können der Kunde und wir bereichsübergreifend von vielen Synergien profitieren.

«In der Schreinerei haben wir Produkte entwickelt, die vor Jahren Unmögliches nun möglich machen.»

Wie kam es zu diesem breiten Sortiment? Immerhin hat das Unternehmen seinen Ursprung in einer Zwei-Mann-Schreinerei. Kam mit der Nachfrage das Angebot oder war es genau umgekehrt?

Die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen, ist unser grosses Ziel. Dazu entwickeln wir laufend neue Produkte, was sich letztlich auch auf die breite Produktpalette auswirkt. Aufgrund der Debatte um gesundes Wohnen und Klimaschutz haben wir beispielsweise bewusst das KaufmannKlimahaus entwickelt – heute ein Zugpferd im Ein- und Mehrfamilienhausbau.

Damit sprechen Sie quasi eine Exklusivität an. Was konkret verbirgt sich dahinter?

Das KaufmannKlimahaus lässt sich in allen denkbaren Varianten realisieren – sowohl als Einfamilienhaus, Mehrfamilienhaus und als öffentlicher oder gewerblicher Bau. Hinter dem KaufmannKlimahaus steht fortschrittliches Ingenieurwissen, das die Vorteile des Baustoffs Holz optimal nutzt. So hat Holz exakt die Eigenschaften, die es für ein gesundes Raumklima braucht. Diese Eigenschaften macht sich die Kaufmann Oberholzer AG zunutze: Wie bei einer funktionellen Sportbekleidung nimmt der Baukörper des KaufmannKlimahauses Luftfeuchtigkeit auf, die durch Ausdünstung, Kochen und Duschen entsteht, speichert diese – und gibt sie ab, sobald die Raumluft wieder trockener wird.

Dadurch entsteht ein gesundes, ausgewogenes Raumklima?

Ja. Studien belegen, dass Holz dem menschlichen Organismus gut tut; der Puls senkt sich um bis zu sechs Schläge pro Minute ab. Das Resultat: tieferer Schlaf, höhere Lern- und Arbeitskonzentration sowie entspanntere Lebensweise. Ebenso beruhigt sich der Puls im Hinblick auf die äusserst positive Ökobilanz. Denn Kaufmann Klimahäuser entstehen aus Schweizer Holz, das immer wieder nachwächst und darum auch künftigen Generationen zur Verfügung steht.

Das besagte Objekt ist wie erwähnt nur eines von vielen Standbeinen. Welches ist das umsatzstärkste?

In der Schreinerei laufen der Innenausbau und der Küchenbereich gut. Die Kunden schätzen gerade bei einem Küchenumbau die Beratung und Ausführung von der Gestaltung über die Gesamtkoordination bis zur Übergabe. Ausserdem haben wir eine grosse Ausstellung und die Herstellung kann verfolgt werden – hier in der Schweiz.

Im Holzbau produzieren wir auf modernsten Anlagen Elemente für den Einfamilienhaus-, Wohnungs- und Industriehallenbau. Im Schnitt verlässt jede Woche ein Haus oder eine Wohneinheit die Werkhallen. Das KaufmannKlimahaus ist sicherlich ein wichtiges Produkt. Die Umsätze sind Schwankungen unterworfen, weshalb wir glücklich sind, dass wir im Holzbau – beispielsweise Umbauten, Aufstockungen, Treppenbau, Ingenieurholzbau – und in der Schreinerei – namentlich Brandschutz, Fenster und Türen, CNC-Bearbeitungen – auf verschiedenen Säulen stehen, welche diese Schwankungen ausgleichen.

Und welche davon verlangt das grösste Fachwissen?

Jedes Gebiet braucht seine Spezialisten. Das ist ja gerade eine Stärke von uns. Von den Lehrlingen in den Berufen Zimmermann, Schreiner und Innenausbauzeichner über die Berufsfachleute und CNC-Maschinenbediener bis hin zu Technikern und Ingenieuren haben wir versierte Fachleute für jeden Bereich, die unter einem Dach zusammenarbeiten. Der Kunde profitiert von höchstem Know-how aus einer Hand.

«In der Schweiz wird noch immer viel weniger Holz geerntet, als nachwächst. Es besteht ein regelrechter Stau, sprich eine Überalterung.»

Holz wird als Werkstoff immer beliebter. Wie hat sich das auf die Entwicklung Ihres Unternehmens ausgewirkt?

Die gute Entwicklung und die positiven Zukunftsaussichten des Werkstoffes Holz haben sicherlich auch die Entwicklung des Unternehmens beeinflusst. In der ganzen Bearbeitungstechnik hat sich viel verändert. Es wird heute industrieller gefertigt als noch vor wenigen Jahren, was ständige Investitionen voraussetzt – ein Vorteil für uns.

Die hohe Nachfrage nach Holzverarbeitungen verlangt auch nach einem entsprechenden Volumen an Rohstoffen. Woher beziehen Sie Ihre?

Wir sind einer der wenigen Betriebe der Schweiz, welche auf dem eigenen Areal eine Sägerei haben. Somit haben wir vom Wald über die Sägerei und Holzbearbeitung bis zur Montage die ganze Wertkette in nächster Nähe. Nachhaltigkeit ist eine Grundphilosophie der Firma. Das roh gesägte Brett ist allerdings nicht mehr ein Hauptrohstoff von uns. Heute sprechen wir von Holz und Holzwerkstoffen, die sich schon längst zu Hightechprodukten entwickelt haben. Diese kommen aus der Schweiz, aber auch aus Mitteleuropa oder Skandinavien.

Lange Zeit waren besonders exotische Hölzer gefragt. Nun geht der Trend eher wieder in Richtung Regionalität. Deckt hier das vorhandene Material die Nachfrage?

Absolut. In der Schweiz wird noch immer viel weniger geerntet, als nachwächst. Es besteht ein regelrechter Stau, sprich eine Überalterung. Wenn man bedenkt, dass Holz der einzig nachwachsende Rohstoff ist, sollte man unbedingt beim Bauen auf dieses heimische Produkt setzen. Ausserdem ist es CO₂-neutral und benötigt kaum Energie zur Bearbeitung. Kaufmann Oberholzer versuchte übrigens schon immer, auf exotische Hölzer zu verzichten – es gibt nämlich wunderbare Hölzer aus dem heimischen Bestand.

Holz wird mittlerweile auch für ganz ausgefallene Bauten, für immense Spannweiten und in luftigen Höhen eingesetzt. Gibt es in diesem Zusammenhang auch klare Grenzen oder ist mit den modernen Verarbeitungsmethoden mittlerweile fast nichts mehr unmöglich?

«Wir machen es möglich. Aus Holz», lautet einer unserer Slogans. Als Ingenieur habe ich schon wunderbare Konstruktionen auf der ganzen Welt begleiten können – seien es Flughafengebäude mit 136 m langen Holzfachwerken oder Fussballhallen aus Holz mit 78 m Spannweite. Holz ist wie gesagt heute ein Hightechprodukt. Wäre es nicht schon vorhanden, müsste es von den Hochschulen erfunden werden oder «das Resultat von Forschungen nach dem idealen Baustoff wäre Holz».

Die Entwicklung im Holzbau ist sicherlich auch durch moderne Verarbeitungsmethoden begünstigt worden.

Klar, diese Entwicklung schreitet voran. Gerade im mehrgeschossigen Holzbau, wo wir eine Pionierrolle innehaben, wird noch viel gehen. Schon jetzt wissen wir, dass Holz ein perfektes Erdbebenverhalten hat. Statisch kann Holz locker bis 30 Geschosse hoch gebaut werden. Und dank rationeller Vorfertigung ist es sogar wirtschaftlich interessant. Würde sich der Klimaschutz endlich auf die Normen auswirken, wäre Holz der Baustoff schlechthin.

Haben Sie ein besonderes Referenzobjekt, bei dem eben dieses «Unmögliche» realisiert wurde?

Wir haben im In- und Ausland viele Referenzobjekte, in denen wegweisende Konstruktionen aus Holz eingesetzt wurden. Einige habe ich genannt, bei anderen sind es vielleicht nur Details, welche speziell entwickelt wurden – beim Neubau der Kantonsschule Wil zum Beispiel oder der Wohnüberbauung Aatal-Weiher mit 42 Wohnungen und fünf Geschossen, aber auch bei diversen Sporthallen. Letztlich können diese Entwicklungen wieder beim Bau der Einfamilienhäuser eingesetzt werden – wovon der Endkunde profitiert. In der Schreinerei haben wir ebenfalls Produkte entwickelt, die vor Jahren Unmögliches nun möglich machen. Unsere Referenzen dazu befinden sich neben der Schweiz auch in Japan, Kuwait, USA, Kanada, Singapur usw.

Mit Holz kennt sich Ihr Unternehmen aus. Über 40 Jahre Erfahrung verfügten wohl nur wenige Ihrer Konkurrenten. Und dennoch bearbeiten Sie «nebenbei» auch Kunststoff oder Aluminium. Wieso schlagen Sie neben dem bewährten Pfad noch eine zweiten ein?

«Schuster bleib bei Deinen Leisten» – so bleiben wir bei Holz und ähnlich bearbeitbaren Produkten. Auf unseren CNC-Anlagen können wir Kunststoff und Aluminium bestens bearbeiten. Wir beliefern damit die Industrie. In den Doppelstockzügen der S-Bahn Zürich sind zum Beispiel Trennwände aus unserem Hause enthalten. Der Schreiner hat ja traditionell mit verschiedenen Materialien zu tun. Denken Sie an eine moderne Küche, da gibt es eine Vielfalt an Materialien und Oberflächen.

Das Unternehmen beschäftigt mittlerweile rund 120 Mitarbeitende, davon circa 20 Lehrlinge. Welche Entwicklung wird für die nächsten Jahre angestrebt?

Seit über 40 Jahren achtet die Firma auf eine gesunde Entwicklung. Langfristige Denkweisen und seriöses Schaffen sind uns wichtig. Mit Innovationen und partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Kunden wollen wir auch in Zukunft eine führende Rolle im Bauen mit Holz einnehmen.

Werden weitere Spezialgebiete dazukommen?

Im Holzbau sind wir bekannt für unser KaufmannKlimahaus. Immer öfter werden durch uns jetzt schon Ersatzbauten auf bestehende Keller und Aufstockungen auf Ein- und Mehrfamilienhäuser oder Bürogebäude ausgeführt. Dieser Trend wird durch die Verknappung des Baulandes verstärkt. Im Bereich Schreinerei sind wir dank einem versierten Team aus Wohnberaterinnen, Innenausbauzeichnerinnen und Projektleitern prädestiniert für die kundenbezogenen Küchen- und Raumumbauten.

Zum Unternehmen

Die Kaufmann Oberholzer AG wurde 1971 gegründet. Heute beschäftigt das Unternehmen an den beiden Standorten in Roggwil und Schönenberg 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Gemäss dem Slogan «Wir machen es möglich. Aus Holz» stellt der Familienbetrieb Produkte rund um den Werkstoff Holz her – von der Küche über das KaufmannKlimahaus bis zu grossen Turnhallenkonstruktionen. Inhaber und CEO des Unternehmens ist Rico Kaufmann. Er präsidiert auch den Verwaltungsrat, der sich zudem aus Rolf Städler und Peter Thoma zusammensetzt.

Anzeige

Die Post macht vieles einfacher. Auch anspruchsvolle Logistik.

Als grösste Logistikerin der Schweiz bietet die Post sämtliche Dienstleistungen an: vom Paketversand über den schnellen Kurierdienst bis hin zum Transport und zur Lagerung von Waren. Dabei erarbeiten wir für Sie spezifische Lösungen oder übernehmen Ihre gesamte Logistik.

Das für Sie passende Angebot finden Sie unter www.post.ch/logistik

DIE POST 
Gelb bewegt.



Benno Giger
acrevi Bank St.Gallen

Mehr Zeit für
mich haben.

Marianne Signer
Aktionärin und Mutter

acrevi –
weil es um Sie geht!

In der Hektik des Alltags bleibt oft zu wenig Zeit für die schönen Dinge des Lebens. In finanziellen Belangen stehen wir Ihnen mit kompetenter Beratung und massgeschneiderten Lösungen zur Seite. Und sorgen dafür, dass Sie mehr Zeit für das Wichtigste haben – sich selbst. www.acrevi.ch

acrevi
Ihre Bank, näher bei Ihnen

St.Gallen • Gossau SG • Wil • Wiesendangen • Bütschwil • Rapperswil-Jona • Pfäffikon SZ • Lachen SZ • Wittenbach



Michael Götte
SVP-Fraktionspräsident
Gemeindepäsident
Tübach

St.Gallen-Bodensee als neuer Metropolitanraum

Bisher gibt es in der Schweiz fünf Metropolitanräume: Basel, Bern, Genf/Lausanne, Tessin und Zürich. Sie wurden aufgrund der regionalen Pendlerzahlen definiert und haben eine verstärkte Zusammenarbeit und bessere Vernetzung zwischen den Kantonen, Städten und Gemeinden zum Ziel. Dies als Plattform für den Informationsaustausch, zur Förderung einer ganzheitlichen und grossräumigen Entwicklungsperspektive sowie für gemeinsame Aktionsprogramme beim Verkehr oder für die Wirtschaft. Verschiedene St.Galler Gemeinden haben sich dem Metropolitanraum Zürich angeschlossen, was zeigt, dass ein Bedürfnis zur Bildung solcher Räume besteht.

Der Kanton St.Gallen ist im internationalen Bereich sehr gut vernetzt: Im Rahmen der Internationalen Bodenseekonferenz, der Arbeitsgemeinschaft Alpenländer und weiterer Organisationen treffen sich die Ostschweizer Kantone über die Landesgrenzen hinaus mit Baden-Württemberg, Bayern, Vorarlberg und dem Fürstentum Liechtenstein zu Themen, die von der Kultur- über Wirtschafts- und Verkehrs- bis zur Sicherheitspolitik reichen.

Was allerdings fehlt, ist eine stärkere regionale Vernetzung. Da könnte ein Metropolitanraum St.Gallen-Bodensee ein Gegengewicht zur Region Zürich bilden. Noch immer herrscht in einigen Köpfen die Ansicht, die wirtschaftliche Schweiz höre östlich von Winterthur auf. Auch die Interessenvertretung auf Bundesebene wird zunehmend wichtiger. Um die Stimme St.Gallens als Zentrum der Ostschweiz besser vernehmen zu lassen, sollte sich ein selbstbewusster und eigenständiger Metropolitanraum bilden und dabei das Vorarlberg und das Fürstentum Liechtenstein einbeziehen.

Ich bin sehr froh, dass das St.Galler Parlament im Zusammenhang mit dem Standortförderungsprogramm die Regierung beauftragte, die Schaffung eines Metropolitanraums St.Gallen-Bodensee zu prüfen. Wichtiger als das Label ist mir der Inhalt dieses Raums, der klar zu definieren ist. Eine solche Emanzipation ist zwingend, damit wir nicht länger als geografische Randregion vernachlässigt werden. Selbstverständlich muss diese Organisation demokratisch abgestützt sein – und es darf keine zusätzliche Staatsebene entstehen.



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

Die Einsamkeit der Chefs

Wer eine Cheffunktion ausübt, der muss analysieren, planen, innovieren und budgetieren. Ein Chef muss aber vor allem entscheiden. Und zwar zum richtigen Zeitpunkt, mit den verfügbaren Informationen, unter Abwägung aller Vor- und Nachteile sowie unter Einbezug der möglichen Chancen und Risiken. Solange es sich nur um übliche Fortschreibungen handelt, sind Entscheidungen nicht allzu komplex. Zumal wenn sich das allgemeine Umfeld nicht verändert hat und alles rund abläuft.

Status quo oder Reform?

Schwieriger wird es, wenn sich die Rahmenbedingungen einer Branche oder eines Unternehmens fundamental ändern, Innovationen nötig und wichtige organisatorische oder personelle Entscheidungen unabdingbar werden. Dann sind nicht nur Analysefähigkeiten, Verstand und Erfahrung vonnöten, sondern auch ein klarer Kopf, Selbstvertrauen und Risikobereitschaft. Vor allem dann, wenn unumkehrbare Entscheidungen mit weitreichenden Konsequenzen zu fällen sind.

Existenzielle Fragen

Selbstständigerwerbende erleben solch kritische Situationen mehrmals in ihrer beruflichen Karriere. Egal, ob sie ein kleines, mittleres oder ein grosses Unternehmen führen – wenn existenzielle Fragen mit einer Entscheidung verbunden sind, fallen solche schwer. Doch irgendwann muss entschieden werden, unabhängig davon, was eigene oder externe Berater empfehlen.

Einsame Chefs

In solchen Momenten sind die «Chefs» ganz allein. Sie tragen die volle Verantwortung für das Unternehmen und dessen Fortbestand, für die Mitarbeitenden und letztlich auch für die eigene Zukunft. Was ist der richtige Weg? Was ist das richtige Vorgehen?

Emotional oder rational entscheiden?

Auch erfahrene «Patrons» entscheiden nicht nur rational. Lassen sich doch unternehmerische Erfolge nicht einfach programmieren. Wirtschaftlicher Erfolg ist in jeder Hinsicht harte (Denk-)Arbeit, die immer wieder von Neuem geleistet werden muss und die immer wieder risikobehaftete Entscheidungen erfordert. Wer solch «einsame Situationen» als Chef nicht kennt, der wird sie sicher noch erleben.

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



Firmen erfolgreich verkaufen

Am 11. September hat die Business Broker AG im Raiffeisen Unternehmerzentrum in Gossau ihren siebten Standort eröffnet. Das grösste KMU-Vermittlungsunternehmen stärkt so seine Präsenz in der Ostschweiz und der Bodenseeregion. «Mit uns ist es möglich, Firmen professionell, diskret und zum besten Preis zu verkaufen», fasst Geschäftsführer Adrian Gloor das Erfolgsrezept zusammen.



Geschäftsführer Adrian Gloor: «Vertraulichkeit und Diskretion werden gross geschrieben.»

Für Unternehmer stellt sich bei der Regelung der Nachfolge eine grosse Frage: Wie finde ich den optimalen Käufer? So müssen attraktive Unternehmen häufig mangels geeigneter Nachfolgelösung schliessen oder zu einem (zu) tiefen Preis den Besitzer wechseln.

Ähnlich wie bei Immobilien

Die Business Broker AG wurde 2007 mit dem Ziel gegründet, die eingangs gestellte Frage zu beantworten und KMU-Eigentümer beim Verkauf ihres Unternehmens zu unterstützen. «Die Gründer hatten die zündende Idee zur Business Broker AG, als sie während eines Australienaufenthaltes feststellten, dass dort für Firmen ähnlich wie für Immobilien spezialisierte Vermittlungsfirmen und Marktplattformen bestanden», erklärt Geschäftsführer Adrian Gloor. «Sie fragten sich zu Recht: Warum soll das nicht auch in der Schweiz funktionieren?»

kaufpreises. Gemäss Gloor liegt die Erfolgsquote bei 80%. Auch der volkswirtschaftliche Nutzen ist beachtlich: Über 1500 Arbeitsplätze konnten bisher gesichert und Firmen im Gesamtwert von über 350 Millionen Franken verkauft werden.

Selbstverständlich bleibt es immer dem Verkäufer überlassen, wem er seine Firma schlussendlich verkaufen will. Und: Kein Verkäufer muss Angst haben, dass seine Verkaufsabsicht öffentlich wird. «Bei der professionellen Vermarktung werden Vertraulichkeit und Diskretion gross geschrieben», verspricht Adrian Gloor. «Erst nach Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung erhält ein Interessent weitere Informationen. So kann der Verkaufsprozess kontrolliert stattfinden.»

Die Aktien der Business Broker AG wurden am 1. Mai 2014 zu 100% vom Raiffeisen Unternehmerzentrum RUZ übernommen. In den Startmonaten des RUZ zeigte sich, dass viele Kunden entweder Geld in Firmen investieren wollten oder eine praktische Begleitung in der Nachfolgeregelung suchten. Mit den Dienstleistungen der Business Broker AG kann das RUZ diese Unternehmer nun noch konsequenter begleiten.

Durch eine aktive Vermarktung werden attraktive Verkaufspreise erzielt, weil mehrere Kaufinteressenten für die Unternehmen bieten.

Heute, sieben Jahre später, sind mehr als 300 Unternehmen mithilfe von Business Broker verkauft worden, 280 sind aktuell auf Käufersuche. Die Spannweite reicht dabei vom Einmann-Betrieb bis zur Firma mit 100 Angestellten. Und die Chancen stehen gut, dass alle einen Käufer finden: «Wir haben rund 16 000 registrierte Interessenten in unserer Kartei, die aktiv ein Unternehmen suchen und jeweils passende Angebote per Mail bekommen», erklärt Gloor. «Daneben sind alle Firmen auch auf businessbroker.ch zu finden.»

Optimale Verhandlungsposition

Durch eine aktive Vermarktung werden attraktive Verkaufspreise erzielt, weil mehrere Kaufinteressenten für die Unternehmen bieten und der Verkäufer so in eine optimale Verhandlungsposition gebracht wird. Im Erfolgsfall beträgt das Honorar der Business Broker AG zwischen 2 und 8% des erzielten Ver-



Business Broker AG

Fabrikstrasse 7, CH-9200 Gossau SG

Tel. +41 (0)71 388 33 00

info@businessbroker.ch, www.businessbroker.ch

«Sehr ähnliche Werte»

Stefan Kuhn (*1964), Verwaltungsratspräsident der Vadian Bank AG und Bürgerrat der Ortsbürgergemeinde St.Gallen, und Walter Ernst (*1970), Vorsitzender der Geschäftsleitung, erklären im LEADER-Interview die Gründe, die zu einem Verkauf der ältesten St.Galler Privatbank (gegründet 1811) an die St.Galler Kantonalbank geführt haben, und erläutern das Verfahren, das hinter der «Partnerwahl» steht.

Text: Stephan Ziegler Bilder: zVg.

Stefan Kuhn, am 12. August überraschte die Nachricht, dass die St.Galler Kantonalbank SGKB Ihre Vadian Bank übernehme, die Ostschweiz. Und in den letzten vier Wochen sind in der Schweiz über ein halbes Dutzend weiterer Übernahmen bzw. Asset Deals in der Bankenwelt angekündigt worden. Sterben kleinere Banken aus?

Man braucht nicht Prophet zu sein, um vorauszusagen, dass im Privatbankensektor in den nächsten 24 bis 36 Monaten massive Konsolidierungen geschehen werden und dass im Retailbanking dieser Prozess langsamer, aber ebenfalls stetig vorwärtsgeht. Steigen die Zinsen, wird auch im Retailbanking eine Welle der Übernahmen entstehen.

«Der Bürgerrat fällt den Beschluss einstimmig aus der Stärke heraus mit viel Herzblut, Vernunft und Weitsicht.»

Was waren die konkreten Gründe, die zu einem Verkauf geführt hatten?

Der Anstieg an regulatorischen Vorschriften belastet zeitlich und finanziell eine Bank unserer Grösse übermässig. Die Alleinaktionärin Ortsbürgergemeinde St.Gallen OBG würde mittelfristig auch mit der Finanzierung des künftigen Wachstums zunehmend an ihre Grenzen stossen, bindet die Bank doch inzwischen rund 30% der Vermögenswerte der OBG. Der Vadian-Bank-Verwaltungsrat sah den Alleingang mittelfristig also nicht mehr als opportunen Weg und stellte mit dem Bürgerrat die Weichen für eine zukunftsfähige Lösung für Kunden und Mitarbeiter der Vadian Bank. Mit dem Verkauf an die SGKB wird dies optimal erreicht.

Den Entscheid haben Bürgerrat und Verwaltungsrat gefällt. Hätte darüber nicht die Bürgerversammlung abstimmen müssen? Immerhin ist die Bürgerschaft oberstes Organ der OBG und ent-

scheidet gemäss Gemeindeordnung über Finanzgeschäfte, etwa über Veräusserungen «über drei Millionen Franken».

Die Bürgerversammlung ist dafür nicht zuständig, da es um Finanzvermögen geht. Der Bürgerrat hat dazu im Vorfeld ein internes und ein externes Gutachten durch eine Staatsrechtsprofessorin erstellen lassen. Die GPK war orientiert und hat die Richtigkeit des gewählten Vorgehens bestätigt. Zudem ist der Verkauf einer Bank eine Transaktion, die einen Einbezug der Bürgerschaft schon aus praktischen Gründen kaum möglich macht.

Wurde der Verkaufsentscheid des Bürgerrats einstimmig gefällt oder gab es auch Widerstand gegen die Übernahme?

Für Aussenstehende mag der Entscheid aus heiterem Himmel gekommen sein. Für Verwaltungsräte und Bürgerräte ging ein langer, überjähriger Entscheidungsprozess voraus. Der Bürgerrat fällt den Beschluss einstimmig aus der Stärke heraus mit viel Herzblut, Vernunft und Weitsicht.

Viele Stadt-St.Galler Kunden der Vadian Bank hätten eher einen lokalen Partner wie etwa die Acrevis als Übernehmer gesehen. Warum kam schlussendlich die SGKB zum Zug?

Im Wissen, dass es um Volksvermögen der Ortsbürgergemeinde und nicht um die Veräusserung eines privaten Unternehmens geht, haben wir einen kontrollierten und rückverfolgbaren Prozess gestartet und uns dabei von KPMG begleiten lassen. An diesem Bieterverfahren nahmen verschiedene potenzielle Käufer teil. Im Endeffekt konnten wir mit einem Trio, das finanziell nahe beieinanderlag, verhandeln. Die SGKB kristallisierte sich als führende lokal verankerte Bank nach unserer Beurteilung als optimaler Partner heraus, der auch die Bedürfnisse der Mitarbeiter, der Kunden und des Eigners bestens abdecken kann. Die Acrevis gehörte nicht zu diesem Trio.



links: Stefan Kuhn,
Verwaltungsratspräsident
rechts: Walter Ernst,
Vorsitzender der
Geschäftsleitung

Der Verkauf sei im Rahmen eines Bieterverfahrens geschehen, wurde seitens der Vadian Bank kommuniziert, die Bieter hingegen nicht. Warum?

Es gibt keine Veranlassung oder Pflicht, über den Bieterprozess weitergehende Angaben zu machen. Alle Anbieter kannten den Prozess bezüglich Vorgehen und zeitlichem Ablauf. Verständlicherweise werden nicht zum Zug gekommene Anbieter sich kaum in den Medien melden, weil sie keinen Zuschlag erhalten haben.

«Wir dürfen unser Know-how in der Vermögensplanung, im Asset Management und in der Ansiedlungsberatung in die SGKB einbringen.»

Aus einer Not heraus geschah der Verkauf nicht – noch im Februar vermeldete die Vadian Bank, mit einem Gewinn von rund drei Millionen Franken 2013 das «beste operative Geschäftsergebnis in der Geschichte der Bank» eingefahren zu haben. Daraus floss eine halbe Million als Dividende an die Alleinaktionärin, die Ortsbürgergemeinde. Warum wird diese «Cash-Cow» nun geschlachtet?

Die Bank wurde aus vier Gründen verkauft: Erstens macht die stark zunehmende Regulierungsdichte das Bankgeschäft zunehmend schwierig und belastet die Ertragslage künftig immer mehr. Das Asset «Vadian Bank» machte zweitens durch das grosse Wachstum der letzten Jahre (rund 10% p. a.) mittlerweile 30% des Wertes der OBG aus. Drittens hätte in wenigen Jahren die OBG zur Wachstumsfinanzierung eine Aktienkapitalerhöhung durchführen müssen, was der Bürgerrat angesichts des doch mit Risiko behafteten Bankgeschäftes nicht mehr wollte. Und last, but not least besteht heute im Gegensatz zu 1811 kein volkswirtschaftliches Bedürfnis



mehr, dass die OBG eine Bank führt. Das Anbieten von Bankdienstleistungen gehört nicht länger zu einer Aufgabe im öffentlichen Interesse, der sich eine Ortsgemeinde zuwenden muss.

Und wie wird die OBG den Ausnahmeausfall der Dividende kompensieren, die bisher für ihre kulturellen, sozialen und gesundheitsfördernden Einrichtungen verwendet wurde?

Der Bürgerrat ist im Zusammenhang auch mit der per 1. Januar 2015 anstehenden Inkorporation der Ortsbürgergemeinde Straubenzell an der Ausarbeitung einer neuen Vision und Strategie. Selbstverständlich sind die Institutionen der Ortsbürgergemeinde St.Gallen im Bereich Gesundheit und Alter, Forst und Liegenschaften sowie Kultur weiterhin wichtige Säulen. Die ausfallenden Dividendenerträge müssen nun im Finanzbereich und mit Immobilien erwirtschaftet werden.

Walter Ernst, die Kunden der Vadian Bank schätzten an dieser gerade die Übersichtlichkeit, das Persönliche, die Nähe. Jetzt gehen Sie mit 26 Mitarbeitern in einem Konzern mit rund 1300 Angestellten auf. Vorteil oder Nachteil?

Wir konnten in den letzten Jahren durch unseren generationenübergreifenden Vermögensplanungsansatz ein enges Vertrauensverhältnis zu unseren Kunden aufbauen. Nachdem wir mit der SGKB einen neuen Eigentümer erhalten, dessen Werte unseren sehr ähnlich sind, und unsere Kunden ihren heutigen Kundenberater behalten, gehe ich davon aus, dass wir weitere Neukunden gewinnen werden. Wir dürfen unser Know-how in der Vermögensplanung, im Asset Management und in der Ansiedlungsberatung in die SGKB einbringen, und diese verfügt über zusätzliche Dienstleistungen, die wir bis dato nicht anbieten konnten, etwa in der Unternehmensfinanzierung. Somit können wir für unsere Kunden Beratungskontinuität und Dienstleistungsmehrwert schaffen.

Hochstehende Ausbildung auf Englisch

Im Schuljahr 2013/2014 feiert die International School Rheintal (ISR) in Buchs SG einen Rekord: Noch nie haben so viele Schülerinnen und Schüler im Alter zwischen drei und 19 Jahren die ISR besucht. Zwölf Jahre kontinuierlicher Entwicklungsarbeit haben eine Ausbildungsinstitution geschaffen, die ein breit gefächertes Bildungsangebot abdeckt – vom Vorkinderkaren bis zur Universitätsreife. Ab Herbst 2014 profitieren Schüler aus dem Grossraum St.Gallen von einem einzigartigen Shuttleservice.

Die ISR ist eine auf allen drei Stufen – PYP, MYP und DP – anerkannte IB-World-School in englischer Sprache. Das IB-Diplom ist die Ausbildung auf Maturitätsstufe mit der breitesten Anerkennung weltweit

Geschaffen wurde die ISR einst für Expatriates, denn ein Wechsel von einer der über 4000 englischsprachigen IB-Schulen weltweit zur nächsten ist problemlos möglich: Die Lehrpläne sind international vereinheitlicht und der Schuleintritt ist jederzeit unter dem Jahr möglich. Es ist also fast einfacher, von einer IB-Schule in der Schweiz an eine in den USA zu wechseln, als von einer öffentlichen in St.Gallen nach Genf... Heute nutzen auch viele ansässige Familien – oft multinationale – das Angebot.

In den meisten Fächern wurden die Durchschnitte anderer internationaler Schulen übertroffen.

und ermöglicht in über 150 Ländern den Zutritt zu Universitäten. Absolventinnen und Absolventen der ISR studieren etwa an renommierten Universitäten in Deutschland, Österreich, Holland, Dänemark, England, Neuseeland, den USA und der Schweiz.

Überdurchschnittliche Resultate an der ISR

Die Teilnahme verschiedener Altersstufen von ISR Schulklassen an weltweiten Standardtests zeigt: In den meisten Fächern wurden die Durchschnitte an-



Die ISR dient den Bildungsbedürfnissen der internationalen Gemeinschaft der Region St.Gallen, Liechtenstein und Vorarlberg.

derer internationaler Schulen übertroffen! Und auch im Vergleich mit der PISA-Studie 2009 liegen die Resultate der ISR über jenen der öffentlichen Schulen der Schweiz, Liechtensteins, Österreichs und Deutschlands. Sogar bei den Diplomresultaten steht die ISR ganz weit vorne: Sie liegen über dem weltweiten Durchschnitt aller IB-Schulen, obwohl keine Zulassungsprüfungen durchgeführt werden, sondern praktisch allen Schülern die Chance auf einen Diplomerfolg gegeben wird.

Zurzeit durchläuft die ISR das anspruchsvolle Akkreditierungsprozedere des Councils of International Schools CIS, bei dem sie schon das Kandidatenniveau erreicht hat. Dieses Jahr hat übrigens ein Drittel aller ISR-IB-Diplomanden mit 36 und 37 Punkten von 45 abgeschlossen – ein sehr gutes Resultat, hat man das Diplom doch schon mit 24 Punkten bestanden.

Geist und Seele

Das Schuljahr umfasst 175 Unterrichtstage und dauert von Ende August bis Ende Juni, mit Ferien im Oktober, Dezember/Januar, Februar und an Ostern. Zusätzlich zum akademischen Programm nehmen die Schülerinnen und Schüler an Exkursionen teil. Sie bekommen auch Gelegenheit, musikalische Darbietungen und Theaterstücke aufzuführen sowie ihre künstlerischen Werke auszustellen. Bei der ISR wird also nicht nur der Geist, sondern auch die Seele gefördert.

Um die Anbindung an den Grossraum St.Gallen noch zu stärken, führt die ISR ab Herbst 2014 einen Shuttlebusservice ein: Täglich werden die Schülerinnen und Schüler um 8 Uhr in St.Gallen abgeholt und um 17 Uhr wieder zurückgebracht – in einem modernen, sicheren Bus mit Tischen zum Erledigen von Aufgaben, SnackBar, Kühlschrank sowie einer Assistentin, die auch für Hausaufgabenunterstützung mitreist.



International School Rheintal

Aeulistrasse 10, CH-9470 Buchs SG

Tel. +41 (0)81 750 63 00, Fax +41 (0)81 750 63 01

office@isr.ch, www.isr.ch

International School Rheintal
Bereit werden für die Welt

Die erfolgreiche ISR ist
neu auch für St.Galler
Familien gut erreichbar
Mit ideal eingerichtetem
Shuttlebus:
St.Gallen – Buchs –
St.Gallen
und mit Hausaufgaben-
Assistentin



International
School
Rheintal

Kompakte Schultage:
Abfahrt 08.00 Uhr in St.Gallen
Ankunft 17.00 Uhr in St.Gallen
Ideal für berufstätige Eltern



CH-9470 Buchs
Tel. +41 81 750 63 00
office@isr.ch
www.isr.ch

Von Amtszeitbeschränkungen und Parteienwechselln

26 National- und Ständeräte vertreten die Ostschweiz in Bern. Wofür aber setzen sich diese Politiker effektiv ein? Was sind ihre Highlights, welches ihre Niederlagen in der laufenden Legislatur? Und vor allem: Wer tritt 2015 erneut zur Wahl an? 13 Politiker stellten wir in der letzten LEADER-Ausgabe vor. Nachfolgend unser zweiter Teil der Auslegeordnung.

Text: Marcel Baumgartner Bilder: parlament.ch



Drang nach Regulierung

Roland Eberle (60)
SVP, Thurgau
Politisiert in Bern seit 2.5 Jahren
Ständerat: Seit 5.12.2011

Roland Eberle war im Dezember 2000 einer der zwei offiziellen Kandidaten der SVP bei der Bundesratswahl für die Nachfolge von Adolf Ogi. Er schied im 5. Wahlgang mit 17 Stimmen aus. Auch später, in den Jahren 2008 und 2011, wurde Eberle immer wieder als Kandidat für den Bundesrat gehandelt, er sagte aber jeweils ab.

Generell setzt sich Eberle für einen «schlanken und effizienten Staat» ein, was in einer immer «individualistischer ausgeprägten Gesellschaft» eine grosse Herausforderung darstelle. «Die Erwartungshaltung an den Staat ist an allen Fronten stark am Wachsen», so der Thurgauer. Der Drang nach Regulierung sei extrem, die Bereitschaft zur Eigenverantwortung nehme einhergehend tendenziell stark ab.

Seinen Kommissionsaufgaben entsprechend engagiert sich Eberle weiter für eine kohärente Umwelt-, Energie- und Raumplanungspolitik. «Dabei versuche ich, unternehmerische und volkswirtschaftliche Zusammenhänge in die Gesetzesarbeit einzubringen.» Sozial- und Gesundheitspolitik bildet neben der Aussenpolitik einen weiteren Schwerpunkt. Dabei geht es dem 60-Jährigen um die Weiterentwicklung von finanzierbaren Sozialwerken sowie um ein effizient gestaltetes Gesundheitswesen.

Aus Thurgauer Sicht war die Überweisung seiner Motion «Zukunft des Netzbeschlusses» an die zuständige Verkehrskommission ein Erfolg, weil damit die Finanzierung der T14 durch den Netzbeschluss wieder zum Thema wird.

Roland Eberle möchte auch nach 2015 in Bern als Ständerat politisieren: «So mich die SVP Thurgau nominiert und ich gesund bleibe, stelle ich mich gerne zur Wahl für eine weitere Legislatur.»



Fokus auf die Gesundheitspolitik

Margrit Kessler (65)
GLP, St.Gallen
Politisiert in Bern seit 2.5 Jahren
Nationalrätin: Seit 5.12.2011

Die Gesundheitspolitik liegt ihr am Herzen. Humanforschungsgesetz, Transplantationsgesetz, Heilmittelgesetz, IV-Revision, Präimplantationsgesetz, Medizinberufegesetz, verfeinerter Risikoausgleich,

Krankenkassen-Aufsichtsgesetz, Einheitskasse, sind die Themen von Margrit Kessler. Als Kommissionsmitglied der GPK interessieren sie weitere Themen wie Ausländer- und Asylpolitik. Zu schaffen machte ihr die Ablehnung der IV-Revision 6b: «Ich musste erfahren, wie die unheilige Allianz von rechts und links die Erneuerungen im Gesetz ablehnten. Viel Arbeit für nichts!»

Margrit Kessler tritt erneut an.



Die Notwendigkeit der Verteidigung

Toni Brunner (40)
SVP, St.Gallen
Politisiert in Bern seit 18.5 Jahren
Nationalrat: Seit 4.12.1995

Toni Brunner darf aufgrund seines Alters noch als Jungpolitiker bezeichnet werden, ist mit seinen beinahe zwei Jahrzehnten, die er schon in Bern politisiert, jedoch klar ein Urgestein. Er kennt das System ebenso wie die Mechanismen der Medien. Und vor allem weiss Brunner, wie er mit seinen Wählerinnen und Wählern umgehen muss. Was ihn dabei auszeichnet: Er tut dies noch immer authentisch und mit Herzblut. Das verschafft ihm auch Respekt bei seinen Gegnern. Dem Toggenburger liegt die persönliche Freiheit besonders am Herzen. «Menschen sollen in ihrer freien Entfaltung nicht durch immer neue Gesetze, Auflagen, Verbote beschränkt werden», so Brunner. «Weniger staatliche Bevormundung, dafür mehr Eigenverantwortung ist ein wichtiger politischer Grundsatz, dem ich in meiner täglichen politischen Arbeit nachzuleben versuche.» Gleichzeitig mussten in dieser Legislatur laut

dem SVP-Politiker Missstände angegangen werden. «Allen voran die ausser Kontrolle geratene Zuwanderung als Folge einer immer grösseren Unterordnung der Schweiz unter die EU. Hier sind rasch Korrekturen notwendig.» Es überrascht denn auch nicht, wenn Brunner die Annahme der Volksinitiative «gegen Masseneinwanderung» als Highlight auflistet. Hier hätten Volk und Stände ein «eindruckliches Zeichen für Selbstbestimmung und Freiheit» gesetzt.

Die Ablehnung der Gripen-Beschaffung hingegen habe die Landesverteidigung geschwächt. Brunner: «Gerade jetzt zeigt sich, wie notwendig eine glaubwürdige Milizarmee ist. Konflikte werden – auch in unserer Nähe – immer häufiger mit militärischen Mitteln ausgetragen, Stichwort Ukraine. Wer sich nicht selbst verteidigen kann, ist ein leichtes Opfer.»

Bern ohne Toni Brunner? Schwer vorstellbar. Und daran wird sich wohl auch in nächster Zeit nichts ändern. Brunner wird sich – «sofern nichts Aussergewöhnliches geschieht» – im nächsten Jahr nochmals der Wahl als Nationalrat stellen.



Desaster im Nationalrat

Claudia Friedl (54)
SP, St.Gallen
Politisiert in Bern seit 1.5 Jahren
Nationalrätin: Seit 4.3.2013

Als Mitglied der Aussenpolitischen Kommission hat Claudia Friedl vor allem in der Kommissionsarbeit mitgewirkt und sich dort insbesondere für mehr Transparenz im Rohstoffgeschäft, die Einführung von Menschenrechts- und Umweltklauseln in den verschiedenen Abkommen und für die Weiterentwicklung der Post-2015-Entwicklungsagenda eingesetzt. Friedl hat zudem die Anbindung der Ostschweiz an das internationale Bahnnetz und die Entwicklung der Bahninfrastruktur für die Ostschweiz (Ypsilon) unterstützt sowie verschiedene Themen zur Migration und Energiepolitik aufgenommen. Persönliches Highlight: «Das Postulat, welches ich für die SP vertrat und das den Bundesrat aufforderte, einen Bericht zu verfassen über alle Optionen, die die Schweiz in der Beziehung mit der EU hat, wurde vom Bundesrat entgegengenommen. Damit kann eine wichtige Grundlage für die weiteren Entscheidungen im EU-Dossier geschaffen werden», so die

St.Gallerin. «In der aussenpolitischen Kommission konnte zudem mit hartnäckigem Nachfragen nach der Einhaltung und der Wirkung von Menschenrechts- und Umweltklauseln in den Freihandelsabkommen und nach mehr Transparenz in den Rohstoffgeschäften eine Bewegung in die Thematik gebracht werden.»

Auf die Niederlagen angesprochen, ist für die SP-Politikerin klar: Die bürgerliche Mehrheit habe vieles zu Fall gebracht. «So wurde beispielsweise die Verschärfung der Lex Koller, welche betrieblich genutzte Immobilien wieder unter die Bewilligungspflicht der Lex Koller gestellt hätte, vom Ständerat abgelehnt.» Damit hätte gemäss Friedl einiges an Druck im Immobilienmarkt weggenommen werden können. «Ein Desaster spielte sich im Nationalrat bei der Beratung des Geldwäschereigesetzes ab. So, wie es jetzt dasteht, hat es keine Wirkung. Auch beim Bürgerrechtsgesetz setzte der Nationalrat gegenüber dem Ständerat und dem Bundesrat auf eine deutliche Verschärfung.»

Claudia Friedl möchte weiterhin in Bern politisieren und tritt erneut zur Wahl an.



Lucrezia Meier-Schatz (62)
CVP, St.Gallen
Politisiert in Bern seit 14.5 Jahren
Nationalrätin: Seit 6.12.1999

Seit den Wahlen 1999 ist Lucrezia Meier-Schatz Mitglied des Nationalrats. Ihre politischen Schwerpunkte sind die Familien-, Sozial-, Wirtschafts- und Steuerpolitik. 2008 war sie Kandidatin bei den St.Galler Regierungsratswahlen. Sie verfehlte jedoch im ersten Wahlgang das absolute Mehr und verzichtete nach einer Besprechung mit der Parteileitung auf eine Teilnahme am zweiten Wahlgang.

2007 stand Meier-Schatz in ihrer Eigenschaft als Präsidentin der Subkommission EJPD/BK der nationalrätlichen GPK im Rampenlicht. Anlässlich der Präsentation eines Berichts der Subkommission deutete sie öffentlich die Verwicklung von Bundesrat Christoph Blocher in ein angebliches Komplott gegen den ehemaligen Bundesanwalt Valentin Rorschacher an. Die zentralen Aussagen über die Dokumente, mit de-

nen sie diesen Verdacht begründete, erwiesen sich kurz danach als unwahr.

Als die CVP des Kantons St.Gallen im März 1994 über eine Amtszeitbeschränkung für ihre Mandatsträger diskutierte, war klar, was damit bezweckt werden sollte: Edgar Oehler, damals bereits seit 23 Jahren Nationalrat, sollte aus dem Amt gehebelt werden. Die Delegierten stimmen der Einführung einer Amtszeitbeschränkung auf 16 Jahre schliesslich deutlich zu. So steht denn auch noch heute in den Statuten, dass ein Mitglied der eidgenössischen Räte nach vier ununterbrochenen Amtsdauern nicht erneut nominiert werden kann. 2015 endet die vierte Legislatur von Meier-Schatz.

Eine Hintertür allerdings baut die Partei ein: Wer zwei Drittel der Delegiertenstimmen erhält, darf auch ein fünftes Mal antreten.

Bis zum Redaktionsschluss stand nicht fest, ob Lucrezia Meier-Schatz weiterhin in Bern politisieren möchte. Fest steht: Nur eine klare Mehrheit der CVP-Delegierten können die Amtszeitbeschränkung ausser Kraft setzen.

Sozialistische Regulierungswut



Lukas Reimann (32)
SVP, St.Gallen
Politisiert in Bern seit 6.5 Jahren
Nationalrat: Seit 3.12.2007

Bei der Aktion für eine unabhängige und neutrale Schweiz (AUNS) kam es im Frühling überraschend zu einem Wechsel an der Spitze: Der langjährige Präsident Pirmin Schwander gab das Amt aus gesundheitlichen Gründen ab. In seine Fusstapfen trat der St.Galler SVP-Nationalrat Lukas Reimann. Mit dieser Funktion konnte der Wiler seine sonst schon starke Medienpräsenz nochmals deutlich erhöhen. Das kommt nicht von ungefähr – Journalisten schätzen seinen Umgang. So schrieb beispielsweise die «Berliner Zeitung»: «Sein zuvorkommendes Auftreten kontrastiert mit der harten Ausländerpolitik, die er für die SVP im Nationalrat verfolgt. Er fällt nie ins Wort, hört genau zu und kann differenzieren.»

Laut eigenen Aussagen macht sich Reimann seit seiner Wahl in den Nationalrat stark für «Land und Leute». Im Vordergrund stehen für ihn der Einsatz für Demokratie, Freiheit, Unabhängigkeit und eine Weiterführung des Erfolgsmodells Schweiz. «Mit der Gründung der Parlamentarischen Gruppe Ostschweiz setzte ich mich auch für den Erfolg und eine bessere Durchsetzungskraft der Ostschweiz in Bern ein.»

Klares Highlight in der laufenden Legislatur: das Ja zur Masseneinwanderungs-Initiative. «Doch nun müssen wir alles daran setzen, dass der Volksentscheid auch umgesetzt wird», ergänzt Reimann. Als Niederlage führt er die «sozialistische Regulierungswut» auf. Nach wie vor sei es nicht gelungen, diese einzudämmen.

Alles andere wäre eine Überraschung gewesen: Lukas Reimann kandidiert 2015 erneut. «Ich trete an und bin motivierter denn je, für die Schweiz kämpfen.»



Im Blitzlichtgewitter

Thomas Müller (61)
SVP, St. Gallen
Politisiert in Bern seit 7.5 Jahren
Nationalrat: Seit 4.12.2006

Er wird 2015 im Fokus stehen. Mit seiner Kandidatur für den St. Galler Ständerat hat Thomas Müller den Wahlkampf eröffnet. An das Blitzlichtgewitter hat sich der Stadtpräsident von Rorschach jedoch inzwischen gewöhnt. Man könnte schon fast meinen, er suche es aktiv. «Zwar ist Müller im Nationalrat wohl das, was man als Hinterbänkler bezeichnet», schrieb kürzlich das «St. Galler Tagblatt». Aber er setzt sich mit gezielten Paukenschlägen immer wieder in Szene und ist damit der breiten Öffentlichkeit bestens bekannt. Der hohe Bekanntheitsgrad gründet auch in seiner Zeit als erfolgreicher Präsident des FC St. Gallen. Unter Müllers Führung wurde der Club

im Jahr 2000 Schweizer Meister. Im Dezember 2006 rückte er – damals noch CVP-Politiker – für den zurückgetretenen Felix Walker in den Nationalrat nach. Im deutsch-schweizerischen Konflikt um die Lockerung des Schweizer Bankgeheimnisses erregte Müllers Aufmerksamkeit, als er in einer Parlamentsdebatte im März 2009 über den deutschen Finanzminister Peer Steinbrück die Bemerkung «Er erinnert mich an jene Generation von Deutschen, die vor 60 Jahren mit Ledermantel, Stiefel und Armbinde durch die Gassen gegangen sind» fallen liess. Für Schlagzeilen sorgte Müller auch im Januar 2011, als er der CVP den Rücken zudreht und zur SVP wechselte.

Thomas Müller greift 2015 den Ständeratssitz von Paul Rechsteiner an. Ein schwieriges Unterfangen. Die Medienpräsenz dürfte ihm aber zusätzliche Stimmen bei der Wahl in den Nationalrat verschaffen.



Das Volk und die Armee

Jakob Büchler (62)
CVP, St. Gallen
Politisiert in Bern seit 10.5 Jahren
Nationalrat: Seit 1.12.2003

In der laufenden Legislatur hat sich Jakob Büchler vor allem für die Sicherheitspolitik stark gemacht. Armee-Budget (5 Milliarden pro Jahr), die vergangenen Rüstungsprogramme, die Abstimmungen zur Beibehaltung der allgemeinen Wehrpflicht und zum Gripen-Fondgesetz haben den 62-Jährigen intensiv beschäftigt.

Das grösste Highlight war für Büchler die deutliche Annahme der allgemeinen Wehrpflicht durch das Schweizer Stimmvolk mit 73 Prozent Ja-Stimmen. «Dass diese Vorlage so grosse Zustimmung finden würde, habe ich nicht erwartet, umso mehr freute es mich natürlich», so Büchler. Die grösste Niederlage war die Ablehnung des Gripen-Fondgesetzes durch das Volk. «Das war nicht einfach zu verkraften. Dass es letztlich soweit gekommen ist, war durch verschiedene Fehler zustande gekommen. Volksentscheide sind aber zu akzeptieren, und das hat für mich oberste Priorität.»

Jakob Büchler tritt 2015 erneut an.



Sprengkandidat und Stimmenmagnet

Hansjörg Walter (63)
SVP, Thurgau
Politisiert in Bern seit 14.5 Jahren
Nationalrat: Seit 6.12.1999

Mit seiner Entscheidung, 2015 erneut zu kandidieren, verschaffte er der SVP Thurgau eine komfortable Ausgangssituation. Denn damit ist klar, dass alle drei bisherigen Nationalratsmitglieder erneut antreten werden. Und insbesondere mit der Person von Hansjörg Walter hat die Partei ein Zugpferd, das eine Vielzahl an Wählerstimmen einsammeln wird. Walter als Stimmenmagnet: Diese Hoffnung hatten auch schon

SVP-Gegner. Etwa im Dezember 2008, als man den Thurgauer als Sprengkandidaten bei der Bundesratswahl portierte. Er unterlag im dritten Wahlgang mit nur einer Stimme dem offiziellen SVP-Kandidaten Ueli Maurer.

Von 2000 bis 2012 war Walter Präsident des Schweizerischen Bauernverbandes. Nach der Amtsübergabe an Markus Ritter wurde es medial etwas ruhiger um den Thurgauer. Abseits vom medialen Rampenlicht setzt Walter aber nach wie vor Akzente.

Hansjörg Walter kandidiert erneut.



Einsatz für die Landwirtschaft

Markus Hausammann (50)
SVP, Thurgau
Politisiert in Bern seit 2.5 Jahren
Nationalrat: Seit 5.12.2011

«Wie es sich für den Vertreter eines Berufsstandes gehört, habe ich mich vor allem für eine nachhaltige Landwirtschaftspolitik eingesetzt», so Markus Hausammann. «Für eine Landwirtschaft, die sichere und gesunde Nahrungsmittel produziert und damit auch die Landschaft pflegt.»

Highlight in der noch jungen Politikkarriere war für den Thurgauer die Aufnahme seines Einzelantrages

in die Revision des Raumplanungsgesetzes als Newcomer ganz zu Beginn der Legislatur. Auf die grösste Niederlage angesprochen, sagt Hausammann: «Die steht mir ja vielleicht noch bevor. Ich habe eine ziemlich dicke Haut, wenn es ums Verlieren geht. Wichtig bei einer politischen Niederlage ist aber für mich, mir selber im Nachhinein nicht vorwerfen zu müssen, zu wenig für den Erfolg unternommen zu haben.»

Nachdem er sich inzwischen eingearbeitet hat, möchte Markus Hausammann 2015 erneut kandidieren und eine zweite Legislatur anhängen.



Verantwortung übernehmen

Christian Lohr (52)
CVP, Thurgau
Politisiert in Bern seit 2.5 Jahren
Nationalrat: Seit 5.12.2011

Die Absicherung und finanzielle Stärkung der Sozialwerke ist Christian Lohr in der laufenden Legislatur ein wichtiges Anliegen gewesen. An den unerlässlichen Strukturoptimierungen mitzuwirken, hat er als eine wertvolle Herausforderung erlebt. Auch die verschiedenen Geschäfte im Gesundheitswesen hätten ihm aufgezeigt, wie wichtig es sei, auch unabhängige Meinungen einbringen zu können. «Das benötigte Fachwissen kann man sich unter anderem in der politischen Diskussion fundiert erarbeiten», so Lohr. «Als persönlichen Höhepunkt habe ich wahrgenom-

men, dass es möglich gewesen ist, eine unwürdige Rentenreduktion bei den schwerbehinderten Mitmenschen zu verhindern. Die Invalidenversicherung nachhaltig zu sanieren, das unterstütze ich», erklärt der Thurgauer. Dies dürfe aber nicht auf dem Weg passieren, dass man Kostenverschiebungen respektive -verlagerungen auf andere Ebenen verursacht. Damit sei der Gesellschaft als Ganzes sicher nicht gedient.

Und in puncto Niederlagen? Lohr: «Mir ist es zusammen mit Mitstreitern nicht gelungen, eine Mehrheit im Rat vom Sinn einer verbesserten finanziellen Opferhilfe zu überzeugen. Ich schäme mich dafür, wenn wir hier keine Verantwortung für die Betroffenen übernehmen.»

Auch Christian Lohr will weiterhin in Bern politisieren.



Zitterpartie

Thomas Böhni (49)
GLP, Thurgau
Politisiert in Bern seit 2.5 Jahren
Nationalrat: Seit 5.12.2011

Die erfolgsverwöhnten Grünliberalen (GLP) müssen bei den Wahlen 2015 einen Dämpfer fürchten. Ihre wichtigste Bündnispartnerin von 2011, die BDP, beginnt sich verstärkt der CVP zuzuwenden. Sollte sich die Thurgauer BDP von der GLP abwenden, besteht für deren Nationalrat Thomas Böhni höchste Abwahlgefahr.

Seine politische Karriere startete Böhni 2008 als Kantonsrat des Kantons Thurgau. Bei den National-

ratswahlen 2011 wurde er in den Nationalrat gewählt und ist damit der erste GLP-Nationalrat des Thurgaus. Die Energiewende ist und bleibt für ihn ein zentrales Anliegen. Ebenso wichtig ist für Böhni der Finanzbereich. Seine Aktivitäten gehen in den Medien jedoch mehrheitlich unter. In einem Ranking der «Ostschweiz am Sonntag», das aufzeigte, welche Bundespolitiker aus der Region in der Öffentlichkeit eine wichtige Rolle spielen, belegte er den letzten Platz.

Thomas Böhni wird sich 2015 voraussichtlich erneut zur Wahl stellen. Diese dürfte für ihn aber zur Zitterpartie werden.



Drei Jahrzehnte Bern

Paul Rechsteiner (62)

SP, St.Gallen

Politisiert in Bern seit 28 Jahren

Nationalrat: 2.6.1986 bis 11.12.2011

Ständerat: Seit 12.12.2011

Als wirtschaftsfreundlich kann man Paul Rechsteiner nun wirklich nicht bezeichnen. Der Gewerkschafter und Rechtsanwalt ist aber – das muss man ihm zugestehen – mit einem Engagement bei der Sache, das man sich von so manch einem bürgerlichen Politiker wünschte. Und das auch noch nach beinahe drei Jahrzehnten, die er schon in Bern politisiert. In dieser Zeit hat sich Rechsteiner ein immenses Wissen in den unterschiedlichsten Themengebieten angeeignet, das

seine politischen Gegner in Debatten mitunter durchaus zum Schwitzen bringen kann. Inhaltlich bearbeitet der erfahrene Politiker und noch «junge» Ständerat ein breites Themenspektrum. Für die Ostschweiz stand jüngst sicherlich der grosse Erfolg – in Zusammenarbeit mit Ständerätin Karin Keller-Sutter – im Einsatz für das «Bahn-Y» beziehungsweise für die Aufwertung der Linie St.Gallen-Chur im Vordergrund.

2011 gelang Rechsteiner mit rund 1300 Stimmen Vorsprung auf Toni Brunner der Einzug in den Ständerat. 2015 wird er sich erneut zur Wahl stellen. Die Ära des Ständerats Rechsteiner dürfte vielleicht – trotz Konkurrenten aus der SVP und der CVP – um eine weitere Legislatur verlängert werden.

Wahlen 2015 und «durchschnittliche Politiker»

Bereits in der letzten LEADER-Ausgabe machten wir eine Auslegeordnung der in der laufenden Legislatur geleisteten Arbeit von 13 Ostschweizer National- und Ständeräten. Mit der aktuellen Ausgabe vervollständigen wir den Überblick. Eines steht schon jetzt – ein Jahr vor den eidgenössischen Wahlen – fest: Nur wenige Politikerinnen und Politiker der Kantone St.Gallen, Thurgau, Appenzell Innerrhoden und Aargau möchten sich von Bern verabschieden. Praktisch alle kandidieren erneut. Stehen uns demnach spannungsarme Wahlen bevor? Kaum. Einerseits dürfte in den nächsten Wochen noch die eine

oder andere Überraschung bzw. Rücktrittsentscheidung folgen, andererseits wird nach 2011 auch 2015 wieder der Kampf um die St.Galler Ständeratssitze seine Wellen schlagen.

Die derzeit tätigen 26 Ostschweizer Parlamentarier politisieren gemeinsam übrigens schon rund 186 Jahre in Bern, was einem Schnitt von sieben Jahren entspricht. Bezieht man auch das durchschnittliche Alter dieser Politikerinnen und Politiker mit ein – es beträgt 54 Jahre – erhält man in der Person vom Appenzeller Ständerat Ivo Bischofberger (56-jährige und seit sieben Jahren in Bern) den typischen Ostschweizer Durchschnitts-Parlamentarier.

Anzeige



Universität St.Gallen

Weiterbildung für KMU

Intensivstudium KMU

50 Seminartage in 10 Blockwochen
Start 25. Durchführung: 13. April 2015
Bewerbungsfrist: 31. Januar 2015

St. Galler Management Seminar für KMU

20 Seminartage (8 Blöcke) | November 2014 bis Juni 2015
Start 69. Durchführung: 13. November 2014

Ausführliche Informationen zu allen Weiterbildungsprogrammen für KMU finden Sie auf unserer Website:

«Weil mir die inspirierenden Diskussionen wertvolle Erkenntnisse vermittelt haben, die ich 1:1 für eine erfolgreiche Zukunft meiner Firma einsetzen kann.»

André Kobelt, Vorsitzender der Bankleitung
Raiffeisenbank Regio Arbon

Nächste Info-Abende:
16. September 2014 in St.Gallen
12. November 2014 in Zürich
Anmeldung online

www.kmu.unisg.ch/wb

KMU-HSG.CH

Immobilien ja – aber wie und wo?

Nachdem die Europäische Zentralbank im Juni den Geldhahn nochmals kräftig aufgedreht hat, ist auch in der Schweiz – aufgrund der engen Verflechtung mit dem Euroraum – noch länger mit tiefen Zinsen zu rechnen. Dies beflügelt die Immobilienpreise, denn Kaufen ist damit im Vergleich zu Mieten günstig.

Text: Rolf Jermann **Bilder:** Archiv

Stockwerkeigentum hat sich in den vergangenen zehn Jahren im Durchschnitt um 45 Prozent verteuert, in «Hot-Spots» wie Zürich, Genf oder Zug teilweise sogar um ein Mehrfaches davon. Besorgt darüber zeigt sich die Schweizerische Nationalbank (SNB), denn ein allfälliger Rückgang der Immobilienpreise könnte zu einem Dominoeffekt führen und das Finanzsystem gefährden. Die SNB warnt daher schon längere Zeit vor einer Immobilienblase.

Verschärfte Rahmenbedingungen

Da Zinserhöhungen derzeit keine Option sind, bleibt nur der Weg über verschärfte Rahmenbedingungen, um den Preisauftrieb bei Immobilien zu drosseln. Beachtlich ist das Tempo, in welchem sich diese ändern: Noch bevor sich neue Regulierungen voll entfalten, folgt schon die nächste Einschränkung am Immobilienmarkt.

- Im März 2012 wurde die Zweitwohnungsinitiative vom Volk angenommen.
- Im Juli 2012 wurden die Anforderungen an die Hypothekarschuldner durch Selbstregulierung der Banken erhöht. Neu müssen mindestens zehn Prozent des Eigenkapitals aus anderen Quellen als der zweiten Säule stammen. Die Hypothekarschuld ist innert maximal 20 Jahren auf 2/3 des Belehnungswertes der Liegenschaft zu amortisieren.
- Im Februar 2013 wurde der neue antizyklische Eigenkapitalpuffer für Banken aktiviert und im Januar 2014 auf zwei Prozent verdoppelt. Die höheren Kosten werden auf die Kunden übertragen.
- Im Februar 2014 wurde die Initiative gegen Masseneinwanderung vom Volk angenommen. Diese könnte einen spürbaren Einfluss auf Immobilien haben; entscheidend ist die konkrete Ausgestaltung durch das Parlament.

Der Schweizer Immobilienmarkt boomt schon seit mehreren Jahren. Nach wie vor bietet er interessante Anlagemöglichkeiten, die es jedoch gut abzuwägen gilt. Bei den Hot-Spots – etwa rund um den Zürichsee – können Preisrückgänge jedoch nicht ausgeschlossen werden.





Zur Person

Rolf Jermann ist Leiter Firmenkunden und Kredite der VP Bank Gruppe mit Hauptsitz in Vaduz. Bis zu seinem Wechsel zur VP Bank arbeitete er bei der St.Galler Kantonalbank sowie der Credit Suisse in St.Gallen, Zürich und Toronto, wo er im nationalen und internationalen Kreditgeschäft tätig war. Rolf Jermann ist eidg. dipl. Bankfachmann und hat sich an der Swiss Banking School sowie an der University of Toronto im Spezialgebiet International Banking and Finance weitergebildet.

Kontakt: rolf.jermann@vpbank.com

- Im Juni 2014 wurde auf Druck der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA) die Selbstregulierung der Banken verschärft – zweite Hypotheken müssen schneller amortisiert werden. Die Hypothekenschuld ist innert maximal 15 Jahren auf 2/3 des Belehnungswertes der Liegenschaft zu amortisieren.
- Nur wenige Tage später hat der Bundesrat eine Reform des Systems der Ergänzungsleistungen angekündigt. Dabei soll der Kapitalbezug aus der obligatorischen beruflichen Vorsorge ausgeschlossen werden.

Diese veränderten Rahmenbedingungen treffen auf einen Immobilienmarkt, der sich ohnehin schon abflacht. Solange das Zinsniveau nicht steigt, ist aber kein genereller Preisrückgang zu erwarten. Bei den Hot-Spots rund um den Zürich-, Genfer- und Zugersee sowie einigen Ferienregionen können Preisrückgänge jedoch nicht ausgeschlossen werden. Im Segment der Luxusimmobilien zeichnet sich bereits eine Preisdelle ab.

Institutionelle stützen Nachfrage

Die obgenannten Massnahmen greifen unseres Erachtens zu kurz: Sie zielen stark auf selbstbewohntes Wohneigentum ab und weniger auf Renditeobjekte, deren Vermietbarkeit in einzelnen Regionen zwar völlig unproblematisch ist, die aber gerade deswegen massiv an Wert zugenommen haben (Beispiel Zürich). Es wird völlig verkannt, dass gerade in diesem Segment ganz andere Marktteilnehmer agieren, nämlich die Institutionellen wie Pensionskassen und Versicherungsgesellschaften. Diese sind heute in einem Anlagenotstand, weshalb nicht selten stolze Preise für schwache Renditen bezahlt werden; dies treibt letztlich die Preisspirale weiter hoch.

Mit Ausnahme der seit langem geltenden Anlagerichtlinien und der Mindestverzinsung gibt es hier keine Regulierung, sodass sie beinahe zu jedem Preis kaufen, dies jedoch nur sehr selten mit Fremdkapital. Will man oder kann man hier nicht aktiv werden? Grösse-

re private Investoren ziehen sich hingegen langsam zurück und machen die guten Preise zu Gewinn. Angesichts der schwachen Renditen stellt sich zudem die Frage des künftigen Unterhalts der Immobilien: Sanierungen werden aufgeschoben, worunter dann tatsächlich auch die Bauwirtschaft leiden dürfte.

Beste Performance 2014

Alternativ zu Direktanlagen kann ein Investor auch Kollektivanlagen wählen. Diese werden professionell verwaltet, bieten Gewähr für eine ausreichende Diversifikation des Immobilienportfolios und sind jederzeit wieder verkaufbar. Themen wie Steuern, Investitionsentscheide an Immobilien aber auch Verteilung des Vermögens im Erbfall können damit leicht gelöst werden.

Börsengehandelte Aktien von Immobiliengesellschaften (REITs) gehören mit einem Kursgewinn von zwölf Prozent seit Jahresbeginn zu den profitabelsten Anlageklassen. Da die Mieteinnahmen dank langfristiger Verträge die nötige Planungssicherheit bieten, erlaubt dies den Unternehmen einen hohen Fremdkapitaleinsatz. Dieser kann durchaus 50 bis 80 Prozent der Bilanzsumme betragen. REITs profitieren deshalb gleich doppelt von der ultraexpansiven Geldpolitik der Notenbanken: Erstens steigt der Wert der Immobilien, zweitens reduziert sich der Marktwert der Schulden dank fallendem Zinsniveau.

Fazit

Ein Zinsanstieg in der Schweiz ist auf absehbare Zeit nicht zu erwarten. Die SNB sieht eine Gefahr in den steigenden Immobilienpreisen, ihr sind aber die Hände gebunden. Ein Alleingang in der Geldpolitik ist keine Option, weshalb der Immobilienmarkt regulatorisch eingebremst wird. Die veränderten Rahmenbedingungen bergen ein erhöhtes Risiko für Anlagen in der Schweiz. Zu Anlagezwecken sollte daher international diversifiziert werden. Kollektivanlagen wie Fonds oder REITs bieten eine Reihe von Vorteilen gegenüber einer Direktanlage in Immobilien.

«Bitte glauben Sie das nicht»

Die Nellen & Partner AG lud zum «Gipfeltreffen» auf den Gupf. 60 Führungspersönlichkeiten trafen dabei auf fünf Referenten. Darunter auch der ehemalige Chefökonom der UBS, Klaus Wellershoff. Er steht Zukunftsprognosen kritisch gegenüber.

Text: Marcel Baumgartner **Bild:** Tiziana Secchi

Der Name ist Programm, wenn das St.Galler Personalberatungsunternehmen Nellen & Partner im Zwei-Jahres-Rhythmus zum «Gipfeltreffen» einlädt. Nicht nur das Gasthaus zum Gupf in Rehetobel bietet als Location auf 1083 Meter über Meer mit Blick auf den Bodensee und das benachbarte Deutschland die perfekte Umgebung, auch die rund 60 Gäste – alles führende Köpfe aus Wirtschaft, Politik und Bildung – kennen sich in ihren jeweiligen Bereichen mit der Position an der Spitze bestens aus. Viele von

Hinter dem Verhalten der Käufer steckt als Antrieb ein «unheimlich festes Vertrauen in Prognosen».

ihnen hätten den ganztägigen Event durchaus ebenso als Referent statt als Gast begehen können – Dölf Früh von der FC St.Gallen AG etwa, Hermann Hess von der Hess Management AG oder Ernst Buob von bratschi wiederkehr & buob, um nur drei Beispiele zu nennen.

Unterschiedliche Sichtweisen

Alleine aufs Zuhören sollten sich die Teilnehmer denn aber auch gar nicht beschränken. Der gesamte Anlass war so ausgelegt, dass neben den Referaten durchaus Zeit für den Austausch und fürs kritische Hinterfragen des Gehörten bot. Für genügend Gesprächsstoff sorgten neben Moderator Stephan Klapproth fünf Persönlichkeiten, die mit ihren Ansichten durchaus nicht immer deckungsgleich waren: Neben den Ausführungen von FDP-Nationalrat Andrea Caroni, Bestsellerautor Marco Freiherr von Münchhausen und Wirtschaftsprofessorin Sita Mazumder waren es insbesondere Klaus W. Wellershoff, CEO und Partner von Wellershoff und Partners Ltd., und David Bosshart, CEO des GDI Gottlieb Duttweiler Institute, welche mit ihren Referaten das eine oder andere Spannungsfeld aus unterschiedlicher Optik betrachteten.

Trends hinterfragen

Wellershoff, langjähriger Chefökonom der UBS, sprach zum Thema «Worauf kann man sich im Prognosedschungel verlassen?» und stellt gleich zu Beginn klar: «Es gibt sehr viele Trends, die einen umbringen, wenn man an sie glaubt.» Ein Seitenhieb, der an seinen Vorredner, David Bosshart, gerichtet war. Zentral ist für Wellershoff das Hinterfragen. Und genau deshalb würden Bosshart und er immer wieder aneinandergeraten und sich Reibungsfläche bieten. «Denn», so Klaus Wellershoff, «David Bosshart muss Thesen aufstellen. Er ist dazu verdammt. Dies ist seine Rolle. Meine Aufgabe ist es, diese Thesen zu hinterfragen.» Und für ihn seien diesbezüglich zwei Punkte zentral. «Erstens: Wir wissen sehr wenig über die Zukunft.» Und Zweitens sei das Wenige, das wir wissen, aber unheimlich mächtig. Würde dieses Wenige ignoriert, könne die Existenz einer Firma oder gar eines unseres gesamten Gesellschaftssystems bedroht sein.

Vor und nach der Finanzkrise

Wellershoff veranschaulichte dies mit einer NZZ-Umfrage, welche aufzeigt, wie verschiedene Banken das Vermögen ihrer Kunden aktuell im Vergleich zum Zeitpunkt vor der Finanzkrise anlegen. Grosse Veränderungen seien dabei nicht feststellbar: Wurden früher 44 Prozent in Aktien und 32 Prozent in Obligationen angelegt, so sind es derzeit 45 bzw. 31 Prozent. «Deutlicher kann man nicht aufzeigen, dass die Branche absolut nichts aus der Finanzkrise gelernt hat», kommentierte Wellershoff. «Keine einzige Erkenntnis ist in irgendeiner Art eingeflossen und hat zu neuen Lösungen geführt.»

Welchen Schluss kann man nun hinsichtlich der Prognosen ziehen? Für Wellershoff ist klar: Bezieht man sämtliche Faktoren mit ein, die einen überhaupt dazu verleiten, Aktien zu kaufen, so kann man nur zu einem Ergebnis kommen – hinter dem Verhalten der Käufer steckt als Antrieb ein «unheimlich festes Vertrauen in Prognosen». Und eine solche Denkweise werde von den Vermögensverwaltungen der Banken stark beeinflusst. Sie würden nicht müde, zu erwäh-

Ein Nullsummenspiel?
Ökonom Klaus Wellershoff.



nen, dass 90 bis 95 Prozent ihres Portfolioerfolges durch eine langfristige Strategie bestimmt sei. Wellershoff: «Sie unterstellen damit, dass sie die Zukunft hervorragend kennen.» Aber genau dies ist laut dem Experten ein Trugschluss.

«Deutlicher kann man nicht aufzeigen, dass die Branche absolut nichts aus der Finanzkrise gelernt hat.»

Eine Technologie ersetzt die andere

Ebenso sei es ein Trugschluss zu glauben, dass technologische Innovationen die Wachstumsraten in der Weltwirtschaft langfristig steigerten. «Bitte glauben Sie das nicht», mahnte Wellershoff. «Es gibt keine einzige grössere technologische Innovation, welche das Trendwachstum positiv beeinflusst.» Denn auch solche Entwicklungen würden an einem anderen Ort die Wertschöpfung wieder verkleinern. Nicht gerade ein Nullsummenspiel, aber auch kein Allerheilmittel, wie es oftmals heisst. Denn oftmals ersetze eine Technologie lediglich die vorherige. Und auch die neue Entwicklung müsse sich dem harten Wettbewerb stellen.

Wellershoff über das bedingungslose Grundeinkommen

Klaus Wellershoff steht der Einführung eines bedingungslosen Grundeinkommens in der Schweiz offen gegenüber. Laut seinen Einschätzungen ist es genauso gut finanzierbar wie das derzeitige Sozialsystem. Vollkommen falsch sei es, das Thema auf der politischen Skala zwischen links und rechts einzuordnen. Historisch gesehen stamme die Idee gar aus der liberalen Ecke: «Und aktuell wird es mitgetragen von ganz vielen Personen, welche sich grundsätzlich Gedanken über die soziale Gerechtigkeit machen.» Entscheidend für die Debatte seien Transparenz und Einfachheit. Der Bürger müsse verstehen, welche Ziele effektiv verfolgt würden – und mit welchen Mitteln. Alles andere sei undemokratisch. «Ich kann mir nicht vorstellen, dass Parteien, welche sich auf die Fahne geschrieben haben, die Volksdemokratie zu stärken, den Status quo mit dem immer grösser werdenden und intransparenten Sozialstaat unterstützen möchten. Das wäre absurd.» Die gesellschaftlichen Umwandlungen der nächsten Jahre und Jahrzehnte werden laut Wellershoff gewaltig sein. Hier seine neuen Antworten gefragt. Insofern könne er sich sehr gut vorstellen, dass eine moderne Schweiz sogar noch während seiner Lebensspanne auf ein neues System umstellen werde.

An der Spitze fehlt die Motivation

David Bosshart, CEO des GDI Gottlieb Duttweiler Institute for Economic and Social Studies, sprach am «Gipfeltreffen» von Nellen & Partner zum Thema «Megatrends und Gegentrends in der Wirtschaft». Nachfolgend einige Aspekte aus seinem Referat.

Bilder: Tiziana Secchi, zVg.

«Viele Märkte sind heute von Angst getrieben. Wir suchen krampfhaft nach Wachstum. Und wir betreiben eine Politik, welche die Renationalisierung zum Ziel hat. Aber wo immer wir Grenzen abbauen, entstehen an einem anderen Ort neue. Seien wir also nicht so naiv zu glauben, die Welt sei einfach ein globaler Markt. Das Gegenteil ist der Fall: Je stärker die Nationen werden – Beispiele sind China oder Brasilien –, desto mehr kommt der Drang, eigene Regeln zu machen und den eigenen Markt voranzutreiben. Es werden dann nicht jene begünstigt, die sich sowieso schon an der Spitze befinden. Für die westliche Welt heisst das nichts anders als: Mit jedem Erfolg, den wir haben – und wir waren in der Vergangenheit gigantisch erfolgreich –, wird der nächste Schritt, den man erreichen möchte, noch schwieriger. Die tiefhängenden Früchte haben wir alle schon geerntet.

«Die Stärke der Verbindung zwischen Wissen und Glauben ist: Man ist neugierig, aber nicht dogmatisch.»

Bildungsinstitute der Zukunft

Bildung und Erziehung werden die schwierigen Themen der nächsten Jahre. Wir müssen uns immer schneller den technologischen Veränderungen anpassen. Hier stellt sich die Frage, wie die Bildungsinstitute der Zukunft aussehen sollen. Die Schweiz ist diesbezüglich hervorragend aufgestellt. Aber es relativiert sich. Blicken wir auf die USA: Wirtschaftlich ok, aber die wirklichen Probleme sind in der Bildung. Die amerikanischen Studenten haben heute beim Verlassen der Universitäten 1000 Milliarden an akkumulierten Schulden. Das bedeutet nichts anders, als dass diese Personen die nächsten zehn bis 20 Jahre zuerst einmal ihre eigenen Schulden abbauen müssen, bevor sie an einen normalen Job denken können.

Das Unkonventionelle wird zur neuen Normalität

Wir hängen heute sehr stark von einer sehr guten Technologie ab – gerade auch in der Produktivität. Technologie ist etwas Wundervolles. Aber je weiter

wir in die Zukunft blicken, desto schneller ist sie auch wieder überholt. Kurz vor seinem Tod hat Apple-Chef Steve Jobs, wahrscheinlich einer der genialsten Unternehmer der vergangenen Jahrzehnte, gesagt: «In wenigen Jahren wird alle meine Arbeit bedeutungslos sein. Sie wird vergänglich sein. Wir leben», hat er weiter gesagt, «nicht mehr in einer Zeit, in der wir Kathedralen bauen.» Kathedralen überdauern 1000 Jahre. Sie stehen für die Ewigkeit. Ein iPhone hingegen wird laufend überholt. Damit sehen wir: Eigentlich alles von dem, was entwickelt wird, hat immer weniger mit dem zu tun, was eigentlich derzeit normal ist. Wir werden und daran gewöhnen müssen, dass das Unkonventionelle zur neuen Normalität wird.

Wissen und Glauben

Was ist die eigentliche Stärke des Westens? Wir sind immer gut mit Spannungen umgegangen. Wir lebten in einer Spannung zwischen Wissen und Glauben. Zu all den grossen Leistungen – wie die erwähnten Kathedralen – ist man nur fähig, wenn man glaubt, einem grösseren Zweck zu dienen. Heute werden die einzelnen Pole jedoch verabsolutiert. Wir haben den Pol «Wissen» verabsolutiert und den Glauben eliminiert. Dabei wissen wir: Menschen, die an nichts glauben, sind bereit, jeden Unsinn zu glauben. Dies ist der heutige Zustand. Wir haben keine Ahnung mehr, welche Ziele wir haben, wohin wir gehen wollen. Es reduziert sich alles nur noch aufs Taktieren. Anders in der islamischen Welt: Dort wurde der Pol «Glauben» verabsolutiert und das Wissen eliminiert. Auch hier ist klar: So können sie niemals Fortschritte machen und in die Zukunft gehen. Die Stärke der Verbindung zwischen Wissen und Glauben ist: Man ist neugierig, aber nicht dogmatisch. Wir waren in der Vergangenheit bereit, uns belehren zu lassen. Wir waren skeptisch, haben aber auch geglaubt. Wir waren überzeugt, das richtig zu tun, jedoch nicht fanatisch. Auf dieser Grundlage kamen die grossen Innovationen zustande.

Schwach an Motivation

Die westliche Welt befindet sich aktuell in der Reifephase. Die Wirtschaft in China oder Brasilien steckt

Auf der Suche nach einem Feind: David Bosshart, CEO des GDI Gottlieb Duttweiler Institute.



dagegen im Aufbau. Viele Leute kaufen dort zum ersten Mal einen Kühlschrank, ein Auto oder eine Wohnung. Bei uns stellt sich eher die Frage, welches Auto man sich als Nächstes noch zusätzlich zulegt. Solche Gesellschaften sind automatisch motivationschwach. Die Stärke liegt bei jenen Ländern, die aufholen möchten.

Man kann es mit den Lebensabschnitten eines Menschen vergleichen: In der Babyphase möchte man aufholen und attackieren. In der Teenagerphase vergleicht man, ist im Statusstress. In der Erwachsenenphase – und dort befindet sich der Westen – will man verfeinern und gewisse Dinge zelebrieren. Als Nächstes kommt dann noch die Phase, in der man ein bisschen milder wird, wo Dinge wie Würde, Hingabe, Familie oder eben auch der Glaube wieder wichtiger werden.

Die Amerikaner – und da bin ich mir ziemlich sicher – werden immer in der Teenagerphase bleiben. Getreu dem Motto «just do it». Die werden immer kompetitiv sein, sich immer mit anderen messen wollen. Amerika ist ein Land, das die Stärke hat, sich permanent zu wandeln. Es wird nie in eine Ruhephase hineinkommen.

Wer ist Freund, wer Feind?

Haben wir in der westlichen Welt also überhaupt noch eine Ahnung, was wir wollen? Die meisten von

uns sind im Zeitalter des Kalten Krieges gross geworden. Eine Ausnahmezeit. Eine schöne Zeit. Wieso? Weil wir im Kalten Krieg genau wussten, wer Freund und wer Feind ist. Und das motiviert. Dass wir nach dem Zweiten Weltkrieg viel Wachstum generieren konnten, dass wir einen Sozialstaat aufbauen konnten, haben wir in erster Linie der Motivation, den Feind besiegen zu wollen, zu verdanken. Wir wollten das bessere System als er. Das kennt man auch aus der Wirtschaftsgeschichte, mit Boeing vs. Airbus oder Cola vs. Pepsi. Wachstum war zu jener Zeit niemals ein Thema, weil es immer die Folge von technologischen Innovationen war. Der Slogan «Vorsprung durch Technologie» hat die Welt revolutioniert.

Nachlässigkeit

In der Gegenwart ist nicht mehr klar, wer Freund und wer Feind ist. Heute kennen wir das schöne Wort «frenemy». Jemand ist zugleich Freund und Feind. Aber wir haben im Kalten Krieg gelernt, dass man mit Feinden keine Geschäfte macht – oder nur im Notfall, oder nur marginal. Und heute? China und die USA sind auf der politischen Bühne brutale Feinde. Aber wirtschaftlich sind sie aufeinander angewiesen. Kann das gut gehen? Hier setze ich ein klares Fragezeichen.

Die gute Zeit war jene, wo die Produktion im Fokus stand. Die produzierende Industrie hat uns dazu angehalten, sparsam zu sein, Investitionen auch durchzurechnen. Wir hatten in puncto Selbstdisziplin einen deutlich höheren Level. Heute dominiert nicht mehr die Produktion. Es dominieren die Finanzen und der Konsum. Und das hat uns ganz klar nachlässiger werden lassen. Wir sind nicht mehr ernsthaft.»

Anzeige



Appetitliche Argumente für die Lohnverhandlungen.

- Bis zu 180 Franken pro Mitarbeitendem und Monat von allen Sozialabgaben befreit.
- Kosteneffiziente Alternative zum Personalrestaurant oder bar ausbezahlten Spesen.
- Lunch-Checks werden zum Nominalwert abgegeben, keine weiteren Kosten.
- Keine Mitgliedschaft, Mindestlaufzeit oder vertragliche Bindung.
- Lunch-Checks lassen sich in über 5000 Restaurants einlösen.

lunch-check.ch

SCHWEIZER LUNCH-CHECK
DIE LECKERSTE WÄHRUNG DER SCHWEIZ.



Starrbahnwest



Auch für KMU.

«Wissen schafft Wirkung» 

Begeistern Sie Studierende für Ihr Unternehmen

Dank unseren vielfältigen Services stärken Sie Ihren Unternehmensauftritt an der Universität St.Gallen (HSG) und gewinnen so motivierte Studierende für Ihr Unternehmen.

HSG-Karriereplattform

Nebst Voll-/Teilzeitstellen und Praktika können Sie auf der HSG-Karriereplattform auch Ferien-/Aushilfsjobs oder Projektarbeiten aus Ihrem Unternehmen ausschreiben. www.hsgcareer.ch

Rekrutierungsveranstaltungen

Wir organisieren für Sie branchenübergreifende und branchenspezifische Rekrutierungsveranstaltungen an der Universität St.Gallen.

Weiterbildung und Kooperationen

Wir vernetzen Sie mit den richtigen Personen, wenn es um die Weiterbildung Ihrer Mitarbeitenden und Kooperationen mit der Universität St.Gallen geht.

Ihr Kontakt

Career Services Center der Universität St.Gallen (CSC-HSG)
Patrick O. Brauchbar, Leiter Unternehmensservices
Telefon 071 224 39 50
patrick.brauchbar@unisg.ch
www.unisg.ch/unternehmen

Impressionen vom «Gipfeltreffen»

Ein Austausch zu aktuellen Themen, fern von der Hektik des Alltags:
Dies ist das Ziel des Events «Gipfeltreffen». LEADER war mit dabei.



STUDIE

HR aus Sicht der Unternehmensführung

Erwartungen an wirksames HR-Management



Eine Kooperation von

promerit
GET THE TALENT TO GROW

Henri B. Meier
Unternehmensschule
 **Universität St. Gallen**

personalmagazin

aus der Haufe Gruppe

Weiterbilden, damit die Personalstrategie lebendig wird

Die HBM Unternehmerschule hat zusammen mit dem Personal Magazin und der Promerit AG aktuell die HR-Studie 2014 durchgeführt. Leitthema ist der Beitrag von HR als strategischer Partner für die Geschäftsführung. Hierzu wurden 210 Nicht-HR-Geschäftsleitungsmitglieder von Unternehmen aus dem DACH-Raum befragt. Überprüft wurde die Plausibilität der Ergebnisse über persönliche Interviews mit 14 Geschäftsführern, unter anderem aus der Ostschweiz.



Aus Sicht von HR positiv: Eine stärkere Begleitung durch HR bei strategischen Herausforderungen wird klar gewünscht. Und zwar im Vorfeld der Entscheidungen, nicht erst im Nachgang, wie häufig zu beobachten ist. HR soll gestalten, nicht nur administrieren und «reparieren». Die Grundlage dafür ist gegeben, denn zwei Drittel der Unternehmen sind zufrieden bis sehr zufrieden mit ihrer HR-Funktion. Bei den gewünschten Themen stehen neben der Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber, der Besetzung von Schlüsselpositionen auch die Qualifikation – und damit die Weiterbildung – der Mitarbeitenden ganz oben auf der Liste.

Doch gibt ein weiteres Ergebnis zu denken: 74% der befragten Unternehmen gaben ehrlicherweise zu, über keine HR-Strategie zu verfügen. Und von den Unternehmen, die eine HR-Strategie haben, gaben 46% an, dass diese im Unternehmen nicht bekannt sei. Die Kehrseite der Medaille: 41% mussten bereits Wachstumsstrategien und Investitionen zurückstellen, weil ihnen das Personal für die Umsetzung ge-

fehlt hat. Und für 43% ist Rekrutierung von Mitarbeitenden die grösste Herausforderung. Das zeigt, wie sehr erfolgskritisch das HR-Thema für Unternehmen ist.

Dazu ein Zitat von einem der befragten Geschäftsführer Arndt G. Kirchhoff, Kirchhoff Automotive GmbH: «Eine Herausforderung ist es, den Grundsatz «Mitarbeiter sind wichtiger als Kapital» gegenseitig zu erfüllen. Unternehmen gegenüber Mitarbeitern und Mitarbeiter gegenüber Unternehmen. Nur gemeinsam kommen wir zum Erfolg!». Ein Blick auf «seine» HR-Strategie verdeutlicht dabei die Rolle der Aus- und Weiterbildung, denn drei von sechs HR-Eckpfeilern befassen sich damit. Die Weiterbildungsangebote richten sich an Auszubildende, an zukünftige Führungskräfte sowie an über 65- bis hin zum System der betrieblichen Weiterbildung.

Für HR bieten sich drei Themen an, über die es seine Wirkung entfalten kann: Effizienz, Effektivität und Umsetzung (Execution). Effizienz umfasst die Personalorganisation und -prozesse sowie die Vergütungsstrukturen. Effektivität zielt auf die Qualifikation der Mitarbeitenden, die Besetzung von Schlüsselpositionen und die Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber. Die Umsetzung schliesslich beinhaltet eine verinnerlichte Unternehmens- und HR-Strategie, engagierte Mitarbeitende und eine starke Führung. Strategisch wirksame HR-Arbeit stellt somit ein erreichbares Ziel dar. Ein passender Weiterbildungspartner, wie die HBM Unternehmerschule der Universität St.Gallen mit ihren Programmen für Führungskräfte und Technologieunternehmen, kann dazu beitragen, diese Zielerreichung zu beschleunigen.

Weitere Infos zur HR-Studie 2014 bei:
Prof. Dr. Christoph Müller
christoph.mueller@unisg.ch
www.unternehmerschule@unisg.ch

Die Erfolgsspur mit Leitplanken versehen

Die Pronto Reinigung AG mit Sitz in St.Gallen hat ihre vorhandenen Strukturen durchleuchtet und daraus Massnahmen abgeleitet, um die eigene Marktstellung weiter zu festigen und auszubauen. Die Vorgehensweise und die damit eröffneten Chancen sind ein gutes Beispiel dafür, wie wichtig gerade für KMU eine stetige Überprüfung ihrer Ist-Situation und der eigenen Strategie ist. Denn jeder Markt bewegt sich. Aber nicht alle Marktteilnehmer können mit dem Tempo Schritt halten.

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

Seit mehr als fünf Jahrzehnten bietet die Pronto Reinigung AG ein breites Angebot in der Reinigung innen und aussen am Gebäude an. Ob Unterhalts- oder Baureinigung, ob Fassaden- oder Wohnungsräumung, ob Industrie- oder Messereinigung: All diese Arbeiten gehören in das vielseitige Spektrum des Ostschweizer Unternehmens. In der jüngsten Vergangenheit wurden zudem auch die Hauswartung, die Hubarbeitsbühnenvermietung sowie zusätzliche Spezialreinigungen – in dieses Segment fällt auch die Schädlingsbekämpfung – zu weiteren starken Standbeinen aufgebaut. Mit Erfolg, wie

St.Gallen versinnbildlicht den Aufbruch in die Zukunft bestens. Die moderne Büroinfrastruktur sorgte nicht nur intern für bessere Abläufe und eine gesteigerte Mitarbeitermotivation, auch gegen aussen konnte damit das «angestaubte» Image der Reinigungsbranche kräftig aufpoliert werden. «Heute können wir den Besuchern unseres Unternehmens noch besser aufzeigen, was es alles benötigt, um als Reinigungsfirma im Markt eine Spitzenposition einnehmen zu können», erklärt Hans Herzog (50), Vorsitzender der Geschäftsleitung. Mit ein paar Reinigungsmitteln und einem Staubsauger, die in einem Kellerabteil lagern, sei es bei Weitem nicht getan. Die unterschiedlichsten Bauausführungen mit ebenso verschiedenen Materialien und technischen Raffinessen, gepaart mit einem immer höheren Zeitdruck und der Unbeständigkeit des Wetters, verlangen nach einem hohen Know-how und Strukturen, die flexibel auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse eingehen können.

Während die Pronto – gerade auch aufgrund der mittlerweile 56-jährigen Firmengeschichte – seit jeher mit Fachwissen zu überzeugen weiss, setzten die vorhandenen Strukturen im Laufe der Zeit etwas Staub an. Im Wissen, dass durch eine Überprüfung der vorhandenen Stärken und Schwächen, aber auch der internen Abläufe sowie überhaupt der gesamten Organisation und einer anschliessenden Neuorientierung die eigene Marktposition noch deutlich gestärkt werden könnte, leiteten Hans Herzog und sein Bruder Werner Herzog (45), Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung, einen Strategieprozess ein. Das Ziel war klar: Aus der Position der Stärke heraus wollte man die Firma noch fitter für die künftigen Herausforderungen des Marktes machen. Die Erfolgsspur, auf der man sich derzeit bewegt,

Rein optisch setzte die Pronto vor drei Jahren ein Zeichen: Der Umzug an die St.Josefenstrasse in St.Gallen versinnbildlicht den Aufbruch in die Zukunft bestens.

unter anderem die Entwicklung der Mitarbeiterzahlen aufzeigt: Alleine zwischen 2008 und 2014 wuchs die Belegschaft von 300 auf aktuell 350 Angestellte. Die Pronto Reinigung AG schaffte damit ein nachhaltiges Wachstum in einem Markt, der sich zum Teil – gerade während dieser Phase – stark verändert hat. Nicht nur die Ansprüche der Kunden sind stark gestiegen, auch die Möglichkeiten an Produkten und Maschinen gilt es wachsam zu verfolgen, damit letztlich jene Innovationen zur Anwendung gelangen, die eine Dienstleistung auf höchstem Niveau garantieren.

Firmenstandort als Imageträger

Rein optisch setzte die Pronto vor drei Jahren ein Zeichen: Der Umzug an die St.Josefenstrasse in

*Alles aus einer Hand:
Hans und Werner Herzog,
Pronto Reinigung AG.*





sollte noch breiter ausgebaut und mit Leitplanken versehen werden.

Einbezug der Aussensicht

Für die beiden Brüder stand dabei vom Aufkeimen der ersten Vision an fest, dass eine objektive Durchleuchtung der Strukturen – gerade auch in einem Betrieb, in dem über zehn Familienangehörige tätig sind – nur durch einen externen Partner möglich ist. Diesen fanden sie in Rolf Brunner von der Continuum AG in St.Gallen. Das Unternehmen berät und unterstützt mittlere und grössere Firmen in deren

Was nun sehr theoretisch tönt, hat einen entscheidenden Einfluss auf die künftige Positionierung der Pronto Reinigung AG im Markt.

langfristigen Weiterentwicklung und hilft Familien bei der Lösung ihrer Herausforderungen im Nachfolgeprozess. Mit der Hilfe von Brunner wurde die Ist-Situation analysiert und zusätzlich vorhandenes Potenzial herausgefiltert. Auf dieser Basis und aufgrund mehrerer geführten Interviews mit Mitarbeitenden entstanden eine Vision und ein Leitbild, welche die künftigen unternehmerischen Aktivitäten massgeblich steuern.

20 konkrete, bereits definierte Projekte in den einzelnen Abteilungen sollen innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahren die theoretischen Ansätze in die Praxis umsetzen. Sie verfolgen unter anderem das Ziel, die Bedürfnisse der Kunden und des Marktes noch besser zu kennen und zu befriedigen. Hierfür soll die

Die neue Führungsstruktur

Verwaltungsrat:

Hans Herzog, VRP
Werner Herzog, Mitglied VR
Rolf Brunner, Mitglied VR

Geschäftsleitung: im Bild von links nach rechts.

Hans Herzog, Vorsitzender
der GL/Leiter Services und Administration
Heidi Herzog, Mitglied der GL/Leiterin
Bereich Administration
Carole Schlatter, Mitglied der GL/Leiterin
Bereich Marketing und Verkauf
Ettore Menegola, Mitglied der GL/Leiter
Bereich Hauswartung/Facility Services
Ramon Eicher, Mitglied der GL/Leiter
Bereich Spezialreinigung
Werner Herzog, Stv. Vorsitzender
der GL/Leiter Produktion

Zum Unternehmen

Gegründet: 1958 durch Hans Herzog Senior
Standorte: St.Gallen, Oberuzwil, Wolfhalden,
Rotkreuz, Luzern
Dienstleistungsangebot: Spezialreinigung,
Unterhaltsreinigung, Hauswartung, Schädlings-
bekämpfung, Vermietung Hubarbeitsbühnen
Tätigkeitsgebiet: Nordostschweiz, Zentralschweiz
Mitarbeitende: 350
Kunden: 1080
Ausgeführte Aufträge im Jahr 2013: 2300
Betriebsfahrzeuge: 38
Hubarbeitsbühnen: 16

Eigenverantwortung eines jeden einzelnen Mitarbeiters noch stärker gefördert werden – nicht zuletzt auch durch einen leistungsorientierten und situationgerechten Führungsstil. Durch ständige Kommunikation und angemessene Dokumentation wird sichergestellt, dass jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter die Pflichten und Rechte kennt und weiss, welchen Beitrag sie bzw. er zur Weiterentwicklung des Unternehmens leistet.

Neue Kompetenzfelder im Visier

Was nun sehr theoretisch tönt, hat einen entscheidenden Einfluss auf die künftige Positionierung der Pronto Reinigung AG im Markt. Indem etwa die einzelnen Abteilungen noch intensiver kommunizieren und ihre Aufgabengebiete klar definiert sind, wird nicht nur das bestehende Dienstleistungsangebot für die Kunden optimiert, es entstehen auch neue Kompetenzfelder. Mit gezielten Weiterbildungen der Mitarbeitenden können so weitere Segmente angeboten werden. «Alles aus einer Hand», lautet das Schlagwort, mit welchem sich die Pronto noch mehr von der Konkurrenz abheben will.

«Kundenbedürfnisse, Qualitätsmanagement und Innovationen sind die wesentlichen Eckpfeiler einer solchen Unternehmensbeurteilung», erklärt Rolf Brunner. «Die Basis dafür ist das vorhandene Wissen in der Firma. Dieses galt es bei der Pronto noch gezielter abzuholen und zu bündeln. Denn nur so kann abteilungsübergreifend voneinander profitiert werden.» Aus diesem Grund wurde auch die gesamte Geschäftsleitung neu strukturiert. Bestand sie vorher mit einer Ausnahme noch ausschliesslich aus Familienmitgliedern, setzt sie sich neu aus den Entscheidungsträgern der einzelnen Abteilungen zusammen. «Damit können wir vorhandenes Know-how noch besser erfassen und durch kurze Kommunikationswege flexibel auf die Marktbegebenheiten eingehen», so Hans Herzog.

Wissen, wohin die Reise geht

Neben dem Kundennutzen und dem Konkurrenzvorsprung ist für den Geschäftsführer aber noch ein weiterer Punkt entscheidend: die Motivation der Mitarbeitenden. «Sie sind der Imageträger unserer Firma. Sie sind tagtäglich an der Front. Es ist daher von grosser Bedeutung, dass sie hinter ihrem Arbeitgeber stehen.» Und dies sei nur möglich, wenn sie wissen, wohin die Reise des Unternehmens geht. «Und wenn sie wissen, dass sie in einem sicheren und innovativen Betrieb tätig sind», ergänzt Werner Herzog. «In einem Betrieb, der ihnen auch dann eine Arbeitsstelle garantiert, wenn einmal ein Grosskunde wegfallen sollte.»

Der Markt ist seit Jahren in Bewegung. Die Pronto Reinigung AG konnte mit diesem Tempo mithalten, wachsen und ihre Position sichern. Mit dem nun eingeleiteten Strategieprozess legt das Unternehmen nochmals einen Gang zu und verschafft sich einen Vorsprung.

Bewerber 2.0 – Verhalten auf dem Arbeitsmarkt

Die Knappheit an Fachkräften auf dem Schweizer Arbeitsmarkt nimmt weiter zu. Um Talente zu gewinnen, sollten Unternehmen vermehrt Anstrengungen zur Steigerung der Attraktivität als potentieller Arbeitgeber vornehmen. Da in diesem Zusammenhang der viel zitierten Generation Y eine besondere Bedeutung als Zielgruppe zukommt, hat die PMS



Raphael Schönenberger
lic.oec.HSG

SCHÖNENBERGER durch einen Studierenden der Fachhochschule St. Gallen eine Bachelorarbeit initiiert. Dabei wurde das Verhalten dieser Generation mittels einer Marktforschungsstudie untersucht, die zu folgenden Haupterkennnissen führte:

Vorgehen bei der Informationsbeschaffung

Elektronische Stellenplattformen und Webseiten der Arbeitgeber sind die beliebtesten Quellen der Informationsbeschaffung auf dem Arbeitsmarkt. Gut ein Drittel der Befragten informiert sich auch über soziale Netzwerke im Internet. Facebook ist das am stärksten verbreitete Soziale Netzwerk, in Sachen Karriereplanung werden aber vorwiegend die Plattformen XING und LinkedIn genutzt.

Ansprüche an einen attraktiven Arbeitgeber

Eine vielfältige Arbeit, die Spass macht, Anerkennung für Geleistetes sowie Entwicklungsmöglichkeiten sind die bedeutendsten Ansprüche junger Fachkräfte an ein Unternehmen. Das wichtigste Kriterium, um eine ausgewogene Work-Life-Balance zu erreichen, ist die Möglichkeit, die Arbeitszeit flexibel zu gestalten. Beinahe die Hälfte empfindet gleitende Arbeitszeiten als bestes Arbeitszeitmodell. Obschon eine Mehrheit auch in Zukunft ihre Arbeit an einem fixen Arbeitsplatz im Unternehmen verrichten möchte, erfreut sich insbesondere ein hybrides Home Office-Modell, wo abwechselnd Zuhause und im Unternehmen gearbeitet wird, einer beachtlichen Beliebtheit. Dagegen ist die Nachfrage nach einem permanenten Home Office praktisch inexistent.

Wertvorstellungen der Generation Y

Junge Fachkräfte ziehen ein harmonisches Privatleben und die eigene Selbstverwirklichung dem beruflichen Erfolg und dem finanziellen Reichtum vor. Eine schlechte Teamstimmung oder fehlende Wertschätzung von Vorgesetzten oder Mitarbeitenden sind häufige Gründe, warum Angestellte ein Unternehmen verlassen. Zwischenmenschliche Unstimmigkeiten sowie eine unbefriedigende Work-Life-Balance führen öfter zu Jobwechsel als etwa bessere Karrierechancen bei anderen Firmen.

Führend, wenn es um Zeiterfassung geht

Seit einem Vierteljahrhundert werden in Bottighofen Innovationen in der Informatik entwickelt. Das «Paradepferd» der zwicky electronic ag ist ein Zeiterfassungs-System, das laufend weiter entwickelt wird und im In- und Ausland weit verbreitet ist. Mit WinTime2000® ist Firmengründer Rolf Zwicky ein grosser Wurf gelungen, mit dem sich das Thurgauer Unternehmen einen Ruf weit über die Region hinaus verschafft hat.

Rolf Zwicky, Gründer und Inhaber der zwicky electronic ag.

Mit Steuerungen im Industriebereich begann 1981 die Erfolgsgeschichte der zwicky electronic ag in Bottighofen, damals noch als Einzelfirma, ab 1986 als Aktiengesellschaft. Der wichtige erste Schritt war die Entwicklung eines Zeiterfassungs-Terminals, das den Grundstein für WinTime2000® legte. «Ab 1983 verbreitete sich der Personal Computer immer mehr», er-

innert sich Firmengründer Rolf Zwicky, «und entsprechend entwickelten wir uns immer mehr zum Informatikunternehmen.» 1986 kam es zum Durchbruch: Die Migros-Genossenschaft Winterthur-Schaffhausen bestellte gleich 50 Zeiterfassungs-Systeme für seine Filialen. Eine Grosslieferung, die gleichzeitig eine beste Referenz für künftige Kunden war.





Über WinTime2000®

WinTime2000® ist ein registrierter Produktname und umfasst die Bereiche Absenz-Management, Personal-Zeiterfassung, Einsatzplanung, Leistungs- und Auftragserfassung sowie Zutrittskontrolle und Videoüberwachung. Die Basis bildet eine Applikations- und Verwaltungs-Software für Windows-Betriebssysteme, mehrsprachig und mit Anbindung an MS-Office. Zur Personenidentifikation werden multifunktionale Chip-Karten oder Schlüsselanhänger, vorwiegend LEGIC®, eingesetzt. Ziel ist es, nur ein Medium für alle Anwendungen in einem Betrieb zu verwenden, zum Beispiel für (Kaffee-) Automaten, Kopierer, Zahlungsmittel, Zeiterfassung und als Schlüsselsatz für Garageneinfahrten und den Gebäudezutritt.

Grundlagen für Führungsentscheide

Allerdings waren die Thurgauer inzwischen längst nicht mehr die einzigen, welche die Zeiterfassung als vielversprechenden Markt erkannten. Rolf Zwicky legte deshalb von Anfang an grossen Wert auf eine laufende praxisnahe Weiterentwicklung von WinTime2000®. «Dabei ist es unser Ziel, dem Kunden ein vollumfängliches Tool für das Zeit- und Absenz-Management und somit die nötigen Grundlagen für Führungsentscheide zur Verfügung zu stellen», erklärt Zwicky. Innovationen und Geschäftsräume sollen mit Zutrittskontrolle und Videoüberwachung geschützt werden.

«Unser Zukunftspotenzial ist gross, denn in der Schweiz besteht Nachholbedarf in den Bereichen Zutrittskontrolle und Sicherheit.»

Bei der Entwicklung setzt die zwicky electronic ag auf den Grundsatz: Alles aus einem Guss. Die besten Hardware-Komponenten verschmelzen mit der eigenen Software, das Ergebnis sind bedienbereite Komplettsysteme. Das eigene Unternehmen führt Rolf Zwicky nach derselben Philosophie: «Wir halten unsere Firma schlank und klein und arbeiten je nach Anforderung und Projekt mit Partnerfirmen zusammen.» Daraus entsteht eine Flexibilität, die einen entscheidenden Vorteil für alle Beteiligten mit sich bringt. Denn die Kunden stammen aus den verschiedensten Branchen und haben unterschiedliche Bedürfnisse. Vom Kleinbetrieb im Dienstleistungsbereich über grosse Industrieunternehmen bis hin zu Kliniken und Spitäler findet sich alles.

Neue Version am Markt

Aus dem einstigen Produzenten von Steuerungen und Geräten für industrielle Anwendungen ist inzwischen endgültig ein führender Anbieter von IT-

Systemen im Bereich Zeiterfassung und Zutrittskontrollen geworden. Der Markt ist global. Dank der Mehrsprachigkeit der Software erhielt die zwicky electronic ag 2008 beispielsweise einen Grossauftrag im Bereich Sicherheit mit Herstellung von Personalausweisen, Zutrittskontrolle und Videoüberwachung für die Regierung eines afrikanischen Landes. Im vergangenen Jahr wurde eine komplett neue Software-Version lanciert, die von bestehenden und neuen Kunden sehr gut aufgenommen wurde und wird.

Auch die Zukunftsaussichten sind laut Rolf Zwicky gut. «In den Bereichen Zutrittskontrolle und Sicherheit erwarten wir in nächster Zeit die grössten Zuwachsraten», so der Firmengründer, «besonders in der Schweiz besteht da noch Nachholbedarf.» Vor wenigen Jahren noch war die Arbeitszeit als «alter Zopf» betrachtet worden, so mancher ging davon aus, dass neue Modelle an ihre Stelle treten werden. Die Praxis habe sich gegenteilig entwickelt, sagt Rolf Zwicky: «Zumindest ohne Absenzmanagement und Kennzahlen kommt kein Unternehmen aus.» Arbeitszeit gekoppelt mit Leistungserfassung liegt im Trend und trägt zur Kostentransparenz bei, ebenso zur Personalplanung. Rolf Zwicky nennt einen weiteren Aspekt: «Gemäss Arbeitsgesetz ist Zeiterfassung Sache des Mitarbeiters, es ist also ein Dienst an den Angestellten, wenn diesen ein Zeiterfassungssystem zur Verfügung gestellt wird.»

Seit über einem Vierteljahrhundert hält die zwicky electronic ag am Standort Bottighofen fest. Was spricht für den Thurgau und die Ostschweiz? Er schätze den Standort, der verkehrstechnisch gut gelegen und eine vergleichsweise hohe Lebensqualität biete. «Die Nähe zu Deutschland und Österreich erhöht nicht nur das Potenzial, es erweitert auch die Geschäftsvielfalt und den Horizont.»



www.wintime2000.ch



Erfolg finden für gewöhnlich jene, die zu beschäftigt sind, um danach zu suchen.

Henry David Thoreau

Wenn Unternehmen den Besten
und Talente das Beste suchen,
sind wir der richtige Ansprechpartner.
Effizient unterstützen wir Sie dabei,
Führungspositionen mit hoch-
qualifizierten Persönlichkeiten zu
besetzen und so nachhaltige
Erfolgsgeschichten zu schreiben.



NELLEN & PARTNER
EXECUTIVE SEARCH SINCE 1992

www.nellen.ch

CH-8008 Zürich Falkenstrasse 12 T +41 44 256 75 75 F +41 44 256 75 70
CH-9000 St.Gallen Redingstrasse 6 T +41 71 228 33 66 F +41 71 228 33 76

A GLASFORD INTERNATIONAL PARTNER

Den Wunsch-VR zusammenstellen

Das Start-Up-Unternehmen VRMandat.com will bei KMU und Stiftungen in der Schweiz einen Beitrag zur optimalen Besetzung des Boards leisten. Hierfür wurde unter der Federführung des aus St.Gallen stammenden Geschäftsführers Dominic Lüthi die erste Online-Plattform zur neutralen Suche und optimalen Besetzung von Verwaltungsrats-, Stiftungsrats- und Beiratsgremien entwickelt.

Dominic Lüthi, Gründer und Geschäftsführer von VRMandat.com.



Ist ihr Verwaltungsrat optimal zusammengestellt, respektive nutzen Sie die Chance, die geeigneten Verwaltungs- und Beiräte im Boot zu haben? Es erscheint dabei besonders wichtig, diese Frage den KMU zu stellen, welche gesamthaft über 99 Prozent aller

Unsere Erfahrung hat zudem gezeigt, dass viele einzigartige – auch jüngere Menschen oder wieder berufstätig gewordene Mütter – gerne ihre Wirkfelder erweitern möchten.

Schweizer Unternehmen ausmachen. Gemäss Dominic Lüthi, Wirtschaftsinformatiker und Verfasser der Masterarbeit: «Optimale VR-Komposition in Schweizer KMU» existiert in vielen KMU noch deutliches Potenzial hinsichtlich der vollen Ausschöpfung des wichtigen Instruments Verwaltungsrat. Aus der Umfrage unter 322 VR-Boards ging unter anderem hervor, dass sich viele Mitglieder weiteres Know-how und mehr Aussensicht im VR wünschen würden.

Lüthi ist seit 2008 selber Mitglied des VR in einem KMU und hat den Prozess der Suche und Rekrutierung von beiden Seiten miterlebt. «Die einzelnen Verwaltungsräte sollten neben spezifischen Kenntnissen, auch über eine ganzheitliche Sicht verfügen und frei von Interessenkonflikten sein. Neben einem diversifizierten VR-Gremium sollten die einzelnen Mitglieder wenn nötig zu greifbaren Partnern auf Augenhöhe für die Führungsebene werden», sagt Lüthi.

Datenbank pflegt sich selbst

Zusammen mit dem Finanzdienstleister und KMU-Kenner Dr. Christoph Sievers, dem WirtschaftsJuristen René Neuweiler und Kim Johansson, welche die HR-Aspekte beleuchtet, wurde VRMandat.com aufgebaut und verfeinert: Unternehmer können hier einfacher und kostenschonender nach ihren Wunsch-Profilen suchen. Mit der Vielschichtigkeit der Suche werden auch die angestrebte Treffgenauigkeit und die gewünschte Qualität bestimmt.

Die VR-Datenbank pflegt sich selber und glänzt mit vielen interessanten und individuellen Kandidatinnen und Kandidaten, die alle bereit sind, ein strategisches Mandat anzunehmen. Auffallend sind das generell hohe Bildungsniveau, die vorhandene strategische Erfahrung bei über 80 Prozent der Einträge und die Tatsache, dass über zwei Drittel der Personen Führungskräfte oder selber Unternehmer sind.

Es wird transparenter und digitaler

Gerade weil die Vergabe von solchen Mandaten bisher auf viel Vertrauen und Beziehung aufbaute, braucht es ein Umdenken bei den KMU-Boards. «Die Anpassungen des Gesetzgebers, die zunehmende Bedeutung von Ethik und Corporate Governance in der KMU-Welt und das Heranwachsen einer internetaffinen Generation auf beiden Seiten wird seinen Teil dazu beitragen», sagt Lüthi. Unsere Erfahrung hat zudem gezeigt, dass viele einzigartige – auch jüngere Menschen oder wieder berufstätig gewordene Mütter – gerne ihre Wirkfelder erweitern möchten. Genau diesen Menschen fehlt aber teilweise ein eigenes diesbezügliches Netzwerk.

WIR SUCHEN PERSÖNLICHKEITEN



Qualifizierte und engagierte Mitarbeitende sind das wertvollste Kapital Ihres Unternehmens. Professionelle Bewerberselektion und individuelles HR-Management sind unser Beitrag an Ihrem Erfolg. Seit 1979.



PMS SCHÖNENBERGER AG
ST.GALLEN | ZÜRICH | MÜNCHEN
www.pms-schoenenberger.com

Willkommen in der Welt von quattro.



Die quattro Technologie ist in ihrer neuesten Generation noch präziser auf nahezu jede Herausforderung der Schweizer Strassen massgeschneidert. Kurven können noch dynamischer und sicherer gemeistert werden. Den innovativen Allradantrieb gibt es im Audi Q3 und in über 160 weiteren Modellen. Mehr erfahren Sie bei uns.

amag

AMAG Kreuzlingen

Hauptstrasse 99, 8280 Kreuzlingen
Tel. 071 678 28 28

Vorsprung durch Technik



Als Unternehmen im Internet besser auffindbar

KMU sind darauf angewiesen, dass sie von potenziellen Kunden im Internet mühelos gefunden werden. Denn bei der Suche nach Lieferanten und Dienstleistern gewinnt das Web laufend an Bedeutung. Es ist wichtig, die Bekanntheit und Reichweite im Internet zu steigern. Doch worauf muss man achten, damit potenzielle Kunden auf der eigenen Firmenhomepage und nicht bei der Konkurrenz landen?

Text: Christian Iten Bild: zVg.



Bei den gängigen Suchmaschinen gibt es einen Bereich, in welchem die üblichen Suchresultate angezeigt werden, und einen anderen, in dem bezahlte Textanzeigen (AdWords) erscheinen.

Regionale AdWords-Kampagnen

Bei der Suchmaschine Google kann im Buchungstool festgelegt werden, in welchen Ländern, Regionen oder Städten die Anzeige erscheinen soll. Auch die Businesssuche «Wer liefert was» bietet in Kooperation mit Google AdWords-Kampagnen an. Für KMU wird es zunehmend wichtiger, in einem solchen Portal mit einem eigenen Firmenprofil präsent zu sein, um von professionellen Einkäufern gefunden zu werden, die solche spezialisierten Onlinedienste vermehrt für die Businesssuche nutzen.

Eintrag in Businessportal zahlt sich aus

Das Beispiel der Rotex Metallbauteile GmbH in Zuzwil zeigt, dass sich ein Eintrag bei «Wer liefert was» lohnt. «Dank unseres Eintrags auf wlw.ch können uns potenzielle Kunden nicht nur auf der Businessplattform, sondern auch in der Suchmaschine Goog-

le sehr leicht finden», sagt Marco Gehr, Geschäftsführer von Rotex. Vor allem die gute Auffindbarkeit bei einer konkreten Produktsuche sei ein grosser Vorteil. Wird nämlich bei Google nach einem Produkt gesucht, das bei Rotex erhältlich ist, so erscheint an prominenter Stelle ein entsprechendes Suchresultat, das auf das Portal «Wer liefert was» verweist. Bei einem Klick darauf findet man sofort das Firmenprofil des Ostschweizer Unternehmens. «Wir haben schon wertvolle Aufträge und neue Kundenbeziehungen mit Firmen aufgebaut, die wir nicht aktiv beworben haben, da sie uns unbekannt waren», freut sich Marco Gehr.

Ein Eintrag bei «Wer liefert was» ist sowohl für lokal tätige als auch international vernetzte KMU attraktiv. Mit einem sogenannten Lokalpaket wird der Firmeneintrag nur Besuchern aus der gewünschten Region angezeigt. Wer in weiteren Ländern präsent sein möchte, kann «wlw Europe» buchen. Der Eintrag wird dann in Lieferantensuchmaschinen von bis zu 28 europäischen Ländern angezeigt. Durch die Zusammenarbeit mit mehreren internationalen Partnern kann eine Nachfrage von rund 100 Millionen Visits im Jahr erreicht werden.

Optimierung der Website erfordert Know-how

In Suchmaschinen kann eine gute Platzierung ohne AdWords-Buchung innerhalb der Suchresultate in der Regel nur durch eine Suchmaschinenoptimierung der Unternehmenswebsite erreicht werden. Das heisst, die Inhalte und der Aufbau der eigenen Website müssen so beschaffen sein, dass sie von den Suchmaschinen als besonders wichtig eingestuft wird. Um die Website für Suchmaschinen zu optimieren, ist oft die Hilfe einer Internetagentur oder eines SEO-Spezialisten erforderlich. Ein Firmenprofil in einem Spezialportal für die Businesssuche kann dabei als Website-Ersatz dienen.

Im Kontakt mit den angesehensten Universitäten der Welt

Seit Juli ist Christian Schimmelpfennig neuer Leiter der Weiterbildung am Institut für Entrepreneurship der Universität Liechtenstein. Unter seiner Leitung wird das bestehende Angebot weiterentwickelt. Hierfür sucht er den Kontakt zu Bereichsleitern und Personalentwicklern von regionalen Unternehmen. Ob man sich als Konkurrenz zur HSG versteht und mit welchen Mitteln man sich als Universität einen Namen verschaffen kann, erklärt der 31-Jährige im Interview.

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

Christian Schimmelpfennig, Sie haben es sich zum Ziel gesetzt, Liechtenstein als starke Marke mit überregionaler Strahlkraft im internationalen Weiterbildungsmarkt zu etablieren. Wie weit ist man von diesem ambitionierten Ziel entfernt?

Es dauert immer eine ganze Weile, bis ein verändertes Markenimage vom Markt wahrgenommen und akzeptiert wird. Bis unsere Marke wirklich strahlt, wird es also noch etwas dauern. Jedoch wurden in den vergangenen Jahren bereits entscheidende Weichen gestellt.

«Es gibt kein Rückgaberecht, und in den seltensten Fällen wird von den Alumni laut Kritik geübt: Wer möchte denn auch den Brand im eigenen CV verunglimpfen?»

Zum Beispiel?

Insbesondere die Entwicklung Liechtensteins von einer Hochschule zur Universität. Dies hat sehr dazu beitragen, die Qualitätsstandards immer wieder zu hinterfragen und Anpassungen vorzunehmen. Auch der Prozess der AACSB-Akkreditierung, den wir derzeit durchlaufen, trägt dazu bei, die Qualität in der Lehre stetig zu verbessern. Das zukünftige Programmportfolio an unserem Institut wird diesen hohen internationalen Standards Rechnung tragen und auf Augenhöhe mit den Angeboten namhafter Universitäten sein. Die Weichen für Liechtenstein als international strahlende Marke im Weiterbildungsmarkt sind also gestellt. Im Herbst 2015 möchten wir mit überarbeiteten Programmen starten.

Was sind die wesentlichen Meilensteine, die es hierfür zu erreichen gilt?

Als kleine Universität sind wir zwar flexibel und haben flache Hierarchien, aber auch begrenzte Ressourcen. Die Strategie in den vergangenen Jahren ist gewesen, verschiedene Kernkompetenzen zu identifizieren, zu stärken und in diesen internationales Topniveau zu erreichen. Zweifelsohne ist dies die richtige Strategie für unsere kleine Institution. Das heisst aber auch, dass wir nicht in jeder Disziplin der Managementausbildung einen Lehrstuhl unterhalten und angesehene Wissenschaftler sowie erfahrene Experten beschäftigen können. Um eine umfangreiche Managementausbildung wie beispielsweise ein MBA- oder Executive-MBA-Programm auf internationalem Topniveau anbieten zu können, bedarf es jedoch international angesehener Topdozenten für jedes Modul. Schliesslich sind die Dozenten das Herzstück jedes Weiterbildungsprogrammes.

Was bedeutet dies für die Universität Liechtenstein?

Konkret bedeutet das, dass wir in Bereichen abseits unserer Kernkompetenzen mit internationalen Topuniversitäten zusammenarbeiten müssen, um Studienmodule dort durchzuführen oder die Dozenten für das Modul nach Liechtenstein zu holen. Nur so können wir unseren Teilnehmern durchwegs eine Lehre auf internationalem Spitzenniveau anbieten. Solche Kooperationen entwickeln sich nicht über Nacht. Die Meilensteine der nächsten Monate und Jahre werden also sein, die jeweils besten Universitäten und Dozenten für uns zu gewinnen. Derzeit stehen wir in Kontakt mit einigen der angesehensten Universitäten der Welt. Sie dürfen gespannt sein auf unsere neuen Programme.



*Christian Schimmelpfennig,
neuer Leiter der Weiterbildung
am Institut für Entrepreneurship
der Universität Liechtenstein.*

Derzeit wird Liechtenstein eher mit dem Finanzplatz als mit dem Weiterbildungsangebot in Verbindung gebracht. Hat sich der Standort in den vergangenen Jahren zu einseitig positioniert?

In den letzten Jahren war ich in der Schweiz tätig und kenne daher ebenfalls nur die externe Wahrnehmung Liechtensteins. Sicherlich war und ist der Finanzsektor ein wichtiges Standbein des Fürstentums. Aber Liechtenstein hat auch sehr starke Industrieunternehmen, beispielsweise Hilti, Thyssen-Krupp Presta oder Oerlikon – und mit dem Rheintal

Dort habe ich auch das Rüstzeug der Weiterbildung mitbekommen, und ich stehe mit meinen ehemaligen Kollegen noch immer in regelmässigem Kontakt. Es wird also keinesfalls einen Konkurrenzkampf zwischen St.Gallen und Liechtenstein geben, sondern eher eine Zusammenarbeit. Das verhindert ebenfalls die Verschiedenartigkeit unserer Zielgruppen. Denn, St.Gallen hat insbesondere in der DACH-Region einen extrem starken Brand und ein einmaliges Alumninetzwerk.

«Nicht jeder kann und will 70 000 Franken oder mehr für eine Managementausbildung ausgeben.»

eine Vielzahl an KMU und Start-ups. Ich würde daher nicht sagen, dass sich das Land einseitig positioniert hat. Was aber richtig ist, ist, dass wir einen gewissen Nachholbedarf haben, was die Kommunikation unseres Weiterbildungsangebotes anbelangt. Unseren MBA gibt es beispielsweise bereits seit zehn Jahren, das hat sich aber noch nicht einmal in der Ostschweiz, geschweige denn in der DACH-Region flächendeckend herumgesprochen.

Sie bewegen sich in einem Markt, der gerade auch von der Ostschweiz – mit der Universität St.Gallen – schon stark besetzt ist. Kann es hierbei ein «Miteinander» geben oder starten Sie einen Konkurrenzkampf?

Ich komme selbst von der HSG, habe dort promoviert, und die Executive-MBA-Programme von St.Gallen vermarktet, organisiert und mitgestaltet.

Das hat aber auch seinen Preis.

Genau. Und nicht jeder kann und will 70 000 Franken oder mehr für eine Managementausbildung ausgeben. Wir möchten mit unseren Programmen insbesondere hinsichtlich der Inhalte und einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis punkten. Wer eine fundierte Managementausbildung auf internationalem Topniveau zu vertretbaren Gebühren sucht, der wird bei uns das passende Angebot finden. Wem der Brand HSG im CV wichtig ist – und wer sich deren Gebühren leisten kann und will –, wird sicher weiterhin an die HSG gehen.

Das Weiterbildungsangebot soll neu noch besser auf die Bedürfnisse der zumeist international aufgestellten Unternehmen der Region abgestimmt werden. Von welchen Bedürfnissen sprechen wir?

Eben genau jene gilt es, in einem ersten Schritt zu ermitteln. Bisher haben Hochschulen und Universitäten die Curricula ihrer Weiterbildungsprogramme mehr oder weniger autark entwickelt. Basierend auf den eigenen Einschätzungen, welche Kompetenzen Führungskräfte von morgen in den Unternehmen benötigen. Wir möchten hier andere Wege



Atemberaubend im Design: der Audi Q5 TDI S line Style.

Swiss
Benefit

Jetzt von
50% Paketvorteil
profitieren

Das Ausstattungspaket S line Style macht den Audi Q5 noch unwiderstehlicher: S line Sport- und Exterieurpaket, Leder-/Stoffsitze mit S line Prägung, Metallic-/Perleffektlackierung und Audi drive select.
Jetzt bei uns Probe fahren.

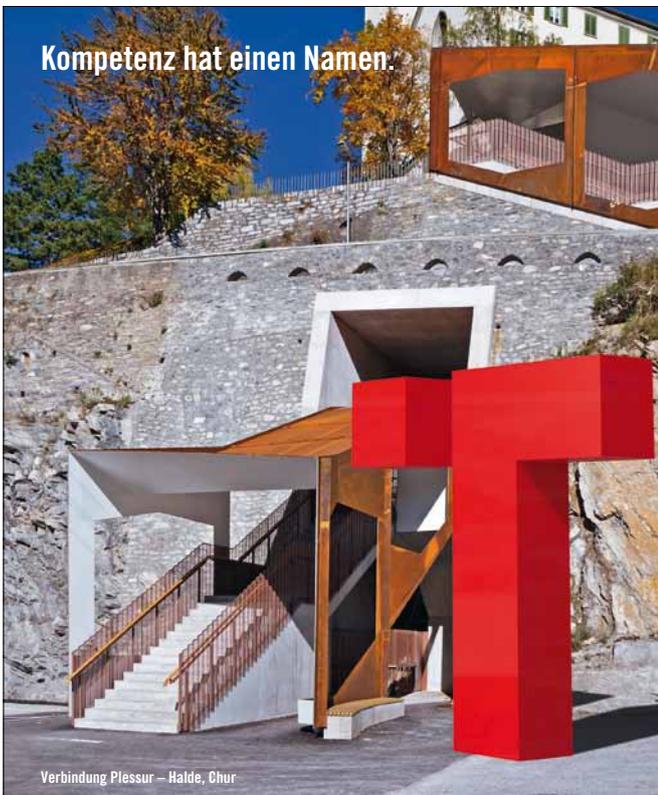
Audi Q5 TDI S line Style, 2.0 TDI quattro, 190 PS, CHF 61 100.- (inkl. S line Style Paket CHF 4000.- anstatt CHF 8000.- und Ambiente Line), Normverbrauch gesamt: 5,7 l/100 km, 149 g CO₂/km (Durchschnitt aller Neuwagen: 148 g/km), Benzinäquivalent: 6.4 l/100 km, Energieeffizienz-Kategorie: C.

City-Garage AG

Zürcher Strasse 162, 9001 St. Gallen
Tel. 071 274 80 74, www.city-garage.ch

Vorsprung durch Technik

Audi



Kompetenz hat einen Namen.

Verbindung Plessur – Halde, Chur

T Tuchs Schmid
Partner für anspruchsvolle
Projekte in Stahl und Glas

Tuchs Schmid AG, Frauenfeld, www.tuchs Schmid.ch

:- hosting

Ihr Auto bringen Sie ja auch nicht nach Wien in die Werkstatt.

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

:- hosting von EGELI Informatik – individuell und persönlich, regional und verlässlich.

:- EGELI
informatik



IT-Outsourcing
Ein Leistungsbereich der
EGELI Informatik AG

www.egeli-informatik.ch

gehen und die Personalentwickler und Bereichsleiter der Unternehmen in der Region an einen Tisch holen beziehungsweise zu Workshops einladen und gemeinsam identifizieren, welche Kompetenzen ihre Mitarbeiter und Führungskräfte benötigen. In einem zweiten Schritt können wir dann Programme entwickeln, in denen jene Kompetenzen vermittelt werden. Am Ende des Tages soll unser Weiterbildungsangebot den Mitarbeitern, Führungskräften und Unternehmungen von Nutzen sein – also fragen wir sie was für Programme und welche Inhalte sie benötigen.

Stellen Sie nun gewissermassen alles auf den Kopf oder werden die einzelnen Angebote sukzessiv geprüft und allenfalls verändert?

Beides. Programme, die stark nachgefragt werden und sich trotz der in den vergangenen Jahren stark angehobenen Zulassungskriterien am Markt behaupten können, werden wir weiterhin anbieten.

«Am Ende des Tages soll unser Weiterbildungsangebot den Mitarbeitern, Führungskräften und Unternehmungen von Nutzen sein.»

Aber auch diese werden wir sukzessiv fortentwickeln und inhaltlich verbessern. Andere Angebote hingegen sind für die neue Zielgruppe unserer Institution nicht mehr attraktiv genug und werden deshalb entweder komplett überarbeitet oder ganz eingestellt.

Sind Angebote der einzelnen Unis nicht austauschbar? Oder anders gefragt: Über welche Faktoren kann man sich als Universität einen Wettbewerbsvorteil verschaffen?

Sicherlich sind einige Programme am Markt austauschbar. Das ist aber auch nicht schlimm. Wie in der grundständigen Lehre gibt es den Bedarf für standardisierte, regionale Weiterbildungsprogramme. Sprich: eine Managementausbildung, die am Wochenende beziehungsweise Abend angeboten wird, von einer Institution in der Region und zu erschwinglichen Gebühren. In diesem Segment ist der Markt auch geografisch recht gut aufgeteilt und die Konkurrenz eher klein. Schwieriger wird es, wenn eine Institution anstrebt, über den eigenen «Sprenkel» hinaus Teilnehmer zu gewinnen. Dann brauchen Sie eine USP. Denn: Warum soll ein Teilnehmer weiter fahren und/oder mehr bezahlen als an seiner nächstgelegenen Hochschule, wenn andere Programme nicht auch mehr bieten können? Was dieses «Mehr» im Einzelnen ist, hängt natürlich stark von den Bedürfnissen des jeweiligen Interessenten ab.

Von welchen Bedürfnissen sprechen wir?

Dies können beispielsweise mögliche Schwerpunktsetzungen während des Studiums sein, der Anteil an Selbst- beziehungsweise Präsenzstudium oder ein- beziehungsweise mehrwöchige Module im Gegensatz zu Wochenend- und Abendkursen. Auch Möglichkeiten, an Auslandsmodulen teilzunehmen, die Reputation der Kooperationspartner, Doppelabschlüsse, Akkreditierungen, Rankingpositionierung, Netzwerke usw. spielen eine immer grössere Rolle und trennen häufig die Basisangebote von den Topschulen. Auf den ersten Blick vielleicht nicht immer schnell ersichtlich, bieten aber auch die Studieninhalte grosses Potenzial zur Differenzierung. Allem voran durch die Dozenten. Sind dies international renommierte Professoren von Topschulen beziehungsweise erfahrene und seniore Praktiker von Grossunternehmen oder Lehrbeauftragte der lokalen Kaderschule? Dies kann nicht nur hinsichtlich Kompetenz und Erfahrung einen grossen Unterschied machen, sondern auch inwiefern Lehrinhalte interaktiv und ansprechend vermittelt werden.

Ebenfalls entscheidend kann sein, ob und wie der Praxisbezug hergestellt wird.

Natürlich. Werden beispielsweise real-life case studies in die Veranstaltungen integriert und mit dem Topmanagement der jeweiligen Unternehmen Lösungsansätze diskutiert? Treten namhafte Gastreferenten auf, mit denen ein Erfahrungsaustausch stattfinden kann? Werden Podiumsdiskussionen veranstaltet? Oder findet die Wissensvermittlung ausschliesslich durch PowerPoint und Flip Chart im Kursraum statt?

Was sind Ihre grundsätzlichen Wünsche für die Weiterentwicklung des Weiterbildungsangebotes?

Wünschenswert wäre eine stärkere Transparenz des Weiterbildungsmarktes. Produkte kann man vor Erwerb meist testen; wer würde wohl ein Auto ohne vorherige Probefahrt kaufen? In der Weiterbildung ist das leider nicht möglich. Es gibt auch kein Rückgaberecht, und in den seltensten Fällen wird von den Alumni laut Kritik geübt: Wer möchte denn auch den Brand im eigenen CV verunglimpfen? Für Interessierte ist es daher sehr schwierig, die Qualität einer Weiterbildung einzustufen. Rankings konnten diesbezüglich nur sehr bedingt Abhilfe schaffen, haben aber dazu geführt, dass viele Programme rankingoptimiert konzipiert werden, ohne dass dies immer von unmittelbarem Nutzen für die Teilnehmenden ist. Aus meiner Sicht wäre es wünschenswert, ein zuverlässigeres System zu schaffen, die inhaltliche Güte von Weiterbildungen besser zu beurteilen und transparenter darzustellen. Bis es soweit ist, kann das alles jedoch nur durch kritisches Hinterfragen vom Interessenten selbst festgestellt werden.

www.pwc.ch

Von kleinen und von grossen Tieren.

pwc

Die flinken kleinen Tiere sind häufig die Stars im Zoo. Ähnlich ist es in der Schweizer Wirtschaft. Und als Nummer 1 in der Beratung von KMU tragen wir tagtäglich dazu bei, dass aus kleinen Unternehmen «grosse Tiere» in ihren Nischen und Märkten werden. Schliesslich werden unsere Experten laufend mit dem aktuellsten Fachwissen und den neuesten Erkenntnissen aus der globalen Unternehmenspraxis gefüttert. Füttern erlaubt: www.pwc.ch.

PricewaterhouseCoopers AG, Vadianstrasse 25a/Neumarkt 5, Postfach, 9001 St. Gallen
Tel. 058 792 72 00, Fax 058 792 72 10

© 2014 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers AG, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.

Den eigenen Weg finden

Das Weiterbildungszentrum FHS St.Gallen vereint Master-, Diplom- und Zertifikatslehrgänge in Wirtschaft, Technik, Gesundheit und Sozialer Arbeit zu einem vielfältigen Angebot. Überzeugen Sie sich selbst davon: www.fhsg.ch/weiterbildung.

Neu: Weiterbildungen in Swiss Finance

www.fhsg.ch/swiss-finance

Interessiert? Mehr dazu erfahren Sie auch an unserer Fachveranstaltung **Konkret** vom **22. September, 17.30 Uhr**. Details und Anmeldung unter www.fhsg.ch/konkret-swiss-finance oder +41 71 226 12 50.

Infoanlass
19. November
fhsg.ch/infoanlass

 **FHS St.Gallen**
 Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

www.fhsg.ch
FHO Fachhochschule Ostschweiz

Karin Riegger, Absolventin Executive MBA



Businesssoftware aus der Cloud: Mehr als ein Hype

Das St.Galler Unternehmen myfactory bietet KMU eine Gesamtlösung für Businesssoftware aus der Cloud. Der Umfang der Funktionen reicht vom Kundenbeziehungsmanagement über Enterprise-Resource-Planning und Finanzbuchhaltung bis zu Produktionsplanung und -steuerung.

Text: Christian Wild Bild: zVg.

KMU nutzen vermehrt die Cloud zur Speicherung ihrer Firmendaten. Entsprechende Businesssoftware erlebt seit rund vier Jahren eine starke Nachfrage: 2010 war das Bedürfnis bereits spürbar, 2012 konnten manche Softwarefirmen ihre Cloud-Umsätze verdoppeln, und 2013 registrierten sie gemäss einer Bitkom-Studie eine starke Zunahme von immer grösser werdenden Kunden. Ist dies bloss ein vorübergehender Hype – oder doch mehr? «Ich sehe verschiedene Gründe für diese positive Entwicklung, die wahrscheinlich noch lange anhalten wird», sagt David Lauchenauer, Geschäftsführer myfactory Software Schweiz AG in St.Gallen. Sei-

«Die Anwender können 24 Stunden am Tag und von überall auf der Welt auf alle Daten, Funktionen und Prozesssteuerungen zugreifen.»

ne Firma ist die Schweizer Distributorin der Unternehmenssoftware myfactory in den Bereichen Enterprise-Resource-Planning (ERP), Kundenbeziehungsmanagement (CRM), Management-Information-System, Produktionsplanung und -steuerung (PPS), Finanzbuchhaltung, Schweizer Lohn mit Swissdec-Zertifizierung, Groupwarefunktionen wie Kalender, Aufgaben und E-Mail sowie Onlineshop.

«Erstens», so Lauchenauer, «sind die Kundendaten in zertifizierten Rechenzentren in der Schweiz gehostet. Somit ist für die grundlegende Sicherheit gesorgt. Es muss folglich auch keine Software auf dem eigenen Computer installiert werden, die Updates liegen nicht mehr in der Verantwortung der Kunden. Und zweitens ist in einem KMU ohne Cloud-Computing häufig ein Mitarbeitender ohne grosses Fachwissen für den IT-Bereich zuständig; ein professioneller Anbieter stellt einen viel besseren Schutz dar.»

Argumente für und gegen eine Cloud-Lösung

Es gibt weitere Vorteile für eine Cloud-Lösung: In der Vergangenheit war es so, dass Daten lokal auf einem Computer oder innerhalb eines Computernetzwerkes auf dem Server gespeichert wurden. Wenn ein Computer abstürzte, musste der Nutzer mit einem Datenverlust rechnen. Speichern Unternehmen die Software und Daten jedoch in einer Datenwolke, sind die Folgen bei einer defekten Festplatte oder einem PC-Absturz nicht schlimm, da die Informationen und Systeme an zwei verschiedenen Orten georedundant, also mit maximaler Ausfallsicherheit, aufbewahrt sind.

«Ein weiterer Pluspunkt ist die Standortunabhängigkeit. Die Anwender können 24 Stunden am Tag und von überall auf der Welt auf alle Daten, Funktionen und Prozesssteuerungen zugreifen», weiss David Lauchenauer und ergänzt: «Businesssoftware aus der Cloud ist für Schweizer KMU auch deshalb zweckmässig, da sämtliche Module dort gespeichert sind, so etwa Vertragsverwaltung, Auftragsbearbeitung, Beschaffung, Logistik, Finanzdaten und -buchhaltung, Kundeninformationen und -adressen oder Onlineshop.» Ein wesentlicher Pluspunkt sind auch die Kosten: Angebote aus der Wolke sind günstiger als On-Premise-Lösungen, bei der der Nutzer Lizenz- und Wartungsgebühren zahlen muss. «Dies, weil sich in einer echten Public Cloud viele KMU gemeinsam die Hard- und Software sowie die Services teilen.»

Gegen Cloud-Computing spricht primär ein gewisser Kontrollverlust der eigenen Daten. So sagen knapp 50 Prozent von deutschen Unternehmern, dass die NSA-Affäre ihre Einstellung zu Cloud-Computing negativ beeinflusst habe. Trotzdem stieg in den letzten Jahren die Anzahl von Unternehmen, die auf die Cloud setzen. Lauchenauer überrascht dieses Resultat nicht: «Die Aktivitäten der NSA haben wenig mit der Cloud zu tun, denn der Datenklau aus einem Datacenter wie beispielsweise der Swisscom ist viel schwieriger als aus dem Serverraum eines KMU. Aufgrund der Spi-

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

Auto
Zentrum
WEST
AG
TRANSITCENTER



Eine Idee weiter



*David Lauchenauer,
Geschäftsführer myfactory
Software Schweiz AG*

onageaktivitäten der NSA wurde vielmehr eine Sensibilisierung der Anbieter und Anwender erreicht, was zu positiven Ergebnissen führen kann.» Denn wenn die Kunden ihre Sicherheitsbedenken stärker artikulieren, müssen die Anbieter die vorhandenen Lösungen in naher Zukunft noch sicherer machen.

Ideale Unternehmenslösung für Ostschweizer KMU

Zu den weltweit rund 3800 Kunden von myfactory zählen auch viele Ostschweizer Firmen. So etwa die Reinigungsprodukteherstellerin Beropur AG aus Sirnach. CEO Mirco Beerli: «Seit Anfang 2012 setzen

Dank dieses Systems können beispielsweise unsere Verkäufer im Ausland bei Kunden auf alle Daten zugreifen und weitere Auswertungen vornehmen.»

Die VPZ Vermögens Planungs Zentrum AG in St.Gallen sieht darüber hinaus im Management-Information-System einen grossen Mehrwert. «Wir können damit die Umsätze unserer Kunden analysieren, bemerken, wie viele Anrufe beim Callcenter ein- und ausgehen und sehen offene Aufträge, sodass wir unseren Aussendienst lenken können. Dieses System unterstützt die Geschäftsführung somit bei wichtigen Führungsaufgaben», betont Pierino Signorell, Leiter Marketing und Kommunikation.

«Die Aktivitäten der NSA haben wenig mit der Cloud zu tun, denn der Datenklau aus einem Datacenter ist viel schwieriger als aus einem Serverraum eines KMU.»

wir gezielt auf eine Software-as-a-Service-Lösung im Verbund mit anderen Firmen. Mit diesem System bezahlen wir pro Monat nur, was wir effektiv auch nutzen. Zudem achtet myfactory für meine Firma auf flexible und spezifische Module, zum Beispiel in Sachen Design und Funktionen.» Des Weiteren nutzt die Beropur AG «myfactory.phone». «Dieses Tool erkennt die Rufnummer und zeigt am Bildschirm sofort die Koordinaten der anrufenden Person sowie weitere wichtige Informationen wie offene Posten und Belege an», erläutert Beerli.

Ebenfalls aufgrund des guten Kosten-Nutzen-Verhältnisses hat die Ergoswiss AG in Widnau zu myfactory gewechselt. Sie entwickelt Hubsysteme für ergonomische Arbeitsplätze. CEO Martin Keller: «Wir verwenden primär das ERP und das PPS, um unsere Aufträge sowie das Lager zu verwalten und Kalkulationen vorzunehmen. Sehr hilfreich ist auch das CRM.

Alle Unternehmensdaten in der Jackentasche

Was passiert, wenn man unterwegs ist und Zugriff auf wichtige Firmendaten erhalten will? Da ist es wichtig, mittels adäquaten Apps auf Smartphones und Tablets diese Informationen abrufen zu können. David Lauchenauer: «Der Datenverkehr im mobilen Bereich wächst explosionsartig. Deshalb haben wir die App myfactory.mobile auf den Markt gebracht. Sie komprimiert alle wichtigen Unternehmensdaten (mobile CRM und mobile ERP) eigens für das Smartphone und das Tablet.» Die App ist für alle Mitarbeitende konzipiert worden, die oft unterwegs und deshalb auf das Smartphone angewiesen sind.

Gemäss Lauchenauer haben inzwischen viele KMU die Flexibilität, den Kostenvorteil und die bequeme Anwendung der Cloud-Lösungen schätzen gelernt. «Gingen anfangs nur kleine Start-ups mit geringen Funktionsanforderungen in die Cloud, so entscheiden sich heute immer mehr auch grössere KMU für einen solchen Service.» Im Gegensatz zu klassischen Lizenzmodellen werden solche Systeme deshalb auch in den kommenden Jahren stark an Marktanteilen gewinnen. «Neben der Bewältigung der steigenden Nachfrage nach Cloud-Lösungen steht bei myfactory ein Ausbau der Internationalisierung auf dem Programm», führt Lauchenauer aus.

120 Jahre. Vier Generationen. Eine Passion.

2014 feiert Frischknecht Juwelier ein stolzes Jubiläum: 120 Jahre sind es her, seit Ferdinand Frischknecht an bester Lage – damals noch an der Neugasse – ein Goldschmiedeatelier eröffnet hat. Heute führt seine Urenkelin Katharina Frischknecht Stettler das Unternehmen am St.Galler Marktplatz, das nach wie vor auf die Werte «Handwerkskunst, Qualität und Persönlichkeit» setzt.

Waren es 1894 noch ausschliesslich Goldschmiedearbeiten, die der gelernte Goldschmied Ferdinand Frischknecht herstellte und verkaufte, steht das Familienunternehmen heute auf den Standbeinen Edelsteine, Schmuck und Uhren. «Schon als

sich Inhaberin Katharina Frischknecht Stettler. Heute ist Frischknecht Juwelier eines der wenigen unabhängigen Uhren- und Schmuckfachgeschäfte in der Ostschweiz, bei dem Goldschmiede, Uhrmacher, Gemmologen und Detailhandelsfachleute vielfältigste Kompetenz unter einem Dach anbieten.

«Dank unserem Goldschmiedeatelier im Hause können wir jeden Traum wahr werden lassen.»

Kind verbrachte ich viele Stunden im elterlichen Goldschmiedeatelier und fertigte meine eigenen Schmuckstücke aus Messing und Silber an», erinnert

Die Frischknecht-Kunden schätzen die Mischung aus Charakter, Tradition und Innovation, gepaart mit dem «Drive», den nur inhabergeführte Unternehmen entwickeln können: «Unser Handeln richtet sich strikt an den Kundenbedürfnissen aus», erklärt Katharina Frischknecht Stettler das Erfolgsrezept. Denn durch die lange Familien- und Firmentraktion stellen die Kunden zu recht grosse Erwartungen an Frischknecht

Inhaberin Katharina Frischknecht Stettler: Kompetenz, Vertrauen und Einzigartigkeit.



Juwelier, an seine Produkte und Dienstleistungen. «Für die tägliche Arbeit ist uns das Ansporn und Verpflichtung zugleich, immer das Beste zu geben. Unsere Kunden sollen sich wohl und ernst genommen fühlen und sich all ihre Träume und Wünsche erfüllen können.» Kein Wunder, kommen viele Stammkunden schon seit Jahrzehnten an den Marktplatz 18–20. Ob zeitlos elegant oder ausgefallen – Schmuck von Frischknecht Juwelier hat seinen eigenen Stil, der die Persönlichkeit der Trägerin oder des Trägers unterstreicht. Träume verschmelzen hier durch feinste Handwerkskunst zu einem realen Moment. Dabei gehen die Frischknecht-Goldschmiede zwei Wege: Sie kreieren einerseits eigene Schmuckstücke, die dank Geschick, Kreativität und Erfahrung zu geschätzten Klassikern werden, die den Besitzerinnen und Besitzern ein Leben lang Freude bereiten. «Unser Kreativteam – Goldschmiede und ich – besucht regelmässig Fachmessen und lässt sich durch Modetrends inspirieren. Auch besondere Formen und Farben von Edelsteinen lassen Ideen entstehen», beschreibt Katharina Frischknecht Stettler den Kreativprozess der Frischknecht-Kollektionen. «Ausserdem ermuntere ich mein Team, in neue Felder vorzusto-

Schmuck von Frischknecht Juwelier hat seinen eigenen Stil, der die Persönlichkeit der Trägerin unterstreicht.

ssen und mit neuen Materialien zu experimentieren. Ebenso bietet uns die Natur eine Fülle von Ideen.» Andererseits erfüllen die Frischknecht-Goldschmiede auch jeden Kundenwunsch, der sich aus edlen Metallen und kostbaren Juwelen erfüllen lässt. Fachmännische Beratung und sorgfältigste Ausführung gehören dabei immer dazu. «Dank unserem Goldschmiedeatelier direkt im Hause können wir jeden auch noch so ausgefallenen Traum wahr werden lassen», betont Katharina Frischknecht Stettler. Oder soll ein Erbstück in neuem Glanz erstrahlen, damit man die Vergangenheit in Zukunft mit sich tragen kann? Auch dann ist man bei Frischknecht Juwelier an der richtigen Adresse: Die St.Galler Fachleute wissen mit dem gebotenen Respekt mit den wertvollen Stücken umzugehen. Und wer neben dem emotionalen auch den effektiven Wert eines Prunkstückes erfahren möchte, wird im hauseigenen gemmologischen Labor in die reiche Innenwelt der Edelsteine entführt. Hier prüft der Frischknecht-Gemmologe nicht nur Echtheit und Wert von Edelsteinen, er schätzt auch Uhren und Schmuckstücke – beispielsweise bei Erbschaften oder für die Versicherung. Neben den Eigenkollektionen mit immer wieder neuen Stücken und individuellem Schmuck findet man bei Frischknecht Juwelier auch Schmuckkollektionen international bekannter Namen wie Chopard oder

- 1894: Unternehmensgründung durch Ferdinand Frischknecht (1867–1966).
- 1931: Übernahme der Leitung durch Sohn Ernst Frischknecht (1902–1980). Unter seiner Führung wird zusätzlich zum Schmuckgeschäft mit dem Verkauf von Uhren begonnen.
- 1957: Eintritt von Ernst Frischknechts Sohn Werner E. Frischknecht (*1932) in den Familienbetrieb, zuerst als Goldschmied, später als Geschäftsführer. Mit der Unterstützung seiner Frau Annemarie und seines Bruders Alfred, der das Goldschmiedeatelier leitet, festigt er die Position von «Frischknecht Juwelier» als führendes Haus für Schmuck und Uhren in der Ostschweiz.
- 1968: Umbau mit Vergrösserung der Ladenfläche.
- 1988: Mit Katharina Frischknecht Stettler (*1962) tritt die vierte Generation ins Familienunternehmen ein.
- 2006: Übernahme des Geschäftes durch Katharina Frischknecht Stettler.
- 2007: Kompletter Umbau der Büroräumlichkeiten und des Uhrenmacherateliers im zweiten Obergeschoss.
- 2008: Kompletter Umbau des Verkaufsladens.
- 2010: Kompletter Umbau des Goldschmiedateliers.
- 2014: Frischknecht Juwelier feiert sein 120-Jahre-Jubiläum.

Schoeffel Perlen. Als verantwortungsbewusstes Unternehmen bildet Frischknecht Juwelier übrigens seit Jahren auch Goldschmiede aus. Damit dieses Handwerk den künftigen Generationen erhalten bleibt. Und damit die Zeit niemals stillsteht, führt Frischknecht Juwelier auch ein umfassendes Angebot renommierter Uhrenmarken, die den Charakter und die Persönlichkeit des Trägers oder der Trägerin unterstreichen – unter anderem Kollektionen von Certina, Chopard, Chronoswiss, Ebel, Eberhard & Co., Hanhart, Longines, Qlocktwo, Tissot und Zenith. Und im Fall der Fälle werden im hauseigenen Uhrenatelier Armband- und Grossuhren vom Frischknecht-Uhrmacher wieder zum Leben erweckt.



Frischknecht

SEIT 120 JAHREN LEIDENSCHAFTLICH ANDERS

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Frischknecht Juwelier

Juweliere, Gemmologen, Uhrmacher
Marktplatz 18–20, CH-9004 St.Gallen

Tel. 071 222 16 16, info@frischknecht-juwelier.ch
www.frischknecht-juwelier.ch

Jubiläen, Absagen und der Einzug von Aldi

Spuhler winkt ab. Aldi darf feiern. Die Zünd Systemtechnik AG ebenso. Und die RWD Schlatter versucht ihr Glück im chinesischen Markt.

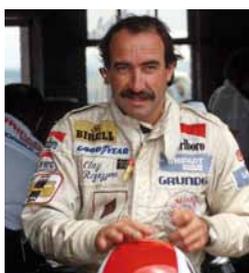
Politbühne

Kein Comeback von Peter Spuhler auf der politischen Bühne: Der Thurgauer hat der SVP Thurgau mitgeteilt, dass er 2015 nicht für eine Nationalratskandidatur zur Verfügung stehen wird. Spuhler wurde gemäss eigenen Aussagen von der Parteileitung angefragt. «Ich habe mir eine Wiederkandidatur im Oktober 2015 nochmals überlegt und den innerlich bereits getroffenen Entscheid nun definitiv bestätigt», so der Unternehmer. Mitentscheidend für seine Absage sei auch gewesen, dass Nationalrat Hansjörg Walter erneut kandidieren werde.



Blitzlicht

Die autobau Erlebniswelt widmet den Herbst einer schweizerischen Rennfahrerikone. Eine Sonderausstellung zeigt das Leben des Tessiner Rennfahrers Gian-Claudio Giuseppe «Clay» Regazzoni, der in seiner Karriere auch in der Formel 1 startete. Bis zum 26. Oktober 2014 präsentiert autobau ausgewählte Exponate und eine Premiere.



Jubiläum

Die Zünd Systemtechnik AG mit Sitz in Altstätten feierte kürzlich ihr 30-jähriges Bestehen und öffnete ihre Türen für die Bevölkerung. Geschäftsführer Oliver Zünd verglich die Zünd Systemtechnik mit den Start-ups im Silicon Valley: Während diese möglichst schnell einen Börsengang oder Verkauf anstrebten, sei das Altstätter Familienunternehmen auf Langfristigkeit ausgerichtet.

Ab Oktober stockt Zünd das Minergie-P-Gebäude auf. Das Industriegebäude produziert schon heute mehr Energie, als es verbraucht. Umweltschutz ist



für das Rheintaler KMU zentral: Die Dachflächen des Firmenareals sind zu 70 Prozent extensiv begrünt oder mit Fotovoltaikanlagen belegt. Doch ohne Wirtschaftsleistung seien weder ökologische noch soziale Nachhaltigkeit zu haben. Und so möchte das Unternehmen weiterhin im Rheintal wachsen. «Nicht durch Firmenzukäufe, sondern aufgrund unseres Erfolges und aus eigener Kraft», wie Verwaltungsratspräsident Karl Zünd präzisiert.

Erfolgszahlen

Die VP Bank Gruppe weist für das erste Halbjahr 2014 einen Konzerngewinn von 11.1 Millionen Franken aus. Im Vergleich zur Vorjahresperiode konnte das Kundenvermögen gesteigert und der bereinigte Bruttoerfolg erhöht werden. Die starke Eigenkapitalbasis bietet eine solide Grundlage für eine Fortsetzung der nachhaltigen Wachstumsstrategie der VP Bank.

Wirtschaftsforum

Am 23. Januar 2015 findet das Rheintaler Wirtschaftsforum zum 21. Mal statt. Der traditionsreiche Anlass widmet sich dem Thema «Wirtschaft 2.0 – Neues denken, Neues wagen, Neues schaffen». Mit Kerstin Bund, Patrick Warnking, Albrecht Hornbach und Christian Lindner treten erfolgreiche Unternehmer, Manager, Politiker und Medienfachleute auf die Bühne.

Markterschliessung

Die RWD Schlatter AG, eine Tochterunternehmung der AFG Arbonia-Forster-Holding AG, unterzeichnet einen Dreijahresvertrag mit Naturedoors in China. Gemeinsam mit deren Mutterkonzern Nature Floo-



ring Holding Company Limited, dem grössten Holzfussbodenhersteller in China, soll ein für den chinesischen Markt konkurrenzfähiges Produkt produziert werden.

Wahlauftakt

Am Samstag, 23. August 2014, wurden in Benken die zwölf Kandidierenden der JCVP des Kantons St.Gallen für die Nationalratswahlen 2015 nominiert. Nach dem sich die Junge CVP im Kanton St.Gallen in den Wahljahren 2007 und 2011 als wählerstärkste Jungpartei etabliert hat, streben die jungen Christdemokraten auch im Jahr 2015 ein Glanzresultat an. Das Ziel ist es stärkste Jungpartei zu bleiben, den Wähleranteil auf zwei Prozent zu steigern und die 32 479 Wählerstimmen aus dem Jahr 2011 nochmals zu übertreffen.

Auszeichnung

Ein Tresor aus Wellkarton gewinnt den «Swiss Packaging Award 2014». Mit der besten Verpackung 2014 in der Kategorie Marketing, dem Tresor von Model AG, werden nicht nur Türen verriegelt, sondern vor allem Türen geöffnet. Am 21. August 2014 gab das Schweizerische Verpackungsinstitut (SVI) die Preisträger des diesjährigen Swiss Packaging Awards (ehemals Swiss Star) bekannt. Die Auszeichnung geht an Firmen, die durchdachte Verpackungslösungen auf den Markt bringen.

Vor 10 Jahren im LEADER

«Die Pläne von Aldi Süd, in die Schweiz vorzustoßen, sind konkret. Alleine in der Ostschweiz wurden bereits Baugesuche für drei potenzielle Filialen eingegeben: In Weinfeld, Romanshorn und Altenrhein», war im LEADER September 2004 zu lesen. Heute wissen wir: Aldi startete mit der Eröffnung der ersten Filiale in der Schweiz, am 27. Oktober 2005 in Gebenstorf, eine Erfolgsgeschichte. Aldi Suisse besteht mittlerweile aus drei selbstständigen Gesellschaften – eine davon in Schwarzenbach – mit mehr als 170 Filialen.

Steuern

Die steuerbaren Gewinne der juristischen Personen im Kanton Thurgau sind 2011 erneut gestiegen und übertrafen erstmals das Resultat von 2007. Damit konnte der rezessionsbedingte Rückgang der Vorjahre vollständig ausgeglichen werden. Auch die Zahl der Steuerpflichtigen nahm weiter zu.

Chancen sehen und ergreifen

Annette Nimzik (*1964) arbeitet als Senior-Business-Partnerin im Internationalen HR bei Helvetia, eine der führenden Versicherungen in der Schweiz, die als Versicherungsgruppe auch europaweit erfolgreich präsent ist.



Nach Abschluss ihres Universitätsstudiums (BWL, Französisch, Wirtschaftspädagogik) hat sich Annette Nimzik zunächst der Weitergabe ihres Wissens gewidmet, zuerst als Berufsschullehrerin, dann als Hochschullehrerin an einer deutschen Universität. Ihre Management- und Führungskompetenzen erwarb und vertiefte sie nach ihrem Wechsel in den Energiekonzern RWE, wo sie zehn Jahre lang in verschiedenen Gesellschaften als Personalentwicklerin tätig war und eine spannende Karriere gemacht hat. Als Head of HR Development Group war Nimzik verantwortlich für die Personalentwicklungsstrategie und das Employer Branding des gesamten Konzerns. Nebenberuflich hat sie sich zudem verschiedenartig weiter qualifiziert: in hochschuldidaktischer Moderation, systemischer Organisations- und Personalentwicklungsberatung sowie in existenzanalytischem Coaching.

Der Liebe wegen hat Annette Nimzik vor einigen Jahren ihren Lebensmittelpunkt in die Ostschweiz verlagert. Damit hat sie für sich die Chance ergriffen, ihr Leben um neue Erfahrungen in vielerlei Hinsicht zu bereichern. Beruflich ist sie zunächst als Partnerin bei Jetter Management St.Gallen eingestiegen, einer renommierten Beratung für Human Performance. Nebenbei hat sich Nimzik früh, facettenreich und ehrenamtlich für Frauen engagiert und ein entsprechendes Netzwerk aufgebaut. So ist sie Mitglied im Vorstand der Frauenzentrale SG und bei den Business and Professional Women (BPW) Experte für den Equal Pay Day.

Annette Nimzik ist Botschafterin der Leaderinnen Ostschweiz. Von den vielfältigen und unkomplizierten Möglichkeiten des Ideen- und Gedankenaustauschs mit starken, professionellen Frauen in diesem Netzwerk ist sie begeistert. Auch sie wird hier als aktive Netzwerkerin und kompetente Gesprächspartnerin geschätzt. Nimzik setzt sich professionell und mit Herz dafür ein, Frauen zu fordern und zu fördern und ermutigt sie, ihre individuellen Chancen im Leben zu sehen. Ihr sympathisches Motto: «Das Leben will mit Dir tanzen – tanze mit.»

Von weissen, gelben und roten Karten

Eine «Carte blanche» gab der Networking-Tag an seinem 10-jährigen Jubiläum den besten Referierenden der vergangenen Jahre. Und diese liessen sich nicht bitten. Sebastian Wörwag, Rektor der Fachhochschule St.Gallen (FHS), begrüsst 700 Gäste in der Olma-Halle und riet ihnen, im Alltag viel mehr weisse Karten zu benutzen: «Wir brauchen wieder mehr Ermöglichungskultur, statt überall nur gelbe und rote Karten.»

Text: Pascal Tschamper Bilder: zVg.

Am Networking-Tag erhielten die prominenten Referierenden deshalb eine Bühne, um zu sagen, was sie schon immer sagen wollten. Der deutsche Philosoph und Bestsellerautor Wilhelm Schmid erläuterte seine zehn Schritte zu mehr Gelassenheit. Auch Moderations-Doyen Kurt Aeschbacher und Techno-Pionier Dieter Meier nutzten die Chance, das treue und stetig wachsende Publikum des Networking-Tags der FHS St.Gallen erneut zu begeistern. Karin Keller-Sutter hielt als letzte Referentin – etwas ernster – eine politische Grundsatzrede über ihre «Schweiz der Zukunft». Für das Streitgespräch «die Schweiz und Europa» sollten die ehemalige Aussenministerin Micheli-

ne Calmy-Rey und Weltwoche-Verleger Roger Köppel die Klängen kreuzen. Dabei wendete sich Calmy-Rey allerdings lieber ans Publikum, als gegen ihren Kontrahenten. Und Köppel schmeichelte der «elder Stateswoman» fast schon ungewohnt charmant. Einig waren sich die beiden, dass die automatische Rechtsübernahme einem souveränen Staat nicht würdig ist. Ein kleiner Seitenhieb liess sich Köppel dann doch nicht nehmen: «Wir sind gar nicht so weit voneinander entfernt, aber der Hollywood-Charakter ihrer Neutralitätspolitik war nicht gut. Wir brauchen eher eine Buchhalter-Nötzli-Diplomatie.»





ProOst 2014 – Karrierechancen und Lebensqualität in der Ostschweiz

Es ist ein Novum in der Ostschweiz: Die erste Kontaktveranstaltung für Fach- und Führungskräfte öffnet am 15. August im Congress Center Einstein in St.Gallen ihre Tore. Interessierte Professionals mit Hochschulabschluss trafen auf Karrierechancen bei 32 attraktiven Ostschweizer Arbeitgebern.

Text und Bilder: zVg.

Viele Hochschulabsolventen suchen ihren ersten Arbeitgeber in den grossen Schweizer Zentren. Nach den «Lehr- und Wanderjahren» werden jedoch Themen wie Familie & Kinder, ein eigenes Wohnobjekt und die Work-Life-Balance wichtiger. Genau an diesem Übergang setzt die Veranstaltung ProOst an. Die Veranstaltung ProOst soll Professionals eine Übersicht über ihre Karrierechancen in den Kantonen SG, TG, AR und AI geben und die hohe Lebensqualität in dieser Region aufzeigen.

Vielseitiges Programm

Die Professionals konnten am Vormittag zwei Unternehmen ihrer Wahl besichtigen und einen Blick hinter die Fassaden von attraktiven, international tätigen Ostschweizer Arbeitgebern wie Stadler Bussnang, SCHOTT Schweiz AG oder Bühler AG werfen. Am Nachmittag konnten nach einer kurzen Vorstellung der Arbeitgeber die Informationsstände der insgesamt 32 Aussteller besucht werden. Zudem fanden parallel acht Vorträge von Ostschweizer Persön-

lichkeiten wie beispielweise Marcel Hug, Paralympic Athlet und Sieger des New York Marathons 2013, zum Thema «Niederlagen und Erfolge» statt. Im Zentrum des Nachmittags standen neben den Karrierechancen in der Ostschweiz auch die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Region. Ein besonderes Highlight war ein persönlicher Talk mit Ständerätin Karin Keller-Sutter.

Organisation breit abgestützt

Die Initiatorin von ProOst ist die St.GallerBodensee Area, bestehend aus den Ämtern für Wirtschaft und Arbeit der Kantone St.Gallen, Thurgau und beide Appenzell. Hauptsponsor ist die Metrohm AG, der weltweit führende Hersteller von Präzisionsmessgeräten für chemische Analysen. Als Co-Sponsoren unterstützen Huber+Suhner AG, Raiffeisen Schweiz und SFS Group die Veranstaltung ProOst 2014. Für die Organisation und Umsetzung wurde die in St.Gallen ansässige together ag beauftragt, Spezialist im Bereich HR-Marketing und Recruiting.





Der Work-Life-Hotspot im Dreiländereck

Der KOKON Corporate Campus in Ruggell ist das 42 700 m² grosse Work-Life-Balance-Office, in dem sich ganz neue Potenziale entpuppen können. Die Voraussetzungen für individuelle Entfaltungsmöglichkeiten schafft das Vier-Säulen-Prinzip des KOKON mit Kids Care 24.7, der 24 h-Betreuung für Kinder ab 4 Monaten, dem öffentlichen Restaurant mit Showküche und Aussenterrasse mit Alpenpanorama, dem Event & Congress Center und dem exklusiven Fitness & Spa Workout- und Erholungsbereich.

Im Officekomplex KOKON lebt man die Ausgewogenheit zwischen Beruf- und Privatleben. Auch als Besucher spürt man eine Atmosphäre von kreativer Offenheit. Hier ist der Boden für Netzwerke innovativer Unternehmer. Die Devise im trendigen Restaurant heisst: frisch, schnell und gesund. Diese wird mit vielfältigen WOK Kreationen unter Beweis gestellt. Im aussergewöhnlichen Fitness & Spa tankt man bei individuellen Trainingsprogrammen und Kursen Energie und holt sich Entspannung. Die 24-h-Kinderbetreuung durch professionelles Personal erleichtert

berufstätigen Eltern den Alltag. Das einzigartige Umfeld bietet Kindern optimale Entfaltungsmöglichkeiten. Den Erlebnisfaktor im KOKON vervollständigt das Event & Congress Center mit seinen kreativen Veranstaltungen, Seminaren und Kongressen für nationale und internationale Kunden.

Erleben Sie selbst den Ort der Entfaltung und die exklusiven Einrichtungen im KOKON: info@kokon-cc.li, www.kokon-cc.li und T +423 262 27 01.



KOKON
CORPORATE CAMPUS



Paddy Gloor

Geschäftsleitung/Inhaber, Webstobe GmbH – im Internet zuhause

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?

Im Primarschul-Alter durfte ich regelmässig den Rasen des Elternhauses mähen. Dafür erhielt ich von meinen Eltern jeweils 5 Franken Sackgeld

Hatten Sie als Kind einen andern Berufswunsch?

Ja, ich träumte immer wieder von einer Karriere als Architekt. Mario Botta hatte mich zu diesem Zeitpunkt extrem beeindruckt. Die einzigartige Architektur seiner Bauten faszinieren mich auch heute noch.

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

Sehr gerne würde ich, sofern sich die Möglichkeit einmal ergibt, auf eine längere Weltreise gehen. Zudem steht auf meiner Wunschliste noch ein Sprachaufenthalt in den USA.

Was bedeutet Ihnen Erfolg?

Das Erreichen von gesteckten Zielen bedeutet für mich Erfolg und gibt mir immer wieder Zufriedenheit. Unabhängig von der Grösse der Ziele oder des Erfolges spornet es mich an, neue Herausforderungen anzunehmen.

Welchen Luxus gönnen Sie sich ab und zu?

Ich lebe bescheiden und bin mit wenig zufrieden. Für mich ist aber Luxus, wenn ich Zeit für mich selbst habe, ein feines Glas Wein geniessen darf oder mit meiner Harley durch die Landschaft cruisen kann.

Welche Ostschweizer Persönlichkeit bewundern Sie?

Grosse Bewunderung habe ich für Gabriela Munser mit ihrer Firma Goba AG, Mineralquelle und Manufaktur in Gontenbad. Es ist faszinierend, wie innovativ und ideenreich Gabriela das Unternehmen führt. Immer wieder überrascht sie uns mit neuen erfrischenden Produkten.

Welche Lektüre kann Sie vom Schlafen abhalten?

Ein Bücherwurm bin ich grundsätzlich nicht. Doch den Schlaf rauben mir häufig die Fachlektüren und die zahlreichen Branchen-Newsletter.

ER

NATER

Staad | Gossau | Müllheim

Nur wo Nater drauf steht, ist auch Rückenwind drin



www.ihrrueckenwind.ch

IVECO ISUZU



Wir drucken ökologisch.
Sie auch?



eps eco-printing-system®
Chemie- und VOC-frei

Druckerei Lutz AG • Hauptstrasse 18 • CH-9042 Speicher • Telefon 071 344 13 78 • www.druckereilutz.ch



Grenzenlos kombinieren.
Zielsicher optimieren.

Erleben Sie selbst wie GW bewegt.

Servicetelefon +41.58.458.5555 www.gw-world.ch

Gebrüder Weiss 
Transport und Logistik

in kürze

LEADER

› Carlo Parolari

Stadtammann Carlo Parolari wird bei den Erneuerungswahlen für den Stadtrat Frauenfeld im Februar 2015 nicht mehr kandidieren.

› Martin Klöti

Der Vorstand der Aidshilfe Schweiz portiert den St.Galler Regierungsrat Martin Klöti als Verbandspräsidenten. Er soll am 9. Dezember die Nachfolge von Doris Fiala antreten.

› Kneipp-Hof Dussnang AG

Der internationale Gesundheitskonzern Vamed hat 100 Prozent der Aktien der Schweizer Betriebsgesellschaft Kneipp-Hof Dussnang AG gekauft.

› Josip Sunic

Der St.Galler Josip Sunic (23) hat mit seiner Prime-Computer GmbH einen Mini-PC entwickelt. Weitere Infos unter primecomputer.ch

› Christoph Bärlocher

Per Mitte Jahr haben Bruno und Felix Bärlocher die Leitung der Bärlocher AG in St.Gallen an Christoph Bärlocher abgegeben. Damit ist nun die vierte Generation an der Spitze des Baugeschäfts.

› Pierin Vincenz

Pierin Vincenz (58), Chef der Raiffeisen-Gruppe, spricht im Interview mit der «SonntagsZeitung» über seine Pläne «nach» Raiffeisen. Zwar würden ihm bis zur Pensionierung noch sieben Jahre bleiben, dann aber könnte er sich vorstellen, sich finanziell an einem bestehenden Unternehmen zu beteiligen. Und dieses müsse nicht unbedingt im Banking angesiedelt sein. «Für meinen Lebensabend wünsche ich mir etwas weniger Gesetze und Merkblätter.»

› Thomas Langner

Am 1. September hat Thomas Langner (45) die Geschäftsführung der Amcor Flexibles Kreuzlingen AG übernommen.

› Kunz Kunath AG

Die Kunz Kunath AG, Weinfeld, übernimmt das Mischfuttermittelgeschäft der O. Studer AG in Rorschach.

Grüne Wirtschaft? Zuviel des Guten!

Bern lobhudelt die «Grüne Wirtschaft». Diese soll auf allen Stufen und mit Unsummen gefördert werden. Dagegen soll es Verbote von traditionellen Produkten geben. Der Staat führt sich gegenüber den Bürgern so auf, wie wir es seit dem kläglich gescheiterten Sozialismus kaum mehr kennen. von Roland Rino Büchel

Bei der grassierenden Interventionshysterie wird vergessen, dass die Schweizer Unternehmen über einen hervorragenden «grünen» Leistungsausweis verfügen. Und die Menschen in diesem Land geben messbar mehr Acht zur Umwelt als die meisten anderen auf der Welt. Das ist gut so. Politische Zwängerei ist darum überflüssig.

Modebegriff «ökologischer Fussabdruck»

Es gibt keinen Anlass für eine weltfremde Politik, die auf der zweifelhaften Definition des «ökologischen Fussabdrucks» basiert. Trotzdem verlangt unsere Landesregierung (besser: die Verwaltung) staatliche Eingriffe auf allen Stufen. Konkret soll das Umweltschutzgesetz revidiert werden. Das Konzept der Beamten stützt sich auf einen Modebegriff: Um den so genannten «ökologischen Fussabdruck» zu verkleinern, setzen die Bürokraten auf jene Karten, auf die Bürokraten immer setzen: Restriktionen, Verbote, Propaganda, Subventionen. Die Revision des Umweltschutzgesetzes geht tief in die Details unseres Lebens und Wirtschaftens. Das Herzstück der neuen Umwelt- und Wirtschaftspolitik ist ein weiterer schwammiger Begriff: «Cleantech». Im Grundsatz ist der Wille, «grüne» Technologien vorwärts zu bringen, sicherlich nicht falsch. Die entsprechende Industrie hat Entwicklungspotenzial. Es ist hingegen unklug, mit Unsummen an Steuergeldern Umverteilungsübungen zu veranstalten und alles zu verteufeln, was nicht das Label «Cleantech» spazieren führt.

Die Öko-Etiketten-Manie

Dazu kommt ein Etikettentick. Zwangsetiketten haben Hochkonjunktur. Nicht erhebbare Daten müssen erhoben werden. In keinem anderen Land geht die Flut an «Produkteinformation» dermassen weit. Mit einer Wirkung: Die schweizerischen Produzenten werden im Vergleich zur ausländischen Konkurrenz geschwächt. Muss man unseren Unternehmen all diese Lasten auferlegen? Nein. Die innovative Schweizer Wirtschaft ist weltweit an der Spitze, wenn es um die effiziente Nutzung der Energie und der natürlichen Ressourcen geht. Bei uns verhalten sich auch die Konsumenten vorbildlich. Nehmen wir das Recycling als Beispiel: 81 Prozent der PET-Flaschen kommen zurück, 92 Prozent der Aluminium Dosen und nicht weniger als 96 Prozent der Glasflaschen. Kein Wunder, führt praktisch jede verfügbare Ökorangliste die Schweiz an der Spitze. Was wir hingegen in Sachen Umweltschutz-Gesetzgebung auf dem Tisch haben, ist ein Abklatsch des letzten Wahlkampfprogramms der Grünen. Es ist sehr weit weg von der Realität. Dieser müssen wir uns wieder annähern. Und zwar ohne Verzögerung.



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

Bundesamt für Zensur

Nachdem das Müllersche Nacktselfie-Skandalchen erst publik wurde, nahmen die Medien die Story dankbar auf – froh, die Saure-Gurken-Zeit mit einer knackigen Posse aufpeppen zu können. Im zweiten Akt der Tragikomödie überbieten sich Kommentatoren nun darin, wer den Mahnfinger höher strecken kann. «Privatsphäre» heisst die aktuelle Moralkeule.

Geri Müller hat sich damit nicht ungeschickt vom Täter zum Opfer gemacht. von *Stephan Ziegler*

Wen kümmerts, ob ein mittelalterlicher Herr sich bemüsstigt fühlt, sich unvorteilhaft abzulichten und die Bildchen ins digitale Universum zu entlassen? Richtig: Niemanden, mal abgesehen von der bedauernden Empfängerin vielleicht, der man auch mit viel Badwill keine Freude an dem Gesehenen unterstellen will.

Trotzdem stürzten sich die Medien auf die Geschichte, als wäre im Rhein Gold gefunden worden – das Sommerloch gähnte, und der Versender der unappetitlichen «Selfies» war ein Mann, der sich sonst gerne im Glanz der Öffentlichkeit sonnt und sich als Gutmensch auf der Seite der moralisch Überlegenen wähnt. Müssen sich die Medien deshalb nun «Verletzung der Privatsphäre» vorwerfen lassen, wie es durch den Blätterwald rauscht? Hat nicht vielleicht Geri Müller selbst seine Privatsphäre in dem Moment aufgegeben, als er auf «Senden» drückte?

Aber sicher: Denn wer Fotos aus seiner Kontrolle gibt, ist dafür verantwortlich, was danach damit passiert. Es hätte dem guten Mann ja auch in den Sinn kommen können, dass die «Liebe» zu der Adressatin nicht ewig halten würde – wieviel Geschirr nach einer unglücklichen Beziehung zerschlagen werden kann, davon können wir wohl alle ein Liedchen singen.

Dass der Grüne nun lautstark «Privates muss privat bleiben» fordert und sich damit vom Täter zum Opfer machen will, ist natürlich zynisch. Denn niemand anders als Müller selbst hat ja die Bildchen verbreitet – sie wurden weder gestohlen noch von fremder Hand gemacht. Wer potenziell belastendes Material freiwillig aus der Hand gibt, der muss sich der möglichen

Konsequenzen bewusst sein. Gerade als Politiker.

«Privatsphäre» und «Persönlichkeitschutz» sind in der Schweiz bereits auf ein ungesundes Niveau aufgebläht – Täterschutz geht vor Opferschutz, und viel zu oft erfahren wir nicht die Wahrheit, sondern nur das, was politische, wirtschaftliche oder gesellschaftliche «Eliten» und ihre PR-Brigaden uns wissen lassen wollen. So dürfen selbst verurteilte Kriminelle sicher sein, dass ihr Name nicht in der Zeitung steht. Und aalglatte Berater polieren das «Image», das wir von einer Person haben sollen, bis zur Unkenntlichkeit auf. Der Ruf nach stärkerem Schutz richtet sich demnach an die falschen Empfänger – nicht die Medien sind dafür zu schelten, dass sie eine Angelegenheit publik machen, sondern höchstens diejenigen, die ihre eigene Privatsphäre wissentlich aufgeben. Denn fiele der Ruf nach noch mehr «Privatsphäre» und «Persönlichkeitschutz» auf fruchtbaren Boden: Wer sollte dann in Zukunft entscheiden, was privat und was von öffentlichem Interesse ist? Wer bestimmt, welche Meldungen wir über unsere Politiker zu lesen bekommen? Nur noch sie selbst? Ihre «Coaches»? Oder ein neues «Bundesamt für Zensur»?

Nein, das kann niemand wollen. Zu gross wäre die Verlockung nicht nur für Politiker, negative Meldungen als privat, positive aber als öffentlich zu deklarieren. Die Privatsphäre kann auch ohne staatliche Eingriffe besser geschützt werden: In dem man den gesunden Menschenverstand einschaltet, bevor man handelt. Ganz besonders dann, wenn man ohnehin im Rampenlicht steht.



LEADER 9/2014

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:	Peter Kuratli, Sven Bradke, Michael Götte, David Bosshart, Raphael Schönenberger, Christian Iten, Christian Wild, Pascal Tschamper, Roland Rino Büchel
Fotografie:	Bodo Rüedi Tiziana Secchi Esther Gloor (Illustration)
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

KMU UND IHRE KUNDEN – ASPEKTE EINER BESONDEREN BEZIEHUNG

www.kmu-tag.ch



Cornelia Boesch



Norbert Bolz

 kmu-tag.ch



Urs Fueglistaller



Thomas Bieger



Adrian Steiner



Anne M. Schüller



Daniela Merz

24/OKTOBER 2014

**SCHWEIZER KMU-TAG
ST.GALLEN**

AUSVERKAUFT



Notker Wolf

Der nächste KMU-Tag findet
am 23. Oktober 2015 statt.
kmu-tag.ch

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

Veranstalter



alea lacta-

Hauptsponsoren

RAIFFEISEN

helvetia

ABACUS
business software

OBT

Kommunikations-
partnerin

swisscom

Medienpartner

LEADER



Kostenloses
Kursbuch jetzt
anfordern!



Inselromantik und Abenteuer: das gibt es auf unseren Lerninseln.

Mit aktuellem Wissen in Kontakt zu kommen ist mindestens so erfrischend wie Kurzferien machen. Und es macht richtig Spass, die neuen Fertigkeiten in Beruf und Freizeit anzuwenden. – Bestellen Sie das Bildungshandbuch «Kurse und Lehrgänge 14/15». Bei der Kurswahl oder beim Entscheid für einen Lehrgang beraten wir Sie gerne: Telefon 058 345 75 75 oder wbbzww.ch.